

Savaş Alanı Turizmi: Bir Literatür Taraması

Yrd. Doç. Dr. Ozan ÇATIR

Uşak Üniversitesi, Ulubey Meslek Yüksekokulu.

[e-posta: ozan.catir@usak.edu.tr](mailto:ozan.catir@usak.edu.tr)

Öz

Bu çalışmanın amacı, savaş alanı turizmiyle ilgili ulusal ve uluslararası alandaki 1997-2015 yılları arasında yayınlanan makalelerin incelenmesidir. Savaş alanı turizmiyle ilgili yazın taraması Uşak Üniversitesi e-kütüphanesinin veri tabanından elde edilmiştir. Ulaşılan makalelerden 1997-2015 yılları arasındaki 51 çalışma incelemeye alınmıştır. Çalışmanın sonucunda, en fazla turistlerin savaş alanlarıyla ilgili memnuniyet, motivasyon ve ziyaret nedenlerini belirlemeye yönelik çalışmaların yapıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hüzün Turizmi, Savaş Alanı Turizmi, Yazın İncelemesi.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt. 1, Sayı.1, 2017
ss.21-31.

DOI: 10.26677/tutad.2017.1

Önerilen Atıf:

Çatır, O. (2017). Savaş Alanı Turizmi: Bir Literatür Taraması, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.1, Sayı.1, ss.21-31.

Battlefield Tourism: A Literature Review

Assistant Prof. Dr. Ozan ÇATIR

Uşak University, Ulubey Vocational School.

[e-mail: ozan.catir@usak.edu.tr](mailto:ozan.catir@usak.edu.tr)

Abstract

The aim of this study is to examine the articles published between 1997 and 2015 on national and international issues related to battlefield tourism. The literature survey on battlefield tourism was obtained from the database of the Uşak University e-library. 51 articles from 1997 to 2015 were taken into consideration. As a result of the study, it was determined that the tourists related to the battlefields were made to determine the reasons of satisfaction, motivation and visit.

Keywords: Dark Tourism, Battlefield Tourism, Literature Review.



Journal of Turkish Tourism Research
Vol. 1, Issue.1, 2017
pp.21-31.

Suggested Citation:

Çatır, O. (2017). Battlefield Tourism: A Literature Review, *Journal of Turkish Tourism Research*, Vol.1, Issue.1, pp.21-31.

GİRİŞ

İnsanları turizm hareketlerine yönlendiren birçok sebep vardır. Çoğunlukla insanlar tatil amaçlı seyahatler gerçekleştirmekle birlikte; sağlık, spor, inanç vb. amaçlarla da seyahat etmektedirler. Çalışmanın konusunu oluşturan savaş alanları da insanların merak ettiği unsurlardan biridir. Savaşlar toplumları maddi ve manevi şekilde etkileyen olaylardır. Savaş sonrası hem fiziksel değişimler, hem de toplumsal değişimler meydana gelmektedir. İnsanlar, savaş alanlarını ziyaret ederek, savaşın nasıl gerçekleştiğini, savaşın acılarını, anıtları ve mezarları görmek istemektedirler. Bu amaçla gerçekleştirilen turizm çeşidine savaş alanı turizmi denilmektedir.

Türkiye’de tarih boyunca birçok savaş gerçekleşmiştir. İnsanlar, savaşların gerçekleştiği alanları, şehitlikleri ve anıtları ziyaret etmek istemektedirler. Bu bakımdan savaş alanlarının turizm amaçlı kullanılması mümkün olmaktadır. Gelibolu Tarihi Milli Parkı, Başkomutan Tarihi Milli Parkı, Sakarya Meydan Muharebesi Tarihi Milli Parkı, Sarıkamış Allahuekber Dağları Milli Parkı vb. savaş alanları turizmi için uygun destinasyon bölgelerine örnek olabilir. Yapılan araştırma kapsamında savaş alanları turizmini gerçekleştirecek olan grubun potansiyel turist grubunda yer alması savaş alanı turizmiyle ilgili literatür bilginin gerekliliğini de ortaya çıkarmaktadır. Savaş alanı turizmiyle ilgili yeterli bilgi akademik çalışmalardan faydalanarak sağlanabilir.

