

Aşırı turizmde yerel halk – ziyaretçi etkileşimi, Foça örneği*

Local – visitor interactions in overtourism, the case of Foça

Gönderim Tarihi / Received: 21.12.2021

Özay Emre YILDIZ¹

Kabul Tarihi / Accepted: 29.06.2022

Doi: [10.31795/baunsobed.1039275](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1039275)

ÖZ: Aşırı turizm, hedef bölgelerin taşıma kapasitesini aşan, aşırı kalabalıklaşmaya ve çevrede bozulmaya yol açan turizm eylemini ifade etmektedir. Yaşam alanlarının işgal edildiğini hisseden yerel halkın, turizm ve ziyaretçilere karşı duyduğu rahatsızlığın açık protestolar ve düşmanca tavır biçiminde kendini gösteren toplumsal hareketlere dönüşmesi pek çok aşırı turizm durumunda görülmektedir. Bu durumlarda, olumlu bir yerel halk – ziyaretçi etkileşimi için hedef bölge yönetiminin aşırı turizmi önlemesi ya da yönetmesi gerekmektedir.

Mevcut çalışma, aşırı turizm uyarıları gösteren Foça’da, yerel halk – ziyaretçi etkileşiminin incelenmesini amaçlamaktadır. Çalışmada nitel tasarım kullanılmış, veriler mülakat yöntemiyle toplanmıştır. Foça’da farklı süreler boyunca yaşayan, turizm ve diğer üretim alanlarında çalışan, işveren ve emekliler ile yapılandırılmamış mülakatlar gerçekleştirilmiş, veriler yorumlanarak yerel halkın yoğunluk dönemlerinde ziyaretçiler ve turizm ile ilgili görüş ve duyguları saptanmış, aşırı turizmin önlenmesi ve olumlu bir etkileşimin kurulabilmesi için önerilere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın sonucunda, Foça’da, yerel halkın yoğunluk dönemlerinde evlerinden hiç çıkmadıkları, özellikle gününbirlikçilerden rahatsızlık duydukları görülmüştür. Bölgeye yönelik aşırı talep sonucu yaşam maliyeti çok artmış ve yerel halkı bölge dışına zorlamaya başlamıştır.

Aşırı turizmin önlenmesi ve olumlu bir etkileşimin kurulması için öneriler arasında, yoğunluğun azaltılması için trafiğin düzenlenmesi, kalabalıkların yeni çekim alanlarına ve konaklama tesislerine dağıtılması, yerel halkın (mesleki) eğitimi, ziyaretçi yönetimi, ayrıca olumlu etkileşimi mümkün kılacak iletişim kanallarının kurulması gerekli görülmektedir. Ancak, yerel halkı karar alma sürecine dahil eden ve kapsayan, fırsat ve faydalara eşit erişim hakkı sunan bir turizm planı uzun vadeli çözüm olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Aşırı Turizm, Yerel halk – ziyaretçi etkileşimi, Foça

ABSTRACT: Overtourism mainly refers to tourism activity that exceeds a destination’s carrying capacity, causing overcrowding and environmental degradation. Locals feel a sense of occupation of their own living spaces and their resentment towards visitors, and tourism in general, may manifest itself in the form of social movements in many cases of overtourism, exhibited as public protests and hostility. In such cases, local governments need to prevent or manage overtourism, in hopes of a positive local – visitor interaction.

The present paper aims to analyse the interaction between locals and visitors in Foça, where warnings of overtourism are evident. A qualitative research design was adopted and unstructured interviews have been carried out with tourism and non-tourism business owners, employees as well as retired local population of various history in the town. The data obtained have been deciphered, thoughts and feelings of locals about visitors and tourism during periods of congestion have been established and ultimately possible solutions have been offered for preventing overtourism and establishing positive interaction.

In the case of Foça, the research reveals that locals avoid getting out of their homes during periods of congestion altogether and are especially disturbed by the sheer number of excursionists. Excessive demand has excessively increased the cost of living, pricing locals out of their hometown.

Among the suggestions to curb overtourism and to establish positive interaction, traffic regulations, spreading the crowds towards new sites of attraction and accommodation in an effort to ease congestion, (vocational) education of locals, visitor management, as well as establishing communication channels to enable positive interactions have been offered. However, a long-term solution will be an inclusive tourism development plan that incorporates locals in the decision-making process and offers them equal access to opportunities and benefits of tourism.

Keywords: Overtourism, Local – visitor interactions, Foça

* Mevcut makalenin taslağı, “Aşırı Turizmde Yerel Halk – Ziyaretçi İletişiminin Yeniden Kurulması” başlığı ile, 20-21 Mayıs 2021 Çeşme – İzmir’de düzenlenen CICMS 2021 kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ozay.yildiz@deu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0777-8574>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

Tourism demand, by its very nature, may concentrate too heavily in narrow time frames and limited spaces in certain destinations. The resulting tourism congestion is a potentially dangerous, but to an extent unavoidable phenomenon. The criteria for the impact include the level of congestion, as well as the nature of the destination, type of tourism activity and behavioural patterns of visitors, locals and business managers. Typically, tourist activity that exceeds carrying capacity manifests itself as overcrowding, which most often results in deterioration of the natural and cultural environment. Exceeding social carrying capacity is key for the research on overtourism, as it is often readily observable as a communal resistance or a reaction against tourism and visitors. As crowds of visitors overwhelm local populations, locals may feel their living spaces overrun, occupied, and their quality of life decreasing. Overtourism has recently been offered as a catchphrase or a collective term to refer to the impact of excessive tourism congestion that exceeds destination's carrying capacity and results in unacceptable change. Many cases of overtourism exhibit social movements where the disillusioned locals openly protest or show resistive or even hostile behaviour, stemming from the disturbance caused by tourism congestion and crowds of visitors. A recurring pattern has been identified as disturbance caused by the presence of crowds within the back stages, where locals conduct their day-to-day activities, rather than known tourist hotspots. This is reported to have been facilitated by the ease of peer-to-peer accommodation and transportation services as well as visitors' motivation to experience authentic local lifestyle. Cases of overtourism necessitate the destination management organisations (and any shareholder) to prevent, ease or manage overtourism in order to maintain, or re-establish positive local – visitor interactions. Methods including a reactive and inclusive tourism planning, restructuring of the destination branding strategy and product diversification may be effective. To establish positive cultural interaction, underlying causes of discontent must be eliminated.

Methodology

Foça has been exhibiting many trademark overtourism signs and warnings, and therefore selected as the research area for the paper. Tourism and non-tourism business owners, employees as well as retired local population have been interviewed to analyse the causes and the extent of discomfort, and to identify and present the signs of overtourism in the destination. Ultimately, this study aims to propose possible solutions to overtourism in Foça.

Findings and discussion

There is disproportionate and chronic congestion of visitor activity, as crowds (of mainly excursionists) flock on a seemingly confined coast line on weekends and holidays. During periods of overtourism in Foça, it is noted that the local population avoid going out altogether during these times of congestion and are openly disturbed by the large number of excursionists arriving by public transport. This overcrowding is also reported to generate marginal income for the small coastal town, and the locals express more discontent from lower expenditure visitors. All the while, overcrowding results in heavy environmental and noise pollution, traffic, shortage of parking, competition for basic resources and a strain on the infrastructure that the town seems unable to cope with. Shortage of public services, especially in security and hygiene was another recurring response. Despite the limited space and structural shortcomings, Foça has been receiving excessive demand for seasonal properties. This demand, coupled with restricted capacity (due to building bylaws) have driven property prices, and rent prices of shops and seasonal houses to unaffordable levels. Locals are reported to be priced out of their living spaces, in favour of commercial properties. Finally, business owners seem satisfied by the congestion, in contrast with the local population who express discomfort. As a result, most visitor – local interaction occurs in a commercial sense.

Results and recommendations

Possible solutions formulated to overcome overtourism in Foça include incentives for homeowners to report Foça as their primary place of residence, which would increase its official population and public income. A more efficient transportation hub outside the centre to spread crowding towards peripheral coasts will also reduce congestion. A possible increase in affordable bed capacity in the form of nature

camps will also ease congestion and generate income for environmental maintenance. Tourism product diversification will help ease congestion, but also attract a more diverse visitor profile and provide an improved base for positive cultural interaction. Efficient communication channels for the local population and the local government organisations will provide a platform for inclusion. It should also be noted that vocational education aimed at younger population will increase local resource use and reduce leakages. Likewise, education of visitors is also needed to avoid unwanted behaviour and local discomfort. New front stages are needed to relieve the burden on the central coast line, where seemingly all tourist activity is happening. These open and controlled spaces may also serve as a place of positive and peaceful visitor – local interaction. It should finally be noted that ultimately, rather than quick fixes and short-term solutions, an inclusive, long-term and sustainable tourism planning is needed in order to prevent overtourism and establish positive cultural interaction.

Giriş

Aşırı turizm yeni bir terim olmakla birlikte², ifade ettiği durum uzun süredir görülmektedir ve turizm araştırmalarında geniş bir yer tutmaktadır. Sorun temelde toplumsal taşıma kapasitesi odaklıdır; ancak aşırı turizm terimi, gerçek hayatta turizmin çok sayıda paydaşının da ilgisini çekmiş ve genel olarak kabul görmüştür. Turistik talep, belirli hedef bölgelerde kısıtlı dönemlere ve alanlara doğru aşırı yoğunluk göstermektedir; aşırı turizm terimi de genel olarak turizm eyleminin, ziyaretçi sayısının ve davranışlarının, turistik yoğunlaşmanın, kalabalıkların, doğal ve toplumsal çevre sorunlarının “aşırı” hale gelmesini ifade etmektedir ve aşağıdaki soruların doğal bir sonucu olarak görülebilir. Mevcut çalışma, öncelikle bu sorular için geçerli tanımlara ulaşmayı amaçlayacaktır:

- Ne kadar turizm çok fazla turizmdir?*
- Kaç tane ziyaretçi kalabalık oluşturur?*
- Hedef bölgenin mülkiyeti ya da kullanım hakkı kimdedir?*
- Yerel halk hangi gelişim düzeyine tahammül edebilir?*
- Olumsuz etkiler nelerdir?*
- İlişkiler neden bozulur?*
- Mutlak sorumlu turizm ya da turistler midir?*

Turizm, ziyaretçiler için dinlendirici, eğlendirici ya da dönüştürücü deneyimler yaratır. Yeni iş alanları ve istihdam, ekonomik canlanma ve döviz girişi sağlar. Yerel halk, kendi kültürünün ilgi ve beğeni gördüğünü hisseder. Kültürel mesafeler kısalmış, olumlu etkileşimler barış ve dayanışma duygularını pekiştirir. Doğal olarak, turizmin kendinden beklenen faydaları sağlayabilmesi uygun koşullarda gerçekleşmesine bağlıdır ve olumsuz etkilerin mutlak sebebi olarak turizmi görmek kolaycılığa kaçmak olacaktır. Plansız, yanlış ya da kısa vadeli planlanmış, yalnızca ekonomik faydalara odaklı bir turistik gelişimin neden olduğu olumsuz sonuçlar ve bunların önlenmesine yönelik araştırma ve tartışmalar, turizm alan yazınında uzun süredir önemli yer tutmaktadır. Yeni bir terim olarak “aşırı turizm”, bu tartışmaları ortak bir çatı altında toplayabilirse şüphesiz faydalı olacaktır.

Bu çalışmada, aşırı turizm ile ilgili konular, tarihsel gelişim süreci içinde incelenerek kavramsal temel oluşturulacak, ardından aşırı turizm durumlarında yerel halk – ziyaretçi etkileşimi üzerinde durulacaktır. Foça örneği üzerinde gerçekleştirilen araştırmada güncel durum analiz edilerek olumlu yerel halk – ziyaretçi etkileşiminin kurulmasına yönelik önerilere ulaşılması amaçlanmıştır.

Aşırı turizmden önce

Kendine özgü özellikleri ve değişken yapısı sonucu eksiksiz ve genel geçer bir tanımı bulunmamakla birlikte, turizm temelde bir tüketim eylemidir. Ziyaretçiler geçici yolculuk ve konaklamaları ile ilgili tüm turistik mal ve hizmetleri, ayrıca hedef bölgenin çekim unsurlarını ve nihai olarak hedef bölgeyi de tüketirler (Urry, 1990). Tüketimin neden olduğu uyumsuzluklar genel olarak ziyaretçilerin yabancı ve geçici olmasında yatar. Bu geçicilik ve lüks tüketime yönelik farklı harcama örgüleri, hedef bölgede yeni tüketiciler ve artan talep, (geçici) enflasyon, kaynaklar için rekabet, yüksek enerji tüketimi ve atık üretimine (israf-tahrip) neden olur (Olahı ve Timur, 1988; İçöz, 2005).

Yabancılık ise, yerel halk ile ziyaretçilerin bölge algısı arasında uyumsuzluk anlamına gelir; yerel halk için varoluşsal anlamlar taşıyan hedef bölge, ziyaretçiler için rekreasyonel anlam taşır. Bu nedenle ziyaretçiler hedef bölgedeki davranışsal normlardan belirli ölçüde muaftır ve ziyaretlerinin neden olduğu uzun vadeli etkilere karşı duyarsız olabilir (Kianicka vd., 2006). Bu iki tarafın barışçıl bir ortamda etkileşime girmesi, turizm gelişiminin kapsayıcı / dahil edici³, uzun vadeli ve planlı biçimde yönetimine bağlı olacaktır.

