

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YEREL HALKIN “BOCUK GECESİ” KORKU FESTİVALİNE
YÖNELİK ALGILARININ FESTİVAL MEMNUNİYETİ
ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERVE KARAKAŞ

BALIKESİR, 2022

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YEREL HALKIN “BOCUK GECESİ” KORKU FESTİVALİNE
YÖNELİK ALGILARININ FESTİVAL MEMNUNİYETİ
ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERVE KARAKAŞ

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. SABRİYE ÇELİK UĞUZ

BALIKESİR, 2022

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 201912569006 numaralı Merve Karakaş'ın hazırladığı “Yerel Halkın “Bocuk Gecesi” Korku Festivaline Yönelik Algılarının Festival Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi” konulu YÜKSEKLİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 20.06.2022 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Üye (Başkan) Prof. Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN

İmza

Üye (Danışman) Doç. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ

İmza

Üye Doç. Dr. Serkan TÜRKMEN

İmza

.../.../...

Enstitü Onayı

ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

20/06/2022

İmza

Merve KARAKAŞ

ÖNSÖZ

Bocuk Gecesi, Edirne'nin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde her yıl Ocak ayında kutlanan bir korku festivalidir. Kendine özgü ritüelleri ve yarattığı korku atmosferiyle günden güne binlerce katılımcının ilgisini çeken bu büyük çaplı organizasyon, bölge turizmi açısından global bir reklam unsurudur. Aynı zamanda Çamlıca köyünde binlerce yıllık bir geçmişe sahip olan Bocuk Gecesi, Türkiye'nin ilk ve tek korku festivali patentine sahiptir. Dolayısıyla bu festivalin marka kimliğinin korunarak, bölgede yaşatılması ve devamlılığının sağlanması için paydaşlar ve yerel halkın iş birliği kritik bir öneme sahiptir. Bu araştırmanın amacı, Edirne ilinin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde her yıl Ocak ayında düzenlenen Bocuk Gecesi korku festivalinin yerel halk tarafından nasıl algılandığının ve yerel halkın festivale ilişkin memnuniyet düzeylerinin ne derecede olduğunu tespit edilmesidir.

Yüksek lisans eğitimim boyunca çok iyi bir yol arkadaşı olan ve bu yolda gelişme sağlamam açısından her türlü fırsatı önüme sunan, ilk günden itibaren ilgisini, sevgisini, desteğini ve samimiyetini hiçbir zaman esirgemeyen, güler yüzü, sözleri ve enerjisiyle beni motive eden, danışanı olmaktan bir kez daha gurur duyduğum kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ'a sonsuz teşekkür ederim. Yine aynı süreç içerisinde istatistik konusunda yardım ve desteğini esirgemeyen Öğr. Gör. Fatih ÇOLAKOĞLU'na teşekkürü borç bilirim.

Hayatımın her anında yanımda olarak ilgisini, sevgisini ve varlığını hissettiren, eğitim hayatım boyunca her zaman en iyisini yapabileceğime inanan ve bugünlere gelmem için desteğini bir gün bile esirgeyemeyen canım babam Recep KARAKAŞ'a, canım annem Mediye KARAKAŞ'a ve canım ablam Melek YILMAZ'a sonsuz teşekkür ederim. Her anımda yanımda olan çocukluk arkadaşım Nihan BOZ'a, birlikte çıktığımız eğitim yolculuğunda her zaman tam destek sağlayan, fikirleri ve inancıyla beni motive ederek güç veren Tezay Can AYSEL'e ve bu süreçte desteklerini esirgemeyen kıymetli dostlarım ve arkadaşlarıma teşekkürlerimi borç bilirim.

BALIKESİR, 2022

MERVE KARAKAŞ

ÖZET

YEREL HALKIN “BOCUK GECESİ” KORKU FESTİVALİNE YÖNELİK ALGILARININ FESTİVAL MEMNUNİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

KARAKAŞ, Merve

Yüksek Lisans, Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ

2022, 118 Sayfa

Son yıllarda dünyada ve turizm sektöründe yaşanan hızlı gelişmeler ile birlikte, tüketicilerin seyahat trendlerinde değişiklikler meydana gelmiştir. Bireyler popüler turistik destinasyonlar yerine daha bireysel ve farklı deneyimlerin yaşandığı, özel ilgilerine hitap eden destinasyonlara yönelmektedir. Bu noktada eğlence ve korku temalı karanlık turizm destinasyonları, alışılmışın dışında bir seyahat deneyimi sunmaktadır. Türkiye’de “eğlence ve korku” barındıran karanlık turizm destinasyonları çok kısıtlı olup, genellikle korku evleri ve temalı parklar şeklindedir. Ancak her yıl Edirne’nin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde düzenlenen Çocuk Gecesi, sahip olduğu korku ve eğlence temasıyla Türkiye’nin patentli ilk ve tek korku festivali olma özelliğine sahiptir. Dolayısıyla tescili alınmış bu festivalin korunarak devamlılığının sağlanması ve turizm potansiyelinin geliştirilmesi için yerel halkın ve diğer paydaşların desteği oldukça önemlidir.

Bu araştırmada yerel halkın, Edirne’nin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde her yıl Ocak ayında düzenlenen Çocuk Gecesi festivaline ilişkin algıları ve festivalden memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca, yerel halkın görüş ve desteğini alarak festivalin mevcut durumunu ortaya koymak ve bu organizasyonun geliştirilerek daha uzun ömürlü olmasına katkı sağlamak araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın örnekleme, Çamlıca köyünde yaşayan 18 yaş ve üstü bireylerdir. Araştırmada, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi seçilerek, 249 kişiye bir kısmı çevrimiçi

bir kısmı ise yüz yüze olmak üzere anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler faktör analizi, regresyon analizi ve farklılık analizleri yapılarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcılar Bocuk Gecesi'nin en fazla bireysel, kentsel ve sosyo-kültürel etkilerini olumlu algılamaktadır. Kentsel, bireysel ve ekonomik faktörlerin yerel halkın festival memnuniyet düzeylerini etkileyen en önemli faktörler olduğu da tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunun (%91,4) Çamlıca köyünde Bocuk Gecesi düzenlenmesinden memnun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada, yerel halkın görüşlerinin de bu sürece dâhil edilerek, Bocuk Gecesi'nin turizm potansiyelinin geliştirilmesi ve devamlılığının sağlanması için çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Özel İlgi Turizmi, Karanlık Turizm, Bocuk Gecesi, Korku, Yerel Halk

ABSTRACT

DETERMINING THE EFFECT OF LOCAL PEOPLE'S PERCEPTIONS OF THE “BOCUK NIGHT” FEAR FESTIVAL ON FESTIVAL SATISFACTION

KARAKAŞ, Merve

Master Thesis, Department of Hospitality Management

Advisor: Doç. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ

2022, 118 pages

In recent years, with the rapid developments in the world and in the tourism sector, changes have occurred in the travel trends of consumers. Instead of popular touristic destinations, individuals tend towards destinations that appeal to their special interests, where more individual and different experiences are experienced. At this point, entertainment and horror themed dark tourism destinations offer an unusual travel experience. Dark tourism destinations that host “entertainment and fear” in Turkey are very limited, usually in the form of horror houses and theme parks. However, Bocuk Night, which is held every year in Çamlıca village of Keşan district of Edirne, has the distinction of being Turkey's first and only patented horror festival with its fear and entertainment theme. Therefore, the support of the local people and other stakeholders is very important for the preservation and continuity of this registered festival and for the development of its tourism potential.

In this research, it is aimed to determine the perceptions and satisfaction levels of the local people about the Bocuk Night festival, which is held every year in January in Çamlıca village of Edirne's Keşan district. In addition, another aim of the research is to reveal the current status of the festival by receiving the opinions and support of the local people and to contribute to the development of this organization and its longevity. In this context, the sample of the research is individuals aged 18 and over living in Çamlıca village. In the study, convenience sampling method was chosen from the non-random sampling methods, and a questionnaire was applied to 249 people, some online and some face-to-face. The data obtained were evaluated by factor

analysis, regression analysis and difference analysis. According to the results of the research, the participants perceive the most positive individual, urban and socio-cultural effects of Bocuk Night. It has also been determined that urban, individual and economic factors are the most important factors affecting the festival satisfaction levels of the local people. In addition, it was concluded that the majority of the participants (91.4%) were satisfied with the Bocuk Night in Çamlıca village. In the research, various suggestions have been presented for the development and continuity of the tourism potential of Bocuk Night by including the views of the local people in this process.

Keywords: Special Interest Tourism, Dark Tourism, Bocuk Night, Fear, Local People

Değerli Aileme...

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	ix
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ	xiv
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi	3
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları	4
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	5
1.6. Tanımlar	5
2. İLGİLİ ALANYAZIN	7
2.1. Kuramsal Çerçeve	7
2.1.1. Özel İlgi Turizmi Kavramı ve Kapsamı	7
2.1.1.1. Özel İlgi Turizminin Tanımı.....	7
2.1.1.2. Özel İlgi Turizminin Diğer Turizm Kavramları İle İlişkisi	9
2.1.1.3. Özel İlgi Turizminin Gelişim Süreci	11
2.1.1.4. Özel İlgi Turizminin Özellikleri	13
2.1.1.5. Özel İlgi Turizmini Diğer Turizm Türlerinden Ayırt Eden Yönler....	14
2.1.1.6. Özel İlgi Turisti Kavramı ve Tanımı	17
2.1.1.6.1. Özel İlgi Turistinin Özellikleri	18
2.1.1.6.2. Özel İlgi Turisti Tipleri.....	19
2.1.1.7. Özel İlgi Turizminin Pazarlanması.....	21
2.1.1.7.1. Özel İlgi Turizminde Niş Pazarlama.....	22
2.1.1.8. Özel İlgi Turizm Türlerinin Sınıflandırılması	24

2.1.1.8.1. Doğaya Dayalı Özel İlgi Turizmi Türleri	25
2.1.1.8.2. Hobiye Dayalı Özel İlgi Turizmi Türleri	26
2.1.1.8.3. Eğitime Dayalı Özel İlgi Turizmi Türleri	27
2.1.1.8.4. Kültüre Dayalı Özel İlgi Turizmi Türleri.....	28
2.1.2. Özel İlgi Turizmi Türü Olarak Karanlık Turizm.....	33
2.1.2.1. Karanlık Turizm Kavramı.....	34
2.1.2.2. Karanlık Turizmin Gelişim Süreci.....	36
2.1.2.3. Karanlık Turizmin Ortaya Çıkma Nedenleri	37
2.1.2.4. Karanlık Turizm Motivasyonları	39
2.1.2.5. Karanlık Turizm Arzı ve Talebi	40
2.1.2.5.1. Karanlık Turizm Arzı.....	40
2.1.2.5.2. Karanlık Turizm Talebi.....	42
2.1.2.6. Karanlık Turizm Çeşitleri	42
2.1.2.7. Dünya’da ve Türkiye’de Karanlık Turizm Destinasyonları	47
2.1.2.7.1. Dünya'da Karanlık Turizm Destinasyonları	47
2.1.2.7.2. Türkiye'de Karanlık Turizm Destinasyonları	48
2.1.2.8. Dünya'da ve Türkiye'de Karanlık Festivaller	49
2.1.3. Eski Bir Balkan Geleneği Olarak Bocuk Gecesi Korku Festivalinin Karanlık Turizm Potansiyeli.....	51
2.1.3.1. Çamlıca Köyü Hakkında Genel Bilgiler.....	52
2.1.3.2. Bocuk Gecesi Hakkında Genel Bilgiler.....	54
2.1.3.3. Çamlıca Köyünde Bocuk Gecesi’nin Mevcut Durum Analizi	57
2.2. İlgili Araştırmalar	69
3. YÖNTEM.....	71
3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	71
3.2. Evren ve Örneklem.....	75
3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri	75
3.4. Verilerin Toplanma Süreci	75
3.5. Verilerin Analizi.....	76
4. BULGULAR VE YORUMLAR	78
4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler	78
4.2. Güvenilirlik ve Faktör Analizleri	80
4.2.1. Güvenilirlik Analizi.....	80
4.2.2. Keşifsel Faktör Analizi.....	81

4.3. Regresyon Analizi	86
4.4. Farklılık Analizleri	88
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	97
5.1. Sonuçlar.....	97
5.2. Öneriler.....	99
KAYNAKÇA.....	103
EKLER.....	115
EK 1: Anket Formu	115
EK 2: Ölçek İzinleri	117
EK 3: Taahütname.....	118

ÇİZELGELER LİSTESİ

	Sayfa
Çizelge 1. Özel İlgi Turizm Türlerinin Sınıflandırılması	25
Çizelge 2. Karanlık Turizm İle İlişkili Kavramlar ve Tanımlar	34
Çizelge 3. Dünya'da Karanlık Turizm Destinasyonları	47
Çizelge 4. Türkiye'de Karanlık Turizm Destinasyonları	48
Çizelge 5. Çamlıca Köyünün Civardaki Bölgelere Uzaklığı	64
Çizelge 6. Bocuk Gecesi'nin Talep Yapısı	65
Çizelge 7. Ölçeklerin Ön Test Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları	76
Çizelge 8. Katılımcıların Demografik Özellikleri (N=244).....	78
Çizelge 9. Yerel Halkın Bocuk Gecesi İle İlgili Algılarını Ölçmeye Yönelik Hazırlanan Ölçeğin Güvenirlilik Analizi Bulguları (N=244)	80
Çizelge 10. Yerel Halkın Bocuk Gecesi İle İlgili Algılarını Ölçmeye Yönelik Hazırlanan Ölçeğin Faktör Analizi Bulguları (N=244)	81
Çizelge 11. Yerel Halkın Bocuk Gecesi'nden Memnuniyet Düzeylerini Ölçmeye Yönelik Hazırlanan Ölçeğin Faktör Analizi Bulguları (N=244)	85
Çizelge 12. Regresyon Analizi Sonuçları (N=244)	86
Çizelge 13. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları (N=244).....	88
Çizelge 14. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Yaşa Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244)	89
Çizelge 15. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Eğitim Durumlarına Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244).....	90
Çizelge 16. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Meslek Gruplarına Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244)	92
Çizelge 17. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Gelir Durumlarına Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244).....	94
Çizelge 18. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Bölgedeki İkamet Süresine Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244).....	95

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Boş Zaman ve Özel İlgi Turizmi Döngüsü.....	14
Şekil 2. Turizm Sektörünün Pazar Bölümlene Gelişim Süreci.....	22
Şekil 3. Niş Pazarlamannın Uygulandığı Turizm Türleri	23
Şekil 4. Kültürel Turizm Kaynakları	29
Şekil 5. Karanlık Turizm Arzının Seviyeleri	40
Şekil 6. Karanlık Turizm Çeşitleri	43
Şekil 7. Çamlıca Köyü Sokak Mimarisi ve Rum Evlerinden Bir Görünüm	53
Şekil 8. Çamlıca Köyü-Trak Vadisi'nde Düzenlenen Hıdrellez Kutlamaları.....	53
Şekil 9. Çamlıca Köyünde Bocuk Gecesi Hazırlıkları.....	58
Şekil 10. Bocuk Gecesi Faaliyetleri.....	59
Şekil 11. Bocuk Gecesi Efsaneleri (Ölü Gelinler-Kara Nine) ve Sahne Gösterileri .	60
Şekil 12. Bocuk Gecesi Kutlamalarından Kareler	61
Şekil 13. Çamlıca Köyü Sokak ve Ev Dekorları	62
Şekil 14. Çamlıca Köyünde Bulunan Turistik İşletmeler	62
Şekil 15. Yerel Halkın Bocuk Gecesi'ne Katkıları.....	63
Şekil 16. Araştırmanın Modeli.....	71

KISALTMALAR LİSTESİ

- KTB** : Kùltür ve Turizm Bakanlığı
TDK : Türk Dil Kurumu
TÜRSAB : Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
WTO : Dünya Turizm Örgütü

1. GİRİŞ

Yirminci yüzyıl, insanlık tarihinde birçok alanda değişikliklere yol açmıştır. Bu değişikliklerin yaşandığı alanlardan bir tanesi de turizm sektörüdür. Sanayileşme ve birçok faktörün etkisiyle bireylerin seyahat etme ve turizm hareketlerine katılımı giderek artış göstermiştir. Ancak yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren kitlesel bir hareket halini alan turizm, olumsuz etkileri ile anılmaya başlamıştır. 1980’li ve 1990’lı yıllarda yeni anlayış biçimlerinin gelişmesiyle birlikte, insan ve doğa arasındaki ilişkiler güçlenmiş, kitlesel turizm anlayışı yerini daha bireysel ve özel ilgi gerektiren turizm türlerine bırakmıştır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 9). Son yıllarda seyahat tercihlerinde yaşanan değişimler ve özellikle Covid-19’un da etkisiyle özel ilgi seyahatlerinde yükselişler meydana gelmiştir. Hilton tarafından seyahat trendlerine yönelik gerçekleştirilen bir araştırmada, özel ilgi seyahatlerine yönelik talebin arttığı, ilgi alanlarına ve hobilerine göre seyahat eden gezginlerin 2022’de daha da rafine zevklere ve tercihlere göre seyahate katılacağı belirtilmektedir (Hilton Trends Report, 2022). Ayrıca Türkiye’nin seyahat sitesi Enuygun tarafından yapılan bir diğer araştırmaya göre, 2022 yılında deneyim odaklı seyahatler ön plana çıkarak, bireyler deneyim edinmek için hobilerine göre rota oluşturacaklardır (http-1).

Özel ilgi turizmi, kişilerin ilgi alanlarına hitap ettiği için çok geniş bir yelpazeye sahip olup, birçok çeşitli alt turizm türünü bünyesinde barındırmaktadır. Bu turizm türlerinden bir tanesi de son yıllarda turistlerin dikkatini çeken, oldukça popüler ve önemli bir turizm türü olarak bilinen dark (karanlık) turizmdir. Ölüm, ıstırap, zulüm, trajedi, şiddet, korku ya da ürkütücü olaylarla ilişkili destinasyonlara yapılan seyahatler olarak tanımlanan karanlık turizm, 2016’nın Aralık ayında yapılan Google arama sonuçlarında 4 milyon kez aratılmış ve “karanlık turizm rehberleri”, “karanlık turizm bloglarının yorumları”, “karanlık destinasyonların tatil temaları” gibi arama içerikleriyle ön plana çıkarak internetteki payını da arttırmıştır (Light, 2017, s. 276). Ayrıca Polonya’daki Auschwitz-Birkenau Anıt ve Müzesi’ni 2019 yılında 2 milyondan fazla kişi, İtalya’daki Pompeii bölgesini yılda 2,5 milyon kişi, New

York'taki 9/11 Anıtı ve Müzesi'ni 10 milyonu aşkın kişi ziyaret etmiştir (http-2 ve Pekerşen, 2020, s. 57). Türkiye'de ise Ankara'daki Ulucanlar Müzesi'ni 2019'da 400 bin kişi, Anıtkabir'i 2020 yılında toplamda 1.072.779 kişi, Gelibolu Tarihi Yarımadası'nı ise her yıl yaklaşık 3 milyon kişi ziyaret etmektedir (http-3 ve http-4).

Günümüzde dark turizm değişen seyahat trendleri ile birlikte daha sıradışı ve otantik deneyimlere doğru gelişim göstermektedir. Netflix 2018'de, gazeteci David Farrier'in normalde insanların yapılacaklar listesine girmeyen sıradışı ve ürpertici yerleri ziyaret ettiği "Dark Tourism" adlı bir belgesel yayınlamıştır (http-5). Ayrıca gerek sosyal medyada gerekse seyahat firmaları ya da haber sitelerinde esrarengiz, ürkütücü ve merak uyandıran destinasyonlarla ilgili paylaşımların da son yıllarda arttığı görülmektedir. Özellikle perili köyler, perili oteller, hayalet şehirler, korku evleri, korku temalı parklar ve korku temalı festivaller gibi eğlence ve korku unsurunun bir arada işlendiği destinasyonlar/etkinlikler son derece dikkat çekmektedir. Dünya çapında Ölüler Günü Festivali, Mohaç Buşo Şenlikleri, Oyuncak Bebekler Adası, Cadılar Bayramı ve İspanya Horrorland Korku Tema Parkı bunlardan bazılarıdır. Türkiye'de eğlence ve korkunun bir arada yaşatıldığı destinasyonlar genellikle korku evleri ve temalı parklardır. Ancak içinde barındırdığı korku ve eğlence unsurlarıyla ön plana çıkan ve binlerce katılımcının ilgisini çeken Bocuk Gecesi, Türkiye'nin ürkütücü varlıklarla karşılaşma arzusuyla katılımın sağlandığı patentli ilk ve tek festivalidir.

Araştırmanın da konusu olan Bocuk Gecesi, sahip olduğu dark turizm potansiyeli, yöreye özgü binlerce yıllık gelenekleri ve ritüelleriyle özgün bir değere sahiptir. Bu özgün değer korunarak, Çamlıca köyünde yaşatılması, geleceğe aktarılması ve turizm gelişiminin sağlanması için yerel halkın ve paydaşların desteği büyük bir öneme sahiptir. Bu çalışmada, Edirne'nin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde her yıl Ocak ayında düzenlenen "Bocuk Gecesi" korku festivalinin etkilerinin bölgede yaşayan yerel halk tarafından nasıl algılandığının ve festival memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca, yerel halkın görüş ve desteğini alarak festivalin mevcut durumunu ortaya koymak ve bu büyük çaplı organizasyonun geliştirilerek daha uzun ömürlü olmasına katkı sağlamak araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Literatürde Bocuk Gecesi ile ilgili yapılan çalışmalar çok kısıtlı olup, yerel halkın Bocuk Gecesi festival algılarının belirlenmesi üzerine yapılan çalışmaya ise rastlanmamış olması bu araştırmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

Araştırmanın, organizasyonun gerçekleştirilmesinde görev alan karar alıcılar ve politika belirleyicilere yardımcı olması hususunda fayda sağlanacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırma, literatürdeki boşluğu doldurarak, gelecekteki çalışmalara kaynak olma ve çalışma sonunda sunulacak öneriler ile festivalin eksikliklerinin giderilerek devamlılığının sağlanması hususunda yol gösterici olacaktır.

1.1. Araştırmanın Problemi

Türkiye'nin patentli ilk ve tek korku festivali olan Bocuk Gecesi, gerek yöreye özgü binlerce yıllık geçmişi ve ritüelleri gerekse sahip olduğu dark turizm potansiyeli ile özgün bir değere sahiptir. Yoğun ilgi ve yüksek katılımcı sayısı ile özellikle bölge turizmi açısından global bir reklam unsuru olan bu geleneğin korunarak, geleceğe taşınması ve turizm gelişiminin sağlanması son derece önemlidir. Bu noktada destinasyonların turizm gelişiminin sağlanması hususunda kilit paydaşlardan biri olan yerel halkın bu süreçte yapılan ya da yapılacak çalışmalara dâhil edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Literatürde daha önce yerel halkın Bocuk Gecesi'ne yönelik algıları yönünde bir çalışma yapılmadığı, hatta Bocuk Gecesi ile ilgili çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Yapılan bu çalışma ile literatürdeki bu eksikliğin giderilerek yerel halkın görüş ve düşüncelerinin tespit edilmesi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın iki temel temel amacı vardır. Birinci temel amacı, Edirne'nin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde her yıl Ocak ayında düzenlenen "Bocuk Gecesi" korku festivalinin etkilerinin bölgede yaşayan yerel halk tarafından nasıl algılandığının tespit edilmesidir. İkinci temel amacı ise, Çamlıca köyünde yaşayan yerel halkın bu festivalden duydukları memnuniyet düzeylerini belirlemektir. Ayrıca, yerel halkın görüş ve desteğini alarak festivalin mevcut durumunu ortaya koymak ve bu büyük çaplı organizasyonun geliştirilerek daha uzun ömürlü olmasına katkı sağlamak araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda, araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır;

1. Araştırmaya katılan yerel halkın demografik profili nedir?
2. Yerel halkın Bocuk Gecesi'nin sosyo-kültürel, turistik, kentsel, ekonomik, olumsuz ve bireysel etkilerine yönelik algıları nelerdir?

3. Demografik değişkenler açısından bu boyutlar arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
4. Yerel halkın Çocuk Gecesi'nden duydukları memnuniyet düzeyleri ne durumdadır?
5. Yerel halkın festival algılarının memnuniyet düzeyleri üzerindeki etkisi nedir?
6. Çocuk Gecesi'nin mevcut durumu (güçlü ve zayıf yönler, fırsatlar, tehditler) nedir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Bocuk Gecesi korku festivali Türkiye'nin ürkütücü varlıklarla karşılaşma arzusuyla katılımın sağlandığı patentli ilk ve tek organizasyonudur. Sahip olduğu eğlence ve korku temasıyla bugüne kadar binlerce turistin ilgisini çeken bu organizasyon, bölgenin tanıtımına ve özellikle turizmine önemli katkılar sağlamaktadır. Çocuk Gecesi'nin Çamlıca köyünde yaşatılması, geleceğe aktarılması ve turizm gelişiminin sağlanması için yerel halkın ve paydaşların desteği gerekmektedir. Bu noktada kilit paydaşlardan biri olan yerel halkın bu sürece dâhil edilerek, festivalin etkilerine yönelik görüşlerinin ne yönde olduğunun ortaya konulması büyük bir öneme sahiptir. Bu bağlamda araştırmada yerel halkın Çocuk Gecesi'ne ilişkin görüşlerinin ve festivalin mevcut durum analizinin ortaya konulmasıyla, organizasyonun gerçekleştirilmesinde görev alan karar alıcılar ve politika belirleyicilere yardımcı olması hususunda fayda sağlanacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırma, literatürdeki boşluğu doldurarak, gelecekteki çalışmalara kaynak olma ve çalışma sonunda sunulacak öneriler ile festivalin eksikliklerinin giderilerek devamlılığının sağlanması hususunda yol gösterici olacaktır.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Anket formundaki soruların, araştırmanın amacına uygun bir şekilde hazırlandığı varsayılmaktadır. Katılımcıların ankete verdikleri yanıtları dürüst ve tarafsızca değerlendirdikleri varsayılmaktadır. Yerel halkın Çocuk Gecesi hakkında verdikleri bilgileri ya da istek ve önerilerini açıkça ifade ettikleri varsayılmaktadır.

Çamlıca köyü yerel halkının misafirperver, sıcakkanlı ve turizm gelişimine açık olduğu varsayılmaktadır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın katılımcıları, Çocuk Gecesi'nin gerçekleştirildiği Çamlıca köyünde yaşaması, 18 yaşın altında olmaması ve anketi cevaplayabilme yetisine sahip gönüllü bireylerden oluşması kısıtları ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca verilerin toplanma sürecinde, Covid-19 pandemisinde alınan tedbirler ve kısıtlamalar nedeniyle anketlerin bir kısmının köye gidilerek yüz yüze, bir kısmının da çevrimiçi (Google Forms) olarak uygulanması ile sınırlandırılmıştır. Yine Covid-19 tedbirleri kapsamında Çocuk Gecesi'nin 2 yıldır (2021-2022) ertelenmesi nedeniyle festivalin düzenlenmemesi, buna bağlı olarak da festivale ait fotoğrafların bizzat araştırmacı tarafından çekilememesi bir diğer sınırlılıktır.

1.6. Tanımlar

Özel ilgi turizmi: Özel sözcüğü; “yalnız bir kişiye, bir şeye ait veya ilişkin olan, benzerlerinden ayrılmasını sağlayan bir özelliğe sahip olan” anlamına gelmektedir. İlgi sözcüğü ise “iki şey arasında bulunan herhangi bir bağıllık, ilişki, alaka aynı zamanda belirli bir olay veya etkinliğe yakınlık duyma, ondan hoşlanma ve ona öncelik tanıma” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2020). Sözcükbilim açısından yapılan bu tanımlamalardan faydalanarak kavrama turizm penceresinden bakılırsa özel ilgi turizmi; “bireylerin ya da grupların özel ilgileri doğrultusunda özel bir destinasyona yapmış oldukları seyahatler” şeklinde tanımlanmaktadır (Dünya Turizm Örgütü [WTO], 2020).

Kültüre dayalı turizm: Ziyaretçinin bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel varlıkları öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek amacıyla katıldığı turizm aktivitesi türüdür (Richards, 2018, s. 4).

Dark (Karanlık) Turizm: Yabancı literatürde yaygın olarak “dark turizm” olarak ele alınan bu kavram Türkiye’de genellikle karanlık turizm, hüznün turizmi, keder turizmi, kara turizm ve ölüm turizmi şeklinde kullanılmaktadır. Karanlık turizm, kültüre dayalı özel ilgi turizmi türlerinden biridir. Kelime anlamı olarak “dark”

sözcüğü doğası gereği karanlık, kasvetli veya acı veren bir içeriği ifade etmektedir (Minic, 2012, s. 84). Dark turizm “ölüm, acı çekme ve görünüşte ürkütücü olan yerlere seyahat etme eylemi” olarak tanımlanmaktadır (Stone, 2006, s. 146).

Hüzün Turizmi: Hüzün kavramı; gönül üzgünlüğü, gam veya sıkıntı anlamlarını içermektedir. Hüzün turizmi kavramı, “trajedilerin veya tarihsel olarak dikkat çekici ölümlerin gerçekleştiği yerlere olan ziyaretler” olarak tanımlanabilir (Çakar, 2017, s. 975). Bir diğer tanıma göre ise “üzüntü, içsel acı duygusunu yaşatmak ve huzura ermek amacıyla doğal afet, soykırım, acı veya ölüm olaylarının yaşandığı alanlar ve bunların adına yapılan anıt, müze vb. yerlere yapılan seyahatlerdir (Kılıç ve Sop, 2011).

Hayalet Turizmi: Hayaletlerle karşılaşma arzusuyla, doğüstü varlıklara ilgi duyan kişilerin mezarlıklar, perili evler, kaleler ve tarihi kasabalar gibi ruh dünyasıyla ilişkili yerlere gerçekleştirdikleri ziyaretler olarak tanımlanmaktadır (Garcia, 2012, s. 14). Bu doğüstü varlıklar hayaletler, cadılar, periler, hortlaklar ve vampirlerden oluşmaktadır (Baranaydın, 2016, s. 52). Literatürde paranormal turizm olarak da ifade edilen hayalet turizminin temeli “eğlence” fikrine dayanmaktadır (Garcia, 2012, s. 14).

Bocuk Gecesi: Bocuk Gecesi, eskiden Balkanlarda yaşayan Türk topluluklarının göçlerle birlikte bölge kültürüne taşımış oldukları, doğadaki değişimi kabul etmeyi ve kötülüklerden korunmayı sembolize eden bir kış geleneğidir. Bu gelenek günümüzde Edirne'nin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde her yıl Ocak ayında kutlanan bir korku festivali hâline dönüşmüştür. Bocuk Gecesi'nin ana teması eğlence ve korkudur. Çeşitli faaliyetlerin gerçekleştiği bu gecede, katılımcılar ürkütücü bir varlık olan ve beyazlar içinde insansı bir görünümde gezdiğine inanılan “Bocuk” kılığına girerek, birbirlerini ve köydeki yerel halkı korkutmaktadır. Türkiye'nin ilk ve tek korku festivali patentine sahip olan bu eğlenceye 2020 yılında yerli ve yabancı olmak üzere yaklaşık 20 bin turist katılmıştır.

2. İLGİLİ ALANYAZIN

2.1. Kuramsal Çerçeve

Bu bölümde öncelikle özel ilgi turizmi kavramı ve kapsamı, özel ilgi turizmi türü olarak karanlık (dark) turizm kavramı açıklanmakta ve eski bir balkan geleneği olarak Bocuk Gecesi korku festivalinin karanlık turizm potansiyeline yer verilmektedir.

2.1.1. Özel İlgi Turizmi Kavramı ve Kapsamı

Son yıllarda turizm, sürdürülebilir turizm anlayışı ile birlikte hızlı bir gelişim göstermiş ve deniz kum güneş klasiğinin dışına çıkarak alternatif turizm türlerine yönelmeye başlamıştır. Özellikle boş zamanın artması, ücretli tatil hakkıyla birlikte gelen yıllık izinler ve haftalık tatiller, insanların yoğun çalışma koşullarından doğan dinlenme gereksinimleri vb. sebepler insanları ilgileri doğrultusunda çeşitli seyahatlere itmeye başlamıştır. Bu noktada da özel ilgi turizmi bu tür tüketiciler için iyi bir alternatif konumundadır.

Çalışmanın bu başlığı altında; özel ilgi turizminin tanımı, özel ilgi turizminin diğer turizm kavramları ile ilişkisi, özel ilgi turizminin gelişim süreci, özel ilgi turizminin özellikleri, özel ilgi turizmini diğer turizm türlerinden ayırt eden yönleri, özel ilgi turisti kavramı ve tanımı, özel ilgi turizminin pazarlanması ve özel ilgi turizmi türlerinin sınıflandırılması konuları ele alınmaktadır.

2.1.1.1. Özel İlgi Turizminin Tanımı

Özel ilgi turizmi, turizm literatüründe çok fazla tanımlanmaya çalışılmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm kavramında olduğu gibi özel ilgi turizmi kavramı da çok karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda özel ilgi turizmi kavramı literatürde çok çeşitli tanımlarla ifade edilmektedir (Alili, 2018, s. 22). Literatürdeki

tanımlamalara geçmeden önce özel ilgi turizmi ilk olarak sözcükbilim çerçevesinde incelenecektir.

Özel sözcüğü; yalnız bir kişiye, bir şeye ait veya ilişkin olan, benzerlerinden ayrılmasını sağlayan bir özelliğe sahip olan şeyler olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2020).

İlgi sözcüğü; herhangi iki şey arasındaki ilişki, aidiyet veya bağlılık durumudur. Bir başka ifadeyle ise herhangi bir olay ya da duruma yakınlık duyma, ilişki kurma, ondan hoşlanma anlamına gelmektedir (TDK, 2020).

Turizm kelimesi ise ilk kez İngilizler tarafından kullanılan fakat Türkçeye, Fransızcadan geçen bir sözcüktür. Türkçedeki seyahat kelimesi turizm kavramını karşılamaktadır (Yaylı ve Sürücü, 2016, s. 48). Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği tarafından yapılan tanıma göre turizm; “insanların devamlı ikamet ettikleri yerin dışına seyahatleri ve buradaki genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal veya hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından meydana gelen ilişkiler bütünü ” şeklinde tanımlanmıştır (Kozak vd., 2018, s. 5). Hungate ise (2017, s. 23) turizmi; “kişilerin eğlence ve dinlence amaçlı seyahat etme pratiği” olarak ifade etmiştir.

Özel ilgi turizmi kavramının temelinde boş zaman ve ilgiler yer almaktadır. Daha açık bir ifade ile belirtmek gerekirse, bu turizm türünün gerçekleşebilmesi için öncelikle kişilerin yeterli boş zamana ve ilgisini çeken herhangi bir olay, durum ya da etkinliğe ihtiyacı vardır. Bu ilgiler sahip olunan bir ilgi olabileceği gibi yeni gelişen bir ilgi de olabilmektedir (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 123). Trauer, özel ilgi turizmini kavramsallaştıran ilk kişidir. Trauer’e göre özel ilgi turizmi “bireylerin veya grupların özel olarak ifade edilen ilgileri tarafından yönlendirilen özelleştirilmiş boş zaman ve rekreasyon deneyimlerinin sağlanması” olarak tanımlanmaktadır (Trauer, 2006, s. 4). Literatürde özel ilgi turizmi ile ilgili yapılan birçok tanım bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazıları şöyledir:

Özel ilgi turizmi, kişiler ya da grupların boş zamanlarında gerçekleştirdikleri ilgi alanlarına göre yapmış oldukları seyahat deneyimleridir. Diğer bir tanımla özel ilgi turizmi; sahip oldukları ilgileri tatmin etmek isteyen kişilerin ilgilerini gerçekleştirebilmek amacıyla, belli bir özelliğe sahip destinasyonlara yapmış oldukları seyahat ya da seyahat biçimleridir (Kaya, 2006, s. 43). Bir başka tanımla özel ilgi

turizmi; “tatil tercihleri belirli motivasyonlardan esinlenen ve memnuniyet düzeyi takip ettikleri deneyime göre belirlenen tüketicileri içeren bir turizm türü” olarak tanımlanmaktadır (Novelli, 2005, s. 13). Read’e göre özel ilgi turizmi; “bireylerin hobilerini gerçekleştirebilecekleri özel bir bölge veya destinasyona yaptıkları seyahatler” olarak tanımlanırken, Smith, Macleod ve Robertson, özel ilgi turizmini; “özel bir ilginin keyfini çıkarmak veya uygulamak için birincil motivasyonla seyahat etmek” olarak tanımlamıştır (Novotna vd.,2019, s. 51).

Yukarıdaki tanımlamalardan yola çıkarak, özel ilgi turizminin gerçekleşebilmesi için iki unsur ön plana çıkmaktadır. Birincisi kişilerin özel ilgilerini gerçekleştirebilmeleri için özel olarak ayırmış oldukları “*boş zaman*” unsuru diğeri ise bu boş zamanın “ticarileşme” özelliği taşımasıdır (Trauer, 2006, s. 186-187). Sözelimi, kişinin gittiği yerde herhangi bir doğa etkinliğine katılması özel ilgi turizminin gerçekleştiği anlamına gelmemektedir. Bu kişi sırf o etkinliğe katılmak amacıyla özel bir zaman ayırıp yeterli ve tatminkâr miktarda arz kaynaklarından yararlanıyorsa ancak o zaman özel ilgi turizminden bahsedilebilmektedir (Tanrısevdi, 2009, s. 1318).

2.1.1.2. Özel İlgi Turizminin Diğer Turizm Kavramları İle İlişkisi

Özel ilgi turizmi kavramı, zaman zaman diğer turizm kavramları ile eş anlamda kullanılabilir. Bu kavramlardan bazıları; alternatif turizm, sürdürülebilir turizm, aktif turizm, sosyal turizm, ekoturizm, eğitim turizmi, etiksel seyahat ve çevre turizmidir.

Alternatif turizm kavramı, çoğu zaman özel ilgi turizmi kavramının yerine kullanılmaktadır. Klasik turizm olarak da bilinen deniz-kum-güneş üçlüsüne seçenek olarak çıkan alternatif turizm kavramı, kişilerin ilgilerine hitap ettiğinden dolayı özel ilgi turizmiyle benzer özellikler taşımaktadır (Uluçeçen, 2011, s. 44). Alternatif sözcüğü kelime anlamı olarak *seçenek* anlamına gelmektedir. Alternatif turizm, deniz-kum-güneş turizmi olarak da bilinen kıyı turizmi ya da bir diğer ifade ile klasik turizme karşı bir seçenek olarak ortaya çıkmıştır (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 92). Şafaklı ve Erkut (2002) çalışmalarında, özel ilgi turizmi kavramını alternatif turizm olarak ele alırken, Tratus vd. (2001) özel ilgi turizmi ile alternatif turizm kavramlarını eş anlamlı olarak kullanmışlardır (Tratus vd.,2001’den Akt. Sunar, 2017, s. 13). Bu bağlamda

pek çok araştırmacı özel ilgi turizmi ile alternatif turizmi kavramını birbirinin yerine kullanmışlardır. Ancak son zamanlarda alternatif turizm kitle turizminin tamamlayıcısı olarak ifade edilmektedir. Örneğin, bir kişinin kitle turizmine katılarak seyahat ettiği destinasyonda yamaç paraşütüne katılması alternatif turizm kapsamında değerlendirilirken, kişinin tamamen ilgi duyduğu alana yönelerek yamaç paraşütü yapmak amacıyla o destinasyonu tercih etmesi özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirmektedir (Alili, 2018, s. 23). Sonuç olarak, özel ilgi turizmi ile alternatif turizm kavramları birbirinden ayrı olarak ele alınmalıdır. Bu iki kavram arasındaki en temel fark, turizm pazarında her özel ilgi alanı tek başına talebi çekerken, alternatif turizm alanının böyle bir özelliğe sahip olamamasıdır (Akıncı ve Kasalak, 2016, s. 166).