Çalışmanın amacı 1997-2015 yılları arasında savaş alanı turizmiyle ilgili yapılan makalelerin derlenerek, yazın incelemesinin yapılmasıdır. Savaş alanı turizmiyle ilgili veri tabanları taranmış, ulusal ve uluslararası toplam 51 çalışma incelemeye alınmıştır. Çalışmanın sınırlılıkları aşağıda maddeler halinde açıklanmıştır:

- Araştırmanın daha hızlı ve maliyetlerin minimize edilmesi esasına dayanarak; sadece konu ile ilgili yapılmış ve rastlanan makaleler incelemeye alınması (kitap, tez, tanıtım broşürü vb. yayınlar dikkate alınmamıştır),
- Savaş alanı turizmiyle ilgili makalelere ulaşmak için sadece Uşak Üniversitesi e-kütüphanesi (veri tabanı) kullanılması,
- Savaş alanı turizmiyle ilgili makalelere ulaşmak için anahtar kelime olarak sadece “battlefield tourism” kelimesinin kullanılması,
- Bu anahtar kelime ile tarama yapıldığında 64 makaleye ulaşılmış ve 51’i incelenmeye uygun görülmesi, incelemeye uygun görülmeyen 13 makalede ise; gezi notu, tanıtım, açıklama vb. şeklinde konuların yer alması ve “Battlefield tourism” anahtar kelimesi ile yapılan araştırma sonucunda 1997-2015 yılları arasındaki makalelere ulaşılmıştır (ilk olarak 1997 yılındaki yapılmış ve ulaşılan çalışma).

Çalışmada savaş alanı turizmi kavramı açıklanmış, savaş alanı turizmiyle ilgili yayınların konuları tablo halinde sunulmuş ve elde edilen bulgular ışığında uygulamacılara (yerel yönetim ve özel işletme yöneticileri) ve araştırmacılara öneriler getirilmiştir.

HÜZÜN VE SAVAŞ ALANI TURİZMİ

Yapılan yazın taramasında savaş alanı turizminin daha çok hüznün turizmi kavramının altında incelendiği görülmüştür. Hüznün turizmi ilk kez 1990’lı yıllarda Lennon ve Foley (1996) tarafından geliştirilen bir kavramdır (Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu, 2007: 217). Foley ve Lennon’a göre (1996:198) hüznün turizmi, bir fenomen olarak ziyaretçilerin gerçek veya metalaşmış ölüm ve felaket alanlarının ziyaretlerini kapsar. Seaton (1999:131), hüznün turizmini “ölümle sembolik veya gerçek olarak karşılaşma arzusuyla seyahat etme” şeklinde tanımlamıştır. Hüznün turizminin, black spot (kara nokta), morbid (korkunç) ve battlefield (askeri alan) turizmi çok

farklı şekilde isimlendirildiği görülmüştür. Miles hüzün turizminin; idamları, suikastları, mezarlıkları, toplu mezarları ve anıtları, hapisaneleri, toplama kamplarını ve savaş bölgelerini ziyaretleri içerdiğini ifade etmiştir (Miles, 2014:135).

Seaton (1999:131) çalışmasında, hüzün turizmi beş gruba ayırmıştır. Birinci grup idam cezasını izlemek için yapılan seyahatlerdir. İkinci grup bireysel veya toplu ölümlerin gerçekleştiği yerleri görmek için yapılan seyahatlerdir. Bu seyahatler çok yaygın olarak görülmektedir. Vahşet alanlarına, afet alanlarına, ünlü kişilerin ölüm alanlarına ve savaş alanlarına yapılan seyahatler bu gruba örnek olarak verilebilir. Üçüncü grup, hapisaneler, mezarlıklar, anıtlar, türbeler ve savaş alanları gibi ölümü akla getiren alanlara yapılan seyahatlerdir. Dördüncü grup, müze gibi özellikle ölümü ve savaşı hatırlatan sembollerini ve hatıralara yapılan seyahatlerdir. Ölümlere ait hatıra eşyalar, silahlar, giysileri görmek için yapılan seyahatler örnek olarak verilebilir. Beşinci grupta dini amaçlı acı çeken birinin yaşadığı alanı ziyaret şeklinde olabilir.

Brian, Poria ve Oren (2011) hüzün turizminin kapsadığı savaş alanı turizmin üç farklı bakış açısıyla incelenmiştir. İlk olarak ölümlerle ve acıyla ilgili ürkütücü görünen yerlere yapılan seyahatler. İkinci olarak, seyahat motivasyonlarına neden olan talep akışı incelemeleri (talebin ölümlerle ilgili olaylara olması gerekmektedir), üçüncü olarak da bireyin deneyimleriyle bölgenin özelliklerini bir araya getiren arz-talep dengesi açısından savaş alanı turizmi incelenmiştir.

