



## Turizmin Etkilerinin Sinema Filmleriyle İncelenmesi: “Güler Misin Ağlar Mısın” Örneği (Exploring The Impacts of Tourism in Cinema Films: The Case of “Güler Misin Ağlar Mısın”)

\* Cüneyt MENGÜ<sup>a</sup> , Eyüp KARAYILAN<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Istanbul Cerrahpasa University, Vocational School of Social Sciences, Department of Hotel Restaurant and Catering Services Tourism and Hotel Management, & CEO of Mercan Tourism-DMC, Istanbul/Turkey

<sup>b</sup> Istanbul Kent University, Faculty of Art and Design, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Istanbul/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 12.08.2022

Kabul Tarihi: 22.09.2022

### Anahtar Kelimeler

Turizm

Turizmin etkileri

Film

Sinema gösterge bilimi

### Öz

Bu çalışmanın amacı, turizm endüstrisinin ekonomik, sosyo-kültürel ve psikolojik etkilerinin sinema filmleri yönünden yansımalarını incelemektir. “Güler misin Ağlar mısın” filminin tercih edilmesinin üç ana temeli vardır. Birincisi, filmin Türkiye’nin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Kuşadası’nda çekilmiş olmasıdır. İkincisi, filmin Türkiye’de turizmin gerçek manada gelişimini sağlayan ve 1972 yılında yayınlanan ve halen yürürlükte olan 1618 sayılı Turizm Yasasının yayınlanmasından üç yıl sonra gösterime girmiş olmasıdır. Üçüncüsü ise, filmde turizmin etkilerini doğrudan gösteren çok sayıda sahnenin yer almasıdır. Yapılan araştırmada filmdeki görsel ve sesli (işitsel) veriler Metz’in sinema göstergebilimi yaklaşımıyla günümüzde yaşanan gelişmelerle incelenerek analiz edilmiştir. Araştırmanın temel bulgularını, yerel halkın turist algısı, turizmdeki aşırı ticarileşmenin ana dil üzerindeki etkileri, turizm endüstrisindeki girişimci/çalışan ilişkileri ve yerel halkın kültürel değerlere olan ilgisizliği olarak sıralamak mümkündür. Elde edilen sonuçlar mevcut literatürdeki ampirik ve kavramsal bulgularla desteklenerek açıklanmaya çalışılmıştır.

### Keywords

Tourism

Impacts of tourism

Film

Cinema semiotics

### Abstract

This study aims to examine the reflections of the economic and socio-cultural effects of the tourism industry in terms of cinema films. There are three main reasons for preferring the movie “Güler misin Ağlar mısın”. First, the film was shot in Kuşadası, one of most important tourist destinations in Turkey. Secondly, the film was released three years after the publication of Tourism Law No. 1618 on 1972 which is still in effect of tourism in Turkey. Thirdly, there are many scenes in the film that directly show the effects of tourism. The visual and audio data in the film were analyzed via Metz’s cinema semiotics approach by considering current developments. It is possible to list the main findings of the research as the tourist perception of the local people, the effects of excessive commercialization in tourism on the mother tongue, the entrepreneur/employee relations in the tourism industry. The obtained results were tried to be explained by supporting the empirical and conceptual findings in the existing literature.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: cuneyt.mengu@iuc.edu.tr (C. Mengü)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1104

## GİRİŞ

Uluslararası turizm endüstrisinin ülkelerin makro ve mikro ekonomilerine sağladığı yaşamsal katkılarının yanı sıra toplumlar arası siyasi dengenin oluşması için yardımcı bir unsurdur. Ulusal iç turizm ise ekonomik büyüme üzerindeki katkılarına ek olarak toplum üzerinde sosyo-kültürel birliğin sağlanmasına olumlu etki eden bir sosyo-ekonomik aktivitedir. Böylece ulusal ve uluslararası turizm hareketleri ekonomik, sosyal, kültürel ve fiziki etkileri bakımından insan hayatında önemli değişiklikler meydana getirmiştir (Panakera, 2007). Öyle ki turizm sayesinde birbirinden oldukça farklı sosyo-kültürel değerlere sahip olan toplumların buluşması, turizme bağlı olarak çeşitli alt sektörlerin gelişmesi ve turizmle ilgili uluslararası örgütlerin kurulması gibi önemli gelişmelerin tamamı uluslararası turizm faaliyetlerinin kitleselleşmesiyle birlikte ortaya çıkmıştır (Theng, Qiong & Tatar, 2015).

Post-modern turist tiplerinin gelişmesiyle birlikte turizm pazarında nicel anlamda genişlemeler meydana geldiği gibi turizm aktivitelerinin çeşitliliği de artmıştır. Bu yeni çeşitlemelerden biri de dünya çapında hızla büyüyen ve önemli bir yer tutan film turizmidir. Çünkü filmlerden etkilenen turistlerin, filmlerin çekildiği destinasyonlara doğru yönelmelerini sağlamaktadır (Gjorgievski & Trpkova). Turizm ve sinema birbirinden farklı iki sektör olarak görülse de ikisi de amaç itibarıyla birbiriyle bağlantılıdır. Sinema ve turizm arasında köprü oluşturan filmler, hem turistlerin merak duygusunu harekete geçiren hem de filmlerin çekildiği bölgelerdeki turistik değerleri ulusal ve uluslararası boyutta tanıtmaya imkân veren enstrümanlardır (Yanmaz, 2006). Böylece uluslararası turizm hareketlerinin gelişmesiyle birlikte çeşitli alanlardan araştırmacılar, akademisyenler ve uzmanlar turizm alanında araştırma yapmaya başlamış olup ilerleyen dönemlerde doğrudan turizmle ilgilenen araştırmacılar da turizmin çeşitli etkileri ve unsurlarıyla ilgili araştırma yapmaya başlamışlardır. Turizm alanında yapılan araştırmaların çeşitli şekillerde incelenmesi ve kategorize edilmesi mümkün olmakla birlikte temel araştırma konuları turizm pazarlaması, turizm ekonomisi, turizm işletmeciliği ve turizm sosyolojisi olarak sıralanabilir. Turist deneyimi, turist memnuniyeti, paydaş etkileşimi ve turizmin sürdürülebilirliği gibi konularsa temel araştırma konularından ve farklı alanlardaki araştırmalardan adapte edilerek literatürde yer bulmuş araştırma konularıdır (Gössling, 2000; Åström, 2017).

Her ne kadar turizm araştırmaları sayı bakımından artmış, nitelik bakımından gelişmiş ve ele almış olduğu konular bakımından çeşitlenmiş olsa da araştırmalar neticesinde ortaya konulan bulgular yıllar içerisinde büyük ölçüde benzerlik göstermeye başlamıştır. Turizm literatürüne yapılan özgün katkıların sınırlı bir yapıda kalmasının temel sebebi turizm araştırmacılarının benzer ölçek ve yöntemleri kullanmalarıyla doğrudan ilgili olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte turizm araştırmalarında genellikle sınırlı sayıdaki nicel ve nitel yöntemler kullanılmaktadır (King, McKercher & Waryszak, 2003). Turizm araştırmalarında genellikle nicel yöntemler kapsamında kullanılan ölçekler aracılığıyla yapılan anket uygulamaları başta ekonometrik analiz testleri olmak üzere çeşitli istatistiksel analizlerden oluşmaktadır. Katılımcı görüşlerine dayanan görüşme yöntemleri, gözlem, örnek olay incelemesi veya doküman analizi gibi yöntemlerse turizm alanında en yaygın olarak kullanılan nitel araştırma yöntemleridir (Bozok, Kılıç & Özdemir, 2017; Alrawadieh, Karayılan & Çetin, 2019; Karadağ, 2021).

