

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

HÜZÜN TURİZMİNİN İÇ TURİZME (İÇ TURİZM TALEBİNE) ETKİSİ:
ÇANAKKALE ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
HANDE AKYURT KURNAZ

Danışman
YRD. DOÇ. DR. HÜSEYİN ÇEKEN

ŞUBAT, 2013

MUĞLA

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

HÜZÜN TURİZMİNİN İÇ TURİZME (İÇ TURİZM TALEBİNE) ETKİSİ:
ÇANAKKALE ÖRNEĞİ

HANDE AKYURT KURNAZ

Sosyal Bilimleri Enstitüsünce
“Yüksek Lisans”
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 27.02.2013
Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 21.02.2013

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN
Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Hatice Hieret ÖZKOÇ
Jüri Üyesi : Doç. Dr. Ercan BALDEMİR

Enstitü Müdürü : Prof. Dr. Namık Kemal ÖZTÜRK

ŞUBAT, 2013
MUĞLA

TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 21.02.2013 tarih ve 592 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24. maddesine göre, T.C. Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Hande AKYURT KURNAZ'ın "Hüzün Turizminin İç Turizme (İç Turizm Talebine) Etkisi: Çanakkale Örneği" adlı tezini incelemiş ve aday 21/02/2013 tarihinde saat 14:00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel araştırmaya dayanan tezini savunmasından sonra 45 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin kabul edildiğine karar verildi.

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ÇEKER

Üye

Yrd. Doç. Dr. Hilal HİRET ÖZKOÇ

Üye

Doç. Dr. Ercan BALDEMİR

YEMİN

Yükseklisans tezi olarak sunduğum ‘‘Hüzün Turizminin İç Turizme (İç Turizm Talebine) Etkisi: Çanakkale Örneği’’ adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

27/02/2013

HANDE AKYURT KURNAZ



YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ		
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU		
YAZARIN		
Soyadı : AKYURT KURNAZ		
Adı : HANDE		Kayıt No:462060
TEZİN ADI		
Türkçe : Hüzün Turizminin İç Turizme (İç Turizm Talebine) Etkisi: Çanakkale Örneği		
Y. Dil : The Importance of Dark Tourism on Domestic Tourism (Domestic Tourism's Demand): The Case of Canakkale		
TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans	Doktora	Sanatta Yeterlilik
x	O	O
TEZİN KABUL EDİLDİĞİ		
Üniversite	: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	
Fakülte	:	
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü	
Diğer Kuruluşlar:		
Tarih	:	
TEZ YAYINLANMIŞSA		
Yayınlayan	:	
Basım Yeri	:	
Basım Tarihi	:	
ISBN	:	
TEZ YÖNETİCİSİNİ		
Soyadı, Adı : ÇEKEN, Hüseyin		
Ünvanı :Yrd. Doç. Dr.		
TEZİN YAZILDIĞI DİL: Türkçe		TEZİN SAYFA SAYISI: 72

TEZİN YAZILDIĞI DİL: Türkçe

TEZİN SAYFA SAYISI:72

TEZİN KONUSU (KONULARI) :

1. Özel İlgi Turizmi
- 2.Yapısal Eşitlik Modeli
3. Hüzün Turizmi

TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER:

- 1.Özel İlgi Turizmi
- 2.Hüzün Turizmi
- 3.Yapısal Eşitlik Modeli
- 4.Çanakkale

İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER: Konunuzla ilgili yabancı indeks, abstract ve thesaurus'u kullanınız.

- 1.Special Interest Tourism
- 2.Dark Tourism
- 3.Structual Equation Modeling

- 1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum
- 2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir
- 3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezimin tamamının fotokopisi alınabilir

Yazarın İmzası :



Tarih : 27/01/2023

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlık sürecinden itibaren birçok kişi değerli görüş ve önerileriyle katkı sağlayarak, beni desteklemişlerdir. Öncelikle yüksek lisansımın her sürecinde yardımcı olan danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN'e, çalışmamda büyük emeği olan hocam Yrd. Doç. Dr. Burhan KILIÇ'a, araştırma süresince beni aydınlatan ve fikirleri ile beni yönlendiren hocam Doç. Dr. Ercan BALDEMİR'e, Yapısal Eşitlik Modeli'nin geliştirilmesinde yardımcı olan hocam Yrd. Doç. Dr. Hatice Hicret ÖZKOÇ'a ve Bilgehan Bozkurt'a, araştırmanın verileri için anketlerin toplanmasında yardımcı olan Gelibolu Tarihi Milli Parkı Ana Tanıtım Merkezi personeline, rehber hocam Satılmış Şimşek'e ve değerli misafirperverliği için Metin KIRLI ve ailesine teşekkür ederim.

Ayrıca bu süreç içerisinde beni destekleyip, her zaman yanımda olan aileme, arkadaşlarıma ve eşim Öğr. Gör. Alper KURNAZ'a teşekkür ederim.

Hande AKYURT KURNAZ

ÖZET

Son yıllarda gelişen turizm hareketliliği sayesinde yerli ve yabancı turistlerin turizm konusunda ihtiyaçları ve ilgileri de değişmektedir. Değişen ilgileri karşılama konusunda özel ilgi turizm çeşitleri doğmuştur. Bu özel ilgi turizm çeşitlerinden biri de hüzün turizmidir. Hüzün turizmi, acı, keder, üzüntü vb. gibi duyguların yoğun olarak yaşandığı yerlere yapılan seyahatleri kapsamaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde özel ilgi turizminin tanımına, özelliklerine, çeşitlerine, özel ilgi turizm çeşitlerinden biri olan hüzün turizminin tanımına, özelliklerine ve hüzün turizmi çeşitlerinden biri olan savaş alanları turizmine yer verilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, Yapısal Eşitlik Modeli'ne ait kavramsal inceleme yapılmıştır. Yapısal Eşitlik Modeli'nin tanımı, tarihçesi, özellikleri, mantığı, değişkenleri, ölçüm modeli, yapısal model ve Yapısal Eşitlik Modeli'nin analiz süreci ele alınmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise, Çanakkale'yi ziyaret eden yerli turistlerden elde edilen 400 adet anketin verileri analiz edilmiştir. Yerli turistlerin demografik verileri, seyahat özelliklerine ilişkin veriler, çekici-itici faktörlerine ait veriler ve memnuniyet-sadakat düzeylerine ait veriler SPSS 14 paket programı ile incelenmiştir. LISREL 8.54 programı aracılığı ile değişkenler arasındaki ilişkiler Yapısal Eşitlik Modeli ile ortaya konulmuştur.

Yapılan analizler sonucunda, çekici faktörler ile memnuniyet düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki belirlenmiştir. Bu bağlamda, yerli turistlerin Çanakkale'yi ziyaret etmelerinin en önemli nedeni Gelibolu Tarihi Milli Parkı olmasına rağmen, memnuniyet düzeylerinin düşük olduğu incelenmiştir. İtici faktörler, yerli turistlerin memnuniyet düzeyini olumlu yönde etkilerken, memnuniyet ve sadakat düzeyleri arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Thanks to the changing mobility in tourism in recent years, the needs and interests of individuals about tourism have changed. In order to meet the varying interests, special interest tourism types arised. One type of the special interest tourism is the dark tourism. Dark tourism includes that people travel to the places experienced intense emotions such as pain, grief, sadness, and so on.

In the first part of the study, definition, characteristics and types of special interest tourism, the definition and characteristics of dark tourism that is one sort of special interest tourism and battlefield tourism as a variety of dark tourism are included.

In the second part of the study, conceptual analysis related to structural equation modeling has been performed. The definition, history, characteristics, logic, variables, measurement model, structural model of structural equation model and the analysis process of structural equation model are discussed.

In the third part of the study, the survey data of 400 questionnaires from local tourists who visit Gallipoli have been analyzed. The demographic data of domestic tourists, the data about their travel characteristics, data of push-pull factors and satisfaction-loyalty levels have been analyzed by SPSS 14 software package programme. With LISREL 8.54 programme, the relationships between the data have been analyzed through structural equation model.

As a result of the analysis, a specific relationship between the variables have been appeared. An inverse relationship between the factors of attractiveness and satisfaction has been determined. This states that the satisfaction levels of tourists who visit Gallipoli Historical National Park which is the most important reason to their visit to Gallipoli are very low. While the driving factor positively affects the domestic tourist satisfaction levels, a negative relationship between satisfaction and loyalty factors has been analyzed.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	II
ABSTRACT	III
İÇİNDEKİLER	IV
TABLolar LİSTESİ.....	VI
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	VIII
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
ÖZEL İLĞİ TURİZMİ KAPSAMINDA HÜZÜN TURİZMİ.....	3
1.1. İÇ TURİZM VE İÇ TURİZM TALEBİ	3
1.2. ÖZEL İLĞİ TURİZMİ.....	4
1.3. ÖZEL İLĞİ TURİZM ÇEŞİTLERİ.....	7
1.4. HÜZÜN TURİZMİ	9
1.4.1. <i>Hüzün Turizmi Çeşitleri</i>	14
1.4.2. <i>Savaş Alanları Turizmi</i>	16
İKİNCİ BÖLÜM.....	18
YAPISAL EŞİTLİK MODELİ.....	18
2.1. YAPISAL EŞİTLİK MODELİ TANIMI	18
2.2. YAPISAL EŞİTLİK MODELİNİN TARİHÇESİ.....	19
2.3. YAPISAL EŞİTLİK MODELİNİN ÖZELLİKLERİ.....	20
2.4. YAPISAL EŞİTLİK MODELİNİN MANTIĞI	21
2.4.1. <i>Gözlenen ve Nedensel Değişkenlerle Path Analizi</i>	22
2.4.2. <i>Doğrulayıcı Faktör Analizi</i>	23
2.4.3. <i>Gizil-Gözlenen Değişkenler, Bağımlı-Bağımsız Değişkenler, Dışsal-İçsel Değişkenler</i>	25
2.4.4. <i>Ölçüm Modeli</i>	26
2.4.5. <i>Yapısal Model</i>	27
2.5. YAPISAL EŞİTLİK MODELİNİN ANALİZ SÜRECİ.....	27

2.5.1. Modelin Belirlenmesi.....	28
2.5.2. Model Tanımlanması	28
2.5.3. Hesaplama	28
2.5.4. Modelin İstatistiksel Uygunluğu	28
2.5.5. Modelin Modifikasyonu	30
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	31
HÜZÜN TURİZMİNİN İÇ TURİZME (İÇ TURİZM TALEBİNE) ETKİSİ: ÇANAKKALE ÖRNEĞİ	31
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	31
3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	32
3.2.1. Araştırmanın Evreni-Örnekleme	32
3.2.2. Anket Formunun Hazırlanması.....	33
3.2.3. Ön Uygulama.....	35
3.2.4. Güvenilirlik ve Geçerlik.....	36
3.3. ARAŞTIRMANIN TEMEL MODELİ VE HİPOTEZLERİ	37
3.4. ARAŞTIRMANIN KISITLARI	38
3.5. VERİ TOPLAMA.....	39
3.6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	39
3.6.1. Örnekleme İlişkin Demografik Bulgular.....	39
3.6.2. Çekici ve İtici Faktörlerin Değerlendirilmesi.....	43
3.6.3. Memnuniyet ve Sadakat Düzeylerinin Değerlendirilmesi	46
3.6.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi – Ölçüm Modeli.....	49
3.6.5. Yapısal Model	52
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	58
KAYNAKÇA	63
EK-1 ANKET FORMU	71

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Özel İlgi Turizmi ve Kitle Turizmi Arasındaki Farklar.....	6
Tablo 2: Özel İlgi Faaliyetleri	8
Tablo 3: Özel İlgi Turizm Çeşitleri	9
Tablo 4: Bazı Hüzün Turizmi Merkezleri ve Özellikleri	11
Tablo 5: Hüzün Turizmi Kategorileri	16
Tablo 6: Yapısal Eşitlik Modelinin Tarihsel Süreci.....	19
Tablo 7: Yapısal Eşitlik Modelinde Kullanılan Değişken ve Matrisler.....	26
Tablo 8: Kullanılan Uyum İndeksleri	29
Tablo 9: Uyum İndekslerinin Açıklanması	29
Tablo 10: Yerli Turist Sayısı.....	31
Tablo 11: Evren Büyüklüğü	33
Tablo 12: Örneklem Veri Büyüklüğü	33
Tablo 13: Cronbach Alpha Değeri	36
Tablo 14: Güvenilirlik Analizi	36
Tablo 15: Demografik Bulgular	40
Tablo 16: Seyahat Özellikleri.....	42
Tablo 17: Çekici ve İtici Faktörleri ile İlgili Yapılan Analitik Çalışmalara Örnekler	43
Tablo 18: Çekici Faktörler	44
Tablo 19: İtici Faktörler	45
Tablo 20: Memnuniyet ve Sadakat Bulguları	46
Tablo 21: Memnuniyet ve Sadakat Düzeyi.....	48
Tablo 22: Uyum Ölçütleri	49
Tablo 23: Ölçüm Modeli Uyum Ölçütleri.....	50
Tablo 24: Yapısal Model.....	53
Tablo 25: Yapısal Model Uyum Ölçütleri	54
Tablo 26: Hipotez Sonuçları	56

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Boş Zaman ve Özel İlgi Turizmi Arasındaki İlişki.....	5
Şekil 2: Özel İlgi Turizminin Etkileşim Sistemi	6
Şekil 3: Özel İlgi Turizminin Oluşumu.....	7
Şekil 4: Hüzün Turizmi Dizisi	13
Şekil 5: Zayıf ve Güçlü Hüzün Turizmi Elementleri	14
Şekil 6: Yapısal Eşitlik Modeli Akış Şeması	21
Şekil 7: Yapısal Eşitlik Modeli Piramidi	22
Şekil 8: Path Diyagramında Kullanılan Semboller	23
Şekil 9: Tek Faktörlü Model	24
Şekil 10: Birinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	24
Şekil 11: İkinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi	25
Şekil 12: Ölçüm Ve Yapısal Model	27
Şekil 13: Araştırmanın Kavramsal Modeli	37
Şekil 14: Standartlaştırılmış Katsayılar.....	51
Şekil 15: t Değerleri ile Ölçüm Modeli.....	52
Şekil 16: Standartlaştırılmış Katsayılar.....	55
Şekil 17: t Değerli Yapısal Model.....	56
Şekil 18: Araştırmanın Nihai Modeli.....	59

KISALTMALAR LİSTESİ

- AGFI: Adjusted Goodness of Fit Statistic
AMOS: Analysis of Moment Structures
CF: Çekici Faktörler
CFI: Comparative Fit Index
EQS: Equations
GFI: Goodness of Fit Statistic
Hz: Hazreti
IF: İtici Faktörler
LISREL: Linear Structural Relations
M.S.: Milattan Sonra
NFI: Normed Fit Index
NNFI: Non Normed Fit Index
PGFI: Parsimony Goodness of Fit Index
PNFI: Parsimony Normed Fit Index
RAMONA: Recticular Action Model
RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation
SEPATH: Structural Equation Modeling/Path Analysis
SM: Sadakat-Memnuniyet
SPSS: Statistical Package for the Social Sciences
SRMR: Standardised Root Mean Square Residual
TL: Türk Lirası
vd: Ve diğerleri
yy: Yüzyıl

GİRİŞ

1990'lı yılların başından itibaren yoğun bir şekilde turistik tüketicilerde klasik turizm ürünlerinden, özel ilgi gerektiren ürünlere doğru bir yönelme ortaya çıkmıştır. İnsanlar, ulaşım araçlarındaki hız ve konfor sayesinde tatil sürelerini birkaç parçaya bölerek ilgi alanlarına yönelik tatile çıkmaya başlamaktadır. Bu değişimin öncelikle klasik turizm ürününe duyulan tatmin düzeyi, değişik kültürleri keşfetme isteği, ülkeler arasındaki mesafelerin kısılması, eğitim ve gelir düzeyindeki artış, üçüncü yaş turist profilinin artması, kültürel ve sportif aktivitelere katılma isteği gibi pek çok nedeni bulunmaktadır (Kılıç ve Kurnaz 2010: 40). Sahip olunan arz kaynaklarının çeşitliliği, destinasyonlar arasında farklılıklara ve talebe yönelik şekillenen özel ilgi turizm çeşitlerinin yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Özel ilgi turizm çeşitleri sayesinde farklı turizm destinasyonları ortaya çıkmaktadır (Kılıç ve Akyurt 2011: 209).

Keder, korku, ölüm gibi olaylar insanları etkilemekte ve bu olayların yaşandığı yerlerde turizm hareketliliği görülmektedir. Bu turizm hareketliliği hüzün turizmi olarak adlandırılmakta ve destinasyonların çeşitli yönlerden çekiciliğini arttırmaktadır. Son yıllarda popüler bir turizm çeşidi haline gelen hüzün turizmi literatürü incelendiğinde yeterli sayıda çalışmanın olmadığı görülmektedir. Uluslararası literatürde karanlık turizm (dark tourism) olarak adlandırılan bu özel ilgi turizm çeşidi, bu çalışma içerisinde hüzün turizmi olarak incelenmektedir.

Bu çalışma kapsamında hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin seyahate ilişkin özellikleri Yapısal Eşitlik Modeli yardımıyla incelenmiştir. Turizm alanındaki ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde, hüzün turizmi ve Yapısal Eşitlik Modeli ile ilgili herhangi bir ortak çalışmanın olmadığını belirtmek mümkündür. Ayrıca, literatür destekli uygulamalı çalışmalar yapılırsa da yapılan çalışmaların çoğunun kavramsal düzeyde oldukları belirlenmiştir.

Bu çalışmada Çanakkale'nin sahip olduğu çekici faktörlerin, yerli turistlerin Çanakkale'yi ziyaret etmelerinin nedeni olan itici faktörlerin ve hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin memnuniyet ve sadakat düzeylerinin incelenmesi

amaçlanmıştır. Ayrıca, Çanakkale ili sınırları içerisinde yer alan Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nda gerçekleştirilen bu çalışmanın konu ile ilgili literatüre önemli bir katkı yapacağı düşünülmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

ÖZEL İLGI TURİZMİ KAPSAMINDA HÜZÜN TURİZMİ

Turizmin başlangıcı, bilinmeyi bilme, görülmeyeni görme ve öğrenme içgüdüleri ile gerçekleşen geziler ile başlamaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu 2002: 188). Yirminci yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve psikolojik değişimler, turizm alışkanlıkları ve ihtiyaçları üzerinde büyük etkiler yaratarak uluslararası düzeyde yaygın bir turizm hareketi oluşturmaktadır (Usta 2009: 2). Turizm dünya genelinde büyük bir hızla gelişmektedir. Diğer sektörler incelendiğinde turizm, en hızlı gelişen ve büyüyen bir sektörü konumuna sahiptir (Bahar ve Baldemir 2007: 56).

Son yıllardaki turizm alanındaki gelişmelerin sonucunda turistlerin talepleri doğrultusunda turizm çeşitleri farklılaşarak, özel ilgileri karşılar hale gelmiştir (Hacıoğlu ve Avcıkurt 2008: Önsöz). Kentleşmenin yaygınlaşması, refah düzeyinin artması, tüketim yönünün değişmesi (Rızaoğlu 2004: 65) ve eğitim-kültür seviyesinin yükselmesiyle turizm talebinde çeşitli değişimler yaşanmış olup; bu değişimlerle birlikte özel ilgi turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır (Eralp 1983: 26). Turistik arz kaynaklarının özel ilgi turizm amaçlı kullanılmasıyla turizm destinasyonlarının ekonomilerinin güçlendirilmesine yönelik çabalar hız kazanmaktadır (Çeken vd. 2012: 11). Çalışmanın bu bölümünde özel ilgi turizmi ve çeşitleri ile özel ilgi turizm çeşitleri içerisinde ulusal literatürde yeni bir kavram olan hüzün turizmi ele alınmıştır.

1.1. İç Turizm ve İç Turizm Talebi

Son yıllarda turizm önemli bir ekonomik ve sosyal sektör haline gelmiştir. Turizm olayının gerçekleştiği sınırlar dikkate alındığında, iç turizm ve dış turizm olmak üzere iki temel grupta incelenmektedir. İç turizm, bir ülkenin vatandaşlarının çeşitli amaçlarla kendi ülkeleri sınırları içinde geçici olarak yer değiştirmelerinden doğan olaylar bütünüdür (Güzel 2011: 128). Başka bir tanıma göre, insanların kendi ülkelerinde turizm olayına katılmalarıyla gerçekleşen turizm çeşididir. İç turizm, yerli turistlerin gerçekleştirdikleri turizm hareketini kapsamaktadır. Bir ülkede iç turizm gelişmesi gerekli alt ve üst yapı imkânlarının olması, ulaşım ve iletişim

sistemlerinin gelişmesi, vatandaşların bilinçlenmesi, nitelikli turizm personelinin eğitilmesi gerekmektedir (Hazar 2010: 150).

Kişilerin insanca yaşamlarının en doğal hakkı olan tatil yapma olanağı, iç turizm olarak kendini gösterdiğinde, kişilerin çalışma zamanları dışındaki vakitlerini dinlenme ile geçirmelerinin yanı sıra, çevrelerini ve ülkelerini daha iyi tanımları, daha derin bir ulusal birlik bilincine varmaları ve ulusal dayanışmanın sağlanmasına yardımcı olmaktadır. İç turizm ile turistler, ülke sınırları içerisinde farklı coğrafik bölgelerde yaşayan vatandaşların gelenek, görenek ve lehçe farkları ile tanışmakta ve zamanla farklı gruplar arasında birbirini anlama ve yakınlaşma olanağı bulmaktadır (Özdemir 1999: 160).

Turizm talebi, yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olup belirli bir zaman diliminde belirli bir hedef doğrultusunda turistik mal ve hizmetlerden faydalanan ya da faydalanmak isteyen kişi veya kişiler topluluğudur. Turizm talebi coğrafik açıdan iç ve dış turizm talebi olarak ele alınmaktadır. İç turizm talebi ülke içinde tatil, dinlenme, eğlenme vb. amaçlarla seyahat eden veya seyahat etme isteğinde olan kimselerdir (Maviş vd. 2002: 46). İç turizm talebinin öneminin belirlenmesi ile destinasyonların sahip olduğu turizm kaynaklarının çeşitliliği de sağlanmaktadır.

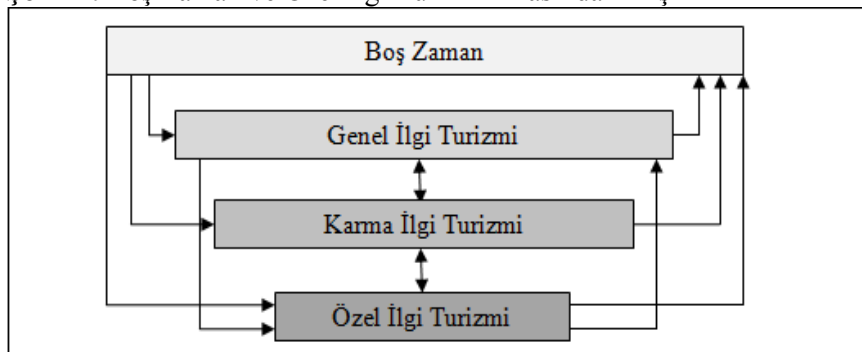
1.2. Özel İlgi Turizmi

Yirminci yüzyıl, insanlık tarihinde bilim ve teknoloji alanında kapsamlı ve hızlı gelişmelerin yaşandığı dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gelişmeler yerli ve yabancı turistleri etkileyen ekonomik, siyasal, hukuki ve sosyal etmenlerde yapısal değişimleri beraberinde getirmektedir (Tanrısevdi ve Çavuş 2003: 9).

Günümüzde her alanda yaşanan gelişmeler turizm sektörünü etkileyerek, turistlerin tatil konusunda tercihlerini değiştirmektedir (Tosun ve Şahin 2006: 88). Yaşam biçimlerinin değişimi, gelir ve boş zaman artışı, monoton hayatın getirmiş olduğu stres ile turistlerin turizm faaliyetlerinden beklentileri değişerek gelişmektedir. Brotherton ve Himmetoğlu (1997: 13)'na göre, özel ilgi turizmi, turistlerin seyahat motivasyonlarındaki değişimlerin neticesinde turizm pazarı içerisinde sürekli büyümektedir.

Ulusal ve uluslararası literatürde özel ilgi turizmine ait farklı tanımlar mevcuttur. Özel ilgi turizmi, “*ilgilerinin belirli alanlarda yoğunlaşan, bu ilgilerden doyum sağlamak isteyen turistlerin gerçekleştirdikleri seyahat biçimleri*” (Read 1980: 195) olarak tanımlanmıştır. Dünya Turizm Örgütü’nün tanımına göre, özel ilgi turizmi, belirli bir temaya sahip olan turistik merkezleri ziyaret etmek ve belirli ilgilerini geliştirmek amacıyla bireysel ya da grup olarak katılımın gerçekleştiği uzmanlaşmış bir turizm çeşididir (Küçükaslan 2007: 142).

