

Kutsal Yer Hacılığı-Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nda Yabancı Turistlerle Bir Araştırma

¹Nilsun SARIYER

¹Nuh Naci Yazgan Üniversitesi, İ.İ.B. F. İşletme Bölümü,

Sorumlu Yazar:
nsariyer@nny.edu.tr

Geliş Tarihi: 31/10/2012
Kabul Tarihi: 14/12/2012

Özet

Çalışmanın konusu, kutsal yer hacılığıdır. Çalışmada turistlerin Çanakkale sınırları içindeki Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkına gelme amaçları belirlenmeye çalışılmıştır. Örnek kütle, Şafak Ayinine katılan yabancı turistler olarak tespit edilmiştir. 2010 ve 2012 yıllarında Şafak Ayinine katılan yabancı turistlerle yüzyüze anket yapılmıştır. Araştırmada faktör analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda turistlerin ayine katılma amaçları belirlenmiştir. Elde edilen sonuçların, bölgede yaşayanlara ve bölge ekonomisine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler:Kutsal Yer Hacılığı, Seküler Hacılık, Destinasyon Pazarlaması, Turizm Pazarlaması.

Secular Pilgrimage-A Study with Foreign Tourist in Gallipoli Peninsula Historical National Park

Abstract

This study dealt with secular pilgrimage. The purpose of tourist visited at Gallipoli Peninsula Historical National Park is try to determine. The sample frame for this study consists of foreign tourists. Data was collected through implementing questionnaires face to face in 2010 and in 2012. Factor analysis is used to analyze data. The statistical results prove that tourist aim is satisfied in ritual. As a result, we think that they are contributed to the region's inhabitants and the region's economy.

Key Words: Secular Pilgrimage, Destination Marketing, Tourism Marketing. Metin veya web sitesi adresi yazın ya da bir dokümanı çevirin. Alpha* Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi (No:132) ile desteklenmektedir

GİRİŞ

Hacılık, din bağlılığı nedeniyle kutsal kabul edilen yerlere yapılan genellikle uzun mesafeleri içeren seyahati ifade eder. Barber (1993:1) içsel nedenlerden dolayı ortaya çıkan manevi amaçlar ile kutsal bir yerden dolayı ortaya çıkan dışsal nedenleri kapsayan dinsel amaçlı seyahatlere hacılık demektir. Campo (2009:42), bu terimi bireyin kendini keşfetme sürecinde bilinmeyen ve karşılanmadığında sıkıntı duyduğu, ziyaret ederek manevi haz aldığı daha önceden belirlenen kutsal yerlere yapılan farklı bir seyahat türü olarak tanımlamaktadır. Cohen ise hacılığın bir yerden bir yere seyahati kapsadığını ancak önemli olan olgunun kişinin ruhuna ya da içine yapılan yolculukla ilgili olduğunu söylemektedir (1985: 7). Ross-Bryant, kutsal olan veya kutsal olmayan her yerde kigerçeği arayış için yapılan seyahate hacılık demektir (2009: 32). Bu son tanım diğer tanımlardan farklıdır. Son dönemlerde hacılığın modern tanımı olarak literatürde yer alan bu tanımın içinde Kabe, Batı duvarı, Efes, Aya İrini, Ganj Nehri gibi dinen kutsal sayılan yerlere yapılan seyahatlerin dışında manevi değer verilen yerlere yapılan ziyaretlerden bahsedilmektedir. Bu tür hacılık, kutsal yer (seküler) hacılığı adını almaktadır.

Kutsal Yer Hacılığı

Kutsal yer hacılığı, bireyin içindeki erdem ya da ziyaret edilen yerin özelliği nedeniyle duyulan istek veya

ihtiyaçtan dolayı yapılır. Yer in herkes tarafından kabul edilen kutsal bir yer olması gerekmemektedir. Kutsal yer, bireyin kendi iç dünyası ve kendi savunduğu fikir nedeniyle kutsaldır (Campo, 1998: 42).

Bireyin hacılık süreci incelendiğinde bu durum daha çok ortaya çıkar. Van Gennep, hacılık sürecini şu şekilde ifade etmektedir (1908: 209):

- Hacının evinden ayrılması: Bu seyahat hacılık merkezine yapılan seyahattir ve hacı adayı günlük yaşamından uzaklaşır,

-Kutsal yere varış: Hacı olarak dönüşümün başladığı süreç ve

- Eve dönüş: Yeniden günlük yaşama dönüş.