Yukarıda belirtildiği gibi çalışmanın temel amacı özgün araştırmaların yapılmasına olanak sağlayacak yeni yöntem ve veri tabanına dikkat çekmektir. Bu sebeple, çalışma kapsamında filmler veri olarak kullanılmıştır. Filmlerin veri olarak kullanılması araştırmanın hem amaçlarından hem de özgünlük boyutlarından birisini

oluşturmaktadır. Çünkü araştırma turizmin etkilerini filmler özelinde inceleyen öncü bir araştırmadır. Bu sayede, hem turizm araştırmacılarına yeni bir veri arşivi sunulmakta hem de ilk kez kullanılan veriler aracılığıyla literatüre özgün katkılarda bulunmaktadır. “Güler Misin Ağlar Mısın” filmi özelinde yapılan araştırmada farklı araştırmacıların geliştirmiş olduğu teknikler de mevcut olmasına rağmen en kapsamlı ve sistematik haliyle Metz’in ortaya koyduğu sinema göstergebilimi yöntemine bağlı kalınarak analizler yapılmıştır (Metz, 1991; Andrew & Atam, 2010). Sinema göstergebiliminin araştırma yöntemi olarak sinema-turizm bağlamında kullanılması da araştırmanın ikinci temel amacı ve özgünlük boyutunu oluşturmaktadır. Çünkü yapılan literatür taramasında sinema göstergebiliminin yöntem olarak kullanıldığı çalışmalar içerisinde sinema-turizm bağlamında yapılan araştırmalara tarafımızdan rastlanılmamıştır. Bu sebeple, çalışmanın bu yönüyle hem sinema hem de turizm literatürü açısından özgün bir araştırma olduğunu söylemek mümkündür.

### **Kavramsal Çerçeve**

Çalışma kapsamında turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri film çözümlemesi aracılığıyla ortaya konulmuştur. Ancak ortaya konulan bulgulara değinmeden önce çalışmanın amacının, özgünlüğünün ve bulgularının daha iyi anlaşılabilmesi için sinema literatürünün gelişimi ve sinema-turizm ilişkisi ve benzerlik gösteren çalışmaların yapısı kavramsal olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Genel bir yaklaşımla belirtmek gerekirse sinemayla ilgili araştırma ve tartışmaların belki de Lumiere kardeşlerin 1895 yılında sinematografi bulmasıyla eşzamanlı olarak başladığını söylemek mümkündür (Özuyar, 2017). Söz konusu araştırmaların başlangıç tarihinin oldukça eski tarihe dayanması sebebiyle sinemayla ilgili yapılan araştırmalarda sayısız konu çeşitli yönleriyle ele alınmıştır. Ancak en genel haliyle yapılan çalışmalar karakter tipolojilerinin belirlenmesi ile olay ve olguların yorumlanması şeklindedir. Karakter temsili bağlamında yapılan çalışmalara bakıldığında en yaygın olarak araştırılan konuların erkek, kadın, meslek ve öteki temsillerin olduğu görülmektedir. Örneğin, “Stepford Kadınları” filmi özelinde alternatif kadın temsillerinin araştırıldığı bu çalışmada sinemadaki kadın temsili konusu ele alınmıştır (Göker & Göker, 2014). Öte yandan, Saatçı (2010) tarafından kadın yönetmenlerin filmlerindeki erkek temsillerini ele alan araştırma da Türk sinemasındaki erkek temsillerinin incelendiği çalışmalardandır. “Gazeteci kimliği” veya “Din adamı” temsili gibi konuların incelendiği çalışmalar meslek temsillerinin karakterler aracılığıyla incelendiği araştırmalar kapsamında yapılan çalışmalara örnek olarak verilebilir (Karataş, 2014; Arık & Akgün, 2019). Sinema araştırmaları içerisinde önemli bir yer tutan öteki temsili çalışmaları ise sinema araştırmalarında en yaygın şekilde araştırılan temsil türlerinden birisidir. Çünkü ele alınan konunun bağlamına göre yukarıdaki tartışmada belirtilen erkek veya kadın karakterleri çeşitli açılardan öteki olarak değerlendirilebilmektedir. Bununla birlikte, öteki temsillerine örnek vermek gerekirse kahramanlık filmlerindeki düşman karakterlerin veya ulusal sinema bağlamında öteki olarak farklılıkların incelendiği çalışmalar öteki temsili araştırmalarına örnek olabilecek niteliktedir (Ali, 2007; Tülüce, 2018).

İkinci olarak sinema literatüründeki ana akım araştırmalar olgu ve olayların temsiliyle ilgili olarak yapılmaktadır. Örneğin, Osmanoğlu'nun (2016) dışgöç olgusu ve Gögebakan'ın (2019) göç ve ahlak üzerine yapmış olduğu araştırmalar göç olgusu kapsamında yapılan çalışmalara örnek olarak verilebilir. Diğer taraftan, Ömer Lütfi Akad'ın içgöçle ilgili filmleriyle ilgili “Düğün”, “Gelin” ve “Diyet” filmleriyle ilgili olarak yapılan çalışmalar da göç alanında yapılan önemli araştırmalardandır (Ateş, 2020). Yaşlılık olgusuna bakıldığında

Kuruoğlu ve Salman (2017) tarafından yapılan araştırma zaman olgusunun temsiliyle ilgili çalışmalar kapsamındadır. Örneklerin sayısını arttırmak mümkün olmakla birlikte olgu ve olay bağlamında yapılan sinema araştırmalarına bakıldığında göç, savaş, idealizm, şehirleşme, yaşlılık, ayrımcılık, eşitsizlik, sınıf çatışması, alt-üst ilişkileri vb. konuların en çok araştırılan konular olduğunu söylemek mümkündür (Akyön, 2014; Ünal, 2020).

Belirtilen konuların araştırılma şekli ve kapsamına bakıldığında yapılan araştırmaların genellikle üç formda gerçekleştirildiği görülmektedir. Birinci form oyuncu, film türü veya yönetmenler kapsamında araştırmalardan oluşmaktadır. Örneğin, komedi filmlerindeki karakter temsillerinin incelenmesi, Kemal Sunal (oyuncu) veya Nuri Bilge Ceylan (yönetmen) filmlerinde öteki temsillerinin incelenmesi bu kapsamda değerlendirilebilir. İkinci form karşılaştırmalı analizlerin yapıldığı çalışmalardan oluşmaktadır (Güler, 2011). Hababam Sınıfı filmlerindeki çalışkan veya tembel öğrenci tipolojilerinin karşılaştırılması veya birlikte yorumlanması bu kapsamda değerlendirilecek konulardır. Üçüncü formda konular tek bir filme odaklanılarak daha kapsamlı verilere dayanarak derinlemesine analizlerle yapılmaktadır. Diğer bir ifadeyle tek bir film detaylı bir biçimde çözümlenerek bazı konular açıklanmaya çalışılmaktadır. Ay Lav Yu (2010) filmindeki kültürel iletişim olgusunun veya Çöpçüler Kralı (1978) filmindeki meslek temsillerinin incelenmesi üçüncü türden incelemelere örnek olarak verilebilir.

Turizm-sinema veya turizm-film bağlamında yapılan araştırmalara bakıldığında söz konusu araştırmaların genellikle film turizmi odağıyla yapıldığı görülmektedir. Film turizmi çalışmaları en genel haliyle destinasyon pazarlaması konusu kapsamında yapılan çalışmalardır. Ayrıca film turizmi çalışmalarında filmlerin doğrudan veri olarak değil ancak değişken olarak kullanıldığını söylemek mümkündür (Beeton, 2016). Örneğin, filmlerin Sığacık destinasyonundaki turizm faaliyetlerine nasıl etkilerinin olduğu gibi konuları açıklamaya çalışan araştırmalar bu kapsamda değerlendirilebilir (Çelik, 2019). Bunun dışında filmlerin doğrudan veri olarak kullanıldığı az sayıdaki çalışmada ise doğrudan turizmle ilgili konulardan çok farklı disiplinler aracılığıyla bazı çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Örneğin birçok Türk filminin çekildiği Tarabya Otelinin hem mimarisi hem de konumuyla ilgili yapılan çalışma bu kapsamda değerlendirilebilir (Tulum Okur, 2020).

