

Yayın Geliş Tarihi: 11.03.2016
Yayına Kabul Tarihi: 21.04.2016
Online Yayın Tarihi: 29.03.2017
DOI: 10.18613/deudfd.297701

Araştırma Makalesi (Research Article)

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
UDTS 2016 Özel Sayı Sayfa:65-87
ISSN:1309-4246
E-ISSN: 2458-9942

KARİKATÜRİSTLER GÖZÜYLE DENİZ TURİZMİ: TURİZM KARİKATÜRLERİNİN GÖSTERGEBİLİM YAKLAŞIMI İLE İNCELENMESİ

Zehra Gökçe SEL¹
Ceyda LALE SANCAKTAR²
Gürhan AKTAŞ³

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, 2009 yılından beri düzenlenen Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nda yayınlanan eserlerde yer alan görsellerin vermek istediği saklı mesajları tüketici, ürün ve paydaşlar açısından ortaya çıkarmak ve deniz turizminin, toplumsal konuları yakından takip eden karikatüristler tarafından nasıl algılandığını değerlendirmektir. Çalışmanın evrenini, 2009-2014 yılları arasında Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması kapsamında yayınlanan 571 adet karikatür oluşturmaktadır. Bu evren içerisinde deniz ile ilgili göstergelerin (deniz, havuz, deniz topu, deniz simidi, kurvaziyer, yelkenli, sörf tahtası, şnorkel, balık, mayo, deniz terliği, deniz havlusu, kumsal vb.) kullanılmış olduğu 168 adet karikatür değerlendirilmeye alınmıştır. Bu çalışmada, deniz turizminin fiziksel ve sosyal çevre üzerinde yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz etkiler kapsamında bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, 168 karikatürün görsel göstergeleri üç farklı araştırmacı tarafından ayrı ayrı değerlendirilmiş ve birleştirilen kodlar sonucunda göstergebilim analizi uygulanmıştır. Bulgular, deniz turizminin yapısal özelliklerinden kaynaklanan etkilerin turizm karikatürlerine yansıdığını göstermektedir. Araştırmanın bulguları, en sık vurgu yapılan mesajların deniz turizmi ve kitlesel hareketlilik ilişkisinden meydana gelen olumsuz etkilerin tüketici, ürün ve paydaşlar üzerinde kendisini gösterdiğini ortaya çıkarmaktadır.

¹ Araş.Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İzmir, gokce_doner@hotmail.com

² Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Doktora Programı, İzmir, lalceyda@gmail.com

³ Doç.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İzmir, gurhan.aktas@deu.edu.tr

Anahtar Kelimeler: Deniz turizmi, kitlesel hareket, göstergebilim analizi, görsel göstergeler, turizm karikatürler.

MARINE TOURISM THROUGH THE EYES OF CARTOONISTS: AN INVESTIGATION OF TOURISM CARTOONS WITH A SEMIOTIC APPROACH

ABSTRACT

The aim of this study is to reveal hidden messages in the cartoons competed at the International Tourism Cartoons Competition, an annual event held since 2009. Within this perspective, the study attempts to evaluate how international cartoonists have portrayed marine tourism in their works, and what consumer, product and stakeholder perspectives have been reflected through the cartoons. To do this, 571 tourism cartoons, which were submitted to the competition between 2009 and 2014, were initially analyzed according to the themes captured in each cartoon. 168 cartoons, which contained signs related to marine tourism –i.e. sea, pool, sea ball, sea ring, cruise ship, sail, surf board, snorkel, fish, bikini, flip-flop, sea towel, sand etc., were selected for further and detailed analysis. The listing of the visual ‘marine tourism’ signs was individually executed by all the authors of the study, which was followed by the semiotic analysis of the concerned signs and codes. The findings of the study indicate that both positive and negative impacts of marine tourism on host destinations were covered in the cartoons in subject. Among the findings, the most apparent messages were on the negative impacts of mass mobility within marine tourism, and on how these negative impacts were caused and led to further problems on consumer-, product- and stakeholder-related issues.

Keywords: Marine tourism, mass mobility, semiotic analysis, visual signs, tourism cartoons.

1. GİRİŞ

Özellikle 1980’li yıllardan bu yana; tüketici, ürün ve paydaşlar açısından deniz turizminin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz etkiler gerek araştırmacılar gerekse işletmeler tarafından tartışılmaktadır. Bu nedenle deniz turizmi olgusunun turizm sektörünün doğrudan paydaşı olmayan taraflar açısından nasıl algılandığını belirlemek, bu konuda farklı bir bakış açısı getirmek adına oldukça önemli bir yer tutmaktadır.

Görsel metinler negatif ve pozitif mesajları farklı taraflara iletmede en etkili yöntemlerden birisidir. Görsel ifadeler ne kadar kuvvetli kullanılır ise anlatılmak istenen yan anlamlar o kadar derinlik ve etki kazanmaktadır.

Bu çalışmada amaçlanan, eleştirel yaklaşım açısına sahip olan turizm karikatürlerinin vermek istediği örtülü anlam veya mesajların, görsel göstergeleri çözümlenerek tüketici, paydaşlar ve ürün tarafından değerlendirilmesidir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Deniz Turizmi

Tarihsel süreç içerisinde seyahatlerin ve küreselleşen dünyada teknolojinin büyük bir ivme kazanması, turizm hareketlerinin uluslararası ve ulusal boyutta süregelen öncül bir gelişim gösterdiğinin kanıtıdır (UNWTO, 2015). Dünya ekonomisinde gelişime açık, yenilikleri takip eden, sürekli büyüyen, ülkelerin kalkınmasında lokomotif görev üstlenen ve çok yönlü yarar sağlayan en güçlü sektörlerden biri olan turizm sektörünün çok yönlü olmasıyla beraber, diğer sektörlerden ayıran en önemli özelliği turizm sektörüne ait girdilerdir. Bu girdilerin en önemlilerinden birisini doğal kaynaklar arasında yer alan denizler oluşturmaktadır. Bu kapsamda denizler turizm için çekici unsurların başında gelmektedir (Kozak vd. 2000).

