



# Turizm Akademik Dergisi

## Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



## Çocuk Gözüyle Turizm: Turizm Karikatürleri Üzerinden Bir Değerlendirme\*

Meryem AKOĞLAN KOZAK<sup>a</sup>, Özlem ÖZKEROĞLU<sup>b\*</sup>

<sup>a</sup> Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yunus Emre Kampüsü, ESKİŞEHİR, mkozak@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0577-1843

<sup>b</sup> Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, İstiklal Yerleşkesi, BURDUR, ozlemozkeroglu@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8974-9100

### Öz

Günümüzün çocukları, ailelerin satın alma kararlarında etkili olmaktadır. Tatile çıkma kararında önemsenen çocuklar, ailenin tatille ilgili bir tercihin de belirleyicisi olurken, aynı zamanda, geleceğin potansiyel turisti olarak da önemlidirler. Bu nedenle, çocukların turizme bakış açılarını bilmek, turizm ile ilgili beklentilerinin belirlenmesi yanında, turizm bilincinin belirlenmesi bakımından da gereklidir. Bu amaçla planlanan bu çalışmada, çocukların turizmle ilgili bakış açıları çizdikleri turizm karikatürleri aracılığıyla belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada, son beş yılda çocuklar tarafından çizilen ve Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışmasında yer alan toplam 204 karikatür göstergebilim esaslarına göre değerlendirilmiştir. Bu süreçte, her bir konseptin tema ve kodları belirlenmiştir. Değerlendirmeler, üç farklı uzman tarafından karikatür albümlerinden faydalanılarak herhangi bir istatistik programı kullanılmadan yapılmıştır. Her yıl farklı turizm konsepti ile hazırlanan karikatürlerde toplam beş farklı kategori ve ana tema bulunmaktadır. Bunlar, Her Şey Dahil Tatil, Turizm ve Barış, Turizmin Geleceği, Geçmişten Bugüne Tatiller ve Tatil Anıları'dır. Çocukların, bu farklı konseptlerle hazırladıkları karikatürlerde tatil ve turist temasına öncelik verdikleri dikkat çekmektedir. Buna karşın, çocuklar, farklı turizm konseptlerini iyi yakalamış ve bunların farklılıklarını ortaya koymayı başarmışlardır.

**Anahtar Kelimeler:** Çocuk, Turizm, Karikatür, Göstergebilim.

### Abstract

Today's children are influential in families' purchasing decisions. Children who are cared for in the decision to go on a holiday are the determinants of the family's preference for a holiday, but they are also important as potential tourists of the future. Therefore, knowing children's perspectives on tourism is necessary not only in terms of determining tourism awareness. In this study planned for this purpose, children's perspectives on tourism have been tried to be determined through the tourism cartoons. In the study, a total of 204 cartoons drawn by children in last five years and included in the International Tourism Cartoons Competition have been evaluated based on semiotics. In this process, the themes and codes of each concept have been determined. Evaluations have been made by three different experts using cartoon albums without using any statistical program. Each year, there are five different categories and main themes in the cartoons drawn on different tourism concepts. These are All-inclusive Holiday, Tourism and Peace, Future of Tourism, Vacations from the Past to Present and Travel Memories. In the cartoons prepared by children in these different concepts, it is noteworthy that children give priority to holiday and tourist theme. It is noteworthy that children give priority to holiday and tourist theme in the cartoons drawn on these different concepts. However, the children have been able to capture different tourism concepts well and have managed to present their differences.

**Keywords:** Child, Tourism, Cartoon, Semiotic.

JEL CODE: L83, Z30, Z32

#### Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 03.09.2019

Düzeltilme : 15.11.2019

Kabul : 27.07.2020

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Akoğlan Kozak M. & Özkeroğlu Ö. (2020). Çocuk Gözüyle Turizm: Turizm Karikatürleri Üzerinden Bir Değerlendirme, Turizm Akademik Dergisi, 7 (2), 19-36.

\* Çalışma 2019 yılında yapılmış ve tamamlanmıştır. Bu nedenle etik kurul kararına gerek bulunmamaktadır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: ozlemozkeroglu@mehmetakif.edu.tr

## GİRİŞ

Yardıma muhtaç olarak dünyaya gelen her çocuk, çevreye uyum sağlamaya çalışırken, yaşama içgüdü-sünü tatmin eden bir dünyayla da karşı karşıya kalmaktadır (Adler, 2018). İnsanın yaşamı çocukluk çağlarından başlamakta, belirli bir anlam ve amaç doğrultusunda şekillenmekte, beden ve ruh sağlığının temelleri bu çağlarda atılmaktadır. Çocukluk döneminde geçirilen yaşantı, hayatında kalıcı bir yer edinmekte, yetişkinlik hayatında sergileyeceği durum ve davranışlarını etkilemektedir (Güller, 2013; Winnicott, 2017). Dolayısıyla, çocuğun yetişkinlikte edineceği kişilik özellikleri, tutum ve davranışları, sürdüreceği yaşam biçimi çocukluk çağlarında biçimlenmektedir. Bu çağlarda kazandığı edinimler, hayatı boyunca alacağı bütün kararlarda etkili olmakta ve tüm yaşamına yön vermektedir. Bu yüzden, çocukluk dönemini yakından tanımak, çocuk kavramını ve çağlar boyunca değişiklik gösteren çocukluk anlayışını iyi anlamak gerekmektedir. Ancak çocuğun, bilgi kaynağı olarak araştırmalara özne olması konusundaki etik sınırlılıklar, sektörel araştırmalardaki en büyük engeldir. Çocuğun tüketici olma durumu ve tercihleri çoğu zaman aileleri veya metaforlar aracılığıyla anlaşılmaya çalışılmaktadır. Son yıllarda özellikle çocuk bağlamındaki araştırmalarda göstergibilimin önemli ölçüde kullanıldığı da dikkat çekmektedir. Çocuk ve turizm konusuyla ilgili olarak planlanan bu araştırmada çocukların turizme yönelik algıları göstergibilim yoluyla belirlenmeye çalışılacaktır. Bu amaçla, Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışmasında (UTKY) 2014 yılı ve sonrasındaki 204 çocuk karikatürü incelenecektir. Bu incelemeler sonucunda, çocukların *her şey dahil tatil, turizm ve barış, turizmin geleceği, geçmişten bugüne tatiller ve tatil anıları* konularındaki görüşleri ortaya konulacaktır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Çocuk ve Çocukluk Kavramları

Çocuk kavramının tanımı konusunda birtakım farklılıklar bulunmakta, çocukluk dönemini ifade eden yaş aralığı zamana, yere, sosyal ve ekonomik sınıfa göre değişmektedir. Çocuğu yetişkinden ayırmak için yaş faktörü kullanılmakta, bu kavramı açıklamada biyolojik, yasal ve geleneksel kriterler göz önünde bulundurulmaktadır. *Biyolojik* olarak asıl olan ergenlik olup, *yasalar* açısından belirlenen yaş dilimi yazılı olarak belirtilmekte, *geleneksel* açıdan çocuğun aile içindeki etkinliği önem arz etmektedir. Ortaçağda çocukluk dönemi, insan hayatının ilk yedi senesi ile sınırlandırılırken, günümüzde on sekiz sene olarak kabul görmekte (Demirci, 2010; Polat, 2001; Tandoğan, 2006), çocuk kavramı genel olarak, *“gelişen bir insan yavrusu, olgunlaşmamış, reşit sayılmayan küçük yurttaş”* olarak tanımlanmaktadır (Yörükoğlu, 2007). Çocuk

Hakları Sözleşmesine göre, “çocuğa uygulanabilecek olan kanuna göre daha erken yaşta reşit olma durumu hariç, on sekiz yaşına kadar her insan” çocuk sayılmaktadır (BM-ÇHS, md 1; İBB, 05.02.2019). Türkiye’de hukuki açıdan, erginliğin, on sekiz yaşın doldurulmasıyla başlayacağı hüküm altına alınmış (TMK, md 11; Tandoğan, 2006), “çocuk; henüz on sekiz yaşını doldurmamış kişi” (TCK, md 6/1.b; ÇKK, md 3/1.a) olarak tanımlanmıştır. TDK da çocuğu, “bebeklik ile erginlik arasındaki gelişme döneminde bulunan oğlan veya kız” olarak tanımlamıştır (TDK, 05.02.2019). Çocuk Hakları Sözleşmesi ve yasalarda yer alan tanımlamalar itibarıyla, günümüzde, daha erken yaşta ergenliğe ulaşsa bile on sekiz yaşını doldurmamış olan her insan, çocuk olarak kabul edilmektedir.

Çocuk kavramına bağlı olarak üzerinde durulması gereken diğer bir kavram olan “çocukluk” TDK tarafından, “çocuk olma durumu” ve “insan hayatının bebeklik ile ergenlik arasındaki dönemi” olarak tanımlanmıştır (TDK, 05.02.2019). Çocukluk dönemi, bebekliğin sona erdiği yaklaşık 18. aydan ergenlik döneminin başladığı 12-14 yaşlarına kadar sürmektedir (Polat, 2001). Burada çocukluk, “ergenlik” dönemiyle sınırlandırılmaktadır. Ancak çocuk kavramına ilişkin sözleşme ve yasalarda belirlenmiş olan tanımlamalarda çocukluk dönemi, on sekiz yaşına kadar devam etmektedir. Bu tanımlarda, çocukluk döneminin bitişi ile ilgili olarak kesin bir yaş sınırlaması belirtilmiş, fakat başlangıcı için belirli bir zamandan bahsedilmemiştir. Dolayısıyla, günümüzde çocuk, insan hayatının bebeklik döneminden başlayarak, yasal çerçevede belirtilen on sekiz yaşına kadar olan dönemi kapsamaktadır.

Antik çağlarda Eski Yunanlılar özel bir yaş kategorisi olarak çocukluğa ilgi göstermişler, çocukların eğitim konusuna önem vermişlerdir. Çocukluk kavramına oldukça yaklaşarak çocukluk bilincinin köklerini atmışlardır. Romalılar da “okul” fikrini Yunanlılardan ödünç alarak Eski Yunan düşüncesine üstün gelen bir çocukluk bilinci ve ayıp düşüncesini geliştirmişlerdir. Bu düşünceye göre, çocuklar, yetişkinlerin birtakım sırlarından korunması gerekmektedir. Böylelikle çocukluğun yetişkinlikten farkı ortaya konmaya başlamış, çocukların korunmaya, bakıma, eğitime ve yetişkin sırlarından özgürleşmeye ihtiyaç duydukları düşüncesi yayılmıştır (Postman, 1995).

Ortaçağla birlikte çocukluk anlayışında değişiklik yaşanmıştır. Aries’e göre bu dönemde, çocuğu yetişkinden ayıran özellikler hakkında hiçbir şey bilinmemektedir. “Çocukluk duygusu” eksik kalmıştı ve “ayıp duygusu” ortadan kalkmıştır. Bu çağda çocukluk, “yedi yaşında bitmekteydi” ve klasik çağlardaki “çocukluk” kavramı unutulmuştu. Çocuklar, minyatür yetişkinler olarak görülmekte, çocukluk ayrı ve özel bir

evre olarak kabul edilmemektedir. Kesinlikle ayrı bir çocukluk dünyası yoktu ve çocuklar, yaşamlarını yetişkinlerden ayrı olarak değil, onlarla birlikte sürdürmekteydiler (Holt, 2000; Onur, 2007; Postman, 1995; Yavuzer, 2017).

