

Sosyal Medyada “Overtourism” Etiketini ile Yapılan Paylaşımların İncelenmesi: Twitter Örneği (Examining of Sharings on Social Media with the Tag "Overtourism": Case of Twitter)

Serkan AYLAN^a, *Fatmanur Kübra AYLAN^b

^a Selçuk University, Faculty of Tourism, Department of Guidance, Konya/Turkey

^a Selçuk University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Konya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:27.02.2020

Kabul Tarihi:30.10.2020

Anahtar Kelimeler

Aşırı turizm

İçerik analizi

Twitter

Öz

Son yıllarda dünya turizmini meşgul eden konulardan biri olan aşırı turizm, bir destinasyonun kaldırabileceği turist taşıma kapasitesinin çok üzerinde turist ağırlaması sonucu ortaya çıkan aşırı bir turist kalabalığıdır. Aşırı turizm, sürdürülebilirlik açısından dünyaca ünlü popüler destinasyonları tehdit eden ve turizm bölgelerinde yaşayan yerel halkın günlük yaşamlarını hem sosyal hem de ekonomik olarak etkileyen bir olgudur. Bu çalışmada, Twitter’da “#overtourism” etiketi ile paylaşılan yorumlar incelenmiş ve belirli temalara göre sınıflandırılmıştır. Çalışmanın amacı, Twitter kullanıcılarının aşırı turizme yönelik bakış açılarını ortaya koymaktır. Bu amaçla çalışmada, Twitter’da “#overtourism” etiketi ile 2019 yılı Haziran ve Ekim ayları arasında paylaşılan yorumlar içerik analizine tabi tutularak, temalara göre sınıflandırılmıştır. Aşırı turizmle ilgili duygu ve düşünceleri belirtmek amacıyla Twitter’da “#overtourism” etiketi ile yapılan paylaşımlar, çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Örneğin, söz konusu tarihler arasında paylaşılan 110 yorumdan oluşmaktadır. Elde edilen veriler ile yapılan 123 kodlama; “Aşırı Turizmden Etkilenen Destinasyonlar, Aşırı Turizmin Olumsuz Etkileri ve Diğer” olmak üzere 3 kategoride sınıflandırılmıştır. Araştırma sonucunda, 22 farklı ülkeden 27 farklı şehrin aşırı turizme maruz kaldığı ve aşırı turizmin sebebi olarak, Airbnb, sosyal medya, tur otobüslerinin yoğunluğu, kitle turizmi, planlama yetersizliği, kurvaziyer trafiği ve ulaşım imkânlarının kolaylığı gösterilmektedir.

Keywords

Overtourism

Content analysis

Twitter

Abstract

Overtourism, which has been one of the issues that has occupied world tourism in recent years, is an excessive tourist crowd that emerges as a result of the tourist hosting far above the tourist carrying capacity that a destination can handle. Overtourism is a phenomenon that threatens world-famous popular destinations in terms of sustainability and affects the daily lives of local people living in tourism regions, both socially and economically. Overtourism has a number of adverse effects not only for local residents but also for tourists that cause overcrowding. Overtourism is the overcrowding of people, which arises from the fact that a tourist destination can accommodate tourists far beyond its carrying capacity. In this study, comments shared on Twitter with the tag "#overtourism" are examined and classified according to certain themes. The aim of the study is to reveal the perspectives of Twitter users towards overtourism. For this purpose, comments shared between June and October in 2019 with the tag "#overtourism" in Twitter were made content analysis and classified according to themes. All sharings with the tag #overtourism in Twitter constitute the population of study. The sample consists of 110 comments shared between these dates. 123 coding made with the data obtained; It is classified in 3 categories as ‘Destinations Effected By Overtourism, Negative Effects Of Overtourism And Others. As a result of research, it’s shown that 27 different cities from 22 different countries were exposed to overtourism, and the reasons of overtourism are Airbnb, social media, density of tour buses, mass tourism, lack of planning, cruise traffic and ease of transportation.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: serkaylan@gmail.com (S. Aylan)

DOI: 10.21325/jotags.2020.694

GİRİŞ

Yakın zamana kadar turizm, şehirler için daha sürdürülebilir ekonomik büyüme stratejilerinden biri olarak görülmekteydi. Özellikle 2008 ekonomik krizinin ardından, ekonomik iyileşme veya büyüme için önemli bir itici güç olarak görülmüş ve gelişmesi için bolca alan verildi ve böylece kent destinasyonlarında sektörün göreceli olarak önemini pekiştirmiştir (Russo & Scarnato, 2018; Koens vd., 2018). Ancak son yıllarda medyada popüler hale gelen ve akademide en çok üzerinde durulan konulardan biri olarak aşırı turizm kavramı ortaya çıkmıştır. Bir turizm bölgesinin taşıma kapasitesinin çok üzerinde turist ağırlaması anlamına gelen aşırı turizm kavramı, yerel halkın bazı kesimleri tarafından istenmeyen, turizm mahalline farklı açılardan zarar verdiği kabul edilen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm yazınında ve sektörde "overtourism" veya "tourismphobia" olarak geçen aşırı turizmden sadece yerel halk değil aynı zamanda aşırı turizme neden olan turistler de muzdariptirler. Turistlerin, ziyaret noktalarında karşılaştıkları turist seli nedeniyle, toplu taşıma araçlarında, müzelerde, açık veya kapalı diğer turistik ziyaret noktalarında çok fazla giriş sırası beklemek, rahat fotoğraf çekememek, plajlarda güneşlenebilecek boş kumsal bulamamak gibi sebeplerden dolayı tatil deneyimleri olumsuz etkilenmektedir. Yaşanılan bu olumsuzluklar sosyal medya gibi mecralarda turistler tarafından paylaşılabilir. İnsanların bir destinasyon ile ilgili sosyal medyada yaptıkları paylaşımlar, söz konusu destinasyonu ziyaret edecek potansiyel turistler üzerinde olumlu veya olumsuz bir imaj yaratabilmektedir. Dünyada milyonlarca kişi tarafından kullanılan sosyal medya araçları, iletilmek istenen mesajı (fotoğraf, video, yorum, yazılı mesaj vb.), saniyeler içerisinde dünyanın diğer ucundaki bir kişiye iletmesi açısından oldukça önem arz etmektedir. Bu çalışmada, Twitter kullanıcılarının aşırı turizme yönelik bakış açılarını tespit etmek amacıyla, Twitter'da #overtourism etiketiyle yapılan sosyal medya paylaşımları analiz edilmiştir.

