



Film Etkili Turizm Kapsamında “Zeytin Ağacı” Dizisinin Göstergibilimsel Bir Analizi (A Semiotic Analysis of the “Another Self” Series in the Scope of Film Effective Tourism)

* Serap ALKAYA ^a , Hande MUTLU ÖZTÜRK ^b 

^a Pamukkale University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Denizli/Türkiye

^b Pamukkale University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Denizli/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 13.12.2022

Kabul Tarihi: 17.03.2023

Anahtar Kelimeler

Film turizmi

Zeytin Ağacı dizisi

Destinasyon pazarlaması

Öz

Turizm sektörü hem ülkemizde hem de dünyada her geçen gün değişen koşullara göre yeni ihtiyaçları beraberinde getirmektedir. Sektörün gelişmesinde farklı parametrelerin etkili olduğu araştırmalarda da görülmektedir. Pazarın çeşitlenmesi ve pazarlama faaliyetlerinin yetersiz kalması nedeniyle, kurum, şirket ve hatta ülkeler, geleneksel pazarlama yöntemleri dışında farklı yöntemler geliştirme konusunda çalışmalar yapmaktadırlar. Film veya dizilerin turizm üzerinde etkisi olduğu ile ilgili varsayımlar bu alanda bilimsel çalışmaların artmasına neden olmuştur. Araştırmamızda yöntem olarak Saussure modellemesine dayalı göstergibilimsel analiz kullanılmıştır. Çalışma kapsamında örneklem olarak, “Zeytin Ağacı” dizisinin birinci sezonundaki 419 dakikalık 8 bölümünde kullanılan gösterenler belirlenmiştir. Dizide gösterenler vasıtasıyla bölgenin birçok yönünün izleyiciye gösterildiği görülmüştür. Film etkili turizm kapsamında bölgenin ve ülkenin tanıtımının yapılması, hem iç pazar hem de uluslararası pazarda yaratacağı etki bakımından önemlidir.

Keywords

Film tourism,

Another Self series

Destination marketing

Abstract

The tourism sector brings with it new needs according to the changing conditions both in our country and in the world. This situation is also seen in research where different parameters are effective in the development of the sector. Due to the diversification of the market and insufficient marketing activities, institutions, companies and even countries are working on developing different methods other than traditional marketing methods. The assumptions that movies or TV series have an impact on tourism have led to an increase in scientific studies in this area. In our research, semiotic analysis based on Saussure modeling was used as a method. Within the scope of the study, the signifiers used in 8 episodes of 419 minutes in the first season of the "Another Self" series were determined. It was signified that many aspects of the region were shown to the audience through the signifiers in the series. The promotion of the region and the country within the scope of film-effective tourism is important in terms of its impact on both the domestic and international markets.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: salkaya@pau.edu.tr (S. Alkaya)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1202