

OVERTOURISM AND TOURISMPHOBIA: EVOLUTION OF HOST AND TOURISM RELATIONSHIP

Aşırı Turizm ve Turizm Korkusu: Yerel Halk ve Turizm İlişkisinin Evrimi

Murat DUYAR⁵⁷

Murat BAYRAM⁵⁸

Özet

Aşırı turizm, yerel halkın ya da ziyaretçiler açısından, bir bölgede çok fazla ziyaretçi olduğuna ve bölgedeki yaşam kalitesinin ya da turistik deneyimin kalitesinin kabul edilemez bir şekilde kötüleşmesi anlamına gelmektedir. Aşırı turizm artan tıkanıklık ve kamusal alanların özelleştirilmesi, kruvaziyer turizmdeki artış, mevsimsel ve günlük ziyaretçilerin sayısındaki hızlı büyüme, turizm artışına bağlı emlak spekülasyonunu ve ziyaretçilere karşı yerel halkın satın alma gücü paritesindeki düşüşü, sosyo-kültürel bağlantının ortadan kaldırılması gibi nedenlerle ilgilidir. Bu nedenler neticesinde popüler turistik destinasyonlarda yaşayanlar sınırsız bir turistik büyümeye karşı gelmektedirler. Buna bağlı olarak turistik büyümeyi sürdürülebilir bir şekilde yönetemeden kaynaklı Venedik ve Barcelona başta olmak üzere çok tercih edilen bazı destinasyonlarda turizme ve turiste karşı tutumlar oluşmaktadır. Dünya genelinde istihdam yaratıcı ve gelir getirici önemli bir sektör olarak turizmin büyümesini durdurmadan bu durumu yönetebilecek eylem ve politikaların oluşturulması gerekmektedir. Böylece aşırı turizmden etkilenen destinasyonların yönetilmesi ile birlikte aşırı turizmden etkilenebilecek potansiyel destinasyonların da önlem alması sağlanabilecektir. Bu nedenle çalışmanın temel amacı, aşırı turizm kavramı ve aşırı turizmin etkilerinin mevcut durumunu kavramsal çerçevede incelemektir. Ayrıca araştırmanın sonunda aşırı turizmin etkilerinin yönetilmesine yönelik öneriler de sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Aşırı Turizm, Turizm Korkusu, Sürdürülebilir Turizm, Yerel Halk ve Turizm İlişkisi

Abstract

Overtourism describes destinations where locals or visitors, feel that there are too many visitors and that the quality of life in the area or the quality of the experience has deteriorated unacceptably. Overtourism, is related to a variety of well-established causes, such as increased congestion and privatization of public spaces, explosive growth of cruise tourism, the rapid growth in numbers of seasonal and day visitors, the rise in tourism induced real estate speculation and the associated decline in purchasing power parity of local residents vs. visitors, the dismantling of socio-cultural connectivity. As a result of these reasons, those who live in popular tourist destinations are against to growing an unlimited tourist attraction. As a result, there are negative attitudes towards tourism and tourists in some of the most preferred destinations, especially in Venice and Barcelona, which do not manage to sustain tourism growth in a sustainable way. It is necessary to establish policies and actions that can manage this situation without stopping the growth of tourism as an important employment generating and income generating sector in the world. In this way, it will be possible to manage potential destinations that are affected by over tourism, as well as managing destinations affected by over tourism. Therefore the main purpose of this study is to examine the current situation of the effects of overtourism and overtourism in the conceptual framework. In addition, proposals to manage the effects of overtourism were presented at the end of the research.

Keywords: Overtourism, Tourismphobia, Sustainable Tourism, Host and Tourism Relationship

⁵⁷ MS Student., Pamukkale University, Graduate School of Social Sciences, Department of Tourism Management, Kınıklı, 20160, Denizli, TURKEY., muratduvaraslan@gmail.com

⁵⁸ Correspondence to: Asst. Prof., Pamukkale University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Kınıklı, 20160, Denizli, TURKEY., mbayram@pau.edu.tr

GİRİŞ

Dünyanın en gelişmiş sektörlerinden birisi olarak kabul edilen turizm sektörü ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel birçok boyuta sahiptir. Turizme olan talep birçok insan için hem yeni iş imkânları yaratırken hem de insanlara kültürel farklılıkları görme ve öğrenme imkânları vermektedir. İnsanların turistik amaçlı seyahat etmeleri de birçok ülke için gelişme imkânlarını da beraberinde getirmektedir. Turizm, ülke ekonomilerine ve küresel ekonomiye önemli seviyede katkıda bulunmaktadır. Küresel GSYİH'nin %10,4'ünü oluşturmakta; dünyadaki her on işten birini, dünyadaki toplam istihdamın %10'unu; toplam küresel ihracatın %6,5'ini ve toplam küresel hizmet ihracatının ise %27,2'sini oluşturmaktadır (WTTTC, 2019). Dünya genelinde ulaştırma ve konaklama imkânlarının gelişmesinden dolayı birçok insan yurtiçi ve yurtdışı seyahatlerde bulunmaktadır. 2017 yılında 1,3 milyar insan uluslararası seyahat faaliyetinde bulunurken 1.3 milyar Dolar da turizm geliri elde edilmiştir (UNWTO, 2018a). 2018 yılında ise bir önceki yıla kıyasla %6 büyüme oranı ile dünya genelinde 1,4 Milyar insan uluslararası seyahat faaliyetinde bulunmuş ve en büyük artış oranları Orta Doğu, Afrika ve Asya-Pasifik bölgesinde görülmüştür (UNWTO, 2019a).

Belirli destinasyonların sahip oldukları turist çekici aktivite ve nesnelere dolayı turist akışları o bölgelere doğru olmaktadır. Belirli turistik alanlar, sosyal medya kanallarındaki paylaşımların bir sonucu olarak veya TripAdvisor gibi platformlarda çok sayıda olumlu değerlendirme alarak giderek daha cazip hale gelmektedir (Oklevik vd., 2019: 3). Belirtilen faktörler ile birlikte turist yoğunluğunun artmaya başladığı destinasyonlarda "aşırı turizm, aşırı turizme yatkın şehirler ve turizm korkusu" gibi kavramlar ortaya çıkmaktadır. Aşırı turizm, bir destinasyon veya bunun bir kısmındaki vatandaşların yaşam kalitesi ve / veya ziyaretçi kalitesi üzerindeki algılanan olumsuz etkidir (UNWTO, 2018b). Bir diğer tanıma göre ise aşırı turizm, ev sahibi veya misafirlerin, yerlilerin veya ziyaretçilerin, bölgede çok fazla ziyaretçi olduğunu ve bölgedeki yaşam kalitesinin veya deneyim kalitesinin kabul edilemez bir şekilde kötüleştiğini hissettiği destinasyonları tanımlar (Goodwin, 2017). Turist akışının yerel ekonomilere ve şehir merkezlerine egemen olmaya başladığı ve çok sayıda turistin tek tek ziyaret ettiği yerlerde, "kalabalıklık" konusunda daha kritik algılar ortaya çıkmıştır ve bu gibi durumlarda turizmin olumsuz etkileri, olumlu etkilerini gölgede bırakmaktadır (Oklevik vd., 2019). Aşırı turizmden olumsuz derecede etkilenen bazı destinasyonlarda 2016 yılındaki turist sayıları; Fransa'da 82 milyon, ABD'de 76 milyon, İspanya'da 76 milyon, Çin'de 59 milyon ve İtalya'da ise 53 milyon seviyelerindedir (WTTTC ve McKinsey Company, 2017: 12).

ALANYAZIN TARAMASI

Aşırı turizm kavramı 2016 yılında literatüre kazandırılmıştır ve araştırmacıların ilgilerini çekmeye başlamıştır. Sheivachman'a göre; "Dünya çapındaki popüler destinasyonlara yönelik potansiyel tehlikelere bakmak için yeni bir yapı olarak ortaya çıkmış olan "aşırı turizm" çerçevesinde turizmi güçlendiren dinamik kuvvetler, eğer sürdürülebilir bir şekilde yönetilmezlerse kaçınılmaz olumsuz sonuçlar doğurur" (Sheivachman, 2016). Goodwin ise aşırı turizmi, ev sahibi veya misafirlerin, yerlilerin veya ziyaretçilerin, bölgede çok fazla ziyaretçi olduğunu ve bölgedeki yaşam kalitesinin veya deneyimin kalitesinin kabul edilemez bir şekilde kötüleştiğini hissettiği destinasyonlar olarak tanımlamıştır (Goodwin, 2017).

Literatürde doğrudan aşırı turizm ismiyle yazılmış araştırmalara az rastlanmaktadır. Daha önceki literatüre bakıldığında aşırı turizm kavramına; kalabalıklaşma ve yerel halk ve turist/turizm ilişkisi gibi farklı isimlerle ve bakış açılarıyla yaklaşıldığını görmek mümkündür. Kalabalıklık etkisi, 1970'lerin başlarından beri turizm araştırmalarında devam eden bir konudur. Doxey'in "Rahatsızlık İndeksi" isimli çalışması, algılanan insan yoğunluğundan ve bunun sonuçlarından bahsetmektedir (Doxey, 1975'ten akt. Akis vd., 1996). Daha sonra Emerson'un "Sosyal Değişim Teorisi" (1976), Butler'in "Turistik Ürün Yaşam Eğrisi" (1980) ve Plog'un da (1974) turist tiplerini grupladığı, destinasyonlardaki turist sayısının artmasının bölge sakinleri ve yabancılar arasında bir "uyumsuzluk" kaynağı olabileceğini vurgulayan çalışması; insan etkileşimlerine odaklanan turizm araştırmaları için bir başlangıç noktası niteliğindeki çalışmalardır (Stokols, 1972; Oklevik vd., 2019). Emerson'un ortaya koyduğu "Sosyal Değişim Teorisi"ni turizme uygulayan Ap, turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi için "rasyonellik (ödül/fayda arayışı), tatmin edicilik (en düşük seviyedeki arzuları tatmin etmek), karşılıklılık (karşılıklı memnuniyet) ve adalet" ilkelerinin karşılanması gerektiğini önermiştir ve "Turistlerin yerel halka karşı tutumları olumlu olduğunda, turizm faaliyetleri meydana gelir" anlayışı, bu ilkelerin özünü oluşturmaktadır (Ap, 1992; Getz, 1994). O'Reilly'in "Turizm Taşıma Kapasitesi" savı, destinasyonların yönetiminden sorumlu kişilerin, şehirlerin taşıma kapasitelerini göz önünde bulundurarak plan yapılmasını göz önünde bulundurmaları gerektiğini savunmaktadır (O'Reilly, 1986). Walter, fiziksel taşıma kapasitesi ve insanlarca algılanan taşıma kapasitesi kavramlarından bahsetmiş ve bu kapasiteler aşılmıca turist deneyiminin ve yerel halkın memnuniyetin seviyesinin düşeceğinden bahsetmiştir (Walter, 1982). Kalabalıklık algısı üzerindeki çalışmalarda sonuçlar, insan tiplerine göre algıların farklılaşabileceğini göstermektedir. Urry'in ifade ettiği "bireysel ve kolektif turist bakışı" anlayışında, diğer turistler ile birlikte toplu hâlde seyahat eden turistlerin, vardıkları destinasyonda popüler turist çekim noktalarında bulunan yoğun kalabalığı algılayamadıkları; bireysel seyahat eden turistlerin ise bu noktadaki kalabalık algılarının kolektif hareket eden turistlere göre daha yüksek olduğu