SAVAŞ ALANI TURİZMİNE İLİŞKİN YAZIN TARAMASI

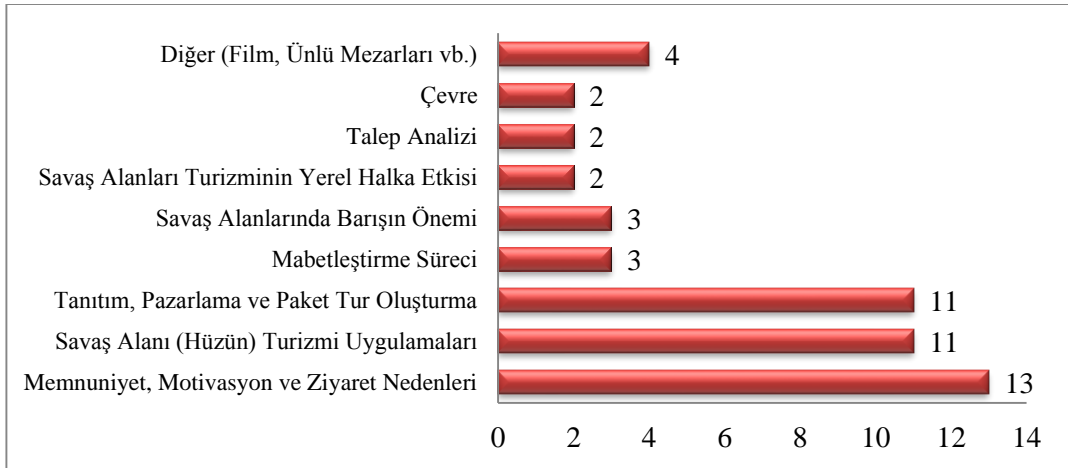
Konuyla ilgili yapılan araştırmalar gelecekte yapılacak yeni çalışmalara rehber olabilecek niteliktedir. Yapılan araştırmaya ilişkin elde edilen önemli sonuçlar Tablo 1’de sıralanmış ve her biri aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 1. Savaş Alanı Turizmiyle İlgili Çalışmaların Konuları

Yazar/Yazarlar	Konu	Yıl
Floyd, Jang ve Noe	Çevre	1997
Seaton	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	1999
Blom	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2000
Hanink ve Stutts	Talep Analizi	2002
Gatewood ve Cameron	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2004
Holguin	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2005
Adams	Diğer (Savaş Alanlarının Kıyaslanması)	2005
Cooper	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2006
Knox	Mabetleştirme	2006
Gibson	Diğer (Seri Katiller)	2006
Iles	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2006
Gentry	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2007
Lunn	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2007
Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu	Mabetleştirme	2007
Hughes	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2008
West	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2008
Iles	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2008
Robb	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2009
Winter	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2009
Levitt	Diğer (Film ve hüzün turizmi ilişkisi)	2010
Hall, Basarin ve Binney	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2010
Zhang	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2010
Atay ve Yeşildağ	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2010

Yazar/Yazarlar	Konu	Yıl
Dunkley, Morgan ve Westwood	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2011
Le ve Pearce	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2011
Hyde ve Harman	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2011
Clarke ve Eastgate	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2011
Daugbjerg	Savaş Alanlarında Barışın Önemi	2011
Walby ve Piche	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2011
Winter	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2011a
Winter	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2011b
Yeşildağ ve Atay	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2011
Kılıç, Kurnaz ve Sop	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2011
Kılıç ve Akyurt	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2011
Liu	Çevre, Yenilenebilir Enerji Kaynakları	2012
Ağaoğlu	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2012
Engström ve Boluk	Savaş Alanı Turizminin Yerel Halka Etkisi	2012
Rofe	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2012
Herborn ve Hutchinson	Savaş Alanlarında Barışın Önemi	2012
McKay	Savaş Alanlarında Barışın Önemi	2013
Coats ve Ferguson	Savaş Alanı Turizminin Yerel Halka Etkisi	2013
Kurnaz, Çeken ve Kılıç	Memnuniyet, Motivasyon ve Ziyaret Etme Nedeni	2013
Pieris	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2014
Melstrom	Talep Analizi	2014
Ravi	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2014
Alexandra, Alexandru ve Larisa	Diğer (Film ve hüzün turizmi ilişkisi)	2014
Volcic, Erjavec ve Peak	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2014
Clarke, Dutton ve Jonhston	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2014
Miles	Savaş Alanı (Hüzün) Turizmi Uygulamaları	2014
MacCarthy ve Wilson	Tanıtım, Pazarlama ve Paket Tur Oluşturma	2015
Yırık ve Seyitoğlu	Mabetleştirme	2015