Turizm sektörü, ekonomide üstlendiği önemli rol ile birlikte alt sektörlerle ayrılmaktadır. Küreselleşmenin etkileri, yaşanan ekonomik gelişmeler ve teknoloji ile birlikte gelişim gösteren sektörde, alt sektörlerin de pazar koşullarına uygun değişim göstermesiyle birlikte yeni turizm çeşitleri ortaya çıkmaktadır. Kitlesel turizm ile doğrudan ilişkilendirilen deniz turizmi ise, uzun yıllardır turizm sektörünü şekillendiren önemli turizm çeşitlerinden biridir. Önceleri belli bir kesimin spor, eğlenme, dinlenme aracı olarak ortaya çıkan deniz turizmi, 1960'lı yıllardan itibaren yaygınlaşmış ve uluslararası bir nitelik kazanmıştır (Yüksek, 2012: 86-87).

Alanyazında yer alan araştırmalarda deniz turizmi ile ilgili birçok tanımlama yapılmıştır. Orams (1999) deniz turizmini *“kişinin ikamet ettiği yerden uzak bir yere seyahat etmesini kapsayan, deniz odaklı eğlence ve dinlenme faaliyetlerini içeren turizm çeşidi”* olarak tanımlarken, Lekakou ve Tzannatos (2001) *“doğrudan ve geçici olarak turistlerin okyanusla (denizle) kurduğu iletişimi araştıran bir turizm çeşidi”* olarak tanımlamaktadır. Wild (2003)'e göre ise, deniz turizminin en önemli bileşenlerini seyahat, ulaşım ve rekreasyon üçlüsü oluşturmaktadır. Deniz turizmi kavramı kruvaziyer dışında su kayağı, rüzgâr sörfü, dalış, yüzmeye, deniz parklarına yapılan tur gibi birçok

aktiviteyi de içermektedir (Diakomihalis, 2007). Yüzyıllardan beri deniz, rekreasyon aktiviteleri için temel kaynak olmuş ve gitgide gelişim göstermiştir (Miller, 1993; Orams, 1999, 2007).

3S olarak da adlandırılan deniz, kum ve güneş, turizmin gelişiminde son 50 yıldır önemli rol oynamaktadır (Miller ve Auyong, 1991). Günümüzde alternatif turizm çeşitlerinin önemi giderek artsa da, denizin turizm için hala çok büyük bir çekim gücüne sahip olduğu bilinmektedir. Pek çok ülkede, o ülkeye seyahat eden turistlerin önemli bir bölümü deniz turizmi amacıyla seyahatlerini gerçekleştirmektedir (Kozak vd. 2000: 27). Deniz turizmi, her geçen yıl katılımcı sayısının artması ve ekonomik getirisinin fazla olması nedeniyle gittikçe büyüyen ve önem taşıyan bir sektör haline gelmiş ve ülkelerin turizm gelirlerine katkıda bulunmuştur (Moreno ve Amelung, 2009; Hall, 2001; Webe ve Mikacic, 1994; Pollard, 1995; Kim ve Kim, 1996; Orams, 1999). İzmir Ticaret Odası'nın verilerine göre ülkemize, turist başına en fazla gelir bırakan turizm çeşitlerinden biri deniz turizmidir (İZTO, 2015).

Popülerliğinin artması ile beraber, deniz turizmi (balık tutma, dalış, rüzgâr sörfü ve yatçılık vb.) tarım, yerleşim bölgeleri ve endüstriyel yatırım amaçlı kullanılan alanların ve kıyıların üzerindeki baskısını artırmaktadır (Miller, 1993; Warner, 1999). Deniz turizmi konusunda ekonomik ve çevresel etkilerin farkındalığının ve sürdürülebilirlik bilincinin artmasına rağmen, bu alanda yapılan araştırmalar az sayıdadır (Hall, 2001). Ülkemizin coğrafi konumu gereği, üç tarafının denizlerle çevrili olması, denize kıyısı olan illerin fazla olması ve ılıman iklime sahip olması deniz turizmi açısından büyük bir avantaj yaratmasına rağmen ulusal yazında yapılan araştırma sayısı oldukça azdır. Fakat deniz turizmi alanında yapılan yasal düzenlemeler (Turizmi Teşvik Kanunu, Deniz Turizmi Yönetmeliği, Yat Turizmi Yönetmeliği vb.) ülkemizde deniz turizminin gelişmesinde önemli katkılar sağlamıştır. 2023 Türkiye Turizm Stratejileri kapsamında da kruvaziyer gemi ve yat limanlarının geliştirilmesine yönelik birçok kararın alınması, gelecekte de bu alanda yaşanılacak gelişim ve değişim konusunda umut vericidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015).