Sinemada gişe rekoru kıran filmlerin bazıları ulusal ve uluslararası çapta turist hareketlerinde büyük değişikliklere neden olmuştur. Özellikle 1970'li yıllar ve sonrasında Türkiye'de sinema önemli bir ivme kazanarak dünyaya açılmaya başlamıştır (Yanmaz, 2006). Türkiye'deki turizm istatistikleri dikkatli bir biçimde incelendiğinde, film turizminin etkilerinin Türkiye'nin birçok bölgesinde hissedildiği görülmektedir (Güngör & Uysal, 2019). Türkiye'de 2002 yılında yayınlanan "Asmalı Konak" dizisi ve ardından yayımlanan "Asmalı Konak Hayat" filminin üzerinden 20 yıl geçmesine rağmen hala Kapadokya bölgesine turist çekmektedir. Bu durumda Asmalı konak dizisi ve filmi Kapadokya bölgesindeki turistik hareketliliğinde yaşanan artışın en önemli örneklerindedir. Bölgedeki turist sayısının sürekli artması da filmlerin turizm pazarlamasındaki rolünün uzun yıllar içerisinde devam ettiğini göstermektedir (Yılmaz & Yolal, 2008; Güngör & Uysal; 2019). Bir diğer örnek ise, tüm dünyada büyük ses getiren "Truva" filminin çekimi sırasında kullanılan Truva atının Çanakkale iline getirilmesiyle birlikte %73 oranında turist taleplerinde artış gözlenmiştir (Koçer & Gürer, 2021). Aynı zamanda "Topkapı" filminden sonra da Türkiye'ye yönelik turist hareketliliği özellikle İstanbul destinasyonunda yoğunlaşmıştır (Yanmaz, 2006). Yukarıdaki örnekler gösteriyor ki filmler turizmi ve turistleri filmlerdeki çekicilikleri görme isteği uyandıran önemli bir itici güçtür. Bu bağlamda filmler sadece bireyleri eğlendirme amacı

taşımaz. Aksine her film kendi içinde bireyleri bilgilendirmek ve motive etme amacı da taşımaktadır. Özellikle günümüzde bireylerin kitap, gazete vb. basılı argümanları okumaya daha az vakit ayırmaları, görsel medyaya ise daha çok vakit ayırmaları filmleri turizm açısından önemli kılmaktadır (Yanmaz, 2011).

Özetle bu çalışmanın ana araştırma konusu olan “Güler misin Ağlar mısın” örneği iç turizme yöneliktir. Filmin içinde yer alan sahneler yerel halkın turizmle ilgili bilinçlendirilmelerine yardımcı olmuştur. Öte yandan içinde turizmle ilgili hiçbir sahne olmayan bazı filmlerin ulusal ve uluslararası turizme katkı sağladığı bir gerçektir. Bu sebeple, çalışma kapsamında turizmin yerel halk üzerindeki etkileri filmler aracılığıyla ele alınarak öncü bir araştırma yapılmaya çalışılmıştır.

## Yöntem

Filmlerin çözümlenmesi için geliştirilmiş ve yaygın şekilde kullanılan çeşitli araştırma yöntemleri bulunmaktadır. Film çözümlemesi amacıyla kullanılan yöntemler isim ve kapsam bakımından bazı farklılıklar taşıyor olsalar da temelde verilerin benzer şekilde incelenmesine olanak sağlamaktadırlar. Çalışma kapsamında ele alınan filmin en iyi şekilde incelenebilmesi için film çözümlemelerinde en yaygın şekilde kullanılan göstergebilim yönteminden faydalanılmıştır (Sancar, 2018). Göstergebilim yöntemi filmlerdeki her türlü sembol, imge ve işaretin filmlerin yorumlanmasında kullanılabilmesine olanak sağlayan bir yöntemdir (Agocuk, 2014). Diğer taraftan, göstergebilim zaman zaman başlı başına bir anlam bilimi olarak kabul edildiği gibi sinema dışındaki eserlerin incelenmesi için de kullanılabilen kapsamlı bir araştırma yöntemidir (Çulha, 2012).

Film çözümlemesi bağlamında göstergebilim yönteminin kullanımına bakıldığında temelde üç farklı yaklaşımın mevcut olduğunu söylemek mümkündür. Özetle belirtmek gerekirse, görsel öğelerin yer alması birinci yaklaşımı sesli öğelerin dikkate alınması ise ikinci yaklaşımı oluşturmaktadır (İnceoğlu, 2013; Güneş & Baylan, 2016). Görsel ve işitsel verilerin bir arada kullanılmasını ön gören karma yöntem ise üçüncü göstergebilim yaklaşımını oluşturmaktadır. Her yaklaşımın kendi içinde farklı kullanım gerekçeleri ve kendine özgü sistematığı bulunmaktadır (Koçak, 2015). Örneğin, görsel öğeleri temel alan yaklaşım sahnenin seyirciye yansıtılırken kullanılan kadraj, ışık, mekan, sembol ve imge gibi unsurları inceleyerek sahneleri anlamlandırmaya çalışmaktadır. Diğer taraftan, işitsel unsurları veri olarak kabul edip odak noktasını işitsel öğelere çeviren araştırmalar karakterler arasındaki diyalogları, karakterin öyküsel monologlarını veya sahnede kullanılan sesleri dikkate almaktadır. Karma yöntemin benimsendiği göstergebilim çalışmalarında görsel ve işitsel öğeler bir arada değerlendirilerek sahneler anlamlandırılmaya çalışılmaktadır.

Yukarda yer alan çalışmalardan anlaşılabilceği üzere göstergebilim yöntemi sinema araştırmalarında kullanıldığı gibi başka alanlarda yapılan araştırmalara da kolayca adapte edilebilecek bir çalışma yöntemidir. Ancak daha önce de kısmen belirtildiği üzere bir sanat eserinin incelenebilmesi için kullanılabilcek en ideal yöntem sanat türünün kendine özgü bir sistematikte incelenmesine olanak sağlayan yöntemdir. Çünkü farklı sanat alanlarında ortaya konulan eserler zaman zaman benzerlik gösterse de büyük ölçüde farklı özellikler taşımaktadır. Bu sebeple, farklı veya benzer sanat türlerinin ortaya koyduğu eserlerin analizi için benzer yaklaşımların benimsenmesi çok sayıda sorunun ortaya çıkmasına neden olabileceği gibi ideal bir analiz yapılmasına da engel olabilmektedir.

Örneğin, benzer sanat türleri açısından bakıldığında bir tiyatro ve filmin analiz edilebilmesi için aynı yöntemin kullanılması doğru analizlerin yapılmasına engel olabilmektedir. Çünkü tiyatro oyununun sergilenmesi için kullanılan araçlar, oyuncuların performansı, oyunun seyirciye yansıtılma biçimi, sergilendiği ortam ve tiyatro ekibi-seyirci etkileşimi gibi konular sinemadakinden çok farklıdır. Diğer taraftan, farklı alanlara bakıldığında bir tablo ve sinema sahnesinden alınan bir görselin analizi büyük ölçüde farklı kriterlerin dikkate alınmasını gerektirmektedir. Buna dayanarak, sanat eseri incelemelerinde sanat türüne uygun yöntemlerinin kullanılmasının en ideal yöntem olduğunu söylemek mümkündür.

Sinema bağlamında bakıldığında, Metz (1991) tarafından da belirtildiği üzere sinema kendi içerisinde farklılıkları olan ayrı bir anlatım ve iletişim dilidir. Ayrıca sinemanın kendi içerisinde ayrı bir sistematığı mevcuttur. Bu sebeple, sinema eserlerinin en ideal biçimde incelenebilmesi için sinema göstergebiliminin benimsenmesi ve filmlerin sinema göstergebilimi aracılığıyla değerlendirilmesi gerekmektedir. Buna dayanarak sinema özelinde ayrı bir göstergebilim dili geliştirerek sinema göstergebiliminin en sistemli biçimde ortaya koyan Metz'e (1991) göre film çözümlemesi yapılırken genel anlamda filmin daha spesifik anlamda sahnenin anlamlandırılmasına olanak sağlayan (Andrew ve Atam, 2010);

1. Fotografik, hareket eden veya bunları birleştiren imgeler,
2. Perde dışından okuduğumuz bütün yazılı materyalleri içeren grafik çizimler,
3. Kaydedilmiş konuşmalar,
4. Kaydedilmiş müzik,
5. Kaydedilmiş gürültü veya ses efektleri gibi bilgi kaynakları değerlendirmeye alınmalıdır.

