



## Genç Turistlerin Doğu Ekspresi Seferleri Tercihlerinde Instagram'ın Rolü (The Role of Instagram in Eastern Express Train Services Choices of Young Tourists)

\*Burak ERYILMAZ<sup>a</sup>, Cem YÜCETÜRK<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Amasya University, Amasya Social Sciences Vocational School, Tourism and Hotel Management, Amasya/Turkey

<sup>b</sup> Amasya University, Amasya Social Sciences Vocational School, Marketing and Advertising, Amasya/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 19.09.2018

Kabul Tarihi: 27.11.2018

### Anahtar Kelimeler

Doğu Ekspresi

Sosyal medya

Instagram

Kars

### Keywords

Eastern Express

Social media

Instagram

Kars

### Öz

Sosyal Medya, etkileşim ve iletişimin daha önce hiçbir medya teknolojisinde olmayan bir biçimde artmasını sağlamıştır. Sosyal medyanın ortaya çıkardığı fırsatlar hem tüketiciler hem de işletmeler için önemli bir araç olarak kullanılmaya başlanmış durumdadır. Özellikle turizm işletmeleri ve turistler için sosyal medya kullanımı çok önemli avantajlar sunmaktadır. Sosyal medya sayesinde birçok turizm destinasyonu popüler olabilmekte ve yoğun talep görebilmektedir. Popüler olan bu destinasyonlardan birisi de Doğu Ekspresi'dir. Ülkemizde son dönemde popüler olmaya başlayan Doğu ekspresi, T.C.D.D. ile Ankara-Kars güzergâhında hizmet veren ve 1310 km'lik yolda 24 saatlik bir tren yolculuğu deneyimi sunmaktadır. Yolculuk sırasında turistler tarafından başta Instagram olmak üzere çeşitli sosyal medya sitelerinde #karsrail etiketi ile 30 bin #doguekspresi etiketi ile 18 binden fazla içerik paylaşılmıştır. Bu paylaşımların giderek daha fazla kullanıcı arasında yaygınlaşmaya başlaması potansiyel turistlerin de ilgisini çekerek tren biletlerine yoğun taleplerin oluşmasına neden olmuştur. Bu sebeple T.C.D.D. Doğu Ekspresine ek vagonları ekleyerek ve açık biletleri 1 ay öncesinden satışa sunarak talepleri karşılamaya çalışmaktadır. Bu çalışmada Doğu Ekspresi deneyimi yaşayan 20 turistle görüşme tekniği kullanılarak turistlerin Doğu Ekspresi'ni tercih etme sebeplerinde sosyal medyanın etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Instagram'da paylaşılan fotoğraf ve videoların, kişilerin Doğu Ekspresi tren seferlerini tercih etmelerinde önemli rol sahibi olduğu tespit edilmiştir.

### Abstract

Social Media has enabled interaction and communication to grow in a way that has never before been seen in any media technology. Opportunities emerged by social media are beginning to be used as an important tool for both consumers and businesses. Especially for tourism businesses, destinations and tourists, social media offers very important advantages. Tourists seeking experience instead of one-sided information transfer are influenced by posts of the people they know or do not know in social media and make travel choices. These posts become popular as a result of many new destinations becoming fashionable. Being popular in our country recently, Eastern Express offers a 24-hour train journey on the 1310 km road, serving on the Ankara-Kars route through TCDD. During the trip, tourists have shared more than 30 contents in various social media sites, especially Instagram, with #karsrail hashtag and 18 contents with #doguekspresi hashtag. As a result of the intensive requests for train tickets, TCDD tries to meet demands by adding additional wagons to the Eastern Express and offering open tickets for sale 1 month in advance. In this study it is aimed to reveal the effect of social media in the preferences of 20 tourists participating in the Eastern Express service. According to the results of the research, it was found that the photos and videos shared on Instagram have an important role in the people preferring the Eastern Express train services.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [brkeryilmaz@gmail.com](mailto:brkeryilmaz@gmail.com) (B. Eryılmaz)

**Makale Künyesi:** Eryılmaz, B. & Yüçettürk, C. (2018). Genç Turistlerin Doğu Ekspresi Seferleri Tercihlerinde Instagram'ın Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 210-228.