Ortaçağdan sonra çocukluk kavramı tanımlanmaya, toplumsal açıdan insan yaşamının bir dönemi olarak algılanmaya başlamıştır. Bu yeni anlayış çocukları yetişkinlerin dünyasından çıkararak, onlara yerleşebilecekleri yeni bir dünya bulma gereğini ortaya çıkarmıştır (Alver, 2004; Onur, 2007; Toran, 2012). 16. ve 17. yüzyıllardan sonra çocukluğun varlığı doğal düzenin bir özelliği olarak benimsenmiş, yetişkin dünyasından ayrı tutularak, korunmayı gerektiren ve yetişkinlerden farklı bir doğası olan özel bir varlık olarak kabul edilmiş, ayrıca ayıp kavramı yeniden gündeme gelmiştir. Çocuklar artık minyatür yetişkinler olarak değil, henüz “biçimlenmemiş yetişkinler” olarak görülmeye başlamıştır. Aries'e göre bu dönemde çocukluğun kendisi sosyal ve entelektüel bir kategori olmuş, çocukluk evreleri belirmeye ve modern ailenin oluşumu şekillenmeye başlamıştır (Aries, 1962; Postman, 1995).

18. yüzyılda sanayileşme, çocukların yeni bir sorunla karşılaşmasına sebep olmuştur. Büyük endüstriyel kentlerin gelişmesiyle, fabrika ve modern işçilere olan gereksinimin artmış, çocuklar ucuz işgücü olarak görülmeye ve onlardan işçi olarak faydalanılmaya başlanmıştır. 19. yüzyılda Locke ve Rousseau çocukluk fikri üzerinde oldukça önemli etkiler yaratmıştır. Locke insan zihnini, çocuğun, doğduğu anda üzeri doldurulması gereken boş bir levha olarak ele almış ve çocukların kişiliklerinin de daha sonra edinecekleri deneyimlerle oluşacağını kabul etmiştir. Rousseau'ya göre çocuk, yalnız şu veya bu amaç için değil, kendi başına önemlidir ve çocukluk, “doğa durumuna” en yakın yaşam evresini oluşturmaktadır. Adler'e (2016) göre ise çocuklara kendi içgüdülerine göre gelişme fırsatı verilse ve onlara elverişli çevre koşullarında yetişme fırsatı sunulsa dahi, yetişkinlerin uygar dünyasına uyum sağlayabilmeleri mümkün değildir. Bu yüzden çocukların, gelişim süreçlerinde yetişkinler tarafından yönlendirilmesi ve yetişkinliğe hazır hale gelebilmeleri için belirli bir eğitimden geçirilmeleri gerekmektedir. 19. yüzyılın sonlarında Freud, çocuk zihninin bir yapısı ve içeriği olduğunu, çocuğun yetişkinliğe geçiş sürecinde içgüdüsel tutkularını veya hazlarını bastırma çabasına girerek bunları zamanla bırakma eğilimine girdiğini belirtmiştir (Onur, 2007; Sağlam & Aral, 2016). Bu dönemde, çocuğun yalnızca geleceği değil, aynı zamanda varlığıyla ilgili olan her şey ilgi konusu olmaya başlamış, onun sağlığını, gelişimini, bedensel bütünlüğünü bozucu uygulamalardan sakınılması gerektiği gündeme gelmiştir.

Postman'a göre (1995), çocukluğun en fazla korunduğu ve çocukluk anlayışının doruğa ulaştığı dönem, 1850–1950 yıllarıdır; o dönemdeki aileler, çocuklarının güvenlik içinde büyümelerine önem vermişler, çocuklarını okula göndermeye başlamışlardır. Çocuklar kendilerine özgü giysiler giymiş, çocuk edebiyatı okumuş, kendi mobilyalarına sahip olmuş ve çocuklara özgü oyunlar oynamışlardır. Ailenin görevleri değişerek koruyuculuk rolü sona ermiştir. Modern çocukluk anlayışıyla birlikte yeni ve kötü olan şeyin esasında çocukların yetişkin dünyasından uzaklaştırılmış oldukları gerçeği ortaya çıkmıştır (Holt, 2000).

Günümüzde ise kentleşme, eğitimin yaygınlaşması, eğitim seviyesindeki yükseliş, ekonomik ve sosyal şartların değişimi gibi faktörlerin etkisiyle hane içindeki çocuk sayısı azalmaya başlamıştır. Fakat çocuklar, ayrı bir kimlik ve aidiyet hissi kazanmıştır. Dolayısıyla, çocukların aile içindeki rolleri değişmiş, aile kararlarındaki etkileri artmış ve çocuklar ailenin satın alma kararlarını etkileyemeye başlamışlardır (Alagöz, 2009; Gülerarslan, 2011). Ancak çocukların bu etkisi çocuğun bulunduğu yaş dönemine, ailenin yapısına ve çocuğun özelliklerine göre değişmektedir. Tek ebeveynli ailelerde, çift gelirli ailelerde veya eğitim düzeyi yüksek ailelerde çocuklar daha etkili olmaktadır (Çakıcı & İyitoğlu, 2011). Böylece çocuklar, işletmelerin temel hedef pazarları arasında yer almaya başlamışlardır. Restoranlarda çocuk münülerinin sunulması, büyük alışveriş merkezlerinde çocuk oyun salonlarının yer alması ve çocuk hayal kahramanlarının her türlü ürünlerinin satılması, çocukların tüketici olarak önemsendiğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir (Karadağ, 2010).

### Turizm ve Çocuk

Çocukların tüketici olarak tanımlandığı ayrıca bir kanun maddesi olmasa da ilgili kanunlarda çocukları kapsam dışı bırakan görüşlerin bulunmadığı görülmektedir (TKHK, md 3/1.k). Böylece, aile içindeki kararlarda çocukların görüşlerinin önemsenmeye başlamasıyla çocuklar en önemli araştırma konularının arasında yerini almış ve çocukların, ailelerinin satın alma kararlarına etkisi konusunda pek çok araştırma yapılmıştır (Tuna, 2019). Günümüzdeki turizm araştırmalarında da çocuk konusu “çocuk dostu turizm” (Ahıpaşaoğlu, 2018; Gün, Tosun & Aslan, 2018; Gürbey, 2019; Kesgin & Ross, 2018; Taner, 2019; Zajadacz, Piotrowski, Potocka & Terlecka, 2019) ve “çocuk dostu oteller” (Ceylan, Özgürel & Topaloğlu, 2019; Özgürel, Ceylan & Topaloğlu, 2019; Tuna, 2019) konseptiyle tartışılmaya başlamış, çocukların, ailelerin tatil satın alma davranışları ve konaklama tercihleri üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar artış göstermiştir. Örneğin, Dunne araştırmasında, ebeveynlerin %75'inin, çocuklarına tatil broşürlerini göstererek düşüncelerini

aldıklarını, tatil tercihlerini ona göre yaptıklarını ortaya koymuştur. Marzella'nın çalışmasına göre, ailelerin %93'ü, tatillerini planlarken çocuklarının çıkarlarına önem vermektedir (Akt. Çakıcı & İyitoğlu, 2012). Türkiye'deki araştırmalara bakıldığında; Aygün & Kazan'ın (2008) çalışma bulgularında, yüksek katılımlı ürünleri satın alma sürecinde çocukların en fazla etkili olduğu aşama, bilgi toplama aşaması olarak ortaya konmuştur. Alagöz'ün (2009) çalışmasında ailelerin %32,8'i çocuklarıyla beraber alışveriş yapmayı tercih etmekte, bayanlar erkeklere göre çocuklarını daha fazla dikkate almakta ve bütçelerinde çocuklarına daha fazla pay ayırmaktadırlar. Ailelerin %65'i aile bütçelerinin %30'unu çocuklarına ayırırken, annelerin %82'si çocuklarının gereksinimlerini kendi gereksinimlerinden daha önemli görmektedir. Daha sonraki yıllarda yapılan araştırmalar da bu sonuçları desteklemektedir (Arıkan & Öztürk, 2018; Aslan & Arslan Kurtuluş, 2018; Kılıç, Kabacık, Zağralı Çakır, Ay & Ön Esen, 2019; Kutlu, Abbasoğlu Bostancı & Özkaynar, 2018).

Tatile çıkmak isteyen çocuklu aileler, çocuğu olmayan bireylerden farklı olarak, tatil sırasında kendi istek ve ihtiyaçlarından çok çocuklarınınkine göre hareket etmektedirler (Acun Yıldırım, 2018; Karaca & Yemez, 2018). Bu yüzden tatil planı yaparken, öncelikle çocuklarıyla birlikte huzurlu bir tatil geçirip geçiremeyeceklerini düşünmekte, tatil tercihlerini buna göre yapmaktadırlar. Dolayısıyla, konaklayacakları otelle ilgili birçok beklenti içerisine girebilmektedirler. Bu beklentiler, işletmenin konumu, fiziki yapısı, konaklama hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri, animasyon ve güvenlik hizmetleri gibi oteldeki bütün alanlarla alakalı olabilmektedir. Ayrıca çocuklarının sağlık ve güvenliğini ön planda tutarak, konaklayacakları otellerin hijyen konularında önlem alıp almadıklarıyla da ilgilenmekte ve onların ihtiyaçlarına göre seçim yapmaktadırlar (Özgürel ve ark., 2019). Aileler tatil kararlarını alırken, ilgili konularda otel hakkındaki yorum ve şikayetleri de değerlendirmekte ve bu unsurları göz önünde bulundurarak tercih yapmaktadırlar (Aslan ve ark., 2018; Kutlu ve ark., 2018; Yemez & Karaca, 2018). Bu sebeple, otelde çocuk mönülerinin sunulması, çocuk oyun alanlarının bulunması, odalarda çocuk yatağının olması ve çocuklar için gerekli güvenlik önlemlerinin alınması ailelerin tatil tercihleri açısından önemlidir (Acun Yıldırım, 2019).

Çocukların, ailelerinin kararları üzerindeki etkilerinde birtakım nedenler bulunmaktadır: Ailelerin değişen ekonomik yapıları ve sosyo-kültürel değerler aile içi satın alma karar sürecinde aile üyelerinin rollerini değiştirmiş, erkeğin tek karar alıcı rolünün olduğu geleneksel yapıdan, daha demokratik bir karar sürecine geçilmiştir (Kitapçı & Dörtüol, 2009). Toplumsal yapıdaki değişimler, kadınların çalışma hayatında yer

alması, toplum içindeki çalışan anne sayısının artması, aile içindeki demokratik yapının değişikliğe uğraması çocukların satın alma kararlarındaki gücünün artmasına neden olmuştur. Diğer yandan, boş zamanların ev dışında geçirilmesine ilişkin eğilimlerin değişmesi, tüm ailenin birlikte alışveriş yapıp hoşça vakit geçirebilecekleri alışveriş merkezlerinin artması da tüm gün çocuklarını göremeyen ebeveynlerin alışveriş esnasında çocuklarının isteklerini kolayca yerine getirmelerinde etkili olmuştur. Ayrıca teknolojinin hızlı ve sürekli gelişimiyle sosyo-kültürel anlamdaki değişiklikler çocukların daha hızlı gelişmelerine, ergenlik dönemine daha çabuk girmelerine ve karar mekanizmalarında daha büyük roller üstlenmelerine neden olmuştur. Tüm bu değişimler, aileleri ataerkil yapıdan uzaklaştırmış, çocukların aile içindeki kararlarda daha çok söz sahibi oldukları "çocukerkil" aile yapısını meydana getirmiştir (Alagöz, 2009; Ersoy, Ersoy Quadır & Sarıabdullahoğlu, 2010; Karadağ, 2010).