Şekil 1: Boş Zaman ve Özel İlgi Turizmi Arasındaki İlişki



Kaynak: Trauer, B. (2006). Conceptualizing Special Interest Tourism Frameworks For Analysis, *Tourism Management*, 27: 183-200.

Genel ilgi turizmi, karma ilgi turizmi ve özel ilgi turizminin temelinde boş zaman faaliyetleri yer almaktadır. Yerli ve yabancı turistlerin sahip olduğu turistik davranışlarına, motivasyonlarına ve seyahat özelliklerine göre, genel ilgi turizmi, karma ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi oluşmaktadır.

Herhangi bir boş zaman değerlendirme faaliyetini özel ilgi turizmi olarak tanımlayabilmek için iki temel unsura ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ihtiyaçlardan ilki yerli ve yabancı turistlerin özel ilgilerini gerçekleştirmek için özel bir zaman ayırmış olmaları, ikincisi ise, bu çeşit etkinlikler için yeterli kaynakların sağlanmasıyla ticari bir nitelik kazanmasıdır (Trauer 2006: 187).

Özel ilgi turizmi, genel ilgilere dayalı kitle turizmine alternatif bir turizm hareketi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Sahip olduğu özellikleri itibariyle, özel ilgi turizmi ile kitle turizmi arasında çeşitli farklılıkların olduğu görülmektedir (Tanrısevdi ve Çavuş 2003: 11).

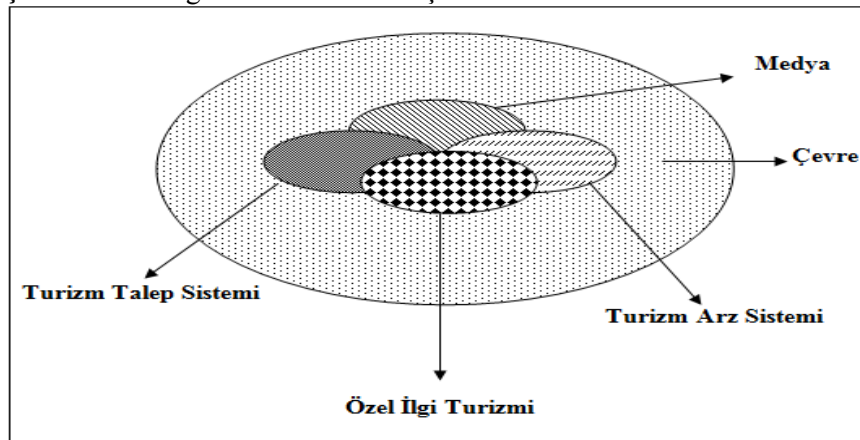
Tablo 1: Özel İlgi Turizmi ve Kitle Turizmi Arasındaki Farklar

Özel İlgi Turizmi	Kitle Turizmi
Planlı Mekansal Organizasyonlar	Plansız Mekansal Organizasyonlar
Bölge ile Bütünleşmiş Planlar	Bağımsız Projeler
Açık Mekana Ağırlık	Kapalı Mekan Ağırlıklı
Talebe Sınır Koyma	Her Talebi Karşılama Eğilimi
Yerleşme İçin Özel Seçim	Her Yerde Turizm
Talep Ortalamasına Göre Kapasite Tayini	Talebin En Yüksek Olduğu Noktaya Göre Kapasite Tayini
Bireysel Programlar	Standart Paket Programlar

Kaynak: Uçkun, C. G. ve Türkay, O. (2003) *Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği*, Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs 2003, Çankırı.

Özel ilgi turizmi değişen ekonomik şartlar altında farklılaşan istek ve ihtiyaçların ortaya çıkmasından kaynaklanmaktadır. Özel ilgi turizmi, kitlesel veya alternatif turizm hareketlerinden farklı özelliklere sahiptir. Özel ilgi turizminin en önemli özelliklerinden biri çeşitlerinin tam olarak bilinmemesinden kaynaklanan belirsizliktir. Özel ilgi turizminin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Akoğlan Kozak ve Bahçe 2009: 126):

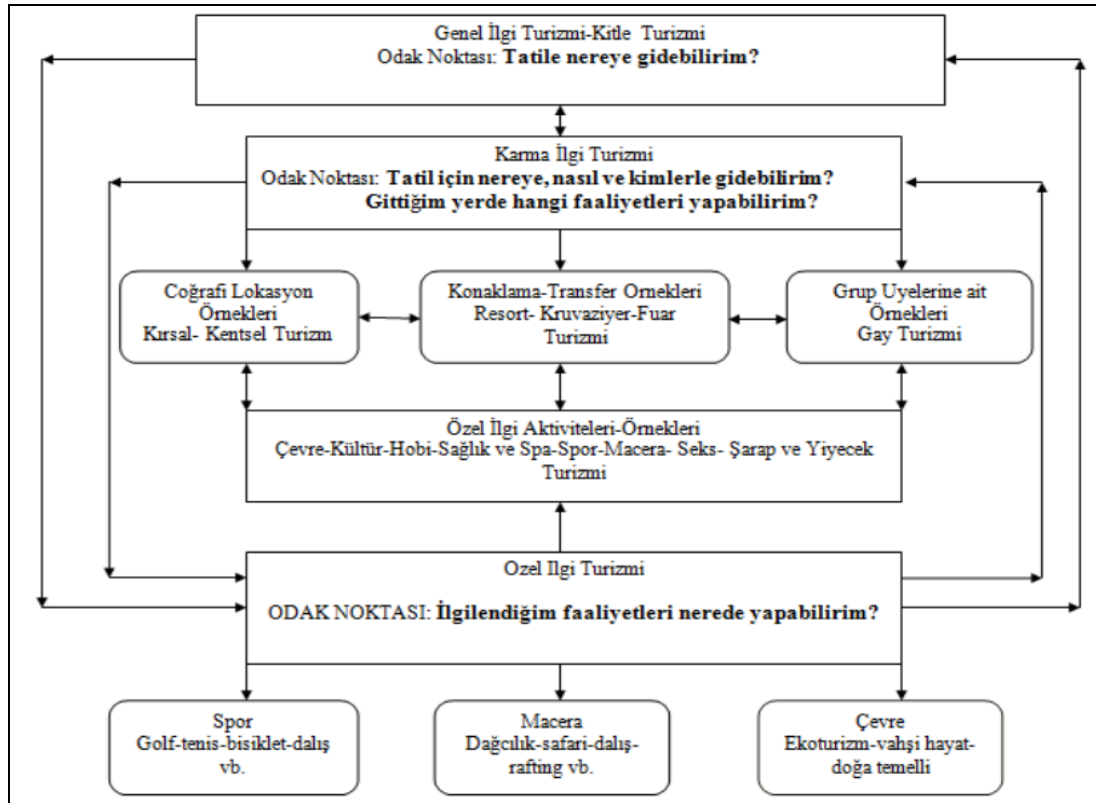
- Küçük ölçekli olup, rezervasyon yapılmasını gerektirmektedir.
- Yerel halkın planlama ve gelişim sürecine katılımı sağlanmaktadır.
- Emek yoğun bir özelliğe sahiptir. Uzman işgücü gerektirmektedir.
- Özel ilgi turizmini gerçekleştiren turistlerin en önemli ihtiyacı kendini gerçekleştirme ihtiyacıdır.

Şekil 2: Özel İlgi Turizminin Etkileşim Sistemi

Kaynak: Trauer, B. (2006). Conceptualizing Special Interest Tourism Frameworks For Analysis, *Tourism Management*, 27: 183-200.

Özel ilgi turizmi, turizm talep sistemi ve turizm arz sisteminin birleşiminden meydana gelmektedir. Özel ilgi turizminin çevresini ekolojik, teknolojik, politik, ekonomik ve kültürel değerler oluşturmaktadır.

Şekil 3: Özel İlgi Turizminin Oluşumu



Kaynak: Trauer, B. (2006). Conceptualizing Special Interest Tourism-Frameworks For Analysis, *Tourism Management*, 27: 183-200.

Özel ilgi turizmi kapsamında yer alan turistlerin seyahat kararı ve tercihlerinin kesinleşmesinde ilgiler yer almaktadır. Özel ilgi turizmine katılan turistler kararlarını verirken özel ilgilerini en iyi karşılayabilecekleri destinasyonu belirlemektedir. Eğer bir bölge turistlerin özel ilgilerini karşılamak konusunda yetersiz kalıyorsa, o bölge tatil için uygun bir yer olmamaktadır (Trauer 2006: 188).

1.3. Özel İlgi Turizm Çeşitleri

Değişen ekonomik şartlar, turistlerin ihtiyaçlarının farklılaşması, belli kaynaklara dayalı turizm hareketlerinin gerçekleşmesi ve kitle turizminin giderek belirli kalıplarda kalması gibi nedenler, turistleri destinasyonun sahip olduğu

çekiciliklerini ön plana çıkaran özel ilgi turizm çeşitlerini gerçekleştirmeye yönelmektedir (Weiler ve Hall 1992: Özet).

Özel ilgi turizm çeşitleri ile alternatif turizm çeşitlerini birbirinden ayırmak oldukça karmaşık bir durum haline gelmiştir. Bunun en büyük sebeplerinden biri, bu turizm çeşitlerinin birbirilerinin yerini almış olmasından kaynaklanmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe 2009: 137). Geniş bir dağılım gösteren özel ilgi turizm çeşitlerinin belirli sınırlar içerisinde gruplara ayrılması zor bir durumdur. Çünkü insanların çok farklı olan özel ilgileri, özel ilgi turizm çeşitlerinin çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda dünyadaki kişi sayısı kadar özel ilgi turizm çeşidinin ortaya çıkma olasılığı, abartılı bir düşünce olmamaktadır (Tanrısevdi ve Çavuş 2003: 15).

Özel ilgi turizm çeşitlerine örnek olarak tarım, arkeoloji, mimari, sanat, kuş gözlemciliği, iş endüstrisi, festival, balık avlama, avcılık, çiçek düzenleme, botanik, kıymetli taş ve madenler, müzik, golf, tarih, edebiyat, doğa, opera, fotoğrafçılık, mesleki ilgiler, fiziksel araştırma, safariler, kayak yapma, dalgıçlık, sosyal araştırmalar, spor, öğrenim, tiyatro, şarap tatma faaliyetlerini gerçekleştirmeye yönelik özel ilgi seyahatleri sayılabilmektedir. (Avcıkurt 2009: 162). Ayrıca, bu özel ilgi seyahatlerine savaş alanları, hapisaneler, soykırım alanları, doğal felaketlerin yaşandığı bölgeler gibi turistlerde acı, keder ve ölüm duygularını yaşatan destinasyonlara yapılan ziyaretlerin de dâhil edilmesi mümkündür.

Tablo 2: Özel İlgi Faaliyetleri

Ortam	Özel İlgi Faaliyetleri
Kentsel Ortam	Müzeler-Sanat-Tarih-Festivaller-Kültürel Seyahatler Spor Turizmi- <i>Hüzün Turizmi</i>
Kırsal Ortam	Kültürel Seyahatler-Halk Festivalleri-Tarih-Macera Seyahatleri-Sağlık Turizmi-Spor Turizmi-Çiftlik Turizmi
Doğal Ortam	Doğa Turizmi-Macera Seyahatleri- <i>Hüzün Turizmi</i>

Kaynak: Weiler, B. ve Hall, C. M. (1992). *Special Interest Tourism*. London: Belhaven Press.

Özel ilgi turizm çeşitleri çok farklı çeşitlerle farklı ortamlarda gerçekleştirilmektedir. Hüzün turizmi hem kentsel ortamda hem de doğal ortamda yapılabilecek turizm çeşidi olarak belirtilmektedir. Tanrısevdi ve Çavuş (2003: 15)'a göre, özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilen pek çok turizm çeşidinden ilgi

çekenleri kuş gözlemciliği turizmi, golf turizmi, yayla turizmi, av turizmi, kültürel miras turizmi, sağlık turizmi, festival turizmi, spor turizmi şeklinde sıralanmaktadır. Akoğlan Kozak ve Bahçe (2009: 137)' nin yaptığı sınıflandırmaya göre, özel ilgi turizmi dört bölümden oluşmaktadır:

Tablo 3: Özel İlgi Turizm Çeşitleri

Doğal	Kültür	Eğitim	Hobi
Botanik	<i>Hüzün</i>	Eğitim	Alışveriş
Çiftlik	Etnik	Gençlik	Av
Dağ	Festival	Kongre	Golf
Doğa	İpek Yolu		Kumar
Hava Sporları	İnanç		Macera
Kış-Kayak	Kültür		Mağara
Köy	Miras		Rafting
Kuş Gözlemciliği	Üçüncü Yaş		Seks
Su Sporları			Şarap
Tarım			Yat
Spa			
Trekking			
Yayla			

Kaynak: Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Uluslararası literatürde yoğun bir şekilde araştırma konusu olan hüzün turizmi, kültür turizm çeşidi kapsamında incelenmektedir.

1.4. Hüzün Turizmi

Hüzün turizmi Foley ve Lennon tarafından 1990'lı yıllarda uluslararası literatüre kazandırılan doğrudan ölüm veya ölümle dolaylı bir şekilde ilgisi olan turizm çekiciliklerini tanımlamaktadır (Dale ve Robinson 2011: 205; Cohen 2010: 193; Lennon ve Foley 1999: 46; Foley ve Lennon 1996: 199).

Hüzün turizmi, ölüm, felaket, üzüntü ve keder unsurlarını içeren destinasyonlara olan ziyaretleri kapsamaktadır (Smith ve Croy 2005: 199; Taillon 2009: 2-3; Stone 2005b: 1; Stone 2005a: 112; Foley ve Lennon 1997: 153; Lennon ve Foley 2000: 3-4; Dale ve Robinson 2011: 205; Dann ve Seaton 2001: 24; Wilson 2004: 13). Seaton, bu ziyaretleri "*Thanaturizm*" (Seaton 1996: 235), O'Rourke, "*Cehennemde Tatil*" (O'Rourke 1988: 3), Blom, "*Morbid Turizm*" (Blom 2000: 30),

Rojeck, “*Black-Spot Turizm*” (Yuill 2003: 3) ve Dann “*Ürkütücü*” (Dann 1994: 57), olarak tanımlamaktadır.

Uluslararası literatürde birçok araştırmaya konu olan karanlık turizm (dark tourism) kavramı, ulusal literatürde keder ve ölüm turizmi gibi farklı kavramlarla anlatılmaktadır. Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğü (2005: 950)’nde hüznün kavramı, gönül üzgünlüğü olarak açıklanmaktadır. Bu araştırma içerisinde hüznün, gönül üzgünlüğünü anlatması ve daha uygun olması sebebiyle, özel ilgi turizminin bu çeşidinin hüznün turizmi olarak adlandırılması uygun bulunmaktadır (Kılıç ve Akyurt 2011: 211).

Ölüm ve acı ile ilgili olan yerlere yapılan ziyaretler yeni bir kavram olmamakla birlikte bu turizm çeşidinin temeli antik dönemlere kadar uzanmaktadır (Stone 2005b: 1). Örneğin, Eski Yunanlıların ve Romalıların firavun mezarlarını ziyaret etmek için yaptıkları seyahatleri hüznün turizminin ilk örnekleri arasında yer almaktadır. Ayrıca, Boorstin’in 1964 yılında yapmış olduğu araştırmasında, İngiltere’deki ilk rehberli turun iki idam mahkumunun idamlarını izlemek amacıyla gerçekleştirilmiş olduğu belirtilmiştir (Stone ve Sharpley 2008: 574).

Keder, ölüm, acı ve ıstırap gibi unsurları taşıyan birçok destinasyon, önemli sayıda turist çekmektedir. Örneğin, 2011 yılında Auschwitz toplama kampını ziyaret edenlerin sayısının yaklaşık 1,4 milyon, Kennedy müzesini ziyaret edenlerin sayısının yaklaşık 350 bin ve New York-Ground Zero’yu ziyaret edenlerin sayısının 3,5 milyon olduğu belirtilmektedir (Kang vd. 2011: 1). Ayrıca, Avustralya ve Yeni Zelanda’dan gelen binlerce kişi Şafak Ayını kapsamında Gelibolu’yu her yıl ziyaret etmektedir (Hyde ve Harman 2011: 1343).

Tablo 4: Bazı Hüzün Turizmi Merkezleri ve Özellikleri

Merkezler	Özellikleri
Alamo Kalesi	San Antonio'da İspanyol din adamları tarafından kurulmuş olan Alamo kalesi, Teksas'ın Meksika'dan ayrılma savaşının simgesi haline gelmektedir.
Auschwitz-Birkenau	II. Dünya Savaşı döneminde kurulmuş en büyük toplama, zorunlu araştırma ve imha kampıdır.
Barents Denizi	K-141 Kursk, 12 Ağustos 2000 tarihinde Barents Denizi'nde yürüttüğü bir torpido eğitimi sırasında meydana gelen patlama sonucunda batmış, kazada denizaltının tüm mürettebatı hayatını kaybetmiştir. Bölgede sualtı ve hüzün turizmi turları gerçekleştirilmektedir
Bran Şatosu	Transilvanya'da olan Dracula'nın kalesidir.
Coronado Oteli	Otelin çalışanları ve konukları siyah giysili ve soluk benizli bir kadın silüetine rastladıklarını söylemektedir.
Cu Chi (Ku Çi) Tünelleri	Cu Chi Tünelleri'nde savaşma ve çalışma alanları, mutfak, uyuma yerleri, kadın ve çocukların saklandığı bölümler, Saygon nehrine açılan gizli çıkışlar bulunmaktadır.
Dachau Toplama Kampı	Mart 1933'te kurulan Dachau toplama kampı, Nazi Sosyalist Hükümeti tarafından kurulan ilk düzenli toplama kampıdır.
Doğu Eyalet İslahevi	Pennsylvania eyaletinin Philadelphia kentinde bulunan bu bina suçluların kendilerini ve dindarlıklarını sorgulamaları için yapılmıştır.
Easter-Paskalya Adası	Easter Adası'nda yer alan taş heykellerin, yerlilerin ruhlarla iletişim kuran ataları olduğuna inanılmaktadır.
Edinburgh Kalesi	İskoçya'nın en büyük turistik cazibe merkezlerinden biri olan bu kalede çok fazla hayalet olduğu söylenmektedir.
Graceland	1970'li yıllarda Elvis Presley'in oturduğu ev ve araziye verilen isimdir.
Ground Zero-Dünya Ticaret Merkezi	Amerika Birleşik Devletleri'nin New York kentinde Manhattan semtinde bulunan ve 11 Eylül 2001 terör saldırılarında yıkılan ticaret merkezidir.
Hiroşima	Dünya tarihine nükleer saldırıya maruz kalan ilk şehir olarak geçmiştir.
Kudüs Via Dolorosa	Hz. İsa'nın yürüdüğü yoldur.
Londra Kulesi	Kule, idam ve işkence merkezi, cephanelik, devlet hazinesi, hayvanat bahçesi, darphane ve gözlemevi olarak hizmet vererek, turistik bir cazibe merkezi haline gelmektedir.
Mancha Bataklığı	"Hayalet bataklık" olarak da bilinmektedir.

Mary King Kilisesi	17. yy.'da veba hastalarının içinde ölüme terk edildikleri bu kiliseyi ziyaret edenler, kollarına ve bacaklarına görünmez bir yaratığın dokunduğunu iddia etmektedirler.
Massada Kalesi	M.S. 73'te Romalıların İsrail'e karşı yaptıkları savaş ve kuşatma sonrası sadece yedi kişi kurtulmuştur.
Mutler Müzesi	Anatomi konusunda eğitim amaçlı kurulan müze, geniş kafatası koleksiyonuyla ünlüdür.
Nagasaki	9 Ağustos 1945'te dünyanın ikinci Atom bombası Fat Man (Şişman Adam) atılarak ilk anda 74.000'den fazla insanı katledilmiştir.
Paris Yeraltı Mezarlığı	Kafatasları ve kemiklerin üstüste yığıldığı bu mezarlıklardan garip sesler geldiği söylenmekte olup, önemli bir hüzün turizmi destinasyonudur.
Point Hicks Deniz Feneri	Birçok turist geceleri kaybolan korucunun bot seslerini duyduklarını iddia etmektedir.
Pompeii	İtalya'nın kısmi özerk bölgesi Campania'da, Napoli şehri yakınlarında bulunan ve hâlâ kısmen gömülü olan yıkıntı halindeki antik Roma kentidir.
Prenses Diana'nın Mezarı-Althorp Evi	Evin bahçesinde olan Diana'nın mezarını birçok yerli ve yabancı turist ziyaret etmektedir.
Srebrenitsa Katliamı	Srebrenitsa Katliamı ya da Srebrenitsa Soykırımı, Temmuz 1995'te yaşanan ve en az 8,372 Boşnak'ın Bosna-Hersek'in Srebrenitsa kentinde Sırp ordusu tarafından öldürülmesine verilen addır.
Sonora-Meksika Cadı Pazarı	Sonora Cadı pazarı, geleceklerini öğrenmek isteyen Meksikalı yolcular ve turistler tarafından ziyaret edilmektedir.
The Winchester House – California	Hayalet ev olarak bilinmektedir.
Truk Lagoon	Japon donanmasının büyük kısmı şu anda Hawaii takımadalarının güneydoğusundaki Truk lagününün derinliklerinde yatmaktadır.
Ukrayna-Çernobil	Çernobil reaktör kazası, bir deney sırasında meydana gelen 20. yy'ın ilk büyük nükleer kazasıdır. Çernobil Turları olarak turlar düzenlenmektedir.

Kaynak: Sharpley, R. (2009). Shedding Light On Dark Tourism: An Introduction. In R. Sharpley ve P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side Of Travel. Aspects Of Tourism Series* (pp. 3-23). UK: Channel View Publications; Yuill, S. (2003). *Dark Tourism Understanding Visitor Motivation At Sites Of Death And Disaster*. Unpublished Master's Thesis, A&M University, Texas.

İdam merkezi olan De La Guillotine-Fransa, Pearl Harbor Baskını-Oahu Adası, Normandiya Çıkarması-Omaha Plajı, Kennedy Müzesi-Boston, Morro Kalesi-Havana, Norfolk Adası-Kuzey Pasifik, Batepá Katliamı'nın gerçekleştiği destinasyonlar olan SaoTome ve Principe Adaları, Changi Plajı-Singapur, Çılgık Tüneli-Ontario, Highgate Mezarlığı-İngiltere, Tarihi Tokmak Hanı-İngiltere, Monte Cristo-Avustralya, Dominik Tepesi-Filipinler, Myrtles Plantasyonu-Amerika Birleşik Devletleri, Sibiryâ Ölüm Kampı ve Alcatraz Hapishanesi-San Francisco Körfezi gibi birçok destinasyon, hüzün turizmine örnek gösterilen önemli merkezler arasında sayılmaktadır (Strange ve Kempa 2003: 388; Lisle 2004: 3; Kaelber 2007: 28; Merrin 1999: 42; Henderson 2000: 276; Tarlow 2005: 48; Pike 2004: 173; Stone 2006: 150; Sharpley 2009: 3; Best 2007: 30).

Ulusal kültür değerleri incelendiğinde, Türkiye birçok hüzün turizminin gerçekleştirilebileceği destinasyonlara ev sahipliği yapmaktadır. Gelibolu-Çanakkale, Anıtkabir-Ankara, Sarıkamış-Kars, Başkomutan Tarihi Milli Parkı-Afyonkarahisar, Dolmabahçe Sarayı-İstanbul ve Ulucanlar Cezaevi-Ankara gibi hüzün turizmi destinasyonları mevcuttur.

Şekil 4: Hüzün Turizmi Dizisi

Ölüm ve Acı İle Doğrudan İlişkili Olan Alanlar					Ölüm ve Acı İle Dolaylı İlişkili Olan Alanlar
Eğitim					Eğlence
Tarih Merkezi					Miras Merkezi
Gerçek Canlandırma					Gerçek Olmayan Canlandırma
Gerçek Alan					Gerçek Olmayan Alan
Düşük Turizm Altyapısı					Yüksek Turizm Altyapısı

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

Hüzün turizmi kavramsal olarak birçok bölümde incelenmektedir. Şekil 4'te koyu renkle gösterilen bölümler ölüm ve acı ile doğrudan ilişkili olan destinasyonlara yapılan ziyaretleri temsil ederken, açık renkle gösterilen bölümler sembolik olarak hüzün turizminin gerçekleştiği ve diğer turizm çeşitleriyle birlikte sergilendiği destinasyonlar olarak incelenmektedir (Sharpley 2009: 21).