² Aşırı turizm teriminin alan yazınında ilk kullanımı, 2016 yılında Martin Selby'nin başmakalesinde görülmektedir (Selby, 2016: 279).

³ Inclusive

Aşırı turizm yeni bir terim olmakla birlikte, bu kapsamda incelenen örnekler ve turizmin olumsuz etkileri çok uzun süredir yoğunlaşma, taşıma kapasitesi, sürdürülebilir turizm ve ilgili diğer araştırmalara konu olmuştur.

Öncelikle, mülkiyet ve kullanma hakkının sorgulanması, aşırı turizm tartışmaları için uygun bir temel oluşturacaktır. İnsan topluluklarının gezegeni, doğayı, toprağı mülkiyeti altına alması fikri, insan uygarlığının gelişim sürecinde, başlangıcı tarıma geçişe kadar dayandırılabilir bir olaydır. Tüm hayvan topluluklarında olduğu gibi, insan toplulukları da kendi bireylerinin ve kültürlerinin hayatta kalmasını sağlayacak elverişli yaşam alanlarını bulmak, ardından bu alanı elinde tutmak için yöntemler geliştirmişlerdir. Neslin devamı en temel (içgüdüsel) gereksinimdir ve kendi genetik mirasının sürmesi için bireyler ve topluluklar, kaynaklara erişim hakkı için kendi içlerinde ve diğer topluluklarla sürekli çatışma içinde olmuşlardır. Günümüzün çağdaş uygarlıkları, ulusların toprak mülkiyetini karşılıklı anlaşmalar, egemenlik hakkı ve bayraklar ile korumaktadır; ancak bunun da (caydırıcı) güç ile kabul edildiğini anımsamakta fayda vardır. Ancak toprak mülkiyeti ve kendi alanında yaşam hakkının yanında seyahat hakkı da bulunmaktadır (Capocchi vd., 2019). Uluslar kendi egemenlikleri altındaki topraklara girişleri düzenleyebilirler, ancak ülke içinde vatandaşlarının hareketini düzenleyecek ya da engelleyecek mekanizmalar mevcut olmayabilir. Dahası turistik arz kaynaklarının çoğunda olduğu gibi, kamusal alan da ücretsizdir ve “herkesin” hakkıdır (Goodwin, 2017). Ortaklaşa kullanılan kentsel alanlarda, ziyaretçi sayısı, karakteristik özellikleri, yer ve zaman dağılımları gibi unsurlar aşırı kullanıma, yerel halk ile ziyaretçilerin kullanım için rekabete girmesine ve yerel halkın kendi yaşam alanından kaçınmasına neden olabilir (Namberger vd., 2019). Yöneticilerin sorumluluğu, yerel halkın yaşam hakkını ve mutluluğunu, ziyaretçilerin seyahat hakkı ve mutluluğu ile aynı zamanda turizm gelirini de korumaktır (Perkumiene ve Pranskuniene, 2019).

Özellikle sanayi devrimi sonrası uygarlık anlayışı, üretimin, tüketimin ve sermayenin birikimi için doğanın kaynaklarını sövmeyi temel alır. Lefebvre (1968), oryantal, antik ve orta çağ kentlerinin ardından ve onların mirası üzerine kurulduğunu anlattığı çağdaş kentlerin kullanım hakkının kimde olduğunu sorgulamış ve bu uygarlığın “eseri” olan çağdaş kentlerin, önceki uygarlıkların eserlerini de barındırdığını, ama aynı zamanda endüstriyel burjuvazinin ve kapitalizmin yaşam alanları olduğunu öne sürmüştür.

1960 ve 1970’ler, ölçsüz büyüme ve sınırsız kaynak kullanımının gezegeni ve insan yaşamını tehdit eden sonuçlara yol açmadan mümkün olmadığının fark edildiği ve bu kavrayış sonrası “sürdürülebilirlik” fikrinin ortaya çıktığı dönem olmuştur (Dredge, 2017). 1972 Roma Kulübü’nün Büyümenin Sınırları Raporu ve 1982 Ortak Geleceğimiz (Brundtland) Raporu sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma fikirlerini ilk olarak ciddi biçimde ele alan çalışmalardır. Kaynakların sömürsüne karşı gelişen sürdürülebilirlik anlayışı, doğal olarak aşırı kalabalıklaşma, kaynakların kötüye kullanımı, yerel halk üzerinde olumsuz etkiler ve çatışma ile birlikte anılan turistik gelişime de uyarlanmıştır. Pek çok kent ve daha kırılgan olan kırsal alanlar, kıyı ve adalarda sürdürülemez (kitlesel) turizm gelişimi ve karar verici ve yöneticilerin çözüm bulamadıkları turizm politikası sorunları, sürdürülebilir turizmin, gelişim planlarına yol gösterici bir ideal olarak benimsenmesine neden olmuştur (Dredge, 2017; Peeters vd., 2018). Bu gelişmenin, turizmin olumsuz etkilerinin fark edilmesini takip ettiği unutulmamalıdır. Turizm gelişimi yerel kaynak tabanlı ve yerel halkı kapsayıcı olduğu sürece sürdürülebilir olacaktır (Dredge, 2017).

Bu anlayışın gelişmesi, ziyaretçinin eleştirisi ile eşzamanlıdır. Cohen (1972), ziyaretçi topluluklarını kendilerini yerel kültüre maruz bırakma düzeyine göre ele alarak, “çevresel baloncuk” (konfor alanı)⁴ kavramını önermiştir. Buna göre, kendi küçük dünyasını evren olarak kabul eden kişi için varlığından haberdar olmadığı başka yerler ve başka kültürler korkutucu ya da gerçekdışı olabilir. Bu kültürleri ziyaret eden kişi de kendi güvenli çevresel baloncuğu içinde kalmak isteyebilir (Cohen, 1972).

MacCannell (1973), özellikle ziyaretçinin kendi kültürel merkezinden uzaklaşma ve anlam arama sürecini eleştirerek, turisti çağdaş hacı olarak karikatürize etmiştir. Ziyaretçi, yeni kültürü tanımak için

⁴ Environmental bubble

yeterince güdülenmemiş olabilir ya da bunun için yeterli zaman ve kültürel arka plandan mahrum olabilir. Bu durumda yerel kültürün daha kolay ve çabuk tüketilebilir biçimde sunulması, yani “sahnelenmesi”⁵ söz konusu olacaktır. Ziyaretçi topluluğunun küçük bir bölümünü oluşturan hacı / varoluşçu ziyaretçi, kendi kültürel merkezinden tamamen ayrılarak yeni kültür ile bütünleşmek istemektedir (Cohen, 1979; MacCannell, 1999). Ancak çoğunluk için kendi kültürel merkezinden kısa süreliğine uzaklaşmak ve yeni kültürün sahnelenmiş halini izlemek yeterli olacaktır. Tüm bunlar, hedef bölgede geçici ve yabancı, bu nedenle de bölgeye yerel halk kadar değer vermeyen kalabalık tüketici kitlelerinin bulunması anlamına gelmektedir.

Kitle turizminin gelişimini, sömürgecilik yoluyla ölçsüz biçimde zenginleşen Avrupa ulusları arasındaki kaynak rekabeti sonucu başlayan 2. Dünya Savaşı’na dayandırmak mümkündür. Devletler, yurttaşlık bilincini geliştirmek ve güvenlik amaçlarıyla vatandaşlarını topluca seyahate özendirmişlerdir (Kozak vd., 2010). Ardından özellikle ölçek ekonomileri avantajları fark edildikten sonra, kitle turizmi egemen turizm gelişim biçimi olmuştur (Milano vd., 2019a). Bu gelişimde şüphesiz iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişme ve seyahat aracılığının gelişiminin rolünden de söz edilmelidir.

Yukarıda sözü edilen toprak mülkiyeti ve kullanım hakkı tartışmalarına paralel olarak, askeri işgal ile başlayan savaşın, daha barışçıl bir işgale neden olduğu öne sürülebilir. Turner ve Ash (1975), “çevresel baloncuk” benzeri bir “keyif çeperi”⁶ dâhilinde hareket eden ziyaretçi topluluklarını “Altın Ordulara”⁷ benzetmiştir (Peeters vd., 2018). Ziyaretçi toplulukları hakkında sıklıkla yapılan “sürü” ya da “işgalci ordu” benzetmesi, Barselona, Venedik ve Mallorca gibi hedef bölgelerde yapılan aşırı turizm protestolarında da yer bulmuştur. Ziyaretçilerin işgalcilere, turizmin de yerel halkın yaşam alanlarını tehdit eden işgal eylemlerine benzetilmesi tesadüf değildir (Peeters vd., 2018).

Ölçsüz, plansız, kaynakların sömürsüne dayalı, işgal eylemlerine benzeyen turizm hareketlerinin yerel halkta yarattığı rahatsızlık ile ilgili kayda değer bir çalışma olan Doxey (1975) rahatsızlık endeksine göre, turizmin neden olduğu olumsuz etkiler doğrultusunda yerel halkta turizme ve ziyaretçilere yönelik olarak önce ilgisizlik, ardından rahatsızlık, son olarak da düşmanlık görülmektedir. Benzer bir modelde, Doğan (2004), yerel halkın rahatsızlığını direnme, içine kapanma ya da ön ve arka alanlar arasındaki sınırları vurgulama aşamalarında dışa vurduğunu belirtmiştir.

Yerel halkta turizme karşı artan rahatsızlığın, hedef bölgenin gelişim düzeyi ile doğru orantılı seyri dikkat çekicidir. Butler, (1980) ürün yaşam eğrisi modelini hedef bölgelere uyarlayarak çok hızlı ve plansız büyüyen hedef bölgelerin olgunluk ve duraklama aşamalarından sonra kendi kaynak tabanını, çekim unsurunu yok ederek gerileme dönemine girdiğini, hedef bölgelerin kendi başarılarının kurbanı olduklarını belirtmiştir.

Dünya Turizm Örgütü, turizmin yerel halk üzerinde yarattığı baskılara yönelik olarak, 1970’lerin sonlarından itibaren çalışmalar yapmış ve 1981 ve 1983’teki “Hedef Bölgelerin Doygunluğu”⁸ raporunda “turistik taşıma kapasitesi” kavramını tanımlamıştır (UNWTO , 1981; UNWTO, 1983). Turistik taşıma kapasitesi basit olarak olumsuz etkiler görülmeden önce bir bölgenin ağırlayabileceği en fazla turist sayısı ya da turizm gelişim düzeyidir (EPL, 2002). Ancak bu belirli düzeyin önceden kestirilmesine yönelik geçerli bir formül bulunmamaktadır. Ayrıca salt nicelik, uygulamada taşıma kapasitesi için ölçü olmayabilir. Turizm gelişim şekli, yoğunlaşma ve turist davranışları da dikkate alınmalıdır.

Genel olarak taşıma kapasitesini zorlayan bir yoğunlaşma yarar/zarar dengesinin (İçöz vd., 2009) bozulması anlamına gelir ve taşıma kapasitesi, sürdürülebilirliğin sınırını ifade eder (Yılmaz, 2007). PAP/RAC (Priority Actions Programme / Regional Activity Centre) rehberinde ve Avrupa Turizm Destinasyonlarında Taşıma Kapasitesi raporunda en düşük (düşük yoğunluk) ile en yüksek (yoğun

⁵ Staging

⁶ Pleasure periphery

⁷ Golden Hordes

⁸ Saturation of tourist destinations

gelişim) turizm taşıma kapasitesi arasındaki alan “sürdürülebilir gelişim” olarak kabul edilmektedir. Bu seviyenin üstünde serbest / plansız gelişim ve tam uygunluk alanları kapasitenin aşıldığını gösterir (UNEP/MAP/PAP, 1997). Ayrıca, turistik ürün yaşam eğrisinde erişilen en üst nokta, nihai taşıma kapasitesidir ve taşıma kapasitesinin aşılması kaynakların geri döndürülemez biçimde tahribatına yol açacaktır (Yıldız, 2015).

Taşıma kapasitesinin belirlenmesi için tek bir ölçüt bulunmamakta, konuya farklı açılardan yaklaşma zorunluluğu bulunmaktadır. Turistik taşıma kapasitesi, genellikle ekolojik, fiziksel, toplumsal, ekonomik ve psikolojik olarak sınıflandırılmaktadır. Ekolojik taşıma kapasitesi genel olarak en kırılgan olandır ve insan yaşam alanlarının varlığının ekolojide yarattığı baskının⁹ sınırı / eşik düzeyi olarak ifade edilir. Bu eşik, çevrenin ciddi bozulmaya ya da geri döndürülemez değişimlere uğramadan varlığını dengeli biçimde sürdürmesini ifade eder. Kentsel alan gelişiminde ekosistem işlevlerinden ekonomik boyut dışındakiler dikkate alınmamaktadır. Biyolojik sınırlar dikkate alınmadığında doğal çevrenin bozulması kaçınılmaz olmaktadır (Świader, 2018).

Psikolojik taşıma kapasitesi de turistlerin kendi deneyimleri ile ilgilidir ve diğer turistlerden rahatsızlığını ve aşırı kalabalık yerlerden kaçınmasını (Perkumiene ve Pranskuniene, 2019) ve kalabalıklaşmanın etkileri ile duygusal olarak başa çıkma kapasitesini ifade eder (Peeters vd., 2018). Ek olarak, alan yazınında altyapı, politik ve piyasa taşıma kapasitesi de önerilmiştir. Altyapı taşıma kapasitesi, hedef bölgenin altyapısının artan ziyaretçi trafiğine dayanma eşiği (Milano vd., 2019b); politik kapasite de yerel yönetimlerin turizmin yerel halkın yaşam kalitesini tehdit edecek düzeyde aşırı gelişmesinin sonuçlarını anlama ve yönetme kapasitesidir (Peeters, vd., 2018).