belirtilmektedir (Urry, 1999; Jacobsen vd., 2019). Benzer şekilde İspanya’da bulunan bir ulusal parka gelen ziyaretçilerin kalabalıklık algısı üzerinde yapılan bir çalışmada yaş ve eğitim durumu gibi değişkenlere göre ziyaretçi tipleri; sosyal, spor, öğrenen ve doğa maksatlı ziyaretçiler olarak belirlenmiştir; araştırmanın sonuçları Urry’in belirttiği ”*bireysel ve kollektif turist bakışı*” anlayışı ışığında, spor ve doğa maksatlı ziyaretçilerin kalabalıklık algılarının, öğrenen ziyaretçilerden daha fazla olduğunu göstermiştir (Luque-Gil vd., 2018). Destinasyonlarda kalabalıklaşmanın önüne geçmek için merkezî, ulusal ve bölgesel planlamanın dikkatli ve uzun vadeli yapılması önem arz etmektedir ve destinasyonların salt pazarlanmak amaçlı aşırı ticarileşmesinin önüne geçilmelidir (Tosun ve Jenkins, 1996). Turizm faaliyetinin otantiklik anlayışı içerisinde, yerel halkın günlük yaşamını görmek ve onlar gibi hareket etmek isteyen turistlere pazarlanması ve bu durumun hemen hemen tüm destinasyonlarda görülmesi; turizm kavramını metalaştırmaktadır (Cohen, 1988). Yerel halkı rahatsız etmemek ve turistlerin destinasyondaki otantikliğe erişebilmesi için eşit ve sürdürülebilir boyutta turizme erişimin sağlanması önemlidir (Cohen, 2002).

Urry, ”*Turizmin Tüketimi*” isimli çalışmasında turist mekanlarının, binaların ve anıtların ”bakılarak/ görülerek tüketilmesinden” ve televizyon yayınları, dergi ve gazetelerin bu bakışın temelini oluşturduğundan söz etmiştir. Ayrıca insanların ortak bir şekilde sadece turistik mekânlara bakma amacı ile seyahat ettiklerinden ve bu anlayış ile turistlerin o mekânları tükettiklerinden ve aynı mekânı tekrar ziyaret etme eğiliminde olmadıklarını vurgulamaktadır (Urry, 1990).

Aşırı turizm kavramına doğrudan vurgu yapan araştırmalar, genel olarak, turistleri bölgelere yayma ve turistleri gelirleri, amaçları vb. durumlara göre bölümlere ayırma; yerel halkın kalabalıklık, aşırı turizm ve Airbnb gibi alternatif konaklama yöntemlerine yönelik algısını ölçmek ve bu duruma yönelik çözümler önermek üzerinde yoğunlaşmaktadır (Bresson ve Logossah, 2011; Benner, 2019; Oklevik vd., 2019; Jacobsen vd., 2019; Pinke-Sziva vd., 2019; Gutiérrez-Taño vd., 2019; Panayiotopoulos ve Pisano, 2019; Kušcer ve Mihalič, 2019). Seraphin vd. ise yerel halkın maruz kaldığı olumsuz sosyal ve ekonomik durumlardan dolayı artık turistleri istememesine yönelik eylemler üzerine ortaya çıkan ”*Trexit*” kavramına yönelik bir çözüm olarak destinasyonların daha planlı ve sürdürülebilir bir yönetim anlayışı ile hareket etmeleri gerektiğini önermiştir (Seraphin vd., 2018). ”*Brexit*” kavramına benzer şekilde ortaya çıkan ”*Trexit*” kavramını; ”turistlerin yoğun olarak ziyaret ettikleri destinasyonda artık istenmemeleri” şeklinde açıklayabilmek mümkündür. Nitekim 2017’de yerel halkın turizm karşıtı gösterilerinde ilk kez İspanya’nın Barselona kentinde göze çarpan bir artış görülmüş olup; bu da ”*Trexit*” kavramına benzer şekilde ”*turizm korkusu*” teriminin doğmasına neden olmuştur (Bal, 2018). Turistlere karşı yerel halkın tepki göstermesi durumu, literatürde daha önce üzerinde durulmuş bir konudur (Jacobsen, 2000; Banco, 2007; Owens, 2008; McWha vd., 2015). Jacobsen çalışmasında, yerel halk ve turistlerin destinasyona ilişkin algıları ve özellikle Yunanistan, Mayorka gibi destinasyonlarda yoğunlaşan turistlere karşı yerel halkın geliştirdiği ”*Anti-Turist*” davranışı üzerinde durmuştur (Jacobsen, 2000). Özellikle Avrupa’da yükselen ve aşırı turizmden etkilenen diğer destinasyonlarda da görülmesi olası bir kavram olan turizm korkusu, yerel halkın aşırı turizmden rahatsız olması ile ortaya çıkmıştır. Aşırı turizmin yükselen ev kiralari, çevre kirliliği, zorlaşan günlük hayat gibi olumsuz sonuçlarından rahatsız olan yerel halk toplu protesto gösterileri düzenlemektedir (Coldwell, 2017; Peter, 2017). Özellikle Amsterdam, Venedik, Barselona, Tayland’da bulunan adalar ve Kyoto gibi şehirler yoğun turist akışlarından olumsuz olarak etkilenmektedir. UNESCO’nun yayınladığı listeye göre risk altında olan Viyana şehri (Avusturya), Everglades Ulusal Parkı (Amerika), Ebu Mena (Mısır) ve eski deniz ticaret şehri olarak bilinen Liverpool (İngiltere) birtakım riskler ile birlikte aşırı turizme maruz kalan bazı destinasyonlardandır (WHC UNESCO, 2019).

AŞIRI TURİZME NEDEN OLAN FAKTÖRLER

Artan konaklama ve ulaşım imkânları ile birlikte daha çok insan turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Havayolu taşımacılığının ucuzlaması ve birçok ucuz ulaştırma imkânı sunan havayolu firmasının piyasada hizmet vermesi ile birlikte ulaşım da turistler için kolay ulaşılabilir hâle gelmiştir. Hava erişiminin yaygınlaşmasını teşvik etmeye yönelik eş zamanlı politika önlemlerinin uygulanması ve pazarlama çabalarının teşvik edilmesi de turizm talebinin daha da artmasına katkıda bulunmaktadır (Seetanah vd., 2018). Kruvaziyer turizminin gelişimi ile de insanlar bu paket turları satın almakta, kısa sürede çok sayıda ülke görmekte ve konaklamalarını da bu gemilerde gerçekleştirebilmektedirler. Kruvaziyer turizminin dünya ekonomisindeki payı 35 milyar Dolar olup 2018 yılında 27 milyon kişi kruvaziyer gemi seyahatlerinden yararlanmıştır (Anadolu Ajansı, 2018). Ancak kruvaziyer turizmi çok daha fazla ziyaretçi getirmesine rağmen, ekonomik etkisi göreceli olarak küçüktür; sonuç olarak burada ele alınması gereken en acil sorun, kruvaziyer turizmin destinasyonlarda yarattığı kalabalıklaşma ve insan kirliliği konusudur (Klein, 2011).

Destinasyonlardan sorumlu yöneticiler turistleri, yoğunluğunun yüksek olduğu şehirlerden benzer çevresel özelliklere sahip şehirlere yönlendirme hedefleri doğrultusunda tanıtımlarda bulunmakta veya turistleri şehirlerin az ziyaret edilen noktalarına yönlendirmektedirler. Bu durumda ise o şehirler için ”*under tourism*” olarak da ifade edilen potansiyel bir aşırı turizm şehri olması durumu ortaya çıkmaktadır. Çeşitli internet siteleri aşırı turizmin çözümüne yönelik ziyaret edilebilecek alternatif şehirler listesi yayımlamakta, ancak bu da o şehirlerin potansiyel aşırı turizm destinasyonlarına

dönüşmelerine sebep olmakta ve var olan kalabalığa daha çok kalabalık eklemektedirler (Fitzgerald, 2018; Appelbaum, 2018; Intrepid Travel, 2017). Örnek olarak Amsterdam şehrindeki kalabalığı azaltmak için turistler şehre araçla 22 dakika mesafedeki Muiderslot Kalesi'ne yönlendirilmekte ve bu doğrultuda kalenin tanıtımı maksatlı internet sitesi ve çeşitli tanıtım çalışmaları yapılmaktadır; ancak kalenin otopark sorunu bulunmakta ve toplu taşıma ile ulaşımı kolay olmamaktadır (Muiderslot, 2019).

Orta Sınıfın Yükselişi

Konaklama ve ulaşım imkanlarının yaygınlaşmasına sebep olarak; internete erişimin dünya genelinde kolaylaşması, orta düzeyde bir gelire sahip insan sayısının artması gibi etkenler gösterilebilir. Ekonomisi gelişmekte olan ülkelerin halkları turizm harcamalarında önemli bir paya sahiptir, orta sınıftaki gelişmeler ve bu durumun turizm üzerindeki olası etkileri ise aşağıda verilmiştir (Kharas, 2017: 2);

- Orta sınıfın büyümesi, kırsal alanlardan kentsel alanlara göçle ilişkilidir ve kentsel alanlardaki haneler, özellikle ulaşımında, kırsal alanlardaki hanelerden daha çok karbon ayak izine sahip olma eğilimindedir,
- 2015 yılında orta sınıfın harcama oranı yaklaşık 35 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu harcama oranı ise mevcut küresel ekonominin üçte birini oluşturmaktadır,
- 2016 sonunda orta sınıfta yaklaşık 3,2 milyar insan vardı. Bu, iki ile üç yıl içerisinde, dünya nüfusunun çoğunluğunun ilk kez orta sınıfta veya zengin hanelerde yaşayacağı bir taşma noktası olabileceği anlamına gelmektedir,
- Orta sınıfın artış oranı da mutlak sayılarla, tüm zamanların zirvesine yaklaşmaktadır; her yıl yaklaşık 140 milyon kişi orta sınıfa katılmakta ve bu sayının beş yıl içerisinde 170 milyon kişi seviyesine yükseleceği tahmin edilmektedir.