Siyah renkle gösterilen hüzün turizmi çeşidinin en belirgin örneği idamların izlenmesidir. Hüzün turizminin gerçekleştirildiği destinasyonlardan biri olan Auschwitz Toplama Kampı, hüzün turizmi kategorisinde koyu gri renkle gösterilen bölümde yer almaktadır. Romanya’da bulunan korku temalı parklar açık renkle gösterilen bölümde yer almaktadır (Sharpley 2009: 22).

Şekil 5: Zayıf ve Güçlü Hüzün Turizmi Elementleri

Zayıf Keder Turizmi Elementleri	Güçlü Keder Turizm Elementleri
Sadece ölüm motivasyonu değil, diğer motivasyonlar da vardır.	Sadece ölüm motivasyonu vardır.
Ziyaretçi tarafından ölüm bilinmektedir ve ölüme değer verilmektedir.	Ölüm ile ilgili her türlü çekicilikler mevcuttur.
Ölüm ile ilgili anıtları ziyaret etmek, örnek olarak verilmektedir.	Savaş alanlarını ziyaret etmek, felaket alanlarına ziyaret etmek, mezarları ziyaret etmek

Kaynak: Seaton, A. (1996) Guided By The Dark: From Thanatopsis To Thanatourism, *International Journal of Heritage Studies*, 2(4): 234-244.

Seaton’un 1996 yılında yapmış olduğu sınıflandırmada ölüm motivasyonun birebir yaşandığı hüzün turizmi merkezlerinde güçlü hüzün turizmi elementleri bulunmaktadır. Ölümü hatırlatan ölüm ile ilgili olan her çeşit turistik çekicilik mevcuttur. Zayıf turizm elementlerinin yer aldığı destinasyonları ziyaret eden turistlerin sahip olduğu motivasyonları hem ölümlle ilgili olup hem de tatil amaçlı olabilmektedir (Seaton 1996: 238).

1.4.1. Hüzün Turizmi Çeşitleri

Uluslararası literatürde araştırma alanı olarak hüzün turizmi, Tunbridge ve Ashworth, Dwork ve Van Pelt, Lennon ve Foley gibi çeşitli araştırmacılar tarafından incelenmiştir (Wight ve Lennon 2007: 521). Hüzün turizmi sahip olduğu çeşitli kavramsal farklılıklara rağmen, konunun temeli ölüm olaylarının yaşandığı ve şiddetin yer aldığı yerleri ziyaret etmektir (Mowatt ve Chancellor 2011: 9; Stone 2005a: 112; Wight 2006: 120). Hüzün turizminin sahip olduğu çeşitli yaklaşımlar doğrultusunda birbirinden farklı kategorilerde incelendiği görülmektedir (Seaton 1999: 131). Sharpley ve Stone’un yapmış oldukları araştırmalarında turistlerin

motivasyonlarına göre, hüzün turizmi aktiviteleri beş kategori altında incelenmektedir. Bunlar (Sharpley ve Stone 2009: 14-16):

- Ölüme şahitlik etmek ve ölümü izlemek için yapılan ziyaretler,
- Toplu ölümler ve bireysel ölümleri kapsayan yerlere yapılan geziler,
- Savaş anıtları, mezarlık, türbe veya mozole ziyaretleri,
- Ölüm veya felaket unsurlarının sergilendiği yerlere yapılan ziyaretler,
- Dehşet ve korkunç olayların sahnelendiği destinasyonlara yapılan ziyaretlerdir.

Ölüme tanıklık etmek üzere gerçekleştirilen ziyaretler hüzün turizmi çeşitlerinden birinci grubu oluşturmaktadır. Bu gruba, halkın izleyebileceği idamlar örnek gösterilmektedir (Seaton 1999: 131).

Hüzün turizmi çeşitlerinden ikinci grubu, bireysel veya toplu ölümlerin gerçekleştiği destinasyonlara yapılan ziyaretler oluşturmaktadır. Örneğin, Auschwitz ve Dachau toplama kampları (Beech 2000: 30), atılan atom bombasıyla 140.000 kişinin öldüğü Hiroşima ve 74.000 kişinin öldüğü Nagasaki, hüzün turizminin gerçekleştirildiği ikinci grupta yer alan destinasyonlar olarak gösterilmektedir.

Hüzün turizminin gerçekleştirildiği üçüncü grup ziyaretler; anıtlara, mezarlıklara, yeraltı mezarlıklarına, ölümlerin gömüldüğü kilise mahzenlerine, savaş anıtlarına ve temsili mezarlara yapılan ziyaretler olarak gerçekleştirilmektedir (Seaton 1999: 132). Anıtkabir'e yapılan ziyaretler, hüzün turizminin bu çeşidine örnek gösterilmektedir.

Hüzün turizminin dördüncü grup ziyaretlerini ölümle ilgili olan olaylara ait materyallerin, yapay kanıtların ve sembolik sunuların sergilendiği destinasyonlara yapılan ziyaretler oluşturmaktadır. Bu grubun içinde ölümcül silahlar, cinayetten suçlanmış olan mahkumların eşyaları vb. yer almaktadır. Bu grupta yer alan destinasyonlara, Londra Madame Tussaud Müzesi ve Washington'daki Soykırım Müzesi örnek olarak gösterilmektedir (Seaton 1999: 132).

Hüzün turizminin gerçekleştirildiği son çeşit ziyaretler, ölüm ile ilgili olayların canlandırıldığı destinasyonlara yapılan seyahatlerdir. Bu ziyaretler Avrupa'da

gerçekleştirilen çeşitli dini törenlerde oldukça yaygın bir şekilde yapılmaktadır. Bu ziyaretler kapsamında Hz. İsa'nın ölümünün canlandırılması veya Hristiyanlığa ait diğer önemli olayların canlandırılarak sergilenmesi yer almaktadır (Seaton 1999: 131).

Tablo 5: Hüzün Turizmi Kategorileri

Korku ve Tehlikeli Yerler	Korku Kasabaları Tehlikeli Destinasyonlar
Korku Evleri	Ölüm Zindanları Tiksindirici Oteller
Felaket Destinasyonları	Kanlı Savaş Destinasyonları Felaket Katliamları Kutlama Törenleri
Azap Turları	Kargaşa ve Cinayet Kötülüğüyle Bilinen Yerler

Kaynak: Dann, G. M. S. (1998). The Dark Side of Tourism, *Etudes et Rapports Centre International de Recherches et d'Etudes Touristiques, Aix-en-Provence, Serie L*, 14: 1-31.

Konu ile ilgili literatürde dil birliğinin bulunmamasından dolayı, hüzün turizmi çeşitlerini farklı gruplarda incelemek mümkündür. Stone (2005b: 2) tarafından yapılan araştırmaya göre, soykırım alanlarına yapılan ziyaretler, savaş alanlarına yapılan ziyaretler, mezarlıklara yapılan ziyaretler, köleliklerin yaşandığı destinasyonlara yapılan ziyaretler, ünlü kişilerin öldüğü alanlara yapılan ziyaretler ve hapisanelere yapılan ziyaretler olarak, hüzün turizmi çeşitlenmektedir.

Kendle (www.vagabondish.com)'ın yapmış olduğu araştırmaya göre, hüzün turizmini, savaş alanları seyahatleri, kıyamet günü seyahatleri, felaketlerin yaşandığı bölgelere seyahatler, yoksul halkların yaşadıkları bölgelere seyahatler, suçların ve trajik olayların gerçekleştiği bölgelere seyahatler olarak çeşitlendirmek mümkündür.

1.4.2. Savaş Alanları Turizmi

Turizm sahip olduğu kavramsal çerçeve olarak çevre, tarih ve miras gibi birçok çeşitten oluşmaktadır. Kültürel mirasın bir unsuru olan savaş, uzun vadeli sonuçları olan ve toplum üzerinde derin etkiler bırakan modern bir güvenlik sorunu olarak tanımlanmaktadır. Savaşların sebepleri ne olursa olsun her zaman yerli ve yabancı turistlerin hafızalarını ve faaliyetlerini etkilemektedir (Smith 1998: 204; Baldwin ve Sharpley 2007: 186).

Modern bir güvenlik sorunu olan savaşın birçok etkileri bulunmaktadır. Bu etkilerin en önemlilerinden biri de savaş alanlarıdır. Bu mekanlar hem tarihi bir bölge hem de önemli turizm potansiyeline ev sahipliği yapan destinasyonlar olarak belirtilmektedir. Çünkü bu alanlar savaşların önemine göre, turistlerin dikkatini çekerek savaş alanları turizmini oluşturmaya başlamıştır (Alaeddinoğlu ve Aliğaoğlu 2007: 215). Savaş alanları, askeri mezarlar, anıtlar ve savaşlarla ilgili diğer simgeler turistler tarafından oldukça ilgi görmektedir. Örneğin, 334 yılında Büyük İskender, Asya istilası sırasında önemli savaş alanlarından biri olan Truva'yı ve Achilles'in Anıtı'nı ziyaret etmiştir. Savaş alanlarına yapılan ilk organize turlar 1919 yılında Thomas Cook tarafından gerçekleştirilmiştir (Dunkley vd. 2010: 2).

Savaş alanları, son yıllarda önemli turizm destinasyonları arasında yer almakla birlikte hızlı büyüyen bir turizm fenomeni haline gelmiştir. Smith'in 1998 yılında yapmış olduğu araştırmasında, en önemli seyahat sebeplerinden birinin savaşlarla ilgili alanları ziyaret etmenin olduğu belirtilmiştir (Hall vd. 2010: 246; Moeller 2006: 20; Leopold 2007: 49).

Savaş alanları turizmi hüzün turizmi şemsiyesi altında bulunmaktadır. Savaş alanları, geleneksel turizm destinasyonlarına göre, turistlerin üzerinde daha derin duygusal izler bırakmaktadır (Prideaux 2007: 18). Birinci ve İkinci Dünya Savaşları, Waterloo Savaşı ve Pearl Harbour savaşlarını konu alan çalışmalar uluslararası literatürde yer almaktadır (Dunkley vd. 2010: 2; Cooper 2007: 73; Baldwin ve Sharpley 2007: 190; Lisle 2007: 340; Slade 2003: 780; Mayo 2011: 62). Günümüzde artan boş zaman ve yeni turizm eğilimleri, savaş alanlarına, bölgesel anlamda turizmin gelişmesine katkı sağlayan önemli bir rol yüklemektedir (Alaeddinoğlu ve Aliğaoğlu 2007: 224).

İKİNCİ BÖLÜM

YAPISAL EŞİTLİK MODELİ

İngilizce adıyla Structural Equation Modeling-SEM olarak adlandırılan Yapısal Eşitlik Modeli-YEM, ölçülebilen değişkenler ile ölçülemeyen değişkenlerin nedensel ve ilişkisel olarak tanımlanmasını sağlayan istatistiksel bir yaklaşımdır (Özkoç 2011: 3). Yapısal Eşitlik Modeli, sosyal ve davranış bilimlerinde problemlerin çözümünde faydalı bir yöntemdir (Jöreskog ve Sörbom 1982: 404; Zhuang vd. 2008: 799). Yapısal Eşitlik Modeli, teorilerin formüle edilmesi ve değişkenler arasındaki karmaşık ilişkileri bir model yardımıyla açıklanması amacıyla yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Yılmaz ve Çelik 2009: Önsöz).

Araştırmanın bu bölümünde, Yapısal Eşitlik Modeli'nin tanımı, tarihsel gelişimi, özellikleri, mantıksal çerçevesi, kullanılan değişkenleri, ölçüm ve yapısal model, ve Yapısal Eşitlik Modeli'nin analiz süreci hakkında kavramsal çerçeve çizilmiştir.

2.1. Yapısal Eşitlik Modeli Tanımı

Yapısal Eşitlik Modeli, son dönemlerde sosyal bilimlerde kullanılan en önemli veri analiz tekniklerinden biridir (Yılmaz ve Çelik 2009: Önsöz). Yapısal Eşitlik Modeli tek bir istatistik tekniği kapsamayan, birden fazla istatistiksel yöntemin bir arada kullanıldığı bir yöntemdir (Kline 2005: 9; Yoon ve Uysal 2005: 52).

Farklı tanımlar sayesinde Yapısal Eşitlik Modeli'ni daha net ve anlaşılır bir şekilde kavrayabilmek mümkündür:

➤ *“Yapısal Eşitlik Modeli, açık ve gizli değişkenler arasındaki nedensel ve korelasyonel ilişkilerin bir arada bulunduğu modellerin test edilmesi için kullanılan bir yaklaşımdır”* (Hoyle 1995: 15).

➤ *“Yapısal Eşitlik Modeli, değişkenlerin birbirileri ile olan ilişkilerinin sınanması için oluşturulan modellerin kalitesinin değerlendirilmesinde ve birbirleriyle uyumlarının yeterliliklerinin kıyaslanmasını sağlayan bir yöntemdir”* (Acar vd. 2009: 3).

- “Yapısal Eşitlik Modeli karmaşık ilişkilerin ortaya çıktığı durumlarda, karmaşık ilişkilerin açıklanması açısından yararlı bir metottur. Regresyon analizine benzemekle birlikte ölçüm hatalarını da dikkate alan güçlü bir istatistiksel tekniktir” (Ayyıldız ve Cengiz 2006: 67).
- “Yapısal Eşitlik Modeli, teorik olarak karmaşık problemlerin çözümünde kullanılan bir modeldir” (Pang 1996: 72).

2.2. Yapısal Eşitlik Modelinin Tarihçesi

Yapısal Eşitlik Modeli, orijinal olarak JKW (Jöreskog-Keesling-Wiley) modeli olarak bilinmektedir. 1973 yılında ilk hazır yazılım olan LISREL’in geliştirilmesiyle “Doğrusal Yapısal İlişkiler Modeli” olarak adlandırılmaktadır (Yılmaz ve Çelik 2009: 3).

Tablo 6: Yapısal Eşitlik Modelinin Tarihsel Süreci

Yıl	Kim Tarafından	Sonuç
1896	Karl Pearson	Regresyon Modelleri
1904-1927	Charles Spearman	Korelasyon Katsayısı-İlk Faktör Analizi
1940	Lawley ve Thurstone	Gözlemlenen Değişkenlerin Sağladığı Yapılar
1956	Howe, Anderson ve Rubin	Doğrulayıcı Faktör Analizi
1958	Lawley	Doğrulayıcı Faktör Analizi
1960	Sewell Wright	Path Analizi-Yol Modeli
1960	Karl Jöreskog	Doğrulayıcı Faktör Analizi Makalesi
1961-1966	Blalock, Boundon, Duncan	İlişkilendirilmiş Kısmi Korelasyon Metodu
1969	Land	Path Analizi
1970-1973	Jöreskog, Keesling, Wiley	İlk Genel Yapısal Eşitlik Modeli
1973	Jöreskog ve Thille	LISREL
1980	Bentler	Path Analizi
1984	Fox	Path Analizi
1987-1989	Bollen	Path Analizi
1999	-	LISREL Etkileşimli Sürümü

Kaynak: Yılmaz, V. ve Çelik, E. H. (2009). *Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi-I Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama*. Ankara: Pegem Akademi; Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.

Yapısal Eşitlik Modeli’nin tarihsel süreci incelendiğinde, yirminci yüzyılın başlarından itibaren Spearman, ilk faktör analizi ile ilgili araştırmalar yaparak, faktör modelini ortaya koymuştur (Schumacker ve Lomax 2004: 5).

Biyometrisyen olan Wright tarafından, path analizi geliştirilmiştir. Path analizi, gözlenen değişkenler arasındaki karmaşık ilişkilerin modellenmesi için regresyon analizini ve korelasyon katsayılarını kullanmaktadır. Path analizinde değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisine dayalı modeller bulunmaktadır. 1960 yılında Karl Jöreskog tarafından doğrulayıcı faktör analizi (DFA) metodunun nihai hali geliştirilmiştir (Yılmaz ve Çelik 2009: 2).

1960'lı yıllardan itibaren önemli sosyologlar Blalock, Boundon ve Duncan ilişkilendirilmiş kısmi korelasyon metodunu ve path analizini geliştirmişlerdir (Yılmaz ve Çelik 2009: 2). Günümüzdeki Yapısal Eşitlik Modeli uygulama yaklaşımları, 1970'li yılların başlarından itibaren; sosyal bilim araştırmacılarının ilgisini çekmiştir. Bilgisayar programlarının kullanılması ile Yapısal Eşitlik Modeli'ne olan ilgi artmıştır (Çokluk vd. 2010: 253).

Teknolojinin araştırmalarda kullanılmasının sonucunda, hazır yazılımları Yapısal Eşitlik Modeli uygulamalarında kullanmak gerekmektedir. Bu bağlamda AMOS, EQS, LISREL, RAMONA ve SEPATH gibi pek çok istatistik paket programında doğrulayıcı faktör analizi, çoklu regresyon, yol analizi, kovaryans yapı analizi gibi bazı özel durumlara ilişkin analizler yapılabilmektedir (Çokluk vd. 2010: 253; Yılmaz ve Çelik 2009: 3; Taşkın ve Akat 2010: 5).

2.3. Yapısal Eşitlik Modelinin Özellikleri

Yapısal Eşitlik Modeli sahip olduğu nitelikler sebebiyle birtakım özelliklere sahiptir:

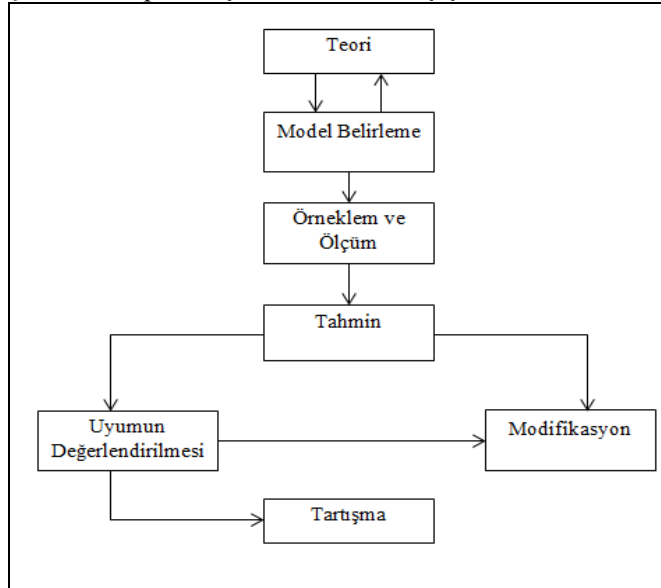
- *“Yapısal Eşitlik Modeli, doğrudan ölçülemeyen yapıları ve yapılar arasındaki ilişkileri betimlemektedir”* (Yılmaz ve Çelik 2009: 5).
- *“Yapısal Eşitlik Modeli, analizlerin eş zamanda yapılmasını sağlamaktadır”* (Li ve Harmer 2006: 147).
- *“Yapısal Eşitlik Modeli, tüm gözlenen değişkenlerdeki ölçümlerin olası hatalarını hesaba katmaktadır”* (Yılmaz ve Çelik 2009: 6).

- “Yapısal Eşitlik Modeli, kuramsal olarak varlığı kurulmuş olan ilişkilerin veri ile uyumunu doğrulamaktadır” (Meydan ve Şeşen 2011: 8).
- “Yapısal Eşitlik Modeli, farklı faktör yapılarını test edebilir ve farklı gruplarla karşılaştırma yaparak, hangisinden elde edilen verilerin daha uygun olduğunu belirlemektedir” (Ayyıldız ve Cengiz 2006: 72).
- “Yapısal Eşitlik Modeli, aynı anda çok fazla regresyon analizini yapmaktadır” (Taşkın ve Akat 2010: 3).
- “Yapısal Eşitlik Modeli, gizil değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesini sağlamaktadır” (Ayyıldız ve Cengiz 2006: 72).

2.4. Yapısal Eşitlik Modelinin Mantığı

Son yıllarda, Yapısal Eşitlik Modeli uygulamaları bilimsel araştırmaların ayrılmaz bir parçası konumuna gelmiştir (Blunch 2008: 23). Yapısal Eşitlik Modeli araştırmalarının en temel özelliği tamamen teorik yapıda olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede, araştırmacının veri toplamaya başlamadan önce mutlaka teorik bir temel oluşturması gerekmektedir (Şimşek 2007: 1).

Şekil 6: Yapısal Eşitlik Modeli Akış Şeması

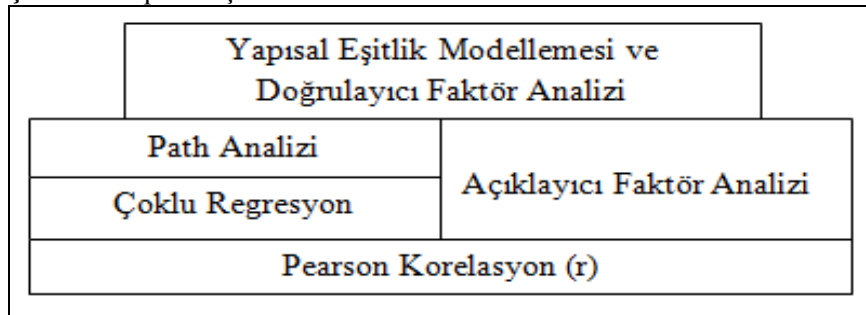


Kaynak: Kaplan, D. (2009). *Structural Equation Modeling. Foundations and Extensions*. California: Sage.

Yapısal Eşitlik Modeli'nin akış şemasına göre, ilk olarak araştırmanın temelini oluşturan teorik yapı belirlenmektedir. Modelin belirlenmesinin ardından araştırmanın örneklemeden ölçümler elde edilmektedir. Yapısal modelin test edilmesi ile uyumun değerlendirilmesi yapılmaktadır. Uyum değerlendirmesinin sonuçlarına göre, modifikasyon işlemi gerçekleştirilmektedir. Elde edilen sonuçların tartışılması ile Yapısal Eşitlik Modeli'nin uygulama süreci tamamlanmaktadır (Kaplan 2009: 9-10).

Yapısal Eşitlik Modeli, gözlenen değişkenler tarafından ölçülen gizil yapılar arasındaki nedensel ilişkiler ile ilgili olan araştırma problemlerini çözmek için pek çok bilimsel araştırmalarda kullanılmaktadır. Yapısal Eşitlik Modeli'nin gelişimi ve kavramsal çerçevesi ekonometri, istatistik ve psikolojide tarihsel olarak elde edilen bilimsel gelişmelerin meydana getirdiği bir piramit yardımıyla gösterilmektedir (Yılmaz ve Çelik 2009: 4):

Şekil 7: Yapısal Eşitlik Modeli Piramidi



Kaynak: Yılmaz, V. ve Çelik, E. H. (2009). *Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi-I Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama*. Ankara: Pegem Akademi.





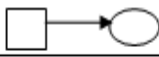
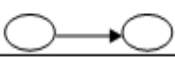
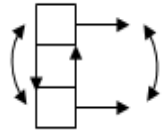
Yapısal Eşitlik Modeli içerisinde en sıklıkla karşılaşılan uygulamalar, gözlenen ve nedensel değişkenlerle path analizi ve doğrulayıcı faktör analizi uygulamalarıdır (Yener 2007: 59):

2.4.1. Gözlenen ve Nedensel Değişkenlerle Path Analizi

Gözlenen değişkenlerle path analizi, bir dizi değişken arasındaki ilişkilerin araştırılmasına olanak tanıyan istatistiksel bir yöntemdir. Bu analizlerde

araştırmacının temel problemi, literatürden yararlanarak ortaya koymuş olduğu bir modelin veri tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını belirlemektir (Yener 2007: 59). Path analizi, sosyal bilimlerde nedensellik ilişkilerini çeşitli yöntemler yardımıyla incelemek amacıyla yapılmaktadır (Kline 2005: 67; Güzeller 2006: 405). Yapısal Eşitlik Modeli'nde path diyagramı, araştırmacıya çıktıları görsel olarak inceleme olanağı sağlamaktadır (Haşlamam 2005: 51). Path diyagramının ana avantajı belirlenen varsayımsal ilişkilerin görsel olarak ifade edilmesidir. Path diyagramı sistem eşitliklerine ilişkin tüm bilgileri içermektedir (Yılmaz ve Çelik 2009: 9).

Şekil 8: Path Diyagramında Kullanılan Semboller

Semboller	Açıklama
	Gözlenen Değişkenler (x, y)
	Gizil Değişkenler
	Gizil Değişkendeki Hata
	Gözlenen Değişkenlerdeki Hata
	Gözlenen Değişkenlere Ait Regresyon Katsayısı
	Gizil Değişkenler Arasındaki Nedensel İlişki
	Çift Yönlü Oklar; Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar

Kaynak: Yılmaz, V. ve Çelik, E. H. (2009). *Lisrel İle Yapısal Eşitlik Modellemesi-I Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama*. Ankara: Pegem Akademi.