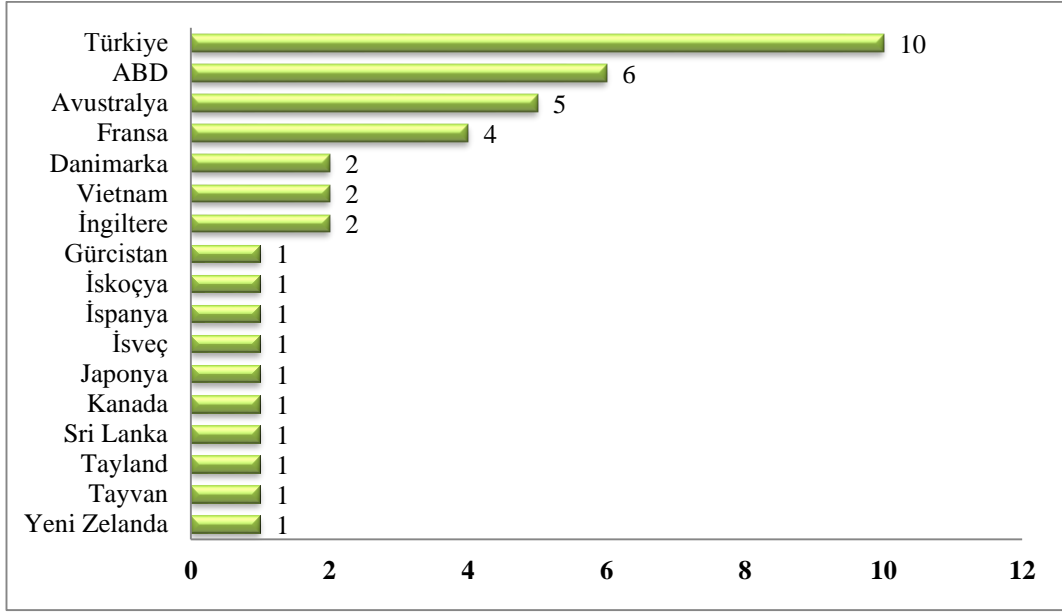
Özetlenen bu çalışmalar konu, uygulama yeri ve yıla göre sınıflandırılarak, aşağıda açıklanmıştır. Çalışmaların konularına göre dağılımı Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Konularına Göre Çalışmaların Dağılımı

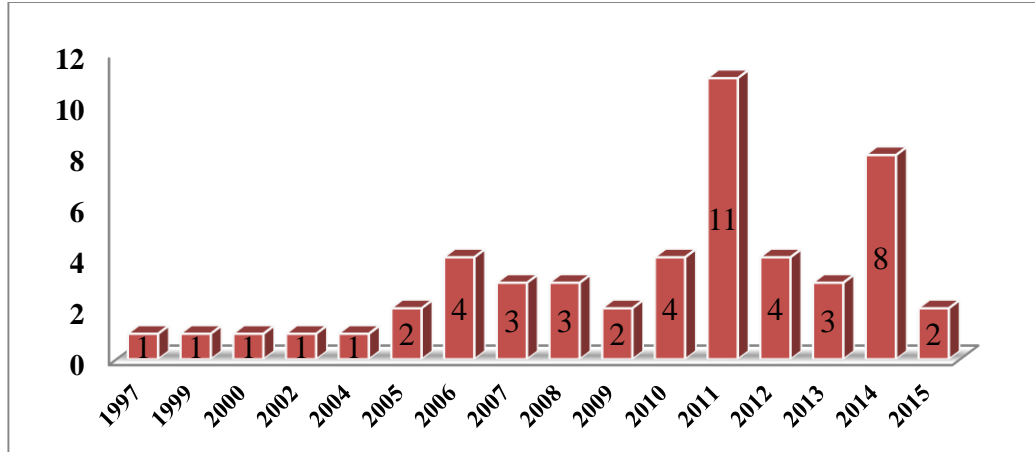
Şekil 1 incelendiğinde, en fazla çalışmanın memnuniyet, motivasyon ve ziyaret nedenleriyle ilgili yapıldığı görülmektedir. Savaş alanı (hüzün) turizmi uygulamaları ve tanıtım, pazarlama ve paket tur oluşturma ile ilgili çalışmaların da yoğun olarak çalışıldığı ifade edilebilir. Bu