2.2. Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Turizm yalnızca ekonomik bir olay olmayıp aynı zamanda fiziksel, sosyo-kültürel ve ekonomik çevreyi etkileyebilen bir hareketliliklerdir. Bu nedenle turizmin etkileri değerlendirilirken sadece gelir getirici ve döviz kazandırıcı özellikleri gibi maddi ve ekonomik sonuçları değil, toplumsal ve kültürel, ekonomik ve fiziki çevreye yansımaları gibi konular üzerinde

de durulmalıdır. Bu alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde, yapılmış olan en temel ayrımlar özet bir şekilde Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Turizmin Ekonomik, Fiziksel ve Sosyo-Kültürel Çevre Üzerindeki Etkileri

ETKİ SINIFI	OLUMLU ETKİLERİ	OLUMSUZ ETKİLERİ
Turizm ve Ekonomik Çevre	<ul style="list-style-type: none">• Gelir yaratıcı etkisi,• İstihdam yaratıcı etkisi,• Bölgelerarası dengeli kalkınma etkisi,• Altyapı ve üstyapı yatırımlarına etkisi,• Diğer ekonomik sektörlerle katkı,• Ödemeler dengesi üzerindeki etkisi.	<ul style="list-style-type: none">• Mevsimlik dalgalanma,• Enflasyonist baskı,• Turizme aşırı bağımlılık,• Fırsat maliyet,• Dışalım eğilimindeki artış,• Yabancı işgücü gereksinmesi
Turizm ve Sosyo-Kültürel Çevre	<ul style="list-style-type: none">• Hoşgörü ortamını geliştirir,• Kırsal bölgelerin kentleşmesini hızlandırır,• Kadın hakları konusunda ilerlemeye neden olur,• Boş zaman kullanma alışkanlığını geliştirir,• Temizlik bilincinin gelişmesini sağlar,• Yeni toplumsal kurumların ortaya çıkmasına neden olur,• Yeni mesleklerin ortaya çıkmasına neden olur,• Yerel halkın tarih ve kültür değerlerine sahip çıkma bilinci gelişir,• Yabancı dil öğrenmeye yönlendirir,• Aile bağlarını güçlendirir.	<ul style="list-style-type: none">• Yabancı düşmanlığını artırabilir,• Suç oranında artış olabilir,• Kültür ticarileşebilir,• Turistleri taklit gibi olumsuz yönlenebilir.

Tablo 1: Turizmin Ekonomik, Fiziksel ve Sosyo-Kültürel Çevre Üzerindeki Etkileri (Devamı)

ETKİ SINIFI	OLUMLU ETKİLERİ	OLUMSUZ ETKİLERİ
Turizm ve Fiziksel Çevre	<ul style="list-style-type: none">• Yöre, anıt ve yapıların restorasyonu veya iyileştirilmesi yönünde itici bir güçtür,• Eski yapıtların yeni kimlikleriyle bugünde yaşamalarını sağlayacak düzenlemelere gidilir,• Çevrenin korunmasına hız verir,• Çevre korunmasına yönelik önlemler, planlama, yönetsel kararlar alınır,• Önemli doğal alanlar korunur,• Arkeolojik ve tarihi yerler korunur,• Fiziksel çevre kalitesi yükselir,• Çevrenin değerinin artması sağlanır,• Altyapı geliştirilir.	<ul style="list-style-type: none">• Doğal çevrenin tahribi (su, hava, gürültü, görüntü kirliliği, kalabalık ve izdiham, saha kullanma problemleri vb.),• Ekolojik aksaklıklar,• Çevresel tehlikeler,• Tarih ve arkeolojik alanlara verilen zarar,• Uygunsuz atık yok etme,• Sürdürülebilir turizm olgusunun eksikliği,• Çöp ve atıklar sorunu.

Kaynak: Kozak vd. 2000: 73-87

2.3. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması

Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği ve Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nin işbirliğinde düzenlenen Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nın ilki 2009 yılında gerçekleştirilmiştir. Yarışmanın amacı, dünyanın en büyük sektörlerinden biri olan turizmi çeşitli boyutları ile inceleyerek, tatil amacıyla seyahat eden bireylerin tatil sırasında yaşadıkları her türlü deneyim ve ortaya çıkan ilişkiler üzerine karikatür sanatçılarının bakışını ortaya koymaktır. Bu bağlamda konaklama, ulaştırma, yeme-içme, eğlence, rekreasyon, gezme-görme, müzeler, çevre, turist-yerli ilişkileri vb. turizm sektörü kapsamında yer alan konular, gelişmeler ve yaşanan deneyimler karikatür sanatçıları gözüyle değerlendirilmektedir. Yarışma, 2009 yılından itibaren her yıl düzenlenmiştir. 2009, 2010, 2011 ve 2013 yıllarında Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması için herhangi bir tema belirlenmemişken 2012 yılı için “*yerli halk ve turizm ilişkileri*”, 2014 yılı için “*her şey dahil tatil*”, 2015 yılında düzenlenen yarışma için ise “*barış ve turizm*” temaları seçilmiştir (Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması, 2015).

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, 2009 yılından beri düzenlenen Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nda yayınlanan eserlerin vermek istediği saklı mesajları tüketici, ürün ve paydaşlar açısından ortaya çıkarmak ve deniz turizminin yarışmaya katılan karikatüristler tarafından nasıl algılandığını değerlendirmektir. 1980'li yıllardan beri deniz turizmi ve beraberinde getirmiş olduğu olumlu ve olumsuz etkilerin tartışılıyor olması, eleştirel bir yaklaşım açısına sahip olan turizm karikatürlerinin incelenmesini gerekli kılmıştır. Bu nedenle çalışmanın evrenini, 2009-2014 yılları arasında Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması kapsamında yayınlanan 571 adet karikatür oluşturmaktadır. Bu evren içerisinde deniz ile ilgili göstergelerin (deniz, havuz, deniz topu, deniz simidi, kurvaziyer, yelkenli, sörf tahtası, şnorkel, balık, mayo, deniz terliği, deniz havlusu, kumsal vb.) kullanılmış olduğu 168 adet karikatür değerlendirilmeye alınmıştır.