Özel ilgi turizmi, *sürdürülebilir turizm* kavramı ile de aynı anlamda kullanılabilir. Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilir turizmi; sosyal, ekonomik ve çevresel unsurları dengede tutarak, bugünün toplumunun tüm ihtiyaçlarını karşılar, sahip olunan değerleri koruyup geliştirerek gelecek nesillere de aktarmayı amaçlayan ilkeler bütünü şeklinde tanımlamaktadır (Yaylı ve Sürücü, 2016, s. 13). Sürdürülebilir turizm anlayışında esas olan, turistlerin sahip olunan doğal güzellikler ve kırsal alanlarda turizm faaliyetlerini sürdürürken çevresel sorunlar yaşamaması ve aynı zamanda bu güzelliklerin korunarak gelecek nesillere aktarılmasıdır (Akşit, 2007, s. 450). Buradan hareketle özel ilgi turizmi, sürdürülebilir turizmin ilkelerini dikkate alarak yürütülmesi gereken bir turizm türüdür. Özel ilgi turizmi de tıpkı sürdürülebilir turizm gibi kitle turizminin olumsuz etkilerine karşı ortaya çıkan, yerel halkı koruma güdüsüne sahip, kültür toplum ve çevre ile uyum sağlayan, klasik turizm anlayışına karşı alternatif olarak ortaya çıkmış bir turizm türüdür (Akıncı ve Kasalak, 2016, s. 163).

Özel ilgi turizmi *aktif turizm* kavramı ile de eş anlamda kullanılabilir. Aktif; canlı, hareketli ve etkin anlamına gelmektedir (TDK, 2020). Özel ilgi turizmine katılan insanlar, buldukları çevrede aktif olarak rol almak istemektedirler. Bu nedenle kişiler özel ilgi seyahatlerinde kendilerini geliştirmek ya da boş zamanlarını değerlendirmek için sportif etkinlikler, eğitimler vb. rekreasyonel faaliyetlere katılmaktadırlar (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 10). Dolayısıyla özel ilgi turizmi yapısı gereği kültürel, sportif, eğitimsel, çevresel etkinlikler gibi hobiler ve özel ilgi alanlarına dayalı bir turizm türü olduğu için aktif turizm ile aynı özelliklere sahiptir.

Bu nedenle de bu iki kavram eş anlamlı olarak kullanılabilir (Yaylı ve Sürücü, 2016, s. 50).

Özel ilgi turizmi kavramı *sosyal turizm, ekoturizm, eğitim turizmi, etiksel seyahat ve çevre turizmi* gibi birçok turizm kavramlarıyla da aynı anlamda kullanılmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, bu kavramların pek çok “ortak özelliğe” sahip olması fakat hepsinin tanımının ince çizgilerle birbirinden ayrılmasıdır. Dolayısıyla özel ilgi turizmi; bütün bu kavramların “belli noktalardaki kesişim kümesi” olarak değerlendirilmelidir (Uluçeçen, 2011, s. 44-45).

2.1.1.3. Özel İlgi Turizminin Gelişim Süreci

Endüstri Devrimi'nin başlaması ile pek çok alanda olduğu gibi turizm sektöründe de büyük değişimler yaşanmıştır. Turizm, Endüstri Devrimi'nde başlayan din, sağlık, ticaret ya da macera amaçlı seyahatler doğrultusunda gelişme göstermiş ve bugün ki çağdaş durumuna ulaşmıştır. Boş zamanın artması, kentleşme, teknolojik gelişmeler, nüfus artışı, seyahat özgürlüğü, insan ömrünün uzaması, eğitim seviyesinin artması, turizm bilincinin gelişmesi, çalışma koşullarının iyileşmesi ile birlikte ücretli tatil hakkı ve sosyal güvenlik hakkı gibi turizmin gelişmesini sağlayan unsurlar Endüstri Devrimi ile oluşmaya başlamış ve bu dönem süresince gelişmeye devam etmiştir (Kozak vd., 2018, s. 51-56).

19. yüzyılın sonlarında İngiltere'de başlayan Sanayi Devrimi ile ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve teknolojik alanda birçok gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmelerle birlikte ortaya çıkan “hızlı sanayileşme çabaları” toplumda özellikle çevresel alanda çok büyük zararlara yol açmıştır (Yaylı ve Sürücü, 2016, s. 3). 1980'lere gelindiğinde bu gelişmeler ışığında, çevreciliğin ve çevreye duyarlılığın yükselişi, turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin tartışılmaya başlanmasına neden olmuştur. Yaşanan bu tartışmalar turizmde “*sürdürülebilirlik kavramının*” küresel ölçekte ele alınması gereğini ön plana çıkarmıştır (Seyhan ve Yılmaz, 2010, s. 52). Buna bağlı olarak gelecek kuşaklara yaşanabilir bir çevre bırakabilmek adına “*sürdürülebilir kalkınma*” kavramı gündeme gelmiştir. Bu kavram ilk defa 1987 yılında Brundtland Raporu'nda “bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların gereksinimlerinden ödün vermeden karşılama” olarak tanımlanmıştır. Bu kavram 1987 yılından itibaren de her kuşakta yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Sezer, 2007,

s. 762). 1980'li yıllar, yeni anlayış biçimlerinin oluşmasıyla birlikte insan ve doğa arasındaki ilişkilerin kuvvetlenmesi ile bilinmektedir. Gelişen bu anlayış sonucunda insanlar, çevresel sorunların farkına vararak, eğitim çalışmalarında ilerlemeye, ekolojik değerleri önemsemeye, doğa ile ilgili etkinliklere katılmaya ve çevrenin korunması ile ilgili her türlü çalışmaları desteklemeye başlamışlardır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 11).

1990'lı yıllara gelindiğinde yoğun şekilde turistik tüketicilerde klasik turizm ürünü olarak adlandırılan deniz, kum ve güneş üçlemesinden, bireysel ve özel ilgi gerektiren ürünlere doğru bir yönelme ortaya çıkmıştır. İnsanlar vakitlerini güneş altında geçirmek yerine teknolojinin verdiği imkânları fırsata çevirerek, özel ilgi alanları doğrultusunda seyahatlere çıkmaya başlamıştır (Kılıç ve Kurnaz, 2010, s. 40). Bu süreçte yeni bir turist profili oluşmuş ve turizm gelişimine öncülük eden elit kesimler, sıradanlıktan kurtulmak için farklı taleplerde bulunmaya başlamışlardır. Buna bağlı olarak turizm talebi; kitlesel bir talep yapısından, daha bireysel bir yapıya doğru kaymıştır (Uluçeçen, 2011, s. 46). Değişen bu talep karşısında turizm yatırımcıları da pazardaki yerlerini yeniden konumlandırmak amacıyla yatırımlarını talebin istekleri doğrultusunda yönlendirmeye başlamışlardır (Yaylı ve Sürücü, 2016, s. 53).

Günümüz koşullarında ise düşük maliyetli havayolu ulaşımı, internetin yaygınlaşması, daha çok sayıda ve daha kısa tatiller, daha yeni ve daha egzotik yerleri ziyaret etme arzusu gibi etmenler turizm talebinde büyük değişiklikler meydana getirirken özel ilgi turizminin de gelişmesine yol açmıştır (Guzman ve Canizares, 2012, s. 63). Tüketiciler giderek daha uyumlaştırılmış veya kişiye özel ürün ve hizmetleri talep eder hâle gelmeye başlamıştır. Böylece tüketicilerin alternatif ürün veya hizmetlere yönelerek, istekleri ve hobileri doğrultusunda turizme katılmaları özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilerek literatürde yerini almıştır (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 118).

Özetlemek gerekirse “özel ilgi turizmi” sürdürülebilir turizmin sağlanması endişelerinden ortaya çıkmıştır (Trauer, 2006, s. 186). Sanayileşme ile birlikte çevreye verilen tahribatın artması, buna bağlı olarak çevre ve turizm bilincinin gelişmesi, boş zamanın artması, eğitim seviyelerindeki artış, iş hayatındaki gelişmeler, gelir seviyesinin yükselmesi, teknolojinin gelişmesi, ulaşım olanaklarının artması ile birlikte turistik talepte meydana gelen değişiklikler, tüketicilerin klasik turizm

anlayışından sıkılmaları, “otantik, özgünlük, doğallık” kavramlarının önem kazanarak tüketici trendlerinin değişmesi ve buna bağlı olarak daha alternatif, bireysel ve özel ilgi alanlarına göre seyahatlere katılma isteğinin artması vb. faktörler özel ilgi turizminin gelişmesine neden olmuştur.

2.1.1.4. Özel İlgi Turizminin Özellikleri

Son yıllarda tüketicilerin turizm taleplerinde büyük değişmeler meydana gelmiştir. Bunun sonucunda da kitlesel turizmden alternatif turizm ürünlerine, daha doğrusu özel ilgi turizmine doğru bir eğilim ortaya çıkmaya başlamıştır. Değişen talepler doğrultusunda da özel ilgi turizmi yeniden şekillenmeye başlayarak klasik tatil anlayışına yeni bir bakış açısı kazandırmıştır (Pekerşen, 2017, s. 314). Özel ilgi turizmi ya da alternatif turizm, kişilerin istekleri, ilgi alanları, hobileri ya da merak ettikleri alanlara doğrudan hitap ettiğinden dolayı talebi tüm yıla yayabilmektedir. Bu da bu turizm türlerinin önemini bir kez daha ortaya çıkarmaktadır. (Şafaklı ve Erkut, 2002, s. 35). Ancak özel ilgi turizmi alternatif turizmle her ne kadar benzer özellikler gösterse de farklı bir takım özelliklere sahiptir. Bu özellikler, aşağıdaki gibidir (Sunar, 2017, s. 15);

- Özel ilgi turizmi küçük ölçekli bir turizm şeklidir. Özel ilgi turizmi katılımcıları münferit turistler veya küçük ölçekli gruplardan oluşmaktadır.
- Özel ilgi turizmi, emek yoğun bir özelliğe sahiptir ve uzman iş gücü gerektirmektedir.
- Özel ilgi turizmi yatırım maliyetleri yüksektir.
- Özel ilgi turizminin boyutlarının tam olarak bilinmesi veya hesaplanması mümkün değildir.

Özel ilgi turizminin bu özelliklerine son yıllarda yapılan çalışmalar dikkate alınarak ilave yapmak mümkündür. Özel ilgi turizminin, genişletildiği özellikler aşağıdaki gibidir (Novotna vd., 2019; Wen ve Wu, 2020);

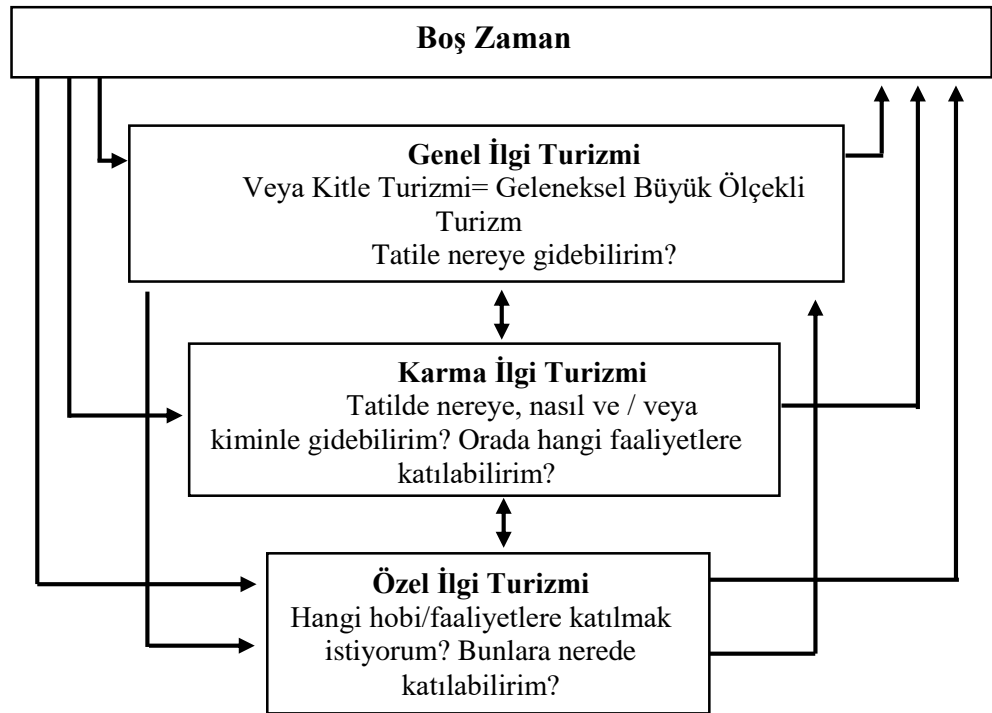
- Özel ilgi turizminde, turistlerin motivasyonu ve karar verme süreçleri, belirli bir özel ilgi belirlediğinde ortaya çıkmaktadır.
- Özel ilgi turizmi, belirli kültürel, doğal kaynaklar ve cazibe merkezlerine odaklanan turizm türlerini içermektedir.

- Özel ilgi turizmi, genel ilgi turizmi alanının dışında kalan çeşitli deneyimlere ve faaliyetlere odaklanarak belirli (niş) pazarların ihtiyaçlarına cevap vermektedir.

2.1.1.5. Özel İlgi Turizmini Diğer Turizm Türlerinden Ayırt Eden Yönler

Özel ilgi turizminin diğer turizm türleri ile arasındaki farkı görebilmek için ilk önce genel turizm ile özel ilgi turizmi kavramlarını incelemek gerekmektedir. Katılımcıların seyahat motivasyonlarından, destinasyon seçimine, turistlerin kişilik özelliklerinden seyahat beklentilerine kadar birçok konuda geleneksel turizm ile özel ilgi turizmi birbirinden ayrılmaktadır. Bu nedenle özel ilgi turizmi yapısı gereği birçok noktada geleneksel turizmden ayrı olarak ele alınmaktadır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 13).

Trauer (2006) turizmi; genel ilgi turizmi, karma ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi olmak üzere 3 türde sınıflandırarak, özel ilgi turizmini diğer turizm türlerinden ayrı olarak ele almaktadır. Bu sınıflandırma Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Boş Zaman ve Özel İlgi Turizmi Döngüsü

Kaynak: Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism-frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27 (2), s. 183-200.

Şekil 1, turistlerin sahip oldukları boş zaman doğrultusunda katılmış oldukları turizm türleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Trauer'e (2006, s.187) göre, faaliyetler turistlerin genel yaşamının ve boş zamanlarının merkezinde yer almaktadır. Bu nedenle turistler, özel ilgi tatillerini seçerken evdeki boş zaman durumlarını göz önüne alarak, ilgi alanları ve katılmak istedikleri faaliyetler doğrultusunda seçim yapmaktadırlar.

Bu üç turizm arasındaki farkları tüketici açısından bakıldığında ayırt edilmesi için üç tane basit sorunun tüketici gözüyle değerlendirilmesi ve yanıtlanması gerekmektedir (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 120);

- Genel ilgi turizmi; nereye gitmek istiyorum?
- Karma ilgi turizmi; nereye gitmek istiyorum ve orada ne çeşit faaliyetlere katılabilirim?
- Özel ilgi turizmi; ne çeşit ilgi/faaliyetlere katılmak istiyorum ve bunu nerede yapabilirim?

Genel ilgi turizmi, katılımcı sayısı bakımından ele alındığında diğer turizm türlerine göre en büyük sayıya sahip olandır (Sunar, 2017, s. 14). Yığın veya kitle turizmi olarak da adlandırılan bu yönelim, ekonomik yönden ve hedef ülkeler açısından en çok tercih edilendir. Seyahat kararları alınırken genellikle broşürler, arkadaşlar, seyahat acentaları, reklamlar vb. unsurlar göz önünde bulundurulur. Bir diğer ifade ile genel ilgi turizmi katılımcılarının seyahat motivasyonları dış kaynaklar tarafından belirlenir. Örneğin bir destinasyonu kendi istekleri haricinde sırf en çok tercih edilen yer olduğu için ya da arkadaş tavsiyesi üzerine seçebilmektedirler. Bu tür katılımcıların özel ilgileri yeterince gelişmemiştir ya da sahip oldukları ilgileri tatillerde sürdürmek istememektedirler. (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 13-14). Fiyat duyarlılıkları yüksek düzeydedir. Ekonomik açıdan alt, alt-orta gelir düzeyine sahip kişilerdir. Genellikle orta yaş grubundaki kişilerden oluşmaktadır. Konaklayacakları işletmelerin kalitesi onlar için önemli bir kriterdir. Eğitim düzeyleri düşüktür (Sunar, 2017, s. 14). Buradan hareketle genel ilgi turistinin tatil anlayışında “sakin, ekonomik bir tatil geçirmek istiyorum, buna uygun bir destinasyon bulmalıyım” düşüncesi yatmaktadır (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 121).

Karma ilgi turizmi katılımcıları açısından destinasyon seçimi önemlidir. Fakat seyahat kararlarını yalnızca bu faktöre bağlı kalarak vermezler. Bu kapsamdaki

katılımcılar tıpkı genel ilgi turisti gibi önce nereye gitmek istediğini sorgular, ancak karar sürecinde bu destinasyonda ne tür faaliyetlere katılabilirim diye de düşünmektedirler. Örneğin; katılımcı önce destinasyon seçimini yapar daha sonra da seçilen yerde yapılabilecek faaliyetleri araştırmaktadır (Kaya, 2006; Kozak ve Bahçe, 2012). Karma ilgi turizmi katılımcıları, genel ilgi turizmine daha önce katılıp fakat artık ondan zevk alamadığı için yeni macera arayışları içerisinde olan kişilerdir. Bir diğer ifade ile tatil tercihlerinde bir geçiş ve değişim dönemi içindedirler. Bir taraftan maceracı olmak isterken, diğer yandan sosyal beğenisi yüksek yerlere gitme eğilimi içindedirler (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 14). Bu bağlamda karma turisti, genel ilgi turistine benzer bir şekilde önce nereye gitmek istediğini sorgulamaktadır. Ancak karar sürecinde alternatifleri değerlendirirken, her alternatif noktada ne tür etkinliklere katılabileceğini de araştırmaktadır (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 121).

Özel ilgi turizminde ise katılımcılar seyahat tercihlerini belirlerken gidilecek destinasyonun çekici özelliklerinden ziyade ilk önce ilgi duydukları alanları ya da dinlenmek ve eğlenmek için yapmak istedikleri etkinlikleri belirlemektedirler. İlk önce nereye gitmek istediklerine değil ne çeşit faaliyetlere katılmak istediğine karar vermektedir. Bu katılımcıların seyahat kararlarının arkasında tamamen kesinleşmiş özel ilgiler yatmaktadır. Bu nedenle özel ilgi katılımcıları kararlarını verirken belli bir hedefin çekiciliğinde değil, özel ilgilerini en iyi karşılayabilecekleri yer üzerinde durmaktadırlar. Eğer bir bölge onların özel ilgileri için uygun değilse, o bölge seçeneklerden elenebilmektedir (Kaya, 2006, s. 46). Özel ilgi turlarının tüketicilerin ilgi alanlarına uyması ve özel bir temanın var olması gerektiğinden, genellikle seyahat düzenlemelerinde daha büyük kısıtlamalara sahiptirler. Özel ilgi turistleri genellikle markalı otelleri tercih etmemektedir. Aksine özenle seçilmiş daha küçük tur grupları, özel hazırlanmış güzergâhlar ve erişilmesi daha zor destinasyonlara yönelmektedir (Sheng, Shen ve Chen, 2008a, s. 273). Katılımcılar özel ilgilerini gerçekleştirebilmeleri için yüksek düzeyde bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar (Sunar, 2017, s. 15). Örneğin, genel ilgi turistinin bilgi ihtiyacını karşılayan tanıtım broşürleri özel ilgi katılımcıları için yetersizdir. Eğer kişi kayak turizmine ilgi duyuyorsa kayakçılıkla ilgili teknik ve ayrıntılı bilgileri içeren broşürleri incelemek isteyecektir. Aynı zamanda tecrübeli olan özel ilgi turistlerinin fiyata olan duyarlılıkları genel ilgi turistlerine göre daha düşüktür. (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 14). Özel ilgi turizmi turistlerinin bir diğer belirgin özelliği de çoğunlukla daha yeşil, yani sürdürülebilir

bilince ve çevreyi koruma güdüsüne sahip turistler olduğudur (Sheng, Shen ve Chen 2008b, s. 392).

Genel olarak bakıldığında özel ilgi turizmi ve genel ilgi turizminin (kitle turizminin) birbirini dışlamadığı ve çoğu zaman örtüştüğü ileri sürülmektedir. Ma, Kirilenko ve Stepchenkova'ya (2020, s. 2) göre özel ilgi turistleri daha özel faaliyet ve ilgi alanına dayalı turizm deneyimleri talep etmektedir. Buna bağlı olarak destinasyonlar ya da işletmeler, kişiselleştirilmiş turizm taleplerine yönelik hizmetler sunmaya başlayarak, sahip olunan aktivitelerin çeşitliliğini arttırmışlardır. Bu çeşitlilik sonucunda özel ilgi turizmi dar bir niş pazardan daha yaygın bir kitleye hitap eden bir pazara dönüşmüştür. Bu da bir zamanlar kitle turizmi ile özel ilgi turizmi arasındaki sınır çizgisinin bulanıklaşmaya başladığını, benzerlik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

2.1.1.6. Özel İlgi Turisti Kavramı ve Tanımı

İnsanlar eski çağlar boyunca çeşitli nedenlerle buldukları bölgenin dışına çıkarak seyahat etmişlerdir. Bu seyahatlerin artması sonucunda turizm gelişerek önem kazanmış ve turist kavramı ortaya çıkmıştır.

“22747 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliğine göre turist; “para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi vb. nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak gittiği yerde en az 24 saat seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimsedir” şeklinde tanımlanmıştır (Kozak vd., 2018, s. 8).”

Günümüze gelindiğinde ise turizm, belirli ihtiyaçlara ya da ilgi alanlarına hitap eden, daha ileri düzey seyahat deneyimlerine dayanmaya başlamıştır. Özellikle yerellik ve özgün ürünler arzusu, bir yeri ziyaret etme motivasyonunun bir parçası hâline gelmiştir (Novelli, 2005, s. 13). Böylece turistler, yeni cazibe merkezleri ve yeni deneyimlerle giderek daha fazla motive olmaktadır (Guzman ve Canizares, 2012, s. 63). Buna bağlı olarak refah seviyelerinin yükselmesiyle artan turizm hareketleri ile turist tipleri de değişim göstermeye başlamıştır. Turistler artık deniz, kum, güneş üçlüsünden ziyade farklı arayışlara girerek, özel ilgi duydukları alanlara yönelmişlerdir (Saygın, 2017, s. 178). Bu turistler için, seyahat etmek ve gezmek, karşılaştıkları yerler ve insanlarla ciddi bir ilişki kurma arayışlarıyla içsel olarak bağlantılıdır. Bu tür turistler uzun zamandır orada bulunmalarına rağmen, alternatif turizme katılan *özel ilgi alanı turistleri* olarak tanımlanmışlardır. (Babu, 2006, s. 111).

Lee ve Bai'e (2016, s. 161) göre, belirli bir bölge veya destinasyondaki özel ilgi alanlarını takip etmek için bir destinasyonu ziyaret eden gezginlere *özel ilgi turisti* denilmektedir. Bir başka tanımla özel ilgi turisti, çevreye duyarlı, gittikleri ülkenin dilini, kültürünü, geleneklerini tanımak isteyen ve bu nedenle mevcut yerleşim yerlerinde fazla lüks aramadan konaklayan, fiyat duyarlılığı yüksek olmayan, yaptığı seyahatten alacağı tatmin önemli olan turistlerdir (Yaylı ve Sürücü, 2016, 53-54).

Hall ve Weiler'e (1992) göre, özel ilgi gezginleri belirli özel ilgiler üzerinde yoğunlaşmış etkinlikler ya da bu niteliğe sahip destinasyonlar tarafından güdülenerek seyahat kararlarını da bu yönde almaktadırlar. Özel ilgi gezginleri belirli bir ilgi alanı üzerinde odaklanmakta, ayrıca alışık olunan ya da hiç denenmemiş çok yeni bir alanda yeni bir ilgi türünü/hobiyi geliştirecek bir isteklilikle de güdülenmektedirler. Bu etkinliklere katılanların, ürünleri değil, bu ürünlerin yarattıkları duyguları satın alma eğiliminde olmaları, duygusal açıdan yoğun uyarılma arayışına yöneldiklerine işaret etmektedir. Bu yönde güdülenen katılımcıların, özel ilgilere hitap eden hizmetleri daha yoğun şekilde kişiselleştirerek, deneyim elde etme isteğine sahip oldukları ileri sürülmektedir (Hall ve Weiler, 1992'den Akt. Tanrısevdi, 2009, s. 1318).

2.1.1.6.1. Özel İlgi Turistinin Özellikleri

Özel ilgi turizmüne katılan turistler, diğer turistlere göre farklı özelliklere sahiptir. Özel ilgi turistlerinin sahip olduğu bu özellikler aşağıda verilmiştir.

- Özel ilgi turistleri, seçimlerini yaparken ilgi alanları ve özel ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmaktadırlar (Gürsay ve Güneş, 2014, s. 204).
- Özel ilgi turistlerinin en önemli motivasyonları yenilik ve değişim arayışı, sürekli eğitim ve kendini gerçekleştirme güdüleridir. Ayrıca yerel halkı, kültürü ve fiziksel çevreyi deneyimlemek ve onlara katılmak istemektedirler (Ergüven, 2015, s. 453). Bu nedenle geleneksel gezi turlarına katılmak yerine destinasyonun günlük yaşamına dahil olmayı tercih ederler (Novotna vd., 2019, s. 56).
- Bu turistlerin amaçları, çevresel ve kültürel açıdan zengin, iyi korunmuş, nadiren uğrak yeri olan ve hâlâ sakinliğin tadını çıkarabilecekleri yerlere seyahat etmektir (Kruja ve Gjyrezi, 2011, s. 80).

- Özel ilgi turistleri deneyimli, dışa dönük ve maceraperest insanlardır. Kitlesele turistlerin aksine, daha küçük gruplar halinde seyahat ederler, daha fazla aktiviteye katılmaktadırlar (Novotna vd., 2019, s. 51).
- Aktif, rasyonel, elit ve seçici olan özel ilgi turistleri; rekreasyona önem veren, çevreye karşı duyarlı ve korumacı olup bilinç düzeyi yüksek kimselerdir (Tırıl, 2018, s. 163).
- Orta ve üst gelir gruplarının üyesidirler ve daha düşük fiyat duyarlılığına sahiptirler (Novotna vd., 2019, s. 51).
- Kruja ve Gjyrezi'ye (2011, s. 80) göre özel ilgi turistleri, doğa ile iç içe olmanın, etraftaki güzellikleri izlemenin, faunayı keşfetmenin ve çeşitli aktivitelere katılarak engellerin üstesinden gelmenin zevkini yaşamaktadırlar. Dahası, bir harita okumanın ve nehirde gezinmenin tadını çıkarmayı ya da tırmanma, dalış, ata binme, kano kullanma vb. aktiviteleri keşfetmeyi sevmektedirler.
- Özel ilgi turistleri çoğu zaman küçük ölçekli tesisleri tercih etmektedirler (Babu, 2006, s. 111).
- Konaklama tesislerinin kalitesi açısından yüksek beklentilere sahip değildirler ancak aktiviteler ile ilgili yüksek beklentileri vardır (Brotherton ve Himmetoğlu, 1997, s. 18).

2.1.1.6.2. Özel İlgi Turisti Tipleri

Post modern toplumlarda, turizm tüketiminin çeşitli nedenlere bağlı olarak çeşitlenmesi, kişisel özellik ve hobilere bağlı turizmi, kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkartmıştır. Özel ilgi turisti, kişisel ilgi ve ihtiyacına yönelik turistik ürün ve hizmetleri seçmektedir (Tırıl, 2018, s. 163). Bu nedenle destinasyonlar artık turistlere, özel ilgi alanlarına yönelik çeşitli aktiviteler sunmaktadır (Ma, Kirilenko ve Stepchenkova, 2020, s. 1). Böylece geleneksel turist profili giderek, yerine yeni bir turist profili oluşmaya başlamıştır. Bu bağlamda, yapılan araştırmalar bireysel katılım göstererek farklı turistik alanları tercih eden turistlerin artması nedeniyle çeşitli turist tipolojilerinin ortaya çıktığını göstermektedir (Yaylı ve Sürücü, 2016, s. 55). Özel ilgi turisti tipolojileri birçok çalışmada çeşitli özelliklere göre sınıflandırılmıştır. Brotherton ve Himmetoğlu (1997, s. 18) turistleri; yeni başlayanlar, meraklılar, uzmanlar ve fanatikler olmak üzere 4 grupta incelemiştir.

Yeni başlayanlar, genellikle günlük yaşamın sıkıcı yanlarını gidermek isteyen ya da ilgi duydukları alanlarda kendilerini geliştirmek isteyen kişilerdir. Bu kişiler kendilerine “bir de ben denemek istiyorum, acaba yapabilecek miyim” sorusunu sorabilirler (Saygın, 2017, s. 178). Daha çok moda ve popüler alanları tercih etmektedirler (Trauer, 2006, s. 195). İlgi duydukları alana yöneldiklerinde alanla ilgili çok fazla bilgileri olmadığı gibi herhangi bir iddiaları da yoktur. Özel ilgilerini geliştirmeye yönelik ayrıntılı ve teknik bilgiye ihtiyaç duymazlar ve kendilerine sunulan seçenekler arasından bilinçli bir seçim yapmazlar. Bu kişilerde çoğu zaman utanma duygusu ve başaramama korkusu vardır (Uluçeçen, 2011, s. 58).

Meraklılar, yeni başlayanlara nazaran biraz daha istekli ve meraklı kişilerdir. Kendilerine uygun bir alanı seçtikten sonra konuyla ilgili araştırmalara başlayarak alanı daha yakından tanımak istemektedirler. Meraklılar neyi istediklerini ve neyi yapabileceklerinin farkındadır. Bu nedenle kapasite ve sınırlarını daha net bir biçimde ifade edebilmektedirler. Bunun için ilgi duydukları alanla ilgili daha çok bilgi toplama arayışı içindedirler. İlgi duyulan alan hakkındaki bilgi ve becerilerini geliştirmek için eğitim programlarına katılabilen özel ilgi gezginleridir (Akıncı ve Kasalak, 2016, s. 170).

Uzmanlar, ilgilendikleri alan hakkında geniş bir bilgi sahibi olan aynı zamanda iddialı kişilerdir. Özel ilgileri artık onlar için yaşamının bir parçasıdır. Bu ilgileri geliştirmek için her türlü etkinlik, eğitim, kulüp ve derneklere katılmaktadırlar. Yeni başlayanlarla ve meraklılarla bir arada olmaktan ziyade kendileri gibi uzman olan kişilerle bir arada olmak istemektedirler. Uzmanlar özel ilgilerini değişik yerlerde deneme isteğindedirler. Özel ilgilerini kendilerini tatmin etmek amacıyla gerçekleştirmektedirler. Bu yüzden onlar için beğenilmek, onay ya da takdir almak her zaman ikinci plandadır (Saygın, 2017, s. 180-181).

Fanatikler, seçtikleri özel alana kendilerini adeta adanmış kişiler olarak bilinmektedir. İlgi duydukları alan ya da alanlara tutku duyan fanatikler, macerayı ve riski üst düzeyde yaşamayı seven kişilerdir (Sunar, 2017, s. 18). Artık “onsuz” ya da “onlarsız” yapamazlar. Bilgi ve beceri konusunda asla sınır tanımadıkları için genellikle sınır tanımaz olarak nitelendirilmektedirler. Fanatikler için turizm işletmelerinin hizmet kalitesinden ziyade özel ilgileri ve bu ilgileri gerçekleştirebilecekleri uygun şartlar ön plandadır. Bu nedenle her yer ve her koşul onlar için uygun olabilmektedir. Ayrıca çoğu zaman işletme çalışanlarından herhangi

bir ilgi ya da yönlendirme beklentisi taşımamaktadırlar (Akıncı ve Kasalak, 2016, s. 170).

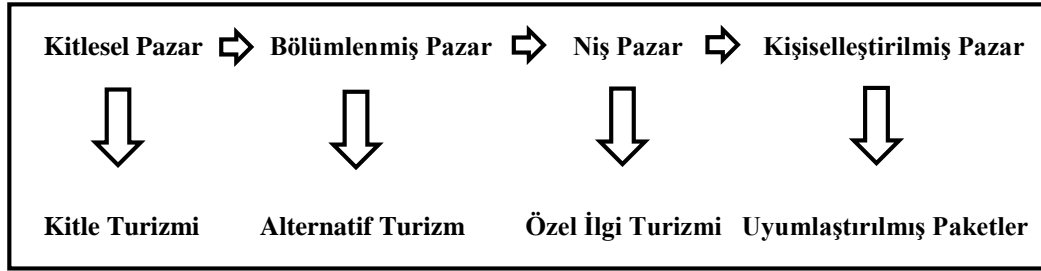
2.1.1.7. Özel İlgi Turizminin Pazarlanması

Turizm pazarlaması, işletmeler ile turistler arasındaki talepleri dengeleyecek bir ortam geliştirmeyi aynı zamanda bu talepleri araştırma, hedef kitle seçme ve ürünün tutundurulması için strateji ve politikalar geliştirmeyi amaçlayan çabalardır (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 45). Son zamanlarda, tüketici taleplerinin ve müşteri memnuniyet anlayışlarının değişmeye başlaması, pazarlama kavramının da değişmesine yol açmıştır (İpek, 2016, s. 10).

Günümüz pazarlama anlayışına göre, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına uygun mal veya hizmetler üretilirken, bir yandan da toplumun uzun vadedeki ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalıdır. Yani üretim ve pazara odaklanmak yerine müşteri memnuniyetinin ön plana alındığı, çevreye duyarlı bir üretim anlayışı benimsenmelidir (Boz, 2004, s. 33; İpek, 2016, s. 10). Dolayısıyla günümüz pazarlama anlayışı ile birlikte, seyahatler artık daha bağımsız, daha bilinçli ve çevreye duyarlı hale gelmiştir. Buna bağlı olarak destinasyon yöneticileri ve işletme sahipleri turist profilindeki değişimleri göz önüne alarak, rekabet ortamındaki varlığını sürdürebilmek, pazardaki payını arttırabilmek ve daha fazla tüketiciye ulaşabilmek amacıyla değişen trendlere uygun ürün ya da hizmet üretmeye başlamışlardır (Baranaydın, 2016, s. 21). Ancak birbirinden çok farklı sosyal, ekonomik, kültürel ve demografik özellikleri olan tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını, aynı ürün ve hizmetlerle giderecek ortamı yaratmak ve bu konuda tüketicileri bilgilendirmek pazarlama çabalarını oldukça zorlaştırmaktadır (Uluçeçen, 2011, s. 64). Bu noktada başarı yakalamak isteyen işletme sahipleri pazar bölümlendirmeye başvurmaktadır.

Pazar bölümlendirme, bir alt kümenin belirli bir pazarlama kombinasyonunun hedef pazarı hâline gelmesine izin vermek için, bölümlenme değişkenlerine göre pazarı farklı tüketici alt kümelerine bölmektir. Bu nedenle pazar bölümlenmesi, pazar fırsatlarını aramak ve farklı tüketici gruplarını ayırt etmek için uygun bir araçtır (Sheng vd., 2008b, s. 391). Ercan'a (2007, s. 6) göre, pazar bölümlenme her müşterinin farklı hizmet ve ürün ihtiyacı olduğu ilkesine dayanmaktadır Bu bağlamda her sektörün

pazar bölümlenmesi birbirinden farklılık göstermektedir. Şekil 2’de turizm sektörünün pazar bölümlenme gelişim süreci gösterilmektedir.



Şekil 2. Turizm Sektörünün Pazar Bölümlenme Gelişim Süreci

Kaynak: Uluçeçen, T.H. (2011). Özel ilgi turizmi: kapsamı, çeşitleri ve Türkiye’de uygulanabilirliği. Uzmanlık Tezi. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı. ss. 65.

Şekil 2’ye göre seyahat pazarında kitle turizminden alternatif turizme, alternatif turizmden özel ilgi turizmine, özel ilgiden de daha bireysel seyahatlere doğru bir eğilim söz konusudur. Ayrıca yeni turist profilinin etkisiyle turizm talebinin kitlesel hareketlerden sıyrılarak daha kişiselleştirilmiş, minimal pazarlara doğru gelişme gösterdiği görülmektedir.

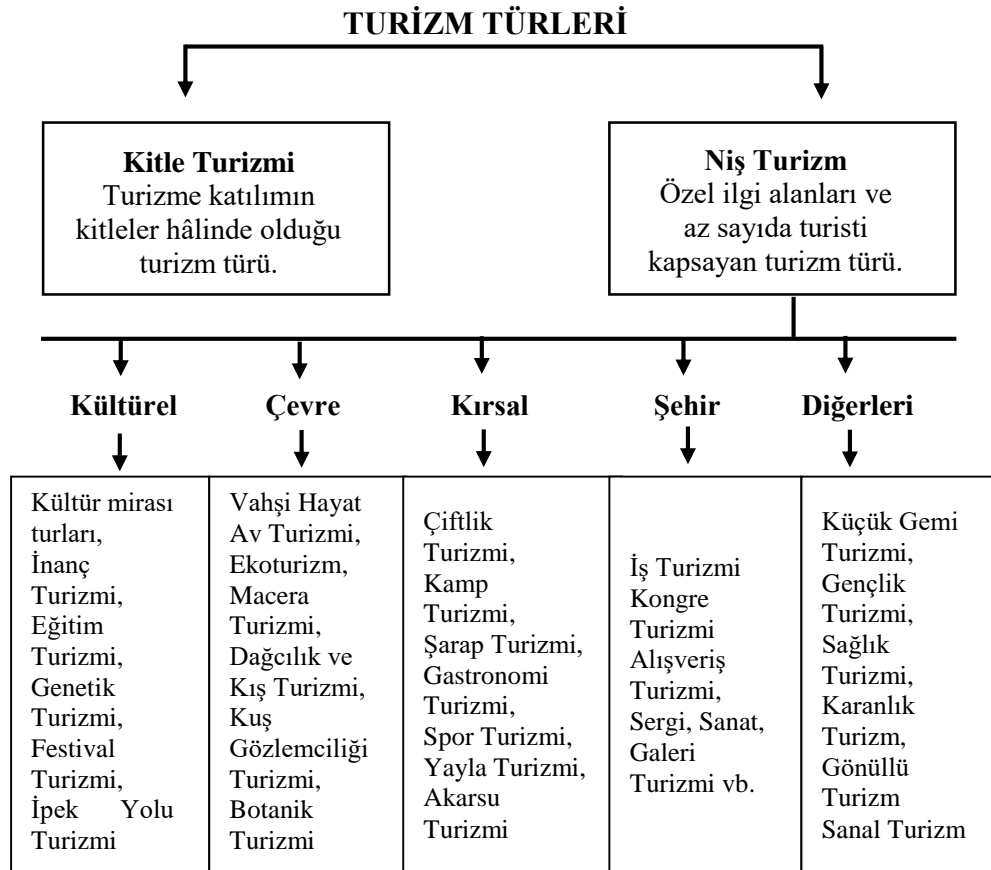
2.1.1.7.1. Özel İlgi Turizminde Niş Pazarlama

Özel ilgi turizmi, yıllar içinde niş pazarlar olarak bilinen ve turizm sektörünün aktörleri arasında popülerlik kazanan farklı özel ilgi alanı seyahat formlarını içermektedir (Kruja ve Gjyzezi, 2011, s. 79). Bu özellik özel ilgi turizminin geleneksel pazarlamadan farklı olarak, tüketicilerin özel ihtiyaçları doğrultusunda küçük bölümlere ayrılarak pazarlanması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle özel ilgi turizminin yer aldığı pazar, niş pazarlardır. Niş pazarlar, belirli bir hedef kitlenin ihtiyaçlarını karşılamak için uyarlanmış özel bir ürünü ifade etmektedir (Novelli, 2005, s. 5). Niş pazarlama ise, malların ve hizmetlerin küçük pazarlara uyarlanması yoluyla müşteri ihtiyaçlarını karşılama süreci olarak tanımlanmaktadır (Ali-Knight, 2010, s. 11). Niş pazarlamanın sahip olduğu özellikler vardır. Bu özelliklerden bazıları aşağıdaki gibidir;

- Niş pazarlama daha sürdürülebilir bir anlayışla yalnızca tüketicilerin özel ihtiyaçlarına uygun daha küçük bir gruba hitap eden pazar dilimini içermektedir (Robinson, Heitmann ve Dieke, 2011, s. 9).