Usa Visa'ya göre; yükselen küresel seyahat sınıfının (orta sınıf), küresel yaşlanma oranları ve artmakta olan bağlantılar ile birlikte seyahat imkanları da artmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha fazla sayıda orta sınıf bir gelir düzeyine sahip olan insanlar, küresel seyahatin olanaklarının farkında ve seyahate çıkacak kaynaklara sahiptir; 65 yaş üstü gezginler, ortalama seyahat edenlerin hemen hemen yarısı kadar uluslararası seyahate çıkmaktadır ve düşüşte olan genç nesil sayısı ile birlikte 2025'ten itibaren 65 yaş üstü nüfusun da seyahat etme oranı artacaktır (Usa Visa, 2014). Webster ve Ivanov'a göre, hem turist gönderen ülkeler hem de turizm destinasyonları olarak, toplam 3.6 milyar insan nüfusuna sahip olan, "BRIC" (Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin) ve "PINE" (Filipinler, Endonezya, Nijerya ve Etiyopya) ülkeleri, turizm gelişimi için son derece çekici ülkelerdir. Bu ülkelerin her biri, gelecekte, özellikle büyümekte olan orta sınıf pazarında kayda değer bir ulusal turizm talebine sahip olacak veya gelişecek kadar büyüktür (Webster ve Ivanov, 2015). Asya-Pasifik bölgesi ülkelerinde yaşayanlar ise çoğunlukla bölge içinde seyahat etmektedirler, ancak hızla gelişen bu ekonomilerde gelirlerin ve refahın da artmasıyla bu talep daha da artacaktır; ayrıca bu ülkelere yapılan turizm amaçlı seyahat sayıları da gelir artışından daha hızlı büyümektedir (Usa Visa, 2018). 1.3 milyarlık yüksek nüfusuyla dikkat çeken ve uluslararası turizm faaliyetlerinde bulunan Çinli turistlerden yalnızca 120 milyonu (%8.7) pasaporta sahiptir ve 2020 yılında bu sayının 240 milyona yükseltilmesi hedeflenmektedir (Jing Travel, 2018).

Paylaşım Ekonomisi

İnsanların orta gelir düzeyine sahip olması da "paylaşım ekonomisi" kavramını ortaya çıkarmıştır. Paylaşım ekonomisi olgusu, internetteki çeşitli bilgi sistemleri aracılığı ile fiziksel ve fiziksel olmayan mal ve hizmetlerin paylaşımını basitleştiren bir takım teknolojik gelişmelerden kaynaklanmaktadır (Hamari vd., 2015: 2048). İnsanlar, konaklama için "Airbnb, Couchsurfing" gibi alternatif konaklama yöntemlerinden yararlanarak tatillerinde otellere kıyasla daha ucuz bir şekilde konaklamaktadırlar. Benzer şekilde insanlar, karayolu ulaşımı için "Uber, Zipcar" gibi paylaşım temelli alternatif ulaşım yöntemleri sunan çevrimiçi internet uygulamalarından yararlanarak ulaşım ihtiyaçlarını diğer karayolu ulaşım araçlarına kıyasla daha ucuz bir şekilde karşılayabilmektedirler. Airbnb'nin bir çevrimiçi otel bulma uygulaması olan "HotelTonight"ı satın alması ve Asya'da etki alanına sahip olan "Oyo" çevrimiçi otel bulma uygulamasına olan olası yatırımı, şirketin büyüdüğünün ve geleneksel konaklama anlayışını temelden değiştirebileceğinin, hatta değiştirmeye başladığının göstergeleridir (Ting ve O'Neill, 2019; Somerville, 2019). Airbnb'nin yükselişi destinasyonlar için büyük bir önem taşımaktadır, çünkü birçok Airbnb kiralama teknik olarak yasa dışıdır; bu yüzden destinasyonlar, hem faydalar hem de maliyetler sergileyen popüler bir yasadışı etkinliğe nasıl cevap vermeleri gerektiğine karar vermelidir (Guttentag, 2013: 1193). Bununla birlikte otel işletmeleri gibi belli noktaların yerine yerel halkın bulunduğu apartmanlarda da turistlerin sayısının artması ile paylaşım ekonomisini oluşturan unsurlar da destinasyonlarda kalabalıklaşmaya neden olmaktadır.

Medyanın Etkisi

2007' de yayınlanan "Bucket List" (Yapılacaklar Listesi) filmi ve bu filmin etkisi ile çeşitli internet sayfalarının yayınladıkları "Bucket List" (görülecek/yapılacak şeyler), "Ölmeden Önce Görülecek Yerler" gibi etkenler ile insanlar ortak bir şekilde o

yerlere gidip belirli aktiviteleri yapmak için seyahatlerde bulunmaktadırlar (Corsano, 2017; Bucket List, 2016). Bu aktiviteler; Kızıldeniz’de balıklarla dal, Venedik’te yerli gibi yaşa, kuzey ışıklarını izle vb. şeklinde örneklendirilmektedir. Machu Picchu ve Venedik gibi dünyanın en hassas tarihi yerlerinden bazılarındaki yabancı ziyaretçi sayısındaki ani bir artış ile de ilişkilendirilen “Yapılacaklar/Görülecekler Listesi” kavramı, seyahat deneyimlerini metalaştırmakta ve insanları daha farklı seyahat zevkleri yaşamaktan uzaklaştırmaktadır (Dickinson, 2018). Bu konudaki metinlerin ortak özelliği, insanlara yalnızca “ne göreceklerini” önermek yerine, o yerlerin en iyi “nasıl” görülüp hissedileceği konusunun üzerinde durmalarıdır ve bu kavram kişinin kimlik, benlik, mutluluk ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarını yönlendiren, ortaya çıkmakta olan kültürel bir birliği temsil etmektedir (Thurnell-Read, 2017: 61).

AŞIRI TURİZMİN YEREL HALK VE ÇEVRE ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Turizm, yalnızca önemli bir gelir ve istihdam yaratıcı ekonomik bir faaliyet olmasının dışında, yoksulluğun azaltılması üzerindeki etkisiyle sosyal kalkınmayı da teşvik eder; ancak turizmin gelişimi aynı zamanda, istenmeyen bazı sosyal, kültürel ve çevresel rahatsızlıkların da önemli bir nedenidir (Timur ve Getz, 2009). Yine Timur ve Getz (2009), kentsel destinasyonlarda turizmin büyümesinin; çevrenin korunması, mirasın korunması, sosyal yapı ve kültürel değerlerin korunması ve sakinler için istenen yaşam kalitesinin korunması gibi çeşitli zorluklar yarattığını ifade etmişlerdir. Gössling ise, turizmin küresel çevre değişikliğini etkilediği beş ana alanı: arazi örtüsü ve arazi kullanımı değişikliği, enerji kullanımı, yaşamsal değişim ve vahşi türlerin yok olması, hastalıkların dağılması, çevrenin seyahat yoluyla algılanması ve anlaşılmasındaki değişiklikler olarak belirlenmiştir. Arazileri trafik, inşaat vb. amaçlarla başkalaştırma, biyolojik çeşitliliğe zarar verebilir (coğrafyaya göre sonuçlar değişebilir); sanayileşmiş ülkelerde gezginlerin uzun mesafeli uçuş yapmaları küresel ısınmaya en büyük etkiyi verir; turizm, hastalıkların bulaşmasında ve dağılımında önemli bir faktördür; turistler ayrıca, mevcut sağlık sorunlarına ek olarak yerel halkın alkol, tütün vs. tüketiminin artmasına neden olabilecek fikir, değer ve normlardaki değişikliklerden de sorumludur ve son olarak turizm, su ve diğer doğal kaynakların aşırı tüketiminde de etkilidir (Gössling, 2002).

2018 verilerine göre Tablo 1’de, 1.000 vatandaş başına düşen toplam turist sayısına göre, dünyada en çok ziyaret edilen 20 ülkeyi göstermektedir (Joseph, 2018). Tablo 1’e göre, birçok ada ülkesi aşırı turizmle karşı karşıya kalmaktadır. Ülke nüfusları ada ülkelerine oranla daha çok İspanya gibi ülkeler de destinasyon odaklı yoğunlaşmaların yaşandığı görülmektedir.

Tablo 1: Bin (1.000) Vatandaş Başına Düşen Turist Sayısı

Sıra	Ülkeler	Bin vatandaş başına düşen turist sayısı	Sıra	Ülkeler	Bin vatandaş başına düşen turist sayısı
1	İzlanda	6,600	11	Antigua ve Barbuda	2.400
2	Malta	5,300	12	Singapur	2.400
3	Bahamalar	3,800	13	Yunanistan	2.400
4	Hırvatistan	3.700	14	Barbados	2.300
5	Avusturya	3.400	15	Saint Lucia	2.200
6	Maldivler	3.200	16	İrlanda	2.100
7	Kıbrıs	3.000	17	Danimarka	1.900
8	Karadağ	2.900	18	İspanya	1.800
9	Bahreyn	2.900	19	Lüksemburg	1.700
10	Estonya	2.500	20	Slovenya	1.700

Aşırı turizm, herhangi iki destinasyonda tam olarak aynı değildir ve turistlerin aşırı kalabalıklaşması ile ilgili olarak destinasyonlarda genellikle beş tip soruna rastlanılmaktadır, bu sorunlar; (1) yabancılaşmış yerel halk, (2) bozulmuş bir turist deneyimi, (3) aşırı yüklenilmiş altyapı, (4) doğaya zarar ve (5) kültür ve mirasa yönelik tehditler şeklindedir (WTTC ve McKinsey Company, 2017: 8). Yabancılaşmış yerel halka örnek olarak; Nikjoo ve Bakhshi’nin, İran’da paylaşılmış turist fotoğraflarındaki yerel halkın varlığı üzerine yaptıkları araştırma sonuçları gösteriyor ki insan varlığına sahip fotoğrafların sadece %10’u turistlerin yerel halktan alışveriş yaparken etkileşimini bir arada göstermektedir. Bu ve bunun gibi bulgular da çoğu bölgede yerel halkın ev sahipliği rolünden tüccar rolüne kaydığını göstermektedir (Nikjoo ve Bakhshi, 2019; Cohen vd., 1992). 13 Avrupa şehrinde aşırı turizmin, turizm paydaşları ve yerel halk üzerindeki etkileri üzerine yapılan araştırmada belirlenen sosyal ve çevresel boyuttaki zararlar şunlardır (Koens vd., 2018);

- Şehirlerin caddelerinde, toplu taşımada ve trafikte aşırı kalabalık,
- Gürültü, yerel halka rahatsızlık verme ve yerel kimliğin kaybı,
- Yerli halk için yerel hayatın, turist aktivitelerinden dolayı zorlaşması,
- Airbnb gibi çevrimiçi platformlardan dolayı yerli halk için daha az konut imkânı,
- Topluluk kimliği ve güvenlik hissini kaybı,

- Atık, kirli su ve kruvaziyer gemilerinin yol açtığı hava kirliliği; uzun vadeli zarar ise iklim değişikliği,
- Şehir merkezlerinde araçlar için park yeri zorluğu ve pahalılığı,
- Ev kiralardaki yükselişten dolayı yerli halkın şehir dışına taşınması.