Ailenin yapısı, ailedeki çocuk sayısı, çocuğuın kardeşleri arasındaki sırası, çocukların cinsiyetleri, ebeveynlerin yaşları ve eğitim düzeyleri de anne ve babaların çocuklarına karşı olan tutumlarını ve çocuğuın kişisel gelişimini etkilemektedir (Işın, 2001). Ancak ailenin alacağı kararlarda belirleyici olan diğer bir unsur, çocuğuın yaşıdır ve aileler konaklama tercihlerinde, çocuklarının yaş grubuna en uygun hizmet sunan otelleri tercih etmektedirler (Tuna, 2019). Çocuğuın yaşı arttıkça ailenin üzerindeki etkisi de artmaktadır. 15-24 yaş arasındaki gençler, isteklerinin yerine getirilmemesi durumunda sert tepkiler vererek ailelerinin tatil tercihlerini yönlendirmektedirler (Gürbüz & Köşk, 2017). Ebeveynler daha küçük yaştaki çocukların isteklerini geri çevirebilirken, 10 yaş ve üzerindeki çocukların isteklerini daha kolay kabul etmektedirler (Aymanıuy & Ceylan, 2013; Ersoy ve ark., 2010; Karadağ, 2010). 5-6 yaş grubu çocuklu aileler, tatil yapacakları otelleri seçerken daha çok güvenlik, odalarda çocuk yatağının olması, çocuklara uygun dolapların bulunması, restoranda çocuk mönülerinin sunulması, otelde aile odalarının olması, hijyene önem verilmesi, çocuk havuzunun bulunması ve merdivenlerde korkuluk olması gibi özelliklere dikkat etmektedirler (Aktaş, 2018; Emir & Pekiyan, 2010; Yıldırım, Kara & Altun Yılmaz, 2018). Görüldüğu gibi çocuklar, tatil satın alma sürecini her ne kadar kendileri doğrudan yönlendiremeseler de ailelerinin tatil kararlarında ve konaklama tercihleri üzerinde dolaylı yönden etkili olmaktadır. Ebeveynlerin tatil tercihleri çocuklarının tatilden memnun kalmalarına bağlı olduğundan, tatil satın alma kararlarında çocuklarının isteklerini ve beklentilerini ön planda tutmaktadırlar.

Buraya kadar incelenen çok sayıda çalışmaya bakarak, çocukların ergin olmamaları nedeniyle araştır-



malara doğrudan özne olmadıkları, aileleri vasıtasıyla görüşlerinin dikkate alındığı söylenebilir. Ayrıca, çocuk görüşlerinin alınmasında, benzerlik veya temel konuya dikkat çeken metaforların da önemli olduğu görülmektedir (Özder, Kaya & Ünlü, 2012; Taş, Düz & Ünlü, 2016).

## YÖNTEM

### Araştırmanın Amacı, Önemi ve Kapsamı

Araştırmanın amacı, UTKY'da 16 yaşına kadar olan çocukların çizdikleri ve yarışmada gençler kategorisi kapsamında yayınlanan eserlerin vermek istediği mesajları ortaya çıkarmak ve çocukların turizmle ilgili algılarını değerlendirmektir. Bu yolla, çocukların birey olarak turizm hakkındaki düşünceleri öğrenilmeye çalışılacaktır. Çocukların turizme yönelik algıları, yarışma temaları çerçevesinde değerlendirilecektir. Elde edilen sonuçlar, geleceğin potansiyel turistleri olan çocukların turizme bakış açılarıyla ilgili ipuçları taşıdığından önem taşımaktadır. Bu ipuçlarının turizm alanındaki zayıflıkların ve abartıların ortaya koyulmasında yol gösterici olmasının yanında, ailelerin kararlarında da dikkate alınması beklenmektedir.

Araştırmanın alanı; 2009 yılından bu yana her sene geleneksel olarak düzenlenen UTKY'dır. Bu yarışma, dünyada turizm kavramını konu alan tek karikatür yarışmasıdır. Yarışmanın temel amacı turizmle ilgili konulara dikkat çekmek ve turizmin, karikatür sanatçıları gözüyle betimlenmesini sağlamaktır. Yarışmanın 2009-2013 yıllarındaki uygulamalarında herhangi bir tema belirtilmemiş ve yaş konusunda bir ayırım yapılmamıştır. 2014 yılından itibaren yarışma çocukların başvurusuna da açılmış, 16 ve daha küçük yaşta çocuklar bu kategoriye eser göndermeye başlamışlardır. 16 yaş ve altındaki çocukların karikatürleri yarışmada gençler kategorisi olarak değerlendirilmiş olmasına rağmen, 18 yaşına kadar her birey çocuk olarak kabul edildiğinden bu çalışmada değerlendirmeye alınan karikatürler "çocuk kategorisi" olarak ele alınacaktır. Ayrıca, bu yıllardaki karikatürler her sene yarışma teması olarak belirlenen konular çerçevesinde düzenlenmiştir (UTKY, 03.05.2019). Araştırma, 2014-2018 yılları arasında bu yarışmada çocuklara yönelik yayınlanan 204 karikatür kapsamında yürütülmektedir.

### Araştırmanın Yöntemi: Göstergebilim

Göstergebilim, iletişim için kullanılan her şeyin incelenmesi olarak ifade edilmekte (Echtner, 1999), "gösterge kelimesinden yola çıkarak, göstergeleri ve gösterge dizgelerini inceleyen bilim dalı" şeklinde tanımlanmaktadır (Demir, 2009). Göstergebilim sözlü, yazılı ve işaretlerle iletişim biçimini inceleyen bir okuma yöntemidir. Temel olarak göstergeleri incelemekte ve gösterge

sistemlerini çözümlenmeye odaklanmaktadır. Amacı, her türlü iletişim sürecini bir metin olarak okumayı sağlamak, anlamlı bütünlerde göstergelerin birbirleriyle kurdukları bağlantıları inceleyerek göstergeler arasındaki ilişkileri açıklamak, işleyiş kurallarını saptamak ve inceleme yöntemlerini betimlemeye çalışmaktır (Parsa & Parsa, 2012).

Göstergebilimde çözümlenme süreci, verilerin toplanmasıyla başlamakta, bu verilerin değerlendirilmesi ile devam etmekte ve yorumlanmasıyla son bulmaktadır. Yapısal ve standart bir analizden oluşmayan bu analiz, araştırmacıya daha bağımsız ve yaratıcı bir ortam sunmaktadır (Echtner, 1999). Çözümlemelerde, belli bağlamlarda işaretlerin nasıl oluştuğu veya nasıl anlam uyandırdığına odaklanılmaktadır. İşaretlerle bütünleşmiş bir sistem, sosyal bir kod üretirken (Glesne, 2013), bu kodlar iletinin üretildiği dil olarak ortaya çıkmaktadır.

Göstergebilim çözümlenmelerinde düz anlam ve yan anlam olmak üzere iki önemli kavram bulunmaktadır. *Düz anlam* göstergenin neyi temsil ettiği olarak tanımlanırken; *yan anlam* göstergenin nasıl temsil edildiğini ifade etmektedir. Burada belirtilen gösterge, kendisinden başka bir şeye gönderme yapan, duygularla kavranabilen fiziksel varlık veya olgulardır (Barthes, 1979). Göstergenin üç niteliği bulunmaktadır: a) Fiziksel bir biçimi barındırması; b) Kendisinden başka bir şeye gönderme yapması; c) İnsanlar tarafından bir gösterge olarak kabul edilmeyi gerektirmesidir (Mutlu, 2012). Göstergenin iki unsurundan biri olan *gösteren*, göstergenin fiziksel ve maddi boyutunu nitelerken, *gösterilen* göstergenin kavramsal ve zihinsel boyutunu temsil etmektedir (Akerson, 2005).

### Geçerlik ve Güvenirlik

Göstergebilim bilimsel bir inceleme yöntemi olduğundan, geçerlik ve güvenirliliğin sağlanması gerekmektedir (Akerson, 2005). Nicel araştırmalar için geçerli olan geçerlik ve güvenirlilik, nitel araştırmalarda sonuçların inandırıcılığı, aktarılabirliği ve tutarlılığına karşılık gelmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2016). Nitel bir araştırma yöntemi olan göstergebilim çalışmalarında da inandırıcılık, aktarılabirlik ve tutarlılık kavramları kullanılmaktadır (Potur & Demir, 2015).

Nitel araştırmalarda *inandırıcılığın* sağlanması, araştırma kapsamında değerlendirmeye alınan verilerin, çalışma sonucunda ne ölçüde doğru ve anlaşılır aktarıldığının ölçütüdür. Bir çalışmanın inandırıcılığını artıracak stratejiler mevcuttur ve bunlardan biri araştırma konusunun kavramsal çerçevesinin açık bir şekilde oluşturulmasıdır (Şener ve ark., 2017). Bu amaçla, bu çalışmada ilgili alanyazın detaylı şekilde incelenerek, konuyla ilgili kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş, ka-

rikatürlerin değerlendirilmesi, bu çerçevede gerçekteştirilmiştir. *Aktarılabirlik*; araştırma bulgularının, benzer olay ve olgulara ne derecede uyarlanabileceğini ifade etmektedir. Çalışmaya dahil edilen olguların sayısı, saha çalışmasına dahil olan kişi sayısı, kullanılan veri toplama yöntemleri, veri toplama süresi vb. bilgilerin araştırmada açık bir şekilde belirtilmesi gerekmektedir (Arastaman, Öztürk Fidan & Fidan, 2018). Bu çalışmada, öncelikle UTKY'nın web sitesindeki 10 yarışma albümüne ulaşılmıştır. Çalışmanın gereksinim duyduğu yaş aralığı itibariyle, çocukların çizdikleri 204 karikatür veri setinden çekilmiştir. Yarışmanın düzenlendiği yıllar itibariyle temalar ve bu çerçevede çocukların çizdikleri karikatür sayıları Tablo 1'de gösterilmiştir:

**Tablo 1.** Yarışmanın Düzenlendiği Yıllar İtibariyle Yarışma Konuları ve Karikatür Sayıları

Yarışma Yılı	Yarışma Konusu	Çocuk Karikatürleri
2014	1. Her Şey Dahil Tatil	34
2015	2. Turizm ve Barış	25
2016	3. Turizmin Geleceği, Geleceğin Turizmi	48
2017	4. Geçmişten Bugüne Tatiller	40
2018	5. Tatil Anları	57
<b>Toplam</b>		<b>204</b>

**Kaynak:** UTKY, (2019). <http://tourismcartoon.com/simdiki-yarisma/kategoriler/>, Son Erişim Tarihi: 3 Mayıs 2019.

*Tutarlılık* ise araştırma sonuçlarının, toplanan verilerle tutarlı olup olmadığı ile ilgilidir (Merriam, 2015). Tutarlılık, çalışma tasarımının, izlenen karar aşamaları itibariyle detaylı olarak açıklanmasının yanında (Şener ve ark., 2017), kodlayıcılar arası görüş birliğinin sağlanmasıyla da oluşabilir (Creswell, 2016). Bu nedenle bu çalışmada, metin içerisinde araştırmanın tasarımı ve planı anlatılmış, daha sonra veri toplama ve analiz süreçleri ile araştırma bulguları detaylı olarak verilmiştir.