Turistik piyasa taşıma kapasitesi de özellikle yüksek alım gücüne sahip ziyaretçilerin yoğunlaşmanın yaşandığı bölgelerden kaçındığı, kalabalık kitle turizmi bölgelerinin de satışları arttırmak ve ölçek ekonomilerinden yararlanmak için maliyetleri ve fiyatları aşağı çektiği varsayımında, kalabalıklar arttıkça daha düşük harcanabilir gelir düzeyine sahip kişilerin bölgeye gideceği sonucuna varmaktadır. Bu durumda, daha fazla turist = daha az kişi başı gelir sarmalı oluşacak, turistik piyasa taşıma kapasitesi aşıldığında marjinal turizm geliri azalma eğiliminde olacaktır (Yıldız, 2020). Yerel halkın, harcama düzeyi daha düşük ziyaretçi kalabalıklarından daha fazla rahatsız olması, sıklıkla karşılaşılan bir durum olmaktadır.

Taşıma kapasitesi kavramı, uzun süre boyunca turizm ile ilgili çok sayıda çalışma için faydalı bir araç olarak kullanılmıştır. Dahası aşırı turizm tanımları da büyük oranda taşıma kapasitesinin aşılması üzerinden yapılmaktadır. Yine de durağan olması, ölçüm için belirli bir araç sunmaması, zaman içindeki değişimi, ziyaretçi, yerel halk ve işletme davranışlarını dikkate almaması gibi nedenlerle yoğun biçimde eleştirilmiştir. Seçenek olarak sunulan “kabul edilebilir değişimin sınırı”¹⁰ kavramına göre, insan eyleminin olduğu her yerde değişim kaçınılmazdır (Stankey vd., 1984). Her bir yaşam alanı, uyum sağlayabileceği hızda değişime tolerans gösterebilir ve bu hızın üzerindeki değişim yerel insan ve doğa yaşam alanlarının uyumunu bozar (Clark, 1997; EPL, 2002).

Taşıma kapasitesi ile ilgili bir diğer sorun da etkileri tekil olarak ele almasında yatmaktadır. Turizmin etkileri analiz edilirken, hazır olarak elde edilen ekonomik sonuçlar ile birlikte toplumsal ve çevresel etkilerin de incelenmesi daha sürdürülebilir bir turizm gelişimine neden olabilecektir (Lundberg, 2011). Genel olarak elde hazır veri bulunan ve daha kolay analiz edilebilen ekonomik etkilerin tek başına ele alınması yanıltıcı olacaktır. Paydaşlara göre turizmin etkileri ayrı olarak değil, birbirleriyle bağlantılı ve sistematik olarak ele alınmalıdır (Peeters vd., 2018). Yine de aşırı kapasite kullanımının tarihi, kültürel ve doğal çekim unsurlarının yıkımına neden olmasından hareketle, taşıma kapasitesi kavramı ölçüm zorluklarına rağmen, turizm gelişim planlamalarına dâhil edilmelidir (O’Reilly, 1986).

Toplumsal taşıma kapasitesi, yalnızca turizm ile değil, bölgenin tanınırlığının ya da tanıtımının artması ile birlikte yoğun göç alması ile de aşılabilmektedir. Texas Austin’de yapılan bir incelemede, bölgenin

⁹ Anthropopressure

¹⁰ Limits of Acceptable Change, LAC

yoğun ilgi görmesi sonucu göç almaya başlaması, artan trafik, ulaşımın yavaşlaması, kiralarda aşırı artış, park alanlarının azalması, sürekli açılan yeni işletmeler gibi sonuçlar gösterilmiştir. Ferah bir yaşam vaa-dinin insanları o bölgeye çekmesi sonucu bölgede yaşayanların ve ilk gelenlerin bölgede yaşamaya parasının yetmemesi ve bu durumun kentin çekiciliğinin kenti yok etmesi (Eshelman, 2008), hızlı ve/veya plansız gelişen hedef bölgelerde de sıklıkla görülen bir durumdur. Bunun yanında, turizmin de bir göç kaynağı olduğu unutulmamalıdır. Ülkemizde yerleşik bir gelenek olan ikincil konutlar da hedef bölgelerde yılın genelinde boş kalmakla birlikte, yoğun dönemde (sürekli nüfusa dâhil olmadıkları için) kamusal gelir ya da kayda değer turizm geliri sağlamayan bir nüfus artışına neden olmaktadır.

Sosyal bozulma¹¹ kuramına göre, hızla gelişen kent¹² toplumlari, kamu hizmetleri (özellikle altyapı) talebinde ani artışların neden olduğu genel kriz dönemine girerler. Yerel halk, strese neden olan olaylardan kaçınma biçiminde bir uyum davranışı sergiler (England ve Albrecht, 1984). Turizm, uzun vadede toplumsal ya da sosyo – mekânsal dönüşüm aracı da olabilmektedir. Ekonomik uygulamalar değişime ve uyum göstermeye daha elverişlidir, bu nedenle egemen ekonomik etkinlik alanı olarak turizm, hedef bölgenin yeni kültürel ekonomisini oluşturur. Toplumsal özellikler değişime daha dirençli olmakla birlikte uzun vadede uyum gösterebilmektedir (Terkenli vd., 2007). Ekonomik çıkarın toplumsal dönüşüm için teşvik oluşturması, paylaşım ekonomisi ve sosyal dönüşüm kuramlarınca öne sürülmüştür (Capocchi vd., 2019).

Son olarak, yerel halkın hedef bölgeye bağlılık düzeyinin, bölgede yaşam süresine bağlı olduğu da öne sürülebilir. Birkaç nesildir aynı yerde yaşayan nüfus ile oraya sonradan göç etmiş nüfusun bağlılığı farklı olabilir. Münih’te yapılan bir araştırmada, ağırlıklı olarak turizmden fayda sağlayan ve sonradan yerleşmiş nüfusun “turizm sempatizanı” olduğu, yerleşik nüfusun ise kitle turizminden kaçındığını, kentin belirli alanlarından kaçınma ya da yararlanamama eğiliminde oldukları ve yaşam alanlarına (arka bölgelere) sızan turist kalabalıklarından rahatsız oldukları belirtilmiştir (Namberger vd., 2019). Slovenya’nın belirli hedef bölgelerinde yapılan bir araştırmada da yerel halkın turizm gelişimine karşı tavrının, bölgeye bağlılıklarına, turizmin etkileri ile ilgili algılarına ve arzu edilen turizm biçimine bağlı olduğu belirtilmiştir. Çalışmaya göre, bölgede daha uzun süredir yaşayan halk turizm gelişimine daha olumsuz yaklaşmaktadır. Yerel halk, turizmin olumlu etkileri sonucu turizme daha olumlu yaklaşmakta, ancak kendi yaşam çevrelerinin kalitesi ile ilgili kaygılar taşımaktadır. Buradan hareketle, hedef bölge yöneticileri ve planlamacılarının, turizm gelişimine karşı duygusal tepkileri de dikkate alması ve planlamaya yerel halkı dâhil etmesi gerekmektedir (Ambroz, 2008).

Yoğunlaşma sorunu

Turistik yoğunlaşma, ayrı ve kendi başına bir sorun değildir; ancak yoğunlaşma oranı, mevcut tüm sorunların şiddetini artırır ve hedef bölge yönetiminin içinden çıkamayacağı duruma getirebilir. Ne var ki, turizmin doğası gereği yoğunlaşma kaçınılmazdır; insanlar belirli bölgelere belirli zamanlarda giderek belirli eylemleri gerçekleştirmeye daha eğilimlidir. Dolayısıyla turizm talebi, buna bağlı olarak da turizm gelişimi belirli dönem ve bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Değişik koşullarda kendini gösteren turistik yoğunlaşmanın [turistik konsantrasyon (Olalı, 1990)] aşırılığı ise, hedef bölgenin doğal, toplumsal ve ekonomik yapısı kadar, ziyaretçiler üzerinde de yıkıcı etkiler gösterir.

Zaman içinde (ya da mevsimsel) turistik yoğunlaşma, ziyaretçilerin bir hedef bölgeye yıl içerisinde belirli dönemlerde daha yüksek oranda seyahat etmesi sonucu oluşmaktadır (Olalı ve Timur, 1988; Usta, 2001; İçöz, 2005; Kozak vd., 2010). Yeterli boş zaman, potansiyel turistik talebin efektif hale geçmesi için (yeterli harcanabilir gelir ve fiziksel olanaklarla birlikte) temel koşuldur (Olalı ve Timur, 1988; İçöz, 2005). Önemli turist gönderen ülkelerin büyük çoğunluğunun yıllık tatil dönemlerinin genel olarak yaz aylarına denk geldiği göz önüne alındığında mevsimsel turistik yoğunlaşma normal karşılanmalıdır. Dahası, geleneksel turistik ürün çeşitleri yaz aylarında geniş kitlelere daha çekici gelmekte, bu da dönemsel bir alışkanlık ve algı yaratmaktadır (Olalı, 1988; Erdoğan, 1996; İçöz, 2001; Kozak vd., 2010). Bu durum, turistik hizmet sağlayıcıları tarafından da desteklenebilmektedir. Ölçek ekonomilerinden yararlanmak isteyen girişimci, seyahat aracı ve yerel yönetimler kitle turizmini, dolayısıyla ziyaretçilerin büyük gruplara dâhil olmasını teşvik ederler (Olalı ve Timur, 1988; İçöz, 2005; Yılmaz,

¹¹ Social disruption

¹² Boomtown

2007). Kentleşmiş bölgelerde bireyler, toplumsal etkileşim ya da gösteriş arzusu nedeniyle diğerlerinin seyahate çıktığı zamanları ve hedef bölgeleri tercih etmeye eğilimli olacaklardır (Olalı, 1990). 2019 yılında, dünyada uluslararası turist girişlerinin %22'si, ülkemizde de %28'i temmuz ve ağustos aylarında gerçekleşmiştir (KTB, 2021; UNWTO, 2020). Bu sonuçlara göre, belirgin bir mevsimsel yoğunlaşmadan söz edilebilir.

Turizmin zaman içinde aşırı yoğunlaşmasının, hedef bölge ve ülke için belirli olumsuz etkileri olacaktır. Yoğunlaşmanın yaşandığı “turizm sezonunda”, bölgeye gelen yeni tüketiciler dönemsel fiyat artışlarına ve enflasyonist baskılara neden olur. Talepte yaşanan aşırı artış, arzın piyasa döneminde mutlak katı özelliği sonucu doğrudan turizm işletmelerinin, dolaylı olarak da bölge genel fiyatlarının artmasına (Olalı ve Timur, 1988) ve piyasa dengesinin bozulmasına neden olur (İçöz, 2005). Ayrıca artan kalabalıklar, trafik, suç oranları, yabancı düşmanlığı, atık oranı ve enerji kullanımı gibi etkenler, doğal ve kültürel yıpranmaya neden olabilir (Demir ve Çevirgen, 2006; Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2007). Talebin azaldığı “düşük sezon” ise, tam tersi sonuçlar vermektedir. Turizm işletmelerinin doluluk oranlarındaki düşüş (Olalı, 1990), ekonomik kapasite kaybına neden olarak ülkenin üretim faktörlerinden yararlanma oranını düşürür (Olalı ve Timur, 1988). Yine düşük dönemde kapasite düşüren ya da tamamen kapanan işletmeler, büyük oranda işçi çıkışı yapar ve turizm bir eksik istihdam unsuru olarak toplumsal maliyet yaratır (Olalı vd., 1983; Barutçugil, 1986). Yüksek ve düşük dönemlerdeki nüfus farklılıkları da kamu yatırımlarında dengesizliklere neden olur (Olalı ve Timur, 1988).

Turistik yönelim, bölgeler arasında da farklılaşma göstererek mekân içinde (bölgesel) turistik yoğunlaşma yaratır. Bir coğrafi bölgenin hedef bölge durumuna gelmesi için, öncelikle belirli bir çekim unsuru barındırması, ayrıca yolculuğun gerçekleşebilmesi için asgari düzeyde zorunlu ulaşım, sağlık, güvenlik gibi altyapı olanaklarına sahip olması gereklidir. Bunların üzerine, turizm arzını somutlaştıran, kapasite yaratan ve turizm harcamasını sağlayan turistik üstyapı (tesis ve olanaklar) kurulmalıdır (Olalı ve Timur, 1988). Bu unsurlar bölgeler arasında farklılık gösterir ve doğal olarak, ziyaretçiler onları turistik yolculuğa iten (rasyonel ve irrasyonel) unsurlar doğrultusunda belirli bölgelere gitmeyi daha çok isterler (Günlü, 2007). Dahası bölgelerin tanınırlığı arttıkça oraya olan turizm talebi de (belirli bir aşamaya kadar) artar (Çavuş, 2004).

1982'de çıkan Turizmi Teşvik Kanunu ve devam eden turizm gelişim planlarında Ege ve Akdeniz kıyıları öncelikli turizm gelişim bölgesi olarak belirlenmiştir (Olalı, 1990). Sonuç olarak tesis yatırımları bu bölgelerde yoğunlaşmış ve bölgesel yoğunlaşmayı artırmıştır. Türkiye'de bölgesel turistik yoğunlaşma, özellikle Antalya'da kendini göstermektedir. 2019 yılında, (Bakanlık belgesi) tesis girişlerinin %34'ü Antalya sınırlarında gerçekleşmiştir. Ayrıca, Antalya tesislerinde ortalama kalış süresinin (4,31) ülke ortalamasından (2,78) yüksek olması sonucu, ülkede gerçekleşen her iki gecelemeden biri bu ilimizde olmuştur (KTB, 2021).