Kuşçer ve Mihaliç'in, Slovenya'nın başkenti Ljubljana'da, yerel halkın aşırı turizmden doğan rahatsızlığı üzerine yaptıkları çalışmada; aşırı turizmin hayat kalitesi, hava kirliliği, trafik ve kalabalıklaşma gibi olumsuz etkilere yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır (Kuşçer ve Mihaliç, 2019). Belirtilen sorunlar şehirden şehire göre değişmektedir. Çünkü her bir destinasyonun sahip olduğu turistik ziyaret mekanları farklıdır. Örneğin turistler Amsterdam'a yoğunlukla uyuşturucu ve insanların cinsel meta olarak kullanıldığı Kırmızı Fener bölgesine seyahatlerde bulunurken İzlanda'ya bölgenin sahip olduğu doğal güzelliklerden dolayı ziyaretlerde bulunmaktadır. Bu durumda da Amsterdam'da uyuşturucunun sebep olduğu kavga vb. sosyal olaylar görülürken; İzlanda'da ise kalabalık etkisinden dolayı doğal çevrenin zarar görmesi durumu söz konusu olmaktadır. Benzer olarak Budapeşte'nin gece hayatı ve bunun sonucu olarak insanlar arasında kavga, gürültü gibi sebeplerden dolayı bölgede yaşayan yerel halkın turistlerden rahatsız olması durumu sık görülmektedir (Pinke-Sziva, 2019). Örneğin Gong vd.'nin Bangkok sakinlerinin Çinli turistlere yönelik algıları üzerine yaptıkları çalışmaya göre Çinli turistlerin davranışlarını genel olarak biraz sorumsuz olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır (Gong vd., 2018).

Ulaşım imkânlarının gelişmesi de bir takım sorunları beraberinde getirmiştir. Kruvaziyer gemiler ile seyahat eden yolcu sayısı 1970 ve 2011 arasında 30 kattan fazla artmıştır ve bu durum kruvaziyer turistlerin kıyıya bıraktığı ayak izi de dahil olmak üzere çevresel etkiler ve tehditler hakkındaki endişeleri beraberinde getirmiştir (Klein, 2011). Rico vd.'nin Barselona şehrinde turizmin karbon salınımına etkileri üzerine yaptığı araştırma sonuçlarına göre; ana emisyon kaynağı %95,6 oranla taşımacılıktır (özellikle havayolu); ziyaretçilerin karbon ayak izinin yalnızca %4'ünden konaklama, eğlence, profesyonel etkinlikler ve şehir içi ulaşım sorumludur ve Barselona'da turizmin karbon ayak izi miktarı 9.5 milyon ton olarak belirlenmiş olup bu durum kentin 2015 yılında aldığı 33 milyon ziyaretçinin doğrudan veya dolaylı olarak faaliyetinden kaynaklanmaktadır (Rico vd., 2019). Kruvaziyer turizm, çevredeki turistlerin yoğun akışından kaynaklanan gürültü veya emisyon gibi sorunlara yol açan kanalları kapatarak, turizm planlayıcılarını diğer alternatifleri keşfetmeye zorlayan durumlar yaratmaktadır; bu yüzden hükümetler ve yolcu gemileri alan şehirlerin, şirketleri turizm vizyonlarını değiştirmeye zorlayan bu turizm faaliyetinin sürdürülebilirliğini gerektiren yeni normlar oluşturmak zorunda kalmaları olasıdır (Ruiz-Guerra vd., 2019).

Aşırı turizmden oldukça etkilenen şehirlerden biri de Venedik'tir. Şehir, UNESCO Kültürel Miras Listesi'ndedir. Şehir merkezinde 52.845 kişi yaşamaktadır (Venessia, 2019a). Günlük en az 60 bin turistin geldiği Venedik'te, azalan nüfusun en büyük etkenlerinden biri Airbnb'nin ev kiralari üzerindeki etkisidir; bu yüzden halk protesto gösterileri düzenlemekte ve her yıl en az 1000 kişi ev kiralalarının ve ev fiyatlarının daha ucuz olduğu şehrin dış kısımlarına doğru göç etmektedir (Agence France, 2016; Ghiglione, 2018; Idealista, 2019). Gant bu zorunlu göç durumunu "toplu hâlde yerinden edilme" şeklinde adlandırmaktadır (Gant, 2016). Şehir, sahip olduğu bu az nüfusa oranla yıllık 3 milyon turist almakta ve sadece turistlere hizmet eden bir hâlde gelmektedir. Bu durumun toplum üzerinde yarattığı olumsuz etkiye karşı halk "%100 Venedikli" yazan tişörtler giyerek ve aynı yazının bulunduğu yapışkan etiketleri yerli dükkânlara yapıştırarak birbirlerinden alışveriş etmektedirler (Venessia, 2019b). Venedik ve diğer turistik destinasyonlarda aşırı turizmin ortaya çıkmasında en büyük rolü Airbnb gibi, kısa dönemli, paylaşım temelli konaklama çeşidi oynamakta ve bu kısa dönemli evlerini kiralaayan mülk sahipleri bazı şehirlerde yasak olduğu hâlde dairelerini kiralamaya devam etmektedirler (Guttentag, 2018; van der Zee, 2016). Venedik'e benzer şekilde, bazıları risk altında olan; Mayorka, Barcelona Amsterdam, Boracay Adası, Angkor Wat Tapınağı, Galapagos Adaları, Macchu Picchu Antik Kenti, İzlanda, Santorini Adası, Bali, Dubrovnik, ABD'deki bazı ulusal parklar, Tayland'ın Adaları ve hatta Everest Dağı bile aşırı turizmden olumsuz derecede etkilenen destinasyonların başında gelmektedir (Cnt Editors, 2018). Everest'te 2018 yılında yerli halk, tırmanışçıların bıraktığı çöpleri toplama kampanyası başlatmış; 1200 kg çöp toplanmış ve hâlâ daha 100 ton çöpün olduğu bilinmektedir (BBC, 2018). Ayrıca Çin hükümeti Everest Dağı'nın Tibet yönündeki girişini, tırmanışçıların bıraktıkları çöplerden dolayı süresiz olarak kapatma kararı almıştır (Hughes, 2019). İtalya, Portekiz, İspanya ve Yunanistan'da aşırı turizme karşı yapılan eylemler diğer destinasyonlara da yayılmakta ve artmaktadır (Moor, 2017). Bu şehirlerde aşırı turizme karşı alınan önlemler ise henüz yeterli seviyede değildir.

AŞIRI TURİZMİ YÖNETMEK

Dünya çapındaki popüler destinasyonlara yönelik potansiyel tehlikelere bakmak için yeni bir yapı olarak ortaya çıkmış olan "aşırı turizm" çerçevesinde turizmi güçlendiren dinamik kuvvetler, eğer iyi yönetilmezlerse kaçınılmaz olumsuz sonuçlar doğuracaktır (Sheivachman, 2016). Turizmin etkileri çeşitli, karmaşık ve çok yönlüdür; bu yüzden aşırı turizm terimi, bu karmaşıklığı tamamen kapsamamaktadır ve her ülkenin sorununun çözümüne uyan net bir çözüm yolu da yoktur (Koens vd., 2018). UNWTO'nun toplantısında dönemin Genel Sekreteri, "Büyüme düşmanımız değil; rakamlar düşmanımız değil; çözüm yolu, büyümeyi sürdürülebilir, sorumlu ve akıllı bir şekilde yönetmek ve büyümenin gücünü kendi avantajımıza kullanmaktır" demiştir ve turist aktivitelerinin çeşitlendirilmesi, mevsimselliğin azaltılması ve az turist alan destinasyonlarda farkındalığı artırmanın önemini vurgulamıştır (Media UNWTO, 2017).

Aşırı turizm birçok destinasyonda; ziyaretçileri yönetme kapasitesi sorunu, şehir çapında bir sorundan ziyâde yerel hâle gelmiş bir sorun, turizmin ötesinde bir sorun ve sadece teknolojik çözümlerin ötesinde bir sorun boyutlarına ulaşmıştır (UNWTO, 2018b). Örneğin aşırı turizm, kimi destinasyonlarda çevresel kaynaklara zarar verirken kimi destinasyonlarda ise sosyal kaynaklara zarar vermektedir. Bu yüzden çözümler destinasyonlara özgü olmalıdır. Ayrıca destinasyonların pazarlanmasına yönelik çabalar yerine destinasyonların yönetimine yönelik çabalar önem kazanmaktadır. Destinasyonu pazarlamak yerine sürdürülebilir bir şekilde yönetmek; devamlılığını sağlayabilmek, yönetim fonksiyonunun bir unsurudur ve bir taraftan ziyaretçi memnuniyetini sağlarken, diğer taraftan olumsuz etkileri ve kaynakların tahribatını en düşük düzeyde tutacak somut plan ve modellere ihtiyaç vardır (Doğan ve Gümüş, 2015). Nihai çözüm için ise turizm sektöründe hizmet veren paydaşlar, kamu görevlileri ve yerel halk bir araya getirilmeli ve herkesin faydasına olacak çözüm yolları üzerinde durulmalıdır. Destinasyonlar için ortak bir çözüm önerisi olarak ifade edilebilecek bazı çözüm yolları vardır ve bu yöntemler destinasyonların kendi sorunlarının yapısına göre uyarlanmalıdır (WTTC ve McKinsey Company, 2017: 8-9);

- Kapsamlı bir turist akışı bilgi tabanı oluşturulmalı ve düzenli olarak güncellenmelidir,
- Sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmek için titiz ve uzun vadeli bir planlama yapılmalıdır,
- Toplumun tüm kesimleri dâhil edilmelidir (seyahat acenteleri, özel ve kamusal işletmeler, devlet, yerel halk vb.),
- Ziyaretçilerin ziyaret zamanları düzenlenmelidir (günlük, haftalık, sezonluk vb.),
- Arzı ve talebi dengelemek için fiyatlandırma ayarlanmalıdır,
- Konaklama imkânları düzenlenmeli ve denetlenmelidir.

Bu öneriler ışığında aşırı turizme neden olan bir takım faktörlerin çözümüne yönelik öneriler ve destinasyonların uyguladıkları bazı yöntemler aşağıda sunulmuştur.

- Bölgenin taşıma kapasitesi aşılmadığı sürece sınırlı konaklama olanaklarına sahip daha az gelişmiş turizm destinasyonları, Airbnb gibi konaklama imkânlarını kullanarak potansiyel gezginleri bu destinasyonlara yönlendirebilir (Tussyadiah ve Pesonen, 2016). Ancak burada denetleme ve bu durumu yönetim organlarının rolü çok önemlidir. Aksi durumda denetleme olmazsa durum, birçok destinasyonda olduğu gibi kontrolden çıkabilir.
- Kruvaziyer turizminin olumsuz etkilerine yönelik limanlar ve kruvaziyer firmaları birlikte, limanların, liman şehirlerinin ve turistik yerlerin gerçekçi taşıma kapasitesini belirlemeli ve daha sonra bu sınırlar içerisinde kalan güzergâhları ve limanları planlamalıdır (Klein, 2011).
- Doğal kaynakların en uygun şekilde kullanılması, çevre koruma, ev sahibi toplulukların sosyo-kültürel yönlerine saygı gösterilmesi, turizm işletmelerinin uzun vadeli ekonomik uygulanabilirliği ve sosyo-ekonomik faydaların tüm paydaşlara adil şekilde dağıtılması gibi sürdürülebilir turizm ilkeleri tüm turizm türlerine uygulanabildiği gibi aşırı turizme yönelik olarak da kullanılabilir (Tiwari vd., 2013).
- Topluluğun güçlendirilmesini kolaylaştırmak için, paydaşların sürdürülebilirlik konusunda eğitilmeleri, işbirliğine dayalı eylemlerin teşvik edilmesi gerekmektedir ve işbirliği eyleminin açık yararlarının tüm paydaşlara gösterilmesi gerekmektedir (Timur ve Getz, 2009).
- Destinasyonların planlama yaparken sürdürülebilirliği dikkate almaları; turistlerin de çevreye ve topluma saygılı şekilde hareket etmeleri önemlidir (Mihalic, 2016).
- Daha kârlı, istikrarlı, esnek ve potansiyel olarak daha sürdürülebilir işletmeler oluşturmak için mevcut turizm sistemlerini iyileştirmeye etmeye yönelik faaliyetlere önem verilmelidir (Gössling vd., 2015).
- Ziyaretçilerin destinasyonlarda daha uzun süre kalmaları sağlanmalıdır; bu da hava yolu taşımacılığı talebini azaltabilir (Oklevik vd., 2019).
- Destinasyonlarda karbondioksit salınımını azaltmak için stratejik olarak taşımacılığa ve aynı zamanda konaklamaya odaklanan girişimler gereklidir; toplu taşımacılığa geçiş teşvik edilebilir; ek olarak, yerel yönetimlerin taksi filosunu elektrikli hâle getirme çabaları da salınımların azaltılmasında olumlu bir etki yaratacaktır (Rico vd., 2019).