Van Gennep bu aşamaları ayrılık, eylem ve yeniden bütünleşme olarak ifade etmektedir.

Kutsal yer hacılığı, ziyaret edilen yere göre farklılık gösterebilir. Walt Disney National Park, eğlence ve oyun odaklı kutsal yer hacılığı merkezidir. Bu parkta semboller, görüntülenen simgeler, uyarılmış mitler ve yapılan tören ya da etkinlikler ön plandadır. Bu parkı ziyaret etmek geçmişten gelen tarihi bir gelenek olmamakla birlikte ziyaret eden kendini hacı olarak değerlendirmektedir. Kızıldereliler'in Shast Dağı'na yürüyüşleri ve ritüelleri de kutsal yer hacılığına örnektir. Şefleri Skell'in ruhunun buraya indiğine inanan günümüz Kızılderelilerinin yanı sıra diğer Amerikalılar da kayıp Lemurya kıtasının gizlendiğine inandığı için bu dağa tırmanırlar.

İlginç bir kutsal yer hacılığı örneği, McDonald'ın Afrika kökenli Amerikalılara yaptığı ticari bir kampanyayla başlamıştır. McDonald'ın Afrika'ya tur yapması çok eleştirilmekle birlikte olay yaygın bir projeye dönüşmüştür. 1993 yılında köklerinin geldiği yere giderek ziyaret edenler için "The Black Africa" gezisi, katılımcıların vatan ve aile öyküleriyle tanımlanan bütünleşmelerini sağlamıştır.

Pre'sRock, uzun yol koşucusu Steve Prefontaine için yapılan bir anıttır. Amerika'da Oregon'un doğu tepelerinde eğri bir yolda yer alır. 1975 yılında trafik kazasında hayatını kaybeden Prefontaine'un fanları ve atletler, burayı kutsal olarak kabul ederler. Özellikle ölüm gününde (30 Mayıs) spor ayakkabılarının tabanını kayanın etrafına yerleştirirler ya da ayakkabılarını kayanın etrafındaki sarmaşıklara asarlar.

Turizm ve Kutsal Yer Hacılığı

Aslında hacılık ve turizm birleşmiş bir endüstridir. Hacılık bir hacı açısından bir yerden bir yere yapılan yolculuktur. Bu, kutsal bir yere bağlılıkla yapılan genellikle uzun mesafeli yolculuktur. Çoğu akademisyen hacılık nedeniyle yapılan yolculuğun çağdaş toplumlarda turistik yolculuk olduğunu söylemektedirler. Özellikle MacCannell, modern kitlelerin hacılığı bir fırsat olarak değerlendirdikleri savunmaktadır. Campo, hacılık deneyiminin olduğu turizmin cezbedici olduğunu ifade etmektedir(1998:42). Cohen, turistlerin hacılardan farklı olduğunu farklılığın hacıların din deneyimi esnasında "kendinden geçmeyi" umması ile turistlerin "yalnızca mutluluk ve memnuniyet" aramasından kaynaklandığını açıklamaktadır. Ayrıca hacılar çoğunlukla hacılık alanının etrafındaki otellerde kalıp otobüslerle seyahat ederler. Arkeolojik müze ve alanları gezerler. Turistler ise denizkenarlarını, iyi düzenlenmiş kapalı mekanları, iyi yiyecekleri havuz ve yerel müziği tercih ederler.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, turistlerin kutsal yerleri ziyaret etme nedenlerini belirlemektir. Bu amaçla seçilenler, Çanakkale sınırları içindeki Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkına gelen yabancı turistlerdir. Kutsal yeri ziyaret edenler, kutsal yerin özelliğini de dikkate alırlar. Bu nedenle bu yarımada seçilmiştir. Çünkü 24 Nisanı 25 Nisana bağlayan şafak vaktinde Şafak Koyu'nda düzenlenen Şafak Ayini için gelen yabancı turistler - özellikle ANZAK'lar- bu bölgedehacı olduklarını ifade etmektedirler. Bu bağlamda araştırmada kutsal yerlerin özelliğinin ön plana çıkartılıp çıkartılmadığı da tespit edilmeye çalışılacaktır.