- Niş pazarlamanın uygulandığı çok küçük pazar dilimi, belirli bir zaman periyodunda tamamen yok olabilir veya tam aksine büyük bir gelişme de gösterebilir. Firmalar bu risklerin farkında olduğu zaman tek bir niş pazarda faaliyet göstermek yerine, iki veya daha fazla niş geliştirirler. Böylece piyasadaki pazar paylarını arttırabilirler (Ercan, 2007, s. 54).

Özel ilgi turizminin ön plana çıkmasıyla birlikte niş turizm pazarları, hem küresel turizmin gelişimi hem de belirli destinasyonlar için daha önemli hâle gelmektedir (Robinson vd., 2011, s. 10). Destinasyon yöneticileri özel ilgi turizm pazarındaki rakiplerinden farklılaşabilmek ve varlıklarını sürdürebilmek için her müşterinin özel isteğine göre çeşitli ürün ve hizmetler üretmek zorundadırlar. Bu da niş pazarlardaki turizm türlerinin sayısının artmasına neden olmaktadır. Niş pazarlamanın uygulandığı turizm türleri Şekil 3'te verilmiştir.



Şekil 3. Niş Pazarlamanın Uygulandığı Turizm Türleri

Kaynak: Ali-Knight, J. (2010). The role of niche tourism products in destination development. Doctoral dissertation, Edinburgh Napier University. s. 10 ve Ercan, G. B. (2007). Niş pazarlama stratejilerinin turizm sektöründe a grubu seyahat acentalarında uygulanması: ETS Tur örneği. s. 61'den derlenmiştir.

Şekil 3’de görüldüğü üzere özel ilgi turizminin pazarlanması kitle turizminden tamamen farklıdır. Özel ilgi turizmi, daha az sayıda turistle, onların istek ve ihtiyaçları doğrultusunda mal ve hizmet üreterek, çeşitli özel ilgi alanlarını kapsayan ve niş pazarlarda yer alan bir turizm türüdür. Özetlemek gerekirse özel ilgi turizmi pazarlaması, kişilerin bireysel isteklerine hitap ederek, bu istekleri belirli kriterlere göre bölümlere ayırıp, sonra da bu bölümlerin her biri için farklı turizm türleri geliştirmeyi gerektirmektedir. Ayrıca özel ilgi turizminin ve niş pazarlamanın sahip olduğu özelliklerin dışına çıkmayarak, sürdürülebilir pazarlama anlayışı ilkelerini benimseyip, taşıma kapasitelerini minimal seviyelerde tutmayı gerekli kılmaktadır (Uluçeçen, 2011, s. 70).

2.1.1.8. Özel İlgi Turizm Türlerinin Sınıflandırılması

Günümüzde özel ilgi turizm türlerinin sınıflandırılması oldukça güçtür. Çünkü hangi türün hangi sınıfa ait olduğu kişiden kişiye değişiklik göstermektedir. Burada önemli olan kişinin hangi motivasyonla seyahate çıktığıdır. Sözelimi, kişi çiftlik turizmine doğaya kaçış, doğada vakit geçirme amacıyla katılıyorsa, çiftlik turizmi doğaya dayalı türler sınıfına girmektedir. Eğer kişi çiftlik turizmine köy yaşamını deneyimlemek, köydeki insanlarla vakit geçirerek kültürel birikimini arttırmak amacıyla katılıyorsa, bu durumda çiftlik turizmi kültüre dayalı türler sınıfında ele alınmaktadır (İnce, 2020, s. 6; Uluçeçen, 2011, s. 74).

Literatürde özel ilgi turizm türleri farklı kategorilerde incelenmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na göre özel ilgi turizminin gerçekleştiği ortam göz önünde bulundurularak kentsel, kırsal ve doğal alanlarda yapılan turistik faaliyetler olmak üzere üç kategoride sınıflandırmıştır (Alili, 2018, s. 24). Bir diğer kaynakta özel ilgi turizmi özelliklerine göre 3 farklı başlık adı altında incelenmiştir. Bunlar; kırsal alanda uygulanabilecek turizm türleri, hobiye dayalı özel ilgi turizm türleri ve kültüre dayalı özel ilgi turizm türleridir (Yaylı ve Sürücü, 2016). Ayrıca Brotherton ve Himmetoğlu (1997, s. 27) yapmış oldukları çalışmada otuz altı farklı özel ilgi turizmi türü ortaya koymuşlardır. Kozak ve Bahçe’ye (2012, s. 139) göre ise özel ilgi turizmi doğaya dayalı türler, hobiye dayalı türler, eğitime dayalı türler ve kültüre dayalı türler olmak üzere 4 farklı başlık adı altında incelenmiştir. Kozak ve Bahçe (2012, s. 139) tarafından yapılan sınıflandırma Çizelge 1’de verilmiştir.

Çizelge 1. Özel İlgi Turizm Türlerinin Sınıflandırılması

Doğaya Dayalı Türler	Bir Hobiye Dayalı Türler	Eğitime Dayalı Türler	Kültüre Dayalı Türler
-Botanik Turizmi -Çiftlik/Tarım Turizmi -Dağ ve Kış Turizmi -Doğa Turizmi -Hava Sporları Turizmi -Köy Turizmi -Kuş Gözlemciliği -Su Sporları Turizmi -Tarım Turizmi -Yayla Turizmi -Sağlık Turizmi	-Alışveriş Turizmi -Av Turizmi -Golf Turizmi -Kumar Turizmi -Macera Turizmi -Mağara Turizmi -Rafting Turizmi -Seks Turizmi -Şarap Turizmi -Yat Turizmi	-Eğitim Turizmi -Gençlik Turizmi -Kongre Turizmi	-Etnik Turizm -İpek Yolu Turizmi -İnanç Turizmi -Üçüncü Yaş Turizmi -Kültür Turizmi -Kültürel Miras Turizmi -Festival Turizmi -Dark Turizm

Kaynak: Kozak, M. A. ve Bahçe, S. (2012). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık. s.139

2.1.1.8.1. Doğaya Dayalı Özel İlgi Turizmi Türleri

Sürdürülebilir turizm kavramı son yıllarda hızlı bir şekilde gelişme göstermiştir. Bunun en önemli nedenleri endüstrileşme ile gelen hızlı kentleşme, betonlaşma, gürültü ve hava kirliliği vb. gibi artan çevre sorunlarıdır (Akşit, 2007, s. 447). Bu sorunlar ile iş yaşamının verdiği stres, yoğun çalışma koşulları gibi unsurlar kişilerde doğaya kaçış, doğada vakit geçirme ve doğada kalma ihtiyacını doğurmuştur. Dolayısıyla doğa turizmi, doğaya dayalı turizm gibi kavramların giderek önemi artmaya başlamıştır.

Doğa turizmi, tüm katılımcılar için ideal fayda sağlayan kültürel ve ekolojik olarak hassas seyahatleri teşvik etmektedir. Doğaya dayalı turizm ise, “ doğadaki manzarayı, fauna ve florayı izlemek ve bunlardan zevk almak için bozulmamış veya kirlenmemiş doğal alanlara seyahat etmekten oluşan turizm çeşidi” olarak tanımlanmaktadır (Luzar vd., 1995, s. 545). Bir diğer ifade ile doğaya dayalı turizm, doğaya zarar vermeden doğa ile iç içe olmanın hedeflendiği bir turizm şeklidir (İnce, 2020, s. 11). Çoğu bilim insanı doğa temelli turizmi, ziyaretçilerin doğal bir ortamda bir aktivite yaşamak için evlerinden uzaklaştıkları bir turizm pazarı olarak yorumlamaktadır (Soleimani vd., 2019, s. 3). Bu nedenle bir niş pazar olan doğa temelli turizm, çok geniş kapsamlı bir kavram olup, birçok kavramla da eş anlamda

kullanılabilmektedir. Bu kavramlar arasında “eko turizm, sorumlu turizm, etik turizm, çevre dostu turizm, yeşil turizm ve sürdürülebilir turizm” gibi kavramlar bulunmaktadır (Valentine, 1992, s. 108).

Doğa turizmi ya da doğaya dayalı turizm, genellikle kırsal ortamlarda yapılan rekreasyonel ve macera türü içeren sportif faaliyetlerden oluşmaktadır (Köroğlu, Köroğlu ve Alper, 2012, s. 134). Buna bağlı olarak doğayı temel alarak kırsal ortamlarda gerçekleştirilen birçok turizm türü bulunmaktadır. Bu türlerin önemli olanları; akarsu turizmi (rafting), botanik turizmi, dağ ve kış sporları turizmi, tarım turizmi (çiftlik), kuş gözlemciliği, yayla turizmi, sağlık turizmi (SPA ve termal), ve hava sporları turizmidir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta; özel ilgi turizmi türlerinin sınıflandırılmasında olduğu gibi doğaya dayalı turizm türlerinin sınıflandırılmasında da turizm çeşidinin hangi kategoriye ait olduğunu tüketicilerin motivasyonları belirlemektedir. Örneğin kuş gözlemciliği doğada gerçekleştirilen bir turizm çeşidi olduğu için doğaya dayalı türler sınıfında yer almaktadır. Fakat bakıldığında hobiye dayalı türler sınıfında da ele alınabilmektedir. Bunun temel nedeni kuş gözlemciliğinin tamamen özel ilgi duyan kişiler tarafından hobi amaçlı yapılmasıdır. Yani burada önemli olan kişinin turizme hangi amaç ya da motivasyonla katıldığıdır (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 174-175).

2.1.1.8.2. Hobiye Dayalı Özel İlgi Turizmi Türleri

Boş zaman değerlendirme etkinliklerine katılımlarda sahip olunan özel ilgiler ya da hobiler giderek ağırlık kazanmaktadır (Tanrısevdi, 2009, s. 1317). Hobi, kişilerin alışılmışın dışına çıkarak eğlenmek ya da dinlenmek amacıyla ilgi duydukları işleri yaparak boş zaman değerlendirme yöntemleri şeklinde ifade edilmektedir (Alili, 2018, s. 26). Yaylı ve Sürücü'ye (2016, s. 104) göre turizm de bir boş zaman değerlendirme etkinliğidir. Dolayısıyla bu iki kavram birbiri ile uyum içerisindedir (İnce, 2020, s. 9). Hobiye dayalı özel ilgi turizmi, özellikle yoğun iş temposuyla çalışan post-modern toplumun rahatlamak, dinlenmek veya eğlenmek amacıyla özel merakları doğrultusunda hobiler edindiği durumdur (Sunar, 2017, s. 39). Tanımdan da anlaşılacağı üzere hobiye dayalı turizm, kişilerin hobileri doğrultusunda yapmış oldukları seyahatleri ifade etmektedir (Alili, 2018, s. 26). Her bireyin ilgi duyduğu alan birbirinden farklılık gösterdiği için çok sayıda hobiye dayalı özel ilgi türü

mevcuttur (İnce, 2020, s. 9). Bu türlerden bazıları; alışveriş turizmi, av turizmi, golf turizmi, kumar turizmi, macera turizmi, mağara turizmi, turizmi, seks turizmi, şarap turizmi ve yat turizmidir.

2.1.1.8.3. Eğitime Dayalı Özel İlgi Turizmi Türleri

Eğitim en basit tanımıyla, insanların bilgi ve becerilerinin artırılarak topluma kazandırılması sürecidir (Olçay, 2008, s. 384). Eğitim her alanda olduğu gibi turizm sektöründe de önemli bir yere sahiptir. Turizmde eğitimin tarihsel geçmişi eğitim amacıyla yapılan seyahatlere dayanmaktadır. Özellikle 17. ve 18. yüzyılda aristokrat sınıfında yer alan aileler, çocuklarını gittikleri yerin kültürünü öğrenmeleri ve birçok konuda bilgi sahibi olmaları için eğitim seyahatlerine gönderirlerdi. Yapılan bu seyahatlere de “Grand Tour” adı verilirdi (Kozak vd., 2013, s. 28).

Eğitime dayalı seyahat, katılımcıların gidilen yer ile ilgili doğrudan bir öğrenme deneyimine katılmak amacıyla seyahat ettikleri bir programdır. (Bodger, 1998, s. 28). Eğitim turistleri ise, tatildeyken yeni beceriler öğrenmek veya mevcut olanları geliştirmek için çalışma turlarına katılan kişiler olarak tanımlanmaktadır (Gibson, 1996, s. 32). Malihah ve Setiyorini’ye (2014, s. 3) göre eğitime dayalı seyahatler, bir okulu, gelenek veya kültürü tanımaktan, bir dili öğrenmekten, bir sempozyum veya seminere katılmaktan, bir akademik veya araştırma projesine katılmaya kadar çeşitlilik göstermektedir. Buna bağlı olarak eğitime dayalı seyahatler de kendi içinde türlere ayrılmaktadır. Bunlar; eğitim turizmi, gençlik turizmi ve kongre turizmidir.

Eğitim turizmi: Eğitim turizmi, turistlerin seyahatleri sırasında öğrenme ve bilgi edinme motivasyonlarını karşılamaya yönelik eğitim içeriğini vurgulayan bir turizm faaliyetidir. Bir diğer tanımına göre ise eğitim turizmi, insanların kendilerini geliştirmek ya da kariyer yapmak amacıyla seyahat etmeleridir (Malihah ve Setiyorini, 2014, s. 3).

Gençlik turizmi: 15-24 yaş grubu arasındaki bireylerin anne ve baba ve diğer yakınları yanında olmadan turizme katılmalarıdır (Kozak vd., 2013, s. 14). Gençlere yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetler genellikle gençlik kampları, gönüllü çalışma kampları, yurt dışı yaz okulları ve yaz kampları, okul gezileri ve gençlik festivalleridir (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TÜRSAB], 2015, s. 3).

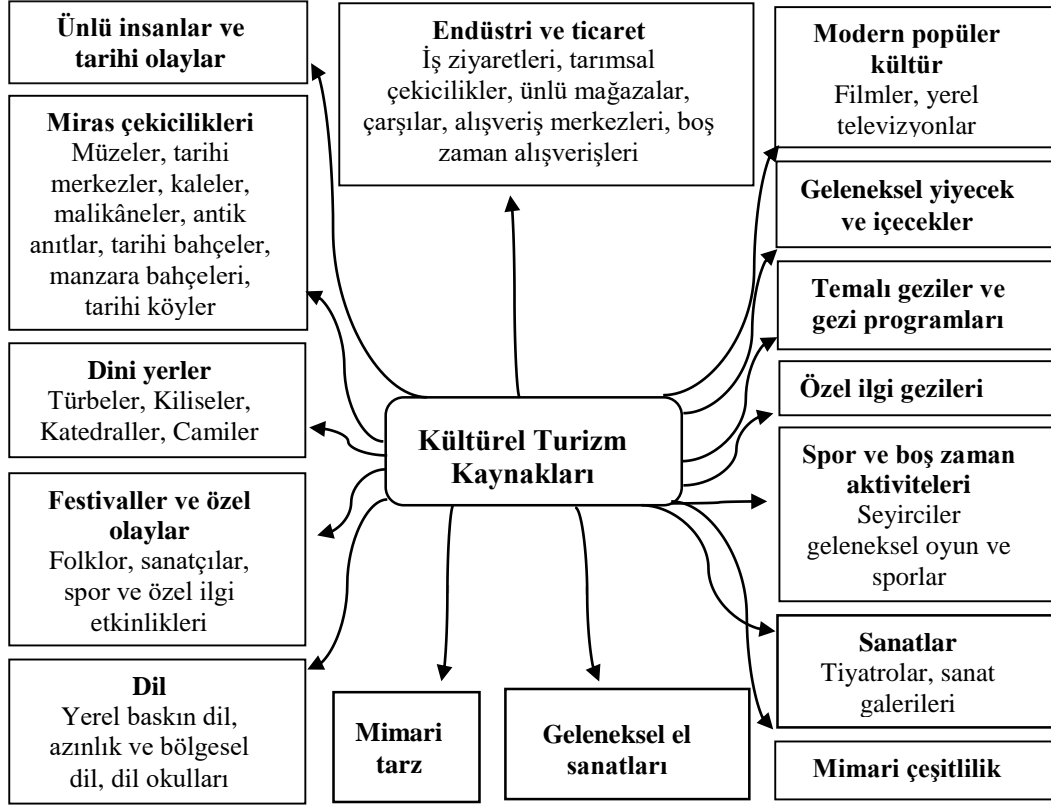
Kongre turizmi: Kongre, fikir ve fikir alışverişinde bulunmak, belirli mesajlar göndermek, bilimsel görüş alışverişi yapmak, açık tartışmalar yapmak, belirli bir konu veya alanı tanıtmak, vb. amaçlarla düzenlenerek farklı alanlardan insanları bir araya getiren bir tür iş etkinliğidir. Kongre turizmi ise, farklı karakterdeki konferanslara ve etkinliklere aktif veya pasif katılımı olduğu özel bir turizm şeklidir (Susic ve Mojic, 2014, s. 515-516).

2.1.1.8.4. Kültüre Dayalı Özel İlgi Turizmi Türleri

Kültür, “tarihsel ve toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerleri kapsayan, bunları sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021). Kültür ve turizm ilişkisine bakıldığında ise, geçmişinin çok eski zamanlara dayandığı bilinmektedir. İnsanlar ilk çağlardan başlayarak din, savaş, fetih, ticaret, göç ve merak gibi çeşitli nedenlerle seyahat etmişlerdir. Bu seyahat nedenlerinin başında da kültür ilk sıralarda yer almaktadır (Khalilova, 2008, s. 20). Çağdaş turizmin öncüleri olarak bilinen Romalılar, ilk düzenli yol ağları ve ulaştırma araçlarını geliştirerek özellikle merak, dinence ve farklı kültürleri tanıma isteği ile ünlü tapınaklara, Olimpiyat oyunlarına, Mısır’daki piramlara ve sağlık tesislerine ziyaretler gerçekleştirmiş, birçok festival ve törenlere katılmışlardır. Hatta tarihte bilinen en eski organize seyahatler, Romalılar tarafından Nil’e düzenlenen kültür turlarıdır. Daha sonra Avrupalıların kültür turizmine olan ilgisinin artmasıyla gelişen bu seyahatlere “*Grand Tour*” adı verilmiştir (Kozak ve Bahçe, 2012; Kozak vd. 2018; Seyhan ve Evcim, 2012). Dolayısıyla 16. yüzyıldan itibaren Büyük Tur’un gelişmesinin de gösterdiği gibi kültür her zaman seyahatin ana nesnesi olmuştur (Richards, 2001, s. 2).

Özel ilgi turizminin bir çeşidi olan kültürel turizm kavramı, ilk defa 1969 yılında Kanada’nın Ontoria kentinde düzenlenen bir kongrede “kültürel motivasyonlar ile seyahat etmek” olarak tanımlanmıştır. İlerleyen yıllarda ise, kültürel turizm ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005, s. 101). Kültür turizmi, kişilerin normal ikamet yerlerinin dışındaki miras alanları, sanatsal ve kültürel etkinlikler, sanat ve drama gibi belirli kültürel cazibe merkezlerine olan tüm hareketleri olarak ifade edilmektedir (Bachleitner ve Zins, 1999, s. 200). Bir diğer

ifadeye göre kültür turizmi, ziyaretçinin bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel varlıkları öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek amacıyla katıldığı turizm aktivitesi türüdür (Richards, 2018, s. 4). Kültürel varlıklar oldukça geniş bir içeriğe sahiptir (Uygur ve Baykan, 2007, s. 34). Şekil 4'te kültürel turizm kaynaklarının unsurları ve sınıflandırılması verilmiştir.



Şekil 4. Kültürel Turizm Kaynakları

Kaynak: Uygur, M. S. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 30-49.

Şekilde 4'de görüldüğü üzere kültür turizminin kapsamı oldukça geniştir. Tarihi ve dini yerler, festivaller, özel olaylar, ekonomik etkinlikler, geleneksel el sanatları, yiyecek ve içecekler, sanat ve mimari yapı, yerel dil, spor etkinlikleri, modern kültür ve özel ilgi gezileri gibi unsurlar kültür turizmi içinde yer almaktadır (Uygur ve Baykan, 2007, s. 35). Bu noktada, kültüre dayalı turizminin bir özel ilgi turizmi türü mü yoksa alternatif turizm türü mü olduğu tartışılabilmektedir. Konuya açıklık getirmek gerekirse, bir kişi bir ülkenin veya bölgenin kültürünü genel anlamda merak ediyor ve seyahate bu motivasyonla çıkıyorsa bu alternatif turizm katılımıdır. Ancak kişi kültüre özgü bir unsuru merak ediyor ve seyahate sırf onun hakkında bilgi

edinmek veya merakını gidermek amaçlı çıkıyorsa bu özel ilgi katılımıdır. Sözelimi kişi, Selimiye Camisinin mimari yapısını görmek, Zeytinli Rock Festivalini deneyimlemek ya da Antep mutfağını öğrenmek istiyorsa bu özel ilgi alanına girmektedir (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 150). Dolayısıyla kültüre dayalı turizm, insanların çeşitli özel ilgi taleplerine arz edebilmektedir. Bu nedenle kültüre dayalı turizm bir özel ilgi turizmi olarak kabul edilmektedir (Alili, 2018, s. 27). Kültüre dayalı belli başlı özel ilgi turizm türleri; etnik turizm, ipek yolu turizmi, kültürel miras turizmi, festival turizmi ve dark turizmdir (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 151-162).

Etnik turizm: Etnik turizm literatürde iki türde ele alınmaktadır. Birincisi, “Bir bölgede yaşayan yerel veya yerel olmayan ortak tarihi, kültürü, dini ve dili paylaşan etnik azınlık gruplarının otantik kültürünü yakından tanıma ve tecrübe etme amaçlı seyahatler” olarak tanımlanmaktadır. İkinci tanıma göre ise etnik turizm, “etnik bağ ile motive olmuş insanların, başka bölgelerde yaşayan atalarını tanıma ve kendi etnik yapısını araştırmaya dönük seyahatleri” şeklinde ifade edilmektedir (Jamontaite, 2015, s. 19).

İpek yolu turizmi: 3000 yıllık maziye sahip olan İpek Yolu, Asya’yı Avrupa’ya ve Afrika’ya bağlayan, tüm dünyaca bilinen tarihsel, kültürel ve ticari açıdan önem arz eden bir yoldur (Avcı ve Sartayeva, 2020, 16). Son birkaç yıldır, Çin bu yolun önemini yeniden gündeme getirmeye başlamış ve Yeni İpek Yolu projesini ortaya atmıştır. Yeni İpek Yolu konsepti Asya ve Avrupa’yı yeniden ve daha güçlü bir şekilde birbirine bağlamak ve turizmi canlandırmak için geliştirilmiş bir stratejidir (http-6). İpek Yolunun yeniden canlandırılması, güzergâhı üzerinde yer alan ülkelerin ekonomik, beşeri ve kültürel ilişkilerinin de canlanmasına neden olacaktır (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 162). Dolayısıyla bu yol Türkiye için de pek çok fırsatı içinde barındırmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı turizmi geliştirmek ve çeşitlendirmeyi arttırmak amacıyla “İpek Yolu Projesini” geliştirerek, tur güzergâhı üzerinde olan han ve kervansaraylara turizm amaçlı hizmetleri sunabilecek "Mola Noktası" fonksiyonu verilmesi çalışmalarını başlatmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB], 2020). Eğer proje tam olarak hayata geçirilebilirse, Çin ile ticaretin Türkiye üzerinden yapılması, Türkiye’ye ekonomik anlamda büyük faydalar sağlayacaktır. Böylece ipek yolu turizmi, tarihe mal olmuş bir kavramı yeniden gündeme getirerek, tarihi ve kültürel bir değer kazandıracaktır (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 163).

Kültürel miras turizmi: Miras, kelime anlamı olarak “bir neslin kendinden sonraki nesle bıraktığı şey” anlamına gelmektedir (TDK, 2021). Her toplumun geçmişten gelen gerek somut gerekse de soyut değerleri yansıtan tarihi ve kültürel mirası bulunmaktadır (Gül ve Gül, 2019, s. 1237). Kültürel miras, geçmişte ve günümüzde yaşayan bir halkın somut olan değerler (tarihi binaları, anıtlar, tarihi eserleri vb.) ile somut olmayan değerler (yaşam tarzı, inançları, gelenekleri vb.) toplamı şeklinde tanımlanabilir (Roders ve Oers, 2011, s. 6). Kültürel miras turizmi ise, miras alanı olarak sınıflandırılan destinasyonlara yapılan bir ziyaret olarak tanımlanmaktadır. Miras turizminde birey ile sunulan miras arasında bir bağlantı vardır. Yani alan, bireyin kendi kültürel geçmişiyle ilişkilidir (Niemela, 2010, s. 8). Birey, bir bölgede yaşayan insanların gündelik yaşamını, gelenek-göreneklerini, yöreye özel etkinliklerini ya da yemek kültürünü merak ederken, bir yandan da o bölgedeki herhangi bir tarihi binayı, sit alanı ya da tarihi eseri görmek isteyebilir (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 154). Dolayısıyla bu özel turizm türü, bireylere aitlik duygusu kazandırarak, kültür ve mirasın korunmasına, aynı zamanda yerel halk ve turistler arasında uyum ve anlayış geliştirmeye yardımcı olmaktadır (Puryova, 2013, s. 11).

Festival turizmi: Festival kavram olarak, “dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi” anlamına gelmektedir (TDK, 2021). Festivaller, bir topluluğun kendine özgü bir değerini kutlamak amacıyla, düzenli aralıklarla bir araya geldiği sosyal ve kültürel olaylardır (Small, Edwards ve Sheridan, 2005, s. 66). Bir diğer tanıma göre festivaller, katılımcılar arasında bir kutlama veya anma duygusu, bir keyif deneyimi içeren temalı özel etkinliklerdir (Ma ve Lew, 2012, s. 2). Delamere’ye (2001, s. 26) göre ise festivaller, turistik cazibe merkezlerinin en hızlı büyüyen etkinliklerinden biridir. Bu açıdan ele alındığında festivaller etkinlik turizminin bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Getz, 2008, s. 404).

Etkinlik turizmi kapsamına giren festivaller turizmde önemli bir rol oynamaktadır. Bir festivali ziyaret etmek, “festival turizmi” adı verilen ayrı bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle festival turizmi, festivallere katılma amacı ile seyahat eden kişilerin gerçekleştirdiği turizm biçimidir (Cudny, 2013, s. 107). Diğer bir ifadeyle festival turizmi, “bölgeye dışarıdan gelen insanların festival süresince festival bölgesine yaptığı ziyaretler” olarak tanımlanmaktadır (Sangmu, 2016,

s. 30). Festivaller, ziyaretçiler ve bölge halkı arasında kültürel aktarımı sağlamak, bölgeyi tanıtmak, imajını artırmak, ekonomik getiri sağlamak, bölge halkına ek kültürel eğlence teklifleri sunmak ve böylece yaşam kalitelerini iyileştirmek için fırsatlar sağlamaktadır (Yolal vd, 2016, s. 3). Diğer taraftan festivaller, ziyaretçiler için de önemli bir turistik çekim unsurudur. Kişilerin eğlenme, farklı kültürleri tanıma, gösteri izleme vb. ihtiyaçları onları festivallere yöneltmektedir. Dolayısıyla bu yönelimler, festival talebinin artmasını sağlayarak, “festival turizmi” kavramını daha popüler ve önemli hale getirmektedir (Quinn, 2006, s. 288; Atak, Tatar ve Tunaseli, 2017, s. 1401).

Festivaller, geçmişte yalnızca yerel insanlar tarafından üretilip tüketilen bir olguyken, günümüz toplumunda turizmin de etkisiyle, daha geniş kitlelere hitap eden etkinlikler hâline gelmiştir. Böylece festivaller, yerel kimliklerle olmakla birlikte toplumun sınırları ötesindeki dış dünya ile ilişki kurulmasına katkı sağlamaktadır (Çelik Uğuz ve Gacnik, 2015, s. 279). Stankova ve Vassenska’ya (2015, s. 120) göre, festival turizmi uluslararası, ulusal ve yerel ölçekte düzenlenerek kültür alışverişine odaklanan, içinde tarih, gelenek, görenek, mutfak, kültür, müzik, dans ve sanat gibi çeşitli temalar barındıran kutlamalardır. Dolayısıyla festivaller, birden fazla öğeyi bünyesinde barındırdığı için, tek bir temayla sınırlandırılmamaktadır. Bu nedenle literatürde festivallerle ilgili evrensel bir sınıflandırma yapılmamıştır (Demir, 2019, s. 68).

Demir (2019) festivalleri; kültür sanat festivalleri, tarım festivalleri, kültür festivalleri, spor festivalleri, gastronomi festivalleri, doğa festivalleri, kültür ve turizm festivalleri, çocuk ve gençlik festivalleri, mevsim temalı festivaller, madencilik temalı festivaller, ekonomi temalı festivaller, ekolojik festivaller ve diğer festivaller olarak 13 gruba ayırmıştır. Çalışmanın sonucunda, “kültür ve sanat” temalı festivaller en çok düzenlenen tür olarak belirlenmiştir. Giritlioğlu, Olcay ve Özekici (2015, s. 313) ise festivalleri; kültür, sanat, yiyecek içecek, spor, diğer ve iş temalı festivaller olarak sınıflandırmıştır. Çalışmanın sonucuna göre “kültür” temalı festivaller Türkiye’de en çok düzenlenen tür kategorisinde yer almaktadır. Demir (2019) ve Giritlioğlu vd. (2015)’in çalışmalarında da görüldüğü üzere “kültür” temalı festivaller Türkiye’de en fazla gerçekleştirilen festival kategorisinde yer almaktadır.

Robinson, Picard ve Long (2004, s. 188) kültür festivallerinin kültür turizmi olgusunun bir parçası olduğunu belirtmektedir. Çünkü festivaller insanlarla yakından

bağlantılıdır ve kültürel etkileşimlerin sağlandığı, gelenek ve göreneklerinin sergilendiği, milli kültür unsurlarının paylaşıldığı, ekonomik ve sosyal yönü ön planda olan kültür ifadeleri içermektedirler (Cudny, 2013, s. 108; Atak, Tatar ve Tunaseli, 2017, s. 1400). Sahip olduğu bu özelliklerle kültür festivallerinin, bölgesel kalkınmaya önemli ölçüde katkı sağladığı ve bu nedenle yerel halk için kültür turizminin gelişmesinde büyük etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle festival organizatörleri artık tarihi ve kültürel temaları, yenilik arayan turistlerin ilgilerini çekmek ve onlara farklı deneyimler yaşatmak için kullanılmaktadırlar (Blesic vd., 2015). Dünya’da tarihi ve kültürel temaları fırsata çeviren farklı deneyimler yaşamak isteyen turistlere hitap eden birçok sıra dışı festival vardır. İtalya’da tellere asılı olarak gerçekleştirilen “Uluslararası Yüksek İrtifa Buluşması Festivali”, İspanya’da ki “Domates Festivali”, Hindistan’da renklerin festivali olarak bilinen “Holi Festivali” ve Meksika’da korku temasıyla ön plana çıkan “Ölümler Günü” bu sıra dışı festivallerin en bilinen örnekleridir.

Dark (karanlık) turizm: Geçmişten günümüze insanlar çeşitli motivasyonlarla turizm hareketlerine katılmaktadır. Bu motivasyonlardan biri de tarihten pay almaktır. Her toplumun geçmişinde hatırlamaktan zevk aldığı, gurur duyduğu ya da hatırlayarak acı ve üzüntü duyduğu olumsuz duyguları içeren günler veya olaylar vardır. Dolayısıyla insanlar bu acı ve üzüntülü olayları hatırlamak ve anmak için olayın geçtiği yerlere ziyaretler gerçekleştirmektedirler (Kozak ve Bahçe, 2012, 154). Bu ziyaretlere “*dark turizm*” adı verilmektedir. Buna bağlı olarak dark turizm, ölüm, savaş, ürkütücü ya da doğaüstü olaylarla ilgili yerlere yapılan ziyaretleri tanımlamak için kullanılmaktadır (Garcia, 2012, 14). Dark turizm, literatürde özel ilgi turizmi türü olarak, kültürel turizmin bir alt kümesi ve miras turizminden farklı bir turizm türü olarak ele alınmaktadır (Bowman ve Pezzullo, 2009, 189).

2.1.2. Özel İlgi Turizmi Türü Olarak Karanlık Turizm

Post modern dönemle birlikte tüketici trendleri değişerek, özel ilgilere yönelik seyahatler de giderek artmaya başlamıştır. Özellikle 2000’li yıllarda kuş gözlemciliği turizmi, dalış turizmi, dağcılık turizmi, karanlık turizm gibi özel ilgilere yönelik turizm çeşitleri katılımcıların daha da ilgisini çekmeye başlamış ve böylece yeni turizm biçimleri ortaya çıkmıştır (Ertürk, 2018, s. 59). Özel ilgi turizmi çeşitlerinden biri olan

karanlık turizm, yabancı literatürde yaygın olarak “dark tourism” kavramı şeklinde kullanılmaktadır (Şahin, Boğa ve Akova, 2016). Yapılan çalışmada ise Türkçe karşılığı olan “karanlık turizm” kavramının kullanılması tercih edilmiştir.

Çalışmanın bu başlığı altında; karanlık turizm kavramı, karanlık turizmin gelişim süreci, karanlık turizmin ortaya çıkma nedenleri, karanlık turizm motivasyonları, karanlık turizm talep ve arzı, karanlık turizmin sınıflandırılması, karanlık turizm çeşitleri, Dünya’da ve Türkiye’de karanlık turizm destinasyonları ve karanlık festivaller konuları ele alınmaktadır.

2.1.2.1. Karanlık Turizm Kavramı

Karanlık turizm kavramı, ilk olarak John Lennon ve Malcolm Foley tarafından ortaya atılmıştır ve daha sonra 2000 yılında yayınlanan “Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster” adlı kitap ile literatüre kazandırılmıştır (Stone ve Sharpley, 2008, s. 576). Batı kültüründe “dark” terimi, kasvetli, ışısız, soykırım, suikast, cinayet ve savaş gibi karanlık eylemler olarak sunulan içeriği ifade etmektedir (Bowman ve Pezzullo, 2009, s. 188). Dolayısıyla ana temalarında ölüm, ıstırap, trajedi, katliam veya acı gibi olumsuz çağrışımlar sergileyen "karanlık" turizm, ölüm, ıstırap sahneleri veya katliam sergileyen turistik yerlere ziyaretler içermektedir (Minic, 2012, s. 84). Karanlık turizm kavramı çok kapsamlı olup, çok sayıda araştırmacı tarafından yerli ve yabancı literatürde farklı isimlerle ortaya konulmuştur (Yıldız, Yıldız ve Aytemiz, 2015, s. 391). Çizelge 2’de yazarların yerli ve yabancı literatürde karanlık turizm ile ilgili kullandıkları kavram ve tanımlara yer verilmiştir.

Çizelge 2. Karanlık Turizm İle İlişkili Kavramlar ve Tanımlar

Yazarlar	Kavramlar	Tanımlar
Rojek (1993)	Black Spots (Karanlık Bölgeler Turizmi)	Ünlü veya çok sayıda insanın ani ve şiddetli ölümüne maruz kaldığı yerlere yapılan ticari amaçlı seyahatler. Bu yerler, mezarlıklar olarak bilinmektedir.
Seaton (1996)	Thana Tourism (Ölüm Turizmi)	Gerçek veya sembolik olarak vahşi ölümler ve insan ıstıraplarıyla ilişkili alanlara yönelik, ölümle yüzleşme arzusuyla yapılan seyahatlerdir.
Smith (1998)	War Tourism (Savaş Turizmi)	2. Dünya Savaşı gibi sadece savaşların yapıldığı alanlara yönelik seyahatlerdir.

Çizelge-2 devamı

Yazarlar	Kavramlar	Tanımlar
Blom (2000)	Morbid Tourism (Ölümlle İlgili Turizm)	Çok sayıda insanı olay anına çeken, ani ve şiddetli ölüm olaylarının yaşandığı destinasyonlara yapılan ziyaretlerdir.
Bristow ve Newman (2004)	Fright Tourism (Korku Turizmi)	Uğursuz bir geçmişi ya da tarihi olduğuna inanılan ürkütücü bir destinasyona zevk almak veya heyecan duymak için yapılan seyahatlerdir.
Stone (2006)	Dark Tourism (Karanlık Turizm)	Ölüm, ıstırap veya görünüşte ürkütücü olan yerlere seyahat etme eylemi olarak tanımlanmaktadır.
Slayton (2006)	Grief Tourism (Keder Turizmi)	Ölüm veya ölümlle ilgili olayların kişilerde hüznün, içsel acılar uyandırmasına neden olan destinasyonlara yapılan seyahatlerdir.
Kaya (2006)	Ölüm Turizmi	Gerçek ya da sembolik olarak ölüm temasının işlendiği yerlere yapılan seyahatlerdir.
Kılıç ve Akyurt (2011)	Hüzün Turizmi	Üzüntü, içsel acı duygusunu yaşatmak ve huzura ermek amacıyla doğal afet, soykırım, acı veya ölüm olaylarının yaşandığı alanlar ve bunların adına yapılan anıt, müze vb. yerlere seyahatlerdir.
Özçelik (2012)	Keder Turizmi	Sıkıntı, acı ve dert veren üzücü olayları anmak, kaybedilen kişilere saygıda bulunmak amacıyla yapılan ziyaretlerdir.
Yıldız vd. (2015)	Kara Turizm	Ölüm, şiddet, acı ve facialar ile bağlantılı yerlerin ziyaret edilmesidir.

Kaynak: Çelik, A. (2017). Hüzün turizmi üzerine bir derleme, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 1 (3), 41-55.

Çizelge 2’de görüldüğü gibi karanlık turizm yabancı literatürde black spots tourism, thana tourism, war tourism, morbid tourism, fright tourism, dark tourism, grief tourism vb. terimler ile ifade edilirken, yerli literatürde ise ölüm turizmi (Kaya, 2006), hüznün turizmi (Çelik, 2017; Kılıç ve Sop, 2011; Çimen, 2020; Çakar, 2017; Kurnaz, Çeken ve Kılıç, 2013; Alili, 2017), keder turizmi (Aliağaoğlu, 2004), karanlık turizm (Çetinsöz ve Temiz, 2016; Ak Çetin, 2020; Pekerşen, 2020), kara turizm (Yıldız vd., 2015) gibi kavramlarla ele alınmıştır. Özetlemek gerekirse, karanlık turizm kavramı ölüm, ıstırap, zulüm, trajedi, şiddet, korku ya da suçla ilgili olan herhangi bir turizm türü için genel bir kavram olup, kapsayıcı bir anlama sahiptir. Dolayısıyla daha dar bir alanı ifade etmek için literatürde farklı terimler geliştirilmiştir (Pekerşen, 2020, 5; Light, 2017, s. 277).