- Destinasyonlar, Oslo ve Medellin şehirlerinin yaptığı gibi, mevsimselliğin kaldırılıp faaliyetlerin tüm seneye yayıldığı; birden fazla bölgede birden fazla aktivitenin sunulduğu; ulaşım imkanlarının teleferik gibi araçlar ile çeşitlendirildiği; turist gruplarının bölümlendirilip, farklı talep ve ihtiyaçlara göre hizmetlerin sunulduğu net ve planlı bir tanıtım faaliyeti yürütmelidirler (Peltier, 2019; Peltier, 2017; Visit Oslo, 2019; Bureau Medellin, 2019). Özellikle Oslo şehri, insanları aşırı turizmden etkilenen şehirler yerine Oslo'yu ziyaret etmeleri yönünde teşvik ederek turizm tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler (Visit Oslo, 2019b).
- Venedik Şehri'nin "#Detourism" isimli iletişim kampanyası, farklı bir Venedik'in farkındalığını artırmak ve sakinlerin günlük yaşamına özenli, uyumlu, yavaş ve sürdürülebilir turizmi teşvik etmeyi ve turistlere şehrin diğer noktalarını ziyaret etmelerini teşvik etmeyi amaçlamaktadır (Comune Venezia, 2019).
- Aşırı turizme paralel bir eğilim şeklinde ortaya çıkan "under tourism", kendilerini diğer şehirlerin dolu caddelerine karşı heyecan verici alternatifler olarak tanımlayan bazı gelişmekte olan destinasyonlarda ortaya çıkmakta; ancak bu yayma yaklaşımı da sorunu çözmek yerine başka bir yere kaydırmaktadır (Peltier, 2019). Bu alternatif öneri, nihai çözüm olmamakta, sığ ve geçici bir çözüm olarak kalmaktadır.
- İtalyan Parlamentosu'nca yapılan oylama sonucu onaylanan yasaya göre çeşitli dönemlere göre turistlerden 2,5 Avro'dan 10 Avro'ya kadar değişen şehre giriş ücreti alınacak; bu sistem ile de gelen turist sayıları da daha iyi takip edilebilecek ve bu toplanan paralar da turistlerin bıraktıkları çöpleri temizlemek için kullanılacaktır (Giuffrida, 2018).
- Çinli turistlerin çeşitli destinasyonlarda yaptıkları çevreyi rahatsız edici ve tarihî eserlere zarar verici hareketlerinden dolayı Çin hükümeti bu şekilde davranan kişileri kara listeye almış ve onların seyahat haklarını da kısıtlamıştır (Kuhn, 2015).
- İspanya'nın gözde tatil bölgelerinden Mayorka adasında turist karşıtı yapılan protestolar sonucunda yerel halkın talebi doğrultusunda belirlenen mekânlar dışında alkol tüketimi yasaklanmış ve adaya gelen turistlerden alınan verginin artırılması sonucu bu meblağ günlük ve kişi başı 4 Avro olacak şekilde belirlenmiştir (Morris, 2018a; Milliyet, 2019).
- Amsterdam Belediye Konseyi'nin şehirdeki turist sayısını azaltmak amacıyla onayladığı, şehir merkezindeki turistik ürün satışı yapan 40 sokağı etkileyecek olan karara göre; turistlere yönelik hediyelik eşya satışı yapan, bisiklet kiralayan dükkânlar açılmasına sadece belediye izin verecek ve ayaküstü yiyecek satışı yapan dükkânlar ise kapatılacaktır (Pieters, 2017).
- Amsterdam şehri Airbnb ve birden çok kişinin kullanabildiği bira içilen bisikletleri çevreye rahatsızlık verdiği sebebiyle mahkeme kararıyla yasaklamayı düşünmektedir (Gamp, 2018).
- New York şehri kanunlarına göre Airbnb ve türevleri kanunen yasaktır ve mahkeme; evlerini, dairelerini kiralamaya devam eden mülk sahiplerine büyük cezalar kesmektedir (Sanders, 2019).
- Filipinler'e bağlı Boracay adası tekrar eski haline getirilene kadar turistlere kapatılacak ve kıyı kesiminde dalış, su sporları, sigara içmek, yiyecek ve içecek tüketmek, gece ışık yakmak, plastik poşet kullanmak yasaklanacaktır (Morris, 2018b).
- "Sahil" isimli bir filme de konu olan Tayland'ın ünlü Maya Koyu her gün binlerce turistin ziyareti nedeniyle bozulan ekosisteminin iyileştirilmesi için süresiz kapatılmıştır (Cripps, 2018).
- Venedik ve Dubrovnik gibi şehirler, kapasite aşımı olduğu için limanlarına gelen yolcu gemilerini başka şehirlere yönlendirmiştir (Morris, 2018a).
- UNESCO'nun doğal miras listesinde olan ve aylık ortalama 10 bin ziyaretçi alan Endonezya'ya bağlı Komodo Adası Ulusal Parkı'nda nesli tükenme tehlikesi ile karşı karşıya olan komodo ejderlerinin 41 tanesinin çalınıp, satılması sonucunda Endonezya hükümeti adayı bir yıllığına turistlerin ziyaretine kapatma kararı almıştır (Cripps, 2019).
- Kuzey Kore'nin, dünyaya açılmasının ardından günlük 1800 ziyaretçi adayı ziyaret etmeye başlamış ve ardından hükümet, henüz turizm altyapısı sağlanmadığından dolayı yıllık 1000 ziyaretçi kotası koymuştur (Eaves, 2019).
- Japonya hükümeti kiraz ağaçlarının açma dönemi olan Mart ve Nisan ayları arasında 2018 yılında 5,5 Milyon uluslararası ziyaretçi sayısına ulaşılmış ve dini yönden önemi olan Fushimi İnari Tapınağı ve Nanzoin Tapınağı'nın aşırı kalabalıklaması üzerine ziyaretçilerin tapınaklara girişini yasaklama kararı almıştır (Hutton, 2019).
- Turistlerin sadece Instagram fotoğrafı çekmek için Paris sokaklarında kalabalıklık yaratmaları ve evlerinde yemek yiyenlerin fotoğraflarını çekmeleri rahatsızlık uyandırmış ve yerel halk, bu durumun önlenmesi için yetkili makamları göreve çağırmıştır (BBC, 2019).

- Telefon sinyallerini takip eden görüntülü takip teknolojileri, turistlerin mekânsal ve zamansal davranışlarını analiz etmek için etkili araçlar olarak kullanılabilir (Shoval ve Isaacson, 2007). Bu teknolojiyi Çin hükümeti ülkedeki milyonlarca kamera ile bir görüntüleme merkezinden takip ederek kullanmaktadır (Siqi, 2018).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma aşırı turizm ile ilgili genel tartışmaya katkıda bulunmaktadır. Aşırı turizm kavramı ve etkileri çok boyutlu olup destinasyondan destinasyona değişmektedir. Çözümüne yönelik net bir cevap bulunmamakla beraber çözüm yollarının destinasyona özgü olması daha uygundur. Aşırı turizme neden olan sebeplerden biri olan konaklama ve ulaşım imkânlarının çeşitlenmesi ve ucuzlaması insanları turizm faaliyetlerine katılmaya teşvik etmektedir. Ucuz uçak biletleri ve paket tur dâhilindeki kruvaziyer gemi seyahatleri insanlara kolay ve ucuz seyahat imkânları sunmaktadır. Konaklama imkânlarının artmasına örnek olarak gösterilen ve birçok destinasyonda hizmet veren Airbnb gibi konaklama türü ile insanlar otellerde konaklama yerine ev sahiplerinden çevrimiçi olarak kiraladıkları dairelerde daha rahat ve ucuz bir şekilde konaklayabilmektedirler. Ancak bu gelişimlerin topluma ve çevreye yönelik bir takım olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Kruvaziyer gemileri ve uçaklar, doğaya bıraktıkları gazlar ile çevre ve denizler için bir tehdit oluşturmaktadır. Airbnb gibi konaklama türleri ise ev kiralarının artmasına ve insanların şehir dışındaki daha ucuz yerlere taşınmalarına sebep olmaktadır. Bu etkenler denetlenmeli, kontrol edilmeli ve bir takım kısıtlamalar getirilmelidir. Aşırı turizmin önüne geçmek için insanlara turizm faaliyetinde bulunmalarını yönünde telkinler yapmak yerine mevsimsellik kaldırılıp sezon, tüm yıla yayılmalı; insanların destinasyonlarda uzun vadeli konaklamaları teşvik edilmeli; destinasyonlardaki aktiviteler artırılmalı; müşteri bölümlendirmesi yapılmalı, planlamalar daha derinlemesine ve uzun vadeli yapılmalıdır. Tabii ki her destinasyon kendi sorununa uygun çözüm yolunu denemelidir. Aşırı turizm probleminin çözümünde ziyaretçilere de roller düşmektedir. Örneğin yüksek sezonda bir destinasyona seyahat etmek yerine düşük sezonda seyahat edilebilir; çevreye ve yerel halka saygılı bir şekilde hareket edilebilir ve Airbnb gibi konaklama yöntemini kullanmak yerine diğer konaklama yöntemleri tercih edilebilir. Artan orta sınıf da yükselmeye devam edecek ve belirli bir gelir düzeyi ile birlikte turizm faaliyetlerinde bulunacaklardır. Bu yüzden uzun vadeli ve hedef pazara yönelik planlamalar yapmak önemlidir.

