



LUNDS
UNIVERSITET

Institutionen för tjänstvetenskap

Examensarbete för kandidatexamen

Överturism - existerar det på Gotland?

En kvalitativ studie baserad på aktörers och
lokalbefolkningens attityder

Alicia Typpö
Henrik Petersson
Antal ord: 10 840

Gruppenr: 19

Handledare:
Ola Thufvesson

Examensarbete
KSMK65
VT 2023

Sammanfattning

Titel: Överturism - existerar det på Gotland? En kvalitativ studie baserad på aktörers och lokalbefolkningens attityder

Nivå: Kandidatuppsats i Service Management inriktning Hotell och Turism, VT 2023

Institution: Institutionen för Service Management vid Lunds Universitet, Campus Helsingborg

Författare: Alicia Typpö & Henrik Petersson

Handledare: Ola Thufvesson

Problemdiskussion: Turism är en växande sektor som idag är viktig för flera destinationer. Kombinerat med att den tekniska och digitala utvecklingen, som skapat lättillgängliga och billigare resor vilket har resulterat i en högre efterfrågan, bidrar detta till ett intressant balansproblem där överturism har blivit allt mer diskuterat. Detta fenomenet är väl förekommande på flera europeiska destinationer, framförallt under högsäsong, där stora turistströmmar utmanar platsers bärförmåga och har en påverkan på platskänslan. Studier har tidigare undersökt internationella exempel, där svenska fall varit knapphändiga, därför blir Gotland ett intressant exempel att undersöka.

Syfte: Syftet med studien är att öka förståelsen för aktörers och lokalbefolkningens attityder gentemot fenomenet överturism på Gotland.

Frågeställningar: Vad har aktörerna på Gotland för inställning till turismens effekter?
Hur arbetar aktörerna på Gotland för att skapa jämnare turistflöden året om?
Vad finns det för attityder bland Gotlands lokalbefolkning till turismen, finns det indikationer på potentiell överdriven turism?

Metod: Studien utgår från en kvalitativ metod. Den insamlade empirin har hämtats via semistrukturerade intervjuer från Gotlands lokalbefolkning och aktörer inom Gotlands besöksnäring.

Teori: Uppsatsens huvudbegrepp är överturism och då detta är ett fenomen har teorier som kan sammankopplas till begreppet valts ut. De teorier som används för att kunna djupdyka i fenomenet är destinationers bärförmåga, säsongsvariationer samt platskänsla.

Slutsatser: Både aktörer och lokalbefolkningen uttryckte att turismen gynnar Gotland, då det bidrar till sysselsättning och ökade inkomster, men att det samtidigt finns ett flertal utmaningar som medföljer. De utmaningar som lyftes fram var Gotlands kapacitet, påverkan på samhällsfunktioner, den fysiska trängseln samt den starka bilden av Gotland som en sommardestination. Majoriteten av lokalbefolkningen ser inte överturism som ett utbrett problem idag, men lyfter å andra sidan fram problematiska aspekter som kan liknas med utmaningarna kopplade till överturism. Aktörerna förklarade att de arbetar med att sprida ut turismen under hela året för att undvika att alla kommer under sommarmånaderna.

Nyckelord: Överturism, bärförmåga, säsongsvariation, platskänsla.

Förord

Denna studie har skrivits under vårterminen 2023 som det sista momentet för kandidatprogrammet Service Management med inriktning Hotell och Turism vid Campus Helsingborg, Lunds Universitet.

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Ola Thufvesson som under denna tid har stöttat oss och kommit med värdefulla tips och råd, men som också har visat ett stort engagemang genom hela perioden. Vi vill också tacka alla de intervjupersoner som valde att avsätta sin tid för att hjälpa oss framåt med vårt arbete. Alla personer som har medverkat i denna studie har varit väsentliga för att detta arbete har kunnat fortgå och genom Er hjälp har studien kunnat vara möjlig att genomföra.

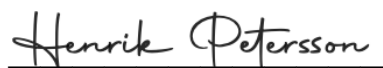
Tack!