### Veri Analizi

Araştırma verilerinin analizine 3 Mayıs 2019'da başlanmış, 30 Haziran 2019'da son verilmiştir. Analizde, önce karikatürlerdeki turizm konseptine ilişkin göstergeler kodlanmış, bu kodlardan temalar oluşturulmuştur. En son bu kod ve temaların anlamsal çözümlemesi yapılmıştır. Veriler, UTKY'daki beş çocuk albümü üzerinden toplanmıştır. Bu albümlerdeki toplam 204 çocuk karikatürü üç uzman (araştırmacılar ve bir karikatürist) tarafından farklı zaman ve mekanlarda birbirinden bağımsız olarak değerlendirilmiştir. Öncelikle, çocuk karikatürlerindeki göstergeler, yarışmanın konsepti bakımından incelenmiş ve kodlanmıştır. Daha sonra, kendi aralarında anlamsal bütünlük sağlayan kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur. Uzmanların görüşlerine göre birbirleriyle örtüşmeyen kod ve temalar araştırma dışı bırakılırken, birbirleriyle tutarlılık gösterenler araştırma verisi olarak alınmıştır.

Kodlama ve temalara ayırma işlemiyle elde edilen verilerin daha sonra anlamsal çözümlemesi yapılmıştır. Bu amaçla, karikatürler önce "düz anlamları", daha sonra "yan anlamları" itibariyle değerlendirilmiştir. İlk aşama olan "düz anlamların" bulunmasında, yarışmanın her yıl esas bir konu veya *ana tema* ile sınırlandırılmış olması araştırmacılara büyük kolaylık sağlamıştır. Bu bağlamda, genel çerçevede belirlenen *ana temaya* göre yapılan değerlendirmeler ile ana tema kapsamındaki benzer öğelerden oluşturulan *temalar* "düz anlama" işaret etmektedir. Gösterge üzerinden elde edilen *kodlar* ise temaların nasıl anlatıldığını gösterdiğinden "yan anlam" olarak yorumlanmıştır.

Değerlendirmeler, belirlenen bu kod ve temalar doğrultusunda yapılmış ve bu işlem yapılırken "sıklık sayıları" dikkate alınmıştır.

### BULGULAR

Bu bölümde, araştırmaya konu edilen çocukların yaptığı 204 turizm karikatüründen göstergebilim yöntemiyle elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler, beş farklı karikatür albümünün her birinin kendi içerisinde ayrı ayrı incelenmesi şeklinde yapılmıştır.

#### 1. Her Şey Dahil Tatil

Çocuk karikatür serisinin birincisinin yer aldığı ve her Şey dahil ana temalı 2014 yılı albümünde 34 karikatür incelenmiştir. Bu ana temaya bağlı olarak oluşturulan kodlar ve alt temalara Tablo 2'de yer verilmiştir:

**Tablo 2:** 2014 Yılı-“Her Şey Dahil Tatil” (34 Karikatür)

Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	
<b>Yiyecek-İçecek (67)</b>	<i>Fastfood</i>	8	<b>Doğa (48)</b>	<i>Gökyüzü</i>	13	<b>Konaklama (18)</b>	<i>Otel</i>	5	
	<i>İçecek</i>	8		<i>Çayır</i>	7		<i>Otel yıldızı</i>	4	
	<i>Meyve</i>	5		<i>Bulut</i>	6		<i>Sandalye</i>	3	
	<i>Masa</i>	5		<i>Deniz</i>	6		<i>Koltuk</i>	2	
	<i>Çatal</i>	4		<i>Güneş</i>	5		<i>TV</i>	2	
	<i>Kaşık</i>	4		<i>Ağaç</i>	5		<i>TV ünitesi</i>	2	
	<i>Bıçak</i>	3		<i>Dağ/Tepe</i>	5				
	<i>Tabak</i>	3		<i>Gökkuşağı</i>	1				
	<i>Bardak</i>	3							
	<i>Yemek</i>	3							
	<i>Tatlı</i>	3		<b>İnsanlar (45)</b>	<i>Turist</i>	14	<b>Tatil (18)</b>	<i>Bavul/Çanta</i>	10
	<i>Kadeh</i>	2			<i>Ev Halkı</i>	13		<i>Plaj</i>	2
	<i>Tuzluk</i>	2			<i>Çocuk</i>	7		<i>Şezlong</i>	2
	<i>Kase</i>	2	<i>Aşçı</i>		4	<i>Plaj</i>			
	<i>Ateş</i>	2	<i>Garson</i>		2	<i>şemsiyesi</i>		1	
	<i>Tencere</i>	2	<i>Jonglör</i>		2	<i>Uçurtma</i>		1	
	<i>Fincan</i>	1	<i>Şoför</i>		1	<i>Kaydırak</i>		1	
	<i>Pipet</i>	1	<i>Yerli</i>		1	<i>Havuz</i>		1	
	<i>Peçete</i>	1	<i>Nasreddin</i>						
	<i>Peçetelik</i>	1	<i>Hoca</i>		1				
	<i>Gazlı ocak</i>	1							
	<i>Kazan</i>	1							
	<i>Izgara</i>	1							
	<i>Keççe</i>	1							

Tablo 2 incelendiğinde, “Her Şey Dahil Tatil” teması çocuk gözüyle en fazla yiyecek-içecek (67 kod) kodlarıyla açıklanmaktadır. Bu durum daha önce gerçekleştirilmiş olan yetişkinlerle ilgili sonuçlarla benzer niteliktedir (Süklüm, 2016; Yaylı & Yayla, 2012). Bu konseptteki diğer yoğunluk alanı doğadır (48 kod). Bu durum, çocukların, yarışma teması ne olursa olsun, tatil olgusunu ön planda tuttıkları şeklinde açıklanabilir. Çocuklar, tatili doğal güzellikler olarak algılamaktadır. İnsanlar teması (45 kod) ise çocuk gözünde tatillerdeki kişileri tanımlamak bakımından önemlidir. Karikatürlerde, insanları; yiyen içen *turistler* ve yiyen içen *ev halkı* olarak çizmişlerdir. Ayrıca, *aşçı* ve *garsonlar* da bu çerçevede yer almaktadır. Görüldüğü gibi tıpkı yetişkin algısında olduğu gibi (Süklüm, 2016; Yaylı & Yayla, 2012) çocuklar da her şey dahi tatili yiyecek-içecek olgusuyla ilişkilendirmişlerdir. Çocukların bu konseptte tanıdık olduklarını söylemek mümkündür. Her şey dahil konsepti içinde fazla yer alması da konaklama (18 kod) ve tatil unsurlarının da (18 kod) yer aldığı görülmektedir. Konaklama alt temasının özellikle beş yıldızlı otel konsepti ile ilişkili olarak çizilmesi dikkat çekicidir. Ayrıca, tatili çağrıştıran *bavul/çanta* en

önemli unsur olarak belirlenmiştir. Şezlong, uçurtma, kaydırak, havuz gibi unsurların bu tema içinde çok az yer alması ise çocukların ana temayı kaçırmadıkları şeklinde yorumlanabilir.

## 2. Turizm ve Barış

Bu ana tema, 2015 yılında gerçekleştirilen yarışmanın konusunu oluşturmakta ve bu albümde 25 çocuk karikatürü bulunmaktadır. Bu temaya bağlı olarak belirlenen algılar Tablo 3’te gösterilmektedir.

**Tablo 3:** 2015 Yılı-“Turizm ve Barış” (25 Karikatür)

Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	
<b>Tatil</b> (47)	<i>Sırt çantası</i>	9	<b>Doğa</b> (28)	<i>Deniz</i>	10	
	<i>Fotoğraf makinesi</i>	8		<i>Gökyüzü</i>	6	
	<i>Şapka</i>	6		<i>Bulut</i>	4	
	<i>Bavul/Çanta</i>	6		<i>Dağ/Tepe</i>	3	
	<i>Plaj</i>	5		<i>Ağaç</i>	3	
	<i>Plaj şemsiyesi</i>	4		<i>Güneş</i>	1	
	<i>Güneş gözlüğü</i>	2		<i>Kaya/Taş</i>	1	
	<i>Şezlong</i>	2		<b>Mekan</b> (13)	<i>Galata Kulesi</i>	2
	<i>Plaj topu</i>	2			<i>Cami</i>	2
	<i>Plaj havlusu</i>	1			<i>Tarihi eser</i>	1
	<i>Turistik balon</i>	1			<i>Tarihi bina</i>	1
	<i>Paraşüt</i>	1			<i>Tarihi köprü</i>	1
	<b>Savaş ve Barış</b> (33)	<i>Güvercin</i>			9	<i>Aslan şfenski</i>
<i>Zeytin dalı</i>		9	<i>Kız Kulesi</i>		1	
<i>Barış işareti</i>		7	<i>Nemrut Heykelleri</i>		1	
<i>Tank</i>		3	<i>Peri Bacaları</i>		1	
<i>Sopa</i>		2	<i>Mısır Piramitleri</i>		1	
<i>Beyaz bayrak</i>		1	<i>Eyfel Kulesi</i>		1	
<i>Mızrak</i>		1	<b>Ulaşım</b> (12)		<i>Gemi</i>	5
<i>Çekiç</i>		1			<i>Uçak</i>	5
<b>İnsanlar</b> (31)	<i>Turist</i>	15		<i>Helikopter</i>	1	
	<i>Ev halkı</i>	7		<i>Roket</i>	1	
	<i>Çocuk</i>	3	<b>Konaklama</b> (10)	<i>Otel</i>	4	
	<i>Komutan</i>	2		<i>Tablo/Resim</i>	2	
	<i>Kaptan/Pilot</i>	1		<i>Ev</i>	1	
	<i>Satıcı</i>	1		<i>Akvaryum</i>	1	
	<i>Asker</i>	1		<i>Sehpa</i>	1	
	<i>Atlas</i>	1		<i>Otel yıldızı</i>	1	

Tablo 3, turizm ve barış ana temasının çocukların gözünden tatil unsurlarıyla (47 kod) açıklandığını göstermektedir. Bu alt temada sıklıkla kullanılan unsurlar *sırt çantası*, *fotoğraf makinesi*, *şapka* ve *bavul/çanta*dır. Ancak bu unsurlar, barışı anlatmaktan ziyade, seyahatte kullanılan malzemelerle ilgilidir. Dolayısıyla, çocukların barış konseptindeki önceliklerinin bu temanın altında kaldığı söylenebilir. Bu anlatımıyla çocuğun, tatili öncelendiği anlaşılmaktadır. Ancak, ikinci sırada ana temaya yer vererek savaş ve barışa ait unsurları (33 kod) imgelemiştir. Karikatürlerde yoğun olarak kullanılan *beyaz güvercin*, *zeytin dalı*, *barış işareti* ve *beyaz bayrak* aslında çocukların barış konusunu tatil olgusuna daha yakın bulduklarını göstermektedir. Zaten çocuklar karikatürlerinde tank, mızrak, sopa vb. savaş unsurlarına çok fazla yer vermeyerek bu durumu net bir şekilde ifade etmişlerdir. Buna göre, tatil, çocukların gözünde daha çok barış ile ilgili olarak algılanmaktadır. İnsanlar (31 kod) alt temasındaki *turist* öznesinin en önemli özne olarak algılanması da yukarıdaki

açıklamalar ile paralellik göstermektedir. Ayrıca, bu tema altında az sayıda da olsa *komutan* ve *asker* figürüne yer verilmesi temel konseptte uygundur. Bu ana temaya bağlı olarak çocuklar tatili yine doğal unsurlarla (28 kod) açıklamaktadırlar. Ancak, ulaşım (12 kod) ortaya çıkan *helikopter*, *roket* ve *jet uçakları*, çocukların savaş ile tatili bir taşıma aracı şeklinde imgelediklerini gösterebilir.