Aşırı Turizmin Kavramsal Çerçevesi

Aşırı turizm, turizm bölgelerindeki yerel halkın, genel refahını olumsuz yönde etkileyen, günlük sıradan imkânlarla ulaşmayı zorlaştıran, onları yaşam tarzında kalıcı değişiklik yapmaya, geçici ve sezonluk turizm yoğunlaşmasının sonuçlarına katlanmaya zorlayan, turist sayısının haddinden fazla artmasına bağlı olarak yaşanan aşırı kalabalıklaşmadır (Milano vd., 2018, s. 2). Bir başka tanıma göre aşırı turizm, ev sahiplerinin veya misafirlerin, yerel halkın veya ziyaretçilerin çok fazla ziyaretçi olduğunu ve bölgedeki yaşam kalitesinin veya deneyim kalitesinin kabul edilemez şekilde bozulduğunu hissettiği destinasyonları tanımlar ve aşırı turizm, yaşanacak daha iyi yerler ve ziyaret edilecek daha iyi yerler yapmak için turizmi kullanmakla ilgili bir kavram olan sorumlu turizm kavramının tam tersidir (Goodwin, 2019, s. 110).

Aşırı turizm kavramı ile birlikte kullanılan diğer bir kavram da "Trexite" kavramıdır. Trexite, yerel halkın aşırı turizm sebebiyle maruz kaldığı olumsuz sosyal ve ekonomik durumlardan dolayı artık turistleri istememesine yönelik eylemler üzerine ortaya çıkan bir kavramdır ve turistlerin yoğun olarak ziyaret ettikleri destinasyonda artık istenmemeleri şeklinde tanımlanmaktadır (Duyar & Bayram, 2019, s. 349). Dünyanın dört bir yanındaki popüler seyahat destinasyonları aşırı kalabalıktan muzdariptir ve bazı şehirlerde yerel halk, turist kitleleri tarafından istila edilmiş hissettiği için protesto amaçlı sokaklara bile çıkmaktadır (Erschbamer vd., 2018).

Aşırı turizm olgusu ve etkileri farklı boyutlara sahip olup, turizm bölgeleri açısından değişiklik gösterebilmektedir. Aşırı turizmi ortaya çıkaran sebeplerden biri olan konaklama ve ulaşım olanaklarının çeşitlenmesi ve daha ucuz hale gelmesi, daha çok insanı turizm faaliyetlerine katılmaya yöneltmektedir. Uygun fiyatlı

ekonomik uçak biletleri ile paket tur olarak satılan kurvaziyer seyahatleri insanlara ucuz yolculuk olanağı vermektedir. Airbnb gibi sosyal paylaşım platformları ile insanlar çevrimiçi olarak kiraladıkları evlerde veya dairelerde, konaklama işletmelerine kıyasla daha ucuz bir şekilde konaklamaktadırlar (Duyar & Bayram, 2019, s. 355). Bu sebeplere ilaveten, Goodwin (2019, s. 111) orta sınıf grubunda seyahat etme ve başka insanların yaşadıkları yerleri görme eğilimde olan bireylerin sayısındaki artışın, bakım ve onarım masrafları yerel vergi mükellefleri tarafından karşılanan kamusal alanların kullanımının turistler için de ücretsiz olması sebebiyle, turistler tarafından bu alanlarda herhangi bir ödeme yapılmamasının, ulaşımın on yıl öncesine göre ölçek olarak daha da büyümesi sebebiyle uçakların, otobüslerin, trenlerin ve yolcu gemilerinin daha sık gelmesi ve her varışta daha fazla yolcu bırakmasının aşırı turizme zemin hazırladığını ifade etmektedir.

Çolak vd. (2019) yaptıkları araştırmada aşırı turizmin kent destinasyonları üzerindeki olumsuz etkileri göz önüne sermişlerdir. Tablo 1'de aşırı turizme maruz kalan kent destinasyonları ve aşırı turizmin söz konusu destinasyonlar üzerindeki olumsuz etkilerine örnekler verilmiştir.