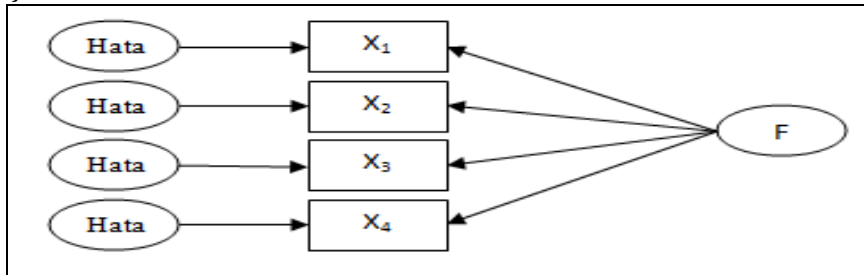
2.4.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi, geleneksel yöntemle yapılan faktör analizlerinden farklı olarak, daha önceden araştırmacı tarafından belirlenmiş bir faktöryel yapının doğrulanmasını test etmek amacıyla kullanılır. Doğrulayıcı faktör analizi ile yapılan araştırmalarda, ölçek maddeleri tarafından yapılandırıldığı düşünülen birden fazla nedensel değişkenin, bir başka nedensel değişken tarafından açıklandığı varsayılmakta ve bu varsayımın veriye uygunluğu test edilmektedir (Yener 2007: 60-61). Doğrulayıcı faktör analizinde, temel olarak farklı modellerin test edilebileceği belirtilmektedir (Meydan ve Şeşen 2011: 21).

Tek Faktörlü Model

Gözlenebilen tüm değişkenler tek bir faktör altında toplanmaktadır (Meydan ve Şeşen 2011: 22).

Şekil 9: Tek Faktörlü Model

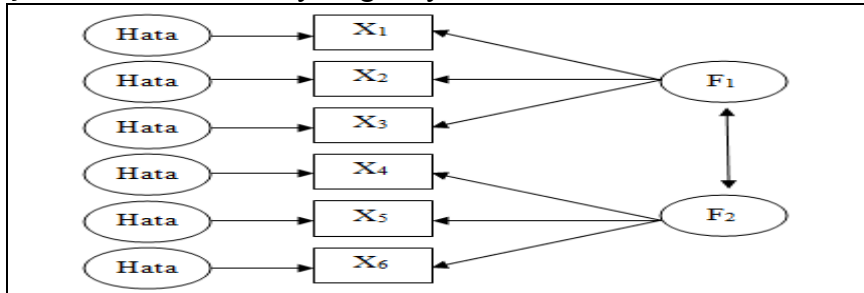


Kaynak: Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş. Amos Uygulamaları*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Birinci Düzey Doğrulamalı Faktör Analizi

Gözlenen değişkenlerin birden fazla birbirleriyle bağlantısız faktör altında toplandığı model olarak tanımlanmaktadır (Meydan ve Şeşen 2011: 23).

Şekil 10: Birinci Düzey Doğrulamalı Faktör Analizi

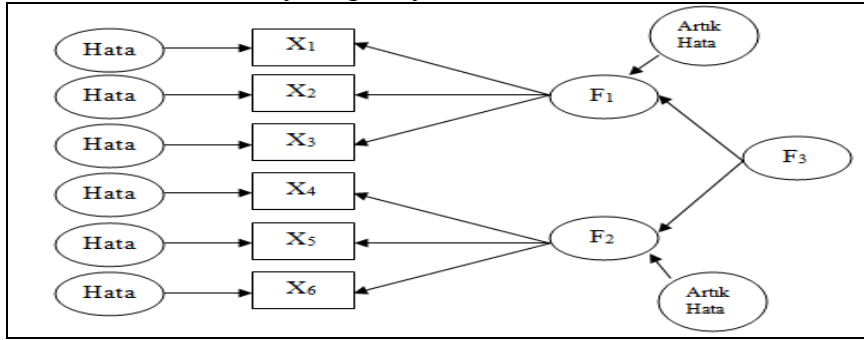


Kaynak: Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş. Amos Uygulamaları*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

İkinci Düzey Doğrulamalı Faktör Analizi

Gözlenen değişkenlerin birden fazla birbiriyle bağlantısız faktör altında toplandığı ve bu faktörlerin daha geniş ve kapsayıcı bir faktör altında birleştiği model olarak tanımlanmaktadır (Meydan ve Şeşen 2011: 24).

Şekil 11: İkinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi



Kaynak: Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş. Amos Uygulamaları*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

2.4.3. Gizil-Gözlenen Değişkenler, Bağımlı-Bağımsız Değişkenler, Dışsal-İçsel Değişkenler

Gizil değişkenler ile gözlenen değişkenler arasındaki farklılık, Yapısal Eşitlik Modeli'nin kullanımında yer alan en önemli konulardan biridir (Yılmaz ve Çelik 2009: 11). Gözlenen değişkenler Yapısal Eşitlik Modeli içeriğinde göstergeler olarak ifade edilmektedir ve bu değişkenler araştırmacının doğrudan ölçtüğü ya da gözlediği değişkenlerdir.

Gizil değişkenler, Yapısal Eşitlik Modeli'nin en önemli kavramlarından biridir ve araştırmacıların ilgilendikleri zeka, güdü, duygu ve tutum gibi soyut kavramlar ya da psikolojik yapılara karşılık gelmektedir (Haşlamam 2005: 51). Bu bağlamda tüm gizil değişkenler bir ya da birden fazla gözlenen değişkenlere bağlı olmaktadır. Gizil değişkenin ölçülebilmesini sağlayan, onu tanımlayan gözlenen değişkenler neticesinde mümkün olmaktadır (Meydan ve Şeşen 2011: 10).

Bağımlı değişkenler modelin içerisinde bulunan diğer değişkenlerden etkilenen değişkenler, bağımsız değişkenler modelin içerisindeki diğer değişkenlerden etkilenmeyen değişkenler olarak tanımlanmaktadır (Schumacker ve Lomax 2004: 3).

Yapısal Eşitlik Modeli literatüründe değişkenler, dışsal değişkenler ve içsel değişkenler olarak da incelenmektedir. Dışsal değişkenler, modelde başka hiçbir değişken tarafından açıklanmayan değişkenlerdir. İçsel değişkenler modelde başka bir değişken ya da değişkenler tarafından açıklanan değişkenlerdir (Şimşek 2007: 17).

Yapısal Eşitlik Modeli'nde kullanılan matris isimleri ve tanımları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir (Sümer 2000: 58):

Tablo 7: Yapısal Eşitlik Modelinde Kullanılan Değişken ve Matrisler

Tanım	İsim	Sembol
Dışsal Gizil Değişken	Ksi	Ξ
İçsel Gizil Değişken	Eta	H
Dışsal Gizil Değişkenlerle İçsel Gizil Değişkenler Arasındaki İlişki Miktarı	Gama	Γ, γ
İçsel Gizil Değişkenler Arasındaki İlişki Miktarı	Beta	B
Gizil Değişkenlerle Gözlenen Değişkenler Arası İlişki Miktarı	Lamda	Λ
İçsel Gizil Değişkenlerin Hatası	Zeta	Z
İçsel Gizil Değişkenleri Tanımlayan Gözlenen Değişkenlerin Hatası	Epsilon	E
Dışsal Gizil Değişkenleri Tanımlayan Gözlenen Değişkenlerin Hatası	Delta	Δ
Dışsal Gizil Değişkenler Arası İlişki Miktarı	Phi	Φ
İçsel Gizil Değişken Hatası Varyans Kovaryans Matrisi	Psi	Ψ
İçsel Gizil Değişkenleri Tanımlayan Gözlenen Değişkenlerin Hatası Varyans Kovaryans Matrisi	Theta	Θ_{ϵ}
Dışsal Gizil Değişkenleri Tanımlayan Gözlenen Değişkenlerin Hatası	Theta	Θ_{δ}
Varyans Kovaryans Matrisi	Delta	Δ
Kovaryans matrisi	Sigma	σ
Örneklem Kovaryans Matrisi		S
Evren (Popülasyon) Kovaryans Matrisi		$\Sigma^{(\theta)}$
İçsel Gizil Değişkenleri Tanımlayan Gözlenen Değişkenler		Y
Dışsal Gizil Değişkenleri Tanımlayan Gözlenen Değişkenler		X

Kaynak: Sümer, N. (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri, *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6):49-74; Yılmaz, V. ve Çelik H. E. (2009). *LISREL ile Yapısal Eşitlik Modellemesi-1*. Ankara.

2.4.4. Ölçüm Modeli

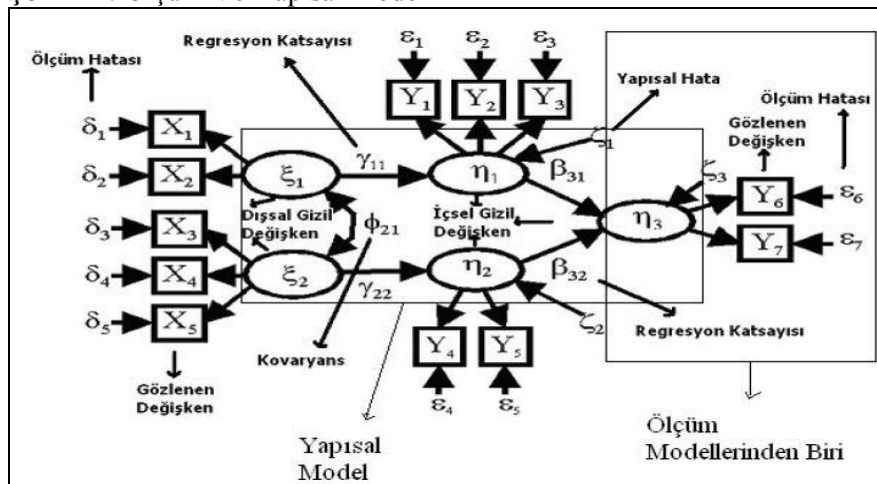
Bir Yapısal Eşitlik Modeli, ölçüm modeli ve yapısal model olarak iki kısımdan meydana gelmektedir. Ölçüm modeli gizil değişkeni gözlemlenen gösterge değişkenlere bağlar, yapısal model ise gözlenemeyen değişkenler ile nedensel değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirler (Baldemir vd. 2009: 50). Ölçüm modeli, gizil değişkenlerin veya kuramsal yapıların gözlenen değişkenlere nasıl bağlı olduğunu incelemektedir (Yılmaz 2004: 80). Ölçüm modeli, genel modelin tamamlayıcı bir parçasıdır. Ölçüm modeli, gizil değişkenlerin ve bütün korelasyonel ilişkilerin hesaplandığı modeldir. Bu model, Yapısal Eşitlik Modeli'nin başlangıç modelidir (Çokluk 2010: 262). Ölçüm modelinin uyum istatistiklerinin tatminkar olmaması

durumunda, gerekli değişiklikleri yapmadan Yapısal Eşitlik Modeli'nin analizine geçmenin bir anlamı olmamaktadır (Sümer 2000: 64).

2.4.5. Yapısal Model

Yapısal model, gizil değişkenler arasındaki nedensel ilişkileri belirlemektedir (Yılmaz 2004: 80). Yapısal model araştırmacının sınamak istediği modeldir. Yapısal modelin ölçüm modelinden en önemli farkı, gizil değişkenler arasındaki ilişkilerin örüntüsünün ve yönünün tanımlanmasıdır (Haşlaman 2005: 51). Yapısal model, bağımsız gizil değişkenlerin bağımlı gizil değişkenler üzerindeki etkisini göstermektedir (Özkoç 2011: 11). Yapısal modelde gizil bağımlı değişken sayısı kadar yapısal eşitlik bulunmaktadır (Schumacker ve Lomax 2004: 204).

Şekil 12: Ölçüm Ve Yapısal Model



Kaynak: Ayyıldız, H. ve Cengiz, H. (2006). Pazarlama Modellerinin Tespitinde Kullanılabilecek Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 11(1): 63-84.

2.5. Yapısal Eşitlik Modelinin Analiz Süreci

Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak gerçekleştirilen model sınaması işlemi, model belirleme, modeli tanımlama, hesaplama, modelin istatistiksel uygunluğu ve gerektiğinde modelde modifikasyonlar yapmayı içeren birçok aşamalı bir süreçten oluşmaktadır (Sümer 2000: 54; Eroğlu 2003: 292; Çokluk vd. 2010: 256).

2.5.1. Modelin Belirlemesi

Yapısal Eşitlik Modeli'nde en önemli adım modeli belirlemektir. Model belirleme, hangi gözlenen değişkenin hangi gizil değişkene yüklenmesi gerektiği ve gizil değişken sayısının belirlenmesi ile ilgilidir. Bu kapsamda önemli olan, doğrulamayı sağlayacak önemli özgünlüğe sahip gizil değişken sayısına sahip olmaktır (Floyd ve Widaman 1995'ten aktaran Çokluk vd. 2010: 265).

2.5.2. Model Tanımlanması

Kovaryans matrisinin hesaplanması ve modelin sınanması ancak önerilen modelin tanımlanması ile mümkün olmaktadır. Modeldeki her bir parametre için tek bir sayısal çözüm varsa ya da sayısal bir değer verilebiliyorsa model tanımlanmış olarak kabul edilmektedir (Sümer 2000: 58-59).

2.5.3. Hesaplama

Modelin betimlenmesi ve tanımlanmasından sonra, eldeki veri üzerinden model parametreleri hesaplanmaktadır. Bu hesaplama işleminde faktör analizlerine benzer şekilde çeşitli yöntemler uygulanmaktadır. Model parametrelerinin sağlanmasında LISREL, AMOS ve EQS gibi bilgisayar programları kullanılmaktadır (Haşlaman 2005: 53).

2.5.4. Modelin İstatistiksel Uygunluğu

Yapısal Eşitlik Modeli'nde uyumun değerlendirilmesi, kullanılan paket programa göre değişmektedir. Yapısal Eşitlik Modeli sınanmasında kullanılan farklı istatistik programları farklı sayıda ve çeşitte uyum istatistiği vermektedir.

LISREL paket programı, araştırma modelinin veriye uyumunun farklı yönlerini farklı ölçütler temelinde değerlendiren 15 farklı uyum istatistiği vermektedir. Bunlar üç grupta toplanmaktadır: Ki Kare (χ^2) Uyum testi (Chi-Square Goodness of Fit), İyilik Uyum İndeksleri (Goodness of Fit) ve Karşılaştırmalı Uyum İndeksleridir (Comparative Fit Indices) (Sümer 2000: 60).

Tablo 8: Kullanılan Uyum İndeksleri

Uyum Ölçütleri	Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2	$0 \leq \chi^2 \leq 2sd$	$2sd \leq \chi^2 \leq 3sd$
P değeri	$0.05 \leq p \leq 1$	$0.01 \leq p \leq 0.05$
χ^2/sd	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 \leq \chi^2/sd \leq 3$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$
NNFI	$0.97 \leq NNFI \leq 1.00$	$0.95 \leq NNFI \leq 0.97$
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1.00$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$

Kaynak: Yılmaz, V. ve Çelik, E. H. (2009). *Lisrel İle Yapısal Eşitlik Modellemesi-I Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama*. Ankara: Pegem Akademi.

Tablo 9: Uyum İndekslerinin Açıklanması

Uyum İndeksleri	Açıklaması
Ki Kare İndeksi	Orijinal değişken matrisinin varsayılan matristen farklı olup olmadığını test etmektedir. Bu testte normal Ki Kare testinin tersi olarak Ki Kare değerinin mümkün olduğunca düşük olması beklenmektedir.
Göreceli Ki Kare İndeksi	Serbestlik derecesi Ki Kare testinde önemli bir ölçüttür. Bu değer 3'den küçük olması beklenmektedir.
RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü)	RMSEA ana kütledeki yaklaşık uyumun bir ölçümüdür. RMSEA değerinin 0.05'ten küçük veya eşit olması iyi bir uyumu, 0.05 ile 0.08 arasında olması yeterli bir uyumu, 0.08 ile 1 arasında olması ise, vasat bir uyum olduğunu göstermektedir.
SRMR (Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü)	Model, 0.05'den düşük bir SRMR değeri almışsa iyi uyum, 0.05 ile 0.10 arasında bir SRMR değeri almışsa kabul edilebilir uyum içerisinde olduğunu göstermektedir.
GFI (Uyum İyiliği İndeksi)	GFI, varsayılan modelce hesaplanan gözlenen değişkenler arasındaki genel kovaryans miktarını göstermektedir. GFI değeri 0 ile 1 arasında değişmektedir.
AGFI (Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi)	Örnekleme sayısının özellikle büyük olduğu durumlarda AGFI daha temsili bir uyum indeksidir. AGFI değeri 0-1 arasındadır. Bu değer 1'e ne kadar yaklaşırsa model uyumu o kadar iyi olmaktadır.
CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)	Mevcut modelin uyumu ile gizil değişkenler arası korelasyonu ve kovaryansı yok sayan sıfır hipotez modelinin uyumunu karşılaştırmaktadır. 0 ile 1 arasında değerler almaktadır ve yüksek değerler iyi uyumun göstergesi olmaktadır.

NFI (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)	NFI, varsayılan modelin temel ya da sıfır hipoteziyle olan uygunluğunu araştırmaktadır. 0-1 arasında değişen değerler almaktadır.
NNFI (Normlaştırılmamış Uyum İndeksi)	0.97 ile 1 arasında NNFI değerine sahip bir modelin iyi uyum içinde olduğu, 0.95 ile 0.97 arasında NNFI değerine sahip bir modelin kabul edilebilir uyum içinde olduğu belirtilmektedir.
PGFI (Tutarlı Uyum İyiliği İndeksi) Ve PNFI (Tutarlı Normlaştırılmış Uyum İndeksi)	PGFI ve PNFI'nın her ikisi de sıfır ile bir aralığında değerler almaktadır ve yüksek değerler daha iyi bir uyumun göstergesi olmaktadır.

Kaynak: Yılmaz, V. ve Çelik, E. H. (2009). *Lisrel İle Yapısal Eşitlik Modellemesi-I Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama*. Ankara: Pegem Akademi.

2.5.5. Modelin Modifikasyonu

Yapısal Eşitlik Modeli'nin analizlerinde en çok incelenen bir başka değerler grubunu da Modifikasyon İndeksleri (MI) oluşturmaktadır. Modifikasyon İndeksleri, gösterge ve gizil değişkenler arasındaki kovaryansa bakarak araştırmacıya modele ilişkin ayrıntılı olarak modifikasyonlar önermektedir. Bu modifikasyonlar genellikle hata matrisleri temelinde oluşturulur ve modelde orjinal olarak öngörülme, ancak eklenmesi ya da çıkarılması durumunda modelde kazanılacak Ki Kare miktarını göstermektedir. Modifikasyonlar göstergeler ya da gizil değişkenler arasında önerilen yeni bağlantılardan, bu değişkenler arasında eklenmesi önerilen hata kovaryanslarına kadar birçok parametreyi kapsamaktadır (Haşlamam 2005: 55).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HÜZÜN TURİZMİNİN İÇ TURİZME (İÇ TURİZM TALEBİNE) ETKİSİ: ÇANAKKALE ÖRNEĞİ

Bu bölümde araştırmanın amacına, önemine, yöntemine, araştırmanın hipotezlerine ve veri toplama sürecine ait bilgilere yer verilmiş olup, elde edilen bulgular doğrultusunda veriler analiz edilerek yorumlanmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Hüzün turizmi ölüm, acı ve keder duygularının birebir yaşandığı veya sembolik olarak bu duyguların temsil edildiği destinasyonlara yapılan ziyaretler şeklinde tanımlanmaktadır. Türkiye sahip olduğu tarihi ve kültürel miras kaynakları sayesinde, hüzün turizminin gerçekleştirildiği birçok destinasyona sahiptir. Bu destinasyonların en önemlilerinden biri Çanakkale'dir.

Tablo 10: Yerli Turist Sayısı

Yıllar	Gelen Yerli Turist Sayısı	
	Giriş	Geceleme
2005	180.830	252.324
2006	219.248	301.372
2007	180.108	287.504
2008	192.440	325.365
2009	183.745	280.026
2010	210.434	336.923

Kaynak: Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-2011

Araştırmanın amacı, Çanakkale'ye gelen yerli turistlerin seyahate ilişkin özelliklerinin Yapısal Eşitlik Modeli yardımıyla incelenmesidir. Ayrıca, bu araştırma hüzün turizmi destinasyonu olarak Çanakkale'nin hüzün turizmi potansiyelinin daha fazla kullanılması açısından bölge yöneticilerine, genel müdürlüklere ve tanıtım merkezlerine yatırım, tanıtım ve koruma konularında yardım sağlaması açısından önemlidir. Yapılan bu araştırmanın ulusal ve uluslararası turizm literatürüne katkı yapacağı düşünülmektedir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın temel verilerini birincil veriler oluşturmaktadır. Birincil veriler, araştırmanın amacına uygun olarak gözlem, görüşme veya anket aracılığıyla toplanan verilerdir (Yüksel ve Yüksel 2004: 41). Yapılan ulusal ve uluslararası literatür taraması ile birincil veriler desteklenmiştir. Araştırmanın temel verilerinin birincil verilerden oluşmasından dolayı seçilen örnekleme uygulanmak üzere anket veri toplama yöntemi uygulanmıştır.

Yerli turistlerin demografik bilgileri, çekici-itici faktörler, yerli turistlerin seyahatlerindeki memnuniyet ve sadakat düzeylerinin yanıtları SPSS 14 programında analiz edilerek incelenmiştir. Araştırma modelinin ve hipotezlerinin incelenmesi amacıyla LISREL 8.54 paket programı kullanılmıştır.

Araştırmanın sağlıklı yapılabilmesi için dikkatli ve eleştirel bir literatür taraması gerekmektedir. Sahip olunan yeterli bilgi sayesinde araştırmanın ne anlama ve öneme sahip olduğu ortaya koyulmaktadır (Altunışık vd. 2010: 50). Bu bağlamda araştırmanın yöntemini destekleyici nitelikte ikincil verilerden yararlanılmıştır. Yapılan araştırmanın konusu ile ilgili ulusal ve uluslararası literatür incelenmiştir.

3.2.1. Araştırmanın Evreni-Örnekleme

Araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneğini seçtiği veya elde ettiği sonuçları genelleştireceği gruba evren adı verilmektedir. Evren çok geniş bir coğrafi alanı kapsayabileceği gibi, istenildiği kadar daraltılması mümkündür. Örneklem, bir araştırma için seçildikleri büyük grubu temsil edebilecek şekilde, grup içerisinde belli sayıda elemandan oluşan, alt elemanlar grubudur (Altunışık vd. 2010: 130-131).

Araştırmanın örnekleme, basit tesadüfi örnekleme yoluyla elde edilmiştir. Basit tesadüfi örnekleme, her elemanın eşit ve bağımsız seçilme şansı olduğu örneklemedir (Altunışık vd. 2010: 140). Araştırmanın evreni Çanakkale destinasyonuna 2011 yılında gelen yerli turist sayısı, araştırmanın örneklemini 2011 yılı Temmuz ayında Çanakkale'ye gelen yerli turist sayısı oluşturmaktadır.

Tablo 11: Evren Büyüklüğü

Zaman - Yıllar	Sayı (Kişi)
2007	180.108
2008	192.440
2009	183.745
2010	210.434

Kaynak: Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-2011

Tablo 12: Örneklem Veri Büyüklüğü

N	n	N	n	N	n	N	n	N	n
10	10	160	113	750	254	2000	322	15000	375
20	19	170	118	800	260	2200	327	20000	377
30	28	180	123	850	265	2400	331	30000	379
40	36	190	127	900	269	2600	335	40000	380
50	44	200	132	950	274	2800	338	50000	381
60	52	250	152	1000	278	3000	341	75000	382
70	59	300	169	1100	285	3500	346	100000	384
80	66	350	185	1200	291	4000	351	1000000	384
90	73	400	196	1300	297	4500	354	10000000	384
100	80	450	212	1400	302	5000	357		
110	86	500	217	1500	306	6000	361		
120	92	550	226	1600	310	7000	364		
130	97	600	234	1700	313	8000	367		
140	103	650	242	1800	317	9000	368		
150	108	700	248	1900	320	10000	370		

(N=Evren Büyüklüğü n=Örneklem Veri Büyüklüğü)

Kaynak: Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık.

Tablo 11 ve 12'den anlaşılacağı üzere, araştırma için kullanılacak örneklem sayısının 384 olması öngörülmektedir. Ayrıca, Yapısal Eşitlik Modeli'ni araştırmalarında konu alan uzmanlar, seçilecek örneklem hacminin 200-500 arasında olması gerektiğini belirtmektedir (Kline 1994: 111). Bu bilgi doğrultusunda araştırmanın örneklem büyüklüğü 400 olarak belirlenmiştir.