Bu çalışmada, görsel metinlerin analizi gösterge bilim yöntemi ile gerçekleştirilmiş ve yan anlam içeren negatif veya pozitif mesajlar deniz turizmi ve kitlesel turizm kavramlarıyla ilişkilendirilerek incelenmiştir. Araştırma kapsamında;

“Deniz turizmi göstergelerini içeren turizm karikatürlerindeki verilmek istenen yan anlam/saklı mesajlar nelerdir?”

sorusuna cevap aranmaya çalışılmıştır. Gösterge bilim analizi, görselin arkasında yatan yan anlamın keşfedilmesini sağlayan bir bilim dalıdır (Odabaşı ve Barış, 2002). Anlamlandırmanın ve çözümlenmelerin düz anlam ve yan anlam olarak adlandırılan iki düzeyi üzerinde duran Barthes (1972)'a göre: bir göstergenin 'neye' işaret ettiği, düz anlam, göstergenin 'nasıl' gösterildiği ise yan anlam olarak kabul edilir. Karikatürler de yapıları itibarıyla, örtülü mesaj içeriği ile birlikte eleştirel bir anlatım tekniğini ortaya koymaktadır. Üstü örtülü şekilde verilmek istenen mesajın çözümlenebilmesi için en uygun görülen yöntemlerden birisi gösterge bilim (semyoloji) analizidir (Cobb-Walgren ve Mohr, 1998: 130).

Eleştirel bir mesajın etkili sonuçlar yaratabilmesi yan anlama bağlı olarak şekillenmektedir (Moriarty, 1987). Bu çalışmada da ilgilenilen, deniz turizminin karikatüristler tarafından nasıl görüldüğü ve değerlendirildiğidir. Bu çalışma ile beraber beklenen, deniz turizmi

kapsamında gerçekleşen seyahatlerin, ne gibi negatif ve pozitif sonuçları doğurabileceği yönündeki algıları anlamaya yardımcı olabilmektedir.

Çalışmada verilmek istenen mesaj içeriklerinin incelenmesi aşamasında, iç tutarlılığı sağlamak amacıyla (Shenton, 2004), her karikatür ayrı ayrı üç araştırmacı tarafından titizlikle incelenmiş ve daha sonra bulgular karşılaştırılmıştır. Araştırmacılar tarafından oluşturulan ortak kodlar tüketici, ürün ve paydaşlar ana başlıkları altında gruplandırılmıştır. Ortaya çıkan yan anlamlar bu grupelemaya tabii tutularak incelemeye alınmıştır.

4. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde, turizm karikatürlerinin saklı mesaj içeriklerini ortaya koymayı hedefleyen bulgular verilmektedir. Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması'nda deniz turizmi göstergelerini içeren 168 karikatür belirlenen kodlar doğrultusunda incelenmiş ve ortaya çıkan bulgular bu bölümde özetlenmiştir.

4.1. Deniz Turizmine İlişkin Göstergeler

Araştırmada incelemeye tabii tutulan 168 karikatürde Tablo 1'de ifade edilen göstergelerin yoğunlukla kullanıldığı tespit edilmiştir. Buradan yola çıkarak, deniz turizmi dendiği zaman üçüncü kişilerin aklında canlanan resimde bu göstergelerden en az birinin yer aldığı yorumu yapılabilir. Bu nedenle, eleştirel bir gözle verilmek istenen saklı mesaj kurgusunun bu göstergeler ile birlikte verilmeye çalışıldığı görülmüştür.

Tablo 2: Deniz Turizmi Göstergeleri

Deniz	Deniz Topu	Deniz Terliği
Deniz Havlusu	Deniz Kızı	Deniz Canlıları
Deniz Terliği	Kumsal	Mayo/Bikini/Şort
Şnorkel	Deniz Şemsiyesi	Kurvaziyer
Gemi	Yelkenli	Sörf Tahtası
Bot	Güneş	Şezlong
Can Simidi	Kayık	Havuz
Su Parkı	Dalgıç	Güneş Kremi
Deniz Botu (Rafting)	Deniz Simidi	Palmiye
Ada	Gondol	Martı

Bu araştırma kapsamında incelenen karikatürlerde dikkat çekici en önemli noktalardan birisi, deniz turizminin diğer turizm türleri ile birlikte aynı eserde ifade ediliyor olmasıdır. Spor turizmi, macera turizmi, kültür turizmi ve seks turizmi bunlardan bazılarıdır. Şekil 1’de görüldüğü üzere, deniz turizmi göstergelerinin kültür turizmi göstergeleri ile birlikte kullanımı söz konusudur. Bu şekilde gösterenler Eiffel Kulesi, İstanbul Kız Kulesi, Özgürlük Heykeli, Mısır Piramitleri, “her şey dahil” sisteme dahil olan turist ve telefonları olup, gösterilen ise deniz turizmini deneyimleyen turistlerin sadece bir tesis içerisinde kaldığı ve kültür turizmine ancak uzaktan bakabildiğidir. Bu şekilde, deniz turizminin ortaya çıkan etkilerini minimize etmek veya ortadan kaldırmak adına alternatif olarak ortaya çıkan kültür turizmi ile deniz turizminin kıyaslanması söz konusudur. Şekil 1’de sağ tarafta bulunan görselde, sörf yapan bir turistin semazen görüntüsünden oluşan dalganın altında kaldığı görülmektedir. Bu görselde deniz turizmine eleştirel bir gözle bakıldığı söylenebilmektedir.