### 3. Turizmin Geleceği, Geleceğin Turizmi

Bu albüm, çocuk karikatür serisinin üçüncüsü olarak 2016 yılında yayınlanmıştır. Bu albümde 48 çocuk karikatürü bulunmaktadır. Değerlendirme sonucunda ortaya çıkan algılar Tablo 4’te verilmektedir.



**Tablo 4:** 2016 Yılı-“Turizmin Geleceği, Geleceğin Turizmi” (48 Karikatür)

Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı
<b>Tatil</b> <b>(114)</b>	<i>Uzay boşluğu</i>	11	<b>Doğa</b> <b>(72)</b>	<i>Gökyüzü</i>	15	<b>Ulaşım</b> <b>(23)</b>	<i>Roket</i>	5
	<i>Gezegen</i>	11		<i>Ağaç</i>	13		<i>UFO</i>	5
	<i>Sırt çantası</i>	11		<i>Deniz</i>	10		<i>Gemi</i>	3
	<i>Fotoğraf makinesi</i>	10		<i>Güneş</i>	8		<i>Uçan otolar</i>	3
	<i>Plaj</i>	9		<i>Bulut</i>	6		<i>Uçak</i>	2
	<i>Şezlong</i>	8		<i>Dağ/Tepe</i>	6		<i>Kayık</i>	2
	<i>Plaj şemsiyesi</i>	8		<i>Çiçek</i>	4		<i>Otomobil</i>	1
	<i>Bavul/Çanta</i>	8		<i>Çayır/Çimen</i>	4		<i>Limuzin</i>	1
	<i>Dünya</i>	8		<i>Kar</i>	4		<i>Tren</i>	1
	<i>Şapka</i>	6		<i>Çöl</i>	2			
	<i>Havuz</i>	5		<i>Kesilmiş ağaç kökü</i>	2			
	<i>Uzaylı</i>	4		<i>Gölet</i>	1			
	<i>Astronot kıyafeti</i>	3						
	<i>Yıldız</i>	3	<b>İnsanlar</b> <b>(48)</b>	<i>Turist</i>	26	<b>Teknoloji</b> <b>(12)</b>	<i>VR gözlüğü</i>	4
	<i>Göktaşı</i>	2		<i>Ev halkı</i>	9		<i>Robot</i>	3
	<i>Güneş gözlüğü</i>	2		<i>Çocuk</i>	8		<i>Bilgisayar</i>	3
	<i>Plaj topu</i>	2		<i>Kaptan/Pilot</i>	2		<i>Cep telefonu</i>	1
	<i>Turistik balon</i>	1		<i>Garson</i>	1		<i>XR cihazı</i>	1
	<i>Atlama tahtası</i>	1		<i>Asker</i>	1			
	<i>Dalgıç ekipmanları</i>	1		<i>Nuh</i>	1			
	<i>Bisiklet</i>	1	<b>Konaklama</b> <b>(48)</b>	<i>Mobilya</i>	20			
	<i>Karavan</i>	1		<i>Otel</i>	11			
	<i>Çadır</i>	1		<i>Otel yıldızı</i>	10			
	<i>Uyku tulumu</i>	1		<i>Tablo/Resim</i>	3			
	<i>Baton</i>	1		<i>Yastık</i>	1			
	<i>Kayak takımı</i>	1		<i>Yorgan</i>	1			
	<i>Plaj havlusu</i>	1		<i>Perde</i>	1			
	<i>Kumdan kale</i>	1		<i>Mağara</i>	1			

Bu ana temaya ait bulguların yer aldığı Tablo 4'e bakıldığında çocukların, karikatürlerinde en fazla tatil unsurlarına (114 kod) yer verdikleri görülmektedir. Bu tema altında *uzay boşluğu*, *gezegen*, *dünya*, *yıldız*, *göktaşı* gibi göksel unsurların yer alması, çocuk gözünde geleceğin turizm mekanlarını işaret etmektedir. Bu mekanlarda iki taraflı seyahat söz konusudur: İlkinde uzaylılar dünyayı ziyaret ederken, diğerinde dünyadaki insanlar uzay seyahatine çıkmaktadır. Ayrıca bu karikatürlerdeki turistik faaliyetler klasik faaliyetlerle benzerlik göstermektedir. *Sırt çantası*, *fotoğraf makinesi* gibi turiste ait unsurlarla *plaj*, *şezlong*, *plaj şemsiyesi* gibi tatile ait genel göstergeler de çocuğun gözünde varlığını korumaya devam etmektedir. Bu durum, çocuğun, genel tatil algısına bağlı kaldığı şeklinde yorumlanabilir. Bu albümde de çocuk, karikatürlerinde doğa temalarını (72 kod) sıkça kullanmıştır. Ancak buradaki doğa, çölleşmiş, çöplerle kaplı ve yaşanılmaz bir dünya olarak tasvir edilmiştir. Karikatürlerin öznesi olan insanlardan (48 kod) *turiste* önemli bir özne olarak yer verilmiştir. Bu ana konseptte dikkat çeken en önemli unsur, çocukların, *roket*, *UFO*, *uçan otolar*

gibi ulaşım araçlarını (23 kod) geleceğin yolcu taşıma araçları olarak imgelemeleridir. Çocuklar bu albümde, *VR gözlüğü*, *robot*, *bilgisayar*, *cep telefonu* gibi teknolojik cihazlara da (12 kod) sıkça yer vererek, turizmin geleceği hakkında neler düşündüklerini göstermişlerdir. Dolayısıyla, bu ana temada çocukların, uzaya ait unsurları yoğun olarak işledikleri, uzayda ulaşımı sağlayacak uzay araçlarına sıklıkla yer verdikleri ve son teknolojik cihazları karikatürlerinde sembolize ettikleri görülmektedir. Ancak geleceğin teknolojisi, her ne kadar uzay turizmine işaret etse de turistin, en önemli insan figürü olarak varlığını korumaya devam edeceği anlaşılmaktadır.

#### 4. Geçmişten Bugüne Tatiller

Yarışmanın 2017 yılındaki albümünde, geçmişten bugüne tatiller konusuyula 40 çocuk karikatürü yer almıştır. Bu karikatürlere ilişkin yapılan değerlendirme sonuçları Tablo 5'te verilmektedir.

**Tablo 5:** 2017 Yılı-“Geçmişten Bugüne Tatiller” (40 Karikatür)

Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı
<b>Tatil</b> (82)	<i>Bavul/Çanta</i>	10	<b>İnsanlar</b> (57)	<i>Turist</i>	24
	<i>Sırt çantası</i>	9		<i>Mağara insanı</i>	10
	<i>Şapka</i>	9		<i>Ev halkı</i>	9
	<i>Plaj şemsiyesi</i>	8		<i>Çocuk</i>	7
	<i>Fotoğraf makinesi</i>	6		<i>Kral/Kraliçe</i>	1
	<i>Plaj</i>	6		<i>Eski Mısırlı</i>	1
	<i>Şezlong</i>	6		<i>Vikingler</i>	1
	<i>Güneş gözlüğü</i>	4		<i>Tur rehberi</i>	1
	<i>Havuz</i>	3		<i>Garson</i>	1
	<i>Atlama tahtası</i>	2		<i>Bellboy</i>	1
	<i>Plaj topu</i>	2		<i>Kaptan/Pilot</i>	1
	<i>Plaj havlusu</i>	1	<b>Konaklama</b> (36)	<i>Mobilya</i>	11
	<i>Kova/Kum</i>	1		<i>Mağara</i>	8
	<i>Deniz kabuğu</i>	1		<i>Otel</i>	7
	<i>Deniz yıldızı</i>	1		<i>Otel yıldızı</i>	6
	<i>Paraşüt</i>	1		<i>Ev</i>	2
	<i>Şemsiye</i>	1		<i>Tablo/Resim</i>	1
	<i>Su kayağı</i>	1		<i>Lamba</i>	1
	<i>Kano</i>	1	<b>Yiyecek-İçecek</b> (24)	<i>Meyve</i>	5
	<i>Yelkenli</i>	1		<i>İçecek</i>	5
	<i>Balık ağı</i>	1		<i>Yemek</i>	4
	<i>Çadır</i>	1		<i>Fastfood</i>	2
	<i>Hamak</i>	1		<i>Tatlı</i>	1
	<i>Dürbün</i>	1		<i>Bıçak</i>	1
<i>Atkı/Bere</i>	1	<i>Çatal</i>		1	
<i>Uzay kıyafeti</i>	1	<i>Kaşık</i>		1	
<i>Top</i>	1	<i>Tabak</i>		1	
<i>Mangal</i>	1	<i>Kase</i>		1	
				<i>Bardak</i>	1
			<i>Tuzluk</i>	1	
<b>Doğa</b> (73)	<i>Gökyüzü</i>	15	<b>Mekan</b> (22)	<i>Mısır Piramitleri</i>	3
	<i>Güneş</i>	9		<i>Pisa Kulesi</i>	3
	<i>Deniz</i>	9		<i>Özgürlük Heykeli</i>	2
	<i>Ağaç</i>	7		<i>Eyfel Kulesi</i>	2
	<i>Dağ/Tepe</i>	7		<i>Kale/Şato</i>	2
	<i>Bulut</i>	6		<i>Kule</i>	2
	<i>Çiçek</i>	4		<i>Taj Mahal</i>	1
	<i>Çayır/Çimen</i>	3		<i>Colosseum</i>	1
	<i>Kaya/Taş</i>	2		<i>Tarihi eser</i>	1
	<i>Kesilmiş ağaç kökü</i>	2		<i>Tarihi köprü</i>	1
	<i>Kurak/Çorak toprak</i>	2		<i>Cami</i>	1
	<i>Çöl</i>	2		<i>Yel değirmeni</i>	1
	<i>Kar</i>	1	<i>Nemrut Heykelleri</i>	1	
	<i>Ada</i>	1	<i>Peri Bacaları</i>	1	
	<i>Gölet</i>	1	<b>Teknoloji</b> (12)	<i>Cep telefonu</i>	6
	<i>Kum tepesi</i>	1		<i>Bilgisayar</i>	2
	<i>Kaktüs</i>	1		<i>Selfi çubuğu</i>	2
				<i>VR gözlüğü</i>	1
				<i>Mikrofon</i>	1

Bu ana tema (Tablo 5), çocukların gözünden en fazla tatile (82 kod) sembolize edilmiş, *bavul/çantta, sırt çantası, şapka, plaj şemsiyesi vb.* önemli unsurlar olarak ortaya konmuştur. Bu konseptte doğa teması da (73 kod) çocuklar tarafından önemsenmiş, bu temaya ilişkin göstergeler *gökyüzü, güneş, deniz vb.* olarak resmedilmiştir. *Turist*, karikatürlerde resmedilen insan (57 kod) figürleri içerisinde yine başat özne olarak yerini almıştır. Ancak burada çocuklar, *mağara insanı, kral/ kraliçe, Vikingler ve Eski Mısırlı* gibi tarihsel figürleri

karikatürlerinde sıkça kullanarak bunları turist olarak imgelemişlerdir. Çocukların, konaklama (36 kod) yeri olarak *mağaraları* kullandıkları da dikkat çekmektedir. Bu albümden elde edilen bulgularda çocuklar, daha çok geçmiş hayatı anlatmaya çalışmışlar, konuya tatilin tarihi gibi bir anlam yüklemişlerdir. Böylece çocukların, tatile çıkan kişilerin anıları veya tatil deneyimi üzerinde durmadıkları veya konuyu bu yönüyle algılamadıkları anlaşılmaktadır.