3.2.2. Anket Formunun Hazırlanması

Araştırmanın çeşidi ne olursa olsun, birincil kaynak kullanma gerektiğinde başlıca üç veri toplama yöntemi mevcuttur. Bunlar anket, gözlem ve mülakattır (Altunışık vd. 2010: 77-78). Araştırmanın konusuna ve istenilen örnekleme ulaşma konusunda anket veri toplama yöntemi tercih edilmiştir. Anket, cevaplandırıcının

daha önce belirlenmiş bir sıralamada ve yapıda oluşturulan sorulara karşılık vermesiyle veri elde etme yöntemidir (Altunışık vd. 2010: 78).

Anket süreci aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır (Altunışık vd. 2010: 79):

- Problemin ifade edilmesi,
- Deneklerin seçilmesi,
- Soru formunun düzeltilmesi,
- Soru formunun geçerliliğinin sorgulanması,
- Formun dağıtılması,
- Takip araştırmalarının yapılması,

Araştırmada kullanılan anket formu altı bölümden oluşmaktadır:

Birinci bölümde, yerli turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 12 adet soru sorulmuştur. Bu sorular yerli turistlerin cinsiyetini, yaşını, medeni halini, eğitimini, mesleğini, aylık gelirini, yaşadığı şehri, seyahate kiminle birlikte çıktığını ve seyahate ilişkin özelliklerini incelemek amacıyla anket formunda yer almıştır.

İkinci bölümde, 33 adet ifade yer almış olup; destinasyonun çekici faktörleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu ifadeler Çanakkale'nin sahip olduğu tarihi, doğal ve kültürel çekiciliklerden oluşmaktadır.

Anket formunun üçüncü bölümünde itici faktörlerin belirlenmesine yönelik 23 adet ifade bulunmaktadır. İtici faktörler, yerli veya yabancı turisti seyahat etmeye iten temel nedenlerdir. Anket formunun dördüncü bölümünde yerli turistlerin yapmış oldukları seyahatlerinin memnuniyet ve sadakat düzeylerini ölçmeye yönelik 14 adet ifadeye yer verilmiştir.

Destinasyon seçimi nedenini belirlemeye yönelik 3 adet ifade, anket formunun beşinci bölümünde yer almaktadır. Ayrıca, destinasyon genel memnuniyet düzeyini ölçmeye yönelik 1'den 10'a kadar rakamsal olarak derecelendirilmiş ifade ile araştırmanın anket formu tamamlanmıştır.

Araştırmanın anketi, konu ile ilgili ulusal ve uluslararası literatür kaynakları incelenerek geliştirilmiştir. Verilerin toplanmasında, Valle vd. (2006: 31), Kim vd. (2003: 174), Baloglu ve Uysal (1996: 35), Klenosky (2002: 390) ve Kaya (2006: 102-105)'nın araştırmalarındaki anket formları, araştırmanın amacına uygun bir şekilde uyarlanarak kullanılmıştır.

Anket formunu oluşturan tüm sorular çoktan seçmeli ve kapalı uçlu soru formlarından oluşmaktadır. Araştırmada ölçek türlerinden çoklu ölçek gruplarından biri olan Likert ölçeği kullanılmıştır. Likert ölçeği, 5'li şekilde ifade edilerek; ölçekte bulunan ifadeler (1) Hiç Katılmıyorum (2) Katılmıyorum (3) Kararsızım (4) Katılıyorum ve (5) Tamamen Katılıyorum yargılarıyla eşleşmektedir.

3.2.3. Ön Uygulama

Ön uygulama, ankette yer alması muhtemel hataları önlemek için anketin, anket yapılacak kişilere dağıtılmadan önce belli sayıda kişiye uygulanmasıdır. Bu bağlamda araştırmacının anketteki muhtemel hataları düzeltme şansı olmaktadır. Ön uygulama ile birlikte cevaplayıcıların soruların anlaşılması bakımından bir sıkıntının olmadığı belirlenmektedir. Ön uygulama sonucunda anketin yaklaşık ne kadar zamanda doldurulabileceği, incitici soruların varlığı, hangi soruların gereksiz olduğu gibi konularda da fikir edinmek mümkün olmaktadır (Çokluk vd. 2010: 90-91).

Güvenilirlik analizi için denek sayısının 50 veya 50'den fazla olmasının gerekmesi (Ural ve Kılıç 2005: 258) sebebiyle bu araştırma için ön uygulama araştırması araştırmacının kendisi tarafından 01-07 Temmuz tarihleri arasında, Çanakkale destinasyonunu ziyaret eden 50 yerli turist üzerinde gerçekleştirilmiştir. Veri toplama esnasında yüzyüze bir şekilde anketler cevaplatılmıştır. Ön uygulamada anketlerin yüzyüze cevaplanması nedeniyle anket sorularının içeriği açısından değerlendirme dışı bırakılan olmamıştır.

Ön uygulama aşamasında yerli turistlerle birebir gerçekleştirilen anketler, 8-10 dakika arasında zaman harcanarak cevaplatılmıştır. Anlaşılmayan ifadeye rastlanılmamış olup, anket formunda herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.

3.2.4. Güvenilirlik ve Geçerlik

Güvenilirlik bir testin veya ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesidir. Bir test veya ölçek ne kadar güvenilir ise, ondan elde edilen veriler o derece güvenilirdir. Güvenilir olmayan bir ölçekle elde edilen veriler faydasızdır (Çokluk vd. 2010: 122).

Ölçme aracını oluşturan ifadelerin birbirleriyle tutarlılık gösterip göstermediği, aralarındaki ilişkinin ölçülmesiyle ortaya çıkmaktadır. Güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arasında değerler almaktadır. Bu değer 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artmaktadır. Güvenilirlik analizi için birçok model geliştirilmiştir (Ural ve Kılıç 2005: 258). Bu araştırma içerisinde Cronbach Alfa Model'i (Büyüköztürk 2009: 171) ile güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Tablo 13: Cronbach Alpha Değeri

0.00 < a < 0.40	Ölçek Güvenilir Değil
0.40 < a < 0.60	Ölçek Düşük Güvenilirlikte
0.60 < a < 0.80	Ölçek Oldukça Güvenilir
0.80 < a < 1.00	Ölçek Yüksek Güvenilirlikte

Kaynak: Arıkan, R. (2011). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Nobel Dağıtım.

Araştırmada anket formunda kullanılan 73 adet ifadeye güvenilirlik testi yapılmıştır.

Tablo 14: Güvenilirlik Analizi

Cronbach Alpha	Cronbach's Alpha ile Temellendirilmiş Standart Öge	n
0,923	0,917	73

Güvenilirlik testi sonucunda elde edilen sonuçlardan, araştırmanın analizlerinin yapılması ve araştırılması hususunda güvenilirlik sorununun olmadığı belirlenmektedir.

Geçerlik, bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özelliklerle karıştırmadan, doğru ölçebilme derecesidir. Geçerlik, bir ölçme aracının kullanıldığı amaca hizmet etme derecesi olduğundan, ölçme araçlarından elde

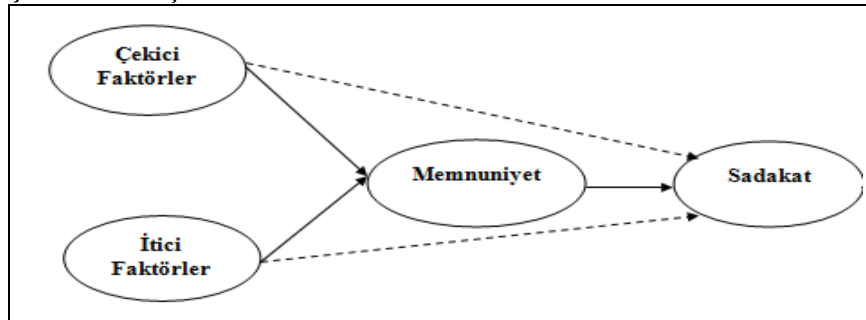
edilecek ölçümler hangi amaçla kullanılacaksa ölçme geçerliği de o amaca bağlı olarak değişecektir (Ercan ve Kan 2004: 214).

Geçerlik, araştırma sorularının doğruluğu ile ilgilidir. Güvenilir ve geçerli ölçüm araçlarının gelişimi ve kullanılması, güvenilir bilgilerin üretilmesinde önemlidir. Geleneksel olarak, geçerlik kavramını elde etmenin güç olması sebebiyle, güvenilirlik üzerinde daha fazla durulmaktadır (Yüksek ve Yüksel 2004: 15).

3.3. Araştırmanın Temel Modeli ve Hipotezleri

Hipotez, araştırmacının araştırmaya başlamadan önce, ön gözlemlerden, olayların irdelenmesinden, kaynak incelemeleri ve tecrübelerden yola çıkarak yürütülen tahmin olarak ifade edilebilmektedir. Bir araştırmada mutlaka hipotezlerin bulunması gerekmemektedir. Araştırmacı kaynak taramasına başlamadan önce belli ve genel hipotezlerle yola çıkmaktadır. Kaynak taraması yapıldıkça, bu hipotezler belli süzgeçlerden geçirilir ve nihai şekillerini almaktadır (Altunışık vd. 2010: 55). Araştırmanın modeli, uluslararası literatür kaynaklarından uyarlanarak oluşturulmuştur.

Şekil 13: Araştırmanın Kavramsal Modeli



Kaynak: Baloglu, S. ve Uysal, M. (1996). Market Segments Of Push And Pull Motivations: A Canonical Correlation Approach, *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 8(3): 32-38; Kim, S. S., Lee, C. K. ve Klenosky, D. B. (2003). The Influence Of Push And Pull Factors At Korean National Parks, *Tourism Management*, 24(2003): 169–180.

Bu araştırma içerisinde, Yapısal Eşitlik Modeli kapsamında incelenecek olan 5 temel hipotez test edilmesi öngörülmektedir. H_{1-1} çekici faktör-memnuniyet düzeyi ilişkisi, H_{2-1} itici faktör-memnuniyet düzeyi ilişkisi, H_{3-1} memnuniyet düzeyi-sadakat

düzeıı ilişkisi, H₄₋₁ çekici faktör-sadakat düzeıı ilişkisi ve H₅₋₁ itici faktör-sadakat düzeıı ilişkisi üzerine belirlenmiş hipotezlerdir.

Araştırmanın modeline ait hipotezler aşağıda verilmiştir:

H₁₋₁: Destinasyona ait çekici faktörler ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin memnuniyet düzeıı arasında bir ilişki vardır.

H₂₋₁: Destinasyona ait itici faktörler ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin memnuniyet düzeıı arasında bir ilişki vardır.

H₃₋₁: Hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin memnuniyet düzeıı ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin sadakat düzeıı arasında bir ilişki vardır.

H₄₋₁: Destinasyona ait çekici faktörler ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin sadakat düzeıı arasında bir ilişki vardır.

H₅₋₁: Destinasyona ait itici faktörler ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin sadakat düzeıı arasında bir ilişki vardır.

3.4. Araştırmanın Kısıtları

Genel olarak araştırmanın kısıtları yerli turistlerin anket formu hakkındaki düşüncelerinden kaynaklanmıştır. Araştırmanın kısıtlarından ilki, yerli turistlerin anket yöntemi ile veri toplanmasına karşı olumlu bir bakış açısına sahip olmamalarıdır. Olumlu bakış açısının olmamasının nedeni, yapılan anket formlarının güvenilir olmayacağı düşüncesidir. Bu araştırmada anketlere olan güvenilirliği arttırma hususunda, anketin cevaplatılmasına başlamadan önce araştırma ile ilgili kısa bir bilgi verilmiştir.

Araştırmanın kısıtlarından ikincisi ise, yerli turistlerin anketlerin doldurulmasını zaman kaybı olarak algılamasıdır. Bu negatif durumun azaltılması konusunda, verilerin toplanması esnasında, anketler yüzyüze bir şekilde yapılarak daha hızlı sürede cevaplatılmıştır.

Araştırmanın kısıtlarını en aza indirmek için yerli turistler ile sıcak bir iletişim ortamının olması için çalışılmıştır. Aynı zamanda profesyonel yardım alınarak, hem

ankete hem de araştırmacıya olan güvenin oluşturulması sağlanmıştır. Bu şekilde oluşan güven ve samimiyet ortamı içinde araştırmanın kısıtları giderilmeye çalışılmıştır. Araştırmaya katılan yerli turistler Çanakkale ve Gelibolu hakkında yapılan araştırmaların yetersiz olduğunu ve yapılan bu araştırmanın Gelibolu Tarihi Milli Parkı'na önemli katkılar yapacağını belirtmişlerdir.

3.5. Veri Toplama

Araştırmanın verileri 2011 yılının Temmuz ayında toplanmıştır. anakkale'ye gelen yerli turist sayısı incelendiğinde, turizm açısından yüksek sezon dönemi olması sebebiyle Temmuz ayı tercih edilmiştir. Araştırmanın anketleri yüzyüze görüşme yolu ile yapılmıştır. Toplam 403 adet anket elde edilmiştir. Anketi cevaplayanlardan üç kişinin 19 yaş ve altı kapsamında olması nedeniyle üç adet anket araştırma dışında tutulmuş olup; 400 adet anket kullanılabilir nitelikte olmuştur.

3.6. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulguları dört aşamada incelenmiştir. İlk aşamada örneklemin demografik özelliklerine ait bulgulara yer verilmiştir. İkinci aşamada destinasyonun çekici faktörleri ve yerli turistleri seyahat itmeye iten itici faktörler incelenmiştir. nc aşamada örneklemin memnuniyet ve sadakat düzeylerine ait bulgular analiz edilmiştir. Son aşamada ise, araştırma yönteminin temelini oluşturan Yapısal Eşitlik Modeli ile araştırmanın hipotezleri test edilmiştir.

3.6.1. Örnekleme İlişkin Demografik Bulgular

Bu araştırmada, Çanakkale'yi ziyaret eden yerli turistlere demografik özelliklerini belirlemek amacıyla çeşitli sorular yneltirmiştir. Ayrıca, yerli turistlerin seyahat özelliklerine ait sorular da yneltirilerek daha kapsamlı veriler elde edilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen örneklemin kişisel özelliklerine ait bulguların frekans analizleri ve yüzde dağılımı Tablo 15'te incelenmiştir.

Tablo 15: Demografik Bulgular

Özellik	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	209	52,3
	Erkek	191	47,7
Yaş	20-29 Yaş Arası	70	17,5
	30-39 Yaş Arası	135	33,8
	40-49 Yaş Arası	107	26,8
	50-59 Yaş Arası	61	15,3
	60 ve Üzeri	27	6,6
	Evli	323	80,8
Medeni Durum	Bekar	76	19
	Diğer	1	0,2
	İlköğretim	103	25,8
Eğitim Durumu	Lise	102	25,6
	Ön lisans	30	7,5
	Lisans	134	33,3
	Lisansüstü	31	7,8
	Emekli	32	8
	Ev Hanımı	115	28,8
	Öğrenci	29	7,3
Meslek	Kamu Görevlisi	110	27,6
	Özel Sektör	87	21,8
	Diğer	27	6,5
	0-1000 TL	9	3,5
	1001-2000 TL	137	53,5
Aylık Gelir	2001-3000 TL	69	27
	3001-4000 TL	18	7
	4001 TL ve Üzeri	23	9
	Akdeniz Bölgesi	17	4,4
	Doğu Anadolu Bölgesi	6	1,6
İkamet Yeri	Ege Bölgesi	17	4,4
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	6	1,6
	İç Anadolu Bölgesi	68	16
	Karadeniz Bölgesi	28	7
	Marmara Bölgesi	258	65

Örneklemin %52,3'ünü kadın ve %47,7'sini erkek yerli turistler oluşturmaktadır. Kadın ve erkek sayısının birbirine yakın olması, seyahatlerini gerçekleştiren yerli turistlerin daha çok ailelerden oluştuğunu göstermektedir.

Yerli turistlerin yaş gruplarına ilişkin veriler incelendiğinde %17,5'inin 20-29 yaş aralığında, %33,8'inin 30-39 yaş aralığında, %26,8'inin 40-49 yaş aralığında, %15,3'ünün 50-59 yaş aralığında ve %6,6'sının 60 ve üzeri yaş aralığında yer aldığı görülmektedir.

Anketi cevaplayan yerli turistlerin %80,8'i evli, %19'u bekar ve %0,2'si de diğer grubunda yer almaktadır. Verilen cevaplar doğrultusunda, diğer grubunda yer alan yerli turistlerin medeni durumları boşanmış olarak belirlenmiştir. Bu durum, Çanakkale'yi tercih eden yerli turistlerin çoğunun ailelerden oluştuğunu göstermektedir.

Yerli turistlerin %25,8'inin ilköğretim mezunu, %25,6'sının lise mezunu, %7,5'inin önlisans mezunu, %33,3'ünün lisans mezunu ve %7,8'inin lisansüstü mezunudur.

Anketi cevaplayan yerli turistlerin meslekleri incelendiğinde %8'inin emekli, %28,8'inin ev hanımı, %7,3'ünün öğrenci, %27,6'sının kamu görevlisi, %21,8'inin özel sektör çalışanı ve %6,5'inin de diğer olarak cevap verdiği görülmektedir. Meslek olarak diğer grubunda cevap veren yerli turistlerin meslekleri, müzisyen, serbest meslek ve şoför olarak incelenmektedir.

Yerli turistlerin gelir dağılımları incelendiğinde, %3,5'inin 0-1000 TL, %53,5'inin 1001-2000 TL, %27'sinin 2001-3000 TL, %7'sinin 3001-4000 TL ve %9'unun 4001 TL ve üzeri gelire sahiptir.

Yerli turistlerin ikamet yerleri incelendiğinde, %4,4'ünün Akdeniz Bölgesi'nde, %1,6'sının Doğu Anadolu Bölgesi'nde, %4,4'ünün Ege Bölgesi'nde, %1,6'sının Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde, %16'sının İç Anadolu Bölgesi'nde, %7'sinin Karadeniz Bölgesi'nde ve %65'inin Marmara Bölgesi'nde yaşamaktadır. Çanakkale'yi ziyaret eden yerli turistlerin çoğunun Marmara Bölgesi'nde yaşayan kişilerden oluşmasının nedeni Çanakkale'ye daha rahat ulaşım mesafesinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 16: Seyahat Özellikleri

Özellik	Gruplar	n	%
Seyahate Kiminle Birlikte Çıktınız	Yalnız	2	0,5
	Eşimle	41	10,3
	Ailemle	262	65,5
	Arkadaş Grubu	86	21,5
	Diğer	9	2,2
Daha Önce Çanakkale Ziyareti	Evet	133	33,1
	Hayır	267	66,9
Savaş Alanlarının Ziyaret Edilmesi Gerekliliği	Evet	398	99,5
	Hayır	2	0,5
Bilgi Toplama	Evet	121	30,3
	Hayır	279	69,7
	Arkadaş, Akraba, Tanıdık Tavsiyeleri	85	68,8
	Katalog, Broşür	9	7,8
	Yazılı ve Görsel Basındaki Haber ve Yorumlar	2	1,7
Bilgi Toplama Aracı	İnternet	5	4,3
	Diğer	20	17,4

Örnekleme oluşturan yerli turistlerin seyahat durumlarına ilişkin elde edilen veriler incelendiğinde, “*seyahate kiminle birlikte çıktınız*” sorusuna, %0,5’i yalnız, %10,3’ü eşimle, %65,5’i ailemle, %21,5’i arkadaş grubu ve %2,2’lik bir kısım da diğer şeklinde cevap vermiştir. Diğer grubu içerisinde cevap veren yerli turistlerin akraba ve grup olarak seyahatlerini gerçekleştirdikleri incelenmiştir.

Araştırmanın örneklem grubunun daha önce Çanakkale’yi ziyaret etme durumu incelendiğinde “*daha önce Çanakkale’yi ziyaret ettiniz mi*” sorusuna %33,1’i evet, %66,9’u hayır şeklinde cevap vermiştir. Bu bağlamda örneklem grubunun büyük bir kısmının ilk ziyaretlerini gerçekleştirdikleri belirlenmiştir.

Savaş alanlarının ziyaret edilmesi gerekliği konusunda, “*bir bölgede savaş nedeniyle insanların hayatlarını kaybetmesi o bölgenin ziyaret edilmesini gerektirir mi*” sorusuna araştırmaya katılan yerli turistler %99,5’i evet, %0,5’i hayır olarak yanıtlamışlardır. Bu sonuç doğrultusunda savaş alanlarının ziyaret edilmesi gerekliğini belirten çoğu yerli turist daha önce Çanakkale’yi ziyaret etmediği sonucu incelenmiştir.

Yerli turistlerin %30,3’ü herhangi bir bilgi kaynağı aracılığı ile ziyaretlerini gerçekleştirmeden önce bilgi toplarken, %69,7’si herhangi bir kaynak aracılığı ile

bilgi toplamamıştır. Herhangi bir bilgi kaynağından bilgi toplayan yerli turistlerin %68,8'i arkadaş, akraba ve tanıdık tavsiyelerinden, %7,8'i katalog veya broşürlerden, %1,7'si yazılı ve görsel basındaki haber ve yorumlardan, %4,3'ü internetten ve %17,4'ü diğer bilgi kaynaklarından bilgi toplayarak ziyaretlerini gerçekleştirmiştir. Yerli turistlerin verdikleri cevaplar doğrultusunda, okul gezisi, belgesel programı ve ders kitapları, diğer bilgi kaynakları grubu içerisinde incelenmektedir.

3.6.2. Çekici ve İtici Faktörlerin Değerlendirilmesi

Çekici ve itici faktörler, turistlerin satın alma davranışlarını belirleyen önemli kriterlerdir. İtici faktörler yerli veya yabancı turistlerin hayatlarındaki seyahat kararlarını vermek için sezgisel güçlerdir; çekici faktörler ise, bir destinasyonu diğer destinasyona tercih etmeyi sağlayan somut sebeplerdir. Son yıllarda, destinasyonun çekici faktörleri ile turistleri motive eden itici faktörler arasındaki ilişki, çeşitli araştırma yöntemleri kullanılarak incelenmiştir (Klenosky 2002: 390).

Tablo 17: Çekici ve İtici Faktörleri ile İlgili Yapılan Analitik Çalışmalara Örnekler

Araştırmacılar	İtici Faktörler	Çekici Faktörler
Yuan ve McDonald 1990	Kaçış, yenilik, prestij, rahatlama, hobiler	Bütçe, kültür ve tarih, yaban hayatı, kolay ulaşılabilirlik
Oh vd. 1995	Bilgi, sosyal etkileşim, yenilikçilik, macera, eğlenmek, prestij, spor, kaçış ve dinlenme	Tarihi ve kültürel, spor ve aktiviteler, güvenlik ve kaliteli, doğa ve açık hava, ucuzluk ve bütçe
Hangin ve Lam 1999	Bilgi, prestij, insan ilişkilerinin gelişimi, rahatlama, yenilik	İleri teknoloji, tüketim, kolay ulaşım, hizmet kalitesi ve tutum, çeşitli geziler
Jang ve Cai 2002	Yeni deneyimler, bilgi arayışı, eğlence ve heyecan, dinlenme ve rahatlama	Doğal ve tarihi çevre, temizlik ve güvenlik, ulaşım kolaylığı ve ekonomik alışveriş
Kim vd. 2003	Aile, akraba ziyareti, doğal kaynaklar ve sağlık Monotonluktan kaçış, macera ve arkadaşlık	Çeşitli turizm kaynakları ve bilgi, çeşitlilik, milli parklara kolay ulaşım

Kaynak: Klenosky, D. B. (2002). The Pull of Tourism Destinations: A Means-End Investigation, *Journal of Travel Research*, 40: 385-395.

