

Seyahat Acentelerinin Sosyal Medya Paylaşımlarının Göstergibilimsel Analizi: Konya İli Örneği

Serkan AYLAN^a 

^a Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya / Türkiye (serkaylan@gmail.com)

ÖZ

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:

30.10.2020

Kabul Tarihi:

17.12.2020

Anahtar Kelimeler

Göstergibilimsel (Semiyotik) Analiz

İçerik Analizi

Sosyal Medya

Seyahat Acenteleri

Paket Turlar

Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi

Bu çalışmada Konya’da faaliyet gösteren A grubu seyahat acentelerinin düzenlemiş oldukları turlara yönelik, Instagram’da yapmış oldukları görsel paylaşımların tüketicilere verdikleri mesajların ortaya koyulması amaçlanmıştır. Araştırmada yöntem olarak içerik analiz yöntemlerinden göstergibilimsel (semiyotik) analiz kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda acentelerin paylaştıkları fotoğraflar “tur sürecine yönelik”, “konaklama işletmelerine yönelik”, “doğa turlarına yönelik”, “kültür turlarına yönelik” ve “doğa-kültür turlarına yönelik” olmak üzere 5 kategoriye ayrılarak değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda, ortaya çıkan bulgulara bakıldığında, acentelerin düzenledikleri turlarda, her yaş grubundan insanın bireysel veya aile olarak turlara katılabileceğine, turlarda eğlenceli vakit geçirilebileceğine dair işaretlerin, konaklama işletmelerine yönelik yapılan paylaşımlarda, Türkiye’de insanların günlük rutin yaşantısından uzakta, şehrin dışında kendine zaman ayırmak ve dinlenmek için birçok alternatif konaklama imkânına sahip olduğuna dair işaretlerin yansıtıldığı görülmüştür. Ayrıca kültür turlarına yönelik paylaşılan görsellerde, bir bölgenin tarihini ve kültürünü daha yakından öğrenme, geçmişte imkânsızlıklar içinde verilen yaşam savaşına tanıklık edilebileceği imkânının verildiğine dair işaretlerin yansıtıldığı görülmüştür. Doğa turlarında paylaşılan fotoğraflarda ise genellikle yaylalar, deniz, şelale, lale ve lavanta tarlaları, doğal oluşumlar gibi doğanın zenginlikleri çekicilik unsuru olarak gösterilmektedir. Doğa ve kültür turlarında kültürel zenginlik ve doğal güzellik göstergelerinin bir arada sunulması ile zengin bir tatil deneyimi yaşanılacağı gösterilmektedir.

ABSTRACT

Article History

Received

30.10.2020

Accepted:

17.12.2020

Keywords

Semiotic Analysis

Content Analysis

Social Media

Travel Agencies

Package Tours

Article Type: Research Paper

In this research, it was aimed to reveal the messages of the A group travel agencies operating in Konya to the consumers of the visual posts they made on Instagram for the tours they organized. semiotic analysis was used as methods in the study. As a result of the analysis, the photographs shared by the agencies were divided into 5 categories: "for the tour process", "for accommodation establishments", "for nature tours", "for cultural tours" and "for nature-culture tours". In the analysis results, in the tours organized by the agencies, it has been observed that the signs that people of all age groups can participate in individual or family tours, and that they can have fun on the tours, there are signs that there are many alternative accommodation opportunities outside the city to take time and relax. In addition, it was observed that the visuals shared for cultural tours reflect the signs that the opportunity was given to learn the history and culture of a region more closely, and to witness the struggle for survival in the past. In the photographs shared in nature tours, the richness of nature such as plateaus, sea, waterfall, tulip and lavender fields, natural formations are shown as an element of attraction. It is shown that a rich holiday experience will be experienced by presenting cultural richness and natural beauty indicators together in nature and culture tours.

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author: Serkan AYLAN

E-Posta: serkaylan@gmail.com