**Tablo 6:** 2018 Yılı-“Tatil Anıları” (57 Karikatür)

Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	Temalar	Kodlar	Görülme Sıklığı	
<b>Mekan</b> <b>(143)</b>	<i>Eyfel Kulesi</i>	22	<b>Tatil</b> <b>(99)</b>	<i>Şapka</i>	14	<b>İnsanlar</b> <b>(58)</b>	<i>Turist</i>	25	
	<i>Mısır</i>			<i>Bavul/Çanta</i>	13		<i>Ev halkı</i>	25	
	<i>Piramitleri</i>	19		<i>Fotoğraf</i>			<i>Çocuk</i>	8	
	<i>Pisa Kulesi</i>	13		<i>makinesi</i>	11		<b>Konaklama</b> <b>(50)</b>	<i>Mobilya</i>	28
	<i>Peri Bacaları</i>	10		<i>Sırt çantası</i>	9			<i>Mandal</i>	3
	<i>Nemrut</i>			<i>Plaj</i>	6			<i>Çamaşır ipi</i>	3
	<i>Heykelleri</i>	9		<i>Karavan</i>	4			<i>Kıyafet</i>	2
	<i>Cami</i>	8		<i>Plaj şemsiyesi</i>	3			<i>Saksı/Vazo</i>	2
	<i>Galata Kulesi</i>	7		<i>Plaj havlusu</i>	3			<i>Tablo/Resim</i>	2
	<i>Kız Kulesi</i>	6		<i>Plaj topu</i>	3			<i>Otel</i>	2
	<i>Özgürlük</i>			<i>Kumdan kale</i>	2	<i>Eskimo</i>			
	<i>heykeli</i>	6		<i>Güneş gözlüğü</i>	2	<i>külübesi</i>		2	
	<i>Colosseum</i>	5		<i>Turistik balon</i>	2	<i>Ütü masası</i>		1	
	<i>Londra Saat</i>			<i>Yelkenli</i>	2	<i>Lamba</i>		1	
	<i>Kulesi</i>	5		<i>Jet ski</i>	2	<i>Duvar saati</i>		1	
	<i>Taj Mahal</i>	4		<i>Bisiklet</i>	2	<i>Duvar saati</i>		1	
	<i>Çin Seddi</i>	4		<i>Kayak takımı</i>	2	<i>Akvaryum</i>		1	
	<i>Kale/Şato</i>	4		<i>Eskimo kıyafeti</i>	2	<i>Mağara</i>		1	
	<i>Truva Atı</i>	3		<i>Futbol topu ve sahası</i>	2	<i>Otel yıldızı</i>		1	
	<i>Anıtkabir</i>	2		<i>Uçurtma</i>	1	<b>Ulaşım</b> <b>(24)</b>		<i>Otomobil</i>	7
	<i>Tarihi eser</i>	2		<i>Paraşüt</i>	1			<i>Otobüs</i>	5
	<i>Deniz feneri</i>	2		<i>Dalgıç kıyafeti</i>	1			<i>Uçak</i>	4
	<i>Machu Picchu</i>	1		<i>Su kayağı</i>	1			<i>Gemi</i>	3
	<i>İsa Heykeli</i>	1		<i>Bot</i>	1			<i>Kayık</i>	2
	<i>Amsterdam</i>			<i>Balık avı</i>	1			<i>Denizaltı</i>	1
	<i>Evleri</i>	1		<i>Atkı ve bere</i>	1			<i>UFO</i>	1
	<i>Dublin kalesi</i>	1		<i>Basket topu</i>	1		<i>Tren</i>	1	
	<i>Kremlin</i>			<i>Şezlong</i>	1				
	<i>Sarayı</i>	1		<i>Plaj terliği</i>	1				
	<i>Japonya</i>	1		<i>Deniz yatağı</i>	1				
	<i>Dubai</i>			<i>Şezlong</i>	1				
	<i>Assos Antik</i>	1		<i>Duş</i>	1				
	<i>Kenti</i>	1		<i>Kova/Kürek</i>	1				
<i>Tarihi köprü</i>	1	<i>Sahil güvenlik</i>	1						
<i>Tarihi saray</i>	1								
<i>Aslan sfenksi</i>	1								
<i>Saat kulesi</i>	1								

## 5. Tatil Anıları

2018 yılındaki albümün ana teması tatil anılarıdır ve bu albümde toplamda 57 çocuk karikatürü vardır. Bu karikatürlere ilişkin bulgular Tablo 6'da gösterilmektedir.

Bu ana temanın Tablo 6'daki bulgularına göre, çocuklar, karikatürlerinde en fazla farklı turistik mekanlara (143 kod) yer vermişlerdir. *Eyfel Kulesi, Mısır Piramitleri, Pisa Kulesi* vb. turistik yerler bu başlık altında sıklıkla kullanılan mekanlardır. Bu göstergeler, çocukların, tatil anısına ilişkin önemli turistik mekanları unutmadıklarını, özellikle bu ünlü yerleri hatırladıklarını göstermektedir. Dolayısıyla, çocuklar açısından mekanlar en fazla akılda kalan tatil unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum aynı zamanda çocukların algısında mekanın önemini göstermektedir. Bu mekânsal göstergelerin karikatürlerde verilmiş biçimi *film şeridi, magnetler, tablolar/resimler, anı tişörtleri* şeklindedir. Bunlar, tatil anıları içinde gidilen yerlerden alınan çeşitli hediyelik eşyaların akılda kalıcı olduğuna işaret etmektedir. Turistik mekanlardan sonra, tatil unsurları (99 kod) ağırlıklı olarak tatil anılarında yer alan diğer bir temadır. Bu unsurlar genellikle, *şapka, bavul/çantta, fotoğraf makinesi, sırt çantası* vb. olarak resmedilmiştir. Buna göre, tatil anısında tatil unsurları yine başat göstergeler olarak ortaya çıkmaktadır. Bu karikatürlerde de insan (58 kod), çocuklar tarafından *turist* ve *ev halkı* şeklinde önemli bir özne olarak kullanılmış, konaklama (50 kod) konusu diğer albümlerdekine kıyasla daha fazla işlenmiştir. Bu kapsamda çocuklar, en fazla *mobilyaları* konu etmişler; *mandal, çamaşır ipi, kıyafet, tablo/resim*, vb. unsurlara yer vermişlerdir. Konaklamaya verilen bu önem, çocuğun zihninde tatil anısı olarak eşyaların önemli olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde, ulaşım (24 kod) ilgili göstergelerin sayısal çokluğu da seyahatte kullanılan aracın türünün, tatil anısının oluşumunda belirleyici olduğunu göstermektedir.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çocuklar tüketici olarak doğrudan satın alma davranışı göstermeseler de yaşanan toplumsal değişimlerle birlikte, ailelerinin satın alma kararlarını dolaylı olarak etkilemeye başlamışlardır (Ertunç, 2011). Çocukların satın alma kararlarındaki bu rolleri tatile çıkma sürecinde de kendini göstermektedir. Bugün, turizmde çocuk olgusu sıkça ele alınmaya başlanmış, "çocuk dostu turizm", "çocuk dostu oteller" gibi kavramlar gündeme gelmiştir (Ahıpaşaoğlu, 2018; Ceylan ve ark., 2019; Özgürel ve ark., 2019; Tuna, 2019). Bu çalışmalarda, çocukların ergin olmamaları nedeniyle, araştırmalara doğrudan özne olmadıkları; görüş ve beklentilerinin aileleri vasıtasıyla (Alagöz, 2009; Aygün & Kazan, 2008; Işın, 2001) veya konuyla ilgili

metaforlarla (Özder ve ark., 2012; Taş ve ark., 2016) öğrenildiği görülmektedir. Bu çalışmalar, çocukların turizm olgusuna bakış açılarını ve gelecekle ilgili beklentilerini belirlemek bakımından önemlidir. Bu nedenle, bu çalışmada, turizm karikatürleri aracılığıyla, çocukların farklı turizm konularındaki yaklaşımları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, UTKY'daki beş temel konsept çerçevesinde çocukların karikatürleri değerlendirilmiştir. Çocukların farklı turizm olgularına yönelik algıları, gelecek turizminin planlanması açısından önemli olduğu kadar, çocuklarda turizm bilincinin oluşturulması ve duru-görü bakış açısıyla, turizmle ilgili mevcut durumu resmederek büyüklere önemli ipuçları vermesi bakımından önemlidir. Bu bağlamda yürütülen araştırma, nitel olarak kurgulanmış ve göstergebilim esaslarına göre gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, yaptıkları karikatürler aracılığıyla beş farklı ana temaya ilişkin çocukların algıları ortaya konulmuştur. Bu algılar aşağıda özetlenmiştir:

- 1) *Her Şey Dahil Tatil* ana temasında çocuklar, bu temayı "yiyecek-içecek"le ilişkilendirmişlerdir. Onlara göre, bu konsept dahilinde hizmet edenler aşçı ve garsonlar iken, tatil yapan kişiler yiyen-içen turistler ve ev halkıdır. Doğa temalarını, konaklama ve tatil unsurlarını da sıkça kullanan çocuklar, yarışma temasının yanında tatil olgusunu da ön planda tutmuşlardır. Fakat burada, tatille ilgili farklı unsurlara yer vermişlerse de ana temaya bağlı kalmışlar ve karikatürlerini bu doğrultuda resmetmişlerdir.
- 2) *Turizm ve Barış* karikatürlerinde, çocuklar yine tatil ve doğa unsurlarına ağırlık vermişlerdir. Burada ağırlık olarak barış unsurlarına bağlı kalmışlar, bu konsepti barışla açıklamışlardır. Dolayısıyla, çocuklar için tatil, barış dolu bir ortamı ifade etmektedir.
- 3) *Turizmin Geleceği, Geleceğin Turizmi* konseptinde sıkça uzaya ait unsurlar ve uzaydaki seyahat araçları kullanılmış, geleceğin turizm mekanları ve ulaşım araçları imgenlenmiştir. Buna göre gelecekteki turizm anlayışında tatil mekanları uzay ortamına taşınacaktır. Bu mekanlarda, uzaylıların dünyayı ziyaretlerini ve dünyadaki insanların da diğer gezegenlere seyahatlerini kapsayan çift taraflı seyahatler söz konusu olacaktır. Ancak uzayda yapılacak turistik faaliyetler, çocuklar açısından, klasik faaliyetlerle benzerlik göstermektedir.