Tablo 18: Çekici Faktörler

Çekici Faktörler	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
CF 1	1	0,3	1	0,3	-	-	16	4	382	95,4
CF 2	183	45,8	119	29,8	7	1,8	47	11,6	44	11
CF 3	185	46,3	110	27,5	10	2,5	43	10,7	52	13
CF 4	209	52,3	111	27,8	25	6,3	21	5,3	34	8,3
CF 5	182	45,5	117	29,3	17	4,2	28	7	56	14
CF 6	193	48,3	120	30	23	5,7	18	4,5	46	11,5
CF 7	209	52,3	124	31	23	5,7	21	5,3	23	5,7
CF 8	222	55,5	123	30,8	20	5	17	4,2	18	4,5
CF 9	221	55,3	124	31	20	5	21	5,3	14	3,4
CF 10	220	55	127	31,8	27	6,7	18	4,5	8	2
CF 11	193	48,3	119	29,8	15	3,7	27	6,7	46	11,5
CF 12	225	56,3	130	32,5	22	5,5	18	4,5	5	1,2
CF 13	217	54,3	129	32,3	16	4	19	4,7	19	4,7
CF 14	217	54,3	125	31,2	18	4,5	18	4,5	22	5,5
CF 15	193	48,3	120	30	15	3,7	54	13,5	18	4,5
CF 16	197	49,4	128	32	17	4,2	47	11,6	11	2,8
CF 17	192	48	124	31	24	6	48	12	12	3
CF 18	202	50,4	151	37,8	20	5	20	5	7	1,8
CF 19	200	50	151	37,8	23	5,7	20	5	6	1,5
CF 20	202	50,4	150	37,6	22	5,5	21	5,3	5	1,2
CF 21	201	50,3	130	32,5	50	12,5	16	4	3	0,7
CF 22	201	50,3	131	32,7	48	12	12	3	8	2
CF 23	182	45,5	116	29	57	14,3	36	9	9	2,2
CF 24	182	45,5	119	29,8	54	13,5	37	9,2	8	2
CF 25	182	45,5	116	29	56	14	40	10	6	1,5
CF 26	181	45,3	116	29	51	12,8	38	9,5	14	3,4

Bu tabloya göre “*Gelibolu Tarihi Milli Parkı*” ifadesinde (CF 1), yerli turistlerin yaklaşık %95,4’ü “*Tamamen Katılıyorum*” seçeneğini işaretlemiş ve Çanakkale’nin çekici faktörleri içerisinde Gelibolu Tarihi Milli Parkı, destinasyon seçimini etkileyen faktör olarak incelenmiştir. Hüzün turizminin çeşitleri arasında yer alan savaş alanlarının en önemli örneklerinden biri olan Gelibolu Tarihi Milli Parkı’nı tercih eden yerli turistler ile diğer çekici faktörleri tercih eden yerli turistler arasında büyük bir farklılık görülmektedir. Bu bağlamda, hüzün turizmi destinasyonu olarak Gelibolu Tarihi Milli Parkı, yılın her döneminde yerli turistlere ev sahipliği yapmakta olup; turizmin sadece belirli mevsimlerde değil, hüzün turizminin yılın her döneminde yapılabilecek bir turizm çeşidi olduğunu göstermektedir.

Tablo 19: İtici Faktörler

İtici Faktörler	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
IF 1	261	65,1	87	21,8	3	0,8	23	5,8	26	6,5
IF 2	31	7,8	19	4,8	2	0,5	93	23,4	255	63,5
IF 3	8	2	4	1	-	-	85	21,3	303	75,7
IF 4	24	6	11	2,8	-	-	82	20,5	283	70,7
IF 5	-	-	2	0,5	-	-	78	19,5	320	80
IF 6	6	1,5	2	0,5	-	-	84	21	308	77
IF 7	247	61,6	61	15,3	-	-	33	8,3	59	14,8
IF 8	26	6,5	12	3	-	-	89	22,3	273	68,2
IF 9	22	5,5	10	2,5	-	-	88	22	280	70
IF 10	10	2,5	4	1	1	0,3	96	23,9	289	72,3
IF 11	12	3	4	1	1	0,3	94	23,4	289	72,3
IF 12	141	35,3	62	15,5	3	0,8	35	8,8	159	39,6
IF 13	259	64,9	95	23,5	5	1,3	15	3,8	26	6,5
IF 14	205	51,2	86	21,5	1	0,3	42	10,5	66	16,5
IF 15	215	53,7	79	19,8	4	1	42	10,5	60	15
IF 16	255	63,5	100	25,2	4	1	15	3,8	26	6,5
IF 17	152	37,9	66	16,5	3	0,8	60	15	119	29,8
IF 18	114	28,3	57	14,3	3	0,8	57	14,3	169	42,3
IF 19	125	31,3	62	15,5	6	1,5	61	15,3	146	36,4
IF 20	232	57,9	80	20	5	1,3	19	4,8	64	16
IF 21	86	21,5	42	10,5	3	0,8	80	20	189	47,2
IF 22	77	19,2	41	10,3	10	2,5	84	21	188	47
IF 23	2	0,5	3	0,8	-	-	50	12,5	345	86,2

Tablo 19'a göre, yerli turistlerin seyahat nedenlerini oluşturan itici faktörler 23 ifade altında incelenmiştir. *"Tarihi açıdan önemli yerleri ziyaret ederek tarihi geçmişimi öğrenmek istedim (IF 2-%63,5), Türk Kurtuluş Savaşı'nın heyecanını yaşamak istedim (IF 3-%75,7), Türk Kurtuluş Savaşı ve Çanakkale Zaferi hakkında yerinde bilgi edinmek istedim (IF 4-%70,7), dua etmek ve şehitlerimizi anmak istedim (IF 5-%80), müze, anıt ve savaş alanlarını ziyaret etmek istedim (IF 6-%77), atalarımın savaştığı bölgeyi görmek istedim (IF 8-%68,2), atalarımın öldüğü bölgeyi görmek istedim (IF 9-%70), burada savaşan insanların duygularını hissetmek istedim (IF 10-%72,3), tarihe tanıklık etmek istedim (IF 11-%72,3) ve vatan sevgisi duygusunun en iyi yaşanabildiği yerlerden birinin Gelibolu Tarihi Milli Parkı olduğunu düşündüğüm içindir (IF 23-%86,2)"* ifadeleri yerli turistleri seyahat etmeye iten en önemli faktörler olarak belirlenmiştir.

3.6.3. Memnuniyet ve Sadakat Düzeylerinin Değerlendirilmesi

Yerli turistlerin demografik ve seyahate ilişkin özelliklerinin değerlendirilmesinden sonra, yerli turistlerin memnuniyet ve sadakat düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çanakkale'yi ziyaret eden yerli turistlerin yaptıkları seyahate yönelik memnuniyet ve sadakat düzeylerine ait frekans analizleri ve yüzde dağılımı Tablo 20'de incelenmiştir.

Tablo 20: Memnuniyet ve Sadakat Bulguları

İfade	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
SM-4	6	1,5	4	1	6	1,5	94	23,5	290	72,5
SM-5	2	0,5	-	-	-	-	85	21,2	313	78,3
SM-6	1	0,3	2	0,5	1	0,3	88	21,9	308	77
SM-8	181	45,3	120	30	11	2,8	21	5,3	67	16,6
SM-9	235	58,8	116	29	12	3	15	3,8	22	5,4
SM-10	232	58	115	28,8	12	3	22	5,4	19	4,8
SM-11	215	53,8	99	24,8	26	6,5	38	9,5	22	5,4
SM-12	214	53,5	101	25,3	25	6,3	37	9,3	23	5,6
SM-13	288	72	77	19,3	7	1,8	9	2,3	19	4,6
SM-14	228	57	89	22,3	23	5,6	31	7,8	29	7,3
SM-1	-	-	-	-	-	-	98	24,5	302	75,5
SM-2	29	7,3	9	2,3	-	-	87	21,8	275	68,6
SM-3	-	-	3	0,8	5	1,3	82	20,5	310	77,4
SM-7	12	3	2	0,5	4	1	91	22,8	291	72,7

Memnuniyet düzeyini tanımlayan ifadelerden biri olan *“bu destinasyona olan ziyaretim beklentilerimi karşıladı”* ifadesine (SM-4) %72,5 oranında tamamen katılıyorum olarak cevap verilmiştir. *“Bu destinasyon ziyaret etmeye değer bir merkezdir”* ifadesine (SM-5) %78,3 oranında tamamen katılıyorum şeklinde cevap verildiği incelenmiştir. Bu cevaplar doğrultusunda, yerli turistlerin büyük bir çoğunluğunun destinasyon olarak Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nı ziyaret etmeye değer olarak gördüğü ve beklentilerinin karşılandığı belirlenmiştir.

Yerli turistlerin *“ziyaret ettiğim diğer destinasyonlara göre, bu destinasyonu ziyaret etmek daha önemlidir”* ifadesine (SM-6) %77 oranında tamamen katılıyorum olarak cevap verdikleri incelenmiştir. Daha önce ziyaret ettikleri diğer destinasyonlar arasında Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nın daha önemli olduğunu belirtmişlerdir. *“Bu*

destinasyonun çevre temizliği ve çevre düzenlemesi yeterlidir” ifadesine (SM-8) %45,3 hiç katılmıyorum ve %30 katılmıyorum şeklinde cevap verilmiştir.

“*Bu destinasyonun dinlenme yerleri ve tuvalet olanakları yeterlidir*” ifadesine (SM-9) yerli turistlerin %58,8’i hiç katılmıyorum ve %29’u katılmıyorum şeklinde cevap vererek, bu ifade kapsamında memnuniyet düzeyinin düşük olduğu incelenmiştir. “*Ulaşım kolaylığı için işaret yön ve levhaları yeterlidir*” ifadesine (SM-10) yerli turistlerin %58’i hiç katılmıyorum ve %28,8’i katılmıyorum şeklinde cevap vererek, destinasyon içerisinde ulaşım konusunda önemli bir eksiklik ortaya çıkmıştır.

“*Bu destinasyonu kapsayan tur programları çeşitli ve yeterlidir*” ifadesine (SM-11) %53,8 hiç katılmıyorum ve %24,8 katılmıyorum olarak cevap verilmiştir. Verilen cevaplar doğrultusunda, destinasyonu kapsayan tur programlarının yetersiz olduğu görülmüştür. “*Bu destinasyonda alan kılavuzluğu ve rehberlik hizmetleri yeterlidir*” ifadesine (SM-12) yerli turistlerin %53,5’i hiç katılmıyorum ve %25,3’ü katılmıyorum şeklinde cevap vermiştir. Bu sonuca göre, rehberlik hizmetinin daha kaliteli bir şekilde geliştirilmesi gerekmektedir.

“*Bu destinasyonun sahip olduğu tarihi değerlerin korunmuşluk düzeyi yüksektir*” ifadesi (SM-13) %72 hiç katılmıyorum olarak cevaplanmıştır. Yerli turistlerin çoğu, tarihi değerlerin yeterince korunmadığını düşünmektedir. Memnuniyet düzeyinin son ifadesi olan “*bu destinasyonun tanıtma ve bilgi alma merkezleri yeterlidir*” ifadesine (SM-14) %57 hiç katılmıyorum ve %22,3 katılmıyorum şeklinde cevap verilerek, destinasyonu anlatan daha fazla tanıtım merkezinin olmasının gerekliliği belirtilmiştir.

Sadakat düzeyi kapsamında incelenen “*bu destinasyonu başkalarına tavsiye ederim*” ifadesi (SM-1) %75,5 tamamen katılıyorum ve %24,5 katılıyorum şeklinde cevaplanmıştır. Bu sonuç doğrultusunda yerli turistlerin çoğu, destinasyonu tavsiye etmektedir. “*Tatil süresince edinmiş olduğum olumlu izlenimleri diğer turistlere de anlatırım*” ifadesi (SM-2) %68,6 tamamen katılıyorum ve %21,8 katılıyorum olarak cevaplanmıştır. Bu bağlamda yerli turistler yaşamış oldukları olumlu deneyimleri çevreleri ile paylaşmaya sıcak bakmaktadır.

Yerli turistlerin “önümüzdeki dönemlerde bu destinasyonu tekrar ziyaret edeceğim” ifadesine (SM-3) %77,4’ü tamamen katılıyorum ve %20,5’i katılıyorum şeklinde cevap vererek, yerli turistlerin büyük çoğunun tekrar ziyaret etme eğiliminde olduğu belirlenmiştir. “Bu destinasyona olan ziyaretim, harcadığım paraya değdi” ifadesi (SM-7) %72,7 tamamen katılıyorum ve %22,8 katılıyorum şeklinde cevaplanmış olup, yerli turistlerin büyük bir kısmının olumlu değer yargısına sahip oldukları gözlenmiştir.

Tablo 21: Memnuniyet ve Sadakat Düzeyi

	Ağırlıklı Ortalama	Standart Sapma	Alpha Değeri
Memnuniyet	2,685		0,856
Bu destinasyona olan ziyaretim, beklentilerimi karşıladı.	4,65	0,707	
Bu destinasyon ziyaret etmeye değer bir merkezdir.	4,77	0,489	
Ziyaret ettiğim diğer destinasyonlara göre, bu destinasyonu ziyaret etmek daha önemlidir.	4,75	0,503	
Bu destinasyonun çevre temizliği ve çevre düzenlemesi yeterlidir.	2,18	1,473	
Bu destinasyonun dinlenme yerleri ve tuvalet olanakları yeterlidir.	1,68	1,079	
Bu destinasyon içerisinde ulaşım kolaylığı için kullanılan işaret-yön ve levhalar yeterlidir.	1,70	1,083	
Bu destinasyonu kapsayan tur programları çeşitli ve yeterlidir.	1,88	1,211	
Bu destinasyonda alan kılavuzluğu ve rehberlik hizmetleri yeterlidir.	1,89	1,215	
Bu destinasyonun sahip olduğu tarihi değerlerin korunmuşluk düzeyi yüksektir.	1,49	0,996	
Bu destinasyonun tanıtma ve bilgi alma merkezleri yeterlidir.	1,86	1,255	
Sadakat	4,64		0,702
Bu destinasyonu başkalarına tavsiye ederim.	4,76	0,431	
Tatil süresince edinmiş olduğum olumlu izlenimleri diğer turistlere de anlatırım.	4,43	1,119	
Önümüzdeki dönemlerde bu destinasyonu tekrar ziyaret edeceğim.	4,75	0,509	
Bu destinasyona olan ziyaretim, harcadığım paraya değdi.	4,62	0,805	

Yapılan analiz sonucunda 5’li Likert ölçeğine göre, memnuniyet düzeyinde düşük oranda bir değerlendirme görülürken, sadakat düzeyinde yüksek oranda bir değerlendirme görülmektedir. Yerli turistlerin ziyaretlerinden duydukları memnuniyet düzeyi 2,68 sadakat düzeyi 4,64 olarak belirlenmiştir. Memnuniyet ve

sadakat düzeyine ait ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu incelenmiştir. Tablo 21’de yer alan bulgulara göre, yerli turistlerin memnuniyet düzeyinin düşük olmasına rağmen, sadakat düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir.

3.6.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi – Ölçüm Modeli

Doğrulayıcı faktör analizi, genellikle çeşitli gizil yapılar arasındaki ilişkilerin örüntülerini açıklamak amacıyla kullanılmaktadır. Modelde yer alan her bir yapı gözlenen değişkenlerin bir kümesi ile ölçülmektedir. Bu bağlamda, doğrulayıcı faktör analizi modelinde belirli yöne ait ilişkiler değil, yapılar arasındaki ilişkiler ve potansiyel olarak birbiri ile korelasyonlu olan ilişkiler ele alınmaktadır (Bayram 2010: 15).

Doğrulayıcı faktör analizi geçerlilik kontrolü sağlamaktadır. Ölçekte yer alan ifadelerin bahsi geçen düzeyleri açıklama başarısını ortaya koymaktadır. Boyutların net olarak belirlenmesi sonucunda düzeyler arasındaki nedensellik ilişkisine geçilmektedir. Bunlara ilave olarak, doğrulayıcı faktör analizi yardımıyla düzeyler (gizil – latent değişkenler) ve gösterge değişkenler (anket soruların) arasındaki ilişkinin yönü incelenmektedir. Doğrulayıcı faktör analizinde modelin geçerliliğini kontrol etmek için kullanılan bir takım uyum ölçütleri mevcuttur.

Tablo 22: Uyum Ölçütleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/sd	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 \leq \chi^2/sd \leq 3$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$
NNFI	$0.97 \leq NNFI \leq 1.00$	$0.95 \leq NNFI \leq 0.97$
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1.00$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$

Kaynak: Yılmaz, V. ve Çelik, E. H. (2009). *Lisrel İle Yapısal Eşitlik Modellemesi-I Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama*. Ankara: Pegem Akademi.

Tablo 22’de yer alan bilgiler doğrultusunda araştırmanın doğrulayıcı faktör analizi uyum ölçütleri Tablo 23’de verilmiştir:

Tablo 23: Ölçüm Modeli Uyum Ölçütleri

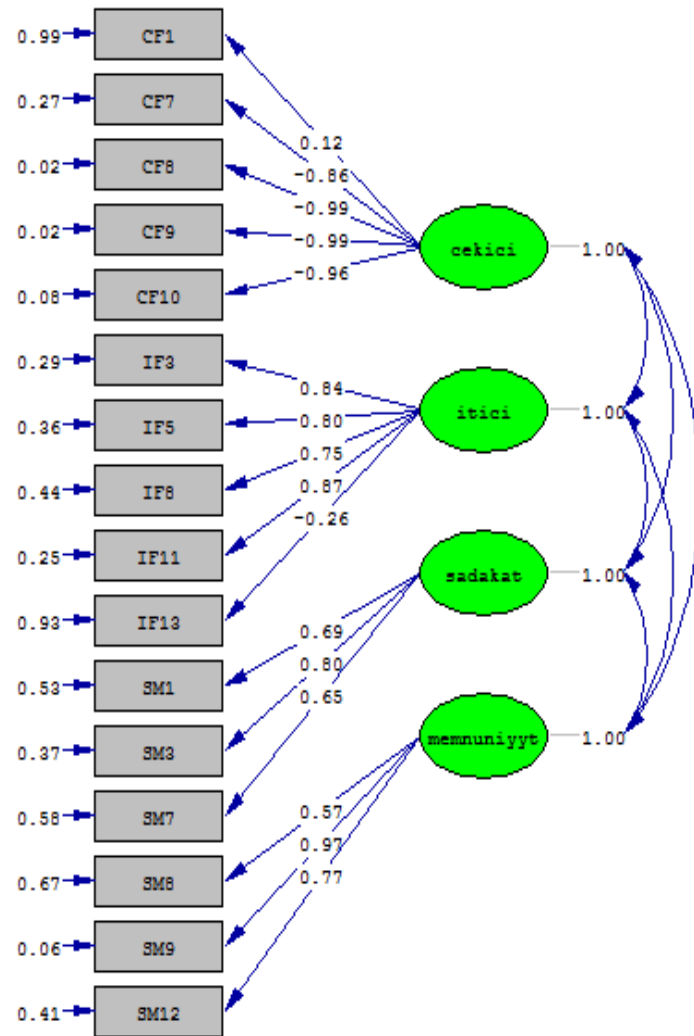
Uyum Ölçütleri	Değerler
χ^2/sd	2.06
RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü)	0.052
SRMR (Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü)	0.063
NFI (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)	0.96
NNFI (Normlaştırılmamış Uyum İndeksi)	0.97
CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)	0.98
GFI (Uyum İyiliği İndeksi)	0.94
AGFI (Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi)	0.92

Bu araştırmanın ölçüm modeline ait uyum kriterleri incelendiğinde aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır:

Araştırmanın uyum ölçütleri incelendiği zaman, χ^2/sd değeri 2.06 olarak belirlenerek, χ^2/sd değeri kabul edilebilir uyum kriteri içerisinde olduğunu göstermektedir. Yapılan araştırmanın RMSEA değeri 0.052 olarak belirlenmiştir. Verilen uyum ölçütlerine göre, araştırmanın RMSEA değeri kabul edilebilir uyum kriteri içerisinde dir. Araştırmanın SRMR değeri 0.063 olarak incelenmiştir. Uyum ölçütleri ile karşılaştırılmasının sonucuna göre, SRMR değeri kabul edilebilir uyum kriteri içerisinde olduğu görülmüştür. NFI değerinin uyum ölçütlerine göre, araştırmanın NFI değeri 0.96 olarak belirlenmiş ve iyi uyum kriteri içerisinde olduğu incelenmiştir.

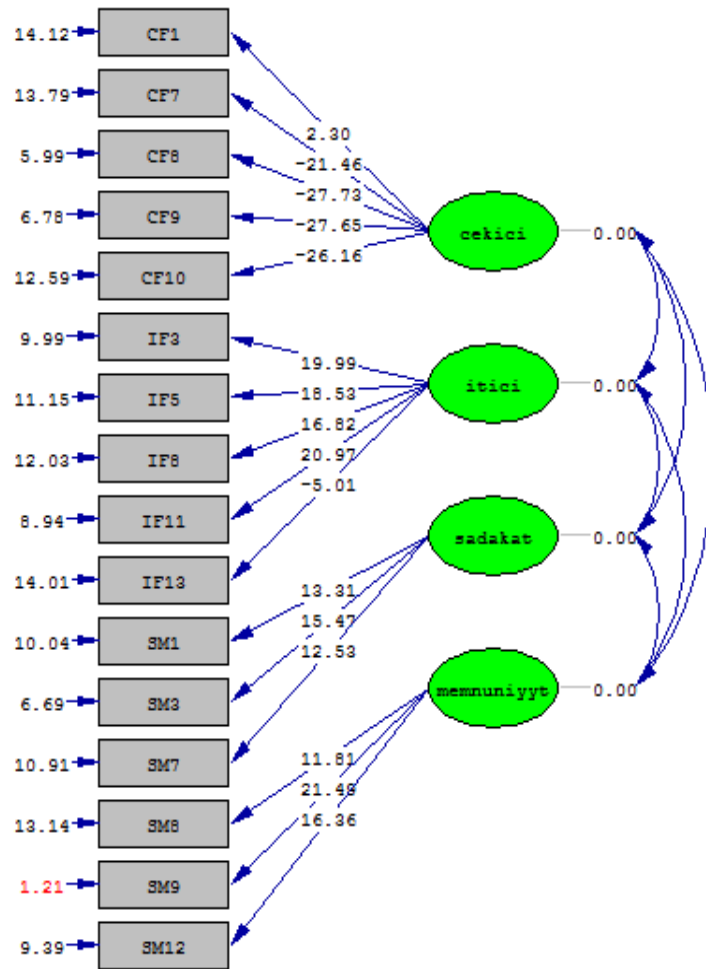
Araştırmanın NNFI değeri 0.97 olarak incelenmiş ve bu değer iyi uyum ve kabul edilebilir uyum kriterleri içerisinde olduğu belirlenmiştir. CFI uyum kriterine göre, araştırmanın CFI değeri 0.98 olarak belirlenmiş ve iyi uyum kriteri içerisinde olduğu incelenmiştir. GFI değerinin incelenmesine göre, araştırmanın GFI değeri 0.94 olarak belirlenmiş ve kabul edilebilir uyum içerisinde olduğu görülmüştür. Araştırmanın AGFI değeri 0.92 olarak belirlenmiş olup, çıkan uyum ölçütünün iyi uyum kriterinde yer aldığı incelenmiştir. Verilen uyum ölçütleri değerlendirildiğinde bir bütün olarak modelin kabul edilebilirliğini göstermektedir.

Şekil 14: Standartlaştırılmış Katsayılar



Chi-Square=202.33, df=98, P-value=0.00000, RMSEA=0.052

Şekil 15: t Değerleri ile Ölçüm Modeli



Chi-Square=202.33, df=98, P-value=0.00000, RMSEA=0.052

Uyum ölçülerine göre, uygunluğu kabul edilen ölçüm modelinde 2. şekilde de görüldüğü üzere modelde yer alan tüm gösterge değişkenler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Düzeyler arasındaki ilişkileri ortaya koymak için oluşturulan hipotezlerin testini gerçekleştirebilmek amacıyla yapısal modelin yapılması uygun görülmüştür.

3.6.5. Yapısal Model

Araştırmanın yöntemine ve kavramsal modeline uygun olarak 5 temel hipotez geliştirilmiştir.

H₁₋₁: Destinasyona ait çekici faktörler ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin memnuniyet düzeyi arasında bir ilişki vardır.

H₂₋₁: Destinasyona ait itici faktörler ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin memnuniyet düzeyi arasında bir ilişki vardır.

H₃₋₁: Hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin memnuniyet düzeyi ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin sadakat düzeyi arasında bir ilişki vardır.

H₄₋₁: Destinasyona ait çekici faktörler ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin sadakat düzeyi arasında bir ilişki vardır.

H₅₋₁: Destinasyona ait itici faktörler ile hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin sadakat düzeyi arasında bir ilişki vardır.

