



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(3): 1885-1907.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.456](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.456)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turistik Noktalara İlişkin Ziyaretçi Fotoğraflarının Göstergibilimsel Açından Değerlendirilmesi ve Kamu Kurum Fotoğrafları ile Kıyaslanması

Dr. Öğr. Üyesi Çetin AKKUŞ, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kastamonu, e-posta: cakkus@kastamonu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6539-726X>

Savaş BÖYÜKYILMAZ, Doktora Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kastamonu, e-posta: sboyukyilmaz@ogr.kastamonu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1162-2273>

Öz

Bu çalışmanın amacı Kastamonu ilinde bulunan turistik noktaların ziyaretçi fotoğrafları ile il resmî kurumlarının tanıtım fotoğraflarını karşılaştırarak göstergibilimsel açıdan analiz etmektir. Araştırmada belirlenen 21 turistik nokta Instagram üzerinden taranmıştır. Toplamda 2008 adet fotoğraf içerik analizi yapılarak incelenmiştir. Fotoğraflar her nokta için kendi arasında beş gruba ayrılmıştır. En yüksek değeri alan grubun içerisinde sık tercih edilen arka plana ait fotoğraflardan biri seçilmiş ve resmi kurum sitelerindeki fotoğraflar ile karşılaştırılmıştır. Araştırmada, en fazla paylaşım yapılan turistik noktaların, doğal zenginliklere işaret ettiği görülmüştür. Bunlar; Horma Kanyonu (%17,8), Ilgaz Dağı Milli Parkı (%13,75), İnebolu Plajı (%8,81), Küre Dağları Milli Parkı (%8,42) ve Cide Gideros Koyu (%7,82) olarak tespit edilmiştir. Ayrıca kamu kurumlarının fotoğraflarında ziyaretçilerin paylaştıkları fotoğraf açılarına benzerlik gösteren yedi turistik nokta saptanmıştır. Diğer turistik noktalarda daha az benzerlik ve çok az zıtlıklar görülmüştür. Araştırma sonucunda, Kastamonu destinasyonunda öne çıkan değerler vurgulanmış, bu turistik değerlerin hangi yönlerinin ziyaretçiler tarafından ön plana çıkarıldığı açıklanarak resmî kurumların tanıtım faaliyetlerinde fotoğraf kullanımı için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Göstergibilim, Sosyal Medya, Fotoğraf, Instagram, Kastamonu.

Makale Gönderme Tarihi: 30.02.2020

Makale Kabul Tarihi: 04.07.2020

Önerilen Atf:

Akkuş, Ç. ve Büyükyılmaz, S. (2020). Turistik Noktalara İlişkin Ziyaretçi Fotoğraflarının Göstergibilimsel Açından Değerlendirilmesi ve Kamu Kurum Fotoğrafları ile Kıyaslanması, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 1885-1907.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Semiotic Evaluation of Visitor Photographs Related to Touristic Points and Comparison with State Agency Photographs

Assistant Prof. Dr. Çetin AKKUŞ, Kastamonu University, Faculty of Tourism, Kastamonu, e-mail: cakkus@kastamonu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6539-726X>

Savaş BÖYÜKYILMAZ, Ph.D. Student, Kastamonu University, Faculty of Tourism, Kastamonu, e-mail: sboyukyilmaz@ogr.kastamonu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1162-2273>

Abstract

The purpose of this study is to analyze semiotic aspects by comparing the visitor photos of the touristic spots in Kastamonu Province and the promotional photos of the provincial official institutions. 21 touristic spots determined in the research were scanned on Instagram. A total of 2008 photographs were analyzed by content analysis. The photos are divided into five groups among themselves for each point. Among the group with the highest value, one of the frequently preferred background photos was selected and compared with the photos on official institution sites. The most shared tourist spots, natural riches are pointing. These; Horma Canyon (17.8%), Ilgaz Mountain National Park (13.75%), İnebolu Beach (8.81%), Küre Mountains National Park (8.42%) and Cide Gideros Bay (7.82%) has been identified. In the photographs of public institutions, seven tourist spots that are similar to the photograph angles shared by the visitors were identified. Less similarities and fewer contrasts were detected at other tourist spots. In the research, it emphasized the prominent values in the Kastamonu destination, and which aspects of these touristic spots were highlighted by visitors, and suggestions were made for the use of photographs in the promotional activities of official institutions.

Keywords: Semiology, Social Media, Photography, Instagram, Kastamonu.

Received: 30.02.2020

Accepted: 04.07.2020

Suggested Citation:

Akkuş, Ç. and Böyükyılmaz, S. (2020). Semiotic Evaluation of Visitor Photographs Related to Touristic Points and Comparison with State Agency Photographs, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3): 1885-1907.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.