konular dışında çalışılan diğer konuların hem ulusal hem de uluslararası düzeyde incelenmesi gerekmektedir. Çalışmanın yapıldığı ülkeye göre çalışmaların dağılımı Şekil 2’de verilmiştir.



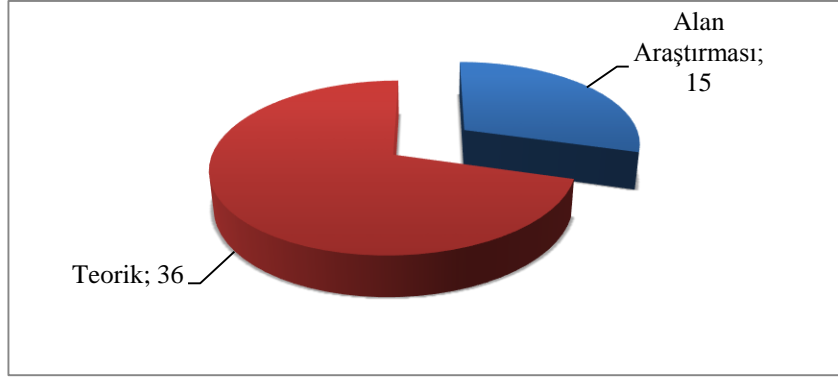
Şekil 2. Çalışmanın Yapıldığı Ülkeye Göre Çalışmaların Dağılımı

Şekil 2 incelendiğinde en fazla çalışmanın Türkiye’de yapıldığı, daha sonra Amerika ve Avustralya ve Fransa’da yapıldığı görülmektedir. Türkiye’de yapılan çalışmaların çoğunluğu Çanakkale Gelibolu’ya gelen Avustralyalılar üzerinde gerçekleştirilmiştir.



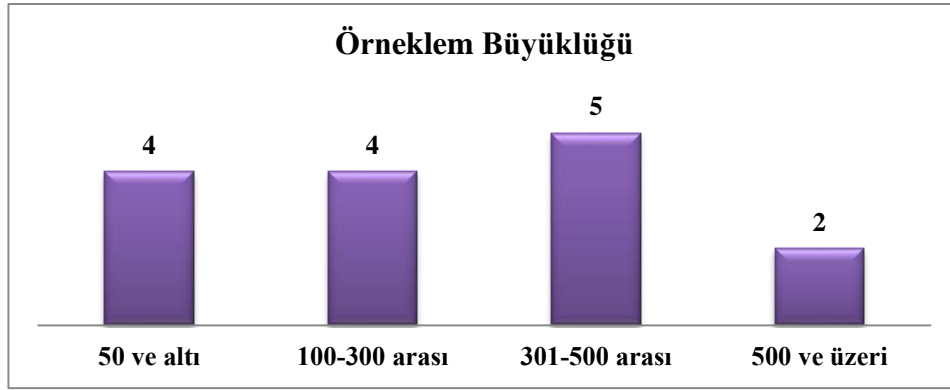
Şekil 3 Yapılmış Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 3’de görüldüğü üzere, savaş alanı turizmiyle ilgili yayınların en fazla 2011 ve 2014 yıllarında yapılmıştır. Diğer yıllarda ise, bu konuda çalışmaların az sayıda olduğu görülmektedir. Şekil 4’te incelenen çalışmaların yöntemlerine göre dağılımları verilmiştir.



Şekil 4 Yapılmış Çalışmaların Yöntemlerine Göre Dağılımı

Şekil 4 incelendiğinde, yazın incelemesinin yapıldığı teorik çalışmaların fazla olduğu görülmektedir. Uygulamaya yönelik yapılan çalışmaların sayısı ise 15'tir. Uygulamaya yönelik yapılmış olan çalışmaların örneklem büyüklüklerine göre dağılımı ise Şekil 5'te gösterilmektedir.