Bu karikatürlerde ayrıca, doğa teması karamsar bir bakışla anlatılmıştır. Gelecekte dünya çölleşmiş ve yaşanılmaz bir yerdir ve tatil yapılacak yeni yerler ancak başka gezegenlerde mevcuttur. Karikatürlerde son teknolojik cihazlara yer verilmesi ise turizm deneyiminin gelecekte dijital ortamlarda yaşanacağı konusunda



ipuçları vermektedir. Diğer bir ifadeyle, gelecek turizmi nasıl olursa olsun, insanoğlu turizmin öznesi olmaya devam edecektir.

- 4) Çocukların, çoğunlukla tatil ve doğa göstergeleri kullandıkları *Geçmişten Bugüne Tatiller* karikatürlerinde, turist en önemli aktördür. Bu konseptte çocuklar, *tarihi kişi figürlerini*, *mağara insanlarını* ve *mağaraları* sıkça işlemişlerdir. Burada, tatile çıkan kişilerin anıları veya tatil deneyimlerinden ziyade geçmiş dönemlerdeki yaşantı önemlidir ve konu, tatilin tarihi şeklinde yansıtılmaktadır.
- 5) *Tatil Anılarını* ise çocuklar en fazla turistik mekanlarla ilişkilendirerek çizmişlerdir. Böylece, çocukların akıllarında en fazla kalıcı olan unsur *tatil mekanları* olmuş, çocuklar, tatil anısı dendiğinde önemli turistik mekanları unutmamışlardır. Çocukların, çeşitli anı eşyalarıyla bu mekanları karikatürlerinde göstermeleri, buralardan alınan hediyelik eşyaların da zihinlerinde yer etmiş olduğuna işarettir. Tatil unsurları ve insan figürleri de bu konseptte başat göstergeler olarak kullanılırken, konaklama konusu diğer albümlerdekinden daha fazla ön plana çıkmaktadır. Bu durum, çocuklar için, tatil anısı olarak konakladıkları otele ait eşyaların da önemli olduğunu göstermektedir.

Karikatürler aracılığıyla, beş farklı konseptte ilişkin ortaya çıkarılan bu algılarda, çocukların tüm yarışma konularında tatil olgusunu ön planda tuttukları belirlenmiştir. Tatiller genellikle, çocuklar tarafından *doğal* güzellikler olarak algılamakta, konu ne olursa olsun *tatil* deneyimine ait unsurlar varlığını sürdürmektedir. *Turist* ise turizm deneyiminde yaşanan değişmelere rağmen tüm karikatürlerde yerini almaktadır. Bu durum önceki metaforik betimlemelere dayanan sonuçları da desteklemektedir (Özder ve ark., 2012; Taş ve ark., 2016). Ancak çocukların, verilen yarışma teması üzerinde fazlaca yoğunlaştıkları karikatürler de mevcuttur. Örneğin; *Her Şey Dahil Tatil* konseptini “yiyecek-içeceklerle”, *Turizm ve Barış* konseptini “barışla” ilişkilendirmişlerdir. *Turizmin Geleceği*, *Geleceğin Turizminde* “uzay” ve “teknoloji” öğelerini sıkça kullanırlarken, *Geçmişten Bugüne Tatiller* konusunda genellikle, tarihi kişi figürlerini, mağara insanlarını ve mağaraları kullanmışlardır. *Tatil Anılarında* ise “turistik mekanlar” ve “anı eşyalarını” çizmişlerdir. Buradan anlaşılmaktadır ki, çocuklarda oluşan turizm algısı, genel anlamda tatil olgusunun kendisi ile ilişkilidir ve turist, en önemli turizm öznesidir. Buna karşın, çocuklar, çeşitli turizm konularına ilişkin farklılıkları da gözden kaçırmamaktadırlar.

## KAYNAKÇA

Acun Yıldırım, Ö. (2018). Çocuklu Ailelerin Sivas Yıldızdağı Yenihan Otel İşletmesinden Talepleri ve Otellerde Çocuklu Ailelere Sunulan Hizmetlerinin Çeşitliliğine Yönelik Bir Çalışma. 1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.

Adler, A. (2016). *Çocuk Eğitimi* (Çev. K. Şipal). İstanbul: Say Yayınları.

Adler, A. (2018). İnsan Tabiatını Tanıma (Çev. A. Yörükkan). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Ahıpaşaoğlu, S. (2018). Neden Çocuk Dostu Turizm? 1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.

Akerson, F. (2005). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Multilingual Yayınevi.

Aktaş, A. (2018). Antalya Bölgesi Otellerine Gelen Turistlerin Çocuk Yaş Grupları ve Hizmet Beklentileri. 1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.

Alagöz, S.B. (2009). Çocukerkil Aile Sisteminde Satın Alma Davranışı. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(16), 317-338.

Alver, F. (2004). Neil Postman'ın Çocukluğun Yok Oluş Sürecinde İletişim Teknolojisi Eleştirisinin Eleştirisi. *İletişim Araştırmaları*, 2(2), 129-141.

Arastaman, G., Öztürk Fidan, İ. & Fidan, T. (2018). Nitel Araştırmada Geçerlik ve Güvenirlik: Kuramsal Bir İnceleme. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 37-75.

Arıkan, V. & Öztürk, İ. (2018). Otel Olanaklarının Çocuklu Aileler Üzerindeki Tercih Edilme Nedenlerine Yönelik Değerlendirme. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2, 15-25.

Aries, P. (1962). *Centuries of Childhood: A Social History of Family Life*. New York: Jonathan Cape Ltd.

Aslan, S., Tosun, P. & Arslan Kurtuluş, S. (2018). Çocuk Dostu Oteller ile İlgili Şikayetlere Yönelik Bir İçerik Analizi. 1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.

Aygün, İ. & Kazan, H. (2008). Aile Üyelerinin Aile Satın Alma Kararlarına Etkileri: İstanbul Uygulaması. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 227-248.

Aymankuy, Y. & Ceylan, U. (2013). Ailelerin Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde Çocukların Rolü: Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 105-122.

Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri* (Çev. B. Vardar ve M. Rıfat). İstanbul: Bağlam Yayınları.

Birleşmiş Milletler (1989). Çocuk Haklarına Dair Sözleşmesi, [https://www.unicef.org/public/uploads/files/UNICEF\\_CocukHaklarınaDairSozlesme.pdf](https://www.unicef.org/public/uploads/files/UNICEF_CocukHaklarınaDairSozlesme.pdf), 05.02.2019.

Ceylan, N.E., Özgürel, G. & Topaloğlu, C. (2019). Çocuk Dostu Konaklama İşletmeleri: The Land of Legends Hotel Örneği. 2. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan.

Creswell, J.W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri* (3. Baskıdan Çeviri) (Çev. Ed. M. Bütün ve S.B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çakıcı, A.C. & İyitoğlu, V. (2011). Tatil Kararlarında Çocukların Etkisine Göre Antalya'ya Gelen Ailelerin Pazar Bölümlerine Ayrılması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 8, 1-20.

Çakıcı, C. & İyitoğlu, V. (2012). Tatil Kararlarında Aile Üyelerinin Rolü: Antalya İlinde Tatil Yapan Aileler Üzerine Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1), 117-134.

Çocuk Koruma Kanunu (2005). <https://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.aspx?MevzuatKod=1.5.5395&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=5395&Tur=1&Ter-tip=5&No=5395>, 05.02.2019.

Demir, S. (2009). *Göstergebilim, Umberto Eco ve Yapıtları Bağlamında Göstergebilime Katkıları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Demirci, G. (2010). *Türk Medeni Hukukunda Çocuğun Korunması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Echtner, C.M. (1999). The Semiotic Paradigm: Implications for Tourism Research. *Tourism Management*, 20, 47-57.

Emir, O. & Pekiyan, A. (2010). Çocuklu Ailelerin Otel İşletmesi Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyonkarahisar'da Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, 17(2), 159-181.

Ersoy, A.F., Ersoy Quadır, S. & Sariabdullohoğlu, A. (2010). Ailelerin Tüketim Davranışlarına Ergenlerin Etkisi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 35-53.

Ertunç, F. (2011). Çocuk Dünyasında Reklamın Rolü: Televizyon Reklamlarında Çocuklara Yönelik Düzenlemeler. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara.

Glesne, C. (2013). *Nitel Araştırmaya Giriş* (Çev. A. Ersoy ve P. Yalçinoğlu). Ankara: Anı Yayıncılık.

Gülerarslan, A. (2011). Tüketici Olarak Çocuk ve Ailenin Satın Alma Kararlarına Etkisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(4), 126-137.

- Güller, E. (2013). Çocuk Kavramının Felsefi Antropoloji Alanında Ele Alınması ve Mimari Çıkarımlar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 2(3), 1-12.
- Gün, İ., Tosun, N. & Aslan, Ö. (2018). Çocuk Dostu Sağlık Uygulamaları Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.
- Gürbey, A.P. (2019). Kırsal Alanların Gelişimi İçin Alternatif Turizm Önerisi: Çocuk Dostu Turizm. *2. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan.
- Gürbüz, A. & Köşk, Ü. (2017). Ailelerin Tatil Karar Sürecine Gençlerin Etkileri: Ankara İli Örneği. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 630-649.
- Holt, J. (2000). Çocukluktan Kaçış (Çev. S. Yılanıcı ve C. Aksoy). İstanbul: Beyaz Yayınları.
- Işın, F.B. (2001). *Beş – Altı Yaş Çocuklarının Ailenin Satın Alma Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi Çocuk Meclisi, (2019). <https://cocukmeclisi.ibb.istanbul/cocuk-haklari-sozlesmesi/>, Son Erişim Tarihi: 5 Şubat 2019.
- Karadağ, L. (2010). Çocuk Pazarları, Çocukların Aile Kararlarına Etkisi: Marmaris Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 3(10), 73-92.
- Karaca, Ş. & Yemez, İ. (2018). Çocuklu Ailelerin Tatil Yeri Seçiminde Etkili Olan Faktörlerin İncelenmesi: Sivas İli Şehir Merkezinde Bir Uygulama. *1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.
- Kesgin, M. & Ross, D.E. (2018). Çocuk Dostu Turizm Araştırma ve Uygulamalarında İlerleme Kidsout Örneği ve about.com. *1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.
- Kılıç, B., Kabacık, M., Zağralı Çakır, E., Ay, E. & Ön Esen, F. (2019). Turistlerin Tatil Satın Alma Kararlarında Çocukların Etkisi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *2. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan.
- Kitapçı, O. & Dörtyol, T. (2009). Tüketici Satın Alma Karar Sürecinde Aile Bireylerinin Etkileri: Kadının Değişen Rolü Sivas İlinde Bir Uygulama. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 331-348.
- Kutlu, D., Abbasoğlu Bostancı, Ş. & Özkaynar, K. (2018). Türkiye'deki Otel İşletmelerinin Çocuk Sahibi Müşteri Şikayetleri Perspektifinde İncelenmesi: sikayetvar.com Örneği. *1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.
- Merriam, S.B. (2015). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber* (Çev.Ed. S. Turan). Ankara: Nobel Yayın.
- Mutlu, E. (2012). İletişim Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Onur, B. (2007). Çocuk Tarih ve Toplum. Ankara: İmge Kitabevi.
- Özder, A., Kaya, H. & Ünlü, M. (2012). Ortaöğretim Öğrencilerinin 'Turizm' Kavramı ile İlgili Geliştirdikleri Metaforların Analiz Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 25, 18-31.
- Özgürel, G., Ceylan, N.E. & Topaloğlu, C. (2019). Çocuk Dostu Konaklama İşletmelerinde Tesis Yönetimi Açısından Kriterlerin Belirlenmesi: ABTA Örneği. *2. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan.
- Parsa, S. & Parsa, A.F. (2012). *Göstergebilim Çözümlemeleri* (3. Baskı). İzmir: Ege Üniversitesi Yayınevi.
- Polat, O. (2001). Çocuk ve Şiddet. İstanbul: Der Yayınları.
- Postman, N. (1995). Çocukluğun Yok Oluşu (Çev. K. İnal). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Potur, E. & Demir, S.B. (2015). 4+4+4 Yeni Eğitim Sistemi ile Birlikte Sınıf Öğretmenliğinden Sosyal Bilgiler Branşına Geçiş Yapan Öğretmenlerin Yeterlilikleri (Bir Durum çalışması). *The Journal of Academic Social Sciences Studies*, 34, 345-356.
- Sağlam, M. & Aral, N. (2016). Tarihsel Sürec İçerisinde Çocuk ve Çocukluk Kavramları. *Çocuk ve Medeniyet*, 2, 43-56.
- Süklüm, N. (2006). *Türkiye'de Hizmet Sektöründeki Turizm İşletmelerinde Uygulanan "Herşey Dahil" Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Ölçülmesi ve Bir Alan Araştırması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Şener, S., Bahçeli, V., Doğru, H., Sel, Z.G., Ertaş, M., Songür, S. & Tütüncü, Ö. (2017). Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(1), 7-26.
- Tandoğan, A. (2006). *Çocuk ve Genç İşçilerin Korunması*. Yayımlanmamış Master Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Taner, B. (2019). Çocuk Dostu Toplum ve Çocuk Dostu Turizm: Nasıl Bir İlişki? *2. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan.