Turizmin mekân içinde aşırı yoğunlaşmasının da benzer yıkıcı etkileri bulunmaktadır. Yoğunlaşmanın yaşandığı bölgede ekonomik, doğal ve toplumsal yıpranma görülecektir. Doğal çevre, özellikle kırılgan ekosistemler üzerinde yapılaşma ve tesisleşme baskısı ve emlak / inşaat spekülasyonu gibi etkiler, doğal ve kültürel peyzajı bozabilir, hedef bölgenin çekim unsurunu ve özgünlüğünü kaybetmesine neden olabilir. Bu gibi durumlarda hedef bölge sıradanlaşacak ve kentleşecektir (Tuan, 1974; Kuban, 2000). Ayrıca kamu yatırımlarında dengesizlik yaşanacak, turizmin bölgeler arası gelişmişlik farkını giderme işlevi gerçekleşmeyecektir (Olalı ve Timur, 1988; İçöz vd., 2009). Ancak, turizmin tüm bölgelere yayılması hem gerçekçi olmayan hem de riskli bir durumdur. Hedef bölgelerin kümelenmesi ve turistik etkinliğin doğal ve kültürel koruma alanları dışında tutulması ya da bu bölgelerde kısıtlı erişim sağlanması gerekli olabilir. (Dowling, 1993).

Son olarak, turistik ürün çeşidine yönelik yoğunlaşma yaşanabilir. Talebin, dolayısıyla turistik gelişimin belirli bir ürün çeşidi üzerinde yoğunlaşması, aşırı gelişim, değerlendirilmeyen olanaklar ve zaman içinde talebin yorulması sonuçlarını yaratır. Özel olarak kıyı turizminin Türkiye'de turizmin gelişim tarihi boyunca egemen ürün çeşidi olarak desteklenmesi, hem kıyı bölgelerinin çekim unsurunun kaybına, hem de dinamik turizm pazarından yeterli payın alınamamasına neden olmaktadır.

Üç ayrı biçimde incelense de turistik yoğunlaşma genelde bir arada kendini gösterir ve yoğunluğun azaltılması (turizmin yayılması) için çeşitli turistik ürün çeşitlendirme yöntemleri uygulanır (Sarkım, 2007; Kozak vd., 2010). Örnek olarak, yoğunlaşmanın yaşanmadığı dönemde ve / veya bölgede geliştirilecek ve pazarlanacak yeni bir turistik ürün çeşidinin talep yaratması, turizm talebinin aylara ve bölgelere yayılması sağlayarak ve ürünün tek tipleşmesinin önleyerek yoğunluğun azaltılmasına katkıda bulunur. Doğal olarak, bu planlamanın (özellikle kapasite planlamasının) öncül (pro-aktif) ve uzun erimli yapılması daha etkili olacak ve turizm gelişiminin daha sürdürülebilir olmasını sağlayacaktır (Yıldız, 2015).

Üretime katılan hane halkının aynı dönemde seyahate çıkması, turizm dışı işletmelerde de üretim kaybına neden olabilmektedir. Ücretli izin dönemlerinin ve okul tatillerinin yıl geneline yayılması üretim kaybını engelleyecek, yoğunlaşmayı azaltacak ve çalışanlar için psikolojik yararlar sağlayacaktır (Olalı, 1990). Son olarak, demografik ve coğrafi pazar çeşitliliği sağlamak da turistik talebi geleneksel bölge, dönem ve ürünlerin dışına yayabilir (TÜRSAB, 2003).

Aşırı turizm

“Aşırı” turizm, uzun süredir yaşanan bir duruma verilen yeni bir addır (Peeters vd., 2018; Seraphin vd., 2018; Koens vd., 2018; Milano vd., 2019b; Capocchi vd., 2019). Yukarıda sözü edilen alan mülkiyeti ve kullanım hakkı ile ilgili çatışmalar, turizmin aşırı yoğunlaşması¹³, doyunluk¹⁴, aşırı kalabalıklaşma¹⁵, özellikle toplumsal taşıma kapasitesini zorlayan ya da aşan, yerel toplumda ve doğada kabul edilemez değişimlere neden olan turistik gelişimin sonuçları, aşırı turizm kavramında toplanmak isteniyor görünmektedir. Bu anlamda tekil ve yalıtılmış bir olaydan ziyade, çok boyutlu ve karmaşık (Koens vd., 2018), örtüşen ve birleşen çok sayıda olayın birleşimini ifade etmektedir (Capocchi vd., 2019). Aşırı kalabalıklaşma ile yakın anlamlar taşımakla birlikte, ziyaretçi sayıları, ziyaret süreleri ve türleri ile hedef bölgenin taşıma kapasitesi ile ilgili olan, daha karmaşık ve çok yönlü bir olaydır (Peeters vd., 2018).

Aşırı turizm, henüz gündem oluşturma aşamasında değerlendirilmekte, bilimsel olarak üzerinde uzlaşmış bir tanımı ya da ölçüm araçları bulunmamaktadır (Peeters vd., 2018; Capocchi vd., 2019). En basit ifade ile turizmin etkilerinin (özellikle toplumsal) taşıma kapasitesini aşmasıdır (Peeters vd., 2018; Koens vd., 2018; Namberger vd., 2019). Aşırı turizm, şüphesiz kamuoyunun ilgisini çekmeyi başarmış, slogan özellikli, klişe ve pelesenk bir addır (Peeters vd., 2018; Milano vd., 2019b). Ancak ondan önce önerilen ve o kadar kalıcı olmayan terimler de bulunmaktadır. Henüz 1979’da Rosenow ve Pulsipher, aşırı turistik yoğunlaşmaya dikkat çekerek ziyaretçi aşırı yüklemesi¹⁶ ifadesi kullanmıştır (Capocchi vd., 2019).

Turizm karşıtı kavramlardan Turist-fobi¹⁷, turistin kendisinin yerel halkın belirli kesimleri tarafından turistin kirlenme ve tehlike unsuru olarak görülmesi ve reddedilmesini ifade etmek üzere önerilmiştir. Yerel halk, yaşam alanının işgal edildiğini hissetmektedir. Turist, “çocuksu, komik bir birey, ama aynı zamanda çok tehlikeli ve yıkıcı bir yağmacı topluluğun üyesi” olarak tanımlanmakta, kentsel yaşamın bozulmasının suçlusunu olarak görülmektedir. Bu olayın yabancı düşmanlığının (zenofobi) başka bir görüntüsü olduğu da ifade edilmiştir. Son olarak yerel halkın yaşam alanlarını ve çekim merkezlerini boşaltan turizm ya da turistler değil, kentin bir işletme olarak yönetimi olduğuna işaret edilmiştir (Delgado, 2008). Turizm-fobi (Milano vd., 2019b) anti-turizm ve “texit” gelişmeleri de yerel halkın yaşam alanlarını “işgal” eden bir turistik yoğunlaşmaya karşı bir toplumsal direnişi ve toplumsal hareketi ifade etmektedir (Peeters vd., 2018). İnsan ve doğal sermaye arasında şiddetli bir çatışmanın yaşandığı Venedik’te, ziyaretçilerin gelişini engellemeye yönelik şiddetli düşmanlık içeren protestolar gerçekleşmiştir (Seraphin vd., 2018).

¹³ Congestion

¹⁴ Saturation

¹⁵ Overcrowding

¹⁶ Visitor overkill

¹⁷ Turistofobia

2017 yılında 30 milyon turist ağırlayan 1,6 milyon nüfuslu Barselona’da turizm karşıtı toplumsal girişimler oluşmuştur¹⁸. Bu kentte sorun, ziyaretçilerin yerel halk gibi yaşamak istemesi, bunun sonucu da ön ve arka bölge ayrımının ortadan kalkması olarak gösterilmektedir. Yerel halk, hediyelik eşya dükkânları, kalabalıklar, tur otobüsleri ve gürültülü barlar arasında kentlerini karakterize eden özgün yer algısının yok olduğunu ve tektipleştiğini düşünmektedir. Turizm yoğunluğu peyzaja ve sahillere zarar vermekte, altyapı için aşırı baskı oluşturmakta ve gayrimenkul fiyatlarını aşırı yükselterek yerel halkın göç etmesine neden olmaktadır (Milano vd., 2019b).

Hedef bölgenin tanınırlığının aşırı artması da yerel halkın ve yönetimlerin baş edemediği turistik yoğunlaşmaya neden olmaktadır. Örnek olarak “The Beach” filminin ardından aşırı ziyarete maruz kalan Tayland’ın Maya Körfezi’nde meydana gelen yıkıcı doğal çevre sorunlarının ardından otoriteler körfezi tamamen turizme kapatmak zorunda kalmıştır. Ancak bu gibi radikal önlemlerin ziyaretçi sayılarını birden ve aşırı düşüreceği, bunun da geliri turizme dayalı paydaşlar için ciddi ekonomik sonuçları olacağı unutulmamalıdır (Milano vd., 2019b).

Özellikle kitlesel turizmin gelişimi, havayolu firmaları arasında yaşanan rekabet ile düşen maliyetler, online rezervasyon ve seyahat rehberleri ve sosyal medya kullanımı, kontrolsüz artan turizm talebi ile aşırı turizm bağlantılıdır (Goodwin, 2017; Capocchi vd., 2019). Turizmin sağladığı ölçek ekonomilerinden faydalanan endüstriler ve ekonomisi turizme bağımlı hale gelen hedef bölgelerin neden olduğu sürdürülebilir olmayan gelişme, turizmin neden olduğu baskıları protesto eden toplumsal hareketlere neden olmuştur (Milano vd., 2019b). Ancak aşırı turizm ile kitle turizmini eşanlamlı düşünmek yanıltıcı olacaktır, aşırı turizm kitlesel özellikli olmayabilir (Koens vd., 2018). Genel olarak yerel halkta rahatsızlık yaratan ana neden, genel rekreasyon alanlarındaki aşırı kalabalıktan ziyade, turizmin yaşam alanlarına sirayet etmesi olarak görülmektedir. Ziyaretçilerin gerçek ve özgün günlük yaşamı deneyimleme arayışında yerel halkın yaşam alanlarına girmesi, online, belgesiz ve aracısız konaklama (AirBnB benzeri P2P uygulamalar) ve ulaşım uygulamaları sayesinde kolaylık kazanmış, turizm etkinlikleri ana çekim merkezlerinin dışına çıkararak yerel yaşamın içine karışmaya başlamıştır (Goodwin, 2017). Bunun sonucu olarak yerel halk ve diğer yerel paydaşlar, yüksek sesle rahatsızlığını dile getirmiş ve protestolar düzenlemiştir. Bu durum yalnızca kentsel alanlarda değil, kıyı bölgelerde ve kırsal alanlarda da görülmektedir (Koens vd., 2018; Peeters vd., 2018).

Yakın zamanda, ziyaretçi ile hedef bölge ve yerel halk ilişkilerini daha da gerginleştiren, İtalya Sardinia’da “kum hırsızı” ziyaretçilere yüksek para cezaları, Venedik’te yerel halk ile ziyaretçilerin belirli günlerde ayrılması, Roma Trevi Çeşmesinde “özçekim zorbalığı” ve havuza girme, Madrid’de AirBnB kısıtlaması gibi örnekler yaşanmıştır (derleme, CNN Travel). Ancak aşırı turizm kavramının doğuşu ve kamuoyunda ilgi görmesi, şüphesiz yerel yönetimler tarafından turizme karşı korunmadığını düşünen yerel halkın, bir anlamda gerilla yöntemlerine başvurarak duvar yazısı ve pankart gibi görsel tepki araçlarını kullandığı protesto eylemleri sayesinde olmuştur. Bu sloganlardan örnekler aşağıda verilmiştir (derleme):

- Tourist go home! #touristgohome (özellikle Barselona, ama pek çok başka yerde)
- Tourist: Your luxury trip, my daily misery (Jamaika)
- We don’t want tourists in our buildings! This is not a beach resort (Barselona)
- Venice: It’s not Disneyland
- This isn’t tourism, it’s an invasion
- Barcelona is not for sale
- Tourism = Occupation force (Barselona)
- Barcelona: Tourists welcome, locals not welcome
- No tourists allowed beyond this line

¹⁸ Assembly of Neighborhoods for Sustainable Tourism (ABTS), Network of Southern European Cities against tourism (SET)

Aşırı turizm – tanım arayışı

Aşırı turizm teriminin alan yazınında ilk kullanımı, 2016 yılında Martin Selby'nin başmakalesinde görülmektedir: “Uluslararası turist sayıları, ekonomik ve politik istikrarsızlığa ve güvenlik sorunlarına rağmen kararlı biçimde artmaktadır. Bu da ciddi ‘aşırı turizm’ durumlarına, yoğunlaşmaya ve altyapı yetersizliklerine neden olmaktadır” (Selby, 2016: 279). Terimin ilk kullanımı, yoğunlaşma ve buna bağlı olarak altyapının yetersiz kalması ile ötekileşmiş ve yerinden edilmiş yerel halkın turizme karşı gösterdiği direnç ve protestoya dayanmaktadır. “Bağımsız turizmin, aracısız konaklamanın, mobil uygulamaların ve elektronik seyahat rehberlerinin artışı ile turistik altyapısı yetersiz bölgelere turistik akımların ve simgesel doğal ve kültürel peyzaj alanlarına turizm baskısının artmasına neden olmuştur. Teknoloji etkin bir yerel halk – ziyaretçi etkileşimi için, ayrıca turistik talebin dağıtılması için etkin olarak kullanılabilir (Selby, 2016: 279).