Bu sebeple, çalışma kapsamında yapılan araştırma sinema filmlerini ideal biçimde incelemeye olanak veren sinema göstergebilimi yönteminin belirttiği bilgi kaynakları dikkate alınarak sürdürülmüştür. Ayrıca elde edilen bulgular mevcut literatürdeki kavramsal ve ampirik bulgularla desteklenmiştir. Diğer taraftan, araştırma kapsamında değerlendirmeye bir film alınmış olmakla birlikte değerlendirmeye alınan "Güler Misin Ağlar Mısın" filminin tercih edilmesinde etkili olan bazı faktörler mevcuttur. Öncelikle filmin konusu en önemli tercih nedeni olmuştur. Çünkü film temelde bir çeşit sınıf çatışmasını beyazperdeye yansıtıyor olsa da sınıf çatışmasının gözlemlendiği olaylar örgüsü gecekonduda yaşayan bir ailenin evinin yıkılıp yerine bir turizm tesisinin (golf sahası) inşa edilmek istenmesinden doğan mağduriyetler üzerinden yaşanmaktadır. Bu sebeple, film sahneleri üzerinden turizmin etkileri açık bir şekilde gözlemlenebilmektedir. Golf sahası uluslararası turizmin ana bileşenlerinden birisidir, illegal gecekondular ise bir ihtiyaç ürünüdür.

İkinci olarak filmde turizm paydaşlarına ilişkin algılardan turizm çalışanlarının çalışma koşullarına kadar birçok konunun gözlemlenebileceği diyaloglar ve sahneler yer almaktadır. Türkiye'deki turizm yatırımları ve Türkiye'ye olan turizm talebinin gerçek anlamda gözlemlenmeye başladığı 70'li yıllarda önemli bir turizm destinasyonu olan Kuşadası'nda çekilmiş filmin ampirik veri olarak kullanılması yerel halkın turiste ve turizme yaklaşımının incelenmesine katkıda bulunmaktadır. Diğer bir deyişle film turizmin sosyo-kültürel, psikolojik ve ekonomik etkilerinin belli ölçüde gözlemlenmesine imkan vermektedir. Bu sebeplerden dolayı "Güler Misin Ağlar Mısın"

film veri olarak kabul edilip turizmin etkileri sinema göstergebilimi yöntemiyle incelenmeye çalışılmıştır. Film araştırmacı tarafından iki defa izlendikten sonra turizmle ilgili sahneler belirlenmiş ve ilgili sahnelerdeki görsel ve işitsel veriler dikkate alınarak turizmin etkilerine işaret eden kareler ve diyaloglar yorumlanmış olup elde edilen bulgular mevcut literatürdeki çalışmalarla desteklenerek açıklanmıştır.

### **Bulgular**

Araştırma kapsamında yapılan film çözümlemesinde üç temel bulgu ortaya çıkmıştır. Araştırmanın birinci temel bulgusunu turizmin ekonomik etkileri bağlamında turizm işletmelerinin istihdam yapısı, personelin eğitim seviyesi, uzmanlaşma, terfi şekli ve patron-çalışan ilişkileri oluşturmaktadır. İkinci olarak, turizmin sosyo-kültürel etkilerinin yerel halkın anadilini görmezden gelmesi sonucunda bazı işletme faaliyetleri ve turizm bilincinin o yıllarda oluşmaması şeklinde ortaya çıktığı görülmektedir. Son olarak, turizm faaliyetlerinin öznesi olan turistlerin yerel halk tarafından nasıl algılandığıyla ilgili sahneler turizm hareketlerinin filmde gözlemlenebilen psikolojik etkisinin ve günümüzdeki turizm durumuyla ortaya konulmaya çalışılmıştır.

### **İstihdam Yapısı**

Turizmin gelişmeye başladığı bölgelerde meydana getirdiği en önemli olumlu ekonomik etkilerden birisi bölgedeki yerel halka sunmuş olduğu istihdam olanaklarıdır. Turizm yatırımları sonucunda meydana gelen istihdam faaliyetleri işsizlik oranlarını azaltma ve bölgedeki yerel halka gelir sağlama gibi olumlu etkilerde bulunsa da sunulan iş imkanlarının niteliği, sürekliliği ve toplum içerisindeki statüsü özellikle gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerde çoğu zaman ideal düzeyde değildir (Pizam, 1982). Araştırma kapsamında ele alınan filmde de turizmin olumlu ekonomik etkilerinden olan istihdamla ilgili çeşitli sahneler yer almaktadır. Ancak filmdeki ilgili sahne ve diyaloglar daha çok turizm istihdamının olumsuz yönlerini yansıtmaktadır. Çünkü filmde temelde turizm çalışanlarının istihdam koşullarıyla ilgili olarak personelin eğitim seviyesi, terfi şekli, uzmanlaşması ve patron-çalışan ilişkileri olmak üzere toplamda dört noktanın olduğu gözlemlenmektedir.



**Resim 1.** Güler Misin Ağlar Mısın (1975)

Resim 1’de gösterilen sahnede otelde ön büro görevlisi olarak çalışan Metin karakterinin turistlerle kurduğu iletişim sahnelenmektedir. Metin ve turistler arasında geçen diyaloglardan Metin karakterinin eğitilmiş turizm çalışanı profilinden çok eğitimi almayan (alaylı) turizm çalışanı olduğu anlaşılmaktadır (Türker, Uçar ve Ateş, 2016). Çünkü turistlerle kurulan iletişimde ideal bir yabancı dil kullanımının yerine birkaç kelimedenden oluşan basit ifadelerle turistlere bilgilendirme yapıldığı görülmektedir. Günümüzde ülkemiz uluslararası turizm endüstrisinde mukayeseli bir üstünlük elde etmiş olsa da eğitilmiş ve yabancı dil bilen nitelikli personele olan ihtiyaç halen devam etmektedir. Bu sebeple, film sahnesine yansımış olan nitelikli insan kaynağı eksikliğinin giderilmesi için yoğun turist çeken destinasyonlar başta olmak üzere çeşitli bölgelerde nitelikli personel istihdamına yönelik olarak daha profesyonel yaklaşımlar sergilenmesi, turizm eğitimi ve istihdamında belli standartların ve denetimlerin yapılması gerekmektedir.



**Resim 2.** Güler Misin Ağlar Mısın (1975)

Çalışmanın istihdamla ilgili bulgularından birisi de patron-çalışan ilişkileriyle ilgilidir. Resim 2’de gösterilen sahnede otelin patronu konumunda olan Cemal’in Metin’in turistlerle ilgilenmesini kaba bir üslupla takdir ederek;

“Aferin... Bahriye askerliği yaramış sana...” şeklindeki sözleri de Metin’in turizm eğitimi veya mesleki deneyimden çok askerlik görevi sayesinde yabancı dil öğrendiği anlaşılabilmektedir. Ancak Resim 2’de gösterilen sahnedeki diyaloga dayanarak ortaya konulabilecek olan esas bulgu patron-çalışan ilişkisiyle ilgilidir. Alaylı işletmeler olarak ele alınabilecek olan “Patron oteli” düzeyindeki işletmelerde profesyonel yönetim anlayışının mevcut olmadığı bilinmektedir (Koca-Ballı, Üstün & Ballı, 2020). Ancak, filmde patron olan karakterin kullandığı ifade patron otellerinde dahi rastlanmayacak ve/veya kabul edilemeyecek niteliktedir.

1970’li yıllar Türk turizmi ve Türk sinemasının dünyaya açıldığı yıllardır (Yanmaz, 2006). Daha detaylı bir biçimde belirtmek gerekirse, özellikle 1618 sayılı Seyahat Acentacılığı ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu’nun yürürlüğe girmesi Türk turizminin geleneksel yapısından ayrılarak farklı ülkelere turistlerin ülkemize gelmesi için önemli bir adım olmuştur. Aynı şekilde Türkiye’ye giriş yapan turistlerin sayısı da bu yıllarda hızlı bir biçimde artış göstermiştir. Söz konusu artış Türk sinema sektörü içerisinde faaliyet gösteren yapımcı, yönetmen ve senaristlerin de dikkatini çekmiştir. Öyle ki turizmde faaliyetlerinde görülen yapısal değişiklikler kısa bir zaman

sonra sinemaya yansımaya başlamıştır. Araştırmamızın temel verisi olan “Güler misin Ağlar mısın” filminin ilgili sahneleri de bu durumu ispatlayan en önemli örneklerden birisidir.

1970’li yıllarda turizm alanında yatırımcılar genellikle inşaat gibi farklı sektörlerden gelen kişilerden oluşmuş olup o yıllardaki yatırımcıların genel anlamda turizm hakkında bilgi sahibi olmadıkları görülmüştür. Ancak yıllar içerisinde yaşanan gelişmelerin bir neticesi olarak günümüzde turizm alanında bilinçli yatırımcıların sayısının artması otel, seyahat acentası ve restoran gibi turizm işletmelerinde profesyonel ve eğitilmiş yöneticilerin istihdam edilmelerine katkıda bulunmuştur.