Campus Helsingborg, Lunds Universitet

25 Maj 2023



Alicia Typpö



Henrik Petersson

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	4
1.1 Bakgrund.....	4
1.2 Problemdiskussion.....	6
1.3 Syfte och frågeställningar.....	7
2. Teori.....	8
2.1 Överturism.....	8
2.2 Destinationers bärformåga.....	9
2.3 Säsongsvariationer.....	10
2.4 Platskänsla.....	11
2.4.1 Förlorad platskänsla och överturism.....	13
3. Metod.....	15
3.1 Forskningsstrategi.....	15
3.2 Forskningsmetod.....	15
3.2.1 Kvalitativa intervjuer.....	16
3.2.2 Urval.....	18
3.3 Etiska principer.....	19
3.4 Metodologiska reflektioner.....	20
4. Analys.....	22
4.1 Turismen på Gotland - positiv eller negativ?.....	22
4.2 Högt tryck under sommaren.....	24
4.3 Visby vilken attraktionskraft!.....	25
4.4 Påfrestningar på samhällsfunktioner när turisterna kommer.....	27
4.5 Gotland - sommar, sol och bad?.....	29
5. Slutsats och diskussion.....	31
5.1 Slutsats.....	31
5.2 Slutdiskussion.....	33
5.3 Förslag på vidare forskning.....	34
6. Referenslista.....	36
7. Bilagor.....	42
Bilaga 1: Intervjuguide aktörer.....	42
Bilaga 2: Intervjuguide lokalbefolkning.....	44

1. Inledning

I studiens inledande kapitel redogörs bakgrunden för det valda forskningsområdet för att ge läsaren en förståelse för vad studien kommer att undersöka. Därefter redovisas problematiseringen gällande det forskningsgap som finns utifrån tidigare forskning och avslutningsvis kommer studiens syfte samt forskningsfrågor att presenteras.

1.1 Bakgrund

“Det känns lite som att vi förväntas vara tacksamma för att det kommer så mycket turister hit, men låter man turismen och turistnäringen styra finns snart ingen plats kvar för bofasta. Butiker blir säsongskrogar och så vidare, som att staden inte finns vintertid” (Nätteldal Nylund 2022). Gotland blev år 2021 utsett till Sveriges populäraste resmål i undersökningen “Resa i Sverige 2021” där resenärer hyllade öns sevärdheter, atmosfär, aktiviteter samt mat och dryck (Körner 2021). Under året 2022 var det närmare två miljoner människor som valde att besöka Gotland och inför våren och sommaren 2023 beräknas turistankomsterna stå i paritet med föregående år (Andersson 2023). Det sägs att turismen på Gotland skapar samhällsproblem (Hela Gotland 2020), och rubriceringar om nedskräpning, vattenbrist samt överbelastad ambulans och sjukvård förekommer under sommartid (Fransson 2021). Gotlands besöksnäring är synnerligen säsongbetonad, vilket Gotlands Besöksnäring nämner i sin besöksnäringstrategi då ön beskrivs ha en stark högsäsong över sommaren. Detta kommer med både möjligheter och utmaningar, där en hög sysselsättning lyfts fram, men även kapacitetsbrist och låg beläggning under lågsäsong (Gotlands Besöksnäring 2018, s. 5). Denna studie kommer att återvända till Gotland i den insamlade empirin, men för att kunna utföra fältstudier inom området behövs fördjupade kunskaper inom de utvalda nyckelorden som undersökningen grundar sig i.

Turism menas övergripande innebära människors resande till platser utanför deras vanliga omgivning. Wearing, Stevenson och Young (2010, s. 3) beskriver det som ett kulturellt och socialt fenomen som har utvecklats till att vara allt viktigare ur ett ekonomiskt perspektiv för städer och regioner världen över. Turismen är en av de sektorer som växer snabbast på en global nivå. Tidigare forskning belyser att detta har och göra med att allt fler länder, främst välbärgade, har fått en ökning av fritid, disponibel inkomst, mobilitet samt tekniska

förbättringar inom transport och kommunikation under de senaste århundradet (Wearing, Stevenson & Young 2010, ss. 3-4). Med hjälp av statistik från Statista (2023), som är specialiserade på marknads- och konsumentdata, blir det tydligt att turistströmmarna har ökat markant, främst under de senaste tjugo åren då deras statistik visar att internationella turistankomster fördubblats mellan år 2000 och 2019.

Resande är idag något som ses som en rättighet och där sambandet mellan resande och ett gott liv blir allt starkare. Cassinger och Nilsson (2021, s. 6) förklarar att en ny syn på mobilitet och resande som konsumtionsvara växer fram. Idag kan vi resa allt oftare och kortare perioder på grund av tillgängligheten på både billigare boenden som exempelvis Airbnb samt billigare resmetoder som lågprisflyg, men även på grund av ökat välstånd. Utöver dessa faktorer så är säsongsvariationer vanligt förekommande inom turistnäringen, vilket skapar turistströmmar som koncentreras till särskilda perioder på året. Detta resulterar i ett högt tryck på resursanvändningen under högsäsongen, vilket drabbar de flesta destinationer negativt i mer eller mindre utsträckning (Morales, Martinez och McCabe 2016, s.173). Dessa ovanstående faktorer sammanvävda har gjort att flera destinationer idag har drabbats av överturism, något som anses vara en kritisk fråga för dessa destinationer (Nilsson 2020, ss. 660, 662).