Aşırı turizme yönelik olarak yapılan mevcut çalışmadan destinasyonlara yönelik çözüm yolları çıkarabilmek mümkündür. Aşırı turizmin destinasyonlarda ortaya çıkma sebeplerine genel bir bakış ile bakılacak olursa, çoğu destinasyondaki sorunun temelini planlama eksikliğinden kaynaklandığı söylenebilir. Pek çok turist destinasyonlara özgü bazı ziyaret yerlerini daha yoğun bir şekilde ziyaret etmektedirler. Buna örnek olarak Paris'te Eyfel Kulesi, ABD'de Times Meydanı, Londra'da Big Ben, Mısır'da ise piramitler verilebilir. Burada medyanın etkisi de büyüktür. Ancak destinasyonlardan sorumlu kişilerin tanıtım çalışmalarını sadece bir veya iki özel yere odaklamak yerine daha çok aktivite ve gezilip görülecek yer sunup tanıtımlarını bu doğrultuda yapması daha faydalı olacak ve daha uzun vadeli, olumlu sonuçlar getirecektir. Ayrıca turistlerin de bilinçli olması, sosyal ve fiziksel çevreye saygılı bir şekilde hareket etmeleri önemlidir. Turizm hizmetini sunan ve bundan faydalanan iki ögenin birbiri ile uyumlu bir şekilde hareket etmesi toplum ve çevre için önem arz etmektedir.

Genel olarak, bu çalışma aşırı turizm kavramı, etkileri ve yönetimine yönelik kavramsal bir katkı sunmaktadır. Ayrıca çalışma, aşırı turizm kavramı bağlamında politika, planlama ve düzenlemenin önemini göstermektedir. Gelecekteki çalışmalar aşırı turizmin etkilerinin doğrudan yaşandığı bölgelerde uygulamalı olarak gerçekleştirildiğinde yerel halk ve turist ilişkisinin derinlemesine anlaşılmasını sağlayacaktır.

EXTENDED ABSTRACT

OVERTOURISM AND TOURISMPHOBIA: EVOLUTION OF HOST AND TOURISM RELATIONSHIP

INTRODUCTION

Due to tourist attractions and objects of certain destinations, tourist flows are directed towards those regions. Specific sites may become increasingly attractive as a result of discussions in social media channels, or as recipients of high numbers of 'like' or positive evaluations on platforms such as TripAdvisor (Oklevik et al., 2019: 3). Overtourism describes destinations where hosts or guests, locals or visitors, feel that there are too many visitors and that the quality of life in the area or the quality of the experience has deteriorated unacceptably (Goodwin, 2017). Overtourism, is related to a variety of well-established causes, such as increased congestion and privatization of public spaces, explosive growth of cruise tourism, the rapid growth in numbers of seasonal and day visitors, the rise in tourism induced real estate speculation and the associated decline in purchasing power parity of local residents vs. visitors, the dismantling of socio-cultural connectivity. For such reasons, those who live in popular touristic destinations are against to growing an unlimited touristic growth. Therefore, the main purpose of this study is to examine the concept of overtourism and the current state of the effects of overtourism in a conceptual framework. In addition, proposals to manage the effects of overtourism were presented at the end of the research.

LITERATURE REVIEW

When the related literature is examined, it is possible to see that researchers are approached to the concept of overtourism with different names and perspectives as crowding, locals and tourist/tourism relationship etc. Crowding effect has been an ongoing issue in tourism research since the early 1970s. Doxey's "Irritation Index" emphasizing about perceived human density and its consequences (Doxey, Akis et al. referred from 1975, 1996). Later, Emerson's "Social Exchange Theory" (1976), Butler's "The Tourism Area Life Cycle" (1980) and Plog's (1974) work which he grouped the types of tourists emphasizing that the increase in the number of tourists in destinations may be a source of "incongruity" between residents and foreigners; are a starting point for tourism researches which focusing on human interactions (Stokols, 1972; Oklevik et al., 2019). O'Reilly's "Tourism Carrying Capacity" argument argues that those responsible for the management of destinations should consider making plans considering the carrying capacity of cities (O'Reilly, 1986). The results of the studies on the perception of crowding shows that perceptions can be different according to human types. As Urry stated at "individual and collective tourist perspective", tourists who travel collectively are not perceiving the dense of crowds at popular tourist attractions in their destination; and the individual tourists are perceiving the dense of crowding at these destinations more than collective tourists (Urry, 1999; Jacobsen et al., 2019). To prevent the overcrowding at destinations it is important to make central, national and regional planning carefully and long-term and over-commercialization of destinations for purely marketing purposes should be avoided (Tosun and Jenkins, 1996). Seraphin et al. suggested that destinations should act with a more planned and sustainable management approach as a solution for the concept of "Trexit" which arises on the actions that the local people do not want tourists anymore due to the negative social and economic conditions they are exposed to (Seraphin et al., 2018). It is possible to explain that the concept of "Trexit" which emerged in a similar way to the concept of "Brexit" as "tourists are not wanted anymore in the destination they visit extensively". The tourismphobia, which is a concept that can also be seen in other destinations that are influenced by overtourism especially in Europe, has arisen with the disturbance of the local people by overtourism.

CAUSATIVE FACTORS OF OVERTOURISM

With increasing accommodation and transportation opportunities, more and more people participate in tourism activities. The implementation of concurrent policy measures to promote the expansion of air access and the promotion of marketing efforts also contribute to the increase in tourism demand (Seetanah et al., 2018). The executives responsible for the destinations are making promotions in order to direct the tourists from the cities with high density to the cities with similar environmental characteristics or they direct the tourists to the less visited places of the cities. In this case, those cities become potential overtourism cities which is also referred to as "under tourism". Various websites publish a list of alternative cities that can be visited for the solution of overtourism, but this causes them to become potential overtourism destinations and add more crowds to the existing crowd (Fitzgerald, 2018; Appelbaum, 2018; Intrepid Travel, 2017).

Rise of the Middle Class

The peoples of economically developing countries have an important share in tourism expenditures and the developments in the middle class and the possible effects of this situation on tourism are given below (Kharas, 2017: 2);

- At the end of 2016, there were about 3.2 billion people in the middle class. This means that in two to three years, the majority of the world's population may be the first overflow point in middle-class or wealthy households,
- The rate of increase of the middle class is approaching the peak of all time in absolute numbers; approximately 140 million people attend the middle class each year and it is estimated that this number will rise to 170 million in five years.

According to USA Visa; with the rising global travel class (middle class), global aging rates and increasing links, travel opportunities are also increasing. Especially in developing countries, people with a higher number of middle-class income are aware of the possibilities of global travel and have the resources to travel (Usa Visa, 2014).

Sharing Economy

The fact that people have a middle income level has revealed the concept of "sharing economy". The phenomenon of the sharing economy thus emerges from a number of technological developments that have simplified sharing of both physical and nonphysical goods and services through the availability of various information systems on the Internet (Hamari et al., 2015: 2048). People are using alternative accommodation methods such as "Airbnb and Couchsurfing" and they stay in a cheaper way than hotels during their holidays. Airbnb's rise also is of great consequence for destinations, because many Airbnb rentals are technically illegal, so destinations must decide how they should respond to an increasingly popular illegal activity that exhibits both benefits and costs (Guttentag, 2013: 1193).

The Effect of Media

With the influence of the movie "Bucket List" broadcasted in 2007 various web pages published "Bucket List" (things to see/do), "Places to See Before You Die" and with these kind of factors people are travelling in a common way to go those places and to do certain activities (Corsano, 2017; Bucket List, 2016). The "Bucket List" concept which is correlated with a sharp increase in the number of foreign visitors at some of the world's most fragile historic destinations, like Machu Picchu and Venice, commodifies travel experiences and drives people away from different travel pleasures (Dickinson, 2018). A common feature of Bucket List texts is that they do not simply suggest places to visit by recommending what to 'see', they prescribe a particular experience by insisting on how best to see and 'feel' it (Thurnell-Read, 2017: 61).

EFFECTS OF OVERTOURISM ON RESIDENTS AND ENVIRONMENT

Tourism is not only an important income and employment-generating economic activity, but also promotes social development through its impact on poverty reduction; however, the development of tourism is also an important cause of some undesirable social, cultural and environmental disturbances (Timur and Getz, 2009). Overtourism is not exactly alike in any two destinations and there are usually five types of problems associated with tourist overcrowding in destinations; (1) alienated local residents, (2) a degraded tourist experience, (3) overloaded infrastructure, (4) damage to nature, and (5) threats to culture and heritage (WTTC and McKinsey Company, 2017: 8). The development of transportation facilities has also brought some problems. In Italy, Portugal, Spain and Greece, actions against overtourism are spreading and increasing to other destinations. (Moor, 2017). The measures taken against overtourism in these cities are not yet sufficient.

MANAGING THE OVERTOURISM

The term of "overtourism", is a new construct to look at potential hazards to popular destinations worldwide, as the dynamic forces that power tourism often inflict unavoidable negative consequences if not managed well (Sheivachman, 2016). The impacts of tourism are diverse, complex and multifaceted; therefore, the term overtourism does not completely encapsulate this complexity and there is no clear solution to the each country's problem (Koens et al., 2018). There are a number of solutions that can be expressed as a common solution for destinations, and these methods should be adapted to the nature of the destination's own problems (WTTC and McKinsey Company, 2017: 8-9);

- A comprehensive tourist flow fact base should be built and updated regularly,
- Rigorous and long-term planning should be conducted to encourage sustainable growth,
- All sections of society (commercial, public, and social) should be involved,
- Visiting times of visitors should be arranged (daily, weekly, seasonal, etc.),
- Pricing should be adjusted to balance supply and demand,
- Accommodation facilities should be regulated and supervised.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

This study contributes to the general debate on overtourism. Overtourism concept and its effects are multidimensional and vary from destination to destination. Although there is no clear answer for the solution, it is more appropriate that the solutions are destination-specific. If we look at the reasons why overtourism emerged in destinations, it can be said that the problem in most destinations is due to lack of planning. Many tourists visit some of the places specific to destinations more intensively. Examples may be given as the Eiffel Tower in Paris, Times Square in the US, Big Ben in London, and the Pyramids in Egypt. Factors that cause overtourism should be supervised, controlled and imposed some restrictions. In order to prevent overtourism, instead of suggesting people not to participate in tourism activities, seasonality should be removed and the season should be spread throughout the whole year; long-term accommodation of people in destinations should be promoted; activities in destinations should be enhanced; customer segmentation should be made, and plans should be made more in-depth and long-term. Overall, this study provides a conceptual contribution to the concept of overtourism, its effects and management. The study also shows the importance of policy, planning and regulation in the context of the concept of overtourism. Future studies will provide an in-depth understanding of the relationship between local people and tourists when practiced in areas where the effects of overtourism are directly experienced.