Tablo 1. Aşırı Turizme Maruz Kalan Destinasyonlar ve Aşırı Turizmin Etkileri

Destinasyon Adı	Aşırı Turizmin Olumsuz Etkisi
Barselona / İspanya	Turist sayısının artması, artan yaşam maliyeti, turizmin yerel halka olan katkısının azalması.
Santorini / Yunanistan	Yerel halkın yabancılaşması, kurumsal olmayan konaklama biçimlerinin artması sebebiyle memnuniyetsizliğin artması, şehir manzarasının, doğal kaynaklarının ve altyapısının risk altında olması ve sosyokültürel karakterinin bozulması.
Berlin / Almanya	Yerel halkın kendi imkânlarını kullanamaması, Airbnb'den dolayı oluşan olumsuz algılar ve yerel düzeyde bozulmaların meydana gelmesi.
Budapeşte / Macaristan	Aşırı turizmle artan turist sayısı, yerel yönetim tarafından yapılan düzenlemelerin eksikliği nedeniyle bölgede ortaya çıkan güvenlik sorunu, konut ve yiyecek içecek işletmelerinde yaşanan fiyat artışı, gürültü ve yaşam kalitesinin azalması nedeniyle yerel halkın %18'i Budapeşte'yi terk etmek istemesi.
Venedik / İtalya	Ölçsüz turizm Venedik'e olumsuz etkileri, konut fiyatlarının artması, yerel halkın satın alma gücünün azalması, sosyo-kültürel bağın azalması ve kırsal ve kıyı alanlarının zararlı kullanımı, suç oranlarının artması, trafik sorunları, kirlilik ve tarihi alanların tahribatıdır.
Lüblıyana / Slovenya	Lüblıyana turist artışından sonucu; hava kirliliği, kalabalık ve trafik yoğunluğu gibi nedenlerden dolayı yerel halkın yaşam kalitesinde olumsuz etkiler meydana gelmiştir.
Dubrovnik / Hırvatistan	Şehir için mevsimsellik, trafik sorunu ve yaşam maliyetinin artması önemli sorunlar arasındadır.

Kaynak: Çolak vd., 2019, s. 989-990.

Aşırı turizm kavramı sadece sektör ve paydaşlarınca değil aynı zamanda akademi camiasınca da yakından takip edilen ve üzerine araştırmalar yapılan bir kavramdır. Aşırı turizmle ilgili hem yerli hem de yabancı literatürde birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Aşırı turizm konusunu kavramsal olarak ele alan çalışmalar (Duyar & Bayram, 2019; Yüncü, 2019; Çolak vd., 2019) olduğu gibi ampirik çalışmaların da olduğu görülmektedir (Gonzalez vd., 2018; Koens vd., 2018; Boz & Özkan, 2019). Bu çalışmalardan bazılarında bakıldığında, örneğin Yumuk ve Altıntaş (2019) Bodrum'da yaptıkları araştırmada, aşırı turizm çerçevesinden bakıldığında yerel halkın konut fiyatlarının yüksekliği ve alt yapı yetersizliği ile ilgili düşüncelerinin bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Kurnaz ve İpar (2020) aşırı turizm olgusunu esnaf gözüyle değerlendirdikleri çalışmalarında, Akyaka esnafı açısından aşırı turizm sebebiyle ortaya çıkan en büyük problemin çöp ve atıklar sorunu olduğunu ve yüksek sezonda gelen turistlerin esnafa karşı saygısız davranışlar gösterdiklerine dair bulgular elde etmişlerdir. Çetinoğlu ve Uygur (2020), aşırı turizm sorununa çözüm olarak pazarlamama (demarketing) stratejisini inceledikleri araştırmada, Pamukkale Travertenleri'nde ziyaretçi sayısındaki artış nedeniyle giriş ücretlerinde artış-fiyatlama stratejisi, turnike sistemi ile sınırlı sayıda ziyaretçi kabul

edilmesi -sınırlı kullanım ve belirli saatlerde ziyarete açılması -zamansal kısıtlama stratejilerinin kullanıldığı sonucuna ulaşmışlardır.

Araştırma soruları

1. Twitter’da #overtourism etiketi ile kaç yorum paylaşılmıştır?
2. Katılımcılar tarafından aşırı turizm kavramı hangi kategorilerde değerlendirilmiştir?
3. Katılımcılara göre aşırı turizmin en çok etkilediği destinasyonlar hangileridir?

