

“GEZSEN ANADOLUYU” TANITIM FİLMİNİN KÜLTÜREL İMGELERİ

Öğr. Gör. Şeyma DUMANLI*, Öğr. Gör. İpek BİRKON**,
Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU***

*Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu, Şanlıurfa, Türkiye, E-posta: seymadumanli@harran.edu.tr

**İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Nişantaşı Meslek Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye, E-posta: ipek.birkon@nisantasi.edu.tr

***Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Balıkesir, Türkiye, E-posta: akoroglu@balikesir.edu.tr

ÖZET

Turizm destinasyonlarının etkili bir şekilde tanıtılabilmesinde tanıtım filmleri kritik bir rol oynamaktadır. “GoTurkiye.com” platformu, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulan resmi bir turizm tanıtım platformudur. Bu platform, Türkiye’nin doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel zenginlikleri, geleneksel lezzetleri ve turistik cazibelerini gibi çeşitli içerikler sunmaktadır. Türkiye’nin kültürel mirası ve doğal güzellikleri, “goturkiye.com” platformu aracılığıyla ulusal ve uluslararası turistlere aktararak, ülkeye olan ilgiyi artırmak, turizm sektörünü desteklemek ve turizm gelirlerini arttırmak amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışma 25 Mayıs 2023 tarihinde “Go Türkiye” resmî sitesinin “Youtube” platformu üzerinden yayımladığı “Gezsen Anadolu’yu” başlıklı tanıtım filminin somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının göstergebilimsel analiz yöntemi ile çözümlenmesini amaçlamaktadır. Araştırmanın örneklemini “Gezsen Anadolu’yu” tanıtım filmi oluşturmaktadır. Örnekleme yöntemi olarak amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme tekniği tercih edilmiştir. Araştırma yöntemi olarak göstergebilimsel analiz yönteminden faydalanılmış ve araştırmanın amacına uygun olarak belirlenen kesitler Saussure’nin modeli kapsamında gösterge, gösteren ve gösterilen bağlamında çözümlenmiştir. Araştırma sonucunda somut kültürel miras unsurlarını temsil eden 33, somut olmayan kültürel miras unsurlarını temsil eden 20 kesit saptanmıştır. Elde edilen göstergelerin çözümlenmesi sonucunda somut kültürel miras kapsamında genel olarak Türkiye’nin inanç turizmi ve kültür turizmi gibi turizm türlerine yönelik kültürel ve tarihi dokusunun yansıtıldığı, somut olmayan kültürel miras kapsamında ise geleneksellik, el sanatları ve zanaatları, yöresel ürünler ve gastronomik unsurların bir bütünlük içerisinde sergilendiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tanıtım Filmi, Somut Kültürel Miras, Somut Olmayan Kültürel Miras, Göstergebilim

CULTURAL IMAGES OF THE PROMOTIONAL FILM “GEZSEN ANADOLU”

ABSTRACT

Effective promotion of tourist destinations often relies on the critical role of promotional films. “GoTurkiye.com” is an official tourism promotion platform created by the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey. This platform offers various content showcasing Turkey's natural beauty, historical and cultural richness, traditional flavors, and tourist attractions. The cultural heritage and natural beauty of Turkey are conveyed to both national and international tourists through the “goturkiye.com” platform, aiming to increase interest in the country, support the tourism sector, and boost tourism revenue. In this context, this study aims to analyze the concrete and non-concrete cultural heritage elements of the promotional film titled “Explore Anatolia,” which was published on May 25, 2023, via the official “GoTurkiye” website on the “Youtube” platform, using the semiotic analysis method. The sample of the research consists of the “Explore Anatolia” promotional film. The criterion sampling technique, one of the purposeful sampling methods, was chosen as the sampling method. The research employed the semiotic analysis method, and the selected segments, in line with the research objective, were analyzed in the context of the sign, signifier, and signified according to Saussure’s model. As a result of the research, 33 segments representing concrete cultural heritage elements and 20 segments representing non-concrete cultural heritage elements were identified. The analysis of the obtained signs revealed that, in the scope of concrete cultural heritage, Turkey’s cultural and historical texture, particularly related to types of tourism such as faith tourism and cultural tourism, is reflected. Within the scope of non-concrete cultural heritage, elements of tradition, handicrafts and crafts, regional products, and gastronomic features are collectively exhibited.

Key Words: Promotional Film, Tangible Cultural Heritage, Intangible Cultural Heritage, Semiotics



5. ULUSLARARASI

TURİZM VE KÜLTÜREL MİRAS
KONGRESİ
Kültürel Mirasına Sahip Çık!



ALANYA İLÇESİ'NDE SOSYAL MEDYA ÜZERİNDEN KÜLTÜREL MİRASIN AKTARIMI: BİR İNCELEME

Dr. Öğr. Üyesi Nihan SİDAR*

*Alanya Üniversitesi, nihansidar@gmail.com

ÖZET

Sosyal medya, kültürel etkinliklerin tanıtılması ve bilinirliğin artırılması açısından önemli bir platformdur. Bu platformlar, festivaller, sergiler ve diğer kültürel etkinlikler hakkında bilgi paylaşımının yanı sıra toplumun özgün kültürel yönlerini vurgulayan içeriklerin oluşturulmasına olanak tanır. Bu makale, sosyal medyanın kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasındaki etkisini Alanya ilçesi özelinde incelemektedir. Bu kapsamda, araştırma, Alanya Belediyesi ve Alanya Tanıtım Vakfı'nın resmi Instagram hesapları üzerinden içerik analizi yöntemiyle, bu platformların kültürel mirasın korunması ve aktarılmasına nasıl katkı sağladığını göstermiştir. Sonuçlar, sosyal medyanın Alanya'da kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasında kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma, kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması ve toplumun kültürel kimliğinin korunması açısından sosyal medyanın kritik bir öneme sahip olduğunu vurgulamakta olan bu çalışma, kültürel mirasın korunması ve tanıtılması amacıyla sosyal medyanın nasıl kullanılabileceği konusunda önemli bilgiler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Alanya, Kültürel Miras, Sosyal Medya

TRANSMISSION OF CULTURAL HERITAGE THROUGH SOCIAL MEDIA IN ALANYA DISTRICT: AN EXAMINATION

ABSTARCT

Social media serves as a crucial platform for the promotion of cultural events and the enhancement of visibility. These platforms enable the dissemination of information about festivals, exhibitions, and various cultural activities, while also providing an avenue for creating content that emphasizes a community's unique cultural aspects. This article specifically examines the influence of social media on the preservation and promotion of cultural heritage, focusing on the case of Alanya District. In this context, the research has conducted content analysis through the official Instagram accounts of Alanya Municipality and Alanya Promotion Foundation to illustrate how these platforms contribute to the conservation and transmission of cultural heritage. The results highlight the critical role of social media in the preservation and promotion of cultural heritage in Alanya. This study underscores the significance of social media in preserving cultural heritage and promoting it for future generations, emphasizing the crucial insights it offers regarding the effective utilization of social media for these purposes.

Key Words: Alanya, Cultural Heritage, Social Media