2.1.2.2. Karanlık Turizmin Gelişim Süreci

Karanlık turizm kavramı yeni bir seyahat olgusu gibi gözüktüğü de ölümle bağlantılı yerlere seyahat, antik dönemlere kadar dayanmaktadır. İnsanlar uzun yıllar boyunca kendi isteğiyle veya farkında olmadan ölüm, felaket, acı, şiddet ve cinayetle ilişkilendirilen alanlara ve olaylara ziyaretler gerçekleştirmiştir. Orta çağda Roma Kolezyumu'nda düzenlenen Gladyatör Oyunlarına yönelik seyahatler, hac ziyaretleri ve halka açık infazları izlemek için düzenlenen turlar karanlık turizmin ilk örnekleridir. (Stone ve Sharpley, 2008, s. 574). Aynı zamanda 1838 yılında İngiltere'ye iki katilin asılmasını izlemek amacıyla trenle ilk rehberli turun düzenlenmesi, 19. yüzyıla damgasını vuran Paris'te şehir morglarına düzenlenen turlar, bir eğlence aktivitesi olarak Madame Tussauds'un korkular odası sergisine veya ıslah evlerinde mahkûmların kırbaçlanmalarına tanık olmak amacıyla ziyaretçilerin ücret karşılığında kiraladığı galeriler, savaşla ilişkili destinasyonlara ve mezarlık ziyaretleri kapsamında Mısır Piramitleri gibi ünlü anıtsal mezarlara yönelik turistik ziyaretler karanlık turizmin eski dönemlerdeki örnekleridir (Stone, 2006, s. 147; Stone, 2010, s. 17).

20. yüzyılın sonları 21. yüzyılın başlarına doğru büyüyen bir fenomen hâline gelen karanlık turizm, özellikle 1990'lı yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. (Bowman ve Pezzullo, 2009, s. 190; Kang vd., 2012, s. 257). Rojek 1993 yılında, ünlülerin ya da sıradan insanların ölümüyle bağlantılı mezar ve yerlerin turistik popülerliğini araştırmış ve bu tür yerleri 'kara noktalar' olarak adlandırmıştır (Rojek, 1993'den Akt. Light, 2017, s. 278). Foley ve Lennon ise 1996 yılında yayınladıkları "JFK and dark tourism: A fascination with assassination" adlı makalede John F. Kennedy suikastini ele alarak, turizm ile ölüm veya ölümle ilişkili deneyimler/destinasyonlar arasındaki ilişkiye atıfta bulunmuşlar ve "karanlık turizm" terimini ilk olarak kullanmışlardır (Foley ve Lennon 1996'dan Akt. Alexandra, Alexandru ve Larisa, 2014, s. 311). Sonrasında kavram çeşitli yazarlar tarafından ele alınarak, ölüm turizmi (thana tourism), savaş turizmi (war tourism), trajik turizm (tragic tourism), korku turizmi (fright tourism) ve keder turizmi (grief tourism) gibi çeşitli terimlerle daha spesifik hale getirilmiştir (Seaton, 1996; Smith, 1998; Bristow ve Newman, 2004; Slayton, 2006).

Günümüze doğru gelindiğinde ise, özellikle 2011 yılından itibaren karanlık turizm çalışmalarının sayısında artışlar gözlemlenerek, karanlık turizm destinasyonlarına yönelik ilgilerin de arttığı ortaya konulmuştur (Light, 2017, s. 276;

Ertürk, 2018, s. 60). Light'e (2017, s. 276) göre karanlık turizm kelimeleri, 2016'nın Aralık ayında yapılan Google arama sonuçlarında 4 milyon kez aratılmış ve "karanlık turizm rehberleri", "karanlık turizm bloglarının yorumları", "karanlık destinasyonların tatil temaları" gibi arama içerikleriyle ön plana çıkarak internetteki payını da arttırmıştır. Ayrıca özel ilgi turizmi içinde kültür turizminin bir alt kümesi olarak kendine yer bulan karanlık turizm kavramı, Türk turizminde de yeni bir trend olarak karşımıza çıkmaktadır (Light, 2017, s. 279; Pekerşen, 2020, s. 11).

2.1.2.3. Karanlık Turizmin Ortaya Çıkma Nedenleri

Karanlık turizm, özel ilgi turizm çeşitlerinden biri olarak ortaya çıkan ayrı bir turizm türüdür (Minic, 2012, s. 81). Bu turizm türünün ortaya çıkmasında etkili olan faktörler; post-modernizm, medya ve ölüm inancında yaşanan değişimler olarak üç grupta incelenmektedir (Kaya, 2006, s. 50);

Post-Modernizm: Karanlık turizm, modern öncesi, modern ve post-modern dönem olarak ele alındığında, post-modernizmin bir ürünü olarak kabul edilmektedir (Stone ve Sharpley, 2008, s. 577). Dolayısıyla karanlık turizm ve post-modernizm ilişkisini ortaya koyabilmek için post-modern dönemin kökenine inmek gerekmektedir. 18. yüzyılın ortaları modern dönemin başlangıcı olarak bilinmektedir. Bu dönemde özellikle sanayileşmenin etkisiyle toplumlarda hızlı dönüşümler yaşanmıştır. Örneğin, sanayi ve bilim alanındaki ilerlemelerle birlikte dinsel otoriteler ortadan kalkmış, toplum laiklik olgusu ile tanışmıştır. Bu gelişmeler turizmi de etkilemiş ve mezarlıklar sadece saygı amaçlı ziyaret edilen yerler olmaktan çıkıp, kitle turizmine açılarak turistik alanlara dönüşmüştür. Ancak modern dönemde Titanığın batması, Çernobil kazası, I. ve II. Dünya Savaşları ve Nazi toplama kamplarının kurulması gibi olayların yaşanması toplumda, ilerleme, akılcılık, bilim, teknoloji, sanayileşme ve liberal demokrasi hakkında endişe ve şüphelere yol açmıştır. Dolayısıyla toplumda meydana gelen bu endişe ve şüpheler, modernizme bir tepki olarak "*Post-modernizm*" kavramının doğmasına neden olmuştur (Yuill, 2003, s. 15-16). Post-modern dönem ile birlikte birçok sektörde olduğu gibi turizmde de büyük değişimler başlamıştır. Geleneksel kitle turizminin yerine alternatif turizm türleri ortaya çıkarak, eko-turizm, miras turizmi ve dark turizm gibi bireysel ve özel ilgilere yönelik turizm çeşitleri önem kazanmaya başlamıştır (Kılıç ve Sop, 2011, s. 11).

Bunun yanı sıra post-modern dönemde, “simülasyon”, “tekrar” ve “sanal deneyim” kavramlarının ortaya çıkması, karanlık turizmin önemli bir parçasını oluşturmaya başlamıştır. Bu sayede de geçmişteki bir olayın benzeri yapılarak turistlerin ticari hale getirilmiş alanları ziyaret etmeleri sağlanmıştır (Yuill, 2003, s. 22; Kaya, 2006, s. 54).

Medya: Medyanın, turizm motivasyonlarını artırıcı etkisi 20. yüzyılın sonlarına dayanmaktadır (Lennon ve Foley, 1999, 46). Blom’a (2000, s. 5) göre karanlık turizmde medya çok önemli bir rol oynamaktadır. Medya, bölgeleri ve olayları açıklamaya odaklanarak bireyde çağrışımlar üreten bir imaj veya sembol yaratmaktadır. Bu sayede kişiler, olay ya da bölge hakkında ilk izlenime sahip olmaktadır (Blom, 2000, s. 5). Ayrıca medyanın, dünyanın her yerinde meydana gelen trajik olayları anında yayma potansiyeli vardır (Pekerşen, 2020, s. 23). Örneğin, Prenses Diana’nın tünelde gerçekleştirdiği korkunç trafik kazası sonucunda ölüm haberi, olaydan bir saat sonra tüm dünyada yayılmıştır (Blom, 2000, s. 2). Aynı şekilde Titanik’in batışı da, televizyon olmaması ve iletişimin bugünden daha yavaş olmasına rağmen, dünyaya hızlıca yayılmıştır. Ayrıca bu trajedi 46 yıl sonra filme dönüştürülerek, beyaz perde de yerini almıştır (Yuill, 2003, s. 124). Dolayısıyla medya sadece dünyadaki olayların hızlı bir şekilde yayılmasını değil, aynı zamanda olayların tekrar gün yüzüne çıkarılarak, toplumda o bölge veya olaya karşı bir ilgi uyanmasına sebep olabilmektedir (Kaya, 2006, s. 56). Srebrenitsa Katliamı’nın medya aracılığıyla toplum üzerinde uyandırdığı güçlü duygular ve buna bağlı olarak o bölgeye artan ziyaret talepleri bunun en güzel örneklerinden biridir. Sonuç olarak medya, karanlık turizm destinasyonlarının tanıtılmasını sağlayarak, turistlere olay ya da destinasyon hakkında bilgiler sunup, kişileri çeşitli motivasyonlarla destinasyona itme (miras, tarih, suç, merak ölüm, nostalji) ve çekme (eğitim, anma, sanat eserleri, yer kutsallaştırma) yeteneğine sahiptir. Bu nedenle de medya ve karanlık turizm arasında sıkı bir bağ vardır (Yuill, 2003, s. 132; Baranaydın, 2016, s. 39).

Ölüm İnancında Yaşanan Değişimler: O’Gorman’a (1998, s. 1228) göre, yaşamın her döneminde toplumun ölüme inancında değişimler meydana gelmiştir. Özellikle günümüz itibarıyla bireylerde ölüm olgusuna karşı duyulan merak artış göstererek, ölümlü yüzleşme duygusu ön plana çıkmıştır. Buna bağlı olarak ölümcül olayların gerçekleştiği yerler insanların ilgilerini çeker hale gelmiş ve turizm ürünü olarak kullanılmaya başlanmıştır (Kılıç ve Sop, 2011, s. 11).

2.1.2.4. Karanlık Turizm Motivasyonları

Karanlık turizm motivasyonları, bireylerin ne zaman ve nerede seyahat edeceklerini belirlemede önemli bir rol oynamaktadır (Kunwar ve Karki, 2018, s. 47). Literatürdeki birçok araştırmacı, karanlık turizm bölgelerini ziyaret etme motivasyonlarını farklı açılardan incelemiştir. Yapılan incelemeler, karanlık turistlerin seyahat etme motivasyonlarının çok çeşitli olduğunu göstermektedir (Iliev, 2020, s. 8-9). Seaton (1996), ziyaretçilerin karanlık turizme katılma amaçlarını 5 farklı kategoride sınıflandırmıştır (Seaton 1996'dan Akt. Allman, 2017, s. 10);

- Ölüme tanıklık etmek
- Toplu veya bireysel ölümlerin olduğu yerleri ziyaret etmek
- Ölümlerin anıtlarını (örneğin, mezarlıklar, yer altı mezarları, mahzenler ve savaş anıtları) ziyaret etmek
- Ölümün maddi kanıtlarını veya sembolik temsilini görmek
- Temsili ölüm alanlarını görmek (canlandırma veya ölüm simülasyonu)

Dann (1998) yapmış olduğu çalışmada insanları karanlık turizme motive eden etmenleri 5 kategoride sınıflandırmıştır. Bu motivasyonlar aşağıdaki gibidir (Dann 1998'den Akt. Puryova, 2013, s. 37-38);

- Hayaletleri görme arzusu
- Yenilik ve farklılık arayışı
- Nostalji
- Suç veya sapkınlık kutlamaları
- Ölüm bilincini yaşama ve ölüme meydan okuma arzusu

Dunkley (2006), karanlık turizm alanlarını ziyaret etme motivasyonlarını; manevi duygularla mezarlık veya anıtsal yerleri ziyaret, özel ilgi, heyecan / risk arama, trajik olayların tanınması ve onaylanması, özgünlük, kendini keşfetme, sembolik yerleri görme, merak, hatırlama, dini nedenler ve empati kurma gibi çeşitli etmenler olarak tanımlamaktadır (Dankley, 2006'dan Akt. Raine, 2013, s. 244).

Ashworth (2002) ise, karanlık turizme katılma motivasyonlarını; olağandışı şeylere dair merakı tatmin etme, korkunç olaylara katılma, başkalarının acılarıyla eğlenmek, empatik özdeşleşme (kurbanlarla veya failerle), kendini tanımlama ve kendini anlama gibi güdüler şeklinde ifade etmektedir (Ashwort, 2002'den Akt. Biran, Poria ve Ören, 2011, s. 825).

2.1.2.5. Karanlık Turizm Arzı ve Talebi

Seaton (1996) karanlık turizmde, turizm arz koşullarının geliştirilmesi için talebin derinlemesine incelenmesi gerektiğini savunmaktadır (Seaton, 1996'dan Akt. Özçelik, 2012 s. 32). Stone'a (2006, s. 146) göre de, karanlık turizm arzının analiz edilebilmesi için ilk olarak, turistlerin karanlık turizm ürününe yönelik davranış ve taleplerinin incelenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla turistlerin karanlık turizmi tercih etme nedenlerini ortaya koymak, arzın geliştirilmesi ve bu fenomenin anlaşılması açısından çok önemlidir.

2.1.2.5.1. Karanlık Turizm Arzı

Stone'a (2006, s. 150) göre karanlık turizm ürünleri çok yönlü, tasarım ve amaç bakımından karmaşık ve doğası gereği çeşitli olduğundan, farklı seviyelerde karanlık tonlara sahiptir. Bu bağlamda Stone karanlık turizm ürününün birden fazla tonunu açıklamak amacıyla "Dark Tourism Spectrum" modelini ortaya koymuştur. Bu model Şekil 5'te verilmiştir.

Darkest	Darker	Dark	Light	Lighter	Lightest
----------------	---------------	-------------	--------------	----------------	-----------------

Şekil 5. Karanlık Turizm Arzının Seviyeleri

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

Şekil 5'te görüldüğü gibi karanlık turizm ürünü acının, korkunun veya vahşetin bıraktığı etki derecesine göre sınıflandırılmıştır. Modeldeki ton farklılıkları, karanlık bölgelerin "en karanlık" (darkest) ve "en açık" (lightest) ölçekte konumlandırılması için bir temel sağlamaktadır. Burada en açık ton olan "lightest", "eğlence amaçlı karanlık alanları" en karanlık ton olan "darkest" ise "soykırım alanlarını" ifade etmektedir (Sharpley ve Stone, 2009, s. 21). Stone'a (2006, s. 152) göre karanlık turizm ürünleri, farklı etki derecesi göstermekle birlikte farklı arz kaynaklarına da sahiptir. Dolayısıyla Stone arz odaklı bir bakış açısıyla "Seven Dark Suppliers" kavramını ortaya koyarak karanlık turizm ürünlerini 7 farklı kategoride ele almıştır. Bu kategoriler aşağıdaki gibidir;

Karanlık Eğlence Fabrikaları: Ağırlıklı olarak “eğlence merkezli” olup, yüksek derecede turizm alt yapısına ve ticari etiğe sahip, gerçek veya kurgusal olarak *ölüm* ve *ürkütücü* olaylar sunan destinasyonlardır. Karanlık eğlence fabrikalarının en önemli özelliği korku hissini eğlenceli bir duyguya dönüştürerek bölgeye birçok turist çekmesidir. Romanya’da bulunan Drakula Parkı, karanlık eğlence fabrikalarına örnek olarak gösterilmektedir (Jahnke, 2013, s. 26).

Karanlık Sergiler: Ölüm, ıstırap ya da dehşet etrafında dönen ve genellikle içsel bir hatıra, eğitici veya yansıtıcı mesaj içeren destinasyonlardır. Örneğin, 11 Eylül terör saldırılarına ait resim ve tarihi eserleri sergileyen Smithsonian Amerikan Tarihi Müzesi gibi, karanlık tarihi olaylara tanıklık eden birçok müze karanlık sergilere örnek verilebilir (Stone, 2010, s. 55).

Karanlık Zindanlar: Eski hapisanelerin düzenlenerek turizm merkezi hâline getirilmesinden meydana gelen destinasyonlardır. Dünya’da en popüler hapisanelerden biri olarak kabul edilen ABD’de bulunan Alcatraz hapisanesi, karanlık zindanların bilinen örneklerindedir (Puryova, 2013, s. 17).

Karanlık Ölüm Yerleri: Özellikle ünlü kişilere ait mezarlıklar veya mezarlara yapılan ziyaretlerdir. Günümüzde Michael Jackson veya Marilyn Monroe gibi ünlülerin mezarlarına yönelik ziyaretler gerçekleştirilmektedir. Forest Lawn Memorial Park ve Forest Hill Mezarlığı bu mezarlıklardan bazılarıdır (Puryova, 2013, s. 18).

Karanlık Türbeler/Tapınaklar: Ölen kişileri anma ve saygı duyma amacıyla yapılan yerlerdir. Türbeler genellikle, resmi veya gayri resmi olarak, ölüm yerine çok yakın ve meydana gelen ölümden çok kısa bir süre içinde inşa edilmektedir. Örneğin Galler Prensesi Diana’nın ölümünden sonra inşa edilen Karanlık Tapınak milyonlarca kişi tarafından ziyaret edilmiştir (Stone, 2006, s. 155).

Karanlık Savaş Alanları: Savaşla ilgili faaliyet ve destinasyonların önemli bir turist çekim pazarı olduğu öne sürülmektedir. Karanlık savaş alanlarının temelinde anma ve eğitim vardır. Dolayısıyla bu destinasyonlar tarih merkezli olup, geçmişini yaşatma özelliğine sahiptir (Stone, 2010, s. 61).

Karanlık Soykırım Kampları: Genel olarak katliam, vahşet veya felaketlerin geçtiği destinasyonlardır. Auschwitz-Birkanau Toplama Kampı, aldığı turist ziyaretleriyle orada yaşanan vahşetin sembolü olmaya devam etmektedir (Stone, 2006, s. 157).

2.1.2.5.2. Karanlık Turizm Talebi

Karanlık turizm yapısı gereği kapsamlı ve çeşitlilik gösteren bir turizm türü olduğu için, karanlık turistlerin de bu turizme katılma nedenleri aynı derecede çeşitlilik göstermektedir (Stone, 2006, s. 147). Turistlerin karanlık turizme katılma nedenleri aşağıda sınıflandırılmıştır.

Kişisel Miras: Bu faktör, duygusal bir deneyim, kişisel bağlantı, belirli bir çekim veya olayla özdeşleşmeyle ilgilidir. Özellikle savaş ya da yıkım alanlarında mezar veya anıtı bulunan atalara, arkadaşlara, kurbanlara veya akrabalara ziyaretler içermektedir. Ayrıca yer veya olayla doğrudan bağlantılı olmayan kişilere de saygı göstermek için ziyaretler gerçekleştirilebilmektedir. Dolayısıyla kimlik ve mirastan etkilenen her birey, duygusal bağ kurmak amacıyla müze, anıt ve mezarlar gibi temsili yerleri ziyaret etmektedir (Puryova, 2013, s. 44).

İnanmak İçin Görmek: Bu neden, ziyaretçilerin karanlık olayların gerçekten orada meydana geldiğine inanmak için karanlık turizm alanlarını ziyaret etme ilgisini göstermektedir (Puryova, 2013, s. 43).

Bağımsız İlgi: Bu faktörde kişiler, karanlık turizm destinasyonunu eğitim, rekreasyonel faaliyet ya da ün kazanmış bir destinasyonu görmek amacıyla ziyaret etmektedir. Aynı zamanda kişiler karanlık turizm destinasyonuna özel ilgi duyarak, olay ya da yer hakkında bilgi edinme ve anlama ihtiyacı duymaktadır (Özçelik, 2012, s. 34).

Ölüm Yansıması: Kişiler karanlık turizm destinasyonlarını ziyaret ederek örneğin, bir zindandaki kölelerin neden cezalandırıldıklarını, hangi işkencelere maruz kaldıklarını ya da ölümlerle nasıl mücadele ettiklerini görerek o anı ve duyguları yaşamak istemektedir. Bu da ancak karanlık turizme katılmakla mümkün olmaktadır (Baranaydın, 2016, s. 59).

2.1.2.6. Karanlık Turizm Çeşitleri

Turistlerin motivasyonlarına bağlı olarak karanlık turizme katılma nedenlerinin farklılık göstermesiyle birlikte karanlık turizm, çeşitli şekillerde ortaya çıkmaya başlamıştır (Raine, 2013, s. 243; Lennon, 2017, s. 10). Literatürde karanlık turizmin

Felaket (Afet) Turizmi: Kelman ve Dodds'a (2009, s. 275-276) göre geçmişten günümüze birçok insan merak, anma, yardım etme, endişe ve kaygı duyma, mirasa ve tarihe ilgi duyma, eğitim, ve yenilik arayışı gibi çeşitli nedenlerle afetten etkilenen bölgelere seyahatler gerçekleştirmiştir. Afet bölgelerini ziyaret etmek ve görmek amacıyla yapılan bu tür seyahatler genellikle afet turizmi olarak tanımlanmaktadır (Rucinska ve Lechowicz, 2014, s. 24). Tsunami felaketinin ardından Güneydoğu Asya'yı ziyaret edenler veya Katrina Kasırgası'nın sonuçlarını görmek için New Orleans'a seyahat edenler gibi bir tür doğal afeti görmeye giden ziyaretçilerin her ikisi de afet turizminin örnekleridir (http-7).

Yoksulluk Turizmi: Literatürde “gecekondu turizmi” olarak da bilinen yoksulluk turizmini algılamak için öncelikle gecekondu kavramını anlamak gerekmektedir. Gecekondu, şehrin karanlık, alçak ve bilinmeyen tarafını simgeleyen bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Blakeman, 2015, s. 33). Dolayısıyla yoksulluk turizmi, gecekondu bölgelerine ve yoksulluk çeken kasabalara düzenlenen turlardan oluşmaktadır. Bu turlar genellikle yoksul ve kötü şartlarda yaşayan insanların yaşadıkları yerleri görmek, onların yaşam şartlarını iyileştirmek ve yardım etmek amacıyla düzenlenmektedir. Güney Afrika-Soweto'da bulunan gecekondu kampları, Hindistan'daki yoksul yerleşim yerleri ve Rio de Janeiro'nun kenar mahalleleri yoksulluk turizminin en önemli destinasyonlarındanındır (http-7).

İntihar Turizmi: İnsanların bilindik destinasyonlardaki yüksek yerlerden atlamak suretiyle seyahat etmesi ya da ölümcül hastaların ötenazi yoluyla intihar ettiği destinasyonlara seyahat etmesi ile meydana gelen bir turizm şeklidir (Amujo ve Otubanjo, 2012, s. 92). Bu bağlamda intihar turizmi iki şekilde gerçekleşmektedir. Birincisi, kişinin tıbbi bir yardıma gerek duymadan kendi isteğiyle yaşamını sonlandırmasıdır. İkincisi ise, uygulanması yasal olan ülkelerde gerçekleştirilen ötenazi işlemidir (Çoban, Dilek ve Harman, 2017, s. 140). Başta İsviçre olmak üzere, Hollanda ve Belçika gibi ülkeler ötenazinin yasal olduğu ülkelere örnektir (Yu, Wen ve Meng, 2020, s. 5). Ayrıca Çin'deki Nanjing Yangtze Köprüsü ve ABD'de bulunan Golden Gate Köprüsü, kişilerin kendi yöntemleriyle yaşamını sonlandırdığı diğer intihar destinasyonlarına örnek verilebilir (Çimen, 2020, s. 391).

Hapishane Turizmi: 19. yüzyılda ceza infazında yaşanan patlama sonucunda, hizmet dışı bırakılan eski hapishaneler, binalar, oteller ve apartmanlar da dahil olmak üzere birçok eski yapı müzelere ve turizm alanlarına dönüştürülmüştür (Strange ve

Kempa, 2003, s. 388). Günümüzde de hizmet dışı bırakılmış bir hapishaneyi veya hapishaneye dönüştürülmüş müzeyi ziyaret etmek artık yaygın bir eğlence ve turizm biçimi hâline gelmiştir. Cape Town’da “Robben Island”, San Francisco’da “Alcatraz”, Ljubljana’da “Celica Hostel”, Londra’da “Clink” ve Avustralya’daki “Freemantle Hapishanesi” dünyada hapishane turizmine açılan önemli destinasyonlarından bazılarıdır (Aslan, 2015, s. 605). Türkiye’de ise, “Anadolu’nun Alcatraz’ı” tabiri ile tanınan ve resmi olarak 1887 yılında kullanılmaya başlayıp 1999 yılında kapatılarak müzeye çevrilen *Sinop Tarihi Cezaevi Müzesi* ve 1925 yılında hizmete başlayıp, 2010 yılında da müzeye dönüştürülen *Ankara Ulucanlar Cezaevi Müzesi* en önemli hapishane turizmi destinasyonlarından biridir (Yılmaz, 2009, s. 6; http-8).

Soykırım Turizmi: Kısaca ölüm, işkence ve vahşetin yaşandığı soykırımla ilişkili destinasyonlara yapılan seyahatler şeklinde tanımlanmaktadır (Sharpley ve Gahigana, 2014, s. 64). Örneğin, Bosna Hersek’de büyük bir trajedi olan Srebrenitsa Katliamı’nın gerçekleştirildiği toplu katliam yerleri, anıt ve mezarların bulunduğu bölgeler soykırım turizmine örnek destinasyonlardan biridir. Ayrıca 1 milyondan fazla insanın katledildiği Auschwitz Toplama Kampı’da bir diğer soykırım turizmi destinasyonu örneğidir.

Kıyamet Turizmi: Kıyamet turizminin temelinde, turistik destinasyonları “yok olmadan önce görme” fikri yatmaktadır. Dolayısıyla kıyamet turizmi, çevre sorunları ve küresel ısınmanın bir sonucu olarak yok olma tehlikesi ile karşı karşıya olan yerlerin bir an önce görülmesi düşüncesi ile ortaya çıkan bir turizm türüdür. Medyada yapılan paylaşımlar ile çekiciliği arttırılan ve buna bağlı olarak önemli hale gelen bu turizm türüne ait destinasyon sayısı da her geçen yıl artmaktadır. Bu destinasyonlardan bazıları; Avustralya-Büyük Set Resifi, İtalya-Venedik, Tanzanya-Kilimanjaro Dağı ve Alp Dağları’dır (Yıldız, 2018, s. 232-234; Chandran, Bhaduri ve Swamy, 2012, s. 101). Türkiye’de ise İzmir’in Selçuk ilçesine bağlı olan Şirince Köyü son yılların en popüler kıyamet turizm destinasyonu olarak kabul edilmektedir (Alili, 2017, s. 53).

Hayalet Turizmi: Hayaletlerle karşılaşma arzusuyla, doğaüstü varlıklara ilgi duyan kişilerin mezarlıklar, perili evler, kaleler ve tarihi kasabalar gibi ruh dünyasıyla ilişkili yerlere gerçekleştirdikleri ziyaretler olarak tanımlanmaktadır (Garcia, 2012, s. 14). Burada adı geçen doğaüstü varlıklar; kişilerin zihninde ürkütücü olarak konumlandırılmış olan hayaletler, periler, cadılar, hortlaklar ve vampirlerdir

(Baranaydın, 2016, s. 52). Garcia'ya (2012, s. 14) göre, literatürde paranormal turizm olarak da ifade edilen hayalet turizminin temeli “eğlence” fikrine dayanmaktadır. Dolayısıyla günümüzde birçok kişi eğlenme, ilgi duyma, meraklarını giderme, yenilik arayışı, hayaletlerle karşılaşma, heyecan duyma ve korkuyu deneyimleme gibi çeşitli motivasyonlarla hayalet turizmine katılmaktadır.

Son zamanlarda özellikle medya aracılığıyla gündeme getirilen ve doğüstü varlıkları konu alan TV programları, filmler, diziler, haberler ve sosyal medya gönderileri insanların daha fazla dikkatini çekmeye başlamış ve doğüstü olaylara olan ilgisini daha da arttırmıştır (Pharino, Pearce ve Pryce, 2018, s. 20). Bunun Amerika'daki en ünlü örneklerinden biri, Stanley Kubrick'in “The Shining” filminin geçtiği perili odalarıyla ünlü *Stanley Hotel*'dir. Otel, konuklarına ücretli tiyatro seanslarına, paranormal araştırmalara ve akşam hayalet turlarına katılma fırsatı sunmaktadır. Bunun yanı sıra dünya üzerinde hayalet turizminin yapıldığı birçok destinasyon vardır. Örneğin, Drakula'nın şatosu olarak da bilinen “*Bran Kalesi*” (Romanya), İngiltere'nin 504'ün üzerinde kaydedilmiş hayaletle “dünyanın en perili şehri” unvanını alan “*York*” şehri, “*Pengersich Kalesi*” ve “en perili köy” statüsünü alan “*Pluckley*” köyü hayalet avcılığı turizminin önde gelen destinasyonlarından bazılarıdır (İronside, 2018).

Türkiye'de hayalet turizmi destinasyonları kısıtlı olup, genellikle korku evleri ve temalı parklar bünyesinde gerçekleştirilmektedir. Ancak içinde barındırdığı korku ve eğlence unsurlarıyla ön plana çıkan ve son yıllarda birçok katılımcının ilgisini çeken Bocuk Gecesi korku festivali Türkiye'nin ürkütücü varlıklarla karşılaşma arzusuyla katılımın sağlandığı patentli ilk ve tek organizasyonudur. Her yıl Ocak ayında Edirne'nin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde kutlanan Bocuk Gecesi'ne, turistler geceye özgü ürkütücü makyajlar, maskeler ve kostümlerle katılmaktadır. Binlerce katılımcının ilgisini çeken ve korku atmosferinin doruklarda yaşatıldığı bu gecede korkuyu deneyimleme, heyecan, macera ve eğlence arayışı ön plandadır. Korkunç ve ürkütücü karakterlere bürünen katılımcılar, korku atmosferinin yaratıldığı köy sokaklarında dolaşarak köy halkını ve birbirlerini korkutmaktadır. Binlerce yıllık bir kış geleneği olan Bocuk Gecesi'nin düzenlendiği Çamlıca köyü, Türkiye'de korku evleri ve temalı parklar dışında hayalet turizmine ev sahipliği yapma hususunda örneği bulunmayan bir dark turizm destinasyonudur.

2.1.2.7. Dünya’da ve Türkiye’de Karanlık Turizm Destinasyonları

2.1.2.7.1. Dünya'da Karanlık Turizm Destinasyonları

Son yıllarda dünya üzerindeki turistlerin karanlık turizm merkezlerine yoğun ilgi göstermesiyle birlikte karanlık turizm, trendi gittikçe yükselen bir turizm türü olmuştur. Günümüzde dünyanın birçok ülkesinde birbirinden farklı etki derecesine sahip karanlık turizm destinasyonu bulunmaktadır. Bu destinasyonlardan bazıları Çizelge 3’te örnek olarak verilmiştir.

Çizelge 3. Dünya'da Karanlık Turizm Destinasyonları

DESTINASYON	AÇIKLAMA
Auschwitz-Birkenau Anıt ve Müzesi (Polonya)	Tüm dünyada terör ve soykırımın sembolü olarak bilinen toplama kampıdır. 1941 yılında nazilerin eline geçen kampta, milyonlarca kişi katledilmiştir. Günümüzde karanlık turizmin odak noktası olan müzeyi 2019 yılında 2 milyondan fazla kişi ziyaret etmiştir (http-2).
Çernobil (Ukrayna)	Çernobil faciası, 1986 yılında Çernobil Nükleer Santralinde meydana gelmiş bir nükleer kazadır. Çernobil Nükleer Santrali'nin patladığı bölge ve Pripyat şehri günümüzde hayalet şehre dönüşmüştür. Dünyanın dört bir yanından turist ağırlayan bölgeyi 2019 yılında 124 bin kişi ziyaret ettiği bilinmektedir (http-9).
Pompeii (İtalya)	M.S. 79 yılında Vezüv Dağı'nın patlaması sonucu yıkılan Pompeii kenti en popüler karanlık turizm destinasyonlarından biridir. Günümüzde UNESCO tarafından korunan bölge yılda 2,5 milyon ziyaretçi ile İtalya'nın önemli turistik yerlerinden biri olarak bilinmektedir (Pekerşen, 2020, s. 57).
Drakula'nın Şatosu (Transilvanya-Romanya)	Bran Kalesi olarak da bilinen destinasyon Drakula ile olan bağlantısından dolayı dark turizmin odak noktası olmuştur. Romanya için önemli bir turizm ve gelir kaynağı olan bölgeyi her yıl binlerce dark turist ziyaret etmektedir.
Sedlec Ossuary Kilisesi (Çek Cumhuriyeti)	Kemikler Kilisesi olarak da bilinen Sedlec Ossuary, 40.000'den fazla insan iskeleti ile sanatsal olarak dekore edilmiş bir sıradışı kilisedir. Dünya'nın en ürkütücü kilisesi olma özelliğine sahip olan yapının içinde, insan kemiğinden yapılmış, sütunlar, kemerler, avizeler, şamdanlar ve vb. süslemeler bulunmaktadır (http-10).
Isla de las Munecas (Oyuncak Bebekler Adası) (Meksika)	Ada efsanesine göre yıllar önce bu adada bir kızın gizemli koşullarda boğulduğu ve ruhunun oyuncak bebeklerin elinde olduğu düşünülmektedir. Adanın popüler olma sebebi, kesik kafaları yada oyulmuş gözleriyle yüzlerce korkunç bebeğe ev sahipliği yapıyor olmasıdır. Ağaçları süsleyen korkunç bebekleriyle ünlü ada 2001 yılından sonra turistik cazibe merkezi hâline gelmiştir (http-11).

2.1.2.7.2. Türkiye'de Karanlık Turizm Destinasyonları

Türkiye'de de karanlık turizme örnek verilebilecek birçok destinasyon bulunmaktadır. Bu destinasyonlardan bazıları Çizelge 4'te verilmiştir.

Çizelge 4. Türkiye'de Karanlık Turizm Destinasyonları

DESTİNASYON	AÇIKLAMA
Sinop Tarihi Cezaevi ve Müzesi (Sinop)	Birçok şiirlere ve şarkılara konu olan, içinde dönemin ünlü asker, siyasetçi ve edebiyatçıların kaldığı Tarihi Sinop Cezaevi 1999 yılında kapatılarak müzeye çevrilmiştir (http-12).
Ulucanlar Cezaevi Müzesi (Ankara)	1925 yılında hapisane olarak hizmete başlayan ve içinde ünlü sanatçıların kaldığı cezaevidir. 2010 yılında müzeye dönüştürülen Ulucanlar Cezaevi Müzesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Ankara'da en çok gezilen özel müzeler statüsünü almıştır (http-8).
Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı (Gelibolu-Çanakkale)	Çanakkale savaşları Türk milletinin dünyanın en güçlü devletlerine karşı Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde insanüstü direnmesi ile kazanılan bir destandır. Yarım milyon insanın savaşarak can verdiği bölgede 56 yerli anıt ve şehitlik, 35 yabancı mezar ve anıtları bulunmaktadır (Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).
Anıtkabir (Ankara)	Anıtkabir, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu olan Mustafa Kemal Atatürk'ün anıt mezarıdır. Türkiye için önemli bir hüzün turizmi destinasyonu olan Anıtkabir'i 2021 yılında toplamda 2.146.892 kişi ziyaret etmiştir (Ankara Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022).
Adapazarı Deprem ve Kültür Müzesi (Sakarya)	Dünya'nın 4. Türkiye'nin ilk deprem müzesi olma özelliğine sahip olan müze, 17 Ağustos 1999 depreminde hayatını kaybedenler anısına yapılmıştır (http-13).
Kayaköy (Fethiye-Muğla)	Mübadeleler sonrası Rumların yaşadığı Kayaköy'e yerleştirilen Türkler, bölgenin coğrafi koşullarına dayanamayıp köyü terk etmişlerdir. Çeşitli kavimler tarafından terk edilerek boş kalan köy bugün ki "hayalet köy" adını almıştır. Günümüzde bir dark turizm destinasyonu olan köy koruma altına alınmış ve turistlerin yoğun ilgisinden dolayı turizm merkezi hâline gelmiştir (http-14).
Tokat Kalesi (Tokat)	Korku filmlerinin efsanevi kahramanı Romanya Prensi Kont Drakula'nın Tokat Kalesi'nde 4 yıl kadar esir tutulduğu bilinmektedir. Şehrin en yüksek tepesinde yer alan kale günümüzde de hala gizemini korumaktadır (Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).

2.1.2.8. Dünya'da ve Türkiye'de Karanlık Festivaller

Karanlık turizm literatürü incelendiğinde karanlık turizm alanlarının; savaş alanları, infazlar, doğal afetler, korku temalı parklar, korku temalı festivaller, hapisaneler, soykırımlar, soykırım kampları, anıtlar gibi birçok unsurdan meydana geldiği görülmektedir (Akyurt Kurnaz ve Kurnaz, 2018, s. 513). Stone (2006) karanlık turizm alanlarını acının, korkunun veya vahşetin bıraktığı etki derecesine göre “en karanlık” (darkest) ve “en açık” (lightest) ölçekte sınıflandırarak, soykırım alanlarının en karanlık kategoride, eğlence amaçlı karanlık alanların ise en açık kategoride olduğunu ortaya koymuştur. Karanlık turizm alanlarının en açık tarafı karanlık eğlence fabrikalarıdır. Dolayısıyla karanlık eğlence fabrikaları vahşet, hüznün ve acıdan çok, eğlence, korku ve heyecan gibi daha hafif duyguları ifade etmektedir. Bu nedenle karanlık eğlence fabrikaları gerçek ya da kurgusal ölüm ve ürkütücü olayları temsil eden eğlence temelli turistik yerlerdir (Stone, 2006, s. 151-152).

Karanlık turizm alanlarının en hafif tarafı olarak karanlık eğlence fabrikaları, çok geniş bir yelpazeye sahip olup, birçok eğlence ve korku temalı turizm türlerinin (hayalet turizmi, korku turizmi vb.) ya da faaliyetlerinin gerçekleştirildiği destinasyonlardan oluşmaktadır (Sharpley ve Stone, 2009, s. 11). Günümüzde karanlık eğlence fabrikaları kapsamında değerlendirilen birçok destinasyon vardır. Bunlardan en önemlisi eğlence merkezli turistik yerlerdir (Stone, 2012, s. 1578). Ayrıca korku evleri, korku kasabaları, hayalet şehirler, hayalet avcılığı ve hayalet turlarının yapıldığı destinasyonlar, korku temalı parklar, korku karnavalları, korku etkinlikleri ve korku festivallerinin yapıldığı bölgeler karanlık eğlence fabrikaları kapsamında değerlendirilen destinasyonlardan bazılarıdır.

Son yıllarda karanlık turistler yenilik arayışıyla birlikte alışılmışın dışında özellikle meşru ve acil zarar tehdidinin olduğu bölgeleri ziyaret etmeye odaklanmıştır. Bunun yanı sıra karanlık turistlerin genellikle bilgi edinme ve dünyanın tam olarak açıklanmamış bir yönünü anlama arzusuyla motive oldukları düşünülmektedir. Dolayısıyla karanlık turizm destinasyonlarının önemli olduğu kadar, bu destinasyonlarda gerçekleştirilen faaliyetler de karanlık turistleri bölgeye çekme konusunda önem arz etmektedir. Özellikle bazı karanlık turizm faaliyetlerinin, genellikle kültürel olduğu kabul edilerek turistlerin ölüm korkularını hafifletmesine yardımcı olduğu düşünülmektedir (Podoshen vd., 2018, s. 347). Bu karanlık turizm faaliyetlerinden bir tanesi karanlık festivallerdir. Karanlık festivaller, korku, eğlence

ve tehlike deneyimlerini ziyaretçilere sunan sıra dışı bir alanı oluşturmaktadır (Podoshen vd., 2018, s. 348). Dünya üzerinde karanlık turistlere hitap eden çok sayıda sıra dışı karanlık festival düzenlenmektedir. Bu festivallerin en bilinen örnekleri aşağıda sunulmuştur.

Dia de Muertos (Day of The Dead): Aztekler zamanından beri Meksika’da ölüleri anmak için kutlanan “Ölüler Günü Festivali” olarak bilinmektedir. Ölüm temasıyla ön plana çıkan festivalde katılımcılar ölen sevdiklerini anmak için her yıl Meksika'nın çeşitli kasaba ve şehirlerinde ölümü çağrıştıran makyajlarla yüzlerini kafatasına benzeyecek şekilde boyayıp, iskelet görüntüsü verecek kostümler giyerek geçit törenleri ve partiler düzenlerler, şarkı söyleyip dans etmektedirler. 2008 yılında UNESCO tarafından İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası listesine eklenmiştir. Festival, UNESCO tarafından koruma altına alınmasıyla birlikte bilinirliğini arttırarak popüler hale gelmiştir ([http-15](#)).