Yöntem

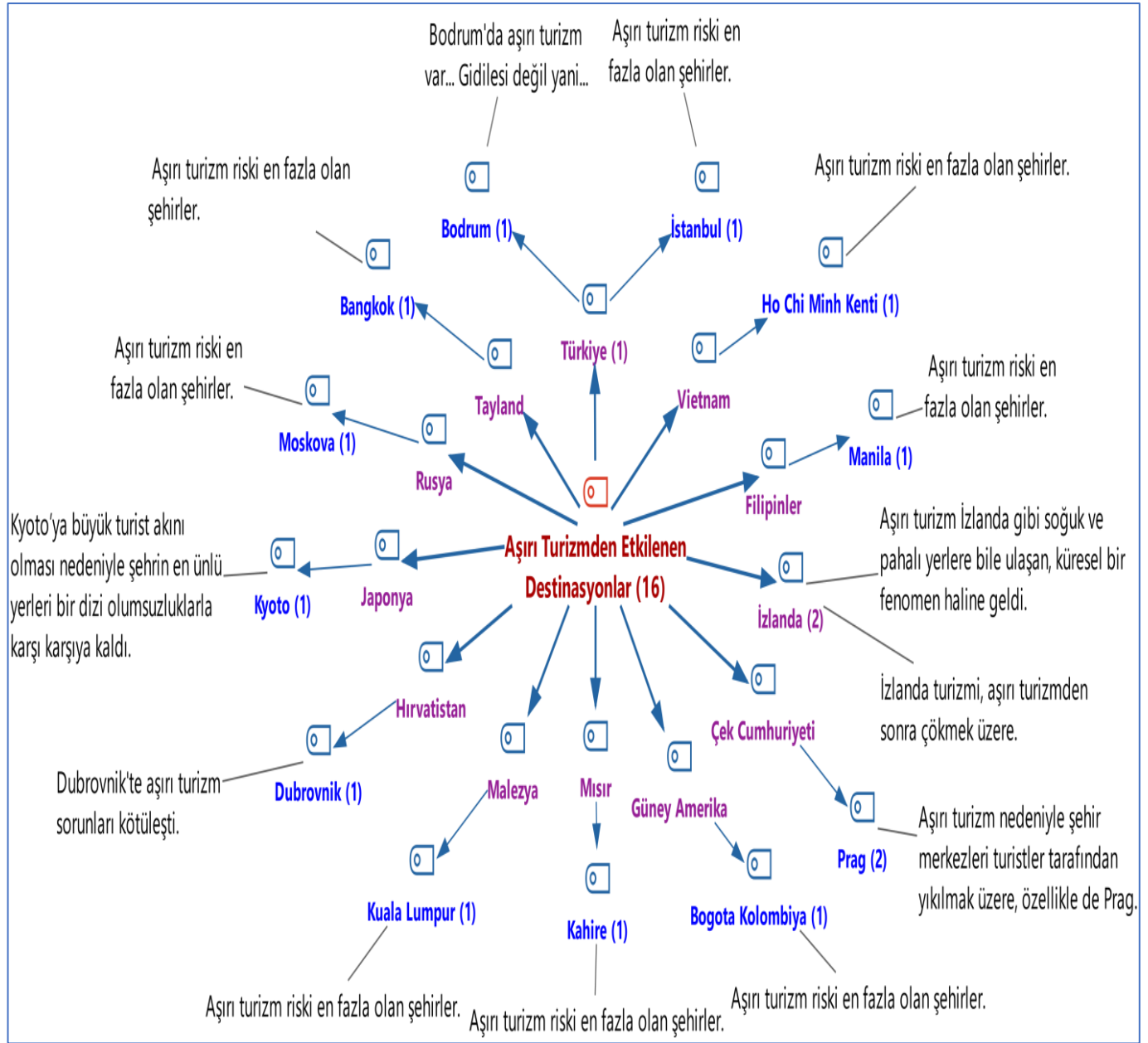
Araştırma, nitel bir araştırma desenine sahip olup araştırmada ikincil verilerden yararlanılmıştır. Araştırmanın amacı, Twitter kullanıcılarının aşırı turizme yönelik bakış açılarını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, Twitter’da #overtourism etiketi ile paylaşılan yorumlar incelenmiştir. Twitter’da 2019 yılı Haziran ve Ekim ayları arasında yapılan paylaşımlar araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem yöntemi olarak, nitel araştırma örneklem metodlarından Ölçüt (Kriter) Örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ölçüt (Kriter) Örnekleme, önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumların çalışılmasıdır. Ölçüt araştırmacı tarafından oluşturulur ya da daha önceden hazırlanmış ölçütler listesi kullanılabilir (Baltacı, 2018, s. 254). Araştırmanın amacı kapsamında, örnekleme seçerken belirlenen ölçüt ise, yoğun sezonda yapılan paylaşımların aşırı turizm hakkında daha fazla bilgi vereceği hususudur. Araştırmanın örnekleme, Twitter’da #overtourism etiketi ile 2019 yılı Haziran – Ekim ayları arasında paylaşılan 110 yorumdan oluşmaktadır.

Araştırmada elde edilen veriler, nitel araştırma yöntemlerinden olan betimsel analiz ve içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi yapılırken, birbirine benzeyen veriler, belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmeli ve okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenlenmelidir (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 242). Araştırmada, kullanıcı yorumları koda dönüştürülerek açık kodlama yapılmıştır. Araştırmanın geçerliliği meslektaş teyidi yöntemi ile gerçekleştirilmiş olup, yapılan kodlamalar üç öğretim üyesi tarafından doğrulanmıştır. Paylaşılan bir yorum, birden fazla temalara kodlanabilir. Örneğin paylaşılan bir yorumda hem şikâyet hem de tavsiye bulunabildiği için iki defa kodlanabilir. Bu nedenle toplam 123 kodlama yapılmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini belirlemek amacıyla kullanıcı yorumlarına ilişkin yapılan kodlamalar bir turizm alan uzmanı akademisyen tarafından da incelenerek “Görüş Birliği” ve “Görüş Ayrılığı” olan kodlar belirlenmiştir. Bu iki form uzlaşmacılar arası güvenilirlik testlerinden biri olan Kappa testine tabi tutulmuştur. Şencan (2005) tarafından, Kappa istatistiğinin, 0.40 ile 0.75 arasında hesaplanan değer makul bir değer olduğu ve uyuşmanın sağlandığı belirtilmiştir. MAXQDA 2018 nitel veri analiz programı ile yapılan Kappa analizi sonucunda, Kappa Güvenirlik Katsayısı (KGK) değeri 0.70 çıkmıştır. Şencan (2005)’a göre, bu değer güvenirlilik açısından yeterlidir.

Araştırma kapsamında verileri analiz etmede profesyonel, bir bilgisayar destekli nitel veri analizi programı (computer assisted qualitative data analysis software / CAQDAS) olan lisanslı MAXQDA 18 ile analiz edilmiştir. MAXQDA nitel analiz programı sayesinde analiz süreci daha açık ve sistematik olarak yapılmış olup, yapılan kodlamalar kontrol edilerek gerektiğinde düzenlemeler yapma imkânı elde edilmiştir. İnceleme sorularına göre ortaya çıkan bazı cümle ve paragraflar genel bir çerçeve içinde ortak özelliklere ayrılarak kodlanmış ve kavramsallaştırılmıştır. Daha sonra elde edilen veriler tematik kodlamaya göre düzenlenmiş ve tanımlanmıştır.