Doğrulayıcı faktör analizinde uygunluğu onaylanmış olan ölçüm modeli yardımıyla oluşturulan yapısal modele ilişkin sonuçlar şöyledir:

Tablo 24: Yapısal Model

Sadakat	= - 0.16*memnuniyet (0.043) -3.62
Memnuniyet	= - 0.28*çekici + 0.36*itici (0.070) (0.076) -4.02 4.78

Yapısal denklem sonucunda sadakat düzeyi ve memnuniyet düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu incelenmiştir. Bunun sonucunda sadakat ve memnuniyet düzeyleri birbirini ters yönde etkilemektedir. Memnuniyet düzeyi ile çekici faktörler arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu incelenmiştir. Bu bağlamda memnuniyet düzeyi ve çekici faktörler birbirini negatif yönde etkilemektedir. Memnuniyet düzeyi ile itici faktörler arasında pozitif yönlü bir ilişki olmasından dolayı memnuniyet düzeyi ve itici faktörler birbirini pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 25: Yapısal Model Uyum Ölçütleri

Uyum Ölçütleri	Değerler
χ^2/sd	2.46
RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü)	0.061
SRMR (Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü)	0.092
NFI (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)	0.95
NNFI (Normlaştırılmamış Uyum İndeksi)	0.96
CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)	0.97
GFI (Uyum İyiliği İndeksi)	0.93
AGFI (Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi)	0.90

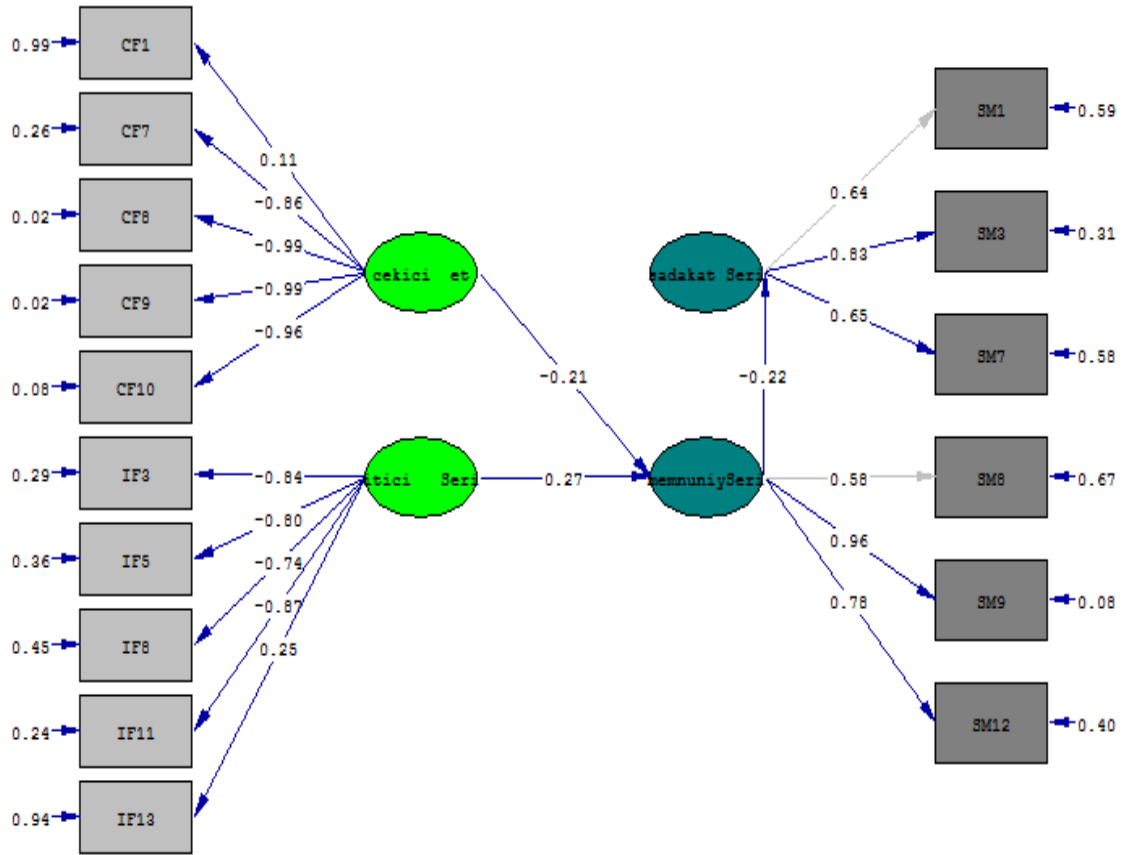
Bu araştırmanın yapısal model uyum ölçütleri incelendiğinde aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır:

Uyum ölçütleri incelendiğinde araştırmanın χ^2/sd değeri 2.46 olarak incelenmiş ve kabul edilebilir uyum kriterinde olduğu belirlenmiştir. Yapılan araştırmanın RMSEA değeri 0.061 olarak belirlenmiştir. Bu kritere göre, araştırmanın RMSEA değeri kabul edilebilir uyum kriterinde olduğu görülmüştür. Araştırmanın SRMR değeri 0.092 olarak incelenmiştir, bu bağlamda SRMR değeri kabul edilebilir uyum kriteri içerisinde yer almıştır. NFI uyum kriterine göre, araştırmanın NFI değeri 0.95 olarak incelenmiş ve bu değer iyim uyum ve kabul edilebilir uyum kriterleri içerisinde belirlenmiştir.

NNFI uyum kriterine göre, 0.96 olan araştırmanın NNFI değeri kabul edilebilir uyum kriteri içerisinde yer almıştır. Araştırmanın CFI değerinin 0.97 olmasından dolayı CFI değeri, iyim uyum ve kabul edilebilir uyum kriter grupları içerisinde incelenmiştir. GFI uyum kriterine göre, araştırmanın 0.93 olan GFI değerinin kabul edilebilir uyum kriterinde olduğu belirtilmiştir. Araştırmanın AGFI değerinin 0.90 olmasından dolayı, bu kriterin iyi uyum ve kabul edilebilir uyum kriterlerinde olduğu incelenmiştir.

Uyum ölçütleri modelin bütünsel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Şekil 16: Standartlaştırılmış Katsayılar

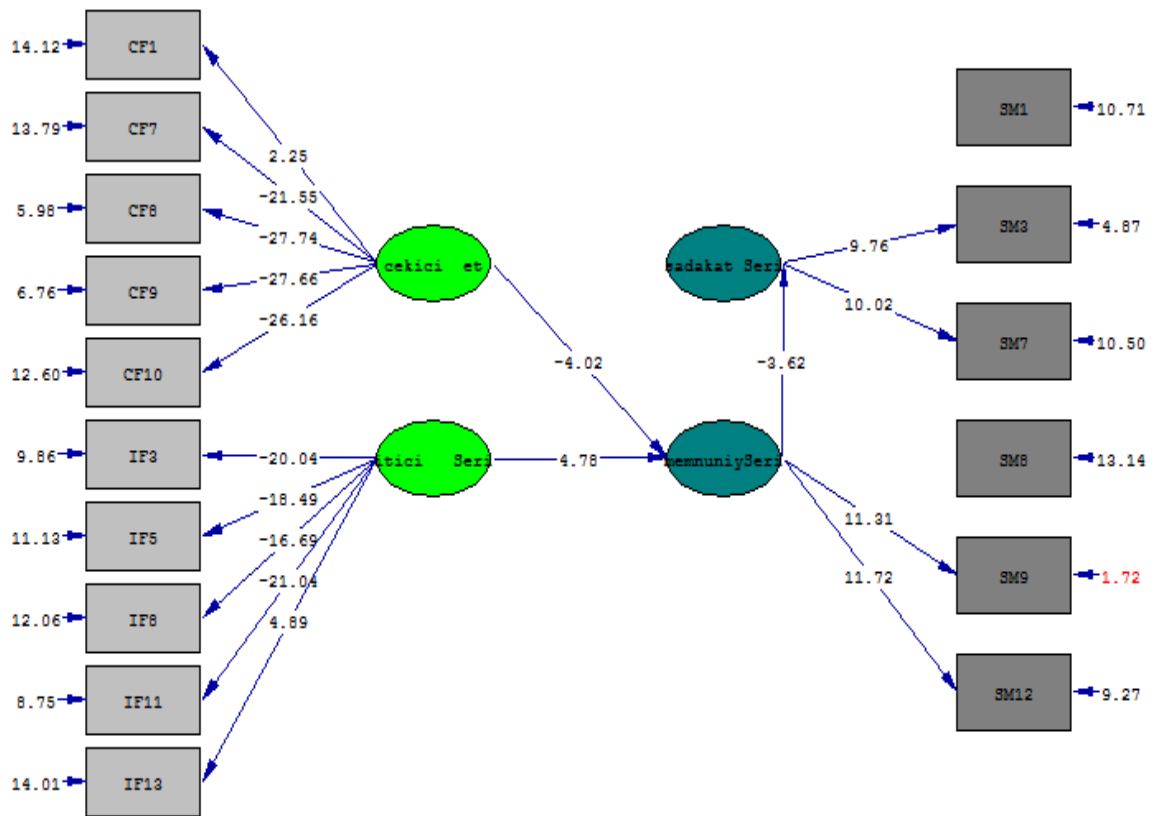


Chi-Square=246.34, df=100, P-value=0.00000, RMSEA=0.061

Yapısal model incelendiğinde, çekici faktörler gizil değişken grubunu ÇF1, ÇF7, ÇF8, ÇF9 ve ÇF10 gözlenen değişkenleri, itici faktörler gizil değişken grubunu İF3, İF5, İF8, İF11 ve İF13 gözlenen değişkenleri, sadakat gizil değişkenini SM1, SM3 ve SM7 gözlenen değişkenleri, memnuniyet gizil değişkenini SM8, SM9 ve SM12 gözlenen değişkenleri oluşturmaktadır.

Standartlaştırılmış katsayılar modelinde, çekici faktörler ve memnuniyet düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu, itici faktörler ile memnuniyet düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu, memnuniyet düzeyi ve sadakat düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu incelenmiştir.

Şekil 17: t Değerli Yapısal Model



Chi-Square=246.34, df=100, P-value=0.00000, RMSEA=0.061

Yapılan çalışmanın yapısal model sonuçlarına göre,

Tablo 26: Hipotez Sonuçları

Faktörler	Standardize Değer	t-Değeri	Hipotez Ölçümü
H ₁₋₁	-0.21	-4.02	Desteklendi
H ₂₋₁	0.27	4.78	Desteklendi
H ₃₋₁	-0.22	-3.62	Desteklendi
H ₄₋₁			İlişki Saptanmadı
H ₅₋₁			İlişki Saptanmadı

Yapısal Eşitlik Modeli sonucunda, araştırmanın çekici faktörleri ile memnuniyet düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki saptanmıştır (-4.02). Bu bağlamda, H₁₋₁ hipotezi kabul edilmiştir. Araştırmanın itici faktörleri ile memnuniyet düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu incelenmiştir (4.78). H₂₋₁ hipotezi kabul edilmiştir. Hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin memnuniyet düzeyi ile sadakat düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır (-3.62). H₃₋₁

hipotezi kabul edilmiştir. Çekici faktörler ile sadakat düzeyi ve itici faktörler ile sadakat düzeyi arasında herhangi bir ilişki gözlenmemektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hizmetler sektöründe yer alan ve ülkelerin ekonomik göstergelerini oldukça etkileyen sektörlerden biri turizm sektörüdür. Turizm sektörü, dünya genelinde yarattığı ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel etkileri ile hizmet sektörü içinde çok önemli bir paya sahiptir. Günümüzde küreselleşen dünyada teknoloji ve bilginin hız kazanması ile turizm sektöründe hızlı bir büyüme ve çeşitlenme olmuştur (Çeken 2004: 9).

Keder, korku, ölüm gibi olaylar insanları etkilemekte ve bu olayların yaşandığı yerlerde turizm hareketliliği görülmektedir. Bu turizm hareketliliği hüznün turizmi olarak adlandırılmakta ve destinasyonların çeşitli yönlerden çekiciliğini arttırmaktadır. Savaş alanları, soykırım, idam, hapishaneler ve savaş anıtlarının sergilendiği müzeler vb. hüznün turizminin turistik çekicilikleridir. Hüznün turizmi (dark tourism, thanatourism, black tourism, black spot) ölüm, felâket, katliam, acı ve üzüntü ile ilgili turizm şekli olarak 1990'lı yıllarda, Lennon ve Foley tarafından ortaya konmuş bir turizm çeşididir (Aliağaoğlu 2008: 90).

Hüznün turizmi yapısı itibariyle çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitlerden biri savaş alanları turizmidir. Savaş alanları turizmi konusunda ulusal ve uluslararası birçok örnek mevcuttur. Çanakkale Savaşı, Kurtuluş Savaşı, Sarıkamış Harekatı, Kurtuluş Savaşı'nın yaşandığı cepheler ile Amerika Sivil Savaşı, Kore Savaşı, Birinci ve İkinci Dünya Savaşı'nı başlatan olayların geçtiği merkezler ile bu savaşların etkilerine maruz kalan bölgeler (Hiroşima ve Nagasaki) savaş alanları turizminin gerçekleştirilebileceği bölgeler arasında sayılabilmektedir.

Yapısal Eşitlik Modeli, model kurma, modeldeki değişkenler arasındaki ilişkiler için bütün parametrelerin ayrıntılı olarak açıklanması anlamına gelmektedir. Yapısal Eşitlik Modeli, ölçüm modeli ve yapısal model olmak üzere iki temel modelden oluşmaktadır. Ölçüm modeli, gizil değişkenlerin tanımlandığı ve bütün değişkenler arasındaki yönü belirtilmemiş ilişkilerin (korelasyonların) hesaplandığı modeldir. Bu modelde bütün parametreler serbest bırakılmaktadır. Yapısal model ise, gizil değişkenler ve bir gizil değişkenin göstergesi olan değişkenler arasındaki

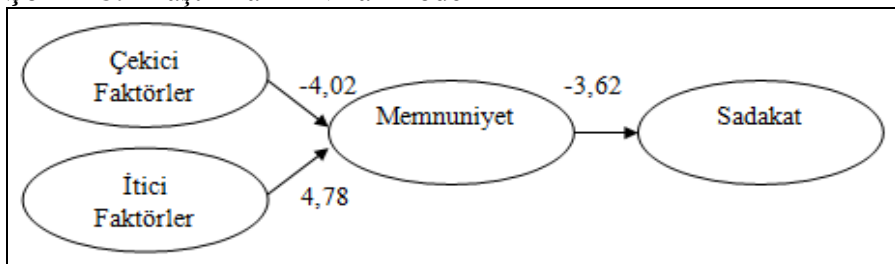
ilişkilerin yönünün belirlendiği ve bazı parametrelerin sabitlendiği modeldir (Acar vd. 2009: 4-5).

Bu çalışma hüzün turizmini gerçekleştiren yerli turistlerin Yapısal Eşitlik Modeli yardımıyla seyahat özelliklerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Ayrıca, yapılan bu çalışma, hüzün turizmi konusunun ulusal literatür açısından yeni bir konu olması ve Yapısal Eşitlik Modeli ile araştırma verilerinin incelenmesi açısından gelecek çalışmalara örnek oluşturmaktadır.

Çalışmanın sonucunda, örneklem grubunu oluşturan yerli turistlerin çoğunun ailelerden, 30-39 yaş ve 40-49 yaş aralığında, evli, eğitim durumu açısından ilköğretim, lise ve lisans mezunu, ev hanımı, kamu görevlisi ve özel sektör çalışanı, 1001-2000 TL arasında gelire sahip ve Marmara Bölgesi'nde ikamet eden yerli turistlerden oluştuğu incelenmiştir. Ayrıca çoğu yerli turistin destinasyona ilk defa ve bilgi toplamadan ziyaret ettikleri belirlenmiştir.

Çalışmanın varsayımsal olarak oluşturulmuş olan modelde ilişki saptanmayan hipotezler çıkartılarak; çalışmanın sonucunda belirlenen model oluşturulmuştur.

Şekil 18: Araştırmanın Nihai Modeli



Elde edilen bulgular doğrultusunda çekici faktörler ile memnuniyet düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu, itici faktörler ile memnuniyet düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu, memnuniyet ve sadakat düzeyleri arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu, çekici faktörler ile sadakat düzeyi ve itici faktörler ile sadakat düzeyi arasında herhangi bir ilişkinin gözlenmediği incelenmiştir.

Çekici faktör grubu içerisinde yer alan 1. ifade olan “*Gelibolu Tarihi Milli Parkı,*” 7. ifade olan “*kentsel sit alanları*” ve 10. ifade olan “*anıt ağaçlar*” ifadesi, yerli turistler tarafından belirlenen Çanakkale'nin çekici özellikleridir. Modelin

sonucuna göre, bu ifadeleri belirleyen turistlerin memnuniyet düzeyinin düşük olduğu incelenmiştir. Özellikle Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nı ziyaret eden yerli turist sayısı ne kadar fazla ise, o oranda memnuniyet oranının düşük olduğu incelenmiştir. Bu bağlamda çevre temizliği ve çevre düzenlemesinin yeterli olmadığı, dinlenme yerlerinin yetersiz olduğu, tuvalet olanaklarının yetersiz olduğu ve hijyen açısından yeterli olmadığı belirlenmiştir.

İtici faktörler grubunu içerisinde yer alan 3. ifade olan *“Türk Kurtuluş Savaşı'nın heyecanını yaşamak istedim,”* 5. ifade olan *“dua etmek ve şehitlerimizi anmak istedim,”* 8. ifade olan *“atalarımın savaştığı bölgeyi görmek istedim,”* 11. ifade olan *“tarihe tanıklık etmek istedim”* ve 13. ifade olan *“yeni arkadaşlıklar kurmak istedim”* ifadeleri, model içerisinde itici faktörler grubunu tanımlayan ifadeler olarak incelenmiştir. İtici faktörler, yerli turistleri destinasyonu ziyaret etmeyi iten temel nedenlerdir. Bu ifadelere verilen cevaplar, memnuniyet düzeyi içerisinde incelenen 8. ifade olan *“bu destinasyonun çevre temizliği ve çevre düzenlemesi yeterlidir,”* 9. ifade olan *“bu destinasyonun dinlenme yerleri ve tuvalet olanakları yeterlidir”* ve 12. ifade olan *“bu destinasyonda alan kılavuzluğu ve rehberlik hizmetleri yeterlidir”* ifadelerini arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Çalışmanın memnuniyet düzeyini oluşturan 8. ifade olan *“bu destinasyonun çevre temizliği ve çevre düzenlemesi yeterlidir,”* 9. ifade olan *“bu destinasyonun dinlenme yerleri ve tuvalet olanakları yeterlidir”* ve 12. ifade olan *“bu destinasyonda alan kılavuzluğu ve rehberlik hizmetleri yeterlidir”* ifadeleri ile çalışmanın sadakat düzeyini oluşturan 1. ifade olan *“bu destinasyonu başkalarına tavsiye ederim,”* 3. ifade olan *“önümüzdeki dönemlerde bu destinasyonu tekrar ziyaret edeceğim”* ve 7. ifade olan *“bu destinasyona olan ziyaretim, harcadığım paraya değdi”* ifadeleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır. Bu bağlamda memnuniyet düzeyi düşük olan yerli turistlerin sadakat düzeylerinin yüksek olduğu, memnuniyetsizlik bildirmelerine rağmen, tekrar ziyaret etme niyetinde oldukları, başkalarına da tavsiye edecekleri ve ziyaretlerinin harcadıkları paraya değdiklerini belirttikleri incelenmiştir. Bu sonucun en önemli nedenleri, hüzün turizmi destinasyonları arasında yer alan Çanakkale ve Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nın mutlaka ziyaret edilmesi gerekliliği ve Çanakkale'nin Türk savaş tarihi açısından

manevi bir destinasyon olmasıdır. Çanakkale'nin çekici faktörleri ve yerli turistlerin seyahat etme nedeni olan itici faktörlerin sadakat düzeyi üzerinde herhangi bir etki saptanmamıştır. Bu çalışmanın sonucuna uygun olarak hem gelecek çalışmalara hem de Gelibolu Tarihi Milli Park'ın sahip olduğu özellikler bakımından yerel yönetimlere çeşitli öneriler sunulmaktadır.

Yapılacak olan gelecek çalışmalar açısından, farklı hüzün turizmi destinasyonlarında çalışılması, unutulmuş olan hüzün turizmi merkezlerinin canlandırılmasında rol oynayacaktır. Yapılan çalışmalarla birlikte çeşitli hüzün turizmi destinasyonları belirlenerek farklı tur programlarında şekillenen hüzün turizmi hareketliliği oluşturulabilir. Farklı araştırma yöntemleri ile desteklenerek hüzün turizmini konu alan yeni çalışmalar yapılarak, ulusal ve uluslararası literatür desteklenebilir.

Yapılan bu çalışmanın sonuçları doğrultusunda, yerel yönetimlerin konuya daha duyarlı bir şekilde yaklaşımları gerekmektedir. Türk tarihi açısından önemli ve unutulmaz bir yeri olan Çanakkale ve Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nın fiziksel olanaklarının iyileştirilmesi, daha fazla ulusal ve uluslararası tanıtımının yapılması, çevre düzenlemesine ve temizliğine dikkat edilmesi gerekmektedir. Gelibolu Tarihi Milli Parkı içerisinde yeterli sayıda tanıtım merkezlerinin oluşturularak lavabo ve çevre temizliği sorununun çözümlenmesi sağlanabilir.

Turistlerin ziyaretleri sırasında ihtiyaçlarını karşılamak üzere belli turizm noktaları kurulabilir. Sahip olunan imkanların daha da iyileştirilerek, hizmet kalitesi artırılmalıdır. Yön levhaları ve işaret levhalarının daha dikkat çekici ve daha belirleyici olması sağlanarak, yerli ve yabancı turistlerin ziyaret ettikleri yol güzergahın netleşmesi sağlanabilir. Çeşitli iletişim araçları kullanılarak satış ve pazarlama çalışmalarının çeşitlendirilmesi ve artırılması ile daha fazla yerli ve yabancı turistlere ulaşarak, tanıtım çalışmaları desteklenmelidir. Destinasyonlara yapılacak olan ulusal ve uluslararası tanıtımların artırılmasıyla, on iki ay boyunca hüzün turizmi potansiyeli istenilen oranda geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

Acar, F., Oğuzlar, A. ve Tüzüntürk, S. (2009, Mayıs). *Bayesgil Yapısal Eşitlik Modelleri Ve Bir Uygulama Örneği*. 10. Türkiye Ekonometri Ve İstatistik Sempozyumu, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara Detay Yayıncılık.

Alaeddinoğlu, F. ve Aliğaoğlu, A. (2007). Savaş Alanları Turizmine Tipik Bir Örnek: Büyük Taarruz Ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2): 215-225.

Aliğaoğlu, A. (2008). Savaş Alanları Turizmi İçin Tipik Bir Yer: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, *Millî Folklor*, 20(78): 88-104.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri-SPSS Uygulamalı*. Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.

Arıkan, R. (2011). *Araştırma Yöntem Ve Teknikleri*. Nobel Dağıtım.

Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ayyıldız, H. ve Cengiz, E. (2006). Pazarlama Modellerinin Tespitinde Kullanılabilecek Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 11(1): 63-84.

Bahar, O. ve Baldemir, E. (2007). Uluslararası Ticaret İle Uluslararası Turizm Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(4): 55-66.

Baldemir, E., Özkoç, H. ve İşçi, Ö. (2009). MIMIC Model Ve Yolsuzluk Üzerine Türkiye Uygulaması, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2): 49-63.

Baldwin, F. ve Sharpley, R. (2007). Battlefield Tourism: Bringing Organised Violence Back To Life. In C. Ryan (Ed.), *Battlefield Tourism, History, Place, Interpretation*. (pp.186-207). Elsevier.

Baloglu, S. ve Uysal, M. (1996). Market Segments Of Push And Pull Motivations: A Canonical Correlation Approach, *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 8(3): 32-38.

- Bayram, N. (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş. Amos Uygulamaları*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Beech, J. (2000). The Enigma Of Holocaust Sites As Tourist Attractions - The Case Of Buchenwald, *Managing Leisure*, 5(1): 29-41.
- Best, M. (2007). Norfolk Island: Thanatourism, History And Visitor Emotions, *Shima: The International Journal Of Research Into Island Cultures*, 1(2): 30-48.
- Blom, T. (2000). Morbid Tourism - A Postmodern Market Niche With An Example From Althorp, *Norwegian Journal Of Geography*, 54(1): 29-36.
- Blunch, N. J. (2008). *Introduction To Structural Equation Modelling Using Spss And Amos*. London: Sage Publications.
- Brotherton, B. ve Himmetoğlu, B. (1997). Beyond Destinations-Special Interest Tourism, *Anatolia: An International Journal Of Tourism And Hospitality Research*, 8(3): 11-30.
- Büyüköztürk, Ş. (2009). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Pegem Yayıncılık.
- Cohen, E. H. (2010). Educational Dark Tourism At In Popula Site-The Holocaust Museum In Jerusalem, *Annals Of Tourism Research*, 38(1): 193-209.
- Cooper, M. (2007). Post-Colonial Representations Of Japanese Military Heritage: Political And Social Aspects Of Battlefield Tourism. In The Pacific And East Asia In C. Ryan (Ed.), *Battlefield Tourism: History, Place And Interpretation*. (pp.73-86). Elsevier.
- Çeken, H. (2004). Küreselleşme Eğilimlerinin Uluslararası Turizm Hareketlerine Etkisi Ve Türkiye, *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 12: 1-11.
- Çeken, H., Dalgın, T. ve Çakır, N. (2012). Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler Ve Kırsal Turizmin Etkileri, *Uluslararası Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2): 11-16.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik, Spss Ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dale, C. ve Robinson, N. (2011). Dark Tourism. In P. Robinson and S. Heitmann (Eds.), *Research Themes For Tourism*. (pp.205-218).