**Resim 3.** Güler Misin Ağlar Mısın (1975)

Resim 3’te gösterilen sahnede geçen ifadeler de konaklama işletmesine atfedilen patron oteli imajını pekiştirmektedir. Otelin sahibi anlık bir değerlendirmeye Metin karakterine ilerleyen dönemlerde kendisini otele müdür yapacağını söylemektedir. Ancak işaret edilen terfi işleminin herhangi bir kritere, objektif değerlendirmeye veya mesleki deneyime göre teklif edilmek yerine patronun anlık kararına göre yapılacağını göstermektedir. Geçmişte otel işletmeciliği yapan kişilerin anlık bir olaydan etkilenerek, personeli müdür pozisyonuna yükseltmek basit bir olay olarak görülmüştür. Ancak günümüzde profesyonel otel işletmeciliği yapan üst düzey yetkilileri yönetici nitelikleri taşımayan bir personeli müdür olarak ataması çok rastlanan bir durum değildir. Çünkü söz konusu pozisyon için nitelikler ve yetkinlikler açıkça belirlenmiş olup yerli yatırımcıların belli hizmet standartlarına ulaşmışlardır. Turizm faaliyetlerinin ilerleyen yıllarda çekilen filmlerdeki yansımaları da gelişen profesyonelliği yansıtmaktadır. Ancak söz konusu değişen yönetici profilinin analizi başka bir araştırmanın konusu olacaktır.



**Resim 4.** Güler Misin Ağlar Mısın (1975)

Yukarıdaki tartışmada turizm çalışanın çalışma koşullarıyla ilgili olumsuz noktalar belli düzeyde turizm çalışanlarının istihdam yapısını yansıtıyor olsa da büyük ölçüde konaklama işletmelerindeki çalışma koşullarıyla ilgili bilgi vermektedir. Ancak Resim 4'te gösterilen sahnedeki diyaloglar turizm sektöründeki çalışanlara sunulan istihdam olanakları veya turizm sektöründeki uzmanlaşmayla ilgili bir noktaya değinmektedir. Belirtilen sahnede patron çalışanına kendisini yeni kuracağı mini golf sahasına müdür yapacağını söylemektedir. Bahsedilen diyalogdan sektördeki uzmanlaşmayla ilgili olarak işaret edilebilecek konu Metin karakterinin mesleki eğitimi olmayan ön büro çalışanıyken hiç duymadığı ve daha önce çalıştığı işletme türünden tamamen farklı bir alan olan golf tesisinin müdürlüğünde görevlendirilmesidir. Söz konusu istihdam şekli uzmanlaşmanın turizm sektöründe önemsenmediğini göstermiştir. Ancak çeşitli yöntemlerle yapılmış mevcut araştırmalarda da belirtildiği üzere turizm veya daha genel anlamda düşünüldüğünde hizmet sektöründeki istihdam pozisyonlarının birçoğunda uzmanlık koşulu aranmadığı gibi daha düşük maliyetle istihdam edilebileceği için eğitim, bilgi veya birikim nosyonu olmayan çalışanların istihdam edildiği belirtilmektedir (Örücü, 2002). Bununla birlikte, filmde turizm hareketleri sonucunda meydana gelen olumsuz veya etkisiz bir takım sosyo-kültürel etkiler de gözlemlenmiştir.

Öte yandan bu husus farklı yönden incelendiğinde, golf sahası uluslararası turizmin endüstrisinin ana bileşenlerinden birisidir. O dönemde böyle bir konseptin ortaya atılması hem yabancı turistler için çekicilik unsuru olduğu kadar hem de yerel halka böyle bir etkinliğin tanıtılması açısından ve Türkiye'nin küresel turizmde de öncü aday olabilmesi için önemli bir girişimdir. Bu faaliyetle bağlantılı olarak illegal gece kondular ise ekonomik bir ihtiyaç ürünüdür. Birçok gelişmekte olan ülke destinasyonunda gecekondu yapılaşmasıyla karşı karşıya kalınmaktadır.

#### **Turizm Hareketlerinin Sosyo-Kültürel Etkileri**

Uluslararası turizm hareketleri büyük ölçüde gelişmiş ülkelere karşı gelişmekte olan ülkelere doğru gerçekleşmektedir. Farklı coğrafyalarda yaşayan ve farklı kültürel değerlere sahip bireylerin buluşması sonucunda çeşitli ve karşılıklı sosyo-kültürel etkileşimler meydana gelse de hakim olan kültürün turist olan topluluğa ait

olması veya turistlerin turizm hareketlerinin öznesi konumunda olması sebebiyle yerel halk büyük ölçüde etkilenen topluluk olmaktadır (Su & Wall, 2010). Diğer taraftan, her ne kadar turizm faaliyetlerinin okuma yazma alışkanlığı kazandırma, yerel halkın kültürel birikimini arttırma ve yabancı dil öğrenimini kolaylaştırma gibi olumlu sosyo-kültürel etkileri olduğu belirtilmiş olsa da özellikle gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşen turizm faaliyetlerinin olumlu etkilerden çok olumsuz bir takım sosyo-kültürel etkiler meydana getirdiği görülmektedir (Doğan & Üngüren, 2010). “Güler Misin Ağlar Mısın” filminde gözlemlenebilen sosyo-kültürel etkilerden birincisi aşırı ticarileşmeye bağlı olarak yerel halkın anadil yapısının bozulmaması kaydıyla İngilizce gibi global bir lisana aşına olmaları önem arz etmektedir.



**Resim 5.** Güler Misin Ağlar Mısın (1975)

Resim 5'ten de anlaşılacağı üzere yöresel ürünler sunan bir işletmenin tabelası film sahnesine yansımaktadır. Tabeladaki tanıtım yazılarının İngilizce ve Fransızca olması yabancı turistlerin hedef müşteri kitlesi olarak belirlendiğini göstermektedir. Turistik bölgelerdeki işletme tabelalarında yabancı dillerdeki kelimelerin kullanımı doğal karşılanabilecekken Türkçe bir ifadenin olmaması destinasyon kimliğine zarar veren ve bölgedeki anadil yok sayma girişimini meydana getirebilecek bir faaliyettir. Çünkü başka çalışmalarda da belirtildiği üzere turizm faaliyetlerindeki aşırı ticarileşme işletme isimlerinden çalışan isimlerine kadar birçok unsurun orijinal veya yerli formundan çıkararak yabancı dillerdeki eşdeğerleriyle değiştirilmesine neden olmaktadır (Tosun, 2001). Resim 5'te gösterilen sahnede işletme tabelası da bahsedilen olumsuz sosyo-kültürel etkilerin mevcut olduğunu göstermektedir.



**Resim 6.** Güler Misin Ağlar Mısın (1975)

Turizmin geliştiği bölgelerde meydana gelmesi beklenen olumlu sosyo-kültürel etkilerden birisi de bölgedeki yerel halkın turizm bilinci kazanarak kültürel ve tarihi mirasa sahip çıkmasını teşvik etmektir (Doğan & Üngüren, 2010). Ancak Resim 6'daki sahnede yerel halktan bireyler evlerinin yıkılması sebebiyle Büyük İskender'in evi olarak bilinen antik bölgeye yerleşmişlerdir. Kamu görevlilerinin yerli halkla gelişen diyalogunda belirtilen bölgeye yerleşim yeri olarak kullanılmayacağı çünkü bölgede tarihi abidelerin olduğu ifade edilmektedir. Buna karşın yerel halktan olan inşaat işçisi Zeki ve ustası Rasim karakterlerinin gösterdikleri reaksiyon Büyük İskender gibi bölgelerinde yaşamış önemli bir tarihi kişilikten haberdar olmadıklarını göstermektedir.

Diğer taraftan, tarihi değerlerin tanınmamasının yanı sıra tarihi yapıyı yerleşim yeri olarak kullanmaları da yerel halkın kültürel ve tarihi değerlere sahip çıkacak düzeyde bir turizm bilincine sahip olmadıklarını göstermektedir. Öyle ki filmin ilgili sahnesinde yerel halk tarihi değerlere sahip çıkmak bir yana tarihi değerleri tahrif eden bir konumda gösterilmiştir. Sonuç olarak filmin ilgili sahnelerinden yerel halkın turizmin sosyo-kültürel faydalarına birçok gelişmekte olan ülkede olduğu gibi yeterince ortak olamadığı görülmektedir. Bununla birlikte, turizm hareketlerinin filmde gözlemlenen etkilerinden birisi de turizmin psikolojik etkilerine bağlı olarak ortaya çıkan turist algısıdır.