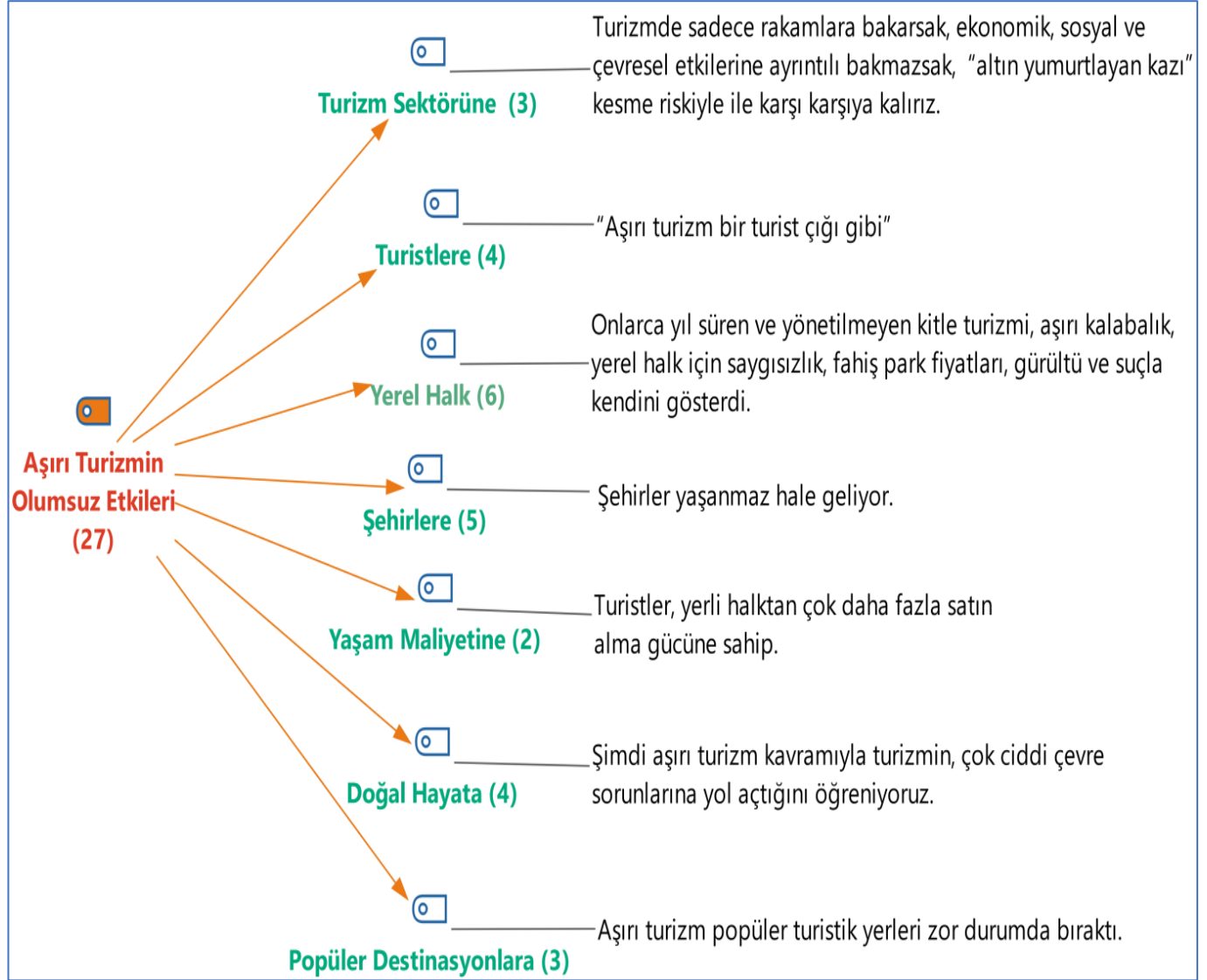
‘Roma, Venedik, Amsterdam ve Barselona’da dünyanın en ciddi ‘aşırı turizm merkezlerinden’ biri olarak seçilmiştir’. Venedik, Amsterdam ve Barselona gibi eski hedefleri sular altında bırakan küresel turizm patlaması, aşırı turizmi doğurdu’

Aşağıda şekil 2’de, aşırı turizmden etkilenen destinasyonların devamı gösterilmektedir.



Şekil 2. Katılımcılar Tarafından Aşırı Turizmden Etkilenen Destinasyonlara Yönelik Yapılan Paylaşımların Kodlu Bölüm Sayısına Göre Sınıflandırması- Hiyerarşik Kod-Alt kod Modeli