Aşırı turizm, yerel halk ve diğer yerel paydaşların dışlanması ya da çatışma, hedef bölgelerin “turistleştirilmesi”¹⁹ ve “müzeleştirilmesi”²⁰, ayrıca yerel ve bağımsız yönetimden bölgesel / merkezi yönetime geçiş ile ilişkilidir. “Son yıllarda turizm gelişimi ile yakından ilişkilendirilen yeni ve güncel bir olayı, aynı zamanda da dünyadaki pek çok ana hedef bölgeye doğru oluşan akımların yoğunlaşması ve bununla ilgili turizm yönetimi sorunlarını ifade etmek için kullanılmaktadır” (Capocchi vd., 2019: 6).

Dünya Turizm Örgütü (2018), aşırı turizmi “Turizmin, yerel halkın algılanan yaşam kalitesini ve ziyaretçilerin deneyimini aşırı ve olumsuz etkileyecek biçimde hedef bölgenin bütününe ya da bir kısmını etkilemesi” olarak tanımlamıştır. “Hızlı kentleşme ya da ekonomik büyüme, düşük ulaşım maliyetleri, seyahat kolaylığı ve gelişen ekonomilerde orta sınıftaki nüfus artışı gibi unsurlar, hedef bölgeleri bireysel ya da profesyonel ziyaretçiler için artan biçimde çekici kılmaktadır. Ancak sürdürülebilir bir turizm yönetimi eksikliği sonucu kontrolsüz bir büyüme aşırı turizme neden olmaktadır” (UNWTO, 2018).

AB Parlamentosu Seyahat ve Turizm Komitesi (TRAN) tarafından hazırlatılan aşırı turizm raporu, konuyla ilgili en kapsamlı kaynaklardan biridir. Bu raporda aşırı turizm, “belirli zamanlarda ve yerlerde turizmin etkilerinin fiziksel, ekolojik, toplumsal, ekonomik, psikolojik ve / veya politik kapasite sınırlarını aşması durumu” olarak tanımlanmıştır (Peeters vd., 2018: 17). Aşırı turizm, pek çok hedef bölge için sürdürülebilir bir gelişimin önünde bir engel olarak görülmektedir. Aşırı turizm, bölgelerin doğal ve kültürel mirasını tehdit eden, bölgede yaşam ve taşınmaz fiyatlarını aşırı yükselterek yerel halkın standartlarını düşüren ve dışlanmaya (exclusion) neden olan örnekler yaratmıştır. Bölgenin özgünlüğünün ve çekim unsurunun kaybına neden olabilmektedir (Peeters vd., 2018).

Aşırı turizm, öncelikle toplumsal taşıma kapasitesi, ya da yerel halkın turizmin etkilerine verdiği tepki ile ilgili bir kavramdır. Bu bakış açısı ile “yerel halk ve ziyaretçilerin bölgede “çok fazla ziyaretçi olduğunu” ve bu nedenle bölgedeki yaşam kalitesinin ve turistik deneyimin kabul edilemez derecede bozulduğunu düşünmesi” (Goodwin, 2017: 1) ya da “ziyaretçilerin yerel halka baskın gelmesi sonucu yaşam kalitesi ve yaşama maliyeti sorunlarının ortaya çıkması” (Intrepid, 2018: 16) olarak da tanımlanabilir.

Yine bir başka tanıma göre, “aşırı turizm, ziyaretçi sayısındaki aşırı artış ve aşırı kalabalıklaşma sonucu yerel halkın geçici ve dönemselsel yoğunlaşmanın sonuçlarına maruz kalarak yaşam biçimlerinin kalıcı olarak değişmesi, kaynaklara erişiminin engellenmesi ve genel refah durumlarının zarar görmesi durumudur” (Milano vd., 2019b: 2). Aşırı kalabalıklaşmaya, yoğunlaşmaya, özel yaşama müdahale ve istenmeyen etkileşimlere karşı kendini gösteren, psikolojik bir tepkidir (Milano vd., 2019b). “Aşırı turizm ve turizm-fobi gibi terimlerin doğuşu, sürdürülebilir olmayan kitlesel turizmin sonuçlarının gözler önüne serilmesi ve kent, kıy ve kıyı alanlarının turizm amaçlı kötüye kullanımından kaygı duyan akademisyenler, uygulamacılar ve toplumsal hareketlerin buna verdiği tepkide yatmaktadır” (Milano vd., 2019b: 353). Aşırı turizm, ayrıca sermaye birikimi, gelir dağılımı adaletsizliği ve toplumsal

¹⁹ Touristisation

²⁰ Museification

eşitsizliğe de neden olmaktadır. Turistler için çekici olan bir yer, yerel halk için de yaşanabilir ve güvenli olmalı, ekonomik çıkar için feda edilmemelidir (Milano vd., 2019b).

Genel olarak, aşırı turizm durumlarına neden olan etkenler belirli oranda benzerlik göstermekle birlikte, karmaşık nedenleri ve sonuçları nedeniyle, ortak göstergeler tanımlanamamaktadır. Aşırı turizmin önlenmesi için hedef bölgenin paydaşları ve karar vericilerinin iş birliği ile hazırlanmış, duruma özgü plan ve politikalar gereklidir. Aşırı turizmin sonuçları, hedef bölgenin ve çekim unsurunun özelliklerine göre değişmektedir (Peeters vd., 2018).

Ölçüm araçlarında, ya da aşırı turizm durumunun varlığında uzlaşıya ulaşmak adına, aşırı turizm göstergeleri ve sonuçları aşağıdaki örneklerde önerilmiştir:

Aşırı turizm uyarıları:

- Yüksek ziyaretçi sayılarının ya da aşırı kalabalıkların neden olduğu, ziyaretçiler, yerel halk ve girişimciler arasındaki olumsuz etkileşim
- Ziyaretçilerin ve yerel halkın duygularını izlemek: aşırı turizmin psikolojik ve sosyal uyarılarını tespit etmek
- Yerel halkta yabancılaşma, turistik deneyimde bozulma, altyapının aşırı yüklenmesi, doğal çevrede tahribat, kültürel mirasın tehdidi, çekim unsurunun kaybı (Peeters vd., 2018)

Aşırı turizm göstergeleri:

- Turizm sıklığı (km² başına geceleme) ve yoğunluğu (yerel nüfus başına geceleme)
- (100) yerli nüfus başına turist sayısı (TPR) ve km² başına düşen turist sayısı (TDR)
- Belgesiz tesislerde konaklama oranı (AirBnB)
- Turizmin bölgesel gelirdeki oranı
- Seyahat yoğunluğu (bölgeye gelen ziyaretçi / yerel halk oranı)
- Ulaşım merkezleri ve UNESCO Miras Alanlarına yakınlık (Peeters vd., 2018)

Aşırı turizmin etkileri:

- Kamusal alanların özelleştirilmesi
- Gayrimenkul fiyatları ve genel olarak yaşama maliyetinin aşırı artması / yerel halkın reel satın alım gücünün azalması
- Ticari soylulaştırma
- Doğal çevre tahribatı (Milano vd., 2019b)
- Turizmin neden olduğu yüksek (ancak düşük nitelikli) istihdam (Goodwin, 2017)
- Seçkinleştirme²¹ ve yaşam olanaklarının azalması sonucu yerel nüfusta azalma
- Ziyaretçi türü ile hedef bölge uyumsuzluğu
- Ziyaretçi gruplarının uyumsuzluğu (Peeters vd., 2018)

Aşırı turizm görüldüğü üzerinde uzlaşılmış çok sayıda örnek durumdan derlenen bu ölçütler, doğal olarak her hedef bölge için uygulanabilir olmayacaktır. Hedef bölgenin çekim unsuru, doğal ve kültürel çevre yapısı, yüzölçümü, ziyaretçi davranışları, hedef bölge ve işletme yöneticilerinin kararları gibi çok sayıda değişken değerlendirilerek durumsal ölçütler belirlemek mümkündür. Aşağıda örnek bir durum verilmiştir.

Örnek olay: Antalya

Yukarıda sözü edilen AB TRAN raporunda, Antalya da aşırı turizm örnekleri arasında verilmiştir. Yukarıda verilen bölgesel turistik yoğunlaşma verilerine ek olarak, 1,2 milyon nüfuslu ve merkezde 1417km², toplamda 20.909km² yüzölçümü olan kent, 2019'da yaklaşık 15 milyon turist ağırlamıştır. Raporda verilen ölçüm araçlarına göre aşırı turizm saptanmıştır. Bu durumun ana etkileri, yerel halk başına yüksek turist sayısı, çevre sorunları ve seçkinleştirme olarak verilmiştir. Egemen turizm biçimi olan kitle turizmi, toplumsal eşitsizlik, hedef bölgede toplumsal sınıf ayrımı, kent merkezinden ayrı resort alanları ve bunun sonucu olarak turistlerin kent merkezine hiç uğramamaları, (çevresel farkındalığı olmayan ve yerel halkın gereksinimlerini ihmal eden) yabancı tur operatörlerine bağımlılık,

²¹ Gentrification

doğal ve kültürel çevreyi tahrip eden tesisleşme, doğal kaynaklar üzerinde aşırı baskı ve ormansızlaştırma sonuçlarına neden olmuştur. Dünyanın önde gelen hedef bölgelerinden olan Antalya, gelişim sınırlarına ulaşmasına rağmen yeni çekim merkezleri yaratılmakta ve yoğun olarak tanıtılmaktadır (Peeters vd., 2018).

Aşırı Turizm ve Pazarlama

Aşırı turizm ile ilgili tartışmalarda, pazarlama önemli yer tutmaktadır. Temelde yoğunluğa neden olan unsurun, arz kapasitesi analizini ihmal eden, yoğunluğu teşvik edecek biçimde ve aşırı tanıtım yapan, talepte niceliğe öncelik veren yanlış pazarlama uygulamaları olduğu öne sürülebilir (Goodwin, 2017).

Aşırı turizme karşı tepki olarak ziyaretçi girişlerinin yönetim ya da halk tarafından engellenmesi aşırı örneklerdir. Genelde hedef bölgeler ilk olarak pazarlamama²² ya da küçülme²³ seçeneklerine yönelmektedir (Perkumiene ve Pranskuniene, 2019). İlk kez Kotler ve Levi (1971) tarafından kullanılan pazarlamama ya da satış geriletme stratejisi hedef bölgelere uyarlandığında, belirli bir yere olan ilginin, ziyaretçilerin ve/veya yatırımın yönünü değiştirmek ya da saptırmak olarak tanımlanabilir. Amaçlar hedef bölgenin sürdürülebilirliği, pazar dilimleme ve hedef pazar seçimi, yoğunlaşmanın azaltılması ve kriz önleme ya da kriz yönetimi olabilir. Stratejiler de pazarlama yapılmaması, yeniden yönlendirme ya da seçenek bölgelerin pazarlanması, seyahat uyarıları, erişimin engellenmesi ya da caydırıcı fiyatlama olabilmektedir (Medway vd., 2010). Turizmde sürdürülebilirliğin sınırına gelindiğinde pazarlamama, turizm politikası için bir acil durum seçeneği oluşturabilir. Aşırı talep nedeniyle taşıma kapasitesi ve sürdürülebilirliğin sınırları aşıldığında, kitle turizmi ve onun dayandığı doğal ve kültürel çevrenin yönetimi, ziyaretçi yönetimi, insan eliyle yapılmış çekim unsurları ve ulusal parkların yönetimi için ziyaretçi sayısının azaltılması düşünülebilir (Beeton ve Benfield, 2002).

Pazarlamama ya da küçülme reaktif tepkilerdir ve aşırı turizmin neden olduğu, pek çok durumda geri döndürülemez etkiler oluştuğundan sonra seçenek olmaktadır. Pro-aktif ve uzun vadeli bir turizm politikası ve pazarlama yönetimi ile aşırı turizmi önlemenin mümkün olduğu öne sürülebilir. Hedef bölgenin hayatta kalabilmesi ya da sürdürülebilmesi için doğal kaynakların, ekonominin ve kültürün bütünsel ve çok yönlü biçimde yönetilmesi gerekmektedir (Seraphin vd., 2018).

Hedef bölgenin pazarlama yönetiminde, talep ve turist başına hedeflenen gelir analiz edilerek arz kapasitesinin planlanması, dahası bölgesel yoğunluğu önleyecek biçimde dağıtılması gerekmektedir. Hedef bölgelerin ve çekim alanlarının tanıtımında seçenek sunulması, turistik yoğunluğu önleyecek bir ürün çeşitlendirme aracı olarak kullanılmalıdır. Bu yolla talebin bölgelere ve aylara dağıtılması sağlanabilir (Olalı, 1990). Hedef bölgenin yaşam eğrisi boyunca da alınacak kararlara tüm paydaşların dâhil edilmesi, kaynaklara ve turizmin faydalarına adil biçimde erişiminin sağlanması gerekmektedir (ARTN, 2020). Aşırı turizmde, turizmle ilgili olan ve olmayan tüm paydaşların girdisi olduğu unutulmamalıdır (Koens vd., 2018).