Şekil 1: Deniz ve Kültür Turizmi

Şekil 2’de de aynı şekilde çevresel kirlilik vurgusu yapılmıştır. Burada gösteren=rafting yapan turistler ve çöp, gösterilen=el değmemiş nehirlerde rafting yapan turistlerin fiziksel kirliliği de beraberinde getiriyor olması veya destinasyonların doğal kaynakların korunmasına gerekli önemi göstermemeleri sonucunda kirliliğe sebep oluşudur. Aynı şekilde sağ tarafta yer alan ikinci karikatürde botları ile beraber gezi gerçekleştiren turistler ve onların doğaya vermiş olduğu zarar simgeleriyle gösterilmiştir.



Şekil 2 : Macera Turizmi ve Fiziksel Çevre

Cinsel çekicilik unsurlarının yer aldığı Şekil 3’te deniz turizmi ve beraberinde getirmiş olduğu olumsuz etkiler vurgulanmaktadır. Her iki şekilde de sosyal yozlaşmaya dikkat çekmek adına kadın vücudu ve para gibi görsel göstergelere yer verilmiştir.



Şekil 3: Seks Turizmi ve Deniz Turizmi Bağlantısı

4.2. Deniz Turizminin Olumsuz Etkileri

Bugüne kadar yarışmada seçilmiş olan karikatürler, karikatüristlerin bazılarının deniz turizmi ve kitlesel hareketlilik kavramını beraber algıladığını göstermiştir. Bu sebeple, eleştirel bir gözle yapılan karikatürlerde bu turizm çeşidinin beraberinde pek çok tahribat veya zararı da beraberinde getirdiği vurgusu sıkça yapılmıştır. Şekil 4’te bu etki minimalist bir şekilde anlatılmıştır. Moriarty (1987)’nin ifadesine göre, saklı bir mesaj ancak minimalist bir yol izlendiğinde çok daha fazla etki yaratabilmektedir.

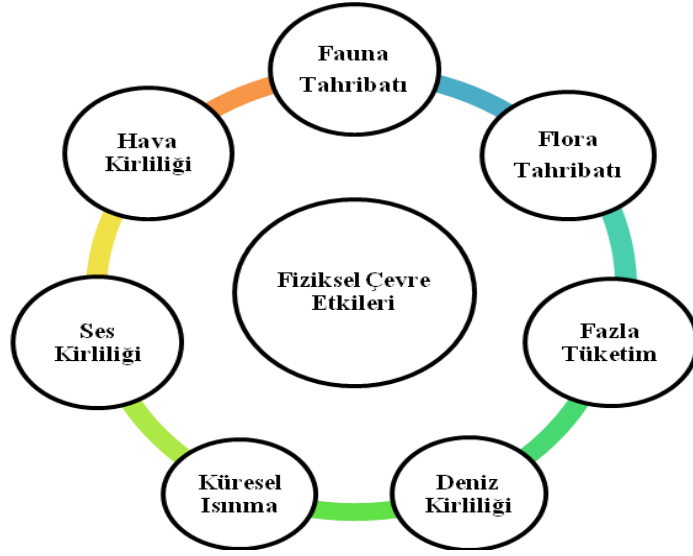


Şekil 4: Turistlerin Bırakmış Oldukları İzler

Yukarıda yer alan şekil 4'te gösteren kumsaldaki havlu izi iken, gösterilen turistlerin gitmiş oldukları yerlerde bırakmış oldukları izler üstü kapalı bir mesajla karşı tarafa iletmeye çalışılmaktadır. Burada temelde var olan çaba metaforlara yer vererek mesajı daha etkili hale getirebilmektir.

4.2.1. Turizmin Fiziksel Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Turizmin fiziksel çevre üzerindeki olumsuz etkileri doğal çevrenin tahribi, çöp ve atıklar sorunu, ses kirliliği ve sürdürülebilirlik olgusunun eksikliği gibi farklı boyutlara ayrılmıştır (Kozak vd., 2000). Bu araştırmanın bulgularının, turizmin çevreye verdiği tahribatın farkında olup olunmadığının belirlenmesi açısından da çarpıcı olduğu düşünülmektedir. Karikatürlerde sıkça çevreye verilen tahribat ana tema olarak kullanılmış ve bu tema çeşitli göstergelerle ifade edilmeye çalışılmıştır. Bu sebeple Şekil 5'te görüldüğü üzere, çevre üzerindeki olumsuz etkiler bulgulardan yola çıkılarak sınıflandırılmıştır.



Şekil 5: Fiziksel Çevre Etkileri Modeli

İncelenen karikatürlerde çevre tahribatının yanı sıra bu tahribatların beraberinde doğal erozyona yol açacağı üzerinde de oldukça durulmuştur. Şekil 6'da görüldüğü üzere, her iki resimde doğal afet teması işlenmeye çalışılmıştır. Bu karikatürler ile ortaya çıkan başka bir etki de turistlerde meydana gelen duyarsızlaşma olmuştur. Şekil 6'nın sağ tarafında bulunan şekil incelemeye alındığında, gösteren=doğal afet ve telefon iken, gösterilmek istenen yani saklı olarak ifade edilmek istenen turizm hareketliliğinin neden olduğu doğal tahribat ve buna neden olan turistin de bu duruma ne kadar kayıtsız kaldığıdır.