Halloween (Cadılar Bayramı): Cadılar Bayramı, Avrupa ve özellikle Amerika’da her yıl 31 Ekim’de kutlanmaya başlanan korku ve eğlence temalı bir Pagan geleneğidir. Korku ve eğlence dolu bir kutlama olarak Cadılar Bayramı, Kasım ayı boyunca Amerika’nın birçok bölgesinde farklı festivaller adı altında kutlanmaktadır. Bu festivallerden bazıları; Perili Kale Cadılar Bayramı Festivali, Emma Crawford Tabut Festivali, Midilli Ekspres Balkabağı Festivali, Deniz Cadı Festivali, Fairborn Cadılar Bayramı Festivali ve Zombi Yürüyüşü, Cadılar Bayramı Festivali ve Gerilim Geçidi ve Ölüler Festivalidir ([http-16](#)).

Bram Stocker Festivali: İrlanda’nın başkenti olan Dublin şehrinde her yıl Ekim ayında kutlanan Bram Stocker Festivali, karanlık turistlere ürkütücü heyecanlar ve karanlık deneyimler sunmaktadır. Festival programı Dublin'in gotik ve doğaüstü geleneklerini, tiyatroyu, müziği, sihirli ve ürkütücü gösterileri, korku temalı dev heykel ve objelerle hazırlanmış görsel şovları, gece partilerini, karanlık ikramlar ve maceraları içermektedir ([http-17](#)).

Mohaç Buşo Şenlikleri: Bir korku festivali olarak Mohaç Buşo şenlikleri, Macaristan'ın Mohaç şehrinde her yıl Şubat ayı ortalarında gerçekleştirilen bir kışa veda şenliğidir. Tahta ve hayvan boynuzlarından hazırlanan maskeleri takarak ürkütücü bir şekilde yüzünü boyayan insanlar, koyun ve keçi postundan kostümler

giymektedir. Bu kostümlerle şehir sakinlerini ve turistleri korkutarak, çeşitli eğlence ve ritüellerle kışa veda bahara merhaba demektedirler (http-18).

For The Living Festival: Yaşarken ölüm duygusunu tatmak isteyen katılımcılar için düzenlenen bu festival her yıl 27-29 Ocak tarihleri arasında Londra’da düzenlenmektedir. Yaşarken ölme festivali olarak bilinen bu festivalde, ölmeden tabuta girmek isteyen ve ölüm olgusunu deneyimlemek isteyen ziyaretçilere müzik eşliğinde cenaze törenleri düzenlenerek, katılımcılara kendi cenazelerine katılma imkânı sunulmaktadır (http-19).

Whitby Goth Weekend: İngiltere’nin Yorkshire bölgesinin Whitby sahil kasabasında gerçekleşen gotik kültürüne ilgi duyan kişilere hitap eden bir festivaldir. Yılda iki kez kutlanan festivalin çıkış noktası Bram Stoker’in gotik romanı Dracula’ya dayanmaktadır. Dolayısıyla festivalde vampir kostümleri ya da karanlık, siyah ve kasvetli kıyafetler tercih edilmektedir. Dünyanın önde gelen gotik festivallerinden biri olan eğlenceye her yıl binlerce turist katılmaktadır (http-20).

Bocuk Gecesi: Bir Balkan geleneği olan ve Türkiye’nin ilk ve tek korku festivali patentini alan Bocuk Gecesi, her yıl Ocak ayında Edirne’nin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde kutlanmaktadır. Doğadaki değişimi kabul etmeyi ve kötülüklerden korunmayı sembolize eden Bocuk Gecesi’nin ana teması eğlence ve korkudur (Sarıtaş ve Hacıoğlu, 2017, s. 338). Çeşitli faaliyetlerin gerçekleştiği bu gecede, katılımcılar ürkütücü doğaüstü bir varlık olan “Bocuk” kılığına girerek, köydeki halkı ve birbirlerini korkutmaktadır. Kendine özgü mitolojisi, efsaneleri ve ritüelleriyle dünya çapında büyük ilgi gören ve 2020 yılının Ocak ayında 15. si gerçekleştirilen Bocuk Gecesi’ne, yerli ve yabancı olmak üzere yaklaşık 20 bin turist katılmıştır.

2.1.3. Eski Bir Balkan Geleneği Olarak Bocuk Gecesi Korku Festivalinin Karanlık Turizm Potansiyeli

Çalışmanın bu başlığı altında; öncelikle araştırma alanı olan Çamlıca köyü ve bu alanda gerçekleştirilen Bocuk Gecesi hakkında genel bilgiler verilmiştir. Akabinde Bocuk Gecesi’nin mevcut durumu değerlendirmek üzere Bocuk Gecesi Proje Koordinatörlüğü’nden alınan bilgilere, sonrasında ise bu bilgiler ışığında oluşturulan SWOT analizine yer verilmektedir.

2.1.3.1. amlıca Köyü Hakkında Genel Bilgiler

amlıca, Edirne'nin Keşan ilçesine bağlı bir köy"dr. 2013 yılı öncesinde belediye statüsünde olan bölge, nüfusunun 2000'in altına düşmesi üzerine tekrar köye çevrilmiştir. 2021 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi verilerine göre ise, 337'si erkek, 343' kadın olmak üzere toplam nüfusu 680 olarak tespit edilmiştir. amlıca'nın coğrafi konumu incelendiğinde, doğusu ve güneyinin Korudağ ormanlarıyla, kuzeyi ve batısının verimli tarım arazileri olan Çamlıca Ovası ile çevrili olduğu görülmektedir (Sezer, Küçükaltan ve akır, 2013, s. 48). Yerleşim yeri olarak ise doğusunda; şkrky, Seydiköy, Kadıköy ve Mahmutköy köyleri, güneydoğusunda; Yerlisu köyü, güneyinde; Sazlıdere köyü, güneybatısında; Pınar ve Gökçetepe köyleri, batısında; Mercan ve Bykdoğanca köyleri, kuzeyinde de İzzetiye Mahallesi ve Keşan ilçesi bulunmaktadır. amlıca köyü, bağlı olduğu Keşan ile merkezine 13 km, Edirne iline ise 125 km uzaklıktadır (Google Maps, 2021). amlıca köyünün ekonomisi incelendiğinde, temel geçim kaynaklarının tarım, meyvecilik ve hayvancılık olduğu, bölgenin ilk tarımsal ürün markası olarak bilinen Grabuna'nın, 2011 yılında Çamlıca bodur elması için alındığı bilinmektedir (Sarıtaş ve Hacıoğlu, 2017, s. 335-338). Günümüzde Keşan Ticaret ve Sanayi Odası tarafından Keşan'ın yöresel lezzetlerinin tescillenmesi amacıyla yürütülen Çamlıca bodur elması için coğrafi işaret başvurusu çalışmaları hızla devam etmektedir (Keşan Ticaret ve Sanayi Odası, 2021).

amlıca köyünün tarihi incelendiğinde, günümüzden yaklaşık 4 bin yıl öncesine kadar yerleşim izlerine rastlanmaktadır. Eski bir yerleşim yeri olma özelliğine sahip olan bölge Traklar, Eski Yunan, Pers, Roma ve Bizans medeniyetlerinden orta ağda Venedik ve Cenevizlilere kadar birçok medeniyetin Asya ile Avrupa arasındaki önemli bir durak noktası olmuştur. Rumeli'ye geçip Avrupa'ya ilerleyen Yıldırım Beyazıt bu yerleşim yerinde ordularını dinlendirerek çeşitli ihtiyaçlarını gidermiş ve buraya Türk ordularına yardım eden çobanın adı olan "Grabuna" ismini vermiştir. Eski adı ile Grabuna olarak bilinen köy, mübadele yıllarında devamlı g alarak Gacal, Pomak, Boşnak, Arnavut, Dağlı, Karabacak, Tatar ve Çerkez olarak adlandırılan Türklere de ev sahipliği yapmıştır. Bölgenin Türklerin Rumeli'ye geçtiği dönemlerde ise bir Rum yerleşimi olduğu ve 1934 yılına kadar Rum ve Türklerin köyde birlikte yaşadığı bilinmektedir (Sezer, Küçükaltan ve akır, 2013, s. 46-47). amlıca köyünün sokak mimarisi incelendiğinde, hlen bu

coğrafyada yaşamış olan farklı halk kültürlerinin izlerine rastlamak mümkündür. Köy sokaklarında Roma ve Ortaçağ mimarisinin geleneksel dokusunu yansıtan Rum evleri ile geçmiş dönemlere ait diğer kültürel varlıklar tescillenmiş olup, Çamlıca köyü kentsel sit alanı olarak belirlenmiştir.



Şekil 7. Çamlıca Köyü Sokak Mimarisi ve Rum Evlerinden Bir Görünüm

Fotoğraflar: Merve KARAKAŞ

Günümüzde köyde çeşitli kültür ve turizm faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Bunlardan en önemlisi bölgenin turistik bir marka hâline gelmesini sağlayan Bocuk Gecesi'dir. Köyde rekreasyon faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen bir diğer yerel etkinlik ise 2000 yıllık geçmişe sahip bir kült alan olan Trak Vadisi (Hocalıdere) mevkiinde düzenlenen Hıdrellez kutlamalarıdır. "Çamlıca Hıdrellez Bahar Bayramı" etkinliğiyle, yöre halkının kendine has gelenek ve görenekleri yansıtılmakta olup, bu etkinliğin turizme kazandırılması hedeflenmektedir.



Şekil 8. Çamlıca Köyü-Trak Vadisi'nde Düzenlenen Hıdrellez Kutlamaları

Fotoğraflar: Çamlıca Köyü Arşivi

Bölge sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi değerlerle kültür turizmi potansiyeline sahiptir. Bu potansiyelin korunması ve geliştirilmesi için köyde ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli proje ve çalışmalar yürütülmektedir. Bu projelerden bazıları; Via Egnatia Kültür Rotası Projesi, AB destekli The Colours Projesi ve Sanatçının Yolu AB Projesi'dir. Bölgede binlerce yıldır var olan doğal ve kültürel varlıkların (kuyular, su sarnıçları, sunaklar, çeşmeler, havzalar vb.) korunma altına alınması da yapılan bir diğer önemli çalışmalardandır. Yine bölgenin bilinirliğinin artırılması ve turizmine katkı sağlayan çalışmalardan biri de köyde çekimi gerçekleştirilen film projelerdir. Aşk hikâyesini konu edinen "Grabuna" filmi ve bir korku hikâyesini anlatan "İbn-i Cühaşe" filmlerinin çekimleri Çamlıca köyünde yapılmış olup, seyirci karşına çıkmaya hazırlanmaktadır. Dolayısıyla birbirinden farklı bu proje ve çalışmalarla köyün tarihi ve kültürel değerleri korunarak, mevcut turizm potansiyelinin gelişimi sağlanmaktadır.

2.1.3.2. Çocuk Gecesi Hakkında Genel Bilgiler

Balkanlarda yaşayan Türk toplulukları, çağlar boyunca diğer Balkan topluluklarıyla aynı coğrafya üzerinde yaşayarak kültürel etkileşimde bulunmuşlardır. Kurmuş oldukları bu kültürel etkileşim, Türklerin diğer toplulukların bayramlarına, törenlerine ve kutlamalarına katılmalarına fırsat sağlamıştır. Bu sayede Türkler, Balkanlarda yaşayan diğer toplulukların kutlamalarına tanıklık etmiş ve hatta yeri geldiğinde bu kutlamaları tecrübe etme imkânı elde etmişlerdir (Sarıtaş ve Hacıoğlu, 2017, s. 335). Çocuk Gecesi de ortak Balkan kültürüyle beslenmiş bu geleneksel kutlamalardan bir tanesidir. Erman Artun (1993), Çocuk Gecesi'nin Balkanlarda yaşayan Hristiyanların kışın ölüp, ilkbaharda dirilen tabiatı karşılamak için kışın gerçekleştirdikleri Bojic, Paskalya, Noel, Cadılar Bayramı vb. kutlamalara benzetilse de Hristiyanlık âdetleriyle bir ilişkisi olmadığını, gecede yapılan âdetlerin/ritüellerin tamamen Türk halk kültürüne ait olduğunu vurgulamaktadır. Hatta Yugoslav halk bilimci Tihomir Corcevic de "Nas Narodni Zivot" adlı kitabında, Çocuk Gecesi'nin Balkanlarda yaşayan Türklerin hem kötülüklerden korunmak hem de iyi dileklerde bulunmak için bir araya gelerek kabak ve çeşitli meyveler yiyip dualar ederek kutladıkları bir kış geleneği olduğunu belirtmektedir (Artun, 1993, s. 1-5). Yapılan diğer araştırmalar da eskiden Çamlıca köyünde Türkler ve Rumların bir arada yaşadıkları dönemlerde kötülükten ve soğuktan korunmak inancıyla Rumların domuz

pişirdikleri, Türklerin ise domuz kokusunu bastırmak için kabak pişirdikleri ve bunu bir ritüele dönüştürdüklerini ortaya koymaktadır (Artun, 1993, s. 3; Sarıtaş ve Hacıoğlu, 2017, s. 335; Güzel ve Akyurt Kurnaz, 2020, s. 169). Dolayısıyla Bocuk Gecesi Balkanlarda hep var olan ve geçmişten günümüze çeşitli ritüellerle kutlanan bir Türk halk kültürü ürünüdür.

Geçmiş antik çağlara kadar dayanan Bocuk Gecesi, Balkan göçmenleri tarafından Trakya Halk kültürüne taşınmış bir kış geleneğidir. Bocuk gecesi “kışın en sert gecesinin simgesi” olarak nitelendirildiği için kışın en soğuk gecesinde kutlanmaktadır. Kutlanma tarihi hicri takvime göre Kasım’ın 61. gününün gecesine (miladi takvime göre Ocak ayının 6-7. gecesi) denk gelmektedir. Ancak kutlanma tarihi ilgili farklı tarihler söylene de yaygın inanişaya göre kesin olan Ocak ortalarında kutlandığıdır. Bocuk Gecesi, bulunduğu coğrafyada ortak kültür unsurları barındıran, tabiatla iç içe yaşanmışlığın ürünü olan bir gecedir. Kış boyunca kısalmış gündüzlerin en uzun gecelere karşı verdiği son savaşın olduğu, en uzun kış gecesinin son gecesi olarak, kötü ruhların da korku saçtığına inanıldığı gecedir. Bu gecede “Bocuk” diye adlandırılan ürkütücü bir doğaüstü varlığın ortaya çıkıp, beyazlar içinde insansı bir görünümde gezdiğine, kabak pişen eve gelip kötülük yapmayacağına inanılmaktadır. Bu gecede kabak pişirmenin yanı sıra, Bocuk’a benzeyerek onu korkutmak amacıyla beyaz çarşaf giyip yüz beyaza boyanmaktadır. İnanışaya göre eğer geleneksel ritüeller uygulanmaz ve gerekli önlemler alınmazsa Bocuk’un her türlü kötülüğü yapacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda Bocuk Gecesi, kötülüklerden korunma, soğuğa meydan okuma, hastalıklarla baş etme, dirilecek tabiatı karşılama, bolluk, bereket ve sağlık arzusu ile çeşitli geleneksel ritüellerle kutlanan bir mücadele gecesidir (Bocuk Gecesi Koordinatörlüğü, 2021). Bocuk Gecesi’nde geleneksel inanç ve âdetlere göre gerçekleştirilen ritüellerden bazıları aşağıdaki gibidir;

- Bocuk Gecesi’nin temelinde evin bereketinin artması, hayvanların ve bitkilerin bol ürünler vermesi dileği vardır. Bu nedenle eğer Bocuk Gecesi kutlanmazsa, bolluk ve bereketin kesileceği inancı vardır (Artun, 1993, s. 3).
- Mistik dönem inanişasına göre o gece kâinat aralanmakta ve tüm kötü ruhlar serbest kalmaktadır. Bunların en kötüsü de “Bocuk” uyanmaktadır (Bocuk Gecesi Koordinatörlüğü, 2021).
- Bocuk gecesi dama (atların, büyükbaş hayvanların ahırları) Kuran konulduğu, hayvanların da Kuran’ın altından geçirildiği bilinmektedir. İnanışaya göre eğer

bu yapılmazsa, Bocuk Karısı hayvanların sakinliğini alır, sütünü yumurtasını kesmektedir (Artun, 1993, s. 4).

- Bu gecede suya tahta atılır ve sabah olduğunda tahta suyun üzerinde donmuş olarak bulunursa o evdeki kişilerin o yıl boyunca sağlıklı ve sıhhatli olacağına inanılmaktadır. Özellikle yaşlılar bu tahtaya bakarak bir yılın geleceğini değerlendirmektedir (Sarıtış ve Hacıoğlu, 2017, s. 336).
- O gece “Bocuk karısının” yaşlı bir kadın görünümünde sokaklarda evleri tek tek gezdiğine ve hayvanlara kötülük yaptığına inanılmaktadır. Bocuk’un hayvanlara zarar vermemesi için o gece çatıya bir tepsi baklava konur ve Bocuk’un gelip yemesi beklenir (Artun, 1993, s. 3-4).
- Bocuk Gecesi her evde mutlaka kabak tatlısı pişirilmektedir. İnanişaya göre Bocuk/Bocuk karısı kabak pişen ve yenilen eve gelip, kötülük yapmamaktadır. Dolayısıyla o gece herkesin kabak tatlısından mutlaka bir lokma da olsa yemesi gerektiğine inanılmaktadır (Artun, 1993, s. 3).
- Bocuk Gecesi’nde geç saate evden dışarı çıkılmamaktadır. Aksi halde Bocuk’un gelip dışarı çıkanların sırtına bineceğine inanılmaktadır. Sırtına çıkacağı kişiyi de o gece kabak yememişlerin arasından seçtiği, kurbanların niteliğine bakıldıklarında genellikle erkeklerin olduğu dikkat çekmektedir (Bocuk Gecesi Koordinatörlüğü, 2021).
- Bir diğer inanişaya göre Bocuk Gecesi, doğa takviminde tabiatın uyanışını (baharın gelişini) müjdeleyen, kış gün dönümünün en son gecesidir (Bocuk Gecesi Koordinatörlüğü, 2021).
- Köyde yaşayanlar bu zor geceyi beraber atlatmak için bir kişinin evinde toplanıp kabak, akıtma, kar suyunda pişirilmiş mısır, kuzinede ayva, badem, ceviz, nohut, çekirdek, kar helvası, pekmez ve un helvası vb. yiyecekler pişirip yemektirler (Sarıtış ve Hacıoğlu, 2017, s. 336).
- Ayrıca gece türküler, maniler, bilmeceler, korku hikâyeleri ve seyirlik oyunlarla gece eğlenceli hale getirilmektedir. O gece evdeki kadınlar gaz lambasının ışığında sobanın yanına oturan çocuklara Bocuk ile ilgili korku hikâyeleri anlatılır, beyaz çarşaf giyip, yüzlerine kömür, nişasta ya da un sürerek çocukları korkutmaya çalışmaktadır (Sarıtış ve Hacıoğlu, 2017, s. 336).

2.1.3.3. amlıca Köyünde Bocuk Gecesi'nin Mevcut Durum Analizi

➤ Bocuk Gecesi'nin Turizm rn Hâline Dönüşmesi

Bir korku unsuru olarak nitelendirilen Bocuk, bulunduğu coğrafyada binlerce yıldır kışın sembolü olarak hep vardır. Sözlü kültürün ürünü olan ve içinde bir “eğlence” unsuru barındıran Bocuk Gecesi gerek anlatılan masallar, gerekse eski insanların/ataların başından geçen olağanüstü olaylarla, nesilden nesile aktararak bugüne süregelmiş bir kış eğlence geleneğidir. Bocuk Gecesi Çamlıca'da 2004 yılına kadar evlerde ritüel olarak kutlanan bir gecedir. 2004 yılında Kültür ve Sanat Evi'nde yapılan Bocuk Gecesi etkinliği ile organizasyona dönüşmüş olup, 2005 yılından itibaren de ilk organizasyonel çalışmalara başlanarak köy halkı dışından katılımcılar davet edilmiştir. Yerli ve yabancı ziyaretçi sayısının her yıl artması ve yöre halkının ürettikleri yerel ürünleri (yöresel yiyecek, hediyeelik eşya vb.) pazar ve tezgâhlarda satışa sunmasıyla birlikte kendiliğinden bir turizm ürünü haline dnşmştir. 21.05.2012 tarihinde Türk Patent ve Marka Kurumu'na patent başvurusu yapılan bu organizasyon 17.07.2013 tarihinde marka tesciline kavuşmş olup, somut olmayan kültürel miras unsuru olarak Türkiye'nin ilk ve tek korku festivali kimliğini kazanmıştır. 2015 yılından sonra Bocuk Gecesi temalı profesyonel hediyeelik eşyaların pazara girişi ve artan yoğun ilgi ile birlikte destinasyon merkezi halini almıştır.

➤ Bocuk Gecesi Hazırlıkları

amlıca köyünde günümüz Bocuk Gecesi hazırlıkları incelendiğinde, hazırlıkların 2 aşamalı olarak gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Bunlardan ilki köy evlerinde yerel halk tarafından yapılan, diğeri ise organizasyon kapsamında yapılan hazırlıklardır. Yerel halk için hazırlıklar ilkbaharda Bocuk Gecesi'nin simgesi olan “bal kabağının” ekimi ile başlamaktadır. Bölge halkı kendi yetiştirdiği bal kabağını o gece için itinayla saklayıp korurken, bal kabağı ekimi yapmayanlar ise komşulardan veya pazardan satın almaktadır. Bocuk arifesinde ya da Bocuk günü kabak tatlısı evdeki kadınlar tarafından pişirilip akşam yemeğine kadar servise hazır hâle getirilmektedir. Organizasyon kapsamında yapılan hazırlıklar ise, sonbaharda Kasım ayı gibi başlamaktadır. Öncelikle etkinliğin teması ve içeriği belirlenmektedir. Sonrasında gecenin atmosferine uygun olacak şekilde köy sokaklarının dekoru, sokakta dolaşacaklar için kostüm ve sahne gösterileri hazırlıklarına başlanmaktadır. Bir yandan da Bocuk Gecesi ncesi yerel halk ile bilgilendirme toplantıları yapılarak

satış ürünleri için öneri ve tavsiyeleri alınmaktadır. İlk kez tezgâh veya sergi açacaklara Bocuk Komitesince teknik ve ekipmân desteği sağlanmaktadır. Hazırlıklar tamamlandıktan sonra program, etkinlik afişleri, sosyal medya, internet, gazete haberleri ve broşürler aracılığı ile basına duyurulmaktadır.



Şekil 9. Çamlıca Köyünde Bocuk Gecesi Hazırlıkları

Fotoğraflar: Çamlıca Köyü Arşivi

➤ **Bocuk Gecesi Kutlamaları**

Bocuk Gecesi kutlamaları halk kültürü açısından çeşitli ritüellerle kutlanmaktadır. Öncelikle her sokakta en fazla misafir ağırlama kapasitesine sahip ev gecenin birlikte geçirileceği alan olarak belirlendikten sonra komşu ve akrabalar davet edilmektedir. Hava karardıktan sonra toplanmaya başlayan misafirler yanında yiyecek ve içecekleriyle gelerek, yemeğe başlanmaktadır. O gece her evde mutlaka pişirilen kabak tatlısı, yemek sonrası herkese zorla da olsa yedirilmektedir. Kabak tatlısının yanı sıra gecede, ince akıtma, kuzinede fırınlanmış ceviz, badem, çekirdek, fıstık vb. (köyde yetişen çerezler), kış karpuzu, ayva, kış armudu, elma (yerelde yetişen meyveler), kar suyunda haşlanmış mısır gibi yöreye özgü yiyecekler de yenmektedir. O gece köydeki kadınlar maniler ve türküler söyler, korku masalları anlatır, bilmeceler sorar, tef çalıp oynar, bir yandan da köy mitolojisi ve halk kültürüne ait kısa seyirlik oyunlar oynamaktadırlar. Ayrıca köy gençleri de, o gece beyaz çarşaf giyip hayallerindeki Bocuk kılığına girmektedir. Bocuk kılığına bürünen gençler, hangi evde eğlence varsa o evin pencere ya da kapısına giderek evdekileri korkutmaktadır. O gece bazı sokaklarda ise balkabağından yapılmış fenerler ile gezildiği ve Bocuk diye nitelendirilen varlığı korkutmak için tenekeler çalındığı bilinmektedir.

Organizasyon kapsamında yapılan kutlamalar incelendiğinde ise çeşitli etkinliklerin/faaliyetlerin düzenlendiğini söylemek mümkündür. Bu etkinlikler arasında; plastik makyaj yapımı, yerel yemek salonlarında geleneksel Bocuk menüsünün satışı, tüm katılımcılara kabak tatlısı ve lokma ikramı, yerel halk tarafından tezgâhlarda hediyelik eşya, süs eşyası ve yöresel yiyecek-İçecek satışı yer almaktadır. Aynı zamanda Etnografya Müzesi'nin bahçesindeki ana sahnede sergilenen makyaj ve kostüm yarışmaları, korku tiyatrosu, dans ve müzik gösterileri de gecenin önde gelen faaliyetleri arasındadır.



Şekil 10. Bocuk Gecesi Faaliyetleri

Fotoğraflar: Çamlıca Köyü Arşivi

Bu gecenin en önemli etkinliklerinden biri, köy gençleri tarafından sergilenen kısa seyirlik sahne oyunlarıdır. Eskiden Çamlıca köy mitolojisine ait epik hikâyelerle ev ortamında oluşturulan bu 2-3 dakikalık kısa piyesler, günümüzde köy gençleri tarafından sahneye taşınarak 5-8 dakikalık korku temalı tiyatro gösterileri şeklinde sergilenmektedir. Bu gösterilerde her yıl farklı bir konsept ve bu konseptte uygun kostümler tasarlanmaktadır. 2017 yılında “Spartacus”, 2018’de “Game Of Thrones”, 2019’da “Vikings”, 2020 yılında ise “Knight Fall” dizilerinin konsept ve kostümleri kullanılmıştır. Bununla birlikte Çamlıca köy mitolojisinden yola çıkarak sahneye uyarlanan “Kara Nine”, “Ağlayan Bebek” ve “Ölü Gelinler” gibi her yıl farklı konseptle kaleme alınan korku hikâyeleri de gecenin öne çıkan diğer sahne oyunlarından. Bunlar arasında “Kara Nine'nin” uluslararası boyutta tanıtımı yapılmış olup, Bocuk Gecesi'nde köy mitolojisinden sergilenen sahne oyunları için marka tescil süreçleri devam etmektedir.



Şekil 11. Bocuk Gecesi Efsaneleri (Ölü Gelinler-Kara Nine) ve Sahne Gösterileri

Fotoğraflar: Çamlıca Köyü Arşivi

Bocuk Gecesi'nin bir diğer önemli faaliyeti de eskiden günümüze dek süregelen ve gecenin olmazsa olmaz eğlencesi hâline gelen ev korkutması geleneğidir. Yerel halkın da katılımıyla geceye uygun kostümler giyen köy gençleri, arkalarındaki Bocuk kılığına bürünmüş misafir gruplarıyla birlikte, köydeki evlerin pencerelerine vurarak yerel halkı korkutmaktadır. Pencerelere çıkan halk ise Bocuk kılığına giren misafirlere (Bocuk'un sadece kabak pişen eve zarar vermediği inancıyla) kabak tatlısı ikram etmektedir. Bunun yanı sıra köydeki terk edilmiş birçok taş ev ve Bocuk ile ilgili eşyaların sergilendiği müze, ziyaretçiler tarafından etkinlik gecesi ziyaret edilmektedir. Bu faaliyetlere ilaveten katılımcılar gece boyunca varillerde yakılan ateş ile ısınırken, yanlarında getirmiş oldukları içecekler ile sahnede çalan şarkılara eşlik ederek eğlenmektedir. Sonuç olarak Bocuk Gecesi etkinliklerine her yıl yenisi eklenerek geliştirilmesi sağlanmaktadır. Ancak Çamlıca köyünde 2004 yılından bu yana her yıl Ocak ayı içerisinde düzenli olarak kutlanan Bocuk Gecesi korku festivali, Covid-19 pandemisi nedeniyle son iki yıldır (2021 ve 2022) düzenlenememektedir.



Şekil 12. Bocuk Gecesi Kutlamalarından Kareler

Fotoğraflar: Çamlıca Köyü Arşivi

➤ **Bocuk Gecesi Arz ve Talebi**

Üstyapı Olanakları: Köyde Bocuk Gecesi için kullanılan heykel ve objelerin sergilendiği 2004 yılında oluşturulmuş olan bir Etnografya Müzesi bulunmaktadır. Rumlar döneminden kalan ve geçmişte İpekböceği Tahlil Laboratuvarı ve Okul olarak kullanılan bu tarihi müze, günümüzde Bocuk Gecesi sahne gösterilerinin de ana merkezidir. Bunun yanı sıra köyde korku içerikli halk kültürü hikâyelerinin geçtiği yerler “Korku Rotası” olarak çıkarılmış olup, yeni veriler geldikçe güncellenmektedir. Bu kapsamda köyde 3 ayrı rotadan oluşturulan sanat sokağı bulunmaktadır. Bu sokaklardaki terk edilmiş ve Rum dönemine ait tarihi taş evler, köy sivil mimarisi unsurlarını da içerecek şekilde boyanarak turistlerin ziyaretine açılmıştır. Hikâyelerin geçtiği bu ev veya sokaklarda turistler için bilgilendirme panoları, hikâyedeki korku karakterini betimleyen heykel ve dekorlar bulunmaktadır.



Şekil 13.Çamlıca Köyü Sokak ve Ev Dekorları

Fotoğraflar: Çamlıca Köyü Arşivi ve Merve KARAKAŞ

Köyde turizm işletmeleri kapsamında yeme-içme, rekreasyon ve hediyelik eşya hizmeti sunan yerel işletmeler bulunmaktadır. Bu işletmeler hediyelik eşya dükkânı, yöresel yiyeceklerin sunulduğu kafe ve hobi evi tarzı küçük ölçekli kırsal turizm işletmeleridir. Köyde turistlerin konaklayabileceği herhangi bir konaklama tesisi bulunmamaktadır. Festivalin 1 gün olması nedeniyle katılımcıların büyük çoğunluğu günübirlik ziyaretler gerçekleştirmekte olup, konaklama yapmak isteyen katılımcılar ise köy sakinleri tarafından evlerde birkaç gün boyunca ağırlanmaktadır.



Şekil 14. Çamlıca Köyünde Bulunan Turistik İşletmeler

Fotoğraflar: Merve KARAKAŞ

Bocuk Gecesi günümüzde Çamlıca Köy Tüzel Kişiliği olan Çamlıca Muhtarlığı tarafından organize edilmektedir. Festivalin düzenlenmesi ve geliştirilmesi için bazı kurum ve kuruluşlarla işbirliği sağlanmaktadır. Çamlıca Kültür ve Turizm Derneği ile Korudağ Doğal Yaşam ve Çevre Derneği, Bocuk Gecesi'nin gerçekleştirilmesi ve korunmasına destek sağlayan sivil toplum kuruluşlarıdır. Bunlarla birlikte Keşan Ticaret ve Sanayi Odası 2013 yılından bu yana maddi ve yönetim desteği sağlamakta olup, Keşan Ticaret Borsası ve Keşan Ziraat Odası tarafından da maddi destek sağlanmaktadır. Bunların yanı sıra her yıl çeşitli sponsor firmalar tarafından destek sağlanmaktadır. Ayrıca köydeki esnaflar, küçük işletmeler ve yerel halk da kendi imkânlarıncı işbirliği içerisinde. 2022 yılı Ocak ayında düzenlenmesi planlanan ancak Covid-19 tedbirleri kapsamında yapılamayan organizasyona Edirne Valiliği ve bir organizasyon şirketinin de destek vereceği açıklanmıştır (http-21).

Çamlıca'daki yerel halkın büyük çoğunluğu etkinlik gecesi kişisel desteğini sağlamaktadır. Köy kadınları ve gençler Bocuk öncesi kostüm ve dekor çalışmalarını birlikte yapmaktadır. Gösterilerde kullanılan sahne kostümleri eski malzemeler dönüştürülerek köydeki 5 kişilik kadın grubu tarafından el emeği ile hazırlanmaktadır. Sahne ve sokak dekorları, köy turu rehberliği, sahne ve oyun gösterileri, köy gençleri tarafından yapılmaktadır. Pazar yerlerinin kurulumu, otopark ve trafik akışını yönlendirmede orta yaş grubu erkekler destek sağlamaktadır. Ayrıca yerel halk evlerini ve bahçelerini misafirlere açarak konaklama ve araçlarını park etmelerine olanak sağlamaktadır.



Şekil 15. Yerel Halkın Bocuk Gecesi'ne Katkıları

Fotoğraflar: Çamlıca Köyü Arşivi

Altyapı Olanakları: Çanakkale, Tekirdağ ve Edirne üçgeni içinde yer alan Çamlıca köyü, Gelibolu Yarımadası, Saros Körfezi kıyı şeridi ve burada bulunan Erikli, Gökçetepe, Sazlıdere, Mecidiye, Güneyli, Yayla gibi önemli sayfiye alanları/turizm merkezlerine yakın konumda bulunmaktadır. Coğrafi konumu ile Çamlıca Edirne, Kırklareli, Tekirdağ, Çanakkale ve İstanbul gibi şehirlere yakındır. Bunun yanı sıra bağlı olduğu ilçenin iki sınır kapısına da (Bulgaristan ve Yunanistan) yakın oluşu nedeniyle yurt dışından da kolaylıkla ulaşım sağlanmaktadır. Çamlıca köyünün civardaki bölgelere uzaklığı Çizelge 5’te verilmiştir.

Çizelge 5. Çamlıca Köyünün Civardaki Bölgelere Uzaklığı

Edirne 125 km	Kırklareli 145 km	Tekirdağ 104 km	Çanakkale 113 km
Keşan 13 km	Gelibolu 62 km	Çorlu 140 km	İstanbul 245 km
İpsala 44 km	Balıkesir (Edremit) 230 km	Çerkezköy 168 km	Bulgaristan (sınır kapısı) 150 km
Enez 71 km	Bursa 307 km	Şarköy 62 km	Yunanistan (sınır kapısı) 46 km

Kaynak: Google Maps, 2021.

Bulunduğu konum itibari ile İstanbul-Çanakkale-İzmir geçiş güzergâhı üzerinde yer alan köyde ulaşılabilirliği ve bilinirliği arttırmak için çeşitli altyapı çalışmaları yürütülmektedir. Artan yoğun talep ile birlikte yaşanan ulaşım ve otopark sorunlarını azaltmak adına köye alternatif bir yol ve otopark alanları yapılmıştır. Bunların yanı sıra bölgenin bilinirliğini arttırmak için; tur paketleri, sosyal medya, internet haberleri, TV kanalları, broşürler, etkinlik afişleri gibi medya araçları ve Uluslararası EMITT Turizm Fuarı gibi platformlarda tanıtım çalışmaları sürdürülmektedir.

Talep Yapısı: 2004 yılından bu yana çeşitli etkinliklerle kutlanan ve her yıl geliştirilerek farklı alternatiflerle katılımcıların karşına çıkan Bocuk Gecesi, yurtiçi ve yurtdışında yoğun ilgi görmektedir. Son zamanda yerli ve yabancı basın, akademisyenler, yurtiçi ve yurtdışındaki tur firmaları ve ünlü fotoğrafçıların da dikkatini çeken organizasyona her yıl binlerce turist akın etmektedir. Bocuk Gecesi’ne 2020 yılında Türkiye’deki 37 firma tarafından tur getirilmiştir. Çizelge 6’da Bocuk Gecesi’nin talep yapısıyla ilgili bilgilere yer verilmiştir.

Çizelge 6. Çocuk Gecesi'nin Talep Yapısı

YIL	YAKLAŞIK KATILIMCI SAYISI	TURİST PORTFÖYÜ
2004	250	%99 YERLİ TURİST <ul style="list-style-type: none">• %40 Trakya Bölgesindeki İller<ul style="list-style-type: none">-Edirne-Kırklareli-Tekirdağ• %40 İstanbul• %20 Diğer İller (Çanakkale, Balıkesir, İzmir, Bursa, Adapazarı, Manisa, Antalya, Kocaeli, Ankara, Trabzon, Samsun, Muğla, Adana) %1 YABANCI TURİST <ul style="list-style-type: none">-Yunanistan-Bulgaristan-Avusturya-Kanada-Makedonya
2005	500	
2006	1.000	
2007	1.200	
2008	1.500	
2009	2.000	
2010	2.500	
2011	3.000	
2012	3.500	
2013	4.000	
2014	4.500	
2015	5.000	
2016	6.000	
2017	7.500	
2018	10.000	
2019	15.000	
2020	20.000	

Kaynak: Çocuk Gecesi Proje Koordinatörlüğü, 2021.

Bölgede Çocuk Gecesi için arz-talep dengesi son 4 yıldır kontrol ile sağlanmaktadır. Köyün alan ve kapasitesi dikkate alındığında turistik talebi karşılayabilmek için bu dengenin korunması gerektiği düşünülmektedir. Dolayısıyla köydeki turizm altyapısı iyileştirildikten sonra, hem festivalin gün sayısı hem de turist sayısı arttırılması planlanmaktadır.

➤ Çocuk Gecesi'nin SWOT Analizi

Bocuk Gecesi Proje Koordinatörlüğü ile yapılan görüşmeler, Çocuk Gecesi ile ilgili internet siteleri, haberler, bilimsel çalışmalar, gözlem ve alanda bölge halkı ile yapılan anketler sonucu ortaya çıkan değerlendirmeler neticesinde Çocuk Gecesi'nin SWOT analizi ortaya konulmuştur. Yapılan SWOT Analizi ile Çocuk Gecesi korku festivalinin; güçlü ve zayıf yönleri tespit edilerek, sahip olduğu fırsatlar ve karşılaşılabileceği tehditler belirlenmiştir.

Güçlü Yönler

- ❖ Gastronomik ürün çeşitliliğinin bulunması (kabak tatlısı, akıtma, yerelde yetişen meyve ve çerezler vb.)
- ❖ Somut ve somut olmayan kültür öğeleri çeşitliliğinin bulunması

- ❖ Çocuk Gecesi'nin Türkiye'nin ilk ve tek korku festivali olması
- ❖ Çocuk Gecesi'nin marka patentine sahip olması
- ❖ Tarihi önemi ve geçmişinin bulunması (geçmiş eski çağlara dayanan yöreye özgü bir Türk geleneği)
- ❖ Çocuk Gecesi'nin geleneğin özü korunarak kutlanması (orijinal olması)
- ❖ Geleneksel Çocuk ritüellerinin yöre halkınca hâlâ sürdürülüyor olması
- ❖ Çeşitli tarihi ve kültürel değerlere sahip olması (Etnografya müzesi, tarihi Rum evleri vb.)
- ❖ Sokaklarındaki tarihi dokunun/sivil mimarinin korunması (Rum evlerinin sit alan ilan edilmesi)
- ❖ Yerel halkın misafirperver ve sıcakkanlı olması
- ❖ Yerel halkın büyük çoğunluğunun Çocuk Gecesi'ne olumlu bakışı
- ❖ Yörede turizm bilincinin gelişmiş olması
- ❖ Bölgenin eğitilmiş, genç ve dinamik bir nüfusa sahip olması
- ❖ Çocuk Gecesi faaliyetlerinde yerel insan kaynağı kullanımı (sahne gösterilerinde köy gençleri, kostümlerin dikiminde kadınlar, yol yönlendirme-otopark hizmetinde köy erkekleri vb.)
- ❖ Yerel halkın Çocuk Gecesi faaliyetlerine katılmaya istekli olması
- ❖ Bölgede karanlık turizm unsurlarının varlığı (korku rotaları, terk edilmiş hayalet evler, korku tiyatroları, korku hikâyeleri, korku temalı obje, heykel, duvar resimleri, kostüm, hediyelik eşya ve dekorlar, müze vb.)
- ❖ Çocuk Gecesi'nin karanlık turizm potansiyeline sahip olması
- ❖ "Kara Nine" ve benzeri somut olmayan halk kültürü korku hikâyelerinin derleme ve kayıt altına alma çalışmalarının devam etmesi
- ❖ Çocuk Gecesi'nde güvenlik ve asayiş sorunlarının olmaması
- ❖ Bölgede Çocuk Gecesi ile ilgili süs/hediyelik eşyaların satışının yapıldığı hediyelik eşya dükkânı, kafe vb. işletmelerin varlığı
- ❖ Köydeki çoğu sokak, ev ya da yapıların duvar ve bahçelerinin süslü ve renkli oluşu
- ❖ Çamlıca köyünün Türkiye'de çok örneği bulunmayan bir karanlık turizm destinasyonu olması
- ❖ Çocuk Gecesi'nin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtım çalışmalarının yeterli olması (EMİTT Turizm Fuarı, sosyal medya, basın vb.)