Aşırı Turizmin Olumsuz Etkileri

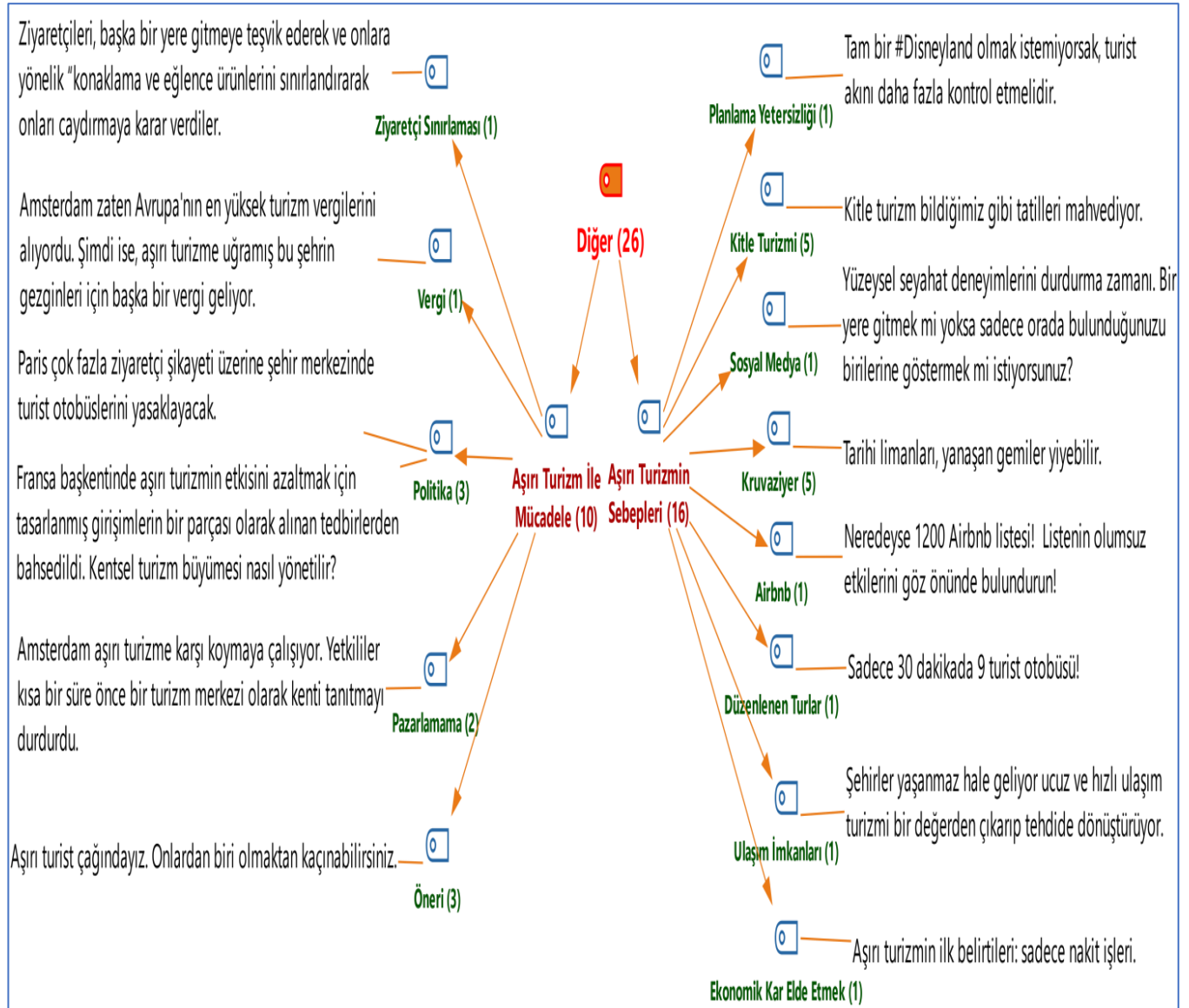


Şekil 3. Katılımcılar Tarafından Aşırı Turizmin Olumsuz Etkilerine Yönelik Yapılan Paylaşımların Kodlu Bölüm Sayısına Göre Sınıflandırması- Hiyerarşik Kod-Alt kod Modeli

Şekil 3'te belirtildiği gibi katılımcılar, 27 ifade ile aşırı turizmin olumsuz etkilerinden bahsetmektedir. Twitter'da #overtourism etiketi ile paylaşılan katılımcı yorumları değerlendirildiğinde, aşırı turizmin olumsuz etkileri teması altında 7 alt tema oluşturulmuştur. Bu temalar; popüler destinasyon (3), turizm (3), doğal hayat (4), yaşam maliyeti (2), yerel halk (6), şehir (5) ve turistlere (4) olan etkilerinden oluşmaktadır. Aşağıda, aşırı turizmin olumsuz etkilerine yönelik yapılan yorumlardan bazılarına değinilmiştir.

'Aşırı turizm nedir? Bu sadece bir medya terimi midir? Turistik alanlarda turist baskısı gerçek. Bu karmaşık sorunun üstesinden nasıl gelinebilir ve daha sürdürülebilir ve saygılı turizm nasıl sağlanabilir?' yerel halkın göçünü de tetikliyor. Çünkü pek çok şehir yaşanmaz hale geliyor." "Aşırı turizmin yozlaşmaya yol açtığı biliniyordu". "Overtourism, kenti gölgede bırakıyormuş gibi görünen bir karakter". "Dünyanın büyük şehirlerinin çoğunun önündeki sıkıntı aşırı turizm."

Diğer



Şekil 4. Katılımcılar Tarafından Diğer Teması Altında Yapılan Paylaşımların Kodlu Bölüm Sayısına Göre Sınıflandırması- Hiyerarşik Kod-Alt kod Modeli

Şekil 4'te belirtildiği gibi katılımcılar, 10 ifade ile "Aşırı Turizm İle Mücadele" ve 16 ifade ile "Aşırı Turizmin Sebeplerinden" bahsetmektedir. Aşırı turizm ile mücadele (10) ana teması altında; politika (3), vergi (1), ziyaretçi sınırlaması (1), pazarlamama (2) ve öneri (3) olmak üzere beş alt tema oluşturulmuştur. Aşırı turizmin sebepleri (16) ana teması altında; Airbnb (1), sosyal medya (1), düzenlenen turlar (1), ekonomik kâr (1), kitle turizmi (5), planlama yetersizliği (1), kruvaziyer (5) ve ulaşım imkanları (1) olmak üzere sekiz alt tema oluşturulmuştur.