Kaynaklar / References

- Agence France-Presse. (2016, 14 Kasım). Venice Hit By Exodus of Unhappy Residents. Straits Times. 04.04.2019 tarihinde <https://www.straitstimes.com/world/europe/venice-hit-by-exodus-of-unhappy-residents/> adresinden alınmıştır.
- Akis, S., Peristianis, N. & Warner, J. (1996). Residents' Attitudes to Tourism Development: The Case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- Anadolu Ajansı. (2018, 28 Kasım). "35 Milyar Dolarlık Kruvaziyer Pazarından Türkiye Payını Almalı". NTV. 03.04.2019 tarihinde https://www.ntv.com.tr/seyahat/35-milyar-dolarlik-kruvaziyer-pazarindan-turkiye-payini-almali,FP6ZeoT_ok-sJg-KN-bO_g?_ref=infinite. adresinden alınmıştır.
- Ap, J. (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Appelbaum, C. (2018, 29 Kasım). 17 Under the Radar Alternatives To Major Tourist Destinations. MSN. 03.04.2019 tarihinde <https://www.msn.com/en-us/travel/tripideas/17-under-the-radar-alternatives-to-major-tourist-destinations/ss-BBQgXA9/> adresinden alınmıştır.
- Bal, A. B. (2018). Tourism-Phobia Spreading Across Europe. Daily Sabah. 02.04.2019 tarihinde <https://www.dailysabah.com/op-ed/2018/09/22/tourism-phobia-spreading-across-europe/> adresinden alınmıştır.
- Banco, L. M. (2007). Trafficking trips: Drugs and the anti-tourist novels of Hunter S. Thompson and Alex Garland. *Studies in Travel Writing*, 11(2), 127-153.
- BBC. (2018, 17 Mart). Everest Clean-Up Campaign Aims to Airlift 100 Tonnes of Waste. 04.04.2019 tarihinde [https://www.bbc.com/news/world-asia-43443196/](https://www.bbc.com/news/world-asia-43443196) adresinden alınmıştır.
- BBC. (2019, 7 Mart). Paris Street To 'Shut Out Instagrammers'. 06.04.2019 tarihinde <https://www.bbc.com/news/technology-47482034/> adresinden alınmıştır.
- Benner, M. (2019). From Overtourism To Sustainability: A Research Agenda For Qualitative Tourism Development in The Adriatic. MPRA. 06.04.2019 tarihinde <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/92213/> adresinden alınmıştır.

- Bresson, G. & Logossah, K. (2011). Crowding-Out effects of cruise tourism on stay-over tourism in the Caribbean: Non-Parametric Panel Data Evidence. *Tourism Economics*, 17(1), 127–158.
- Bucket List. (2016). Your Dreams, Made Possible. 25.03.2019 tarihinde <https://bucketlist.org/> adresinden alınmıştır.
- Bureau Medellin. (2019). The Magic of Medellin. 22.03.2019 tarihinde <http://en.bureaumedellin.com/notices/the-magic-of-medellin/> adresinden alınmıştır.
- Butler, R.W. (1980) The concept of the tourist area life-cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5- 12.
- Cnt Editors. (2018, 24 Ekim). 15 Beloved places Struggling with Overtourism. CN Traveler. 04.04.2019 tarihinde <https://www.cntraveler.com/galleries/2015-06-19/barcelona-bhutan-places-that-limit-tourist-numbers/> adresinden alınmıştır.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371–386.
- Cohen, E. (2002). Authenticity, equity and sustainability in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 267–276.
- Cohen, E., Nir, Y. & Almagor, U. (1992). Stranger-local interaction in photography. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 213–233.
- Coldwell, W. (2017, 10 Ağustos). First Venice and Barcelona: Now Anti-tourism Marches Spread Across Europe. The Guardian. 21.03.2019 tarihinde <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona/> adresinden alınmıştır.
- Comune Venezia. (2019). Detourism. 04.04.2019 tarihinde <https://www.comune.venezia.it/it/content/detourism/> adresinden alınmıştır.
- Corsano, E. (2017, 17 Kasım). 20 Trips You Have To Take In Your Lifetime. CNBC. 25.03.2019 tarihinde <https://www.cnbc.com/2017/11/17/20-bucket-list-trips-you-have-to-take-in-your-lifetime.html> adresinden alınmıştır.
- Cripps, K. (2018, 2 Ekim). Thailand Bay Made Popular By 'The Beach' Closes Indefinitely. Edition CNN. 23.03.2019 tarihinde <https://edition.cnn.com/travel/article/maya-bay-closure-thailand/index.html/> adresinden alınmıştır.
- Cripps, K. (2019, 3 Nisan). Indonesia's Famed Komodo Island May Close for One Year. Edition CNN. 06.04.2019 tarihinde <https://edition.cnn.com/travel/article/indonesia-komodo-island-dragons-closure/index.html/> adresinden alınmıştır.
- Dickinson, G. (2018, 20 Şubat). The Travel Trend to Avoid Before You Die – How The 'Bucket List' Is Ruining The World. Telegraph. 25.03.2019 tarihinde <https://www.telegraph.co.uk/travel/comment/how-the-bucket-list-ruined-travel/> adresinden alınmıştır.
- Doğan, M. & Gümüş, M. (2015). Sürdürülebilir destinasyon yönetimi, sürdürülebilir Bozcaada: Bir model önerisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3).
- Eaves, M. (2019, 15 Mart). North Korea Caps Number of Visitors at 1000 Per Day. 06.04.2019 tarihinde <https://www.lonelyplanet.com/news/2019/03/15/north-korea-limits-visitor-numbers/> adresinden alınmıştır.
- Emerson, R.M. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2(1), 335–362
- Fitzgerald, S. (2018, 6 Temmuz). Avoid Crowds at Popular Destinations and Try These Hidden Gems. National Geographic. 22.03.2019 tarihinde <https://www.nationalgeographic.com/travel/features/overtourism-alternative-destinations-to-visit/> adresinden alınmıştır.
- Gamp, J. (2018, 18 Mayıs). Amsterdam Fights Back: Airbnb and Boozy Bike Tours to Be Banned in Tourism Crackdown. 05.04.2019 tarihinde <https://www.express.co.uk/news/world/961245/amsterdam-tourism-crackdown-airbnb-banned-disney>. adresinden alınmıştır.
- Gant, A.C. (2016). Holiday Rentals: The new gentrification battlefield. *Sociological Research Online*, 21(3), 1–9.
- Getz, D. (1994). Residents' attitudes towards tourism a longitudinal study in Spey Valley, Scotland. *Tourism Management*, 15(4) 247-258.
- Ghiglione, G. (2018, 13 Eylül). Occupy Venice: 'We Are the Alternative to the Death of the City'. 04.04.2019 tarihinde <https://www.theguardian.com/cities/2018/sep/13/occupy-venice-alternative-to-death-of-city-activists-tourism/> adresinden alınmıştır.
- Giuffrida, A. (2018, 31 Aralık). Venice to Charge Day-trippers Up to €10 To Enter City. The Guardian. 21.03.2019 tarihinde <https://www.theguardian.com/world/2018/dec/31/venice-charge-day-trippers-up-to-10-enter-city/> adresinden alınmıştır.
- Gong, J., Detchkhajornjaroensri, P. & Knight, D.W. (2018). Responsible Tourism In Bangkok, Thailand: Resident Perceptions Of Chinese Tourist Behaviour. *International Journal of Tourism Research*, 21(2), 221-233.
- Goodwin, H. (2017). The Challenge of Overtourism. Responsible Tourism Partnership (Working Paper, 4 Ekim). 21.03.2019 tarihinde <http://haroldgoodwin.info/pubs/RTP'WP4Overtourism01'2017.pdf> adresinden alınmıştır.
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283–302.
- Gössling, S., Ring, A., Dwyer, L., Andersson, A.-C. & Hall, C. M. (2015). Optimizing or maximizing growth? A challenge for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(4), 527–548.
- Gutiérrez-Taño, D., Garau-Vadell, J. & Díaz-Armas, R. (2019). The influence of knowledge on residents' perceptions of the impacts of overtourism in P2P Accommodation Rental. *Sustainability*, 11(4), 1043.

- Guttentag, D. (2013). Airbnb: Disruptive Innovation and The Rise of An Informal Tourism Accommodation Sector. *Current Issues In Tourism*, 18(12), 1192–1217.
- Guttentag, D. (2018, 30 Ağustos). What Airbnb Really Does to a neighbourhood?. BBC News. 05.04.2019 tarihinde <https://www.bbc.com/news/business-45083954/> adresinden alınmıştır.
- Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen, A. (2015). The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption?. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059.
- Hughes, C. (2019, 15 Şubat). China Closes Mount Everest Tibet Route to Tourists Over Trash Pileup. 06.04.2019 tarihinde <https://www.upi.com/China-closes-Mount-Everest-Tibet-route-to-tourists-over-trash-pileup/7871550244816/> adresinden alınmıştır.
- Hutton, M. (2019, 13 Mart). Japanese Attractions Are Refusing Entry to Tourists, and It's Easy To See Why. Post Magazine. 06.04.2019 tarihinde <https://www.scmp.com/magazines/post-magazine/travel/article/3001456/japanese-attractions-are-refusing-entry-tourists-and/> adresinden alınmıştır.
- Idealista. (2019). Data. 04.04.2019 tarihinde <https://www.idealista.it/en/data/> adresinden alınmıştır.
- Intrepid Travel. (2017, 12 Ekim). 6 Of Europe's Top 'Not Hot' Spots For 2018. 22.03.2019 tarihinde <https://www.intrepidtravel.com/adventures/europes-not-hot-spots-for-2018/> adresinden alınmıştır.
- Jacobsen, J.K.S. (2000). Anti-Tourist Attitudes. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 284–300.
- Jacobsen, J.K.S., Iversen, N.M. & Hem, L.E. (2019). Hotspot Crowding and Over-Tourism: Antecedents Of Destination Attractiveness. *Annals of Tourism Research*, 76, 53–66.
- Jing Travel. (2018, 26 Ocak). The Number of Potential Chinese Outbound Tourists Could Double by 2020 to 240 Million. 04.04.2019 tarihinde <https://jingtravel.com/number-of-potential-chinese-outbound-tourists-double-by-2020/> adresinden alınmıştır.
- Joseph, P. (2018). The Most and Least Visited Countries Per Capita in The World. 20.06.2019 tarihinde <https://www.travelmag.com/articles/most-and-least-visited-countries-in-the-world/> adresinden alınmıştır.
- Kharas, H. (2017). The Unprecedented Expansion Of The Global Middle Class: An Update. (Working Paper, 100). 23.03.2019 tarihinde https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2017/02/global_20170228_global-middle-class.pdf adresinden alınmıştır.
- Klein, R.A. (2011). Responsible Cruise Tourism: Issues of Cruise Tourism and Sustainability. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18(1), 107–116.
- Koens, K., Postma, A. & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 1-15.
- Kuhn, A. (2015). For Chinese Tourists Behaving Badly: A Government Blacklist. NPR. 25.03.2019 tarihinde <https://www.npr.org/sections/parallels/2015/05/08/405183120/beijing-clamps-down-on-chinese-tourists-behaving-badly> adresinden alınmıştır.
- Kuščer, K. & Mihalič, T. (2019). Residents' Attitudes Towards Overtourism from the Perspective of Tourism Impacts and Cooperation—The Case of Ljubljana. *Sustainability*, 11(6), 1823.
- Luque-Gil, A.M., Gómez-Moreno, M.L. & Peláez-Fernández, M.A. (2018). Starting to Enjoy Nature in Mediterranean Mountains: Crowding Perception and Satisfaction. *Tourism Management Perspectives*, 25, 93–103.
- McWha, M. R., Frost, W., Laing, J. & Best, G. (2015). Writing For The Anti-Tourist? Imagining The Contemporary Travel Magazine Reader As An Authentic Experience Seeker. *Current Issues in Tourism*, 19(1), 85–99.
- Media UNWTO. (2017, 8 Kasım). 21.03.2019 tarihinde <http://media.unwto.org/press-release/2017-11-08/communities-protests-over-tourism-wake-call-sector/> adresinden alınmıştır.
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse – towards “responsustable” tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461–470.
- Milliyet. (2019, 20 Mart). Mallorca'da Alkollü İçecek Yasağı. 23.03.2019 tarihinde <http://www.milliyet.com.tr/mallorca-da-alkollu-icecek-yasagi-tatil-galeri-2845476/> adresinden alınmıştır.
- Moor, R. (2017, 28 Ağustos). Overtourism Protests Spreading Around Europe. *Tourism-Review*. 04.04.2019 tarihinde <https://www.tourism-review.com/overtourism-protests-hit-spain-and-italy-news10264> adresinden alınmıştır.
- Morris, H. (2018a, 16 Temmuz). Hotels Targeted In Majorca As Anti-Tourist Protests Hit Airport. *Telegraph*. 25.03.2019 tarihinde <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/spain/majorca/articles/protests-airport-graffiti-hotels-majorca/> adresinden alınmıştır.
- Morris, H. (2018b, 16 Ekim). Boracay, Philippines Reopens To Tourists With Bans On Beach Parties, Plastic Bags And Smoking. *Traveller*. 23.03.2019 tarihinde <http://www.traveller.com.au/boracay-philippines-reopens-to-tourists-with-bans-on-beach-parties-plastic-bags-and-smoking-h16ov6/> adresinden alınmıştır.
- Muiderslot. (2019). Castle. 22.03.2019 tarihinde <https://www.muiderslot.nl/en/castle/> adresinden alınmıştır.
- Nikjoo, A. & Bakhshi, H. (2019). The presence of tourists and residents in shared travel photos. *Tourism Management*, 70, 89–98.
- O'Reilly, A.M. (1986). Tourism carrying capacity. *Tourism Management*, 7(4), 254–258.
- Oklevik, O., Gössling, S., C. Michael, H., Jens Kristian, S. J., Ivar Petter, G. & McCabe, S. (2019). Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–21.