ARAŞTIRMANIN METODU

Daha önce söylendiği gibi, örnek kütleyi Şafak Ayinine katılan yabancı turistler oluşturmaktadır. Veriler, 2010 ve 2012 yıllarında Şafak Ayinine katılan yabancı turistlerden yüzüze anket yöntemiyle toplanmıştır. Kullanılan örnekleme yöntemi, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemidir. Anket uygulamasının şafak ayinine gelen turistlerle yapılacak olması bu örnekleme yöntemini kullanmayı gerekli kılmıştır.

Örnek sayısı belirlenirken geçmiş yıllardaki turist sayısı baz alınmıştır. Ancak Şafak Ayini için gelenlerle ilgili resmi istatistik bilgileri tutulmamaktadır. Bu nedenle Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı Müdürlüğü kayıtları

esas alınmıştır. Park yetkilileri gelen turistlerin % 20'sinin yabancı olduğunu ifade etmekte ancak kayıtlı bir rakam söyleyememektedirler. Bununla birlikte turizm talebinin esnek olması ve turizm faaliyetine katılmanın lüks bir istek olması nedeniyle 2010 yılında kaç ziyaretçinin katılacağını tam olarak bilmek olanaklı değildir. Bu nedenle geçmiş yılların verileri (1995 ila 2009) temel alınarak regresyon analizi yapılmış ve sonuç tahmin edilmiştir ($y = 89247,94 + 6897,916x$). Bu analiz sonucunda 2010 yılında 144.431 turistin Yarımada'yı ziyaret etmesi beklenmektedir. Bu turistlerin % 20'sinin yabancı olduğu varsayımı altında 2010 yılında 28.886, yabancı turistlerin geleceği tahmin edilmektedir. Bu turistlerin % 5'ine ulaşmak hedeflenmiştir¹.

Tablo 1. Yıllar İtibarıyla Gelibolu Yarımadasına Gelen Turist Sayısı (1995- 2009)

Yıl	Turist Sayısı(kişi)	Yıl	Turist Sayısı(kişi)
1995	43.571	2003	99.350
1996	55.394	2004	123.300
1997	60.052	2005	154.500
1998	68.400	2006	167.300
1999	70.800	2007	199.700
2000	75.800	2008	37.500
2001	76.900	2009	120.000
2002	75.400	2010	144.431*

*Tahmini değer

Yabancı turistlerin gelme nedenlerini belirlemek için hazırlanan anket formunda Scates (2002) ve Hede ve Hall'un (2006) çalışmaları dikkate alınmıştır. 43 ifade oluşturularak turistlerin bu ifadeleri beş dereceli ölçek (1- Hiç önemli değil, 2- Önemli değil, 3- Ne Önemli Ne Önemsiz, 4- Önemli ve 5- Çok Önemli) ile değerlendirmeleri planlanmıştır. Anket formunda yer alan ikinci grup soru türü, demografik özelliklerle ilgilidir. 2010 yılında 733 ve 2012 yılında 850 anket formu doldurulmuştur. Verilen analizinde faktör analizi kullanılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

2010 yılında yapılan Şafak Ayinine katılan turistlerle ilgili faktör analizi sonuçları, Tablo 2'de verilmiştir. Faktör analizi sonucunda ifadeler yedi faktörde toplanmıştır. Bunlar toplam varyansın % 67,461'ini açıklamıştır. Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliğini % 95 olarak vermektedir. Bartlett küresellik test 0,000 anlamlılık düzeyinde 13689,679 olarak bulunmuştur (Tablo 2).

Birinci faktör, varyansın % 16'sını açıklamıştır ve "Hacılık" olarak adlandırılmıştır. Bu faktörün ilk ifadesi şunlardır: "Bu seyahat benim için ruhani bir yolculuktur" ve

¹2010 yılında Anzak Koyundaki anma törenlerine yaklaşık olarak toplam 9.000 Avustralyalı ve Yeni Zelandalı katıldığı belirtilmektedir (Avustralya'nın Çanakkale Konsolosluğu ile kişisel görüşme, 28.04.2010)