Turismen kan väcka känslor hos lokalbefolkningen på en destination och det har visat sig att överturism ha en inverkan på lokalbefolkningens livsstil och livskvalitet (Gössling, McCabe & Cheng 2020, s. 4). Platser kan tolkas på många sätt och människor har olika känslor och en känslomässig koppling gentemot en plats baserat på tidigare erfarenheter, mänskliga relationer, tankar och känslor (D'Órey, Cardoso & Abreu 2019, s. 2). Människor vill gärna känna en känsla av att de tillhör en plats (D'Órey, Cardoso & Abreu 2019, s. 3). Däremot har det visat sig att turismen kan störa invånarnas känsla av en plats på grund av höga turistströmmar samt trängsel och detta kan leda till att invånarna upplever att deras livskvalitet försämras (Mihalic 2020, s. 5, 7). När individens livskvalitet försämras kan de påverka platskänslan då platsens unika karaktär förändras på grund av ett högt antal besökare vilket kan resultera i att individen kan förlora den tolkning och känsla de har gentemot platsen (D'Órey, Cardoso & Abreu 2019, s. 3).

1.2 Problemdiskussion

Turism är något som både gynnar och potentiellt missgynnar en destination, European Commission (u.å) förklarar att det positiva med turismen är att det skapar sysselsättning och inkomster till destinationen och dess företag. Vidare förklarar Dodds och Butler (2018, s. 6) att företag som tillhandahåller turismtjänster eller produkter gärna ser en ökad tillväxt då det gynnar dessa ekonomiskt. Däremot kan ett för stort antal turister, i relation till platsens kapacitet, skapa negativa effekter på platsen samt lokalbefolkningen (European Commission u.å).

Med en ökad global rörlighet och en turistmarknad som blir allt mer mångfaldig är det också allt fler som reser, tittar man på Sverige så har resandet expanderat kraftigt sedan 1950-talet och Tillväxtverket (2023) menar på att det finns en rad olika faktorer bakom detta.

Framförallt lyfts den ökade tillgängligheten till bil, flyg och tåg fram men också utvecklingen av transportinfrastruktur, socioekonomisk- och teknisk utveckling samt på senare tid även digitaliseringen. För säsongsberoende destinationer kan detta bli särskilt utmanande. Morales, Martinez och McCabe (2016, ss.172-173) tydliggör att det kan utmana resurskapaciteten på destinationen och på så sätt bidra till överturism under högsäsong, men på samma gång skapa problem som inkomstinstabilitet och arbetslöshet under lågsäsong. Säsongsvariationer är ett komplext och svårt löst problem, men att arbeta för att få en jämnare fördelning av utbud och efterfrågan skulle optimera destinationers resursutnyttjande och därmed minska de negativa effekterna av säsongsbaserad turism (Morales, Martinez & McCabe 2016, s. 173).

Resultatet av för höga turistströmmar på en destination påverkar som nämnt ovan lokalbefolkningen. De medföljande konsekvenserna som uppstår för invånarna är att deras livskvalitet och välbefinnande blir påverkade negativt (Seraphina, Ivanov, Dosquet och Bourliataux-Lajoinie 2020, s. 286). Gössling, McCabe och Cheng (2020, s. 5) belyser att individer vill känna kontroll över den plats de tillhör, men däremot kan ökade turistströmmar göra att individen förlorar kontroll över platsen. Förlorad känsla av kontroll kan uppstå då ett för stort antal besökare leder till trängsel vilket gör att invånarna inte kan leva på samma sätt som när turisterna inte befinner sig på platsen (Seraphina et al. 2020, s. 286). Det har visat sig att turismen kan förstöra städernas fysiska miljöer när destinationers bärförmåga överskrids (Lalicic & Garaus 2020, s. 203) och lokalbor vill därför ha en turism som gör att turister inte förstör stadens särskilda särdrag (Kianicka, Buchecker, Hunziker & Müller-Böker 2006, s.

62). Enligt tidigare forskning har det visat sig att när en invånares känsla till platsen går förlorad och deras livskvalitet blir försämrad har det resulterat i missnöje hos lokalbefolkningen och deras attityder gentemot turister blir negativ (Seraphina et al. 2020, s. 286).

Fokuset kring fenomenet överturism syftar många gånger till varför det uppstår och vilka konsekvenser som medföljer. Däremot finns det enligt Gössling, McCabe och Chen (2020, s. 1) bristande forskning angående invånarnas attityder till turister. Tidigare studier koncentrerar sig även främst på internationella exempel där svenska turistmål inte är lika väl utforskat, å andra sidan menar Hällegårdh (2019) att Visby är en plats som är på väg att bli överhettad med turister. Gotland har som ambition "att bli norra Europas mest attraktiva och hållbara resmål 2027" och besöksnäringen på ön har under de senaste decennierna expanderat mer än någonsin, där antalet turistankomster femdubblats sedan 1980 (Hunett 2021). Däremot pågår diskussioner om hur många turister destinationen i praktiken klarar av att ta emot. Den tidigare forskningen som används i denna studie diskuterar som nämnt ovan, internationella exempel på överturism. Det finns således ett forskningsgap angående fenomenet överturism i Sverige men också hur turistnäringen påverkar lokalbefolkningen samt hur aktörer väljer att hantera det stora antalet besökare. Därför blir Gotland ett intressant exempel att undersöka i denna studie.