Dann, G. M. S. (1994). Tourism: The Nostalgia Industry Of The Future. In W.Theobald (Ed.), *Global Tourism: The Next Decade*. (pp.55-67). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Dann, G. M. S. (1998). The Dark Side Of Tourism, *Etudes Et Rapports Centre International De Recherches Et d'Etudes Touristiques, Aix-en-Provence*, L(14): 1-31.

Dann, G. M. S. ve Seaton, A. V. (2001). Slavery, Contested Heritage And Thanatourism, *International Journal Of Hospitality&Tourism Administration*, 2(3-4): 1-29.

Dunkley, R., Morgan, N. ve Westwood, S. (2010). Visiting The Trenches: Exploring Meanings And Motivations In Battlefield Tourism, *Tourism Management*, Article In Press: 1-9.

Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.

Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde Güvenirlik Ve Geçerlik, *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3): 211-216.

Eroğlu, E. (2003). *Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının Yapısal Eşitlik Modeli İle Analizi*. Basılmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Sayısal Yöntemler Bilim Dalı, İstanbul.

Foley, M. ve Lennon, J. J. (1996). JKF And Dark Tourism: A Fascination With Assassination, *International Journal Of Heritage Studies*, 2(2): 198-211.

Foley, M. ve Lennon, J. J. (1997). Dark Tourism-An Ethical Dilemma. In M. Foley, J. J. Lennon and G. Maxwell (Eds.), *Strategic Issues For The Hospitality, Tourism And Leisure Industries*. (pp.152-164). London: Cassell.

Güzel, Ö. (2011). Türkiye'de İç Turizm Pazarı Analizi Ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 8(16): 127-144.

Güzeller, C. (2006). Ortaöğretim Kurumları Öğrenci Seçme Sınavının Türkçe Dil Yeterlilikleri Açısından Modellenmesi, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(2): 403-412.

Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Nobel Yayın Dağıtım.

Hall, J., Basarin, V. J. ve Lockstone Binney, L. (2010). An Empirical Analysis Of Attendance At A Commemorative Event: Anzac Day At Gallipoli, *International Journal of Hospitality Management*, 29: 245-253.

Haşlamam, T. (2005). *Programlama Dersi İle İlgili Özdeğerlendirici Öğrenme Stratejileri İle Başarı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Bir Yapısal Eşitlik Modeli*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

Hazar, A. (2010). *Meslek Yüksekokulları İçin Genel Turizm*. Ankara: Nobel Yayınları.

Henderson, J. C. (2000). War As A Tourist Attraction: The Case Of Vietnam, *Int. J. Tourism Res.*, 2: 269-280.

Hoyle, R. H. (1995). *The Structural Equation Modeling Approach: Basic Concepts And Fundamental Issues In Structural Equation Modeling: Concepts, Issues And Applications, Structural Equation Modeling*. USA: Sage Publications.

Hyde, K. F. ve Harman, S. (2011). Motives For A Secular Pilgrimage To The Gallipoli Battlefields, *Tourism Management*, 32: 1343-1351.

Jöreskog, K. G. ve Sörbom, D. (1982). Recent Developments In Structural Equation Modeling, *Journal Of Marketing Research*, 19: 404-416.

Kaelber, L. (2007). A Memorial As Virtual Traumascape: Darkest Tourism 3D And Cyber-Space To The Gas Chambers Of Auschwitz, *E-Review Of Tourism Research*, 5(2): 24-33.

Kang, E. J., Scott, N., Lee, T. J. ve Ballantyne, R. (2011). Benefits Of Visiting A Dark Tourism Site: The Case Of The Jeju April 3rd Peace Park, Korea, *Tourism Management*, 1-9.

Kaplan, D. (2009). *Structural Equation Modeling. Foundations And Extensions*. USA: Sage Publications.

Kaya, O. (2006). *Ölüm Turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi MilliParkı'nı Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret Motivasyonlarını Anlamaya Yönelik Bir Araştırma Ve Sonuçları*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale.

Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm Ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4): 39-56.

Kılıç, B. ve Akyurt, H. (2011). Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar Ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1): 209-232.

Kim, S. S., Lee, C. K. ve Klenosky, D. B. (2003). The Influence Of Push And Pull Factors At Korean National Parks, *Tourism Management*, 24(2003): 169–180.

Klenosky, D. B. (2002). The Pull Of Tourism Destinastions: A Means-End Investigation, *Journal Of Travel Research*, 40: 385-395.

Kline, R. B. (1994). Validity Of A Math Skills Pretest For Introductory Statistics, *American Psychological Association*, Los Angeles.

Kline, R. B. (2005). *Structural Equation Modeling*. New York: The Guilford Press.

Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Lennon, J. J. ve Foley, M. (1999). Interpretation Of The Unimaginable: The U.S. Holocaust Memorial Museum, Washington, D.C. And Dark Tourism, *Journal Of Travel Research*, 1: 38-46.

Lennon, J. J. ve Foley, M. (2000). *Dark Tourism*. London: Continuum.

Leopold, T. (2007). A Proposed Code Of Conduct For War Heritage Sites, In C. Ryan (Ed.), *Battlefield Tourism: History, Place And Interpretation*. (pp.49-58). Elsevier.

Li, F. ve Harmer, P. (2006). Structural Equation Modeling And Its Applications In Exercise Science Research. In T. M. Wood and W. Zhu (Eds.), *Measurement Theory And Practice In Kinesiology*. (pp. 147-166) USA: Human Kinetics.

Lisle, D. (2004). Gazing At Ground Zero: Tourism, Voyeurism And Spectacle, *Journal For Cultural Research*, 8(1): 3-21.

Lisle, D. (2007). Defending Voyeurism: Dark Tourism And The Problem Of Global Security, *Tourism And Politics*, (333-345).

Maviş, F., Ahıpaşaoğlu, H. S. ve Kozak, N. (2002). *Genel Turizm Bilgisi*. İçinde M. Akoğlan Kozak (Ed). Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Mayo, J. M. (2011). War Memorials As Political Memory, *Geographical Review*, 78(1): 62-75.

- Merrin, W. (1999). Crash, Bang, Wallop! What A Picture! The Death Of Diana And The Media, *Mortality*, 4(1): 41-62.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Moeller, M. (2006). *Battlefield Tourism In South Africa With Special Reference To Isandlwana And Rorke's Drift Kwazulu-Natal*. Unpublished Master's Thesis, Faculty Of Economic And Management Sciences, University Of Pretoria.
- Mowatt, R. A. ve Chancellor, C. H. (2011). A Visiting Death And Life: Dark Tourism And Slave Castles, *Annals Of Tourism Research*, Article In Press: 1-25.
- O'Rourke, P. (1988). *Holidays In Hell*. London: Picador.
- Özdemir, P. (1999). Türkiye'de İç Turizm, *DEÜ. İİBF. Dergisi*, 14(2): 159-168.
- Özkoç, H. H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modelleri: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama*. Basılmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, İzmir.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Araştırma, *Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı 2: 183-195.
- Pang, N. S. K. (1996). School Values And Teachers' Feelings: A Lisrel Model, *Journal Of Educational Administration*, 34(2): 64-83.
- Pike, S. (2004). *Destination Marketing Organisations*. Australia: Advances In Tourism Research Series.
- Prideaux, B. (2007). Echoes Of War: Battlefield Tourism, In C. Ryan, (Ed.), *Battlefield Tourism: History, Place And Interpretation*. (pp. 18-27). Oxford: Elsevier.
- Read, S. E. (1980). A Prime Force In The Expansion Of Tourism In The Next Decade: Special Interest Travel, In D. E. Hawkins, E. L. Shafer ve J. M. Rovelstad (Eds.), *Tourism Marketing And Management Issues*. (pp. 193-202). Washington: George Washington University Press.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide To Structural Equation Modeling*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Seaton, A. (1996). Guided By The Dark: From Thanatopsis To Thanatourism, *International Journal Of Heritage Studies*, 2(4): 234-244.

Seaton, A. (1999). War And Thanatourism: Waterloo 1815-1914, *Annals Of Tourism Research*, 26(1): 130-158.

Sharpley, R. ve Stone, P. R. (2009). *The Darker Side Of Travel. Aspects Of Tourism Series*. UK: Channel View Publications.

Sharpley, R. (2009). Shedding Light On Dark Tourism: An Introduction. In R. Sharpley ve P. R. Stone (Eds.), *The Darker Side Of Travel. Aspects Of Tourism Series*. (pp. 3-23). UK: Channel View Publications.

Slade, P. (2003). Gallipoli Thanatourism The Meaning Of Anzac, *Annals Of Tourism Research*, 30(4): 779-794.

Smith, V. L. (1998). War And Tourism, An American Ethnography, *Annals Of Tourism Research*, 25(1): 202-227.

Smith, N. ve Croy, W. G. (2005). Presentation Of Dark Tourism: Te Wairoa, The Buried Village. In C. Ryan, S. J. Page ve M. Aicken (Eds.), *Taking Tourism To The Limits: Issues, Concepts And Managerial Perspectives*. (pp.199-215). Elsevier.

Stone, P. R. (2005a). Dark Tourism Consumption-A Call For Research, *E-Rewiev Tourism Research*, 3(5): 109-117.

Stone, P. R. (2005b). Dark Tourism- An Old Concept In A New World. http://works.bepress.com/philip_stone/26. adresinden 04.01.2012 tarihinde temin edilmiştir.

Stone, P. R. (2006). A Dark Tourism Spectrum: Towards A Typology Of Death And Macabre Related Tourist Sites-Attractions And Exhibitions, *Tourism*, 54(2): 145-160.

Stone, P. R. ve Sharpley, R. (2008). Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective, *Annals Of Tourism Research*, 35(2): 574-595.

Strange, C. ve Kempa, M. (2003). Shades Of Dark Tourism-Alcatraz And Robben Island, *Annals Of Tourism Research*, 30(2): 386-405.

Sümer, N. (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri, *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6):49-74.

Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş. Temel İlkeler Ve LISREL Uygulamalar*. Ankara: Ekinoks Yayınları.

Taillon, M. A. J. (2009). Running Head: The Case Against Thanatourism As A Postmodern Conceptualization: The Role Of Societal-Cultural Factors In Thanatourist

Motivation. <http://justintaillon.com/Final%20Paper,%20Thanatourism.docx> adresinden 23.11.2011 tarihinde temin edilmiştir.

Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel İlgi Turizmi Ve Özel İlgi Turizmi Kapsamında Kuşadası Ve Çevresinde Var Olan Potansiyel Kaynaklar Üzerine Kuramsal Bir İnceleme, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(1): 9-22

Tarlow, P. E. (2005). Dark Tourism – The Appealing Dark Side Of Tourism And More. In M. Novelli (Ed.), *Niche Tourism- Contemporary Issues, Trends And Cases*. (pp.47-59). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Taşkın, Ç. ve Akat, Ö. (2010). *Araştırma Yöntemlerinde Yapısal Eşitlik Modelleme. Lisrel İle Marka Değeri Ölçümü Örnekleri*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Tosun, C. ve Şahin, S. Z. (2006). Gelişen Ve Değişen Eğilim Ekoturizm. *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*. 20-22 Nisan 2007.

Trauer, B. (2006). Conceptualizing Special Interest Tourism - Framework For Analysis, *Tourism Management*, 27: 183-200.

Türk Dil Kurumu. (2005). *Türkçe Sözlük*.

Uçkun, C. G. ve Türkay, O. (2003) *Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği, Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli Ve Güncel Sorunları Konferansı*, 3-4 Mayıs, Çankırı.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci Ve SPSS İle Veri Analizi*. Detay Yayıncılık.

Usta, Ö. (2009). *Turizm Genel Yapısı Ve Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Valle, O. V., Silva, J. A., Mendes, J. ve Guerreiro, M. (2006). Tourist Satisfaction And Destination Loyalty Intention: A Structural And Categorical Analysis, *Int. Journal Of Business Science And Applied Management*, 1(1): 25-44.

Yener, H. (2007). *Personel Performansına Etki Eden Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli (Yem) İle İncelenmesi Ve Bir Uygulama*. Basılmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Yılmaz, V. (2004). Lisrel İle Yapısal Eşitlik Modelleri: Tüketici Şikayetlerine Uygulanması, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1: 77-90.

Yılmaz, V. ve Çelik, E. H. (2009). *Lisrel İle Yapısal Eşitlik Modellemesi-I Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama*. Ankara: Pegem Akademi.

Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005). An Examination Of The Effects Of Motivation And Satisfaction On Destination Loyalty: A Structural Model, *Tourism Management*, 26: 45-56.

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

Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2004). *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Weiler, B. ve Hall, C. M. (1992). *Special Interest Tourism*. London: Belhaven Press.

Wight, A. C. (2006). Philosophical And Methodological Praxes In Dark Tourism: Controversy, Contention And The Evolving Paradigm, *Journal Of Vacation Marketing*, 12(2): 119-129.

Wight, A. C. ve Lennon, J. J. (2007). Selective Interpretation And Eclectic Human Heritage In Lithuania, *Tourism Management*, 28: 519–529.

Wilson, J. Z. (2004). Dark Tourism And The Celebrity Prisoner: Front And Back Regions In Representations Of An Australian Historical Prison, *Journal Of Australian Studies*, 28(82): 1-13.

Zhuang, J., Peltier, S., He, S., LaConte, S. ve Hu, X. (2008). Mapping The Connectivity With Structural Equation Modeling In An Fmri Study Of Shape-From-Motion Task, *NeuroImage*, 42: 799-806.

İNTERNET KAYNAKLARI

Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2011

<http://www.vagabondish.com/dark-tourism-travel-tours/> Erişim Tarihi 04.01.2012.

EK-1 ANKET FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu çalışma Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans tez çalışması için yapılmaktadır. Vereceğiniz bilgiler eğitim amaçlı kullanılacak olup, genel anlamda değerlendirilecek ve çalışmamıza büyük katkılar sağlayacaktır. *Yardımlarınız ve değerli vaktinizi ayrılmamız için teşekkür ederiz.*

Hande AKYURT KURNAZ
Muğla Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
handekurnaz@mu.edu.tr

1. BÖLÜM: DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİN BELİRLENMESİ

1.Cinsiyet	2.Yaş	3.Medeni Hal	4.Eğitim	5.Meslek	6. Aylık Gelir	7.Yaşadığı Şehir	8. Seyahate kiminle birlikte çıktınız?
<input type="radio"/> Erkek <input type="radio"/> Kadın	<input type="radio"/> 19 ve altı <input type="radio"/> 20-29 <input type="radio"/> 30-39 <input type="radio"/> 40-49 <input type="radio"/> 50-59 <input type="radio"/> 60 ve üstü	<input type="radio"/> Evli <input type="radio"/> Bekar <input type="radio"/> Diğer	<input type="radio"/> İlköğretim <input type="radio"/> Lise <input type="radio"/> Önlisans <input type="radio"/> Lisans <input type="radio"/> Lisansüstü	<input type="radio"/> Emekli <input type="radio"/> Ev Hanımı <input type="radio"/> Öğrenci <input type="radio"/> Kamu Görevlisi <input type="radio"/> Özel Sektör <input type="radio"/> Diğer.....	<input type="radio"/>-1000 TL <input type="radio"/> 1001-2000 TL <input type="radio"/> 2001-3000 TL <input type="radio"/> 3001-4000 TL <input type="radio"/> 4001-..... TL		<input type="radio"/> Yalnız <input type="radio"/> Eşimle <input type="radio"/> Ailemle <input type="radio"/> Arkadaş Grubu <input type="radio"/> Diğer.....

9. Daha önce Çanakkale'yi ziyaret ettiniz mi?

Evet (Evet ise kaç kez olduğunu lütfen belirtiniz.....) Hayır

10. Sizde bir bölgede savaş nedeni ile insanların hayatını kaybetmesi o bölgenin ziyaret edilmesini gerektirir mi?

Evet Hayır

11. Çanakkale'ye gelmeden önce Çanakkale hakkında bilgi topladınız mı?

Evet Hayır

12. Eğer bilgi topladıysanız, aşağıdaki kaynaklardan hangisinden bilgi edindiniz? (Lütfen tek bir şık işaretleyiniz.)

Arkadaş/akraba/tanıdık tavsiyesi Reklam Satış Elemanı Broşür/Katalog/Kullanma Kılavuzu

Yazılı ve görsel basındaki haber ve yorumlar İnternet Diğer(Lütfen belirtiniz)

2. BÖLÜM: DESTİNASYONA AİT ÇEKİCİ FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
ÇANAKKALE'Yİ ZİYARET ETMEMİN EN ÖNEMLİ SEBEBİ	Gelibolu Tarihi Milli Parkı'dır.					
	uygun iklim koşullarıdır.					
	eşsiz manzarası ve doğal güzellikleridir. (Biga, Ayazma vb.)					
	arkeolojik sit alanlarıdır. (Dalyan Mevkii, Bozcaada vb.)					
	ören yerleridir. (Truva, Assos vb.)					
	antik kentleridir. (Parion, Assos vb.)					
	kentsel sit alanlarıdır. (Behramkale Köyü, Kilitbahir Köyü vb.)					
	anıt yapılarıdır. (Mevlevihane, Eski Hükümet Konağı vb.)					
	doğal sit alanlarıdır. (Behramkale/Küçükkuyu, Adatepe vb.)					
	anıt ağaçlarıdır. (Adatepe Köyü Çınarları, Kocaçeşme Köyü Çınarları vb.)					
	Truva Filminde kullanılan Truva atıdır.					
	kaplıcalarıdır. (Kestanbol, Ayvacık)					
	adalarıdır. (Bozcaada, Gökçeada)					
	milli parklarıdır.					
	güvenli seyahat etme olanaklarıdır.					
	ulaşım imkanlarının yeterliliğidir.					
	rehberli tur programlarının yeterliliğidir.					
	yiyecek içecek işletmelerinin yeterliliğidir.					
	konaklama işletmelerinin yeterliliğidir.					
	alışveriş imkanlarının yeterliliğidir.					
spor ve sanat aktiviteleridir. (Dalış,atlı doğa yürüyüşü,sergi,konser vb.)						
festivalleridir. (Uluslararası Troia, Kazdağı Kültür ve Sanat Festivali vb.)						
yerel halkın yaşam tarzıdır.						
yemek kültürüdür.						
el sanatlarıdır.						
yerel halkın turiste karşı tutum ve davranışlarıdır.						
GELİBOLU TARİHİ MİLLİ PARKI'NI ZİYARET ETMEMİN EN ÖNEMLİ SEBEBİ	Gerçek Şehitliklerdir. (Anafarta Köy Mezarlığı Şehitliği, Yrb.Hüseyin Avni Mezarı vb.)					
	Sembolik Şehitliklerdir. (Yahya Çavuş Şehitliği, 57. Alay Şehitliği vb.)					
	Anıtlardır. (Conkbayırı Anıtı, İlk Şehitler Anıtı vb.)					
	Yabancı Mezar ve Anıtlardır. (Helles Anıtı, The Farm Mezarlığı vb.)					
	Kaleler ve Tabyalardır. (Namazgah Tabyası, Seddülbahir Kalesi vb.)					
	Müzelerdir. (Kabatepe Müzesi, Bigalı Köyü Atatürk Evi Müzesi vb.)					
Kurtuluş Savaşı ve Çanakkale Zaferi ile ilgili anlatılan destanlar ve hikayelerdir.						

3. BÖLÜM: İTİCİ FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ BU DESTİNASYONU ZİYARET ETMEK İSTEDİM, ÇÜNKÜ....	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
arkadaşlarımdan daha önce gitmediği bir yere gitmek istedim.					
tarihi açıdan önemli yerleri ziyaret ederek tarihi geçmişimi öğrenmek istedim.					
Türk Kurtuluş Savaşı'nın heyecanını yaşamak istedim.					
Türk Kurtuluş Savaşı ve Çanakkale Zaferi hakkında yerinde" bilgi edinmek istedim.					
dua etmek ve şehitlerimizi anmak istedim.					
müze, anıt ve savaş alanlarını ziyaret etmek istedim.					
Çanakkale Savaşı'nda kaybettiğim yakınlarımdan kabirlerini ziyaret etmek istedim.					
atalarımdan savaştığı bölgeyi görmek istedim.					
atalarımdan öldüğü bölgeyi görmek istedim.					
burada savaşan insanların duygularını hissetmek istedim.					
tarihe tanıklık etmek istedim.					
yoğun iş temposu, sıkıntı, stres ve sıradanlıktan kaçmak istedim.					
yeni arkadaşlıklar kurmak istedim.					
bölge kültürünü yakından tanımak istedim.					
yeni ve farklı şeyler - yerler görmek istedim.					
sadece farklı bir yerde vakit geçirmek istedim.					
ziyaret edilmesi gerekliliğini hissettim.					
bölgeyi merak ettim.					
bölge benim için sembolik bir anlam taşımaktadır.					
tur programının bir parçasıdır.					
bölge benim mirasımın bir parçasıdır.					
bölge popüler bir turizm bölgesidir.					
vatan sevgisi duygusunun en iyi yaşanabildiği yerlerden birinin Gelibolu Tarihi Milli Parkı olduğunu düşündüğüm içindir.					

4. BÖLÜM: SADAKAT-MEMNUNİYET DÜZEYİNİN BELİRLENMESİ	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
Bu destinasyonu başkalarına tavsiye ederim.					
Tatil süresince edinmiş olduğum olumlu izlenimleri diğer turistlere de anlatırım.					
Önümüzdeki dönemlerde bu destinasyonu tekrar ziyaret edeceğim.					
Bu destinasyona olan ziyaretim, beklentilerimi karşıladı.					
Bu destinasyon ziyaret etmeye değer bir merkezdir.					
Ziyaret ettiğim diğer destinasyonlara göre, bu destinasyonu ziyaret etmek daha önemlidir.					
Bu destinasyona olan ziyaretim, harcadığım paraya değdi.					
Bu destinasyonun çevre temizliği ve çevre düzenlemesi yeterlidir.					
Bu destinasyonun dinlenme yerleri ve wc olanakları yeterlidir.					
Bu destinasyon içerisinde ulaşım kolaylığı için kullanılan işaret-yön ve levhalar yeterlidir.					
Bu destinasyonu kapsayan tur programları çeşitli ve yeterlidir.					
Bu destinasyonda alan kılavuzluğu ve rehberlik hizmetleri yeterlidir.					
Bu destinasyonun sahip olduğu tarihi değerlerin korunmuşluk düzeyi yüksektir.					
Bu destinasyonun tanıtma ve bilgi alma merkezleri yeterlidir.					

DESTİNASYON SEÇİMİ	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
Gelibolu Tarihi Milli Parkı, bu destinasyon seçimimde önemli bir rol oynadı					
Doğal çekicilikler (manzara, adalar vb.), bu destinasyon seçimimde önemli bir rol oynadı.					
Tarihi ve kültürel çekicilikler (Asos-Truva vb.), bu destinasyon seçimimde önemli bir rol oynadı.					

Bu destinasyon ziyaretiniz sizi ne kadar memnun etti? (Hiç Memnun Etmedi) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (Fazlasıyla Memnun Etti)
--

“Vakit ayırdığınız ve ilginiz için çok TEŞEKKÜR EDERİM”

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Hande AKYURT KURNAZ
Doğum Yeri : Edirne-Keşan
Doğum Yılı : 1984
Medeni Hali : Evli

EĞİTİM VE AKADEMİK BİLGİLER

1998-2002 : Edirne Merkez Anadolu Lisesi
2003-2005 : Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu Turizm Rehberliği
2005-2009 : Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Öğretmenliği
Yabancı Dil : İngilizce

MESLEKİ BİLGİLER

06.2008-09.2008 : Erasmus Staj Hareketliliği Programı. POLONYA.
02.2009-06.2009 : Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu. Turizm Ve Otel İşletmeciliği Programı. Öğretim Görevlisi. (31. Madde) ANKARA.
07.2009-09.2009 : Akdeniz Apart. Housekeeper. MUĞLA.
02.2010 -09.2012: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. Araştırma Görevlisi. MUĞLA.
09.2012-.....: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İçmeler Turizm Meslek Yüksekokulu. Öğretim Görevlisi. MUĞLA.