“Gelibolu seyahati benim için kişisel bir haclıktır”. Getz, etkinliklere katılımın, etkinliğin gerçekleştirildiği yerin ve etkinlik zamanının sembolik önemi nedeniyle bir tür kutsal hacılık seyahatine dönüştüğünü belirtmektedir (2008). Hede ve Hall, Şafak Ayını’ni ziyaret eden Avustralyalıların dergi ve gazetelerde yayımlanan törenlere ilişkin günlüklerini gözönüne alarak metin analizi yapmışlardır (2006: 419-425). Analiz yapılmadan önce, altı duyu grubu belirlenmiştir. Günlüklerde yer alan metinler incelemiş ve belirlenen altı grup duyguya yönelik kullanılan kelimeler betimleyici istatistiklehesaplamıştır. Belirlenen duygulara yönelik 135 kelime tespit edilmiştir. Bu kelimelerin duygulara göre dağılımı incelendiğinde ilk sırayı sevinç duygusunun aldığı belirlenmiştir. Daha sonra hüznün, sevgi, kızgınlık, şaşkınlık ve korku gelmiştir. Benzer şekilde Scates (2002: 1-21) görüşme ve West (2005: 258-269) gözlem metodunu kullanarak ANZAK’ların Yarımada gelme nedenlerini araştırmışlardır. Her iki çalışmada da “Gelibolu Yarımadası’nda olmak” bir nevi hacılık seyahati olarak ifade edilmiştir. Yine aynı bölgede 300 yerli ve yabancı turist üzerinde alan araştırması yapan Kaya, turistlerin temel ziyaret motivasyonunu ölüme duyulan ilgi ya da ölümlü yüzeleşme arzusu olmadığını; miras ve kültürle ilgili faktörler olduğunu bulmuştur(2006). Bölgeyi ziyaret eden turistler, milli parkı kültür ve miraslarının bir parçası olarak görmekte ve bu motivasyonla ziyaretlerini gerçekleştirmektedirler. Bu araştırmalar da ilk faktörün isimlendirilmesinde hacılığın doğru bir seçim olduğunu göstermektedir.

İkinci faktör, “Milliyetçilik” olarak adlandırılmış ve toplam varyansın % 12’sini açıklamaktadır. “Ülkemle gurur duyduğum için” ve “Ülkem için savaşan insanlara saygı duyduğum için” ifadeleri bu faktörün ilk iki ifadesidir. Faktör, ANZAK’ların ulus olma düşüncesiyle ortaya çıkan milli duygularını ön planda olduğunu göstermektedir. Bu nedenle bu isim uygun görülmüştür.

Üçüncü faktör altı maddeden oluşmaktadır. Toplam varyansın % 10’nu açıklayan bu faktör, “Sosyalleşme” olarak adlandırılmıştır. “Arkadaşlarımla iyi vakit geçirmek istediğim için” ve “Yeni arkadaşlıklar geliştirmek istediğim için” ifadeleri bu başlığı düşündürmüştür.

Faktör analizi sonucunda elde edilen dördüncü faktör (Tarihe İlgi), toplam varyansın % 9’unu açıklar. Bu faktördeki ilk ifadeler bakıldığında “Bölgenin tarihsel geçmişini öğrenmek için” ve “Tarihe olan ilgimden dolayı” ifadeleridir.

Beşinci faktör, “Aile Bağları” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör, varyansın % 8’ini açıklamıştır. “Ailemden burada savaşanlara saygı duyduğum için” ve “Gelibolu’da ailemi temsil ettiğim için” ifadeleri bu başlığı işaret etmektedir. Bireyin bu topraklara gelme nedeni, atalarına bağlılığıdır.

Altıncı faktör ve yedinci faktör birleştirilmiştir. İki faktörün toplamı, varyansın % 9’unu açıklamaktadır. Bu faktör, ifadelerde gözönüne alınarak “Turistik gezi” şeklinde isimlendirilmiştir.