- Owens, L. (2008). From Tourists to anti-tourists to tourist attractions: The transformation of the Amsterdam Squatters' movement. *Social Movement Studies*, 7(1), 43–59.
- Panayiotopoulos, A. & Pisano, C. (2019). Overtourism dystopias and socialist utopias: Towards an urban armature for Dubrovnik. *Tourism Planning & Development*, 1–18.
- Peltier, D. (2017, 15 Eylül). Visit Oslo Campaign Rescues Travelers from People-Polluted European Cities. Skift. 22.03.2019 tarihinde <https://skift.com/2017/09/15/visit-oslo-campaign-rescues-travelers-from-people-polluted-european-cities/> adresinden alınmıştır.
- Peltier, D. (2019, 5 Şubat). Travel Megatrends 2019: Undertourism Is the New Overtourism. Skift. 22.03.2019 tarihinde <https://skift.com/2019/02/05/travel-megatrends-2019-undertourism-is-the-new-overtourism/> adresinden alınmıştır.
- Peter, L. (2017, 5 Ağustos). 'Tourists go home': Leftists resist Spain's influx. BBC. 21.03.2019 tarihinde <https://www.bbc.com/news/world-europe-40826257/> adresinden alınmıştır.
- Pieters, J. (2017, 5 Ekim). Amsterdam Bans New Tourist Shops From Opening In City Center. NL Times. 23.03.2019 tarihinde <https://nltimes.nl/2017/10/05/amsterdam-bans-new-tourist-shops-opening-city-center> adresinden alınmıştır.
- Pinke-Sziva, I., Smith, M., Olt, G. & Berezvai, Z. (2019). Overtourism and the night-time economy: A case study of Budapest. *International Journal of Tourism Cities*, 5(1), 1–16.
- Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55–58.
- Rico, A., Martínez-Blanco, J., Montlleó, M., Rodríguez, G., Tavares, N., Arias, A. & Oliver-Solà, J. (2019). Carbon Footprint of Tourism in Barcelona. *Tourism Management*, 70, 491–504.
- Ruiz-Guerra, I., Molina-Moreno, V., Cortés-García, F.J. & Núñez-Cacho, P. (2019). Prediction of the Impact on Air Quality of the Cities Receiving Cruise Tourism: The Case of The Port of Barcelona. *Heliyon*, 5(3).
- Sanders, D. (2019, 14 Ocak). New York Empire of Illegal Airbnb Rentals Booked 75,000 Guests, Suit Says. 05.04.2019 tarihinde <https://www.nytimes.com/2019/01/14/nyregion/airbnb-illegal-brokers-real-estate.html/> adresinden alınmıştır.
- Seetana, B., Sannassee, R. V., Teeroovengadum, V. & Nunkoo, R. (2018). Air Access Liberalization, Marketing Promotion and Tourism Development. *International Journal of Tourism Research*, 21(1), 76-86.
- Seraphin, H., Sheeran, P. & Pilato, M. (2018). Over-Tourism and the Fall of Venice as a Destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374–376.
- Sheivachman, A. (2016, 16 Ağustos). Iceland and The Trials of 21st Century Tourism. Skift. 20.03.2019 tarihinde <https://skift.com/iceland-tourism/> adresinden alınmıştır.
- Shoval, N. & Isaacson, M. (2007). Tracking tourists in the digital age. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 141–159.
- Siqi, C. (2018, 10 Mart). Big Data System Keeping Track of Visitor Information Helps Tibet's Tourism. Global Times. 06.04.2019 tarihinde <http://www.globaltimes.cn/content/1121655.shtml> adresinden alınmıştır.
- Smith, O. (2017, 25 Ekim). Mallorca Set To Double Tourist Tax. Telegraph. 23.03.2019 tarihinde <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/spain/articles/mallorca-set-to-double-tourist-tax/> adresinden alınmıştır.
- Somerville, H. (2019, 7 Mart). Airbnb Buys HotelTonight In Deeper Expansion Into Hotel-Booking Business. Reuters. 25.03.2019 tarihinde <https://www.reuters.com/article/us-airbnb-m-a-hoteltonight/airbnb-buys-hoteltonight-in-deeper-expansion-into-hotel-booking-business-idUSKCN1QO2B4/> adresinden alınmıştır.
- Stokols, D. (1972). A social-psychological model of human crowding phenomena. *Journal of the American Planning Association*, 38(2), 72–83.
- Thurnell-Read, T. (2017). "What's on your bucket list?": Tourism, identity and imperative experiential discourse. *Annals of Tourism Research*, 67, 58–66.
- Timur, S. & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism?. *Sustainable Development*, 17(4), 220–232.
- Ting, D & O'Neill S. (2019, 22 Mart). Airbnb's Potential Investment In Oyo, Explained. Skift. 25.03.2019 tarihinde <https://skift.com/2019/03/22/airbnbs-potential-investment-in-oyo-explained/> adresinden alınmıştır.
- Tiwari, A.K., Öztürk, I. & Aruna, M. (2013). Tourism, energy consumption and climate change in OECD countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 3(3), 247-261.
- Tosun, C. & Jenkins, C. (1996). Regional planning approaches to tourism development: The case of Turkey. *Tourism Management*, 17(7), 519–531.
- Tussyadiah, I.P. & Pesonen, J. (2016). Impacts of peer-to-peer accommodation Use on travel patterns. *Journal of Tourism Research*, 55(8), 1022-1040.
- UNWTO. (2018a). Tourism Highlights, 2018 Edition. United Nations World Tourism Organisation. <https://doi.org/10.18111/9789284419876>. 27.03.2019 tarihinde adresinden alınmıştır.
- UNWTO. (2018b) 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth Beyond Perceptions: Executive Summary, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070/05.04.2019> tarihinde adresinden alınmıştır.

- UNWTO. (2019a). World Tourism Barometer, Excerpt. 17(1). World Tourism Organisation. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom19_01_january_excerpt.pdf 27.03.2019 tarihinde adresinden alınmıştır.
- UNWTO. (2019b) 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Volume 2: Case Studies, Executive Summary. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420643/> 05.04.2019 tarihinde adresinden alınmıştır.
- Urry, J. (1990). The 'Consumption' of tourism. *Sociology*, 24(1), 23–35.
- Urry, J. (1999). *Mekanları Tüketmek* (Çev. Rahmi G. Öğdül). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Usa Visa. (2014). Mapping the Future of Global Travel and Tourism. 23.03.2019 tarihinde <https://usa.visa.com/dam/VCOM/global/partner-with-us/documents/global-travel-and-tourism-insights-by-visa.pdf>. adresinden alınmıştır.
- Usa Visa. (2018). Asian Travelers Could Alter Established Destination Patterns As Asya-Pasifik Traveling Class Rapidly Develops. 23.03.2019 tarihinde <https://usa.visa.com/content/dam/VCOM/global/partner-with-us/documents/travel-insights-newsletter-q1-2018.pdf>. adresinden alınmıştır.
- Van der Zee, R. (2016, 6 Ekim). The 'Airbnb Effect': Is it Real and What is it Doing to a City Like Amsterdam?. 05.04.2019 tarihinde <https://www.theguardian.com/cities/2016/oct/06/the-airbnb-effect-amsterdam-fairbnb-property-prices-communities/> adresinden alınmıştır.
- Venessia. (2019a). Start. 04.04.2019 tarihinde <http://www.venessia.com/> adresinden alınmıştır.
- Venessia. (2019b). Venessia.com Stickers. 04.04.2019 tarihinde <http://www.venessia.com/adesivi/> adresinden alınmıştır.
- Visit Oslo. (2019a). About Visit Oslo. 22.03.2019 tarihinde <https://www.visitoslo.com/en/about-visitoslo/> adresinden alınmıştır.
- Visit Oslo. (2019b). Oslo the Rescue. 05.04.2019 tarihinde <https://www.visitoslo.com/en/oslo/the-great-escape/> adresinden alınmıştır.
- Walter, J.A. (1982). Social limits to tourism. *Leisure Studies*, 1(3), 295–304.
- Webster, C. & Ivanov, S. (2015). Geopolitical drivers of future tourist flows. *Journal of Tourism Futures*, 1(1), 58–68.
- WHC UNESCO. (2019). List of World Heritage in Danger. 23.03.2019 tarihinde <https://whc.unesco.org/en/danger/> adresinden alınmıştır.
- WTTC & McKinsey Company. (2017). Coping With Success: Managing Overcrowding In Tourism Destinations. 21.03.2019 tarihinde <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/coping-with-success---managing-overcrowding-in-tourism-destinations-2017.pdf/> adresinden alınmıştır.
- WTTC. (2019). Travel and Tourism Economic Impact 2019. Londra: World Travel and Tourism Council. 27.03.2019 tarihinde <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf/> adresinden alınmıştır.