Taş, M., Düz, İ. & Ünlü, E. (2016). Ortaöğretim Öğrencilerinin 'Alternatif Turizm' kavramına İlişkin Algularının Metaforlar Yardımıyla Analizi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(Özel Sayı), 352-360.

Toran, M. (2012). Çocukluğun ve Erken Çocukluk Eğitiminin Tarihi ve Kuramsal Temelleri, N. Avcı ve M. Toran (Ed.). *Okul Öncesi Eğitime Giriş* içinde (1-19). Ankara: Eğiten Kitap.

Tuna, M. (2019). Çocuk Dostu Oteller. 2. *Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan.

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun (2013). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6502.pdf>, 05.02.2019.

Türk Ceza Kanunu (2004). <http://www.ceza-bb.adalet.gov.tr/mevzuat/5237.htm>, 05.02.2019.

Türk Dil Kurumu, (2019). [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c5a15e9aa5d57.76600988](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c5a15e9aa5d57.76600988), Son Erişim Tarihi: 5 Şubat 2019.

Türk Medeni kanunu (2001). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4721.pdf>, 05.02.2019.

Uluslararası Turizm Karikatürleri Yarışması, (2019). <http://tourismcartoon.com/simdiki-yarisma/kategoriler/>, Son Erişim Tarihi: 3 Mayıs 2019.

Winnicott, D.W. (2017). İnsan Doğası (Çev. P. Koç). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Yavuzer, H. (2017). *Doğum Öncesinden Ergenlik Sonuna Çocuk Psikolojisi* (40. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Yaylı, A. & Yayla, İ. (2012). Turistlerin Her Şey Dahil Sistemini Tercih Etme Nedenleri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 143-162.

Yemez, İ. & Karaca, Ş. (2018). Çocuklu Ailelerin Otel İşletmelerine Yönelik Şikayet Etme Davranışlarının İncelenmesi. 1. *Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (Genişletilmiş 10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, F., Kara, A. & Altun Yılmaz, E. (2018). Sivas İl Merkezindeki Otellerin Çocuklu Ailelerin Gereksinimlerini Karşılama Durumları. 1. *Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan.

Yörükoğlu, A. (2007). *Değişen Toplumda Aile ve Çocuk*. İstanbul: Özgür Yayınları.

Zajadacz, A., Piotrowski, K., Potocka, I. & Terlecka, W. (2019). "Determination of Criteria for Child Friendly Tourism Establishments in Tourist Attractions". 2. *Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan.

### Destek Bilgisi:

Herhangi bir kurum veya kuruluştan destek alınmamıştır.

### Çıkar Çatışması:

Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

### Etik Onayı:

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazarlar beyan etmektedir. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

### Bilgilendirilmiş Onam Formu:

Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

### Etik Kurul Onayı:

Çalışma 2019 yılında yapılmış ve tamamlanmıştır. Bu nedenle etik kurul kararına gerek bulunmamaktadır.

### Yazar Katkı Oranı:

1.Yazar katkı oranı %50

2.Yazar katkı oranı %50



## Extensive Summary

### Tourism Through The Eyes of Children: An Evaluation of Tourism Cartoons

Meryem AKOĞLAN KOZAK,

Özlem ÖZKEROĞLU\*

#### Introduction

There are some differences in the definition of the concept of child, and the age range that represents the childhood period varies according to time, place, social and economic class. In the Middle Ages, childhood was limited to the first seven years of human life, but today it is accepted as eighteen years (Demirci, 2010; Polat, 2001; Tandoğan, 2006), the concept of child is generally defined as “a developing human offspring, immature, underage minor citizen” (Yörükoğlu, 2007). Another concept that needs to be emphasized depending on the concept of child is “childhood”, and this concept is defined by the TDK as “the state of being a child” and “the period of human life between infancy and adolescence” (TDK, 05.02.2019). This period lasts from about the 18th month after the end of infancy to the age of 12-14, when puberty begins (Polat, 2001).

Today, the number of children in the household has started to decrease due to factors such as urbanization, widespread education, increase in education level and changes in economic and social conditions. But children have gained a distinct sense of identity and belonging. Therefore, the roles of children in the family have changed, the impacts of children on family decisions has increased, and the children have begun influence the family’s purchasing decisions (Alagöz, 2009; Gülerarslan, 2011). However, this effect of children varies according to the age of the child, the structure of the family and the characteristics of the child (Çakıcı & İyitoğlu, 2011).

As the opinions of children started to be taken into consideration in decisions within the family, children have become one of the most important research subjects, and many studies have been conducted on the effect of children on their parents’ purchasing decisions (Tuna, 2019). In today’s tourism research, the issue of children has also been discussed with the concept of “child friendly tourism” (Ahıpaşaoğlu, 2018; Gün, Tosun & Aslan, 2018; Gürbey, 2019; Kesgin & Ross, 2018; Taner, 2019; Zajadacz, Piotrowski, Potocka &

Terlecka, 2019) and “child friendly hotels” (Ceylan, Özgürel & Topaloğlu, 2019; Özgürel, Ceylan & Topaloğlu, 2019; Tuna, 2019), and studies on the effects of children on families’ holiday purchasing behaviors and accommodation preferences have increased.

Families with children who want to go on holiday, unlike families without children and singles, act on the needs of their children during their holiday rather than their own wishes and needs (Acun Yıldırım, 2018; Karaca & Yemez, 2018). Therefore, when planning a holiday, they first consider whether they can spend a peaceful holiday with their children, and make their holiday preferences accordingly (Özgürel ve ark., 2019). On the other hand, when making tehir holiday decisions, families also evaluate the comments and complaints about the hotel, and make a choice considering these elements (Aslan ve ark., 2018; Kutlu ve ark., 2018; Yemez & Karaca, 2018). For this reason, serving children’s menus, presence of children’s playgrounds at the hotel, having a child bed in the hotel rooms, and taking necessary security measures for children are important for families’ holiday preferences (Acun Yıldırım, 2019).

#### Method

The aim of this study is to reveal the messages of the works published in the category of young people in the International Tourism Cartoon Competition, and to evaluate children’s perceptions about tourism. In this way, it is tried to learn children’s thoughts about tourism as an individual. The field of the study is the International Torusim Cartoon Competition which has been held traditionally every year since 2009.

In this study, semiotic technique, which is one of the qualitative research methods, has been used. The credibility, transferability and consistency of the study have been ensured before the data analysis. For this purpose, by examining the related literature in detail, a conceptual framework has been established, and the evaluation of the caricatures has been realized within this framework. Firstly, 10 contest albums on the website of International Tourism Cartoon Competition have been reached. In terms of the age range required by the study, 204 cartoons drawn by the children have been received from the data set. The design and plan of the study have been explained in the text, and then the data collection and analysis processes and research findings have been given in detail.

Analysis of the research data started on 3rd May, 2019, and ended on 30th June, 2019. In the analysis, firstly the indicators related to the tourism concept in the cartoons were coded, and then the themes were created from these codes. Finally, the semantic analysis of these codes and themes was done.

\* Corresponding author at: Özlem Özkeroğlu, Burdur Mehmet Akif Ersoy University, School of Tourism and Hotel Management, E-mail: ozkeroğluozlem@gmail.com

Data have been collected from the five albums of the children in the International Tourism Cartoon Competition. A total of 204 children's cartoons in these albums have been evaluated independently by three experts (researchers and one cartoonist) at different times and places. Firstly, the indicators in children's cartoons have been examined and coded in terms of the concept of the competition. Then, themes have been created by bringing together the codes that provide semantic integrity among themselves. According to the experts' views, the codes and themes that don't overlap with each other have been excluded from the study, and the codes and themes that are consistent with each other have been taken as research data.

Semantic analysis of the data obtained by coding and separation into themes has been performed. For this purpose, the cartoons have firstly been evaluated in terms of their "flat meanings", and then their "side meanings". In the first stage, the fact that the competition was limited to a main subject or main theme has provided great convenience to the researchers. In this respect, the evaluations made according to the main theme determined in the general framework and the themes formed from similar elements within the main theme point to "flat meaning". The codes obtained from the indicator are interpreted as "side meaning" since they show how the themes are explained. The evaluations have been made in accordance with these codes and themes, and "frequency numbers" have been taken into consideration during this process.

## Results and Conclusions

In the perceptions of five different concepts through cartoons, it has been identified that the children have priority to the holiday phenomenon in all competition subjects. According to this, holidays are generally perceived by children as natural beauties, and the elements of the holiday experience persist regardless of the subject matter. Despite the changes in tourism experience, tourists take their place in all cartoons. This also supports conclusions based on previous metaphorical descriptions (Özder ve ark., 2012; Taş ve ark., 2016). On the other hand, there are also cartoons in which children concentrate on the theme of the competition. For example; they have associated the concept of *the All Inclusive Holiday* with "food and beverage", and the concept of *the Tourism and Peace* with "peace". They have frequently used the elements of "space" and "technology" in the concept of *Future of Tourism*, *Tourism of Future*, and "historical figures", "cave people" and "caves" in the concept of *Holidays from Past to Present*. They have drawn "touristic places" and "memorial articles" in the *Holiday Memories*. It is understood from this that the perception of tourism

in children is related to the holiday in general, and the tourist is the most important tourism subject. On the other hand, children don't miss the differences on various tourism issues.