Şekil 5 Uygulamaya Yönelik Yapılmış Çalışmaların Örneklem Sayıları

Örneklem sayıları incelendiğinde en fazla 301-500 arası örnekleme sahip çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada savaş alanı turizmine yönelik 1997-2015 yılları arasında yapılan makaleler incelenmiştir. Yapılan yazın incelemesine göre, çalışmalar da memnuniyet, motivasyon ve ziyaret nedeni konusunun daha araştırıldığı görülmüştür. Daha sonra ise savaş alanı (hüzün) turizmi uygulamaları ve pazarlama, tanıtım ve paket tur oluşturma konusunun incelenmiştir. Mabetleştirme süreci ve savaş turizminde barışın önemi konuları da araştırmacıların ilgisini çeken konulardandır. Çalışmaların Türkiye, ABD, Avustralya ve Fransa gibi ülkelerde daha çok yapıldığı tespit edilmiştir. Yıllara göre çalışma sayıları incelendiğinde, 2005 yılından sonra çalışma sayısında bir artış olduğu görülmüştür. Özellikle 2011 ve 2014 yıllarında savaş alanı turizmiyle ilgili çalışmalar daha sık yapılmıştır.

Bu çalışma derleme özelliği gösterip mevcut yazındaki ilgili araştırmaların bir sentezi olarak hazırlanmıştır. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda, araştırmacılara yol göstereceğine, turizm

sektöründe yer alan işletmelere de savaş alanı turizmiyle ilgili önemli katkılar sağlayabileceğine inanılmaktadır. Bu alana ilgi duyacak araştırmacılara yönelik öneriler ise;

- Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmalarda memnuniyet, motivasyon ve ziyaret nedeni, pazarlama, tanıtım ve paket tur oluşturma ve mabetleştirme süreci konularında çalışmaların yoğunlaştığı görülmüştür. Savaş alanı turizminde barışın önemi, film endüstrisini etkisi, yöre halkına etkisi, ekonomik anlamda talep analizi, savaş alanı turizmine yönelik uygulamalar konularının da araştırmacıların çalışmalar yapması önerilmektedir.
- Türkiye’de bulunan savaş alanları turizm bölgelerinin hem ulusal hem de uluslararası alanda kıyaslamalı olarak incelenmesi gerekmektedir.
- Türkiye’de yapılan çalışmaların genellikle Gelibolu Tarihi Milli Parkı üzerine odaklandığı tespit edilmiştir. Ülkemizde bulunan diğer savaş alanları turizm bölgelerinde de çalışmaların yapılması önerilmektedir.
- Yapılan çalışmalarda savaş alanı turizminin ekonomik katkılarına yönelik çalışmalara rastlanılamamıştır. Bu yüzden özellikle yerel yönetimlerin savaş alanı turizminin yöre halkına katkıları veya olumsuz etkileri araştırılması gerekmektedir.

Bu alana ilgi duyacak yerel yönetimler, turizm işletme yöneticilerine yönelik öneriler ise,

- Yapılan çalışmalarda savaş alanı turizmini turistlerin yaygın olarak tercih ettiği görülmüştür. Bu bakımdan Türkiye’deki turizm çeşitliliğinin artırılması açısından savaş alanı turizmini yerel yönetimler, seyahat acenteleri ve otel işletmeleri yöneticilerinin önemsemesi gerekmektedir.
- Savaş alanı turizm bölgelerinin çevresinin düzenlenmesinde savaşın özendirilmesi veya kötü anıların tekrardan canlandırılması yerine, barışın özendirilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması önerilmektedir.
- Seyahat acentelerinin savaş alanlarına düzenledikleri turlarda çalıştırdıkları turist rehberlerinin bu görevi yapabilecek eğitime, donanuma, bilgiye sahip olması gerekmektedir.
- Hüzün turizmiyle ilgili savaş alanlarının dışında hüzün turizmi uygulamalarının da (film etkisi, seri katiller, ünlü mezarlıkları ziyareti vb.) Türkiye’de de uygulanabilmesinin yerel yönetimler ve turizm işletme yöneticileri tarafından uygulanması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Adams, C. P. (2005). Footprints in The Mud: The British Army’s Approach to The Battlefield Tour Experience. *Defence Studies*, 5(1):15-26.

Ağaoğlu, Y. S. (2012). Visiting Gallipoli Peninsula: Perception of Australian and New Zealand Visitors Towards Anzac Day in Turkey. *Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6:212-218.