Tablo 2. 2010 Yılında Ölçeğe İlişkin Faktör Analizi İle İlgili Sonuçlar

İFADELER	Eş kökenlilik	Faktör Yükü	Öz değer	Güvenirlik
I. HACILIK (13 Madde)			18,07	,932
Bu yolculuk ...bir yolculuktur.	,798	,793		
Gelibolu seyahatikişisel bir hacılık	,764	,784		
Kendimlekeşfetmek	,726	,709		
Gelibolu’yu ziyaret ...amaç olduğu.....	,685	,688		
Gelibolu ziyaretin düşündüğüm.....	,666	,672		
Bölge bende bir aidiyet	,683	,653		
Kutsal bir toprağa	,702	,616		
Bölge benim için	,642	,616		
Bölgenin,mevcudiyetim	,599	,554		
Bölge benim kimliğim	,625	,496		
Ulusumuzun doğduğu	,476	,470		
Ülkemden buraya önemli	,630	,467		
Bölgeyi ziyaret etmem	,537	,424		
II. MİLLİYETÇİLİK (8 Madde)			3,28	,895
Ülkemle gurur	,763	,773		
Ülkem için savaşan	,755	,746		
Atalarımı hatırlamak.....	,691	,690		
Atalarımın savaştığı	,663	,684		
Gerçek bir Şafak Ayını.....	,578	,623		
...Zelandalı olmaya değer	,686	,623		
.....Ülkem ve ülkemin ...	,593	,558		
Savaşan askerlerin	,604	,352		
III. SOSYALLEŞME (6 Madde)			2,46	,876
Arkadaşlarımla iyi vakit geçire...	,752	,771		
Yeni arkadaşlıklar geliştirmek	,741	,763		
Diğer avustralyalı.....	,725	,752		
Seyahati arkadaşlarım	,625	,663		
“Gelibolu’daydım” diye	,655	,607		
İnsanlar bana Gelibolu’nun ...	,670	,561		
IV. TARİHE İLĞİ (5 Madde)			1,60	,863
Bölgenin tarihsel geçmişini ...	,809	,791		
Tarihe olan ilgimden	,748	,776		
Birinci dünya savaşı	,729	,755		
.....Yerlerde deneyim ...	,657	,603		
Bölgenin kültürünü	,673	,550		
V. AİLE BAĞLARI (5 Madde)			1,42	,894
Ailemden burada savaşanlara .	,772	,748		
Gelibolu’da ailemi	,800	,743		
Aileme karşı bir görev	,791	,719		
Özel birinin mezarını	,714	,658		
.....Savaşan askerler.....	,590	,375		
VI.TURİSTİK GEZİ (6 Madde)			1,13	,403
Türkiye’yi görme i.....	,659	,558		
Kültürel mirasımın	,625	,474		
Türkiye seyahatimde	,559	,682		
Bölgede	,637	,551		
İnsan öldüğü	,633	,480		
Avrupa’dayken görmem ...	,579	,474		

Tablo 3. 2010 Yılında Ölçeğe İlişkin Faktör Analizi İle İlgili Sonuçlar

İFADELER	Eş kökenlilik	Faktör Yüklü	Öz değer	Güvenirlilik
I. HACILIK (9 Madde)			20,10	,980
Bu yolculuk bir yolculuktur.	,800	,805		
Gelibolu seyahati Kişisel bir hacılık olduğu	,798	,794		
Kendimle keşfetmek	,797	,796		
Gelibolu'yu ziyaretamaç olduğu	,777	,772		
Bölge bende bir aidiyet	,783	,752		
Kutsal bir toprağa	,782	,782		
Bölgenin,mevcudiyetim	,776	,757		
Bölge benim kimliğim	,770	,759		
Ülkemden buraya önemli	,690	,660		
II MİLLİYETÇİLİK (9 Madde)			6,00	,920
Ülkemle gurur	,800	,780		
Ülkem için savaşan	,795	,779		
Atalarımı hatırlamak	,791	,770		
Ulusumuzun doğduğu	,696	,670		
Atalarımın savaştığı	,663	,663		
Gerçek bir Şafak Ayını.....	,638	,632		
.....Zelandalı olmaya değer	,646	,623		
.....Ülkem ve ülkemin	,593	,578		
Savaşan askerlerin	,500	,452		
III.TURİSTİK GEZİ (12 Madde)			5,99	,817
Türkiye'yi görme i.....	,727	,708		
Kültürel mirasımın	,603	,594		
Türkiye seyahatimde	,529	,512		
Bölgede	,517	,501		
İnsan öldüğü	,511	,501		
Seyahati arkadaşlarım	,509	,499		
Yeni arkadaşlıklar geliştirmek	,508	,499		
Gelibolu ziyaretindüşündüğüm için	,506	,496		
Bölgenin kültürünü	,499	,480		
Avrupa'dayken görmem	,488	,474		
İnsanlar bana Gelibolu'nun yapılmasıyerlerde deneyim	,469	,460		
.....	,445	,440		
IV. AİLE BAĞLARI (4 Madde)			1,00	,761
Ailemden burada savaşanlara	,703	,701		
Gelibolu'da ailemi	,651	,601		
Aileme karşı bir görev	,400	,555		
Bölgenin tarihsel geçmişini	,400	,550		

Birinci faktör, varyansın % 20'sini açıklamaktadır. Önceki analizde olduğu gibi "Hacılık" olarak ifade edilmiştir. Milliyetçilik" olarak adlandırılan ikinci faktör,

toplam varyansın % 6'sını; üçüncü faktör toplam varyansın % 6'sını açıklamaktadır. Bu faktör, 2010 yılındaki faktör analizi sonuçları dikkate alınarak "Turistik Gezi" olarak isimlendirilmiştir. Faktör analizi sonucunda elde edilen dördüncü ve son faktör, "Aile Bağları" olarak adlandırılmıştır. Bu faktör, varyansın % 1'ini açıklamaktadır.