Şekil 6: Doğal Afet ve Duyarsızlaşma

Şekil 7’de yer alan örneklerde ise doğaya verilen zarar teması yer almaktadır. Bu resimlerden ilkinde, gösteren: kuru dere ve rafting yapan turistler iken gösterilen: farklı sebeplerle kurumuş olan nehirlerde artık macera turizmi kapsamında seyahate çıkma eğilimi gösteren turistlerin, ilgi duydukları sporları yapabilecekleri alanların giderek kısıtlandığı da gösterilmiş olabilir. Sağ tarafta yer alan ikinci şekilde şehirleşmenin çevreye verdiği zararın turizme etkisi ifade edilmeye çalışılmıştır.



Şekil 7: Doğal Tahribat

4.2.2. Turizmin Toplumsal Çevre Üzerindeki Olumsuz Etkileri

İlgili alanyazında, turizmin destinasyonda yaşayan yerel halk üzerinde taklit, turizme aşırı bağımlılık, yabancı düşmanlığı, kültürün ticarileştirilmesi gibi pek çok olumsuz etkisinin olabileceği ifade edilmektedir (Weaver ve Lawton, 2007). Şekil 8’de yer alan resimde, turizm faaliyetinin gerçekleştirildiği yerde yerel toplumlar üzerinde nasıl bir etki yarattığını göstermeyi amaçlayan karikatürde havlu gölgesi metafor olarak kullanılmış, bu gösterge ile birlikte turistlerin ve turizm hareketliliğinin yerel halk üzerinde oluşturduğu olumsuz etkiye vurgu yapılmıştır.



Şekil 8: Toplumsal Çevre ve Turizm

Tablo 3: Tüketici, Ürün ve Paydaş Göstergeleri (Devamı)

Tüketici	Ürün	Paydaşlar
Tüketici Memnuniyeti	Kurvaziyer	Esnaf (simit satan kişi, gümüş/takı satan kişiler/ kafe-restoran işletmecisi/ Taksi)
Kitlesel Turizm	Kıyı Oteli (Resort Hotel)	Devlet (devlet politikaları)
Münferit Seyahat	Otel Bileklikleri	
3. Yaş Turizmi	Hizmet Kalitesi	
Gençlik Turizmi	Su Parkı	
Aile ile Seyahat/Çocuklu	Ada	
Zengin Turist Profili	Paket Tur	
Sosyal Turizm	Gondol Gezintisi	
Tüketicinin Gelmiş Olduğu Destinasyon	Kamping	
Film Etkisi	Mevsimsellik	

Bu göstergelerin karikatürlerde çok çarpıcı şekilde işlendiği tespit edilmiştir. Özellikle aşırı tüketim olgusunun yoğunlukla yan anlam olarak karşı tarafa verilmek istendiği görülmüştür. Şekil 10'da aşırı tüketim temasının yer aldığı görsellere yer verilmiştir. Aşırı tüketim teması genel olarak kilolu ve yeme içme faaliyetinde bulunan turist ile simgelenmektedir.



Şekil 10: Aşırı Tüketim ve Her Şey Dahil Sistem

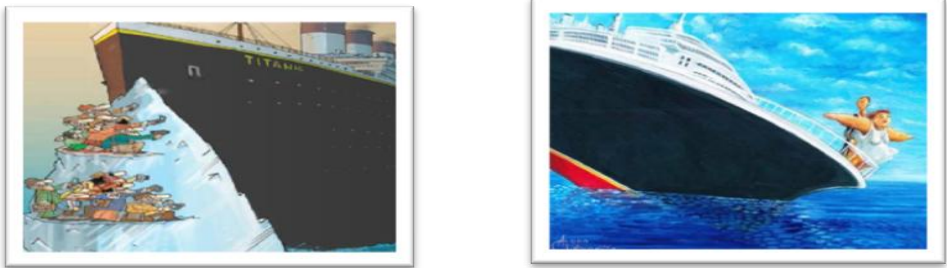
Her şey dahil sistem, ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi bir seyahatin ayrı ayrı parçalarının birleştirilerek müşteriye tek bir ürün ve fiyat olarak satılmasını içeren faaliyetler bütünü olarak tanımlanan paket turun bir çeşididir (Heung ve Chu, 2000:52). 2000'li yıllarda, özellikle deniz-kum-güneşe (3S) bağlı kitle turizminin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte paket turun bir çeşidi olan her şey dahil sisteme ilginin arttığı savunulmaktadır (Alaeddinoğlu ve Can, 2007:52). Bu etkiyi turizm karikatürlerinde de görmek mümkündür. Şekil 11'de

paket tur ana temasının yer aldığı görsellerde, bavul simgesi ve içerisinde yer alan ürün bileşenleri paket tur olgusuna işaret etmektedir. Bu karikatürlerde, deniz turizmi ve paket tur kavramlarının iç içe geçmiş olduğu görülmektedir.



Şekil 11: Paket Tur Ana Teması

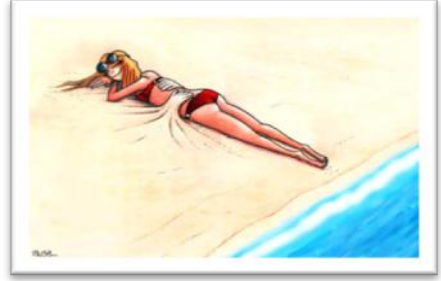
Alanyazında yer alan araştırmalarda televizyon dizi ve filmlerinin turistik talebin seçimleri ve satın alma eğilimleri üzerinde olumlu etkisi olduğu savunulmaktadır. Bu film ve diziler turistik ürünlerin tanıtımında etkili bir araç olarak kullanılmakta ve o ürünlerin popülaritesinin artmasına aracılık etmektedir. Özellikle kurvaziye seyahatlerinde Titanik filminin olumlu etkisi gözlemlenmektedir (Wood, 2000). Turizm karikatürlerinde de bu filmin kurvaziye seyahatleri ile beraber kodlandığı göze çarpmış ve bunlardan bazılarında Şekil 12’de yer verilmiştir.