### Turist Algısı

Turist-yerel halk etkileşimi ile ilgili çeşitli konuları aydınlatmaya çalışan çok sayıda araştırma literatürde mevcut olsa da turist ve yerel halk gibi iki önemli turizm paydaşının birbirlerini nasıl algıladıkları henüz tam anlamıyla açıklığa kavuşturulmuş bir husus değildir. Ancak genel bir yaklaşımla turist memnuniyetinin sağlandığı takdirde turistlerin yerel halkı sevecen, misafirperver ve sempatik olarak tanımladıkları görülmekteyken yerel halkın turizm hareketlerinden yeterli düzeyde ekonomik ve sosyo-kültürel fayda sağladığında turistleri arkadaş gibi algıladıklarını söylemek mümkündür (Chen, 2018). Diğer taraftan, yerel halkın bölgedeki turizm hareketlerinden fayda sağlayamadığı veya turistlerin destinasyona fiziksel, sosyal, kültürel, psikolojik ve ekonomik anlamda zarar verdiği durumlarda yerel halkın turist algısının düşmanlık (Antagonizma) yönünde şekillendiği görülmektedir (Doxey, 1975). “Güler misin Ağlar mısın” filminde belki de film konusuna bağlı olarak turist algısının literatürdeki mevcut algılardan kısmen farklı bir formda yansıtıldığını söylemek mümkündür. Buradan çıkarılması gereken sonuç, Turizm Bakanlığı ve STK'ların turistik bölgede bulunan veya yaşayan yerel halkın aydınlatılmasına daha fazla önem vermeleri gerektiği şeklindedir.



**Resim 7.** Güler Misin Ağlar Mısın (1975)

Mevcut çalışmalarda tam anlamıyla tanımlanmış olmasa da olumlu veya olumsuz olarak adlandırılabilir yüzeyel değerlendirmeler olan arkadaş, düşman, vb. turist algılarından (Chen, 2018) farklı olarak filmdeki turist algısının üstün sınıfsal bir konumda seyirciye yansıtıldığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, yerel halkın filmdeki turist algısı kendilerinden üstün statüdeki bir topluluk şeklindedir. Resim 7’de gösterilen sahnede evi yıkılmış olan aile parkta yaşamaya başlamıştır. Ailenin en küçük üyesi olan Ayşe karakterinin arkadaşlarının parkta yaşamalarıyla ilgili sorular sorması üzerine Ayşe’nin;

“Olsun biz turist değiliz ki rahat etmesek de olur...” şeklindeki ifadesi rahat veya konforlu yaşama hakkının turistlere ait olduğu gibi bir izlenim meydana getirmesi turistin yerel halka nispetle üst bir toplumsal sınıftan olduğu izlenimini doğurmaktadır. İkinci olarak, filmde yerel halk genel anlamda kahvehane gibi mekanlarda vakit geçiren, düşük ücretli işlerde çalışan ve konaklama gibi en temel ihtiyaçlarını karşılayamayan bireyler olarak gösterilmektedir. Özetle, turistik destinasyonlarda yaşanan yerel halkın alım gücü, yaşam koşullarının düşük bir ekonomik bütçeyle sağlanması nedeniyle yaşam tarzlarının farklılık gösterdiği görülmektedir.



**Resim 8.** Güler Misin Ağlar Mısın (1975)

Bununla birlikte, iletişimde ve karakter incelemesinde önemli kriterlerden birisi olan kıyafet unsuru dikkate alındığında (İnceoğlu, 2013) yerel halkın genellikle düşük kaliteli veya eski kıyafetler giydikleri görülmektedir. Resim 8’de gösterilen sahnede, Turizm Bakanı olmasına rağmen kimliğini gizleyerek destinasyona gelen karakterin yerel halkla yakın ilişkisi anlatılmaktadır. Karakterin nispeten yerel halktan daha kaliteli bir kıyafet giymiş olması nedeniyle turist olarak algılanmaktadır. Diğer taraftan, Turizm Bakanı rolündeki karakterin giydiği kıyafetlerin yanı sıra kibar davranışları ve akıcı bir şekilde Türkçe konuşması turist olarak algılanmasında önemli bir etki olmuştur.

### Sonuç ve Öneriler

Filmler insanların isteyerek seyrettikleri ve bazılarının uzun süre etkileri altında kalabilecek sanat eserlerdir. Film turizmiyle ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, filmlerin izleyicileri sahnelerde yer alan destinasyona

ziyaret etme niyetleri üzerinde güçlü bir turizm motivasyon unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaten ülkelerin uluslararası ve ulusal turizm endüstrisinden beklentileri, ziyaretçi sayılarını arttırmak ve optimum gelir elde etmektir.

“Güler Misin Ağlar Mısın” filmi özelinde yapılan araştırmanın temel bulguları turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve psikolojik etkileriyle ilgili olarak mevcut literatürde tespit edilmiş bulguları doğrular niteliktedir (Kaplan & Çelik, 2010; Okuyucu & Somuncu, 2017). Ancak çalışma kapsamında yapılan araştırmadan elde edilebilecek temel sonuç ve öneri geleneksel yöntemlerle ele alınan araştırma konularının yeni veri ve yöntemlerle tekrardan ele alınmasının literatürdeki mevcut sonuçların pekiştirilmesine, yanlışlanmasına veya tamamen özgün sonuçların elde edilmesine olanak sağlayabilecek bir yaklaşım olduğunu göstermesidir. Çünkü filmlerin yeni bir veri seti olarak kullanılması sonucunda geleneksel yöntemlerle elde edilemeyecek bulgular ortaya konulabilir. Örneğin, Turizm Bakanı gibi önemli bir paydaşla yerel halk veya girişimciler arasındaki diyalogların incelenmesi geleneksel yöntemlerle mümkün değildir. Buna karşın, geçerlilik ve güvenilirliği tartışmaya açık olmakla birlikte filmlerin konusuna veya sahnelerin içeriğine bağlı olarak bu tür yeni sonuçlar elde edilebilir. Buna görüşe dayanarak araştırmanın temel sonucu ve literatüre yapmış olduğu en önemli özgün katkının filmlerin veri olarak turizm araştırmalarına dâhil edilebileceğini göstermiş olmasıdır. Bununla birlikte, sinema ve turizm alanında çalışan araştırmacılara yönelik çeşitli tavsiyelerde bulunmak mümkündür.

Turizm hareketlerinin uluslararası bir yapıya sahip olması sebebiyle filmlerin veri olarak kullanılması durumunda çeşitli araştırma konularının turizmle ilgili sahneler üzerinden aydınlatılabileceğini söylemek mümkündür. Örneğin, turizmin uluslararası boyutu dikkate alındığında toplumlar arasındaki kültürel yakınlık ve uzaklık, kültürel iletişim, kültür çatışması, paydaşların veya daha genel anlamda farklı toplumların birbirleriyle ilgili algıları sinema filmleri aracılığıyla incelenebilir. Turizm sektörü içerisinde çok sayıda paydaşın faaliyet gösteriyor olması da yapılabilecek araştırmalar açısından büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, turizm paydaşları özelinde yapılacak analizler de birçok konunun aydınlatılmasına katkıda bulunabileceği gibi ana araştırma alanı da oluşturmaktadır. Turizm sektörünün öznesi olan turistlerin filmler içerisindeki konumları çeşitli açılardan incelenerek sinemada çoğu zaman yabancı veya öteki olarak adlandırılan casus, göçmen, diplomat, ajan, etnik farklılık vb. karakterlerle birlikte veya karşılaştırmalı olarak ortaya konulabilir.

Turizm endüstrisinde hizmet veren turist rehberi, resepsiyonist, müze görevlisi, aşçı, garson, yönetici ve kat hizmetleri gibi işgörenler bulunmaktadır. Söz konusu turizm işgörenlerinin çalışma koşulları, sosyal statüleri, turistlerle ve birbirleriyle olan ilişkileri veya başka sektörlerdeki çalışanlarla mukayese edilebilir. Benzer şekilde, Hollywood, Bollywood gibi farklı ülkelere ait sinema filmleri ve fantastik, bilim kurgu, polisiye, aile temalı filmler arasında çeşitli karşılaştırmalar yapılabilir. Örneğin, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki turizm sosyolojisi veya komedi ve duygusal filmlerdeki tatil motivasyonları karşılaştırmalı olarak incelenebilir.