- ❖ Sahip olduğu imaj ile Keşan'ın ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığının artırması (Global bir reklam unsuru)
- ❖ Çocuk Gecesi'nin kış sezonunda bölgedeki konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerine ekonomik getiri sağlaması
- ❖ Yöre halkının sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlaması
- ❖ Sahne gösterilerinin (korku tiyatroları, yarışmalar vb.) varlığı
- ❖ Tezgah ya da pazar açacak/açan yöre halkına yönelik teşvik edici çalışmalar yapılması (çeşitli yardımlar, ekipman desteği, tavsiye ve öneriler vb.)
- ❖ Her yıl farklı tema/konsept/etkinlikler ile gecede ürün/hizmet çeşitliliğinin sağlanması
- ❖ Bölgede 15 yıldır aktif olarak düzenlenmesi
- ❖ Bölgede katılımcılar için yönlendirme tabelaları, yerel rehberlik hizmetlerinin varlığı
- ❖ Köydeki Çamlıca Kültür ve Turizm Derneği ile Çocuk Komitesi'nin varlığı

Fırsatlar

- ❖ Ulaşım açısından stratejik bir konumda olması
 - İstanbul, Çanakkale ve Bursa gibi merkezi yerlere yakınlığı
 - Sınır komşularına (Yunanistan-Bulgaristan) yakınlığı
- ❖ Turizm eğilimlerindeki değişim (sıra dışı deneyimlere olan ilginin artması)
- ❖ Köydeki esnaf ve girişimci sayısının fazla olması
- ❖ Tur şirketleri, fotoğraf sanatçıları, akademisyenler, yabancı turistler ve basın (yerli-yabancı) artan ilgisi
- ❖ Turist sayısının her geçen yıl artması
- ❖ TV kanallarının yoğun katılımı
- ❖ Çocuk Gecesi'ne ait kültür öğelerinin tescil süreçlerinin devam etmesi
- ❖ Yerel halkın Çocuk Gecesi'nde çeşitli el sanatları ve yöresel ürünleri tezgâh ve pazarlarda satışa sunması
- ❖ Çocuk Gecesi'nin karanlık turizm potansiyelinin geliştirilebilir olması
- ❖ Bölgeye alternatif yol, otopark alanlarının yapılması
- ❖ Yerel halka becerilerini sergileme ve kazanç sağlama fırsatı sağlaması
- ❖ Köyde çekilen filmler ile bölgeye yönelik ilgi ve bilinirliğin artması
- ❖ Türkiye'de yeni yılın ilk etkinliği olması

- ❖ Bölgedeki bazı kurum ve kuruluşların desteği
- ❖ Birçok turizm çeşidine uygun olması (karanlık turizm, kültür turizmi, festival turizmi, kırsal turizm, gastronomi turizmi vb.)
- ❖ UNESCO Kültür Miras Listesi için başvurusunun yapılması
- ❖ AB yatırım destekli “The Colours Projesi” ile köyün sokaklarının renklendirilmesi

Zayıf Yönler

- ❖ Bölgede turistlerin konaklayabilecekleri konaklama tesislerinin olmaması
- ❖ Çocuk Gecesi ile ilgili akademik çalışmaların yetersizliği
- ❖ Çocuk Gecesi ile ilgili proje çalışmalarının yetersizliği
- ❖ Köydeki yiyecek-içecek imkânlarının yetersiz olması nedeniyle o gece gelen turistlerin civardaki restoranlara (Bahçeköy) yönelmesi
- ❖ Tuvalet imkânlarının yetersiz olması
- ❖ Yöredeki el sanatlarının ve çeşitli geleneksel ürünlerin tanıtım eksikliği
- ❖ Yerel halkın tümünün görüş, öneri ve isteklerini ölçmeye yönelik çalışmaların eksikliği
- ❖ Yerel halkı turizm konusunda bilinçlendirme çalışmalarının yetersizliği
- ❖ Bölgesel ve yerel paydaşların yardım ve desteğinin yetersizliği
- ❖ Çocuk Gecesi resmi tanıtım (WEB) sitesinin yetersizliği
- ❖ Çevre ve temizlik sorunları
- ❖ Kurum ve kuruluşların işbirliği ve koordinasyon eksikliği
- ❖ Çocuk Gecesi'nin 1 gün olması
- ❖ Ev pansiyonculuğunun yetersizliği

Tehditler

- ❖ Turist sayısının artması ile arzın talebi karşılayamaması
- ❖ Turizmi geliştirmek isterken geleneğin bozulmaya başlaması riski (yerel eğlence geleneğinin ranta dönüşmesi)
- ❖ Çocuk Gecesi ritüellerinin taklit edilerek ortaya yeni organizasyonların çıkması
- ❖ Cadılar Bayramı olarak lanse edilmesi
- ❖ Din (Hristiyanlık) ile ilişkilendirilmesi
- ❖ Yerel yönetimlerin ilgisinin yetersiz oluşu

- ❖ Kış mevsiminin olumsuz hava koşulları
- ❖ Rekreasyon alanının kirliliği
- ❖ Finansman problemleri
- ❖ Yerel halkın bir kısmının Bocuk Gecesi ile ilgili olumsuz yaklaşımları (cama ve kapıya vurulması, gürültü, aşırı kalabalık, çevre kirliliği, trafik sorunları, turistlerin tuvalet ihtiyacı için kapılarını çalması, yerel geleneğin bozulması)

2.2. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde Bocuk Gecesi ile ilgili daha önce yapılmış olan diğer çalışmalara yer verilmiştir. Bu çalışmalar aşağıdaki görüldüğü gibidir;

Artun (1993, s. 1-17) çalışmasında, Tekirdağ'da Balkan göçmenlerinin bulunduğu köyleri incelemiş ve bu köylerde kutlanan Bocuk Gecesi ritüeli hakkında bilgiler vermiştir. Erman Artun yapmış olduğu bu halkbilim çalışmasıyla, Bocuk Gecesi'ne dair en kapsamlı araştırmayı sunmuş ve Bocuk Gecesi'nin Balkan kültüründen beslenen bir Türk halk kültürü ürünü olduğunu ortaya koymuştur.

Sarıtaş ve Hacıoğlu (2017, s. 338) yazdıkları makalede, eski bir Balkan kutlaması olan Bocuk Gecesi'nin uygulamaları ve ritüelleri üzerine bir değerlendirme yaparak, yöre halkının duygu, düşünce ve hayat felsefesini yansıtan Bocuk Gecesi'nin 2017 yılında bir festival hâline gelen “korku unsurlu” bir kutlaması olduğu sonucunda ulaşımlardır.

Akyurt Kurnaz ve Kurnaz (2018, s. 516) çalışmalarında, Bocuk Gecesi'ni karanlık turizm ve gastronomi turizmi açısından incelemişlerdir. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanarak, uzman görüşleri ile değerlendirilen bir anket geliştirilmiş ve Bocuk Gecesi'nin yaşandığı Çamlıca köyünün yakınındaki Sultaniye ve Kocahıdır köylerinde yaşayan 15 yerel kişi ile görüşmeler yapılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre Bocuk Gecesi, ölüm ve korku ile ilişkili olması ve o geceye özgü yemeklerin (kabak tatlısı, akıtma haşlanmış mısır vb.) hazırlanıp sunulmasından dolayı hem gastronomi hem de karanlık turizm açısından önemli bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır.

Er, Gönenç Güler ve Baranaydın (2018, s. 166) çalışmalarında, Bocuk Gecesi'nde yapılan uygulamaları sürdürülebilir kültürel miras turizmi kapsamında

değerlendirmişlerdir. Çalışmada, sürdürülebilirlik ile turizm ilişkisi, kültürel miras ve kültürel sürdürülebilirlik ve Bocuk Gecesi ile ilgili kavramsal bir değerlendirme yapılmış ve elde edilen bulgular doğrultusunda, Bocuk Gecesi'nin sürdürülebilir kültürel miras turizmi kapsamında değerlendirilmesi için öncelikle bu gecenin turistik ürün olarak arz edilmesi gerektiğini vurgulamışlar ve konu ile ilgili öneriler sunmuşlardır.

Sol (2019, s. 599) Bocuk Gecesi ritüelini birkaç farklı noktadan ele almayı amaçladığı çalışmada, geçmiş dönemlerde unutulmuş olan bu geleneğin son yıllarda yerel yönetim ve halkın iş birliği ile yeniden canlanması ve halkbilimsel açıdan incelenmesi üzerinde durulmuştur. Çalışmada öncelikle, Bocuk Gecesi'nin ortaya çıkışı ve halk takvimi ile olan bağlantısını değerlendirilerek, Bocuk Gecesi'nin korku mitleri ile olan ilişkisini vurgulamış ve akabinde söz konusu ritüeli korku unsuru kökenli Türk halk inanışları bağlamında ele almıştır. Bu kapsamda Bocuk Gecesi'nin kültür turizmi açısından bir destinasyon merkezi hâline geldiği tespit edilmiştir.

Güzel ve Akyurt Kurnaz (2020, s. 163) yazdıkları makalede, Bocuk Gecesi'nin inanış içeriğini, anlamını ve bu geceye ait ritüelleri incelemektedirler. Fenomenoloji deseniyle yapılan çalışmada derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmış ve Trakya Bölgesi'nde yaşayan 8 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda, Bocuk Gecesi'nin içeriği, gecede yapılan ritüeller, mutfak kültürü ve Bocuk ritüelinin toplumsal işlevleri hakkında bilgiler ortaya koyulmuştur. Bu bilgiler doğrultusunda, Bocuk ritüelinin bölgenin ekonomik gelişimine, sosyo-kültürel yapısına, turizm gelişimine ve grup bilincine katkı sağladığı tespit edilmiştir.

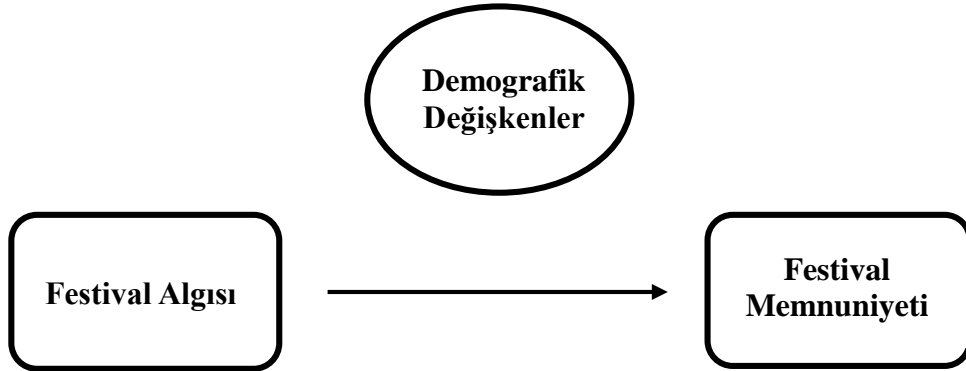
Bocuk Gecesi ile ilgili literatür incelendiğinde, yapılan çalışmaların kısıtlı olduğu ve söz konusu çalışmalarda genellikle Bocuk Gecesi'nin içeriği ve ritüelleri hakkında kavramsal bilgiler ortaya konulduğu görülmektedir. Dolayısıyla festivalin gerçekleştiği Çamlıca köyünde yaşayan yerel halkın Bocuk Gecesi korku festivali hakkındaki algılarını ve memnuniyet düzeylerini ölçmeye yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın, yerel halkın beklentilerinin saptanmasında ve festivalin mevcut durumunun belirlenmesinde literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeline, hipotezlerine, evren ve örnekleme, veri toplama araçları ve tekniklerine, verilerin toplanma sürecine ve elde edilen verilerin analizine ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Şekil 16’da verilen model, yerel halkın festival algılarının festival memnuniyetine etkisini incelemek üzere oluşturulmuştur. Buna ek olarak katılımcıların festival algıları ve festival memnuniyetleri ile demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı da belirlenmeye çalışılmıştır.



Şekil 16. Araştırmanın Modeli

Yerel halkın Çocuk Gecesi festivaline ilişkin algılarının festival memnuniyetine etkisi ile demografik değişkenler ile festival algısı ve festival memnuniyeti arasındaki farklılıkların belirlenmesinde, yerel halkın festivallere ilişkin algılarını ve memnuniyet düzeylerini ölçmek amacıyla yapılmış daha önceki çalışmaların (Huttasin, 2008; Beyaz Kömürcü, 2013; Van Winkle ve Woosnam, 2014; Yıldırım, Karaca ve Çakıcı, 2016; Yıldız ve Polat, 2016; Aktaş Alan ve Kızılcıoğlu, 2020; Gül ve Şeyhanlıoğlu, 2021), varsayımları göz önünde bulundurulmuştur. Bu çalışmaların varsayımları ve araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen hipotezler aşağıda sunulmuştur.

Festival Algularının Festival Memnuniyetine Etkisi

H1: Yerel halkın festivale ilişkin algularının, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H1a: Festivalin sosyo-kültürel etkilerinin, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H1b: Festivalin turistik etkilerinin, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı ve negatif etkisi vardır.

H1c: Festivalin kentsel etkilerinin, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H1d: Festivalin olumsuz etkilerinin, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı ve negatif etkisi vardır.

H1e: Festivalin ekonomik etkilerinin, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H1f: Festivalin bireysel etkilerinin, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

Festival Alguları ve Festival Memnuniyeti İle Demografik Değişkenler Arasındaki Farklılıklar

H2: Yerel halkın festival alguları cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H2a: Yerel halkın festivale ilişkin sosyo-kültürel alguları cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H2b: Yerel halkın festivale ilişkin turistik alguları cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H2c: Yerel halkın festivale ilişkin kentsel alguları cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H2d: Yerel halkın festivale ilişkin ekonomik alguları cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H2e: Yerel halkın festivale ilişkin olumsuz alguları cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H2f: Yerel halkın festivale ilişkin bireysel algıları cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H3: Yerel halkın festival algıları yaş açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H3a: Yerel halkın festivale ilişkin sosyo-kültürel algıları yaş açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H3b: Yerel halkın festivale ilişkin turistik algıları yaş açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H3c: Yerel halkın festivale ilişkin kentsel algıları yaş açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H3d: Yerel halkın festivale ilişkin ekonomik algıları yaş açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H3e: Yerel halkın festivale ilişkin olumsuz algıları yaş açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H3f: Yerel halkın festivale ilişkin bireysel algıları yaş açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H4: Yerel halkın festival algıları eğitim durumları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H5: Yerel halkın festival algıları meslek grupları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H5a: Yerel halkın festivale ilişkin sosyo-kültürel algıları meslek grupları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H5b: Yerel halkın festivale ilişkin turistik algıları meslek grupları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H5c: Yerel halkın festivale ilişkin kentsel algıları meslek grupları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H5d: Yerel halkın festivale ilişkin ekonomik algıları meslek grupları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H5e: Yerel halkın festivale ilişkin olumsuz algıları meslek grupları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H5f: Yerel halkın festivale ilişkin bireysel algıları meslek grupları açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H6: Yerel halkın festival algıları gelir durumları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H6a: Yerel halkın festivale ilişkin sosyo-kültürel algıları gelir durumları açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H6b: Yerel halkın festivale ilişkin turistik algıları gelir durumları açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H6c: Yerel halkın festivale ilişkin kentsel algıları gelir durumları açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H6d: Yerel halkın festivale ilişkin ekonomik algıları gelir durumları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H6e: Yerel halkın festivale ilişkin olumsuz algıları gelir durumları açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H6f: Yerel halkın festivale ilişkin bireysel algıları gelir durumları açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H7: Yerel halkın festival memnuniyet düzeyleri cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H8: Yerel halkın festival memnuniyet düzeyleri yaş grupları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H9: Yerel halkın festival memnuniyet düzeyleri eğitim durumları açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

H10: Yerel halkın festival memnuniyet düzeyleri meslek grupları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H11: Yerel halkın festival memnuniyet düzeyleri gelir durumları açısından anlamlı bir fark göstermektedir.

H12: Yerel halkın festival algıları ve memnuniyet düzeyleri bölgedeki ikamet süresi açısından anlamlı bir fark göstermemektedir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Çocuk Gecesi korku festivaline ev sahipliği yapan, Edirne ili Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyü yerel halkıdır. Araştırmanın örneklemini Çamlıca köyünde yaşayan 18 yaş ve üstü bireylerden oluşmaktadır. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi verilerine göre, Çamlıca köyünün 2021 yılı nüfusu 680'dir. Ancak araştırmaya katılacak bireylerin, Çamlıca köyünde yaşaması, 18 yaşın altında olmaması ve anketi cevaplayabilme yetisine sahip gönüllü bireyler olması şeklinde sınırlandırılmasından dolayı toplamda 249 kişiye ulaşılmıştır. Bu bağlamda araştırmada, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri

Bu çalışmada veriler anket ve görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Çocuk Gecesi'nin mevcut durumunu ortaya koyan bilgilerin elde edilmesinde görüşme tekniğinden yararlanılmış olup, Çocuk Gecesi Proje Koordinatörü Tahir Demirel ile online görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu e-mail aracılığıyla gönderilmiştir. Yerel halkın Çocuk Gecesi'ne ilişkin algılarının tespit edilmesinde ise anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunun oluşturulmasında Yıldırım, Karaca ve Çakıcı'nın (2016) "Yerel Halkın "Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı"na Yönelik Algı ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma" adlı çalışmalarında kullandıkları 31 maddeli "festival algıları ölçeği" ve 5 maddeli "festival memnuniyeti" ölçeklerinden yararlanılmıştır. 5 maddeli Likert tipi olan bu ölçekler, "1=Kesinlikle Katılmıyorum" ve "5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde derecelendirilmiştir. Hazırlanan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, yerel halkın demografik özelliklerinin ve Çamlıca köyünde ikamet etme durumlarının tespitine yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde, yerel halkın festival algılarını ölçmek için hazırlanan ifadeler, üçüncü bölümde ise festivalden memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır.

3.4. Verilerin Toplanma Süreci

Araştırmada verilerin toplanma süreci, 2021 yılı Mart-Temmuz ayları arasında başlamıştır. Çocuk Gecesi Proje Koordinatörlüğü ile yapılan görüşmede, araştırmacı tarafından literatürdeki benzer çalışmalar incelenerek Çocuk Gecesi'nin mevcut

durumunu ortaya koyan görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırmanın amacına yönelik açık uçlu soruların yer aldığı görüşme formu Temmuz ayında e-mail aracılığıyla Bocuk Gecesi Proje Koordintörü Tahir Demirel'e gönderilerek, verilerin toplanması sağlanmıştır. Verilerin anket yöntemiyle toplanma sürecinde ise, Covid-19 pandemisinde alınan tedbirler ve kısıtlamalar nedeniyle anketlerin bir kısmı yüz yüze bir kısmı da çevrimiçi (Google Forms) olarak uygulanmıştır. Mart ayında 106'sı Google Forms aracılığı ile çevrimiçi olarak uygulanan anketlerin, 143'ü 17 Haziran'da Çamlıca köyünde yüz yüze olarak uygulanmıştır. Yapılan anket uygulaması sonucunda toplamda 249 anket elde edilmiştir. Bu anketlerden 5 adedi eksik ve hatalı olması nedeniyle analize dâhil edilmemiş olup, 244 geçerli anket formu üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

Anket formunun hazırlanması aşamasında, ilk olarak ölçeklerin belirlenmesi için konu ile ilgili detaylı bir literatür araştırması yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda elde edilen ölçeklerin araştırmanın amacına uygun olup olmadığının tespiti için konu ile ilgili uzman kişilerin görüşlerine başvurulmuştur. Görüş ve öneriler sonrasında hazırlanan anketin güvenilirliğini ve geçerliliğini ölçmek için veriler ön teste tabi tutulmuştur. Bu kapsamda, ilk etapta yerel halktan çevrimiçi anket uygulanan 97 kişiye 2021 Nisan ayında ön test uygulanmıştır. Gerçekleştirilen ön test sonucunda, ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik şartlarını sağladıkları tespit edilmiştir. Ön test sonucunda elde edilen analiz verileri Çizelge 7'de verilmiştir.

Çizelge 7. Ölçeklerin Ön Test Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Güvenilirlik (Cronbach Alfa)	Geçerlilik	
		KMO Değeri	P Değeri
Festival Algıları Ölçeği	,901	,826	,000
Festival Memnuniyeti Ölçeği	,934	,823	,000

3.5. Verilerin Analizi

Elde edilen veriler SPSS 22.0 programı kullanılarak bilgisayar ortamına aktarılmış ve çeşitli analizlere tabi tutulmuştur. Öncelikle betimsel analiz ile katılımcılara ilişkin demografik bilgilerin frekans ve yüzde dağılımları değerlendirilmiştir. Daha sonra araştırmada kullanılan festival algıları ve festival memnuniyeti ölçeklerinin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Araştırmada kullanılan

ölçeklerin yapısal geçerliliklerini test etmek ve yerel halkın Çocuk Gecesi festivaline ilişkin algılarının ve festivalden memnuniyetinin kaç faktörde toplandığını tespit etmek için faktör analizine başvurulmuştur. Festival algılarının festival memnuniyetine etkisini ölçmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Son olarak yerel halkın festival algılarının ve memnuniyet düzeylerinin demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile t-testi ve tek yönlü varyans (One-way anova) analizi uygulanmıştır.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmanın bu bölümünde, öncelikle katılımcılara ilişkin demografik bilgilere yer verilmiştir. Sonrasında ise katılımcılardan anket yöntemiyle elde edilen veriler analiz edilerek bulgular ve yorumlar ortaya konulmuştur.

4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir durumu ve bölgede yaşama sürelerine ilişkin özellikler Çizelge 8’de sunulmuştur.

Çizelge 8. Katılımcıların Demografik Özellikleri (N=244)

Demografik Değişkenler	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	136	55,7
Erkek	108	44,3
Yaş		
18-24	68	27,9
25-34	34	13,9
35-44	28	11,5
45-54	37	15,2
55 ve üstü	77	31,5
Medeni Durum		
Evli	138	56,6
Bekâr	106	43,4
Eğitim Durumu		
İlköğretim	86	35,2
Ortaöğretim	26	10,7
Lise	58	23,8
Ön Lisans	48	19,7
Lisans	21	8,6
Lisansüstü	5	2,0
Meslek		
Emekli	35	14,3
Öğrenci	40	16,4
Memur	13	5,3
Esnaf	18	7,4
İşçi	41	16,8
Ev hanımı	54	22,1

Çizelge 8-devamı

Demografik Değişkenler	Frekans (N)	Yüzde (%)
Meslek		
Çalışmıyor	29	11,9
Diğer	14	5,8
Gelir Durumu		
Gelirim yok	84	34,4
1-1000 TL	24	9,8
1001-2000 TL	39	16,0
2001-3000 TL	47	19,3
3001-4000 TL	27	11,1
4001 ve üstü	23	9,4
Bölgede İkamet Süresi		
1 yıl ve altında	9	3,7
2-5 yıl	22	9,0
6-9 yıl	17	7,0
10 yıl ve üstü	196	80,3

Çizelge 8'e göre araştırmaya katılan yerel halkın 136'sını (%55,7) kadın katılımcılar, 108'ini (%44,3) ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların cinsiyet dağılımlarına bakıldığında, oranın hemen hemen birbirine yakın olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların yaş dağılımları incelendiğinde, %31,5'inin 55 ve üstü, %27,9'unun 18-34, %15,2'sinin 45-54, %13,9'unun ise 25-34 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcıların yarısının genç-yetişkin diğer yarısının ise orta yaş ve üzeri bireylerden oluştuğunu söylemek mümkündür. Medeni durum açısından katılımcıların %56,6'sı evli, %43,4'ü bekârdır. Eğitim durumları açısından ise katılımcıların %35,2'sinin ilköğretim, %10,7'sinin ortaöğretim, %23,8'inin lise, %19,7'sinin ön lisans, %8,6'sının lisans ve %2'sinin ise lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırmaya katılan yerel halkın %54'lük kısmı lise ve üniversite eğitimi almış kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların meslek kategorisi incelendiğinde ev hanımı (%22,1), işçi (%16,8), öğrenci (%16,4) ve emekli (%14,3) grubunun ağırlıkta olduğu, bu dağılımı sırasıyla çalışmıyor (%11,9), esnaf (%7,4), diğer (çiftçi, sağlık çalışanı, antrenör, öğretim görevlisi, özel güvenlik %5,8), ve memur (%5,3) frekanslarının takip ettiği dikkat çekmektedir. Katılımcıların gelir düzeylerine bakıldığında, %34,4'ünün gelirin olmadığı, %19,3'ünün 2001-3000 TL arası, %20,5'inin ise 3000 TL'nin üzerinde bir gelire sahip olduğu görülmektedir. Son olarak katılımcıların bölgedeki ikamet süreleri incelendiğinde ise, %80,3'ünün 10 yıldan fazla süredir Çamlıca köyünde yaşadığı tespit edilmiştir.

4.2. Güvenilirlik ve Faktör Analizleri

4.2.1. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi, bir olaya ilişkin değişkenleri ölçmek amacıyla ölçekte yer alan ifadelerin içsel tutarlılığını ve olayı açıklamadaki yeterliliklerini test eden bir istatistiksel analiz tekniğidir. Güvenilirlik, Cronbach Alpha katsayısı ile hesaplanmaktadır. Bu katsayı 0 ile 1 arasında değerler almakta olup, değer 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artmaktadır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019, s. 159). İslamoğlu ve Alnıaçık, (2019, s. 160) yapmış oldukları çalışmada Cronbach Alpha değerlerini; 0,00-0,40 arası güvenilirlik yoktur, 0,41-0,60 arası düşük güvenilirlik, 0,61- 0,80 arası orta düzeyde güvenilir, 0,81-1,00 arası ise yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirmişlerdir. Çizelge 9'da araştırmada kullanılan festival algıları ve festival memnuniyeti ölçeklerinin güvenilirlik analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Festival algıları ölçeğinde tüm ifadeler yapılan analiz sonucunda Cronbach Alpha katsayısı 0,883 olarak tespit edilmiştir. Bu değere göre, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Faktörlerin ayrı ayrı Cronbach Alpha katsayılarına yönelik değerleri incelendiğinde, olumsuz etkiler faktörünün orta düzeyde, diğer tüm faktörlerin ise yüksek güvenilirlik aralığında olduğu gözlenmektedir. Festival memnuniyeti ölçeğine yapılan Cronbach Alpha testi sonucuna göre, Cronbach Alpha katsayısı 0,955 olarak tespit edilmiştir. Bu değer ölçekte yer alan ifadelerin güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Çizelge 9. Festival Algıları ve Festival Memnuniyeti Ölçeklerinin Güvenilirlik Analizi Bulguları (N=244)

Festival Algıları Ölçeği		
Faktörler	İfade Sayısı	Cronbach Alpha Katsayısı
Sosyo-Kültürel Etkiler	6	,968
Ekonomik Etkiler	5	,939
Bireysel Etkiler	4	,895
Turistik Etkiler	3	,878
Kentsel Etkiler	3	,826
Olumsuz Etkiler	3	,684
TOPLAM	24	,883
Festival Memnuniyeti Ölçeği		
Festival Memnuniyeti (Tek Boyut)	5	,955

4.2.2. Keşifsel Faktör Analizi

Araştırmada, yerel halkın Çocuk Gecesi'ne ilişkin algılarını daha kolay yorumlayabilmek ve ölçeğin yapı geçerliğini tespit etmek amacıyla keşifsel faktör analizi uygulanmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmede KMO ve Bartlett'in Küresellik Testi uygulanmaktadır. Bu testler sonucunda KMO katsayısının 0,6'nın üzerinde olması, Bartlett Küresellik Testi analizi kapsamında hesaplanan ki-kare istatistiğinin ise anlamlı çıkması gerekmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019, s. 437). Verilerin faktör analizine uygunluğunu test etmek için normal dağılım testi yapılmıştır. Dağılım için hesaplanan çarpıklık katsayısı (skewness) -,844 basıklık katsayısı (kurtosis) ise -,387'dir. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 aralığında olmasının kabul edilebileceği ifade edilmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2019, s. 277). Dolayısıyla festival algıları ölçeğinin faktör analizine uygun olduğu görülmektedir. Çizelge 10'da araştırmaya katılan yerel halkın Çocuk Gecesi ile ilgili algılarını ölçmeye yönelik hazırlanan ölçeğin faktör analizi sonuçları verilmiştir. Analiz sonucuna göre, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olup olmadığını gösteren KMO testi sonucu değeri 0,884 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca yapılan Bartlett's Küresellik Testi sonucunda ki-kare (5569,611; s.d.:276; p<0,001) değeri de anlamlıdır. Her iki sonuç, faktör analizi sonuçlarının geçerli olduğunu ve ölçeğe faktör analizi yapılmasının uygun olduğunu göstermektedir.

Çizelge 10. Yerel Halkın Çocuk Gecesi İle İlgili Algılarını Ölçmeye Yönelik Hazırlanan Ölçeğin Faktör Analizi Bulguları (N=244)

Faktörler	Faktör Yüğü	Öz Değer	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alfa
Faktör 1: Sosyo-Kültürel Etkiler (6 madde)		8,066	33,608	3,90	,968
6. Çocuk Gecesi yerel halkın sosyo-kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	,923			3,92	
5. Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir.	,892			3,88	
7. Çocuk Gecesi yerel halka sosyal etkileşim fırsatları sağlamaktadır.	,885			3,89	
2. Çocuk Gecesi yerel halk ile katılımcıların iletişim kurmasını sağlamaktadır.	,877			3,84	
1. Çocuk Gecesi yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır.	,872			3,91	
4. Çocuk Gecesi Çamlıca'nın kültürünü yansıtmaktadır.	,846			3,96	

Çizelge 10-devamı

Faktörler	Faktör Yüğü	Öz Değer	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alfa
Faktör 2: Ekonomik Etkiler (5 madde)		4,856	20,233	2,57	,939
19. Çocuk Gecesi işletmeleri yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirmektedir.	,924			2,51	
21. Çocuk Gecesi süresince daha çeşitli mal ve hizmetler köyde satışa sunulmaktadır.	,917			2,57	
20. Çocuk Gecesi yerel işletmelerin iş hacmini arttırmaktadır.	,913			2,58	
18. Çocuk Gecesi yerel halk için istihdam olanaklarını arttırmaktadır.	,770			2,66	
22. Çocuk Gecesi süresince köydeki mal ve hizmet fiyatları artmaktadır.	,617			2,54	
Faktör 3: Bireysel Etkiler (4 madde)		2,094	8,725	4,43	,895
32. Çocuk Gecesi hoş ve eğlenceli vakit geçirmemi sağladı.	,874			4,54	
33. Çocuk Gecesi günlük stresimi atmamı sağladı.	,873			4,48	
31. Çocuk Gecesi yörenin kültürü ve Çocuk geleneği ile ilgili bilgimi arttırdı.	,853			4,34	
30. Çocuk Gecesi yerel örgütler, işletmeler, kurumlar arası işbirliğini arttırmaktadır.	,781			4,36	
Faktör 4: Turistik Etkiler (3 madde)		1,712	7,133	3,33	,878
11. Çocuk Gecesi köye gelen yabancı turist sayısını arttırmaktadır.	,842			3,27	
8. Çocuk Gecesi ile ilgili yapılan tanıtımlar yeterli düzeydedir.	,786			3,17	
10. Çocuk Gecesi köye gelen yerli turist sayısını arttırmaktadır.	,750			3,56	
Faktör 5: Kentsel Etkiler (3 madde)		1,335	5,563	4,30	,826
15. Çocuk Gecesi yörenin imajını olumlu yönde etkilemektedir.	,849			4,22	
14. Çocuk Gecesi yörenin tanıtımına katkı sağlamaktadır.	,844			4,39	
17. Çocuk Gecesi yerel halka becerilerini sergileme ve kazanç sağlama fırsatı sağlamaktadır.	,742			4,31	
Faktör 6: Olumsuz Etkiler (3 madde)		1,187	4,946	3,07	,684
27. Çocuk Gecesi süresince otopark sorunu vardır.	,774			3,58	
28. Çocuk Gecesi süresince gürültü düzeyi rahatsızlık vericidir.	,771			2,72	
25. Yolların kapatılması ve yön değişiklikleri Çocuk Gecesi süresince yerel halkı rahatsız etmektedir.	,729			2,92	
Faktör Çıkarma Metodu: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme Metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %88,4; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 5569,611; s.d.:276; p<0,001; Açıklanan Toplam Varyans: %80,237; Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum					

Yerel halkın Bocuk Gecesi algıları ölçeğine uygulanan ilk faktör analizi sonucunda yedi madde, birden fazla faktöre yüklendiği ve madde-bütün korelasyonlarının 0,200'ün altında olması nedeniyle analizden çıkarılmış ve yeniden faktör analizi yapılmıştır. Geriye kalan 24 maddeli ölçek altı faktörde (boyutta) toplanmış olup, toplam varyansın %80,207'sini açıklamaktadır. Katılımcılar tarafından en fazla olumlu algılanan boyutlar sırasıyla; bireysel etkiler (4,43), kentsel etkiler (4,30), sosyo-kültürel etkiler (3,90), turistik etkiler (3,33), olumsuz etkiler (3,07) ve ekonomik etkiler (2,57) boyutlarıdır.

Faktör 1: Sosyo-Kültürel Etkiler: Bu faktör 6 maddeden oluşmaktadır. Faktöre ait ortalama 3,90 ve açıklanan varyans 33,608'tir. İçerdiği "Bocuk Gecesi yerel halkın sosyo-kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır, yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir, Bocuk Gecesi yerel halka sosyal etkileşim fırsatları sağlamaktadır, Bocuk Gecesi yerel halk ile katılımcıların iletişim kurmasını sağlamaktadır, Bocuk Gecesi yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır ve Bocuk Gecesi Çamlıca'nın kültürünü yansıtmaktadır" maddeleriyle sosyal ve kültürel değerlere vurgu yaptığı için bu faktör "Sosyo-Kültürel Etkiler" olarak adlandırılmıştır. Bocuk Gecesi'nin Çamlıca köyünün kültürünü yansıttığı, yerel halkın sosyo-kültürel etkileşim ve gelişimine katkı sağladığı aynı zamanda Bocuk Gecesi'nin yerel kültürün korunmasına yardımcı olduğu düşünceleri ön plandadır.

Faktör 2: Ekonomik Etkiler: Bu faktör "Bocuk Gecesi işletmeleri yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirmektedir, Bocuk Gecesi süresince daha çeşitli mal ve hizmetler köyde satışa sunulmaktadır, Bocuk Gecesi yerel işletmelerin iş hacmini arttırmaktadır, Bocuk Gecesi yerel halk için istihdam olanaklarını arttırmaktadır ve Bocuk Gecesi süresince köydeki mal ve hizmet fiyatları artmaktadır" olmak üzere toplam 5 maddeden oluşmakta olup, toplam varyansın 20,233'ünü açıklamaktadır. Bu maddeler ekonomik özellik gösterdiği için bu faktör "Ekonomik Etkiler" olarak adlandırılmıştır. Bu faktör tüm faktörler içinde en düşük ortalamaya (2,57) sahip faktördür. Dolayısıyla Çamlıca yerel halkı Bocuk Gecesi'nin ekonomik etkilerinin diğer faktörlere göre daha düşük olduğu görüşündedir. Yerel halka göre Bocuk Gecesi'nin istihdam olanaklarını arttırdığı görüşü ağırlıktadır. İşletmeleri yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirmesi ve festival gecesi köydeki mal ve hizmet fiyatlarının arttığı görüşüne ise düşük katılım sağlamışlardır.

Faktör 3: Bireysel Etkiler: Bu faktör altı faktör içinde aritmetik ortalaması (4,43) en yüksek faktördür. 4 maddeden oluşan bu faktör toplam varyansın 8,725'ini açıklamaktadır. “Bocuk Gecesi hoş ve eğlenceli vakit geçirmemi sağladı, Bocuk Gecesi günlük stresimi atmamı sağladı, Bocuk Gecesi yörenin kültürü ve Bocuk geleneği ile ilgili bilgimi arttırdı ve Bocuk Gecesi yerel örgütler, işletmeler, kurumlar arası işbirliğini arttırmaktadır” maddeleri ile bireysel kazanımlara odaklandığı için “Bireysel Etkiler” olarak adlandırılmıştır. Yerel halk Bocuk Gecesi sayesinde hoş ve eğlenceli vakit geçirdiklerini ve günlük stresini attıklarını düşünmektedir. Yerel halk “Bocuk Gecesi yörenin kültürü ve Bocuk geleneği ile ilgili bilgimi arttırdı” düşüncesine en düşük katılımı göstermiştir. Yerel halkın Bocuk geleneği bilgilerinin çok eskiye (atalarına) dayandığı, dolayısıyla bu kutlamadan öncede bilgi sahibi oldukları düşünülmektedir. Yerel halk aynı zamanda Bocuk Gecesi'nin yerel örgütler, işletmeler ve kurumlar arası işbirliğini arttırdığı görüşüne düşük katılım sağlamıştır.

Faktör 4: Turistik Etkiler: Bu faktör toplam varyansın 7,1333'ünü açıklamakta olup, faktöre ait ortalama 3,33'tür. Faktör toplamda 3 maddeden oluşmaktadır. “Bocuk Gecesi köye gelen yabancı turist sayısını arttırmaktadır, Bocuk Gecesi ile ilgili yapılan tanıtımlar yeterli düzeydedir ve Bocuk Gecesi köye gelen yerli turist sayısını arttırmaktadır gibi turizmle ilişkili maddeler olduğu için “Turistik Etkiler” ismi verilmiştir. Çamlıca halkına göre Bocuk Gecesi yerli turist sayısını çok fazla arttırırken, yabancı turist sayısını aynı oranda arttırmamaktadır. Ayrıca yerel halk Bocuk Gecesi ile ilgili yapılan tanıtımların yetersiz olduğunu düşünmektedir.

Faktör 5: Kentsel Etkiler: Bu faktör “Bocuk Gecesi yörenin imajını olumlu yönde etkilemektedir, Bocuk Gecesi yörenin tanıtımına katkı sağlamaktadır, Bocuk Gecesi yerel halka becerilerini sergileme ve kazanç sağlama fırsatı sağlamaktadır” maddeleri olmak üzere toplam 3 maddeden meydana gelmiştir. Faktöre ait ortalama 4,30 ve açıklanan varyans 5,563'tür. Bu faktörde Bocuk Gecesi'nin Çamlıca köyünün tanıtımına katkı sağladığı düşünceleri ön plandadır. En düşük katılım ise Bocuk Gecesi'nin Çamlıca'nın imajını olumlu yönde etkilediği ifadedir. Buna göre yerel halkın bir kısmı Bocuk Gecesi'nin yörenin imajını olumsuz yönde etkilediğini düşünmektedir. Yerel halk Bocuk Gecesi'nin günümüzde eski geleneğinin dışına çıkılarak kutlandığını, dolayısıyla da eski imajının bozulduğunu düşünebilir.