Hedef bölgenin marka stratejisi de aşırı turizmde belirleyici olabilir. Özellikle duygulara ve ziyaretçinin hedef bölge ile olan bağlarına yönelik olan bir marka stratejisi aşırı ziyareti teşvik ederek aşırı turizm oluşumunda büyük rol oynamaktadır. Özel ilgi turizmine ve turistik ürün çeşitlendirmesine yönelik bir marka stratejisi ve pazarda yeniden konumlandırma, aşırı turizmin önlenmesi için kullanılabilir. Turizmin amacı açgözlülük ve düşmanlık yerine ortak his, kardeşlik, birliktelik, barış duygularını uyandırmak olmalıdır. Hedef bölge yeniden konumlandırma stratejisinde bu konuya felsefi açıdan yaklaşmalıdır. Yerel halkın aşırı turizmin neden olduğu kültürel bozulmadan rahatsız olması engellenmelidir. Kamuya açık alanlar, öncelikle yerel halk için zevkli olmalıdır. Bu sayede, yerel halkın mutluluğu da turistik deneyimin olumlu olmasını sağlayacaktır (Seraphin vd., 2018).

Aşırı turizm ve yerel halk – ziyaretçi etkileşimi

Aşırı turizm, nedenleri, etkileri ve sonuçları ele alındığında öncelikli olarak toplumsal bir rahatsızlık durumudur. Genel olarak, yerel halkın yaşam doyum düzeyi, maddi refah, mülkiyet, toplumsal refah, duygusal refah, sağlık ve güvenlik ile ilgilidir. Ayrıca yerel halkın turizmin etkileri ile ilgili algısı ve

²² Demarketing

²³ Degrowth

turistik gelişim aşamaları da (hedef bölge yaşam eğrisi) yaşam doyum düzeyi üzerinde belirleyici olacaktır. ABD Virginia’da yapılan bir çalışmada bulunan en güçlü etkiler, turizmin ekonomik etkisi ile maddi refah arasında ve turizmin toplumsal etkisi ile toplumsal refah arasındadır. Taşıma kapasitesi aşıldığında, turistik yaşam eğrisinde düşüşe geçildiğinde, toplumsal ve ekonomik ilişkiler tersine dönerek yerel halkın yaşam doyumunun düşmesine neden olmaktadır. Bu aşamada, turizmin kültürel etkileri ile duygusal refah, ayrıca çevresel etkiler ile sağlık ve güvenlik ilişkileri de en güçlü (olumsuz) durumdadır (Kim, 2002).

Aşırı turizme verilen tepkilerde ortak tema “işgal” olarak karşımıza çıkmaktadır. “Sürüler” ya da “ordular” halinde gelen, dönemsel ve bölgesel olarak aşırı kalabalık ve trafiğe neden olan ziyaretçi grupları yerel halkı yoğun dönemlerde kendi yaşam alanlarından uzaklaştırıyor görünmektedir. Ancak yerel halk yaşam alanlarından kalıcı biçimde de mahrum bırakılabilmektedir. Turizmin hâlihazırda neden olduğu dönemsel enflasyona ek olarak, yerel halkın, aşırı turizmin neden olduğu taşınmaz spekülasyonu ve belgesiz konaklama olanakları nedeniyle hedef bölgede yaşamının maliyetini karşılayamaması sıklıkla görülen bir olaydır. Yerel halk, tehdit altında olduğunu hissettiği toplumsal çıkarlarından ve bozulan yaşam kalitesinden doğrudan turistleri sorumlu görebilir ve bu etkileşimi daha da olumsuz hale getirebilir (Peeters vd., 2018).

Aşırı turizm durumlarında yerel halk ve ziyaretçiler arasında çatışma ve düşmanlık yaşandığı, iletişimin tamamen ve kalıcı olarak koptuğu, yeniden kurulamayacağı öne sürülebilir. Ancak turizmin kendinden beklenen faydaları sağlaması ve toplumsal sürdürülebilirlik için çatışmanın önlenmesi ya da yönetilmesi gerekecektir (Capocchi vd., 2019).

Olumlu bir etkileşimin kurulması sürecine, en önemli paydaşlardan olan yerel halkın çıkarlarının gözetildiği, kararlara katılımının, kaynaklara ve turizmin faydalarına adil biçimde erişiminin sağlandığı (reaktif) bir planlama ile başlanmalıdır (ARTN, 2020). Turistik ürün çeşitlendirmesi / farklılaştırması, aynı zamanda uygun pazarlama iletişimi ile yoğun rekreasyon alanlarında ziyaretçi yönetimi, park ve müzelere girişlerin düzenlenmesi gibi yöntemlerle turizmin zaman ve yer içinde yoğunlaşması azaltılabilir (Olalı ve Timur, 1988), alanların bakımı için gelir elde edilebilir ve yerel halk için ek istihdam olanakları yaratılabilir.

Ziyaretçilerin yerel kültüre ve doğaya uyumlu bir turistik davranış göstermek üzere eğitimi çok önemli olacaktır (Capocchi vd., 2019). Bu amaçla yerel halk ve ziyaretçilerin etkileşime girebileceği barışçıl ve denetimli ortak kullanım alanlarının yaratılması, ziyaretçilerin yerel kültürün normlarını gözlemleyerek davranışlarını düzenlemesini sağlayabilir. Sorumlu turizm etkinlikleri teşvik edilerek yaşanacak ve ziyaret edilecek daha iyi yerler yaratmak mümkün olabilir (Goodwin, 2017).

Aynı biçimde yerel yönetim, işletmeler ve yerel halkın da eğitilmesi gereklidir. Hedef bölge yönetim örgütlerinin, iletişim ve olumlu etkileşimin kurulması için uygun teknolojileri de uygulamaya geçirmesi faydalı olabilir (Estêvão vd., 2014). Bu sayede ziyaretçi – yerel halk çatışması hafifletilecek, hedef bölgenin etkin pazarlaması yapılabilecek, yoğunluk azaltılarak hedef bölge yeniden canlanacak ve turizm kendisinden beklenen faydaları sağlayabilecektir.

Yerel halkın gündelik yaşamı, gelenekleri, mirası, güncel ve tarihi alanlar ve kültürel peyzaj gibi kültürel unsurları bir arada barındıran kültürel çevrenin, en önemli turistik çekim unsuru olduğu unutulmamalıdır. Sağlıklı doğal çevre alanları ile uyumlu biçimde gelişmiş kültürel çevre, bütünsel olarak sağlıklı, nitelikli ve yüksek çekim gücüne sahip olan tümel çevreyi yaratır (Kuban, 2000). Bunun da ziyaretçiler için yüksek doyum sunan bir deneyim yaratması beklenebilir.

Turizm eyleminde ziyaretçi hem hedef bölgenin kendisi ile hem de orada yaşayanlar ile kaçınılmaz biçimde etkileşime girecektir. Bu etkileşimin tüm taraflar için fayda yaratması mümkündür; ancak kültürler karşı karşıya geldiğinde, etkileşimin doğasını, gidişatını ve sonucunu çok sayıda ve öngörülemeyen değişken belirleyecektir. Kültürler tehdit, çatışma ya da rekabet durumuna girebilir, biri diğerini merak ya da takdir edip yüceltebilir, kültürel örtüşme ya da uyumsuzluk görülebilir, bir taraf üstünlük / egemenlik, diğer taraf asimilasyon eğiliminde olabilir. İdeal durumda merkez ve diğer

kültürün gereksinimlerinin farkında olmak ve iletişimi bu yönde uyumlandırma yoluyla bir sentez ya da kültürel dönüşüm yaratmak gerekmektedir (Thomas, 2010).

Turizm, yaşamsal gereksinimlerini gidermiş uygar insanın doğal bir yer değiştirme eylemidir. Ziyaretçi, kendi kültürel merkezinden uzaklaşarak özüne ve diğer kültüre yaklaşmak isteyecektir. Diğer kültür ile olan etkileşiminin niteliği kültürel uzaklığa, kültürler arası etkileşimin gerçekleştiği ortama, hedef bölge yaşam eğrisine, ziyaretçinin özgünlük arayışına, ziyaretçi, işletme ve yerel halkın davranışlarına ve gerçekleşen turizmin ölçeğine bağlıdır. Turizmin uzun vadede kendinden beklenen faydaları sağlaması, yerel halkın da katıldığı, pro-aktif ve uzun vadeli bir sürdürülebilir turizm gelişimi planlama ve yürütme sürecine bağlıdır. İdeal durumda farklı kültürleri bir araya getiren turizm, bütünleşme yaratarak kendi kültürünü oluşturacaktır (Yıldız, 2021).

Yöntem

Bu çalışmanın amacı, aşırı turizm durumunda ziyaretçi – yerel halk etkileşiminin analizi, araştırma alanında mevcut durumun tespiti ve yorumlanmasıdır. Bu amaçla, öncelikle tarihsel süreç içinde aşırı turizm ile ziyaretçi – yerel halk arasındaki kültürel etkileşim ile ilgili alan yazını taranarak çalışmanın kavramsal çatısı oluşturulmuştur. Turizmin toplumsal etkileri ve kültürel etkileşim alanlarında zengin bir çalışma birikimi olmakla birlikte, aşırı turizm ve etkileşim alanında yeterli araştırma bulunmamaktadır.

Araştırma soruları ve alt sorunlar saptandıktan sonra, uygulama alanı olarak aşırı turizm uyarıları görülen İzmir'in Foça ilçe merkezi seçilmiştir. İzmir'in Foça ilçesinin merkezi, Atatürk, Fevzipaşa ve İsmetpaşa mahallerinden oluşmaktadır ve toplam 46.336 m² yüzölçümüne ve 12.000 sürekli nüfusa sahiptir. Foça doğal ve kültürel koruma bölgesi olduğu, ayrıca geniş askeri bölgeler barındırdığı için yüzölçümünün küçük bir bölümü yerleşime, kıyı şeridinin de belirli bölgeleri turizme açıktır. Yerleşik nüfusun önemli bir bölümünü askeri personel oluşturmaktadır. Yine yaklaşık 4.000 meskenin önemli bölümünü ikincil konutlar (yazlıklar) oluşturduğu için ve yaşanan yüksek mevsimsel yoğunluktan dolayı, yazın nüfusun 150.000'e ulaştığı tahmin edilmektedir. Ayrıca büyükşehir merkezlerine yakınlığı ve ulaşım kolaylığı nedeniyle, yoğun biçimde günübirlik ziyaret edilmektedir. Yoğunluğun yaşandığı yaz aylarında, hafta sonları ve bayramlarda günlük 80.000 araç girişi bildirilmiştir. Turistik eylemin yoğun olarak gerçekleştiği Küçük Deniz bölgesi yaklaşık 250m² alana sahiptir. Bu bölgenin 280m uzunluğundaki kıyı şeridi neredeyse tamamen yeme-içme işletmeleri ile doludur ve en kalabalık alanı oluşturmaktadır. Foça'da ana ekonomik etkinlik turizm ve balıkçılıktır.

Foça'nın yaklaşık 2000 yatak kapasitesinin yarısı merkezde bulunmaktadır. İsmetpaşa Mahallesi'nin kuzey sahil şeridinde yer alan oteller bu kapasitenin diğer yarısını oluşturmaktadır. Bu oteller Haziran – Ekim ayları arasında açıktır. Merkezdeki kapasite, sezon dışında da yüksek talep nedeniyle doludur. Foça'da 1967'de hizmete başlayan, ülkemizin ilk tatil köyü olan 690 yatak kapasiteli Club Med'in 2005'te kapanması ilçenin turizm geliri ve istihdam oranını olumsuz etkilemiştir. Tesisin önümüzdeki yıllarda tekrar faaliyete geçmesi beklenmektedir.

Araştırma tasarımı olarak, çalışmanın ve araştırma alanının özelliklerine uygun biçimde yapılandırılmamış görüşme ve katılımcı gözlem içeren karma ve nitel yöntem seçilmiştir. Temel istatistiksel veriler yerel yönetim ve turizmle ilgili sivil toplum kuruluşlarından alınmış, katılımcılar, mevcut çalışmada taranmış literatürden çıkarılan sonuçlara göre, tüm yaşamını Foça'da geçirmiş ve Foça'ya sonradan yerleşmiş, ayrıca temel ekonomik etkinlik alanı turizm olan ve olmayan yerel halktan seçilmiştir.

Görüşmeler, katılımcılara çalışmanın ana soruları iletilerek, yeni sorunları keşfe ve yoruma olanak verecek biçimde, aynı zamanda katılımcının görüşlerini yönlendirmemek için yapılandırılmamış biçimde yürütülmüştür. Katılımcılara kimlik ve konumlarının gizli tutulacağı güvencesi verilmiş, kendileri de bu yönde istek belirtmiştir. 2021 yılı yaz mevsimi boyunca süren görüşmeler yüz yüze ve telefonla gerçekleştirilmiş, 15-30 dakika arası sürmüş, yanıtlar sürekli not tutularak görüşme sonrasında değerlendirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen bilgiler konsolide edilerek bulgular başlığında verildikten sonra yorumlama ve sonuç bölümünde Foça'da aşırı turizmin önlenmesine ve olumlu yerel

halk – ziyaretçi etkileşiminin sağlanmasına yönelik öneriler geliştirme amaçlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2000; Altunışık vd., 2004; Shank, 2006).