Sonuç

Son yıllarda dünya turizminin meşgul olduğu konulardan biri olan aşırı turizm, dünyaca ünlü popüler destinasyonları, sürdürülebilirlik açısından tehdit eden, turizm bölgelerinde yaşayan yerel halkın günlük yaşamlarını, hem sosyal hem de ekonomik açıdan önemli derecede olumsuz şekilde etkileyen bir kavramdır. Aşırı turizm, sadece yerel halk için değil aynı zamanda aşırı turizme sebep olan turistler için de bir takım olumsuz etkilere sahiptir. Bir müzeye girebilmek veya bir tarihi eserin önünde fotoğraf çektirmek için saatlerce sıra beklemek, toplu taşıma araçlarına binememek veya bu araçlarda oturacak yer bulamamak, hediyelik eşyalara ederinden fazla ücret ödemek, yerel halk tarafından hoş olmayan söz veya davranışlarla karşılaşmak vb. aşırı turizm kaynaklı birçok olumsuzluk,

turistlerin seyahat deneyimlerinde ortaya çıkabilmektedir. Turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda yaptıkları sosyal medya paylaşımlarında yaşadıkları veya gördükleri, aşırı turizm kaynaklı durum, olay veya görüntüleri paylaşarak yorumlar yapabilmektedirler. Bu araştırmada, 2019 yılı Haziran ve Ekim ayları arasında Twitter'da #overtourism etiketi ile yapılan 110 paylaşım incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen verilere göre, aşırı turizmden en fazla etkilenen ülkeler; İtalya ve daha sonra İspanya, İskoçya, Hollanda, Fransa, Endonezya'dır. En fazla etkilenen şehirler; Venedik, Barselona, Amsterdam, Roma, Paris, Edinburgh, Kaliforniya ve Prag'dır. Bu sonuç Çolak vd. (2019)'nin yaptıkları araştırmayla da paralellik göstermektedir. Türkiye'de ise, Bodrum ve İstanbul kentlerinin aşırı turizmden etkilendiğinden bahsedilmektedir. Aşırı turizmden, popüler destinasyonlardaki, turizmin, doğal hayatın, yaşam maliyetinin, yerel halkın, şehirlerin ve turistlerin olumsuz etkilendiği görülmektedir.

Aşırı turizmin sebepleri olarak, Airbnb, sosyal medya, tur otobüslerinin yoğunluğu, yerel halkın turistlerden ekonomik kâr elde etme isteği, kitle turizmi, planlama yetersizliği, kurvaziyer trafiği ve ulaşım imkânlarının çokluğu gösterilmektedir. Goodwin (2017)'nin de aşırı turizme sebep olarak bu kavramlardan bahsettiği görülmektedir.

Araştırmada, aşırı turizmin yerel halkı, turistleri, yaşam maliyetlerini, doğal hayatı, destinasyonları ve turizm sektörünü olumsuz etkilediği görülmektedir. Jordan vd. (2018) ve Milano (2017) aşırı turizmin etkileri olarak paralel ifadeleri kullanmışlardır.

Son olarak araştırmada aşırı turizmle mücadele kapsamında, destinasyonlarda bir takım girişimlerde bulunulduğu görülmektedir. Örneğin yeni turist veya konaklama vergilerinin getirilmesi, mevcut olanlarının ise artırılması, destinasyonlarda yapılan ziyaretçi sınırlamaları, kent merkezlerine girecek olan turist otobüslerine kısıtlama ve Amsterdam örneğinde olduğu gibi destinasyonların artık turistik amaçlı olarak tanıtılmaması (demarketing) gibi politikaların uygulanması bu girişimlerden bazılarıdır. Çetinoğlu ve Uygur (2020)'un Pamukkale Travertenleri ile ilgili yaptıkları aşırı turizm çalışmalarında elde ettikleri bulgular, benzer kısıtlamalar ve pazarlamama stratejilerinin uygulandığına kanıt olarak gösterilebilir. Bu araştırmada Twitter kullanıcılarının aşırı turizme yönelik bakış açıları incelenmeye çalışılmıştır. Gelecekte aşırı turizm kavramıyla ilgili yapılacak olan araştırmalarda, aşırı turizme yönelik olarak turizm paydaşlarının (turizm işletmeleri, yerli halk, kamu yönetimi, turistler) görüşleri incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Boz, M. & Özkan, Ç. (2019). Sürdürülebilir şehir turizmi: Barselona aşırı turizm örneği. *20. Ulusal Turizm Kongresi*, 16-19 Ekim 2019, Eskişehir, Türkiye.
- Çetinoğlu, D. & Meydan Uygur, S. (2020). Aşırı turizm sorununa çözüm olarak pazarlamama stratejileri kullanılabilir mi? Pamukkale örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 3008-3026.
- Çolak, O., Kiper, V. O. & Batman, O. (2019). Kent destinasyonlarında overtourism'e (Ölçsüz Turizm) dair kavramsal bir yaklaşım. *20. Ulusal Turizm Kongresi*, 16-19 Ekim 2019, Eskişehir, Türkiye.
- Duyar, M. & Bayram, M. (2019). Overtourism and tourismphobia: evolution of host and tourism relationship. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 40, 347-362