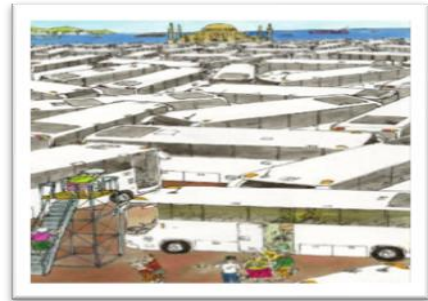
Şekil 12: Film Etkisi

Kaliteli hizmet veren işletmeler, tüketici beklentilerini karşılayarak tüketici tatmini yaratmaktadırlar. Yapılan araştırmalarda (Rust vd. 1995), artan müşteri tatmininin yüksek müşteri sadakatine yol açtığı tespit

edilmiştir. Müşteri sadakati, turistlerin turizm sektöründe sürekli ilişki içerisinde olduğu işletme veya destinasyon ile ilişkisini tutumsal olarak devam ettirme arzusu olarak ortaya çıkmaktadır (Kim ve Yoon, 2004). Şekil 13'te görüldüğü üzere, tekrar tuşu ve turiste kumdan sarılan bir el bağıllığı ifade eden göstergelerdir. Burada esas gösterilmek istenen olgu müşteri sadakatidir.



Şekil 13: Müşteri sadakati



Şekil 14: Turizm Paydaşları

Turizm işletmeleri turistleri elde tutabilmek ve beklentilerini karşılayabilmek adına kusursuz hizmet anlayışını benimsemektedirler. Bu vurgunun turizm karikatürlerinde de yer aldığı belirlenmiştir. Şekil 15'de yer alan birinci karikatürde, havuz suyunu kontrol eden cankurtaran hizmette sınır olmadığını simgelemektedir. Diğer karikatürde ise hizmet eden servis personeli hizmet kalitesinin göstergesi konumundadır.



Şekil 15: Hizmet Kalitesi

Ekonomik güçleri sınırlı olan kitlelerin bir takım önlemler ve tesisler yardımıyla turizme katılmaları sosyal turizm kavramını ifade etmektedir (Usta, 2009). Şekil 16’da iki karikatürde ise tüketicilerin yaş ve tercihleri, kiminle seyahat ettikleri çeşitli metaforlar ile anlatılmıştır.



Şekil 16: Tüketici Profili

Teknolojinin gelişim göstermesi ile beraber sanal gerçeklik uygulamaları ve tutundurma araçlarında değişiklikler gözlemlenmektedir. Bu değişikliklerin Şekil 17’de yer alan karikatürlere yansıdığı görülmektedir. Bu karikatürlerde, turistlerin mevcut destinasyonlara gitmeden de deneyim elde edebilecekleri ve zihinlerinde çeşitli fikirler yaratabilecekleri vurgusu ön plana çıkmaktadır. Buradaki temel göstergeler televizyon, bilgisayar ve tatil görüntüsüdür. Gösterilmek istenen ise sanal deneyim ve hayaldir.



Şekil 17: Sanal Gerçeklik ve Medya

5. SONUÇ

Deniz turizmi kavramı yıllardır kitlesel hareketlilik kapsamında değerlendirilmekte ve bu hareketliliğin taraflar açısından çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik boyutları tartışılmaktadır. 1980’li yıllardan bu yana, kitlesel turizmin etkilerini ortadan kaldırmak veya bu etkileri hafifletmek adına alternatif turizm türleri geliştirilse de, bireylerin algısında yaratılmış olan turizm kavramından deniz, kum, güneş üçlüsünün çıkarılması mümkün değildir. İncelenen karikatürlerde de, turizm algısının deniz, kum, güneş üçlüsü etrafında toplandığı söylenebilir. Yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan temalarda, deniz turizmi olgusunun olumlu/olumsuz etkilerine vurgu yapıldığı ve ortaya çıkan sembollerin tüketici, paydaş ve ürün ile ilgili göstergeler ile iç içe geçtiği belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında, deniz turizmi ile ilişkili olarak en çok vurgu yapılan temalardan birisi her şey dahil sistem ve aşırı tüketimdir. Bu kapsamda karikatürlerde özellikle alkol ve yiyecek/içecek tüketimini sembolize eden, kilolu ve sürekli yeme/içme faaliyetinde bulunan insanların karikatürize edilmiş halleri görülmektedir. Buradan yola çıkarak, deniz turizmi faaliyetine katılan kişilerin her şey dahil sisteminin bir parçası olduğu ve bu sistemin getirdiği olumsuz etkilerin altında kaldığı yorumu yapılabilir. Her şeyi tüketme anlayışı sonucunda ortaya çıkan fiziksel ve toplumsal çevre üzerindeki olumsuz etkiler, doğaya verilen zarar, canlı türlerinin yok olması, küresel ısınma, yerli halk-turist çatışmaları, kültürel yozlaşma ve kültürün ticarileştirilmesi, kıyı bölgelerdeki güvenlik problemleri gibi alt temalar altında karşı tarafa vermeye çalışılmıştır.

Hizmet boyutunda, müşteri tatmini ve sadakati en sık işlenen temalar arasında yer almaktadır. Bu temalarda en sık kullanılan simgeler,

çalışan personelin turistlere sunduğu hizmeti gösteren görseller etrafında toplanmıştır.