Görüşme soruları yoğunlaşma dönemlerinde katılımcıların günlük hayatları, turizmin yaşam alanlarına etkisi, yerel halkın yaşam kalitesi, kaynaklara erişimde yaşanan rekabet, dönemsel ve kalıcı bölgesel enflasyon, ziyaretçi davranışları ve bunun Foça'ya etkileri, yerel yönetimin kararları ve genel durum değerlendirmesi üzerine yoğunlaşmış, katılımcıların sorun tespiti ve çözüm önerileri sunması teşvik edilmiştir. Görüşmeler sonucu ortaya çıkan ortak örgüler bulgular sunulurken verilecektir; frekans analizine gereksinim duyulmamıştır. Katılımcı listesi ve demografik özellikleri Tablo 1'deki gibidir:

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

#	Yaş	Doğma büyüme / sonradan yerleşmiş	Ekonomik etkinlik alanı: Turizm / turizm dışı
K1	36	D	TD
K2	66	D	TD
K3	50	D	TD
K4	65	S	TD
K5	43	S	TD
K6	45	S	T
K7	43	D	T
K8	46	D	T
K9	38	S	T
K10	60	D	T
K11	40	S	TD
K12	52	S	T

Bulgular

Görüşmelerde tüm katılımcılar tarafından ifade edilen noktalar bulunmaktadır. Buna göre, hafta sonları, bayramlar ve Temmuz – Ağustos aylarında ilçe merkezi fiziksel taşıma kapasitesini aşmaktadır. Bu dönemlerde yerel halk, özellikle yaşı büyük olanlar evlerinden hiç çıkmamakta, ya da başka yerlere giderek yoğunluktan kaçmaktadır.

“Hafta sonları Küçük Deniz’de yürüyemezsin” (K2)

“(Büyük Deniz’e doğru) kalabalığın yayılması için çabalar oldu. Ancak orada sahil şeridi kamu binaları ile dolu ve çabalar sonuçsuz kaldı” (K7)

K7, konuya başka bir perspektiften bakmış, kısım çok sakin olan Foça’da yerli halkın tarih boyunca buna alıştığını, yoğunluk zamanlarında bir anda oluşan kalabalığa aşırı maruz kaldığını, ancak bireysel tercih olarak evde kaldığını ifade etmiştir. Genç nüfus, turizm çalışanları ve girişimcilerin yoğunluktan kaçma seçeneği bulunmamaktadır. İlçe merkezinde ciddi bir otopark yetersizliği ve trafik sorunu bulunmaktadır.

“Kapımızın önüne kadar araba park ediyor. Sürekli park kavgası yaşıyor. Foça’nın kapasitesi bu kadar aracı kaldırmıyor” (K5)

Yoğunluk dönemlerinde oluşan ekonomik hacmin etkisiyle yatırım ve işletme maliyetleri aşırı artmıştır ve girişimciler yıllık maliyetlerini karşılamayı amaçlamaktadır. Aynı doğrultuda, imar yasağı nedeniyle hâlihazırda kısıtlı olan yatak kapasitesi ve belgesiz konaklama birimleri (yazlık ev), aşırı talep ile karşılaşınca dönemsel aylık ve günlük kiralar ile konut fiyatları da aşırı artmıştır ve ev sahibi olan yerel halk bile, evini kiraya verip merkez dışına taşınmaktadır.

Yoğunluk dönemlerinde oluşan kirlilik, özellikle gürültü kirliliği, tüm katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Yerleşik nüfusu oranında kamu hizmeti alan her hedef bölgede yaşandığı gibi, aşırı turizm

dönemlerinde enerji, hijyen ve güvenlik altyapısı, hatta temel gıda erişimi yetersiz kalmaktadır. Katılımcıların çoğu artan suç oranlarından duyduğu kaygıyı dile getirmiştir. Ayrıca konaklama imkânı bulamayan ziyaretçilerin uygun olmayan yerlere kurduğu çadırlar da şikâyete konu olmuştur (K8).

“O kadar araba trafiği vardı ki motorumla (İngiliz Burnu’na) gidemedim. Oraya giriş serbest, çöp ve tuvalet yok. Herkes çöpünü sahile bırakıyor. Giriş düzenlense, çöp, tuvalet, büfe olsa bölgenin gençleri için istihdam da olur, sahil de temiz kalmış olur” (K1)

Tüm katılımcılar tarafından ifade edilen başka bir nokta, genel olarak günübirlikçi ve turist ayrımı olmuştur. Tatil köyünün kapanması ve ilçeye toplu taşıma gelmesi aynı döneme denk gelmektedir ve o yıldan itibaren şikâyetler artmış görünmektedir. Katılımcıların hepsi, çok sayıda gelen, ekonomik katkı sağlamayan ancak altyapı üzerinde ciddi baskı oluşturan günübirlikçilerin aşırı turizm unsuru olduğunu ifade etmiştir. Katılımcılar çözüm için genel olarak karamsardır. Özellikle genç (ve alkollü) günübirlikçilerin sık sık taşkınlıklara neden olduğu, güvenlik güçlerinin yetersiz kaldığını ifade etmişlerdir (K7). Yabancı ziyaretçilerin sayısı son on yıl içinde azalmış, günümüzde neredeyse yalnızca domestik ziyaretçilerin geldiği bir hedef bölge olmuştur.

“(Toplu taşıma ile gelen) günübirlikçilerden herkes şikâyetçi. Ancak (alım gücü yüksek) ziyaretçileri çekecek seçenek de bulunmuyor” (K11)

Ana turistik ürün çeşidi kıyı turizmi olmakla birlikte, tekne turları, yeme-içme ve eğlence turizmi de destekleyici ürün çeşitleridir. Bunun dışında ziyaretçiler için gerçekçi seçenekler bulunmamakta, turistik ürün çeşitlendirilememektedir.

“Arkeolojik kalıntı bakımından çok zengin olmasına rağmen Foça’da müze yok. Gelen ziyaretçinin yapabileceği, gezebileceği, para harcayabileceği seçenekleri yok.” (K1)

Ziyaretçi yönetimine yönelik fiyatlama stratejileri de sonuçsuz görünmektedir. Zaten tesisleri kullanmayan günübirlikçiler için bir etkisi olmamakta, ancak turistlerin fiyatlardan şikâyet etmesine neden olmaktadır (K6, K8).

Foça’ya sonradan yerleşmiş ve tüm yaşamını Foça’da geçirmiş yerel halk arasında çok belirgin olmayan bir ayrım saptanmıştır. Sonradan yerleşen halk ve yılın belirli dönemini Foça’da geçirenler genelde kendi çevreleri içinde kalma eğilimindedir (K4).

“Foçalılar yabancıları hemen içine alır, 2. kez geldiğinde Foçalı olur. Ama eskiden aile bağları daha güçlüydü. Foça’nın kapasitesi düşük, kalabalığı kaldırmıyor. Yardımlaşma hala var, ama göç, artan güvenlik sorunları, özellikle kadına yönelik suçlar nedeniyle insanlar arasına mesafe girmeye başladı.” (K3)

Yerel halk – ziyaretçi etkileşiminin geliştirilmesi için katılımcılar farklı yanıtlar vermiştir. Özellikle çok sayıda gelen günübirlikçilerin bölgeyle hiç bağ kurmadığı, kurmayla ilgilenmediği belirtilmiştir. Çok sayıda katılımcı bu doğrultuda ziyaretçilerin eğitimine vurgu yapmıştır, ancak böyle bir olanak bulunmamaktadır.

“Gelenlerin çevreye saygısı olması gerek. Ama genelde büyükşehirden gelenler burayı küçümsüyor. Bu da iletişimi olumsuz etkiliyor.” (K4)

Yerel halk tarafından ise, özellikle genç nüfusun (mesleki, toplumsal) eğitim ile topluma ve turizme kazandırılacağı, bunun da taraflar arasında iletişimi geliştireceği ifade edilmiştir (K6, K1).

Sonuç ve öneriler

Foça’da, alan yazınında aşırı turizm ile ilgili belirtilen uyarı ve göstergelerin çoğunu görmek mümkündür. Öncelikle, yoğunluk dönemlerinde fiziksel taşıma kapasitesinin aşıldığı belirtilmiştir. Aynı biçimde yoğun yakınma konusu olan düşük harcama eğilimli gününbirlikçiler de turistik piyasa taşıma kapasitesinin aşıldığını, ziyaretçi başına gelirin azaldığını göstermektedir. Alan yazınında belirtilen “yerel halkın, harcama düzeyi daha düşük ziyaretçi kalabalıklarından daha fazla rahatsız olması” durumu burada da geçerlidir.

Yerel halk kendini azınlıkta kalmış, yaşam alanlarından dışlanmış, yabancılaşmış ve çıkarlarının korunmadığını hissetmektedir. Yerel halkın belirli dönemlerde yaşam alanlarını kullanmaktan kaçınması ya da yerinden edilmesi, alan kullanımı, enerji, temel gıda gibi yaşamsal kaynaklar için turizm ile rekabete girmesi söz konusudur. Ayrıca kapasite kullanımının dönemsel olarak aşırı dalgalanması, turistik etkinliğin çok dar bir alanda gerçekleşmesi, ulaşım, enerji, güvenlik, temizlik gibi temel altyapı olanaklarının yoğun dönemlerde yetersiz kalması, ayrıca metrekaşe başına / yerel nüfusa oranla yüksek ziyaretçi sayısı gibi aşırı turizmin neredeyse tüm göstergelerini yaşamaktadır.

Yerel halk Doxey endeksine göre ilgisizlik/rahatsızlık, Doğan modeline göre de içine kapanma durumundadır. Görünür anti-turizm protestoları yaşanmamakla birlikte yoğun memnuniyetsizlik ve yakınma söz konusudur. Bu durum aşırı turizm uyarısı olarak kabul edilmelidir.

Yerel halk ve ziyaretçilerin çoğu arasında nitelikli bir etkileşim bulunmamakta, ilişkiler sosyal dönüşüm kuramına uygun biçimde büyük oranda ekonomik yönelimli olmaktadır. İşletme sahipleri ve diğer yerel halk arasında turizme yönelik zıt bakış açıları mevcuttur. Ancak diğer çalışmalarda ulaşılan “ekonomik etkinliği turizm olan ve bölgeye sonradan yerleşen yerel halkın turizme daha olumlu baktığı” sonucu Foça için geçerli görünmemektedir.

Temel sorun, kamu hizmeti yetersizliği ve aşırı ziyaret kısırdöngüsü olarak ortaya çıkmıştır. Bunun yanında mesken alanlarında trafik ve otopark sorunu, altyapı ve gününbirlikçiler ortak belirtilen sorunlardır. Foça’da turizm çok kısıtlı dönemler ve çok dar alanlara sıkışmış durumdadır ve bu anlamda yoğunlaşmanın tüm biçimlerini sergilemektedir. Foça, gördüğü yoğun turizm talebinden yeterli geliri elde edememekte, buna karşın ağır toplumsal ve doğal çevre sorunlarıyla karşılaşmaktadır. Özellikle kış yaşam olanaklarının elverişsizliği nedeniyle nüfusta yıl içinde aşırı dalgalanma olmaktadır. Dönemsel kiralanan (yazlık) evler, doğrudan ve belgesiz konaklama birimleri (P2P) olarak bölgenin konaklama endüstrisinin gelir kaybına neden olmaktadır.

Foça’da aşırı turizmin önlenmesi / aşılması ve yerel halk – ziyaretçi arasında olumlu bir etkileşimin kurulabilmesi için aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

- Foça’da evi olan herkesin ikametgâhını Foça’ya alması uzun süredir teşvik edilmektedir. Bunun etkin bir iletişim ile ev sahiplerine duyurulması, özendirilmesi ya da zorunlu tutulması tartışılabilir. Bu sayede mahallelerin kayıtlı nüfusu artacak ve kamu hizmetlerinden daha fazla yararlanabilecektir.
- Ziyaretçi / kalabalık yönetimi: Mevcut durumda ilçe terminali ana çekim merkezine çok kısa yürüyüş mesafesindedir. Merkezin dışına yapılan terminal (ve karşısında yer alan ücretsiz otopark) hayata geçirilmeli, buradan farklı noktalardaki halk plajları ve ücretli plajlara aktarma yapılmalıdır. Bu sayede kalabalığın merkezde yığılması önenebilir. Bu aktarma alanlarının da temel ulaşım ve hijyen altyapılarının sağlanması zorunludur. Ayrıca yoğunluk dönemlerinde araçla ilçe merkezine girişlerin düzenlenmesi tartışılmalıdır. Yine Küçük Deniz dışına yapılacak tesisler ve yönlendirme çalışmaları ile bölgesel yoğunluk azaltılabilir.
- Konaklama kapasitesi: Foça’da merkez dışında bulunan ve kullanımda olmayan çok sayıda koy ve sahil mevcuttur. Buralarda kamu yatırımı ile yapılacak kamp alanları ile hem kalabalık yönlendirilecek hem düşük bütçeli ziyaretçiler için seçenek yaratılacaktır. Kampların geliri ile temizlikleri sağlanacak ve merkezde yaşanan kirlilik hafifletilecektir.
- Turistik ürün çeşitlendirmesi: Foça’da mevcut turizm tektipleşmiş hizmet sunumunu içermektedir. Yeme-içme tesisleri yoğun talebe yetişmeye çalışmakta, bölge mutfağını inceliklerle sunma fırsatı bulamamaktadır. Turizm deniz ve yeme-içmeyle sınırlanmış durumdadır. Müze,

açık hava müzesi, kale içi bölgesi, taş evler, botanik turizmi, gastronomi turizmi, doğa turizmi, dalış, bisiklet, yürüyüş gibi çok sayıda değerlendirilemeyen potansiyel mevcuttur. Bu çeşitlendirme, yoğunluğun aşılması ve turizm gelirinin artmasının yanında Foça'nın kültürünü ziyaretçilere tanıtır olumlu bir etkileşim için zemin hazırlayacaktır.