Faktör 6: Olumsuz Etkiler: 3 maddeden oluşan bu faktör, toplam varyansın 4,946'sını açıklamaktadır. Faktörün ortalaması ise 3,07'dir. “Bocuk Gecesi süresince

otopark sorunu vardır, Çocuk Gecesi süresince gürültü düzeyi rahatsızlık vericidir ve yolların kapatılması ve yön değişiklikleri Çocuk Gecesi süresince yerel halkı rahatsız etmektedir” maddelerinden oluşmaktadır. Festivalin olumsuz yönlerine değindiği için bu faktöre “Olumsuz Etkiler” adı verilmiştir. Yerel halk Çocuk Gecesi süresince otopark sorunu olduğunu düşünmektedir. Ancak oluşan bu trafik ve otopark sorunundan rahatsızlık duymadıklarını belirtmişlerdir. Yine yerel halk Çocuk Gecesi’nde gürültü düzeyi rahatsızlık vericidir ifadesine düşük katılım göstererek, gürültüden rahatsızlık duymadıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 11’de araştırmaya katılan yerel halkın Çocuk Gecesi’nden memnuniyet düzeylerini ölçmeye yönelik hazırlanan ölçeğin faktör analizi sonuçları verilmiştir. Ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda 5 maddenin tek bir faktör altında toplandığı görülmektedir. Festival memnuniyeti ölçeğini ifade eden bu tek boyutlu yapının açıkladığı toplam varyans yaklaşık %85 olarak gözlemlenmiştir. 5 ifadeden oluşan memnuniyet ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunda KMO (örneklem yeterlilik katsayısı) kat sayısı 0,880 olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte Bartlett's Küresellik Testi sonucunda elde edilen ki-kare (1410,495; s.d.:10; p<0,001) değeri de anlamlıdır. Buna göre festival memnuniyeti ölçeğinin geçerli özellik göstererek faktör analizine uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çizelge 11. Yerel Halkın Çocuk Gecesi’nden Memnuniyet Düzeylerini Ölçmeye Yönelik Hazırlanan Ölçeğin Faktör Analizi Bulguları (N=244)

	Faktör Yüğü	Öz değeri	Açıklanan Varyans	Ortalama	Alfa
		4,250	84,992	4,39	,955
2.Bocuk Gecesi’nden genel olarak memnunum.	,951			4,43	
3.Bocuk Gecesine katılmakla iyi bir karar verdiğimi düşünüyorum.	,946			4,35	
1.Çamlıca’da Çocuk Gecesi düzenlenmesinden memnunum.	,938			4,44	
5.Gelecek sene Çocuk Gecesi’ne yine katılmayı düşünüyorum.	,901			4,38	
4.Bocuk Gecesi ile ilgili etrafıma olumlu şeyler söyleyeceğim.	,872			4,39	
Faktör Çıkarma Metodu: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme Metodu: Varimax; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %88,0; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 1410,495; s.d.:10; p<0,001; Açıklanan Toplam Varyans: %84,992; Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum					

4.3. Regresyon Analizi

Regresyon analizi, bir bağımlı değişken ile bir veya daha çok bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılan bir analiz yöntemidir. Bir diğer ifadeyle bağımsız değişken/değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ve yönünü belirlemeye yönelik bir analizdir. Eğer tek bir bağımsız değişken kullanılıyorsa basit doğrusal regresyon, birden fazla bağımsız değişken kullanılıyorsa çoklu regresyon analizi yapılmaktadır (İslamoğlu ve Alınçık, 2019, s. 375). Bu doğrultuda çalışmada, araştırmaya katılan yerel halkın Çocuk Gecesi festivaline ilişkin algılarının festival memnuniyetine etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Memnuniyet bağımlı değişken, sosyo-kültürel etkiler, ekonomik etkiler, bireysel etkiler, turistik etkiler, kentsel etkiler ve olumsuz etkiler ise bağımsız değişkenler olarak belirlenmiş olup, çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Çizelge 12’de yerel halkın Çocuk Gecesi’ne ilişkin algıları ile festival memnuniyeti arasındaki ilişkiyi gösteren çoklu regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 12. Regresyon Analizi Sonuçları (N=244)

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t-değeri	Anlam Düzeyi	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
(Sabit)	1,187	,313		3,790	,000		
Sosyo-kültürel etkiler	-,094	,038	-,156	-2,459	,015	,546	1,832
Turistik etkiler	-,055	,032	-,105	-1,739	,083	,602	1,661
Kentsel etkiler	,475	,060	,444	7,937	,000	,704	1,421
Ekonomik etkiler	,121	,029	,252	4,174	,000	,605	1,652
Olumsuz etkiler	-,101	,035	-,146	-2,880	,004	,852	1,174
Bireysel etkiler	,387	,056	,385	6,899	,000	,707	1,414
Bağımlı Değişken: Festival Memnuniyeti; R: 0,691; Düzeltilmiş R²: %46,5; F: 36,186; P: 0,001							

Çizelge 12’de verilen çoklu regresyon analizinde, bağımlı değişken (festival memnuniyeti) ve bağımsız değişkenler (sosyo-kültürel etkiler, ekonomik etkiler, bireysel etkiler, turistik etkiler, kentsel etkiler ve olumsuz etkiler) arasındaki ilişki

incelenmiştir. Regresyon analizi sonucuna göre, R değeri 0,691; düzeltilmiş R² değeri 0,465; F değeri 36,186; P değeri ise p<0,05 olarak tespit edilmiştir. Buna göre, festivalin sosyo-kültürel, ekonomik, bireysel, turistik, kentsel ve olumsuz etkilerinin festival memnuniyeti üzerindeki etkisinin ölçülmesine yönelik kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F= 36,186; p<0,05). Bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasında güçlü bir ilişki (R=0,691) bulunmakta olup, yerel halkın festival memnuniyetleri üzerindeki değişimin %46,5'i bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır (R²=0,465). Bu sonuçlara göre, “Yerel halkın festivale ilişkin algılarının, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” şeklindeki H1 hipotezinin kabul edildiği söylenebilir.

Çoklu bağımlılık sorunun bulunmadığı modele göre, tüm festival algısı faktörlerinin festival memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Festivalin *sosyo-kültürel etkilerinin*, festival memnuniyet düzeyleri üzerinde anlamlı ve negatif etkisi vardır ($\beta = -,156$; p=,015). Katılımcıların sosyo-kültürel etkilerdeki puanının 1 birimlik artması, memnuniyeti 0,156 puan azaltacaktır. Bu doğrultuda festivalin sosyo-kültürel etkilerinin festival memnuniyeti üzerinde negatif etkisi olduğu için “Festivalin sosyo-kültürel etkilerinin, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır” şeklindeki H1a hipotezi desteklenmemiştir. Festivalin *kentsel* ($\beta = ,444$; p=,000), *bireysel* ($\beta = ,385$; p= ,000) ve *ekonomik* ($\beta = ,252$; p=,000) etkileri festival memnuniyetini pozitif yönlü olarak yüksek düzeyde etkilemektedir. Kentsel etkilerdeki bir birimlik artış, memnuniyeti 0,444 birim, bireysel etkilerdeki bir birimlik artış, memnuniyeti 0,385 birim, ekonomik etkilerdeki bir birimlik artış ise memnuniyeti 0,252 birim artırmaktadır. Bu bulgulardan hareketle, H1c, H1f ve H1e hipotezlerinin kabul edildiği söylenebilir.

Festivalin *olumsuz* ($\beta = -,146$; p=,004) ve *turistik* ($\beta = -,105$; p=,083) etkilerinin ise festival memnuniyet düzeyleri üzerinde anlamlı ve negatif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Olumsuz etkilerdeki bir birimlik artış, memnuniyeti -,146 birim azaltırken, turistik etkilerdeki bir birimlik artış ise memnuniyeti -,105 birim azaltmaktadır. Dolayısıyla “Festivalin olumsuz etkilerinin, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı ve negatif etkisi vardır” şeklindeki H1b ve “Festivalin turistik etkilerinin, festival memnuniyeti üzerinde anlamlı ve negatif etkisi vardır” şeklindeki H1d hipotezi de kabul edilmektedir. Ayrıca çalışma sonucuna göre, kentsel ($\beta = ,444$), bireysel ($\beta = ,385$) ve ekonomik ($\beta = ,252$) etkilerin yerel halkın festival memnuniyetini etkileyen en önemli faktörler olduğu belirlenmiştir.

4.4. Farklılık Analizleri

Araştırmaya katılan yerel halkın Bocuk Gecesi festivaline ilişkin algıları ve memnuniyet düzeylerinde demografik değişkenler açısından anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için parametrik testlerden T- Testi ve One-Way Anova testi yapılmıştır. Çizelge 13’de katılımcıların Bocuk Gecesi festivaline ilişkin algıları ve memnuniyet düzeylerinde cinsiyet açısından farklılık olup olmadığını test etmek için yapılan T-Testi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 13. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları (N=244)

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	t	p
Sosyo-kültürel Etkiler	Kadın	136	3,96	1,06	,929	,354
	Erkek	108	3,82	1,23		
Turistik Etkiler	Kadın	136	3,37	1,26	,407	,684
	Erkek	108	3,30	1,38		
Kentsel Etkiler	Kadın	136	4,31	0,58	,136	,892
	Erkek	108	4,30	0,72		
Ekonomik Etkiler	Kadın	136	2,80	1,42	2,824	,005
	Erkek	108	2,29	1,40		
Olumsuz Etkiler	Kadın	136	3,28	0,95	3,675	,000
	Erkek	108	2,81	1,01		
Bireysel Etkiler	Kadın	136	4,40	0,68	-,925	,356
	Erkek	108	4,48	0,69		
Festival Memnuniyeti	Kadın	136	4,36	0,65	-1,004	,317
	Erkek	108	4,45	0,73		

Çizelge 13’e göre, festival algısı ölçeğinde yer alan sosyo-kültürel ($p>0,05$), turistik ($p>0,05$), kentsel ($p>0,05$) ve bireysel etkiler ($p>0,05$) boyutlarında cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yerel halkın festivale ilişkin ekonomik ($p<0,05$) ve olumsuz algıları ($p<0,05$) ise cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Ortalamalar dikkate alındığında kadın katılımcıların olumsuz algı ve ekonomik etki boyutlarına erkek katılımcılardan daha fazla katıldıkları görülmektedir. Kadınların Bocuk Gecesi’nde kabak, hediyelik eşya vb. yöresel ürünlerini tezgâhlarda satışa sunarak ekonomik getiri elde etmesinden dolayı erkeklere nazaran ekonomik etkilere daha fazla katılım gösterdikleri söylenebilir. Festival memnuniyeti boyutu incelendiğinde ise, yerel halkın festival memnuniyet düzeylerinin ($p>0,05$) cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir. Elde edilen bulgulardan hareketle, araştırmanın H2a, H2b, H2c, H2d, H2e, H2f ve H7 hipotezleri desteklenmiş olup, “Yerel halkın festival algıları cinsiyet açısından anlamlı bir fark göstermektedir” şeklindeki H2 hipotezi ise kısmen desteklenmiştir.

Çizelge 14. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Yaşa Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244)

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	F	p
Sosyo-Kültürel Etkiler	18-24 yaş	68	3,90	1,13	1,398	,235
	25-34 yaş	34	4,29	0,61		
	35-44 yaş	28	3,96	1,15		
	45-54 yaş	37	3,80	1,15		
	55 ve üstü	77	3,76	1,30		
Turistik Etkiler	18-24 yaş	68	3,38	1,21	1,509	,200
	25-34 yaş	34	3,75	0,78		
	35-44 yaş	28	3,25	1,35		
	45-54 yaş	37	3,40	1,34		
	55 ve üstü	77	3,11	1,51		
Kentsel Etkiler	18-24 yaş	68	4,33	0,63	,440	,780
	25-34 yaş	34	4,25	0,55		
	35-44 yaş	28	4,36	0,57		
	45-54 yaş	37	4,21	0,65		
	55 ve üstü	77	4,35	0,71		
Ekonomik Etkiler	18-24 yaş	68	3,49	1,32	21,164	,000
	25-34 yaş	34	3,22	1,13		
	35-44 yaş	28	2,14	1,47		
	45-54 yaş	37	2,32	1,22		
	55 ve üstü	77	1,76	1,11		
Olumsuz Etkiler	18-24 yaş	68	2,77	0,86	5,046	,001
	25-34 yaş	34	3,31	0,98		
	35-44 yaş	28	2,90	1,23		
	45-54 yaş	37	2,97	0,96		
	55 ve üstü	77	3,43	0,95		
Bireysel Etkiler	18-24 yaş	68	4,30	0,69	5,141	,001
	25-34 yaş	34	4,17	0,67		
	35-44 yaş	28	4,55	0,61		
	45-54 yaş	37	4,31	0,71		
	55 ve üstü	77	4,68	0,63		
Festival Memnuniyeti	18-24 yaş	68	4,40	0,58	,741	,565
	25-34 yaş	34	4,33	0,66		
	35-44 yaş	28	4,51	0,57		
	45-54 yaş	37	4,26	0,81		
	55 ve üstü	77	4,45	0,76		

Çizelge 14’de katılımcıların Çocuk Gecesi festivaline ilişkin algıları ve memnuniyet düzeylerinde yaş açısından farklılık olup olmadığını test etmek için yapılan Anova analizi sonuçları verilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, yaş değişkeni ile sosyo-kültürel etki, turistik etki, kentsel etki ve festival memnuniyeti boyutları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Yaş değişkenine göre, ekonomik, olumsuz ve bireysel etki boyutlarında ise anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Ekonomik etki boyutundaki farklılık iki yaş grubundan kaynaklanmaktadır. Bunlardan biri 18-24 yaş grubundaki katılımcılar ile 35 yaş ve üzeri katılımcılar, diğeri ise 25-34 ile 35 yaş ve üzeri katılımcılardır. Her iki ortalamaya göre, festivalin ekonomik etkilerine en fazla

18-34 yaş aralığındaki bireylerin katıldığını söylemek mümkündür. Festivalin olumsuz etkilerindeki farklılık da, iki yaş grubundan kaynaklanmaktadır. Bunlardan ilki, 18-24 ile 25 yaş ve üzeri katılımcılardır. Bir diğer farklılık gösteren yaş grubu ise 25-34 ile 35 yaş ve üzeri katılımcılardır. Ortalamalar, her iki yaş grubunda da yaş arttıkça olumsuz etkilere katılımın da arttığını göstermektedir. Ayrıca yapılan analiz sonucunda, 55 yaş ve üzeri katılımcıların festivalin olumsuz etki boyutuna daha fazla katıldığı tespit edilmiştir. Otopark, trafik, gürültü vb. olumsuz etkilerin orta ve yaşlı yaş grubunu genç ve yetişkinlere göre daha fazla rahatsız ettiği düşünülmektedir.

Festivalin bireysel etki boyutundaki farklılık ise, 18-24 ile 55 ve üzeri; 25-34 ile 35-44 ve 55 yaş ve üzeri; 45-54 ile 55 ve üzeri yaş aralıklarındadır. Ortalamalar, 55 yaş ve üzeri katılımcıların festivalin bireysel etkilerine diğer yaş aralıklarına kıyasla daha yüksek puanlar verdiğini göstermektedir. Elde edilen bulgular sonucunda, H3a, H3b, H3c, H3d, H3e ve H3f hipotezleri desteklenmiş olup, H8 hipotezi desteklenmemiştir. “Yerel halkın festival algıları yaş açısından anlamlı bir fark göstermektedir” şeklindeki H3 hipotezi ise kısmen desteklenmiştir.

Çizelge 15. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Eğitim Durumlarına Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244)

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	F	p
Sosyo-kültürel Etkiler	İlköğretim	86	3,66	1,26	2,716	0,21
	Ortaöğretim	26	3,63	1,52		
	Lise	58	4,00	1,14		
	Ön Lisans	48	4,05	0,75		
	Lisans	21	4,37	0,42		
	Lisansüstü	5	4,83	0,29		
Turistik Etkiler	İlköğretim	86	3,21	1,46	2,733	0,20
	Ortaöğretim	26	2,72	1,57		
	Lise	58	3,30	1,36		
	Ön Lisans	48	3,69	0,82		
	Lisans	21	3,70	0,73		
	Lisansüstü	5	4,07	0,80		
Kentsel Etkiler	İlköğretim	86	4,26	0,72	3,718	,003
	Ortaöğretim	26	4,32	0,73		
	Lise	58	4,53	0,53		
	Ön Lisans	48	4,06	0,62		
	Lisans	21	4,33	0,37		
	Lisansüstü	5	4,80	0,18		
Ekonomik Etkiler	İlköğretim	86	1,83	1,14	19,176	,000
	Ortaöğretim	26	1,80	1,09		
	Lise	58	2,76	1,58		
	Ön Lisans	48	3,71	0,84		
	Lisans	21	3,21	1,24		
	Lisansüstü	5	3,72	1,36		

Çizelge 15-devamı

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	F	p
Olumsuz Etkiler	İlköğretim	86	3,80	0,94	2,353	,041
	Ortaöğretim	26	3,38	1,15		
	Lise	58	3,05	1,06		
	Ön Lisans	48	3,29	0,84		
	Lisans	21	2,72	0,87		
	Lisansüstü	5	2,95	1,71		
Bireysel Etkiler	İlköğretim	86	4,60	0,71	3,601	,004
	Ortaöğretim	26	4,52	0,57		
	Lise	58	4,41	0,79		
	Ön Lisans	48	4,14	0,56		
	Lisans	21	4,27	0,49		
	Lisansüstü	5	4,85	0,14		
Festival Memnuniyeti	İlköğretim	86	4,30	0,86	1,889	,097
	Ortaöğretim	26	4,58	0,51		
	Lise	58	4,54	0,58		
	Ön Lisans	48	4,23	0,61		
	Lisans	21	4,49	0,46		
	Lisansüstü	5	4,60	0,55		

Çizelge 15'e göre katılımcıların festival algıları eğitim seviyesine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Festival algılarındaki farklılıklar sosyo-kültürel etki boyutunda incelendiğinde, farklılığın ilköğretim ve ortaöğretim eğitim düzeyine sahip katılımcılar ile lise, lisans ve lisansüstü eğitimi almış katılımcılar arasında olduğunu söylemek mümkündür. Turistik etki boyutundaki farklılık, ilköğretim ve ortaöğretim mezunu kişiler ile üniversite eğitimi (ön lisans, lisans, lisansüstü) almış kişilerden, kentsel etki boyutundaki farklılık ise, lise ile ön lisans düzeyindeki eğitime sahip kişiler ve lisansüstü ile ilköğretim, ön lisans ve lisans eğitimi almış kişilerden kaynaklanmaktadır.

Ekonomik etkilerdeki farklılık, yine ilköğretim ve ortaöğretim eğitimi almış kişiler ile lise ve üniversite eğitimi almış kişilerden kaynaklıdır. Bununla birlikte lise ve ön lisans eğitimi almış kişiler arasında da farklılık vardır. Olumsuz etkilerdeki farklılıkların, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcılar ile diğer tüm katılımcılar arasında olduğu, bireysel algılardaki farklılıkların ise lise ve ön lisans eğitim düzeyine sahip kişiler ile lisansüstü eğitim düzeyine sahip kişiler arasında olduğu tespit edilmiştir. Ortalamalar dikkate alındığında, "lisansüstü" grubundaki katılımcıların festivalin olumsuz etki boyutu dışında diğer tüm boyutlara daha fazla katıldığı görülmektedir. Ayrıca ortalamalara göre, eğitim seviyesi yükseldikçe yerel halkın festivalin sosyo-kültürel, turistik, kentsel, ekonomik ve bireysel etkilerine daha fazla katıldıkları görülmektedir. Festival memnuniyetleri boyutu incelendiğinde ise,

yerel halkın festival memnuniyet derecelerinin eğitim durumları açısından anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla Çamlıca halkı için eğitim düzeyi fark etmeksizin festival memnuniyetlerinin aynı düzeyde olduğu söylenebilir. Bu bulgulardan hareketle, H4 ve H9 hipotezleri desteklenmiştir.

Çizelge 16. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Meslek Gruplarına Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244)

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	F	p
Sosyo-kültürel Etkiler	Emekli	35	3,48	1,42	2,357	,024
	Öğrenci	40	4,03	0,73		
	Memur	13	4,60	0,39		
	Esnaf	18	3,78	0,99		
	İşçi	41	4,16	0,77		
	Ev hanımı	54	3,82	1,15		
	Çalışmıyor	29	3,61	1,68		
	Diğer	14	4,23	1,07		
Turistik Etkiler	Emekli	35	2,93	1,57	3,689	,001
	Öğrenci	40	3,62	0,86		
	Memur	13	4,05	0,81		
	Esnaf	18	3,50	1,25		
	İşçi	41	3,72	1,07		
	Ev hanımı	54	3,40	1,37		
	Çalışmıyor	29	2,62	1,49		
	Diğer	14	2,79	1,29		
Kentsel Etkiler	Emekli	35	4,38	0,78	2,526	,016
	Öğrenci	40	4,08	0,62		
	Memur	13	4,51	0,38		
	Esnaf	18	4,06	0,82		
	İşçi	41	4,27	0,57		
	Ev hanımı	54	4,29	0,58		
	Çalışmıyor	29	4,61	0,56		
	Diğer	14	4,48	0,64		
Ekonomik Etkiler	Emekli	35	1,79	1,12	9,209	,000
	Öğrenci	40	3,73	0,97		
	Memur	13	3,55	1,16		
	Esnaf	18	1,91	1,15		
	İşçi	41	2,63	1,47		
	Ev hanımı	54	2,18	1,33		
	Çalışmıyor	29	2,74	1,60		
	Diğer	14	2,17	1,24		
Olumsuz Etkiler	Emekli	35	3,58	0,97	3,382	,002
	Öğrenci	40	2,79	0,84		
	Memur	13	3,28	1,10		
	Esnaf	18	2,93	1,25		
	İşçi	41	3,02	1,09		
	Ev hanımı	54	3,04	1,04		
	Çalışmıyor	29	3,21	0,56		
	Diğer	14	2,33	0,74		

Çizelge 16-devamı

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	F	p
Bireysel Etkiler	Emekli	35	4,56	0,72	3,134	,003
	Öğrenci	40	4,07	0,67		
	Memur	13	4,35	0,47		
	Esnaf	18	4,29	0,94		
	İşçi	41	4,37	0,62		
	Ev hanımı	54	4,54	0,67		
	Çalışmıyor	29	4,72	0,51		
	Diğer	14	4,57	0,60		
Festival Memnuniyeti	Emekli	35	4,51	0,76	2,912	,006
	Öğrenci	40	4,25	0,56		
	Memur	13	4,60	0,41		
	Esnaf	18	3,98	0,94		
	İşçi	41	4,43	0,65		
	Ev hanımı	54	4,28	0,77		
	Çalışmıyor	29	4,67	0,45		
	Diğer	14	4,69	0,44		

Çizelge 16'ya göre yerel halkın festival algıları ve festival memnuniyet düzeyleri meslek grupları açısından anlamlı bir farklılık göstermektedir. Sosyo-kültürel etki boyutuna göre farklılık, memur katılımcılar ile emekli, öğrenci ve ev hanımlarından kaynaklanmaktadır. Ortalamalara göre, memurların festivalin sosyo-kültürel etkilerine yönelik katılımları diğer meslek gruplarından daha yüksektir. Turistik etki boyutundaki farklılığın ise, çalışmayan katılımcılar ile memur ve işçi grubundan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Ortalamalar, çalışmayan kişilerin festivalin turistik etkilerine memur ve işçilerden daha az katıldığını göstermektedir. Festivalin kentsel etki boyutu incelendiğinde ise, farklılığın memur ve çalışmayan katılımcılar ile öğrenci ve esnaf arasında olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, memur ve çalışmayan bireyler festivalin kentsel faydalarına öğrenci ve esnafardan daha fazla katılmaktadır.

Festivalin ekonomik etki algıları memur ile emekli, ev hanımı ve esnaf katılımcılar açısından farklılık göstermektedir. Bu meslek grupları arasında festivalin ekonomik etkilerine en fazla katılan grup, memurlardır. Ayrıca öğrenciler ile esnaf, işçi, ev hanımı, emekli ve diğer meslekler de farklılık göstermektedir. Bu gruba göre de öğrenciler festivalin ekonomik etkilerine daha fazla katılmaktadır. Festivalin olumsuz etkilerindeki farklılık, emekli katılımcılar ile öğrenciler ve diğer meslek gruplarından kaynaklanmaktadır. Bu meslek grupları arasında festivalin olumsuz etkilerine en fazla emekliler katılmaktadır. Bireysel etki boyutundaki farklılık öğrenciler ile ev hanımı ve çalışmayan katılımcılar arasındadır. Ev hanımları ve

çalışmayan bireyler, festivalin bireysel faydalarına öğrencilere kıyasla daha fazla katılmaktadır. Festival memnuniyet boyutuna göre ise, farklılığın diğer meslek grubu (çiftçi, sağlık çalışanı, antrenör, öğretim görevlisi, özel güvenlik) ile esnaflar arasında olduğu tespit edilmiştir. Ortalamalara göre, diğer meslek grubunun festival memnuniyet düzeylerinin esnaflara göre daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Bu bulgulara göre, H5, H5a, H5b, H5c, H5d, H5e ve H10 hipotezleri desteklenmiş olup, H5f hipotezi desteklenmemiştir.

Çizelge 17. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Gelir Durumlarına Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244)

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	F	p
Sosyo-kültürel Etkiler	Gelirim yok	84	3,81	1,20	,921	,468
	1-1000 TL	24	3,78	1,45		
	1001-2000 TL	39	3,74	1,24		
	2001-3000 TL	47	4,06	1,02		
	3001-4000 TL	27	4,22	0,68		
	4001 ve üstü	23	3,93	1,06		
Turistik Etkiler	Gelirim yok	84	3,28	1,33	1,268	,278
	1-1000 TL	24	3,21	1,58		
	1001-2000 TL	39	3,03	1,48		
	2001-3000 TL	47	3,49	1,21		
	3001-4000 TL	27	3,78	0,97		
	4001 ve üstü	23	3,36	1,15		
Kentsel Etkiler	Gelirim yok	84	4,31	0,61	,178	,971
	1-1000 TL	24	4,29	0,74		
	1001-2000 TL	39	4,31	0,67		
	2001-3000 TL	47	4,38	0,65		
	3001-4000 TL	27	4,26	0,69		
	4001 ve üstü	23	4,25	0,60		
Ekonomik Etkiler	Gelirim yok	84	2,81	1,47	5,433	,000
	1-1000 TL	24	2,47	1,30		
	1001-2000 TL	39	1,79	1,19		
	2001-3000 TL	47	2,31	1,44		
	3001-4000 TL	27	3,40	1,22		
	4001 ve üstü	23	2,71	1,31		
Olumsuz Etkiler	Gelirim yok	84	3,29	0,87	4,285	,001
	1-1000 TL	24	3,40	0,98		
	1001-2000 TL	39	2,97	0,91		
	2001-3000 TL	47	2,57	1,08		
	3001-4000 TL	27	3,22	1,07		
	4001 ve üstü	23	2,94	1,02		
Bireysel Etkiler	Gelirim yok	84	4,40	0,71	1,532	,181
	1-1000 TL	24	4,48	0,69		
	1001-2000 TL	39	4,67	0,57		
	2001-3000 TL	47	4,41	0,72		
	3001-4000 TL	27	4,34	0,60		
	4001 ve üstü	23	4,22	0,73		

Çizelge 17-devamı

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	F	p
Festival Memnuniyeti	Gelirim yok	84	4,36	0,65	,352	,881
	1-1000 TL	24	4,39	0,76		
	1001-2000 TL	39	4,41	0,75		
	2001-3000 TL	47	4,50	0,69		
	3001-4000 TL	27	4,39	0,71		
	4001 ve üstü	23	4,30	0,66		

Çizelge 17 incelendiğinde, gelir durumu değişkenine göre, ekonomik ve olumsuz etkiler boyutunda anlamlı bir farklılık görülmektedir. Yapılan testler sonucunda farklılığın, 1001-2000 TL ile 3000-4000 TL geliri olan ve 1001-2000 TL ile geliri olmayan kişiler arasında olduğunu söylemek mümkündür. Ortalamalar dikkate alındığında, 3000-4000 TL arası gelire sahip katılımcıların festivalin ekonomik etki boyutuna daha fazla katıldıkları görülmüştür. Bir diğer ortalama sonucuna göre ise, geliri olmayan kişilerin festivalin ekonomik etkilerine 1001-2000 TL geliri olanlara kıyasla daha fazla olumlu yanıt verdikleri tespit edilmiştir.

Festivalin olumsuz etkileri boyutu incelendiğinde, farklılığın geliri olmayan kişiler ile 2001-3000 TL geliri olan ve 1-1000 TL ile 2001-3000 TL gelire sahip kişilerden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Ortalamalara göre, geliri olmayan ve geliri düşük olan kişiler (1-1000 TL) 2001-3000 TL gelire sahip kişilere göre olumsuz etki boyutuna daha fazla katılmaktadır. Buradan doğrultuda, gelir seviyesi yükseldikçe festivallere olan bakış açısının olumlu olduğunu söylemek mümkündür. Bu sonuçlardan hareketle, H6a, H6b, H6c, H6d, H6f ve H11 hipotezleri desteklenmiş, H6e hipotezi desteklenmemiş, H6 hipotezi ise kısmen desteklenmiştir.

Çizelge 18. Yerel Halkın Festivale İlişkin Algıları ve Memnuniyet Düzeylerinin Bölgedeki İkamet Süresine Göre Anova Analizi Sonuçları (N=244)

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	t	p
Sosyo-kültürel Etkiler	1 yıl ve altında	9	3,69	1,59	1,540	,205
	2-5 yıl	22	3,45	1,31		
	6-9 yıl	17	4,10	0,88		
	10 yıl ve üstü	196	3,94	1,11		
Turistik Etkiler	1 yıl ve altında	9	2,44	1,18	1,821	,144
	2-5 yıl	22	3,09	1,52		
	6-9 yıl	17	3,39	1,30		
	10 yıl ve üstü	196	3,40	1,28		
Kentsel Etkiler	1 yıl ve altında	9	4,60	0,46	,872	,456
	2-5 yıl	22	4,18	0,77		
	6-9 yıl	17	4,29	0,55		
	10 yıl ve üstü	196	4,31	0,64		

Çizelge 18-devamı

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.S	t	p
Ekonomik Etkiler	1 yıl ve altında	9	2,93	1,29	,222	,881
	2-5 yıl	22	2,53	1,30		
	6-9 yıl	17	2,65	1,40		
	10 yıl ve üstü	196	2,56	1,46		
Olumsuz Etkiler	1 yıl ve altında	9	3,30	0,42	,740	,529
	2-5 yıl	22	2,97	0,83		
	6-9 yıl	17	2,78	1,14		
	10 yıl ve üstü	196	3,10	1,02		
Bireysel Etkiler	1 yıl ve altında	9	4,39	0,59	1,098	,351
	2-5 yıl	22	4,20	0,79		
	6-9 yıl	17	4,34	0,50		
	10 yıl ve üstü	196	4,47	0,69		
Festival Memnuniyeti	1 yıl ve altında	9	4,62	0,47	1,010	,389
	2-5 yıl	22	4,19	0,73		
	6-9 yıl	17	4,44	0,60		
	10 yıl ve üstü	196	4,40	0,70		

Çizelge 18’de katılımcıların Çocuk Gecesi festivaline ilişkin algıları ve memnuniyet düzeylerinde ikamet süresi açısından farklılık olup olmadığını test etmek için yapılan Anova analizi sonuçları verilmiştir. Araştırma sonucuna göre, yerel halkın Çocuk Gecesi’ne ilişkin algıları ve memnuniyet düzeyleri bölgedeki ikamet süresine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu doğrultuda “Yerel halkın festival algıları ve memnuniyet düzeyleri bölgedeki ikamet süresi açısından anlamlı bir fark göstermemektedir” şeklindeki H12 hipotezi desteklenmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar

Bu araştırmada, yerel halkın Edirne ilinin Keşan ilçesine bağlı Çamlıca köyünde düzenlenen Bocuk Gecesi korku festivaline yönelik algılarını ve memnuniyet düzeylerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu bağlamda, Çamlıca köyü yerel halkı ile yapılan anket sonucunda elde edilen bulgulara göre, Çamlıca halkı Bocuk Gecesi'ni 6 boyutta algılamaktadır. Bunlar; sosyo-kültürel, ekonomik, bireysel, turistik, kentsel ve olumsuz etkilerdir. Bu boyutlar, Yıldırım, Karaca ve Çakıcı'nın (2016, s. 60) çalışmasıyla benzerlik göstermekte olup, ancak bu çalışmaya olumsuz etkiler boyutu da eklenerek faktör sayısı 6 olmuştur. Çamlıca köyü yerel halkı Bocuk Gecesi'nin en fazla bireysel, kentsel ve sosyo-kültürel etkilerine olumlu katılım göstermektedir. Yerel halk festivalin bireysel etkileriyle ilgili en çok hoş ve eğlenceli vakit geçirdiklerini, günlük stresini attıklarını düşünmektedir. "Bocuk Gecesi yörenin kültürü ve Bocuk geleneği ile ilgili bilgimi arttırdı" ifadesine ise en düşük katılımı göstermiştir. Yerel halkın Bocuk geleneği bilgilerinin çok eskiye (atalarına) dayandığı, dolayısıyla bu kutlamadan öncede bilgi sahibi oldukları düşünülmektedir.

Bocuk Gecesi'nin kentsel etkileri ile ilgili olarak festivalin yörenin tanıtımına katkı sağladığı düşünceleri ağırlıktayken, en düşük ortalamaya sahip ifade ise Bocuk Gecesi'nin Çamlıca'nın imajını olumlu yönde etkilediğidir. Buna göre yerel halkın bir kısmı Bocuk Gecesi'nin yörenin imajını olumsuz yönde etkilediğini düşünmektedir. Yerel halk Bocuk Gecesi'nin günümüzde eski geleneğinin dışına çıkılarak kutlandığını, dolayısıyla da eski imajının bozulduğunu düşünebilir. Bocuk Gecesi'nin yörenin imajına olumlu katkı sağladığı düşünceleri katılmaktadırlar. Katılımcıların büyük çoğunluğu Bocuk Gecesi'nin Çamlıca köyünün kültürünü yansıttığını, halka sosyo-kültürel etkileşim ve gelişim fırsatı yarattığını, aynı zamanda festivalin yerel kültürün korunmasına yardımcı olduğunu düşünmektedir. Çamlıca halkına göre Bocuk Gecesi yerli turist sayısını çok fazla arttırırken, yabancı turist sayısını aynı oranda arttırmamaktadır. Ayrıca yerel halk Bocuk Gecesi ile ilgili yapılan tanıtımların yetersiz olduğunu düşünmektedir.

Yerel halkın Çocuk Gecesi ile ilgili olarak en düşük ortalamaya sahip faktörler ekonomik ve olumsuz etkilerdir. Bu faktörler yakından incelenecek olursa, yerel halka göre Çocuk Gecesi'nin istihdam olanaklarını arttırdığı görüşü ağırlıktadır. İşletmeleri yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirmesi ve festival gecesi köydeki mal ve hizmet fiyatlarının arttığı görüşüne ise halk düşük katılım sağlamıştır. Çocuk Gecesi'nde satış tezgâhı açan ve yöresel ürünlerini sergileyen kişilerin festivalin ekonomik etkilerine daha olumlu yanıtlar verdiğini söylemek mümkündür. Son olarak yerel halk festivalin olumsuz etkileriyle ilgili olarak en fazla Çocuk Gecesi'nin trafik ve otopark sorunlarına yol açtığına katılmıştır. Katılımcılar köye yapılan yeni otopark alanlarıyla birlikte otopark sorununun azaldığını da belirtmişlerdir. Ayrıca yerel halk Çocuk Gecesi'nde gürültü düzeyi rahatsızlık vericidir ifadesine düşük katılım göstererek, gürültüden rahatsızlık duymadıklarını belirtmişlerdir.

Yerel halkın Çocuk Gecesi'nden memnuniyet düzeyleri ile ilgili elde edilen bulgulara göre, yerel halkın %90'ı Çocuk Gecesi'nden genel olarak memnundur. Ayrıca Çamlıca halkının yine büyük çoğunluğu Çocuk Gecesi'ne katılmakla iyi bir karar verdiklerini ve bu eğlence ile ilgili etraflarına olumlu şeyler söyleyeceklerini ifade etmişlerdir. Araştırmanın sonucunda yerel halkın festival algılarının festival memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Festivalin sosyo-kültürel, turistik ve olumsuz etkilerinin memnuniyet üzerinde anlamlı ve negatif bir etkisi varken, kentsel, ekonomik ve bireysel etkilerin ise memnuniyet üzerinde pozitif yönlü bir etkisi vardır. Araştırmanın bir diğer sonucuna göre, kentsel, bireysel ve ekonomik etkilerin yerel halkın festival memnuniyetini etkileyen en önemli faktörler olduğu belirlenmiştir. Çocuk Gecesi'ne katılan turist sayısı, otopark, trafik ve gürültü gibi alt yapı sorunlarının artması yerel halkın memnuniyet düzeylerini negatif yönde etkileyebilir.

Yerel halkın Çocuk Gecesi algılarının demografik değişkenlerle ilişkisi incelendiğinde ise, kadınların festivalin olumsuz etkilerine erkeklerden daha fazla katıldığı tespit edilmiştir. Erkeklerin Çocuk Gecesi alt yapısı (alternatif yol, otopark alanları) ile ilgili yapılan yeni çalışmalardan daha çok haberdar olduğu, bu nedenle erkeklerin otopark sorunu ile ilgili soruna daha olumlu yanıt verdikleri düşünülmektedir. Fakat kadınlar Çocuk Gecesi'nin ekonomik etkilerine erkeklerden daha fazla katılmaktadır. Kadınların kendi ürettikleri yöresel ürünleri (kabak tatlısı, hediyelik eşya, el sanatları, ev yapımı yiyecek-içecekler vb.) tezgâhlarda sergileyerek

gelir sağlama konusunda erkeklerden daha fazla katılım göstermelerinden dolayı böyle bir sonuca ulaşıldığı düşünülmektedir. Ayrıca erkekler kadınların aksine, Çocuk Gecesi'nde köydeki mal ve hizmet fiyatlarının artmadığını düşünmektedir.

Genç ve yetişkin katılımcılar orta ve yaşlı yaş grubuna göre, festivalin ekonomik etkilerine daha fazla katılım göstermektedir. Yaş arttıkça da olumsuz etkilere katılım daha fazla artmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin eğitim durumu yükseldikçe festivallerin olumlu etkilerine katılım artmaktadır. Festivalin olumlu etkilerine en fazla memur, işçi ve öğrenciler katılım sağlamaktadır. Araştırmada, esnafların festivalin ekonomik etki boyutuna az katılım göstermeleri dikkat çekmektedir. Bunun temel nedeninin Çocuk Gecesi'nin köydeki her esnaf grubuna getiri sağlamaması olarak düşünülebilir. Geliri olmayan ya da düşük olan kişiler festivalin ekonomik etki boyutuna 2000-3000 geliri olanlara kıyasla daha fazla katılım göstermiştir. Geliri olmayan ya da düşük olan kişilerin bu algılarında, festivalden sağladıkları kazanç etkili olabilir. Bunun dışında gelir seviyesi yükseldikçe festivallere olan bakış açısının olumlu olduğunu söylemek mümkündür.

Son olarak Çamlıca köyü halkı ile yapılan yüz yüze anket sonucunda, katılımcıların bir bölümü festivalin olumsuz etkilerini dile getirmişlerdir. Buna göre köydeki bazı kişiler, festivalin gürültü düzeyinin yüksek olduğunu, bu nedenle evdeki yaşlıların rahatsızlık duyduğunu belirtmiştir. Ayrıca Çocuk Gecesi'nin eski geleneğinin bozulduğunu, günümüzde farklı bir hâl aldığını düşünen katılımcılar da vardır. Bazı katılımcılar o gece turistlerin pencere ve kapılara vurulmasından rahatsızlık duyarken, bazıları da festival sonrası oluşan çevre kirliliğinden şikâyet duymaktadır. Aşırı kalabalık, köyde oluşan uzun araç kuyruğu ve giriş çıkışların kapanması da dile getirdikleri diğer sorunlardandır. Özellikle o gece turistlerin tuvalet ihtiyaçlarından dolayı köydeki evlerin kapılarını çalması, bazı katılımcıların çok sık dile getirdiği sorunlar arasındadır.