- Erschbamer, G., Innerhofer, E. & Pechlaner, H. (2018). Overtourism: How much tourism is too much? <http://www.eurac.edu/en/research/center-for-advanced-studies/publications/Documents/10-05-Overtourism-EN.pdf> Eriřim Tarihi: 20.01.2020.
- Gonzalez, V. M., Coromina, L. & Gali, N. (2018). Overtourism: Residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident' social carrying capacity - case study of a spanish heritage town. *Tourism Review*, 73(3), 277-296.
- Goodwin, H. (2017). The Challenge of Overtourism. Responsible Tourism Partnership Working Paper 4. October 2017. <https://haroldgoodwin.info/pubs/RTP'WP4Overtourism01'2017.pdf> Eriřim Tarihi: 19.01.2020.
- Goodwin, H. (2019). Overtourism: Causes, symptoms and treatment. *Tourismus Wissen – Quarterly*, 110-114.
- Jordan, P., Pastras, P., & Psarros, M. (2018). Managing tourism growth in europe. The ECM Toolbox. Dijon
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384.
- Kurnaz, H. A. & İpar, M. S. (2020). Yavaş şehir Akyaka'da aşırı turizm olgusunun esnafın bakış açısıyla değerlendirilmesi, *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 2(1), 39-55.
- Milano, C. (2017). Over-tourism and tourism-phobia: Global trends and local contexts. Barcelona. [https://www.researchgate.net/publication/323174488_Overtourism_and_Tourismphobia_Global_trends_and_lo cal_contexts](https://www.researchgate.net/publication/323174488_Overtourism_and_Tourismphobia_Global_trends_and_local_contexts) Eriřim Tarihi: 15.01.2020.
- Milano, C., Novelli, M. & Cheer, J. M. (2018). Overtourism a Growing Global Problem. <https://theconversation.com/overtourism-a-growing-global-problem-100029> Eriřim Tarihi: 19.01.2019.
- Russo, A. P. & Scarnato, A. (2018) "Barcelona in common": A new urban regime for the 21st-century tourist city?, *Journal of Urban Affairs*, 40:4, 455-474, DOI: 10.1080/07352166.2017.1373023
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenirlilik ve geçerlilik*. Ankara, Türkiye: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (9. Genişletilmiş Baskı). Ankara, Türkiye: Seçkin Yayınevi.
- Yumuk, Y. & Altıntaş, V. (2019). Bodrum'da yaşayan yerel halkın yaşam kalitesi algılarının aşırı turizm (overtourism) kapsamında değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(Özel sayı), 90-102.
- Yüncü, H. R. (2019). Turizmin karanlık yüzü: şehirlerde aşırı turizm. 20. *Ulusal Turizm Kongresi*, 16-19 Ekim 2019, Eskişehir, Türkiye.

Examining of Sharings on Social Media with The Tag "Overtourism": Case of Twitter

Serkan AYLAN

Selçuk University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Konya/Turkey

Fatmanur Kübra AYLAN

Selçuk University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Konya/Turkey

Extensive Summary

Overtourism, which has been one of the issues that has occupied world tourism in recent years, is an excessive tourist crowd that emerges as a result of the tourist hosting far above the tourist carrying capacity that a destination can handle. Overtourism is a phenomenon that threatens world-famous popular destinations in terms of sustainability and affects the daily lives of local people living in tourism regions, both socially and economically. Overtourism has a number of adverse effects not only for local residents but also for tourists that cause overcrowding. There may be many negativities arising from overtourism such as waiting in line for hours to enter a museum or to have a photograph in front of a historical monument, not being able to get on public transport or find a seat in these vehicles, paying more than their worth for souvenirs, encountering unpleasant words or behaviors by local people in the travel experiences of tourists. Tourists can make comments by sharing the overtourism-related situations, events or images they experience or see in their social media posts in the destinations they visit.

This has a qualitative research design and secondary data were used in the research. The purpose of this research is to reveal the perspective of Twitter users towards extreme tourism. For this purpose, the comments shared on Twitter with the #overtourism tag were examined. The posts made on Twitter between June and October 2019 constitute the population of the research. As the sampling method in the research, criterion sampling method, one of the qualitative research sampling methods, was used. The sample of the study consists of 110 comments shared on Twitter using the #overtourism tag between June and October 2019. The data obtained in the study were subjected to descriptive analysis and content analysis, which are among qualitative research methods. In the research, open coding was made by transforming user comments into code. A shared comment can be encoded into multiple themes. For example, a shared comment can be coded twice because it can contain both complaints and recommendations. Therefore, a total of 123 encodings were made. The validity of the study was carried out by the peer confirmation method, and the codings were verified by three faculty members. In order to determine the reliability of the research, the codes related to user comments were examined by an academician who is a tourism field specialist and the codes with "consensus" and "dissensus" were determined. These two forms were subjected to the Kappa test, which is one of the reliability tests between the compromises. It was stated by Şencan (2005) that the Kappa statistic, calculated between 0.40 and 0.75, was a reasonable value and agreement was achieved. Within the scope of the research, it was analyzed with the licensed MAXQDA 18, which is a professional computer assisted qualitative data analysis software (CAQDAS).

According to the findings the research, the countries most affected by overtourism are Italy and Spain, Scotland, Netherlands, France, Indonesia. The cities most affected are Venice, Barcelona, Amsterdam, Rome, Paris, Edinburgh, California and Prague. In Turkey, the city of Bodrum and Istanbul are mentioned that are affected by

overtourism. It is observed that tourism, wildlife, cost of living, local people, cities and tourists in popular destinations are negatively affected by overtourism.

The reasons for overtourism are Airbnb, social media, the density of tour buses, the desire of local people to make economic profit from tourists, mass tourism, lack of planning, cruise traffic and the abundance of transportation facilities. Finally, within the scope of combating overtourism, It is seen that some attempts are made in destinations. For example, some of these initiatives are the introduction of new tourist or accommodation taxes, increasing existing ones, restrictions on visitors to destinations, restrictions on tour buses entering city centers, and implementation of policies such as de-marketing of destinations as in the example of Amsterdam. In this research, the perspective of Twitter users towards overtourism has been tried to be examined. In future researches on the concept of overtourism, the views of tourism stakeholders (tourism enterprises, local people, public administration, tourists) on overtourism can be examined.