Tüketici boyutunda en sık kodlanan göstergeler, tüketici motivasyon unsurları (rutinden kaçış, zevk ve eğlence, aile ile bir arada olmak, sosyalleşmek, dinlenmek), müşteri sadakati, tüketici seyahat eğilimleri (sanal gerçeklik) ve demografik özellikleri üzerine olmuştur.

Her şey dahil sistem ve kitlesel hareketliliğin doğal sonucu olarak ortaya çıkan paket tur ile seyahat eğilimi de incelenen karikatürlerde yer alan unsurlardır. Bu kapsamda, seyahat acentası ve paket tur vurgusu yapılmıştır. İncelenen karikatürlerde, turizm hareketliliğinin içerisinde yer alan diğer paydaşlar da (ulaşım firmaları, esnaf, yerel halk, rehber, devlet) görsel metin olarak aktarılmıştır.

Analiz edilen bu karikatürlerin deniz turizminin karikatüristlerin dünyasında nasıl algılandığını belirlemek ve bu alanda karşılaşılan olası problem ve etkilere karşı farkındalık yaratmak açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Alaeddinoğlu, F. ve Can, A.S. (2007). Türk turizm sektöründe tur operatörleri ve seyahat acenteleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 50-66.

Barthes, R. (1972). *Mythologies*. London: Jonathan Cape

Cobb-Walgren, C. J. ve Mohr, L. A. (1998). Symbols in Service Advertisements. *Journal of Services Marketing*, 12(2), 129-151.

Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371-386.

Diakomihalis, M. (2007). Greek Maritime Tourism: Evolution, Structures and Prospects, A. Pallis (Ed.), *Maritime Transport: The Greek Paradigm*, pp. 419-455, Oxford: Jai Press.

Hall, M. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: The end of the last frontier? *Ocean and Coastal Management*, 44(910), 601-648.

Heung, V. C. ve Chu, R. (2000). Important factors affecting Hong Kong consumers' choice of a travel agency for all-inclusive package tours. *Journal of Travel Research*, 39(1), 52-59.

Kim, S. ve Kim, Y. (1996). Overview of coastal and marine tourism in Korea. *Journal of Tourism Studies*, 7(2), 46-53.

Kim, H. S. ve Yoon, C. H. (2004). Determinants of subscriber churn and customer loyalty in the Korean mobile telephony market. *Telecommunications Policy*, 28(9), 751-765.

Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M.A. (2000). Genel Turizm İlkeleri-Kavramlar, Ankara: Detay Yayıncılık.

Lekakou, M. ve Tzannatos, E. (2001). Cruising and Sailing: A New Tourist Product for the Ionian Sea (in Greek), *Volume in Honor of Emeritus Professor M. Rafael*, pp. 475-496. Pireaus: University of Pireaus.

Miller, M. L. ve Auyong, J. (1991). Coastal zone tourism: A potent force affecting environment and society. *Marine Policy*, 15(2), 75-99.

Miller, M. (1993). The rise of coastal and marine tourism. *Ocean and Coastal Management*, 21(1-3), 183-199.

Moreno, A. ve Amelung, B. (2009). Climate change and coastal & marine tourism: review and analysis. In: *Journal of Coastal Research, Proceedings of the 10th International Coastal Symposium*. Lisbon, Portugal.

Moriarty, S. E. (1987). A content analysis of visuals used in print media advertising. *Journalism Quarterly*, 64, 550-54.

Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2002). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: Media Cat Akademi.

Orams, M.B. (1999). *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*. London: Routledge.

Orams, M.B. (2007). Extreme marines: the rise of high-risk marine tourism. In: *Proceedings of 5th International Coastal & Marine Tourism Congress*. Auckland, New Zealand.

Pollard, J. (1995). Tourism and the Environment, In: P. Breathnach (Ed.), *Irish Tourism Development* , pp. 61–77. Maynooth: Geographical Society of Ireland.

Rust, R. T., Zahorik, A. J. ve Keiningham, T. L. (1995). Return on quality (ROQ): Making service quality financially accountable. *The Journal of Marketing*, 58-70.

Shenton, A. K. (2004). Strategies for ensuring trust worthiness in qualitative research projects. *Education for Information*, 22(2), 63-75.

UNWTO (2015). *Tourism Highlights*. Madrid: UN WTO.

Usta, Ö. (2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Warner J. (1999). North Cyprus: tourism and the challenge of non-recognition. *Journal of Sustainable Tourism*, 7 (2), 128–45.

Weaver, D. B. ve Lawton, L. J. (2007). Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism Management*, 28(5), 1168-1179.

Webe, S. ve Mikacic, V. (1994). The importance of market research in planning the development of nautical tourism in Croatia (in Croatian). *Turizam*, 42(5/6), 71–74.

Wild, G. P. (2003). *Cruise Industry Statistical Review 2002*. Sussex: Wild GP.

Wood, R. E. (2000). Caribbean cruise tourism: Globalization at sea. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 345-370.

Yüksek, G. (2012). *Turizm Ulaştırması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

İnternet Kaynakları

İZTO (İzmir Ticaret Odası). (2015). *Bilgi Bankası: İzmir’de Kruvaziyer Turizmi*. <http://www.izto.org.tr/tr/kruvaziyerturizmi>, Erişim Tarihi:15.12.2015.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2015). *Resmi Web Sitesi*,
<https://www.kultur.gov.tr>, Erişim Tarihi: 20.12.2015

Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması (2015). *Web Sitesi*.
<http://tourismcartoon.com>, Erişim Tarihi: 21.12.2015