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

Alexandra, D. Alexandru, C. and Larisa, T. (2014). Dark Tourism, Romania and Dracula. The Perceptions of Potential American Tourists. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 23(1):309-319.

Atay, L. ve Yeşiladağ, B. (2010). Savaş Alanları ve Turizm. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2):67-72.

- Blom, T. (2000). Morbid Tourism – A Postmodern Market Niche with an Example from Althorp. *Norsk Geografisk Tidsskrift– Norwegian Journal of Geography*, 54:29–36.
- Brian, A. Poria, Y. and Oren, G. (2011). Sought Experiences at (Dark) Heritage Sites. *Annals of Tourism Research*, 38(3):820–841.
- Clarke, P. and Eastgate, A. (2011). Cultural Capital, Life Course Perspectives and Western Front Battlefield Tours. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9(1):31-44.
- Clarke, R. Dutton, J. and Johnston, A. (2014). Shadow Zones: Dark Travel and Postcolonial Cultures. *Postcolonial Studies*, 17(3):221-235.
- Coats, A. and Ferguson, S. (2013). Rubbernecking or Rejuvenation: Post Earthquake Perceptions and The Implications for Business Practice in A Dark Tourism Context. *Journal of Research for Consumers*, 23:32-65.
- Cooper, M. (2006). The Pacific War Battlefields: Tourist Attractions or War Memorials? *International Journal of Tourism Research*, 8:213-222.
- Daugbjerg, M. (2011). Not Mentioning the Nation: Banalities and Boundaries at A Danish War Heritage Site. *History and Anthropology*, 22(2):243–259.
- Dunkley, R. Morgan, N. and Westwood, S. (2011). Visiting The Trenches: Exploring Meanings and Motivations in Battlefield Tourism. *Tourism Management*, 32:860-868.
- Engström, C. and Boluk K. A. (2012). The Battlefield of the Mountain: Exploring The Conflict of Tourism Development On the Three Peaks in Idre, Sweden. *Tourism Planning & Development*, 9(4):411-427.
- Floyd, M. F. Jang, H. and Noe, F. P. (1997). The Relationship Between Environmental Concern and Acceptability of Environmental Impacts Among Visitors to Two U.S. National Park Settings. *Journal of Environmental Management*, 51:391-412.
- Foley, M. and Lennon, J. J. (1996). JFK and Dark Tourism: A Fascination with Assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2:198-211.
- Gatewood, J. B. and Cameron, C. M. (2004). Battlefield Pilgrims at Gettysburg National Military Park. *Ethnology*, 43(3):193-216.
- Gentry, G. W. (2007). Walking with The Dead the Place of Ghost Walk Tourism in Savannah, Georgia. *Southeastren Geographer*, 47(2):222-238.
- Gibson, D. C. (2006). The Relationship Between Serial Murder and The American Tourism Industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1):45-60.
- Hall, J. Basarin, V. J. and Binney, L. L. (2010). An Empirical Analysis of Attendance at A Commemorative Event: Anzac Day at Gallipoli. *International Journal of Hospitality Management*, 29:245-253.
- Hanink, D. M. and Stutts, M. (2002). Spatial Demand for National Battlefields Parks. *Annals of Tourism Research*, 29(5):707-719.
- Herborn P. J. and Hutchinson, F. P. (2014). ‘Landscapes of Remembrance’ And Sites of Conscience: Exploring Ways of Learning Beyond Militarising ‘Maps’ of The Future. *Journal of Peace Education*, 11(2):131-149.
- Holguin, S. (2005). National Spain Invites You: Battlefield Tourism During the Spanish Civil War. *American Historical Review*, 110(5):1399-1426.