Yukarıdaki literatür ve alan araştırması kapsamındaki bulgular ve tavsiyelerden farklı olarak filmlerde turizmle ilgili sahnelerin sanatsal değeri, odak noktası, içeriği olay örgüsü açısından önemi araştırılabilir. Örneğin, otel sahnelerindeki veya yiyecek-içecek işletmelerinin gösterildiği sahnelerdeki yaşanan olaylar veya turist-yerel halk etkileşiminin film açısından önemi gibi araştırma konuları ortaya konulabilir. Bunun dışında, sinema göstergebiliminin yanı sıra farklı veya ek araştırma yöntemleri sinema-turizm bağlamında yapılacak araştırmalara

adapte edilerek daha zengin veriler ve özgün katkılar elde edilebilir. Örnek vermek gerekirse filmler odak grup halinde izlenerek farklı araştırmacıların veya katılımcıların turizm sahneleriyle ilgili olarak yaptığı yorumlara dayanarak çeşitli analizler yapılabilir. Bu sayede, farklı araştırma tekniklerinin ortaya çıkmasına katkı sunulabilir. Benzer şekilde, filmlerle ilgili yapılan yorumların takip edilebileceği blog, forum ve web siteleri incelenerek sinema-turizm bağlamında yapılan yorumlar izleyici perspektifi dikkate alınarak incelenebilir.

Sonuç olarak, insanlar günlük yaşamlarından uzaklaşarak farklı deneyimlere yolculuk etme arayışındadır. Özellikle son zamanlarda yaşanan Covid-19 Pandemisi ve şehir hayatının yarattığı stres, yorgunluk ve monotonluk gibi faktörlerinden uzaklaşabilmek için insanlar, televizyonda, dijital platformlarda ve sinemalarda gösterime giren filmleri takip etme ve izleme eğilimindedirler. Bu durumda filmlerin turizm destinasyonlarına yönelik çektiği her sahne merak dürtüsüyle turist hareketliliği sağlayacaktır. Son olarak, sinema-turizm bağlamında yapılan bu çalışma veri toplama ve yöntem bakımından diğer araştırmalarla farklılık taşımaktadır. Alan araştırması bu yönüyle ileride yapılacak olan çalışmalar için öncü bir araştırma niteliğinde olacağı ve farklı yöntemlerinde turizm alanında kullanılmasının önemli sonuçlar ortaya koyabileceğini göstermektedir. Dolayısıyla turizm ve sinema alanında yapılacak olan araştırmalar sinema-turizm bağlamında ele alınarak çoklu bakış açısıyla ve yeni yöntemler kullanılarak incelenmesi tavsiye edilmektedir.

## Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

## KAYNAKÇA

- Agocuk, P. (2014). Amarcord filmi özelinde göstergebilimsel film çözümlemesi ve anlamlandırma. *Journal of International Social Research*, 7(31), 7-18.
- Akyön, S. (2014). Pedro Almodovar Sinemasında Kadının Temsili. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 1(2), 9-36.
- Alhasanat, S., & Hyasat, A. S. (2011). Sociocultural impacts of tourism on the local community at Petra, Jordan. *Jordan Journal of Social Sciences*, 4(1), 144-158.
- Ali, S. (2007). *Makedon sinemasında "Öteki"nin sunumu: Makedon sinemasında "Öteki" olarak "Türk"*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul
- Alrawadieh, Z., Karayılan, E. & Cetin, G. (2019). Understanding the challenges of refugee entrepreneurship in tourism and hospitality. *The Service Industries Journal*, 39(9-10), 717-740.
- Andrew, J. D. & Atam, Z. (2010). *Büyük sinema kuramları*. Doruk. İstanbul
- Arık, E. & Akgün, H. (2019). Türk Sineması'nda gazeteci kimliğinin temsili. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (34), 196-220.
- Åstrøm, J. K. (2017). Theme factors that drive the tourist customer experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(2), 1-17.

- Ateş, M. (2020). Sinemada göç bağlamında sınıf, kimlik ve mekân: Ömer Lütfi Akad ve “Göç Üçlemesi”. *Medeniyet ve Toplum Dergisi*, 4(2), 128-141.
- Beeton, S. (2016). *Film-induced tourism*. Channel view publications. Clevedon
- Bozok, D., Kılıç, S. N. & Özdemir, S. S. (2017). Bibliometric analysis of rural tourism on tourism literature Turizm literatüründe kırsal turizmin bibliyometrik analizi. *Journal of Human Sciences*, 14(1), 187-202.
- Chen, X. (2018). Multidimensional study of hospitality and the host-guest paradigm in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 30(1), 495-513
- Çelik, Ö. Ç. (2019). Film turizmi ve Sığacık’a (İzmir) etkileri. Adıyaman Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 432-460
- Çulha, O. (2012). Göstergibilim semiyotik tekniği kullanılarak Kanada fotoğraflarının incelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(13), 409-424.
- Doğan, H. & Üngüren, E. (2010). Alanya halkının turizme sosyo-kültürel açıdan bakışı. *NWSA e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *In Travel and tourism research associations sixth annual conference proceedings* (pp. 195-98).
- Gjorgievski, M., & Trpkova, S. M. (2012). Movie Induced Tourism: A New Tourism Phenomenon. *UTMS Journal of Economics*, 3(1), 97-104. <https://www.utmsjoe.mk/files/Vol.%203%20No.%201/1-C3-Gjorvievski.pdf> adresinden alındı, Erişim Tarihi: 12.08.2022.
- Gögebakan, İ. (2019). *Göç ve Ahlak: Sinema Örnekleri*. Doktora Tezi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ankara
- Göker, N. & Göker, G. (2014). Sinemada alternatif kadın temsilleri: Stepford Kadınları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 221-238.
- Gössling, S. (2000). Sustainable tourism development in developing countries: Some aspects of energy use. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 410-425.
- Güler, H. (2011). Nuri Bilge Ceylan sineması üzerine değerlendirme: “Uzak: Kazanan Kaybedenlerin Öyküsü”. *Ekonomik Yaklaşım*, 22(79), 107-116.
- Güneş, S. S. & Baylan, D. Y. (2016). Değişen toplumsal yapının film içeriklerine yansımaları: Kibar Feyzo ve Recep İvedik filmlerinin Greimas’ın Eyleyenler Örnekçesine göre çözümlenmesi. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 6(12), 332-355.
- Güngör, Ş., & Uysal, A. (2019). Film Turizmi: Popüler Kültür Aracı Olarak Film ve Dizilerin Nevşehir İli Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 189-202.
- İnceoğlu, Ç. (2013). Sovyet propaganda animasyonlarında Batı ve Batılı imgesi. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (19), 23-40.