5.2. Öneriler

Elde edilen sonuçlardan hareketle, Çocuk Gecesi festivalinin devamlılığının sağlanması, turizm potansiyelinin geliştirilmesi ve toplumsal katılımın sağlanması için, festival ile ilgili destinasyon yöneticilerine ve karar alıcılara aşağıdaki öneriler sunulmuştur;

-Turistlerin civardaki lokanta/restoranlar yerine bölge halkına gelir kazandırması için, köyde yeme-içme olanakları zenginleştirilerek, işletme sayısı artırılabilir.

-Bocuk Gecesi'nde bir "lezzet sokağı" oluşturularak çeşitli yiyecek ve içecekler orada satışa sunulabilir.

-Yerel ürünlerin desteklenmesi ve Bocuk Gecesi'ne ait kabak tatlısı ve el sanatları gibi geleneksel ürünlerin yaşatılması için kooperatifler, dernekler, sanat atölyeleri kurulmalıdır.

-Bocuk Gecesi'ne ait gastronomik yiyecekler "Bocuk Lezzetleri" adı altında koruma altına alınarak gastronomi turizmine kazandırılmalıdır.

-Bocuk Gecesi'nin Türkiye'deki karanlık turizm potansiyeline sahip ilk ve tek festivali oluşu fırsata çevrilerek, karanlık turizme yönelik çalışmalara ağırlık verilmeli.

-Köydeki esnaf sayısının fazla oluşu fırsata çevrilmeli ve bu kapsamda bölgedeki esnaflarla bir araya gelerek Bocuk Gecesi ile ilgili koordinasyon toplantıları yapılmalı.

-Köydeki yerel halkın Bocuk Gecesi'ne ilişkin düşüncelerini tespit edici ve yerel halkı teşvik edici, Bocuk Gecesi'ni benimsemelerini sağlayan çalışmalara ağırlık verilmelidir.

-Bocuk öncesi yerel halkı motive edici küçük çaplı bir eğlence düzenlenerek turizm ile ilgili bilinçlendirme çalışmaları yapılmalıdır.

-Bocuk Gecesi sonrası halkın memnuniyet ve şikâyetleri yapılacak araştırmalarla ortaya konulmalıdır.

-Köydeki kadınların girişimcilik faaliyetlerine katılabilmesi ve turizmden gelir elde edebilmeleri için bölgede ev pansiyonculuğu geliştirilmelidir.

-Bocuk Gecesi'nde kırsal kalkınmanın sağlanması için özellikle bölgedeki kadınlara ve gençlere ilgili kuruluşlar tarafından destek sağlanmalıdır.

-Bocuk Gecesi'nin gelişimi için yerel yönetimlerin ve bölgedeki diğer kurum ve kuruluşların tam destek sağlaması gerekmektedir. Tüm paydaşların katılımı ile sık sık bir araya gelinerek paydaş işbirliği sağlanmalıdır.

-Yerel yönetimler Çamlıca köyünü ziyaret ederek, yerel halka o gece satış yapmaları konusunda çeşitli destek ve teşvikler sunmalıdır.

-Bocuk Gecesi programı belirlenmeden önce festival etkinliklerini çeşitlendirmek için “Bu yıl Bocuk Gecesi’nde nelerin olmasını isterdiniz?” sloganıyla köydeki evlere bir form dağıtılarak, yerel halkın fikirlerine başvurulabilir.

- Festivalin arz-talep dengesi çalışmaları tamamlandıktan sonra gün sayısı 2’ye çıkarılabilir.

-Araç trafiğinin önlenmesi için yaya yolları arttırılarak, araç girişi alanları belirli bir metrekareye kadar azaltılabilir.

-Bocuk Gecesi sonrası oluşabilecek çevre kirliliğinin önüne geçilmesi için yerel yönetimlerden temizlik ekipleri talep edilmelidir.

-Bocuk Gecesi’nin turizm gelişiminin sağlanması için Keşan’da bulunan Trakya Üniversitesi ile iş birliği kurulmalıdır.

-Festivale gelen turistlerin bölgede konaklayabilecekleri, sürdürülebilirlik çerçevesinde minimal ve otantik tarzda konaklama birimleri yapılmalıdır. Bu konaklama birimleri karanlık turizm konseptine uygun tarzda dekore edilmelidir.

-Bölgedeki kullanım dışı evler yerel yönetimlerin desteğiyle restore edilerek, Bocuk Gecesi’nin korku temasına uygun bir konseptle konaklama birimlerine dönüştürülmelidir.

-Bölgedeki Rum evleri restore edilerek, turistler için korku evleri oluşturulmalıdır. Bu korku temalı oyun evleriyle hem ekonomik gelir elde edilecek hem de turistlere alternatif oluşturulacaktır.

-Bocuk Gecesi’nin bilinirliğini ve turizm potansiyelini arttırmak için yerel yönetimler iş birliği ile Bocuk Gecesi ile ilgili uluslararası projeler oluşturulmalıdır.

-Festivaldeki tuvalet alt yapısı eksikliğinin giderilmesi için yerel yönetimler tarafından mobil tuvaletler temin edilerek çeşitli noktalara yerleştirilmelidir.

-Festivalin bilinirliğinin daha da artması amacıyla sosyal medya fenomenleri gibi Türkiye’deki ünlü kişiler festivale davet edilmelidir.

-Köyde kamp yapmaya elverişli bir alan belirlenmeli ve Bocuk Gecesi’ne “kış kampı” etkinliği de eklenerek, sosyal medyadaki gezginler bu festivale davet edilmeli.

-Bocuk Gecesi program akışını belirten etkinlik haritaları hazırlanarak gelen turistlere dağıtılmalıdır.

-Bocuk Gecesi'nin Hristiyan âdeti olduğu algısının giderilmesi için akademik çalışmalar ve medya aracılığı ile geleneğin özünün topluma duyurulması sağlanmalıdır

-Bocuk Gecesi'nin kökeninden ritüellerine, lezzetlerine, el sanatlarına, hediyelik eşyalarına, fotoğraflarına, makyaj ve kostümlerine kadar tüm bilgilerin sunulduğu bir kurumsal web site açılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ak Çetin, D. (2020). Karanlık turizm ve kentsel keşif üzerine teorik bir karşılaştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1509-1526.
- Akıncı, Z. ve Kasalak, M. A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. Çatalhöyük *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (1), 161-182.
- Akşit, S. (2007). Doğal ortam duyarlılığı açısından sürdürülebilir turizm. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 441-460.
- Aktaş Polat, S. ve Batman, O. (2010). Efsanelerin turistik çekicilik üzerine etkileri: Profesyonel turist rehberlerine yönelik bir araştırma. *Social Sciences*, 5 (4), 367-395.
- Akyurt Kurnaz, H. ve Kurnaz, A. (2018). Common point of dark and gastronomy tourism: Bocuk Night. M. Rusev, E. Straus, C. Avcıkurt, A. Soykan ve B. Parlak (Edt.), *Social Sciences Research in the Globalizing World* içinde (s. 510-517). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Alexandra, D., Alexandru, C. and Larisa, T. (2014). Dark tourism, Romania and Dracula. The perceptions of potential american tourists. *Annals of Faculty of Economics*, University of Oradea, 1 (1), 309-319.
- Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-kültürel miras turizmi ve Türkiye'den örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2 (2), 50-64.
- Ali-Knight, J. (2010). *The role of niche tourism products in destination development*. Doctoral dissertation, Edinburgh Napier University.
- Alili, M. (2017). Avrupa'daki ve Türkiye'deki hüzün turizmi destinasyonlarının karşılaştırması üzerine teorik bir çalışma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 37-50.
- Alili, M. (2018). *Bir hüzün turizmi destinasyonu olarak Azerbaycan'ın değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Allman, H. R. (2017). *Motivations and intentions of tourists to visit dark tourism locations*. Graduate Theses and Dissertations.
- Amujo, O. and Otubanjo, O. (2012). Leveraging rebranding of 'Unattractive' nation brands to stimulate post-disaster tourism. *Tourist Studies*, 12 (1).

- Ankara Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.
- Artun, E. (1993). Tekirdağ âdetlerinden “Bocuk Gecesi ve Sedenka. *Türk Kültürü Araştırmaları*, 29/(1-2), 34-51.
- Aslan, S. (2015). Prison tourism as a form of dark tourism. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (40), 600-608.
- Atak O., Tatar, S. ve Tunaseli, A. (2017). Kültürel miras oluşumunda festivallerin yeri ve önemi: Fethiye Müzik köyü üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (52), 1396-1409.
- Atay, L, Yeşildağ, B. (2010). Savaş alanları ve turizmi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 65-72.
- Avcı, M. ve Sartayeva, K. (2020). İpek Yolu’ndaki kültürel mirasın dünya turizmine kazandırılması: Kazakistan örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 14-37.
- Babu, S. (2006). Is special interest tourism a strategic option for india?. *Tourism Recreation Research*, 31 (3), 111-112.
- Bachleitner, R. and Zins, A.H. (1999). Cultural tourism in rural communities: The residents’ prespective. *Journal of Business Research*, 44, 199-209.
- Baranaydın, D. (2016). *Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında karanlık turizm: Yerel turistlere yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Biran, A., Poria, Y. and Oren, G. (2011).Sought experiences at (Dark) heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 820-841.
- Blakeman, S. (2015). *Explorations in slum tourism: A new perspective to the contemporary understanding*. Tourism Master’s Thesis. Denmark: Aalborg University.
- Blesic, I., Pivac, T., Besermenji, S., Ivkov-Dzigurski, A., & Kosic, K. (2014). Residents’ attitudes and perception towards tourism development: A case study of rural tourism in Dragačevo, Serbia. *Eastern European Countryside*, 20 (1), 151-165.
- Blom, T. (2000). Morbid tourism - a postmodern market niche with an example from Althorp. Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian. *Journal of Geography*, 54 (1), 29-36.
- Bodger, D. (1998). Leisure, learning, and travel. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*, 69 (4), 28–31.
- Bowman, M. S., and Pezzullo, P. C. (2009). What’s so ‘dark’ about ‘dark tourism’?: Death, tours, and performance. *Tourist Studies*, 9 (3), 187–202.

- Boz, M. (2004). *Turizm gelişmesinde alternatif turizm pazarlamasının önemi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bristow, R. S. and Newman, M. (2004). Myth vs. fact: an exploration of fright tourism. *Northeastern Recreation Research Symposium*, Westfield: Westfield State College, 215–221.
- Brotherton, B. and Himmetoglu, B. (1997). Beyond destinations— special interest tourism. *Anatolia: an International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 8 (3), 11–30.
- Chandran, A., Bhaduri, R. and Swamy, A. (2012). The role of doomsday tourism in setting new paradigms towards addressing climate change issues – a qualitative study on the indian perspective. *Cultur*, 6 (3), 100-110.
- Cudny, W. (2013). Festival tourism- the concept key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies. *Geographical Journal*, 65 (2), 105-118.
- Çakar, K. (2017). Tokat Kalesinin hüzün turizmi potansiyeli. 18. *Ulusal Turizm Kongresi*, Mardin.
- Çanakkale İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.
- Çelik Uğuz, S. and Gacnik, A. (2015). Festivals as cultural attractions in tourism: Case of Slovenia. In: C. Avcıkurt, M. Dinu, N. Hacıoğlu, R. Efe, and A. Soykan, (Edt.) 2015. *Tourism, Environment and Sustainability* (278-293). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Çelik, A. (2017). Hüzün turizmi üzerine bir derleme, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (3), 41-55.
- Çetinsöz, B. C. ve Temiz, G. (2016). Alternatif bir turizm türü olarak Türkiye'nin karanlık (dark) turizm potansiyeli. IMCOFE. *International Multidisciplinary Congress of Eurasi*, 2(3), 507-517.
- Çimen, H. (2020). Hüzün turizminin temel motivasyonları. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi*, 1 (47), 386-393.
- Çoban, Ö., Dilek, S. ve Harman, S. (2017). İntihar bir turizm türü olarak değerlendirilebilir mi?. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 7 (1), 137-151.
- Delamere, T. A., Wankel, L. M. and Hinch, T. D. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part I: Item generation and purification of the measure. *Event Management*, 7 (1), 11–24.
- Demir, S. (2019). *Coğrafi açıdan Türkiye'de festivaller*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Er, Ö., Gönenç Güler, E. ve Baranaydın, D. (2018). Eski bir ritüel olan Çocuk Gecesi'nin sürdürülebilir kültürel miras turizmi kapsamında değerlendirilmesi. *The International Sustainable Tourism and Environment Protection Conference*, Edirne: Trakya University, 166-171.
- Ercan, G. B. (2007). *Niş pazarlama stratejilerinin turizm sektöründe a grubu seyahat acentalarında uygulanması: ETS Tur örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ergüven, M. H. (2015). Gastronomy and wine tourism as a variety of special interest tourism: Thracian vineyard route. *Journal of Turkish Studies*, 10 (10), 449-464.
- Ertürk, M. (2018). Kıbrıs Türk Milli Mücadele Dönemi'nden miras: KKTC'nin hüzün turizmi potansiyeli, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (4), 57-73.
- Garcia, B. R. (2012). Management issues in dark tourism attractions: The case of ghost tours in Edinburgh and Toledo. *Journal of Unconventional Parks, Tourism and Recreational Research*, 4 (1), 14-19.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29 (3), 403-428.
- Gibson, H. (1996). The educational tourist. *Journal of Physical Education, Recreation and Dance*, 69 (4), 32-34.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y. (2015). Bir turizm çeşitliliği olarak festival etkinliklerinin sınıflandırılması: Türkiye üzerine bir değerlendirme. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5 (13), 306-323.
- Gül, K. ve Gül, M. (2019). Etnik kültürel mirasın turizmde değerlendirilmesi: Küçükköy Boşnak göçmenleri örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1236-1251.
- Gürsay, M. S. ve Güneş, S. G. (2014). Jeo turizm ve sürdürülebilirlik: Kızılcahamam – Çamlıdere Jeoparkı örneği. *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 203-215.
- Güzel, Ö. ve Akyurt Kurnaz, H. (2020). Türk kültüründe bir miras olarak Çocuk Gecesi ritüeli içeriği: Fenomenolojik bir araştırma. *Milli Folklor*, 16 (128), 163-178.
- Hilton Trends Report (2022). The 2022 traveler: emerging trends and the redefined traveler.

http-1:

<https://www.turizmgunlugu.com/2022/01/27/2022-seyahat-trendleri/>

(Erişim Tarihi: 25.05.2022)

http-2:

<http://auschwitz.org/en/visiting/attendance/>

(Erişim Tarihi: 15. 03.2021)

http-3:

<https://www.haberler.com/guncel/ulucanlar-cezaevi-muzesi-ne-2019-da-rekor-12802937-haberi/>
(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-4:
<https://www.trthaber.com/haber/yasam/canakkale-destaninin-yazildigi-geliboluya-3-milyon-ziyaretci-439197.html>
(Erişim Tarihi: 25.05.2021)

http-5
<https://www.forbes.com/sites/alexledsom/2020/02/16/the-rise-of-dark-tourism-in-europe/?sh=16b0a60c3cdf>
(Erişim Tarihi: 20.05.2022)

http-6:
<https://www.turizmajansi.com/haber/yeni-arayislar-yeni-alternatifler-ve-yeni-ipek-yolu-turizmi-h38194>
(Erişim Tarihi: 04.02.2020)

http-7:
<https://vagabondish.com/dark-tourism-travel-tours/>,
(Erişim Tarihi: 21.03.2021)

http-8:
<https://www.ulucanlarcezaevimuzesi.com.tr/tarihce/>
(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-9:
<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52426424>
(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-10:
<https://www.sedlecossuary.com>
(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-11:
<https://www.isladelasmunecas.com>
(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-12:
<https://muze.gov.tr/muze-detay?DistId=MRK&SectionId=SCE01>
(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-13:
<http://www.adapazari.bel.tr/idet/56/129/turizm>
(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-14:
<https://www.rehbername.com/seyahat/kayakoy-gezi-rehberi>
(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-15:
<https://www.nationalgeographic.com/travel/article/top-ten-day-of-dead-mexico>
(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-16:
<https://www.oprahdaily.com/life/g28611112/best-halloween-festivals/?slide=23>

(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-17:

<https://www.bramstokerfestival.com/>

(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-18:

<https://www.hurriyet.com.tr/seyahat/bir-korku-festivali-mohac-buso-senlikleri-40741556>

(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-19:

<https://www.milliyet.com.tr/tatil/olum-ve-korkuyu-bir-araya-getiren-festivaller-1552173>

(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-20:

<https://www.bbc.com/news/uk-england-york-north-yorkshire-50201930>

(Erişim Tarihi: 30.03.2021)

http-21:

<https://www.kesanpostasi.com/2022-bocuk-gecesi-tarihi-belli-oldu.html>

(Erişim Tarihi: 05.03.2022)

Hungate, C. (2017). *Jaunts and haunts: Examining the effect of the dark tourism industry on Savannah's traditional branded image*. Master Of Historic Preservation. Athens, Georgia: The University of Georgia.

Iliev, D. (2020). Consumption, motivation and experience in dark tourism: A conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*.

Ironside, R. (2018). The allure of dark tourism: Legend tripping and ghost seeking in dark places. In Waskul, D. and Eaton, M. (eds.) *The supernatural in society, culture and history*. Philadelphia: Temple University Press [online], 5, 95-115.

İnce, Ö. (2020). *Karanlık turizm kapsamında eğlence fabrikalarının incelenmesi: Deep Fear Park örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İpek, A. Z. (2016). *Turizm destinasyonları için pazarlama stratejileri: Doğu Karadeniz bölgesinde destinasyon pazarlama stratejileri üzerine bir uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İslamoğlu, H. ve Alnıaçık, Ü. (2019). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. (Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 6. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Jahnke, D. (2013). *Dark tourism and destination marketing*. Master thesis, Kajaani, Finland: Kajaani University of Applied Sciences.

Jamontait, K. (2015). *Etnik turizmin bir turistik ürün olarak incelenmesi: Litvanya Karay Türkleri örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kang, E.J., Scott, N., Lee, T. J., and Ballantyne, R. (2012). Benefits of visiting a 'darktourism' site: The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea. *Tourism Management*, 33 (2), 257–265.
- Kaya, O. (2006). *Ölüm turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı 'nı ziyaret eden turistlerin ziyaret motivasyonlarını anlamaya yönelik bir araştırma ve sonuçları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kelman, I., and Dodds, R. (2009). Developing a code of ethics for disaster tourism. *Int. J. Mass Emerg. Disasters*, 27 (3), 272–296.
- Keşan Ticaret ve Sanayi Odası.
- Khalilova, K. (2008). *Kültür turizmi bakımından Azerbaycan Şirvan bölgesinin arz potansiyelinin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 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 Sop, S. (2011). Hüzün turizmi, katarsis ve alternatif katarsistik bir destinasyon örneği olarak San Jose madeni. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8 (3).
- Kızılırmak, İ ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-120.
- Kozak, M. A., ve Bahçe, S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak Akoğlan, M. ve Kozak, M. (2013). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar*. (14.Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak Akoğlan, M. ve Kozak, M. (2018). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar*. (20.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A. ve Alper, B. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1, 131-139.
- Kruja, D. and Gjyrezi, A. (2011). The special interest tourism development and the small regions. *Turizam*, 15 (2), 77-89.
- Kunwar, R. and Karki, N. (2019). Dark tourism: Understanding the concept and recognizing the values. *Journal of APF Command and Staff College*, 2 (1), 42-59.
- Kurnaz, H. A., Çeken, H. ve Kılıç, B. (2013). Hüzün turizmi katılımcılarının seyahat motivasyonlarının belirlenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 57-73.

- Lee, S., and Bai, B. (2016). Influence of popular culture on special interest tourists' destination image. *Tourism Management*, 52, 161–69.
- Lennon, J. (2017). *Dark Tourism*. Oxford Research Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice.
- Lennon, J. J. and Foley, M. (1999). Interpretation of the unimaginable: The U.S. Holocaust Memorial Museum, Washington, D.C., and “Dark Tourism.” *Journal of Travel Research*, 38 (1), 46–50.
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301.
- Lopez-Guzman, T. ve Sánchez-Cañizares, S. (2012). Gastronomy, tourism and destination differentiation: A case study in Spain. *Review of Economics and Finance*, 1, 63–72.
- Luzar, E. J., Diagne, A., Gan, C. and Henning, B. R. (1995). Evaluating nature-based tourism using the new environmental paradigm. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 27 (2), 544-555.
- Ma, L., and Lew, A. A. (2012). Historical and geographical context in festival tourism development. *Journal of Heritage Tourism*, 7 (1), 13-31.
- Ma, S. D., Kirilenko, A. P., and Stepchenkova, S. (2020). Special interest tourism is not so special after all: Big data evidence from the 2017 Great American Solar Eclipse. *Tourism Management*, 77.
- Malihah, E. and Setiyorini, H.P.D. (2014). Tourism education and edu-tourism development: Sustainable tourism development perspective in education. *The 1st International Seminar on Tourism*.
- Minic, N. (2012). Development of ‘dark’ tourism in the contemporary society. *Journal of the Geographical Institute, Jovan Cvijic, SASA*, 62 (3), 81-103.
- Niemela, T. (2010). *Motivation factors in dark tourism: Case: House of terror*. PhD thesis. Lahti University of Applied Sciences.
- Novelli, M. (2005). *Niche tourism, contemporary issues trends and cases*. Burlington: Butterworth Heinemann Publications.
- Novotna, M., Frantal, B., Kunc, J., ve Kubickova, H. (2019). Special interest tourism in the czech republic: Introduction and overview. *Czech Journal of Tourism*, 8 (1), 49–63.
- O’gorman, S. M. (1998). Death and dying in contemporary society: An evaluation of current attitudes and the rituals associated with death and dying and their relevance to recent understandings of health and healing. *Journal of Advanced Nursing*, 27 (6), 1127–1135.
- Olçay, A. (2008). Türk turizmde eğitimin önemi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2), 383-390.

- Özçelik, H. (2012). *Gelibolu-Waterloo karşılaştırması yoluyla Türkiye’de keder turizmi potansiyeli analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pekerşen, Y. (2017). Hayatı sonlandırmak için seyahat. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (4) , 313-328.
- Pekerşen, Y. (2020). *Karanlık turizm “kara turizmin köklerini keşfet”*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Pharino, C., Pearce, P. and Pryce, J. (2018). Paranormal tourism: Assessing tourists' onsite experiences. *Tourism Management Perspective*, 28, 20-28.
- Podoshen, J., Yan, G., Andrzejewski, S., & Wallin, J. and Venkatesh, V. (2018). Dark tourism, abjection and blood: A festival context. *Tourism Management*, 64, 346-356.
- Puryova, R. (2013). *Examining main motivational factors in dark tourism-Gallipoli, Turkey*. Master of Science. Eastern Mediterranean University, Institute of Graduate Studies and Research.
- Quinn, B. (2006). Problematising ‘festival tourism’: Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of sustainable tourism*, 14 (3), 288-306.
- Raine, R. (2013). A dark tourist spectrum. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7 (3), 242–256.
- Richards, G. (2001). *Cultural attractions and european tourism*. Tilburg, Netherlands: Department of Leisure Studies Tilburg University.
- Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Robinson, M., Picard, D. and Long, P. (2004). Festival tourism: Producing, translating and consuming expressions of culture(s). *Event Management*, 8 (4), 187-189.
- Robinson, P., Heitmann, S. and Dieke, D. P. (2011). *Research themes for tourism*. United Kingdom: CABI International.
- Roders, A. P. and Oers, R. (2011). Editorial: Bridging cultural heritage and sustainable development. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 1 (1), 5-14.
- Rucinska, D. and Lechowicz, M. (2014). Natural hazard and disaster tourism. *Miscellanea Geographica*, 18 (1), 17-25.
- Sangmu, L. (2016). *The Shoton festival in Tibet: local perceptions of impacts*. Master of International Tourism Management. Auckland: Auckland University of Technology.

- Sarıtaş, S. ve Hacıoğlu, C. (2017). Çamlıca'da eski bir balkan kutlaması: Çocuk Gecesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (2), 328-335.
- Saygın, M. (2017). *Kent Stratejisi Silifke*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Seaton, A. V. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2, 234-244.
- Seyhan, B. ve Evcim, S. (2012). Antik Çağ'da Anadolu'da turizm. 2. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, 219-234.
- Seyhan, G. ve Yılmaz, B. S. (2010). Sürdürülebilir turizm kapsamında konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama: Calista Luxury Resort Hotel, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 51-74.
- Sezer, B., Küçükaltan, D. ve Çakır, A. (2013). Edirne - Çamlıca Beldesi'nde kırsal turizm ve turizm algısı. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3 (2), 46-54.
- Sezer, Ö. (2007). Küresel konferanslar ve çevre sorunları: Çevre kalkınma ve etik açısından eleştirel bir değerlendirme. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, ICANAS 38, Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, 10-15.
- Sharpley, R. and Gahigana, I. (2014). Tourist experiences of genocide sites: The case of Rwanda. *Turisticko poslovanje*, 13, 61-78.
- Sharpley, R. and Stone, P. R. (2009). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Bristol: Channel View Publications.
- Sheng, C.W., Shen, M.J. and Chen, M.C. (2008a). An exploratory study of types of special interest tour preferences and preference demographic variables analysis. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2 (3), 271 – 284.
- Sheng, C.W., Shen, M.J. and Chen, M.C. (2008b). Special interest tour preferences and voluntariness simplicity lifestyle. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2 (4), 389-409.
- Slayton, L. (2006). Ground Zero - tragedy, terror, and grief tourism. *Grief Tourism*, 7.
- Small, K., Edwards, D. and Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. *International Journal of Event Management research*, (1) 1, 66-76.
- Smith, V. (1998). War and Tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25, 202-227.
- Sol, S. (2019). Balkanlardan Trakya'ya taşınan bir ritüel: Çocuk Gecesi örneği. *Motif Uluslararası Genç Halkbilimciler ve Türk Dünyası Kongresi*, Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, 599-608.

- Soleimani, S., Bruwer, J., Gross, M. and Lee, R. (2019). Astro-tourism conceptualisation as special-interest tourism (SIT) field: A phenomenological approach. *Current Issues in Tourism*, 22 (18), 2299–2314.
- Stankova, M. and Vassenska I. (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. *Tourism and Management Studies*, 11 (1), 120-127.
- Stone, P.R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54 (2), 145-160.
- Stone, P.R. (2010). *Death, dying and dark tourism in contemporary society: A theoretical and empirical analysis*. Doctoral thesis, University of Central Lancashire.
- Stone, P.R. (2012). Dark tourism and significant other death: Towards a model of mortality mediation. *Annals of Tourism Research*, 39 (3), 1565-1587.
- Stone, P. and Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35 (2), 574-595.
- Strange, C. And Kempa, M. (2003). Shades of dark tourism. *Annals of Tourism Research*, 30 (2), 386-405.
- Sunar, H. (2017). *Özel ilgi turizmi olarak hüznün turizmi ve Türkiye’den örnekler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Susic, V. and Mojic, J. (2014). Congress tourism as a market niche of business tourism. *Economic Themes*, 52 (4).
- Şafaklı, O. ve Erkut, Z. (2002). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde özel ilgi turizminin karşılaştırmalı üstünlüğü. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 33-38.
- Şahin, G., Boğa, D. ve Akova, O. (2016). Dark turizm ve etik ilişkisi üzerine bir değerlendirme. 3. *Uluslararası Turizm ve Yönetim Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, Antalya: 1859-1878.
- Tanrısevdi, A. (2009). Türk özel ilgi gezginleri sansasyon arama özelliği sergilemekte midir? *Ege Academic Review*, 9(4), 1313-1340.
- Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 9-22.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Tırıl, A. (2018). Bir özel ilgi turizmi olarak edebiyat turizmi ve Türkiye’nin edebiyat turizmi potansiyeli. *International Journal of Social And Humanities Sciences*, 2 (2), 161-184.

Tokat İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism-frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27 (2), 183–200.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği.

Uluçeçen, T.H. (2011). *Özel ilgi turizmi: Kapsamı, çeşitleri ve Türkiye’de uygulanabilirliği*. Uzmanlık Tezi. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

Uygur, M. S. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 30-49.

Valentine, P. S. (1992). *Review: Nature-based tourism*. B., Weiler & C. M. Hall (Eds.), Special interest tourism (pp. 105-127). London, UK: Belhaven Press.

Wen, J. and Wu, M. Y. (2020). How special is special interest tourism-and how special are special interest tourists? A perspective article in a Chinese context. *Current Issues in Tourism*, 23 (16), 1968-1972.

Yaylı, A. ve Sürücü, Ö. (2016). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldız, S. (2018). Yok oluştan doğan turizm: Kıyamet turizmi (doom tourism). *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5 (5), 224-241.

Yıldız, Z., Yıldız, S., ve Aytemiz, L. (2015). Kara turizm, terör turizmi ve Türkiye potansiyeli. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 390-407.

Yılmaz, C. (2009). Tarihi Sinop Kalesi Cezaevi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14 (22), 1-15.

Yolal, M., Gürsoy, D., Uysal, M., Kim, H. L., and Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents’ well-being. *Annals of Tourism Research*, 61, 1-18.

Yu, C. E., Wen, J. and Meng, F. (2020). Defining Physician-Assisted Suicide Tourism and Travel. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 20 (10), 1-10.

Yuill, S. M. (2003). *Dark tourism: understanding visitor motivations at sites of death and disaster*. Masters Dissertation. Texas: Texas A&M University.

EKLER

EK 1: ANKET FORMU

ANKET FORMU

Değerli katılımcı, bu soru formunun amacı “Bocuk Gecesi” korku festivali hakkındaki görüşlerinizi öğrenmektir. Elde edilen veriler, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı’nda devam etmekte olduğum yüksek lisans tezi için kullanılacaktır. Vermiş olduğunuz cevaplar yalnızca bilimsel araştırmada kullanılacaktır. Bize sağladığımız tüm bilgi kesinlikle gizli tutulacaktır. Sorulara yanıt verirken, sizin için en doğru seçeneği “X” işareti ile işaretleyiniz. Ayırdığımız zaman ve göstermiş olduğunuz ilginiz için teşekkür ederiz.

Yüksek Lisans Öğrencisi

Merve KARAKAŞ

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ

1.BÖLÜM

Aşağıdaki sorular size özel kişisel bilgileri içermektedir. Lütfen bu bilgileri eksiksiz doldurunuz.

DEMOGRAFİK BİLGİLER:

- Yaşınız: 18–24 () 25–34 () 35–44 () 45-54 () 55 ve üstü ()
- Cinsiyetiniz: Kadın () Erkek ()
- Medeni Durumunuz: Evli () Bekâr ()
- Eğitim Durumunuz: İlköğretim () Ortaöğretim() Lise () Ön Lisans () Lisans () Lisansüstü ()
- Mesleğiniz: Emekli () Öğrenci () Memur () Esnaf () İşçi () Ev hanımı () Çalışmıyor () Diğer..... (Lütfen belirtiniz)
- Aylık ortalama geliriniz: Gelirim yok () 1–1000 TL() 1001- 2000 TL () 2001-3000 TL () 3001-4000 TL () 4001 ve üstü ()
- Kaç yıldır bölgede yaşıyorsunuz?: 1 yıl ve altında () 2-5 yıl () 6-9 yıl () 10 yıl ve üstü ()

2. BÖLÜM

Aşağıda yerel halkın Bocuk Gecesine ilişkin algılarını ölçen ifadeler yer almaktadır. Lütfen soruları katılım derecenize göre işaretleyiniz.

<u>Doğru va da yanlış cevap yoktur. Önemli olan sizin görüşlerinizdir.</u> Lütfen düşüncenizi en iyi yansıtan kutucuğu X ile işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	KATILIYORUM	KESİNLİKLE KATILIYORUM
İfadeler					
1. Bocuk Gecesi yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2. Bocuk Gecesi yerel halk ile katılımcıların iletişim kurmasını sağlamaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3. Bocuk Gecesi yörenin yaşam standartlarının yükselmesine yardımcı olmaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4. Bocuk Gecesi Çamlıca'nın kültürünü yansıtmaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5. Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6. Bocuk Gecesi yerel halkın sosyo-kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7. Bocuk Gecesi yerel halka sosyal etkileşim fırsatları sağlamaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8. Bocuk Gecesi ile ilgili yapılan tanıtımlar yeterli düzeydedir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9. Bocuk Gecesi düzenlenen etkinlikler yeterli düzeydedir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

10. Çocuk Gecesi köye gelen yerli turist sayısını arttırmaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11. Çocuk Gecesi süresince artan ziyaretçi sayısından memnunum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12. Çocuk Gecesi yörenin tanıtımına katkı sağlamaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13. Çocuk Gecesi yörenin imajını olumlu yönde etkilemektedir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14. Çocuk Gecesi şehir projelerine (altyapı, üstyapı vb.) ekonomik kaynak sağlamaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15. Çocuk Gecesi yerel halka becerilerini sergileme ve kazanç sağlama fırsatı sağlamaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16. Çocuk Gecesi yerel halk için istihdam olanaklarını arttırmaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17. Çocuk Gecesi işletmeleri yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirmektedir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18. Çocuk Gecesi yerel işletmelerin iş hacmini arttırmaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19. Çocuk Gecesi süresince daha çeşitli mal ve hizmetler köyde satışa sunulmaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20. Çocuk Gecesi süresince köydeki mal ve hizmet fiyatları artmaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21. Çamlıca'ya ulaşım olanakları yeterlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22. Çamlıca'da çevre temizliği yeterlidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23. Yolların kapatılması ve yön değişiklikleri Çocuk Gecesi süresince yerel halkı rahatsız etmektedir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24. Çocuk Gecesi süresince trafik yoğunluğu vardır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25. Çocuk Gecesi süresince otopark sorunu vardır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26. Çocuk Gecesi süresince gürültü düzeyi rahatsızlık vericidir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27. Çocuk Gecesi süresince güvenlik sorunu yoktur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28. Çocuk Gecesi yerel örgütler, işletmeler, kurumlar arası işbirliğini arttırmaktadır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29. Çocuk Gecesi yörenin kültürü ve Çocuk geleneği ile ilgili bilgimi arttırdı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30. Çocuk Gecesi hoş ve eğlenceli vakit geçirmemi sağladı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
31. Çocuk Gecesi günlük stresimi atmamı sağladı.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)


3. BÖLÜM

Aşağıda Çamlıca köyünde düzenlenen Çocuk Gecesinden **memnuniyet** derecenizi ölçmeye dönük ifadeler yer almaktadır. Lütfen her bir ifadeye katılım derecenizi belirtiniz.


İfadeler	Kesinlikle	Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	KATILYORUM	KESİNLİKLE
	Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	KATILYORUM	KATILYORUM	KATILYORUM
1. Çamlıca'da Çocuk Gecesi düzenlenmesinden memnunum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(5)
2. Çocuk Gecesinden genel olarak memnunum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(5)
3. Çocuk Gecesine katılmakla iyi bir karar verdiğimi düşünüyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(5)
4. Çocuk Gecesi ile ilgili etrafıma olumlu şeyler söyleyeceğim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(5)
5. Gelecek sene Çocuk Gecesine yine katılmayı düşünüyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(5)

EK 2: ÖLÇEK İZİNLERİ

anket izni Gelen Kutusu x

 **Merve Karakaş** 22 Kas 2020 Paz 11:56 ☆ ↶ ⋮
Alıcı: celicakici ▾


Hocam merhaba, ben Merve KARAKAŞ. Balıkesir Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı yüksek lisans öğrencisiyim. DOÇ. DR. SABRİYE ÇELİK UĞUZ danışmanlığında yazmakta olduğum "Özel İlgi Turizmi Olarak Dark Turizm: Yerel Halkın Çocuk Gecesi Korku Festivaline Yönelik Algıları Üzerinde Bir Araştırma" adlı tezimde kullanmak amacıyla, sizin "Yerel Halkın "Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı"na Yönelik Algı ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma" adlı çalışmanızın atıf vermek şartıyla ölçeğinden faydalanabilir miyim? Ve ek olarak anketinizi rica edebilir miyim?

 **Çakıcı Y Celil** 22 Kas 2020 Paz 12:08 ☆ ↶ ⋮
Alıcı: ben ▾

Merhaba merve
elbette yararlanabilirsin. Sorun yok. referans verdiğiniz sürece izin almanıza da gerek yok aslında. Bu konuda süreci yanlış yönetiyorlar

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI
Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Çiftlikköy Kampusu
Yenişehir/Mersin
03243610001/13971

İlt: anket izni Gelen Kutusu x

 **OYA YILDIRIM** 23 Kas 2020 Pzt 22:36 ☆ ↶ ⋮
Alıcı: ben, Berkay ▾

Merhaba Merve,

Berkay Hoca'ma göndermiş olduğunuz e-maile cevaben bu mesajı yazıyorum. Çalışmanızda bizim yayınımdan faydalanmak istememiz elbette gurur verici, teşekkür ediyorum. Yerel Halkın "Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı"na Yönelik Algı ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma" adlı çalışmamızda kullandığımız ölçeği atıf vererek kullanmanız bizi memnun eder. Ankette kullandığımız ölçeği ekte gönderiyorum. Araştırmanızın sonucunu bizlerle paylaşmanızı arzu ederim. Şimdiden çalışmalarınızda kolaylıklar dilerim.

Öğr. Gör. Dr. Oya YILDIRIM
Çukurova Üniversitesi
Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

From: Merve Karakaş
Sent: Sunday, November 22, 2020 11:54:22 AM
To: _____
Subject: anket izni

EK 3: TAAHÜTNAME

BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ETİK KURULU TAAHHÜTNAME

- Başvuruda verilen tüm bilgilerin eksiksiz ve doğru olduğunu,
- Bu projenin kurulunuza sunduğumuz hali ile daha önce başka bir etik kurula sunulmadığını,
- Araştırma ekibininin araştırma hakkında bilgilendirileceğini,
- Araştırma etik ilkelerine uyulacağını;
- Araştırma ve araştırmanın uygulanması sırasında beklenmeyen ters bir etki ya da bir olay olduğunda Etik Kurulun haberdar edileceğini,
- Araştırma durdurulmuş ise bunun derhal Etik Kurula bildirileceğini,
- Araştırmanın başlatılabilmesi için Bakanlık izninin gerekli olduğu durumlarda, Bakanlık izin yazısı olmaksızın araştırmanın başlatılamayacağını,
- Araştırmanın Etik Kurul tarafından onaylandığı tarihten itibaren 6 (altı) ay içinde başlatılmadığı veya araştırmadan vazgeçildiği durumda, konu ile ilgili olarak Kurulunuzun bilgilendireceğini,
- Araştırma ekibinde ortaya çıkacak değişikliklerde ve araştırma protokolünde amaç, yöntem vb gibi husulardaki değişikliklerin yazılı olarak Etik Kurula bildireceğini, sözkonusu değişikliğin Kurul onayından önce yürürlüğe sokulmayacağını,
- Araştırma tamamlandığında “araştırma sonuç raporunu” ve makale olarak yayımlandığında, makalenin tam metin bir kopyasınının Kurulunuza sunulacağını,
- Araştırma ekibinde Kanun, Kanun Hükmünde Kararname vb yolla kamudan ihraç edilmiş birinin yer almadığını,
- Bu çalışmada uygulanacak olan veri toplama aracının seçimi ve/veya kullanımı sırasında fikri mülkiyet haklarından kaynaklanan etik kuralların ihlal edilmeyeceğini,

Taahhüt ederim/ederiz.

Tarih : 01/04/2021

Araştırmanın Adı : ÖZEL İLGİ TURİZMİ OLARAK KARANLIK TURİZM: YEREL HALKIN “BOÇUK GECESİ” KORKU FESTİVALİNE YÖNELİK ALGILARI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Not: Araştırmanın onaylanması durumunda, Etik Kurulunuzun “İzleme – Denetleme” görevi gereği olarak lüzumu halinde ve her hangi bir aşamada haberli / habersiz denetlenebileceğini biliyor ve kabul ediyorum/ediyoruz.

Araştırma Ekibi

Sorumlu Araştırmacı***: Doç. Dr. Sabriye Çelik UĞUZ <i>(Tez Danışmanı)</i>	
Araştırmacı: Merve KARAKAŞ	