- Hughes, R. (2008). Dutiful Tourism: Encountering The Cambodian Genocide. *Asia Pacific Viewpoint*, 49(3):318-330.
- Hyde, K. F. and Harman, S. (2011). Motives for A Secular Pilgrimage to The Gallipoli Battlefields. *Tourism Management*, 32:1343-1351.
- Iles, J. (2006). Recalling The Ghosts of War: Performing Tourism On the Battlefields of the Western Front. *Text and Performance Quarterly*, 26(2):162-180.
- Iles, J. (2008) Encounters in The Fields – Tourism to The Battlefields of the Western Front. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(2):138-154.
- Kılıç, B. ve Akyurt, H. (2011). Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1):209-232.
- Kılıç, B. Kurnaz, H. A. ve Sop, S. A. (2011). Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisinin Belirlenmesi ve Hüzün Turizmi İlişkisi. 12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, 30 Kasım- 4 Aralık, Düzce, 362-370.
- Knox, D. (2006). The Sacralised Landscapes of Glencoe: From Massacre to Mass Tourism, And Back Again. *International Journal of Tourism Research*, 8:185-197.
- Kurnaz, H. A. Çeken, H. ve Kılıç, B. (2013). Hüzün Turizmi Katılımcılarının Seyahat Motivasyonlarının Belirlenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2):57-73.
- Le, D. T. and Pearce, D. G. (2011). Segmenting Visitors to Battlefield Sites: International Visitors to The Former Demilitarized Zone in Vietnam. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(4):451-463.
- Levitt, L. (2010). Death On Display: Reifying Stardom Through Hollywood's Dark Tourism. *The Velvet Light Trap*, (65):62-70.
- Liu, H. H. (2012). Regeneration of Kinmen Military Installations Through the Integration of Renewable Energy Technologies and Battlefield Resources. *Renewable Energy*, 43:165-171.
- Lunn, K. (2007). War Memorialisation and Public Heritage in Southeast Asia: Some Case Studies and Comparative Reflections. *International Journal of Heritage Studies*, 13(1):81-95.
- MacCarthy, M. and Willson G. (2015). The Business of D-Day: An Exploratory Study of Consumer Behaviour. *International Journal of Heritage Studies*, 21(7):698-715.
- McKay, J. (2013). A Critique of the Militarisation of Australian History and Culture Thesis: The Case of Anzac Battlefield Tourism. *Journal of Multidisciplinary International Studies*, 10(1):1-25.
- Melstrom, R. T. (2014). Valuing Historic Battlefields: An Application of the Travel Cost Method to Three American Civil War Battlefields. *J Cult Econ*, 38:223-236.
- Miles, S. (2014). Battlefield Sites as Dark Tourism Attractions: An Analysis of Experience, *Journal of Heritage Tourism*. 9(2):134-147.
- Pieris, A. (2014). Southern Invasions: Post-War Tourism in Sri Lanka. *Postcolonial Studies*, 17(3): 266-285.
- Ravi, S. (2014). Home and The 'Failed' City in Postcolonial Narratives of 'Dark Return'. *Postcolonial Studies*, 17(3):296-306.
- Robb, E. M. (2009). Violence and Recreation: Vacationing in The Realm of Dark Tourism. *Anthropology and Humanism*, 34(1):51-60.

- Rofe, M. W. (2012). Considering The Limits of Rural Place Making Opportunities: Rural Dystopias and Dark Tourism. *Landscape Research*, 3(2):262-272.
- Seaton, A. V. (1999). War and Then a Tourism: Waterloo 1815-1914. *Annals of Tourism Research*, 26(1):130-158.
- Volcic, Z. Erjavec K. and Peak M. (2014). Branding Post-War Sarajevo. *Journalism Studies*, 15(6):726-742.
- Walby, K. and Piche, J. (2011). The Polysemy of Punishment Memorialization: Dark Tourism and Ontario's Penal History Museums. *Punishment & Society*, 13(4):451-472.
- West, B. (2008). Enchanting Pasts: The Role of International Civil Religious Pilgrimage in Reimagining National Collective Memory. *Sociological Theory*, 26(3):258-270.
- Winter, C. (2009). Tourism, Social Memory and The Great War. *Annals of Tourism Research*, 36(4):607-626.
- Winter, C. (2011a). Battlefield Visitor Motivations: Explorations in The Great War Town of Leper, Belgium. *International Journal of Tourism Research*, 13:164-176.
- Winter, C. (2011b). First World War Cemeteries: Insights from Visitor Books. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 13(3):462-479.
- Yeşildağ, B. ve Atay, L. (2011). Savaş Alanları Turizmi: Gelibolu Yarımadasına Gelen Ziyaretçilere Yönelik Bir Çalışma. *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(26):267-280.
- Yırık, Ş. ve Seyitoğlu, F. (2015). *Hüzün Turizmi ve Mabetleşme Süreci Kapsamında "Sarıkamış"*. 15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, Ankara, 1-13.
- Zhang, J. J. (2010). Of Kaoliang, Bullets and Knives: Local Entrepreneurs and The Battlefield Tourism Enterprise in Kinmen (Quemoy), Taiwan. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 12(3):395-411.