- Kaplan, M. & Çelik, T. (2010). The impact of tourism on economic performance: the case of Turkey. *International Journal of Applied Economics and Finance*, 4(4), 254-259.
- Karadağ, H. (2021). Türkiye ekonomisinde 1990-2016 döneminde turizm ve çevre ilişkisinin ekonometrik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 164-175.
- Karadağ, H. (2021). Türkiye ekonomisinde 1990-2016 döneminde turizm ve çevre ilişkisinin ekonometrik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 164-175.
- Karataş, M. (2014). Türk Sineması'nda din adamı temsili. *Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi*, (33), 33-60.
- King, B., McKercher, B. & Waryszak, R. (2003). A comparative study of hospitality and tourism graduates in Australia and Hong Kong. *International Journal of Tourism Research*, 5(6), 409-420.
- Koca Ballı, A. İ., Üstün, F. & Ballı, E. (2020). Küçük ve orta büyüklükteki otel işletmelerinde yönetim fonksiyonlarının uygulanması. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(1), 150-170.
- Koçak, S. (2015). *Türkiye'den Yurt Dışına İşçi Göçünün Türk Sinemasına Yansıması: Almanya Örneği Üzerinden Görsel Analiz*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara
- Koçer, S., & Gürer, M. (2021). Film Etkili Turizm Kapsamında Tv Dizilerinde Destinasyon Tanıtımı Üzerine Örnek Olay İncelemesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 121-137.
- Kuruoğlu, H. & Salman, S. (2017). Medyada yaşlılık ve Türk Sineması'nda yaşlılık temsili. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 1-23.
- Metz, C. (1991). *Film language: A semiotics of the cinema*. University of Chicago Press. Chicago
- Okuyucu, A. & Somuncu, M. (2017). İkinci konutların sosyo-kültürel etkilerine yönelik yerel halkın tutumları: Yalova-Çınarcık örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(2), 257-268.
- Osmanoğlu, Ö. (2016). Türk sinemasında dışgöç olgusu: Sosyo-kültürel karşılaşmalar, kimlik çatışması ve yabancılaşma. *Marmara İletişim Dergisi*, (25), 77-98.
- Örücü, E. (2002). Turizm işletmelerinde orta ve üst kademe yöneticilerin işgören seçme ve değerlendirme sürecindeki eğilimleri: Marmaris ve çevresindeki üç yıldızlı işletmeler örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 119-132.
- Özuyar, A. (2017). *Sessiz dönem Türk sinema tarihi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. İstanbul
- Panakera, C. (2007). *World War II and tourism development in Solomon Islands*. In C. Ryan (Ed.), *Battlefield tourism: History, place and interpretation* (First ed., pp. 125-141). Elsevier. Amsterdam
- Saatçı, D. (2010). *Türk Sinemasında Kadın Yönetmenlerin Filmlerinde Erkek Temsili*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya
- Sancar, M. K. (2018). Göstergebilimsel film çözümlemelerinin Bergsoncu eleştirisi. *SineFilozofi*, 3(6), 23-38.

- Su, M. M. & Wall, G. (2010). Implications of host-guest interactions for tourists' travel behaviour and experiences. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(1), 37-50.
- Theng, S., Qiong, X. & Tatar, C. (2015). Mass tourism vs. alternative tourism? Challenges and new positionings. *Études Caribéennes*, 1-7.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289-303.
- Tulum Okur, H. (2020). Mimari belgelemede Türk sinemasının rolü: Tarabya Oteli analizi. *Sanat Yazıları*, 1(4), 433-456
- Tülüce, A. (2018). Kahramanlık filmlerinde kimlik temsilleri ve Malkoçoğlu filmlerinde düşman/öteki olmak. *Uluslararası Çoban Mustafa Paşa ve Kocaeli Tarihi-Kültürü Sempozyumu IV Bildirileri*, 1989-2007. Kocaeli
- Türker, N., Uçar, M. & Ateş, M. A. (2016). Turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörü algıları: Karabük üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 311-333.
- Ünal, B. (2020). Türk sinemasında kadın gazeteci imajı: 1940-1980. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (4), 67-89.
- Yanmaz, P. (2006). *Turizm Tanıtımında Sinemanın Rolü*. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi. Kocaeli
- Yılmaz, H., & Yolal, M. (2008). *Film turizmi: destinasyonların pazarlanmasında filmlerin rolü*.

## **Exploring The Impacts Of Tourism in Cinema Films: The Case of “Güler Misin Ağlar Mısın”**

**Cüneyt MENGÜ**

Istanbul Cerrahpaşa University, Vocational School of Social Sciences, Istanbul/Turkey

**Eyüp KARAYILAN**

Istanbul Kent University, Faculty of Art and Design, Istanbul/Turkey

### **Extended Summary**

Following advancements in transportation and information technology, tourism has become a very popular social and economic phenomenon all over the world. At the same time, the impacts of tourism development have been researched and focused on to shed light on similar issues by using the same research methods by many scholars through the mainstream tourism literature (Gjerald, 2005, Yilmaz & Yolal, 2008; Kocer & Gurer, 2021). In this context, studies have benefited from similar research methods and naturally conducted similar results.

Different from traditional studies, films have started to be used as one of the new datasets for tourism research. Accordingly, it is comparatively easy to analyze and enables researchers to support studies with visual evidence. Thus, film tourism or film-induced tourism has become very popular among scholars and sectoral representatives. Hence, film tourism, as a new tourism pattern satisfies the experiential needs of post-modern tourists by offering individually designed tourism experiences (Gjorgievski & Trpkova, 2012).

However, the reflections of tourism activities on the silver screen have been widely ignored. In this respect, there seems no study dealing with the representation of tourists or the socio-cultural impacts of tourism in the movies. It may be comprehensible from the side of tourism scholars since they focus on film tourism from a marketing perspective though scholars from different research fields such as cinema and communications surprisingly ignored the reflection of tourism on the movies. For this reason, the study aims to examine the reflections of the economic, socio-cultural, and psychological effects of the tourism industry in terms of cinema films. This study also examines the reflections of tourism activities on the cinema of the host country. In this sense, “Güler misin Ağlar misin” was selected to investigate the reflections of tourism on cinema due to three main reasons. Firstly, the film was shot in Kuşadası, one of most important tourism destinations in Turkey. Secondly, there is a connection between the air date of the movie (1975) and the effective date of the Tourism Law 1618 published in 1972 and still effect, which contributed to the development of Turkish tourism. On the other hand, cinema and tourism in Turkey have started to globalize in those years in real terms. Thus, the movie has the capability of showing the quick reflections of tourism.

Additionally, the movie comprehensively reflects and confirms most of the well-known impacts of tourism development in a different way. For example, as it is widely discussed in research dealing with tourism progress in developing countries, the negative impacts of tourism have commonly appeared on the social and physical environment, after the uncontrolled development phase of tourism (Tosun, 2001; Alhasanat & Hyasat, 2011). The scenes of the movie also prove the negative impacts of tourism. For instance, a tourism investor insists to build a golf complex at the expense of the destruction of locals' houses. Moreover, it is also mentioned that the

uncontrollable development of tourism destroys cultural values in tourism regions due to over-commercialization. In this regard, it is said that the main language of the locals was damaged in tourism regions in developing countries. As it is shown in our study with a special reference from the selected movie, some souvenir shops do not use any single Turkish word on their signs. On the other hand, it is also widely discussed that residents in developing countries generally perceive tourism as an economic phenomenon. The different scenes in the movies confirm that both locals and investors see tourism as a foreign currency source. Furthermore, it is emphasized that a low level of awareness of local people in developing countries is one of the most important barriers in the context to benefiting from the social and cultural fruits of tourism. In this vein, when the main characters of the movie visit a historical place, they irrelevantly talk about cultural values. More clearly, the speeches among the main characters and officers show that the local people do not have any idea about historical places and personalities. In brief, it can be said that the study primarily confirms and supports the findings of past studies with visual and verbal evidence from the movie.

However, another important aim of the study is to bring a new approach to tourism research. Hence, there is a great dataset that can comprehensively be analyzed to conduct original studies which cannot be found by following usual research instruments. For example, there is plenty of research dealing with tourism experience though most of the studies have been conducted based on the expressions of tourists. In this regard, there is a fundamental misconception in these studies since tourists generally don't express their real experiences due to various reasons such as having limited time and the mood of the holiday. By the same token, the participants in most social research are generally reluctant and uninformed about the research topics. For this reason, the movies can relatively be considered as more reliable datasets which can enable researchers to make more objective studies in most cases. In a similar vein, we may say that the movies are quite different from traditionally used datasets, so, the usage of movies in tourism research can make different contributions to the literature. For instance, it is impossible to witness or analyze the conversations among tourism stakeholders in most cases. But, the movies easily offer these important conversations to the researchers. On the other hand, it is also a very difficult task to collect visual and verbal data in one study though the movies can be considered as one of the unique ways of getting two types of data in the same research. Thus, it can be easier to make confirmation of findings in one study by examining visual and verbal data in the same research. Lastly, the movies also enable to make comparative studies that cannot be made via traditional methods. For example, it is almost impossible to compare the social and cultural impacts of tourism on host communities in different countries for long years with visual and verbal data. However, a comprehensive movie archive can easily be used for this type of research. On the other hand, it is possible to list the main findings of the research as the tourist perception of the local people, the effects of excessive commercialization in tourism on the mother tongue, the entrepreneur/employee relations in the tourism industry, and the local people's indifference to cultural values. The obtained results were tried to be explained by supporting the empirical and conceptual findings in the existing literature. Consequently, the study suggests new approaches to tourism studies by examining the impacts of tourism developments in a Turkish movie as a pioneering study.