- Yerel halka yönelik iletişim: Foçalı halkın kendi arasında ve yerel yönetim ile açık iletişim kanalları bulunmaktadır. Bu iletişimin belirli bir platformda toplanması düşünülebilir. Buradan hareketle, Foça'da gerçekleşen turizm hakkında ve turizm gelişim planlarında yerel halkın da söz sahibi olması sağlanacaktır. Bu platform ayrıca yerel halkın eğitimi için de kullanılabilir. Genç nüfusa yönelik mesleki ve toplumsal eğitim, tüm halka yönelik etkinlikler ve benzeri araçlar ile hem dayanışma ve aidiyet duyguları hem de turizme ve ziyaretçilere yönelik olumlu tutum canlandırılabilir.
- Ön bölgeler: Ziyaretçilere Foça'nın kültürünün tanıtılacağı ve sahneleneceği müze, etkinlik, festivaller, ayrıca yerel halk ve ziyaretçilerin aynı ortamı paylaşacağı geniş alanlar, aile bahçeleri ve parklar kurulmalı ya da düzenlenmelidir. Bu sayede ziyaretçilerde yerel kültüre yönelik merak ve beğeni duyguları oluşacak ve olumlu bir etkileşim için sağlıklı bir ortam kurulmuş olacaktır.
- Ziyaretçilerin eğitimi: Toplu taşımada, ortak toplanma noktalarında ve çekim merkezlerinde görsel iletişim, ayrıca mobil uygulamalar (ve benzeri teknolojik olanaklar) kullanılarak ziyaretçilerin arzu edilen davranışlara yönlendirilmesi mümkün olabilir. Ayrıca çekim merkezlerinde yönlendirme sağlanarak kalabalığın hafifletilmesi ve çekim unsurlarının daha etkin biçimde keşfedilmesi sağlanabilir.

Sonuç olarak, yerel halk ve ziyaretçilerin arasında olumlu bir etkileşim, durumsal ve kısa vadeli çözümlerle değil, yapısal değişiklikler, aşırı turizmin önlenmesi, yoğunluğun dağıtılması ve kapsayıcı uzun vadeli turizm planlaması ile mümkün olabilecektir. Rahatsızlık yaratan etkilerin önlenmesi ya da yönetilmesi, ayrıca yerel halkın turizm hakkında söz sahibi olması ve faydalara erişimi temel koşuldur. Bunun ardından taraflar karşılıklı fayda beklentisine girecek, olumlu bir kültürel etkileşim için temel şartlar sağlanmış olacaktır.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler, katılımcıların görüşleri 2020-2021 pandemi sürecinden etkilendiği için belirli bir kısıtlama içermektedir. Gelecekte başka hedef bölgelerde benzer çalışmalar yapılabilir ve sonuçları karşılaştırılarak daha genel geçer sonuçlara ulaşılabiliirse faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2004). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya Kitabevi.
- Ambroz, M. (2008). Attitudes of local residents towards the development of tourism in Slovenia: The case of the Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana regions. *Anthropological Notebooks*, 14(1), 63–79. ISSN 1408-032X
- ARTN. (2020). *The guide to best practice destination management*. Knowledge Transfer Services Pty Ltd for the Australian Regional Tourism Network.
- Barutçugil, İ. S. (1986). *Turizm ekonomisi ve turizmin Türk ekonomisindeki yeri*. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Beeton, S. ve Benfield, R. (2002). Demand control: the case for demarketing as a visitor and environmental management tool. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6).
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12.
- Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M. ve Amaduzzi, A. (2019). Overtourism: a literature review to assess implications and future perspectives. *Sustainability*, 11(3303), 1-18.
- Clark, J. (1997). *Coastal zone management handbook*. Boca Raton: Lewis Publishers.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1, Political Economics), 164-182.

- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experience. *Sociology*, 179-201.
- Çavuş, Ş. (2004). Turistik merkezlerin yaşam sürecine kuramsal bir yaklaşım. A. Yüksel ve M. Hançer (Ed.), *Turizm - ilkeler ve yönetim içinde*, (73-102). Turhan Kitabevi.
- Delgado, M. (2008). *Turistofobia*. El Pais, 24.07.2021 tarihinde https://elpais.com/diario/2008/07/12/catalunya/1215824840_850215.html adresinden erişildi
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve çevre yönetimi / sürdürülebilir gelişme yaklaşımı*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel temelleri*, (2. Bs.) Detay Yayıncılık.
- Dowling, R. (1993). An environmentally-based planning model for regional tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 17-37.
- Doxey, G. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences in the impact of tourism. *Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association*. San Diego, California.
- Dredge, D. (2017). "Overtourism" Old wine in new bottles? 24.07.2021 tarihinde <https://www.linkedin.com/pulse/overtourism-old-wine-new-bottles-dianne-dredge/> adresinden erişildi
- EPL. (2002). "Defining, measuring and evaluating carrying capacity in European tourism destinations". University of the Aegean, Department of Environmental Studies, Environmental Planning Laboratory. Atina: European Commission, Directorate-General for Environment, Nuclear Safety and Civil Protection. 28.06.2018 tarihinde http://ec.europa.eu/environment/iczm/pdf/tcca_material.pdf adresinden erişildi
- Erdoğan, H. (1996). *Ekonomik sosyal kültürel çevresel yönleriyle uluslararası turizm*. Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Eshelman, D. J. (2008). *Liminalities: A journal of performance studies*, 1-34.
- Goodwin, H. (2017). *The challenge of overtourism*. Responsible Tourism Partnership Working Paper 4. October 2017 24.07.2021 tarihinde <https://haroldgoodwin.info/wp-content/uploads/2020/08/rtpwp4overtourism012017.pdf> adresinden erişildi
- Günlü, E. (2007). Turizm sosyolojisi ve turistik tüketici davranışları. O. İçöz (Ed.), *Genel turizm - turizmde temel kavramlar ve ilkeler içinde*, (167-182). Turhan Kitabevi.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2007). *Turistik ürün çeşitlendirmesi*. Nobel Yayınevi.
- İçöz, O. (2001). *Turizm işletmelerinde pazarlama, ilkeler ve uygulamalar* (2. Bs.) Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. (2005). *Turizm ekonomisi* (3. Bs.) Turhan Kitabevi.
- İçöz, O., Var, T. ve İlhan, İ. (2009). *Turizm planlaması ve politikası - turizmde bölgesel planlama* (2.Bs.) Turhan Kitabevi.
- Intrepid. (2018). *Adventure travel index*. Amsterdam. 24.07.2021 tarihinde <https://www.intrepidtravel.com/en/adventure-index> adresinden erişildi
- Kianicka, S., Buchecker, M., Hunziker, M. ve Müller-Böker, U. (2006). Locals' and tourists' sense of place: A case study of a Swiss Alpine village. *Mountain Research and Development*, 26, 55-63.
- Koens, K., Postma, A. ve Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(4384).
- Kotler, P. ve Levy, S. (1971). Demarketing, yes, demarketing. *Harvard Business Review*, 49, 74-80.
- Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M. A. (2010). *Genel turizm ilkeler - kavramlar*, (9. Bs.) Detay Yayıncılık.
- KTB. (2021). *Turizm istatistikleri*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. 24.07.2021 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> adresinden erişildi
- Kuban, D. (2000). *Tarihi çevre korumanın mimarlık boyutu: kuram ve uygulama*. YEM Yayın.
- Lefebvre, H. (1968). *Le droit à la ville*. Anthropos.
- Lundberg, E. (2011). Evaluation of tourism impacts – a sustainable development perspective. *Mezuniyet Tezi*. University of Gothenburg - School of Business, Economics and Law, Department of Business Administration.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class*. University of California Press.
- Medway, D., Warnaby, G. ve Dharni, S. (2010). Demarketing places: Rationales and strategies. *Journal of Marketing Management*, 27(1-2), 124-142.

- Milano, C., Cheer, J. M. ve Novelli, M. (. (2019a). *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*. CABI.
- Milano, C., Cheer, J. ve Novelli, M. (2018). Overtourism: a growing global problem. *The Conversation*. 24.07.2021 tarihinde <https://theconversation.com/overtourism-a-growing-global-problem-100029> adresinden erişildi
- Milano, C., Novelli, M. ve Cheer, J. M. (2019b). Editorial: Overtourism and tourismphobia: A journey through four decades of tourism development, planning and local concerns . *Tourism Planning & Development*, 16(4), 353-357.
- Namberger, P., Jackisch, S., Schmude, J. ve Karl, M. (2019). Overcrowding, overtourism and local level disturbance: How much can Munich handle? *Tourism Planning & Development*, 16(4), 452-472.
- O'Reilly, A. M. (1986). Tourism carrying capacity: Concept and issues. *Tourism Management*, 7(4), 254-258.
- Olalı, H. (1988). *Turizm*. M.E. G.S.B.
- Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması*. İşletme Fakültesi Yayını.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm ekonomisi*. Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Olalı, H., Nazilli, S., Kırıcıoğlu, N. ve Sümer, M. (1983). *Dış tanıtım ve turizm*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm ekonomisi* (2. Bs.). Nobel Yayın Dağıtım.
- Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., vd. (2018). *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses*. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels.
- Perkumiene, D. ve Pranskuniene, R. (2019). Overtourism: Between the right to travel and residents' rights. *Sustainability*, 11(2138).
- Sarkım, M. (2007). Sürdürülebilir turizm kapsamında turistik ürün çeşitlendirme politikaları ve Antalya örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Selby, M. (2016). Editorial - Views from the editorial advisory board of the International Journal of Tourism Cities. *International Journal of Tourism Cities*, 2(4), 279.
- Seraphin, H., Sheeran, P. ve Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 374-376.
- Séraphin, H., Zaman, M., Olver, S., Bourliataux-Lajoinie, S. ve Dosquet, F. (2019). Destination branding and overtourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 1-4.
- Shank, G. D. (2006). *Qualitative research – a personal approach*. (2. Bs.) Pearson Merrill Prentice Hall.
- Stankey, G. H., McCool, S. F. ve Stokes, G. L. (1984). Limits of acceptable change: A new framework for managing the Bob Marshall Wilderness Complex. *Western Wildlands*, 10(3), 33-37.
- Świąder, M. (2018). The implementation of the concept of environmental carrying capacity into spatial management of cities: A review. *Management of Environmental Quality*, 29(6), 1059-1074.
- Terkenli, T. S., Bellas, M. L. ve Jenkins, L. D. (2007). Tourism impacts on local life: Socio-Cultural Continuity and Change in Crete. *Ege Coğrafya Dergisi*, 16, 37-52.
- Thomas, A. (2010). The self, the other, the intercultural. A. Thomas, E.-U. Kinast ve S. Schroll-Machl (Ed.) (C. Weston-Horsmann, Çev.), *Handbook of intercultural communication and cooperation, Volume 1: Basics and areas of application* içinde, (39-53). Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, Göttingen.
- Tuan, Y. (1974). *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes and values*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- TÜİK. (2018). *Turizm istatistikleri*. 29.06.2018 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072 adresinden alındı
- Turner, L. ve Ash, J. (1975). *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. Constable.
- TÜRSAB. (2003). *Turizmi çeşitlendirmek*. TÜRSAB Ar-Ge Departmanı. 24.07.2021 tarihinde <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/akrobat/GENEL/03hazCesit.pdf> adresinden erişildi
- UNEP/MAP/PAP. (1997). *Guidelines for carrying capacity assessment for tourism in Mediterranean coastal areas, priority action programme*. Split: Regional Activity Centre.

- UNWTO . (1981). *Saturation of tourist destinations. Report of the Secretary General*. UNWTO .
- UNWTO. (1983). *Risks of saturation of tourist carrying capacity overload in holiday destinations*. UNWTO.
- UNWTO. (2018). *Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions*. UNWTO.
- UNWTO. (2020). *UNWTO world tourism barometer - october 2020*. UNWTO. 24.07.2021 tarihinde <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6> adresinden erişildi
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. Sage.
- Usta, Ö. (2001). *Genel turizm*. Anadolu Matbaacılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2000). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.
- Yıldız, Ö. (2015). Turistik çekim unsuru olarak yerel yiyecek – içecek üretiminin ekonomik sürdürülebilirliği: Kazdağı örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, Ö. (2020). Turistik piyasa taşıma kapasitesi. *C-IASOS I. Ulusal Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi*, (212-214).
- Yıldız, Ö. (2021). Kültürel çevre ve hedef bölge. S. Karasakal ve O. Doğan (Ed.) *Destinasyon yönetiminde yeni yaklaşımlar* içinde, Nobel Yayıncılık.
- Yılmaz, B. S. (2007). Turizmin sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri. O. İçöz (Ed.), *Genel turizm - turizmde temel kavramlar ve ilkeler* içinde (183-200). Turhan Kitabevi.
- Yılmaz, D. (2007). Turizm sektörünün tanımı, yapısı ve özellikleri. O. İçöz (Ed.) *Genel turizm, turizmde temel kavramlar ve ilkeler* içinde (1-20). Turhan Kitabevi.

Etik kurul onayı

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından, 26.08.2021 tarih ve 15 sayılı karar ile etik kurul onayı alınmıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Araştırma herhangi bir çıkar çatışmasına sebep olmamıştır.