SONUÇ

Boylamsal olarak toplanan veriler analiz edildiğinde, Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkına gelen turistlerin ilk amaçlarının kutsal yer hacılığı olduğu bulunmuştur. Bu sonuç, kutsal yerlere gelenlerin kutsal yerin özelliğini gözönüne alarak geldiklerini göstermektedir. Bu turistlerin ikinci amaçları, milli duygulardan ortaya çıkan milliyetçiliktir. Ancak üçüncü amaçta farklılık görülmüştür. 2010 yılında gelenlerin üçüncü amacı, sosyalleşme iken 2012 yılında gelenlerin amacı, turistik gezidir. Dördüncü amaç, 2010 yılında tarihe ilgi iken 2012 yılında aile bağları olarak değişmiştir.

2010 yılında yedi amaç bulunmuş iken 2012 yılında dört amaç ortaya çıkmıştır. Bu durum son dönem yarımadaaya gelenlerin daha belirgin amaçlarla geldiklerini göstermektedir. Özellikle 2012 yılında üçüncü amacın turistik gezi olması turizm ve hacılığın bütünleştiğinin de göstergesidir. Bu sonuç, "Bir hacı yarı yarıya turistse bir turist de yarı yarıya hacidir" (Turner ve Turner, 1978:20) ifadesini doğrulamaktadır. Kutsal yer hacılığında turizme ayrı bir önem verilmesi gerektiğini bir kez daha vurgulamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, yabancı turistlerin belli bir bölgeye gelme nedenleridir. Bu nedenle gelen turistlerin demografik özelliklerine göre amaçlarının farklılık gösterip göstermediği ya da farklı amaçlarla gelenlerin farklı özelliklere sahip olup olmadığı analiz edilmemiştir. Ancak kutsal yer hacılığı ve turizmi birleştiren kutsal yerlere gelenlerin kutsal yeri dikkate alarak seyahat ettiklerini göstermiştir. Ayrıca araştırma, kutsal yerlerin ülke ekonomisine katkı sağlamasına olanak sağlayacak nedenleri ortaya çıkarmıştır. Bu nedenlerin ülkemizin nerdeyse her yerinde bulunan kutsal yerlerin turizm merkezlerine dönüştürülmesinde yararlı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- [1] Barber, R. (1993), Pilgrimages, London, The Boydell Press.
- [2] Campo J.E. (Jul., 1998), "American pilgrim landscapes", Annals of the American Academy of Political and Social Science, 558, ss.40-56.
- [3] Cohen, E. (1985), "The tourist guide: the origins, structure and dynamics of a role," Annals of Tourism Research, 12, ss.5-29.
- [4] Hede, A. M. ve J. Hall (2006), "Evoked emotions: a textual analysis within the context of pilgrim tourism," içinde C. Michael Hall (editor.), Beyond Nature: New Zealand Tourism & Hospitality Research Conference Papers, Department of Tourism, University of Otago, New Zealand.
- [5] Kaya, O. (2006), Ölüm turizmi: gelibolu yarımadası tarihi milli parkını ziyaret eden turistlerin motivasyonlarını anlamaya yönelik bir araştırma, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal

Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı,
Çanakkale.

[6] Scates, B. (2002), *Galipoli's shadow: pilgrimage, memory, mourning and the great war*, *Australian Historical Studies* (2002:119), ss. 1-21.

[7] Scates, B. (2005), *Return to Gallipoli: walking the battlefields of the great war*, Cambridge, Cambridge University Press, UK.

[8] Turner, V. ve E. Turner (1978), *Introduction: Pilgrimage as a liminoid phenomenon*. In *Image and Pilgrimage in Christian Culture*. New York, Columbia University Press.

[9] Ross-Bryant L., (Winter, 2005), "Center for the study of religion and American culture", *Religion and American Culture*, 15 (1), ss. 31-62.

[9] Van Gennep, A. (1908), *The rites of passage*, Chicago, University of Chicago Press.