



Selfie Turizmi ve Turizmde Selfie Kazaları Üzerine Bir Araştırma (Selfie Tourism and a Research on Selfie Accidents in Tourism)

Neşe ÇULLU KAYGISIZ ^a , *Aysu ALTAŞ ^a 

^a Aksaray University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Aksaray/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:07.04.2021

Kabul Tarihi:09.05.2021

Anahtar Kelimeler

Selfie

Özçekim

Turizm

Kaza

Öz

Günümüzde turistlerin bir destinasyonu tercih etmesi için eskiden olduğu gibi sadece iyi hizmet kalitesi, misafirperverlik, temiz tesisler ve lezzetli yemekler gibi parametrelerin yeterli olmadığı, artık tüm bu beklentilerine ilaveten sosyal medyada kendisine çok sayıda beğeni getirecek selfieler çekebileceği alanlara da sahip destinasyonları tercih etme eğiliminde oldukları gözlemlenmektedir. Söz konusu yeni tercih eğilimleri turizm pazarlaması kapsamında değerlendirildiğinde destinasyonun reklamı açısından oldukça önemlidir ve selfie turizmi adı verilen bir kavramın doğmasına zemin hazırlamıştır. Ancak, farklı fotoğraflar elde edebilmek için yapılan selfieler; başka turistleri rahatsız edebilmekte, tarihi eserlere zarar verebilmekte, yaralanmalara hatta ölümlere neden olabilmektedir. Bu bakış açısıyla yaklaşıldığında turizmde yaşanan selfie kazalarının incelenmesi önemli görülmektedir. Selfie turizmi kavramı ekseninde turizm sektöründe yaşanan selfie kazalarını inceleyen bu çalışmada, dünya çapında dijital medyada yer bulan ve turistlerin yaşadığı otuz üç selfie kazası haberi içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bulunan haberlerde, kazanın yaşandığı ülke, kaza yaşayan turistlerin yaşı, cinsiyeti ve ülkeleri, yaşadıkları kazanın ne olduğu, kazanın hangi yılda gerçekleştiği, kazanın ölümle sonuçlanıp sonuçlanmadığı gibi konulara bakılmıştır. Çalışmanın alanyazına ve sonraki araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Keywords

Selfie

Selfie

Tourism

Accident

Abstract

Nowadays, only parameters such as good service quality, hospitality, clean facilities and delicious food are not enough for tourists to choose a destination, in addition to all these expectations, it is observed that they tend to prefer destinations that have areas where they can take selfies that will bring him many likes on social media. When these new preference trends are evaluated within the scope of tourism marketing, they are very important in terms of the advertisement of the destination and paved the way for the emergence of a concept called selfie tourism. However, selfies made to get different photos; It can disturb other tourists, damage historical artifacts, cause injuries or even deaths. From this point of view, it seems important to examine selfie accidents in tourism. In this study, which examines selfie accidents in the tourism sector in the axis of the concept of selfie tourism, thirty-three selfie accidents that took place in digital media worldwide and experienced by tourists were analyzed by content analysis method. In the news found, issues such as the country where the accident occurred, the age, gender and country of the tourists who had the accident, what the accident happened, the year in which the accident occurred, and whether the accident resulted in death were examined. It is thought that the study will contribute to the literature and future researchers.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: aysuhatipoglu@gmail.com (A. Altaş)

DOI:10.21325/jotags.2021.815