1.3 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att få en ökad förståelse för aktörers och lokalbefolkningens attityder gentemot fenomenet överturism på Gotland, baserat på de utvalda nyckelorden destinationers bärförmåga, säsongsvariationer samt platskänsla. Överturism på svenska destinationer är inte lika väl utforskat som andra Europeiska exempel och det blir därför ett intressant bidragande till forskningen angående hur aktörerna på destinationen ser och arbetar med fenomenet samt hur turistnäringen påverkar lokalbefolkningen på platsen. Följaktligen har tre frågeställningar formulerats för denna studie:

- Vad har aktörerna på Gotland för inställning till turismens effekter?
- Hur arbetar aktörerna på Gotland för att skapa jämnare turistflöden året om?
- Vad finns det för attityder bland Gotlands lokalbefolkning till turismen, finns det indikationer på potentiell överdriven turism?

2. Teori

I följande kapitel presenteras befintlig forskning som är relevant utifrån studiens forskningsområde och frågeställningar. Inledningsvis kommer fenomenet överturism att definieras. Därefter kommer destinationers bärformåga samt säsongsvariationer i turistnäringen att introduceras och slutligen kommer begreppet platskänsla att diskuteras.

2.1 Överturism

Världsturismorganisationen (UNWTO), som ansvarar för främjandet av tillgänglig, ansvarsfull och hållbar turism, beskriver att den ökade urbaniseringen som skett sedan 90-talet i kombination med en rad andra faktorer har gjort städer till allt mer attraktiva resmål. Detta skapar hållbarhetsutmaningar för många destinationer, där forskning allt mer diskuterat begreppet överturism som en av de stora utmaningarna som de står inför (UNWTO 2018, s. 4). Begreppet har diskuterats och forskats kring sedan år 1980 men det är först på senare år som vissa destinationer, framförallt historiska huvudstäder, platser med närhet till kryssningshamnar eller flygplatser samt städer med kulturella knutpunkter, har nått en nivå där turismutvecklingen definierats som kritisk (Pechlaner, Innerhofer & Erschbamer 2019, s. 4). Överturismen och dess negativa konsekvenser är idag så pass uppmärksammat och välkänt att särskilda reseguider har publicerat "no lists" som markerar städer man inte ska åka till på grund av ett överflöd av turister (Pechlaner, Innerhofer & Erschbamer 2019, s. 14).

Forskning gällande överturism har definierat fenomenet på olika sätt, men Nilsson (2020, s. 4) poängterar att de alla betonar särskilda problem som destinationer upplever på grund av höga turistankomster, där både lokalbefolkningen samt turisterna kan drabbas negativt. EU-parlamentet har gjort en definition av begreppet som följande "Överturism beskriver situationen där turismens inverkan vid vissa tidpunkter och på vissa platser överstiger fysiska, ekologiska, sociala, ekonomiska, psykologiska och/eller politiska kapacitetströsklar" (Nilsson 2020, s. 4). Vidare förklarar Fedyk, Sołtysik, Olearnik, Barwicka och Mucha (2020, s. 3) begreppet överturism som den överdrivna tillväxt av besökare som leder till överbefolkning i områden. Perdigao och Torkington (2023, s. 288) utvecklar och menar att detta kan skapa en "tävling" och ökad anspänning mellan lokala invånare och turister om faciliteter, allmänna utrymmen eller tillgång till bekvämligheter. Trots att det finns olika förklaringar på begreppet

så är de olika författarna däremot överens om att detta är något som orsakar permanenta förändringar i de lokala invånarnas livsstil och något som skadar deras allmänna välbefinnande.

Fenomenet beskrivs som relativt nytt i Sverige och något som främst drabbat städer som exempelvis Barcelona eller Venedig (Natusidan 2022). Däremot har det uppstått situationer i Sverige där det har förekommit, exempelvis har Fridh (2020) rapporterat om problem gällande trafik kopplat till turismen på Österlen som kan liknas med överturism. Gotland klassas enligt Tillväxtverket (2023) som det län i Sverige med högst antal besökare per capita under sommaren, då de likt andra Europeiska turistdestinationer har en turism som är koncentrerad till sommarmånaderna (Eurostat 2022). Destinationen har också upplevt en stor ökning av antalet turister under senare år vilket Hällegårdh (2019) menar gör Visby till en av de svenska städer som är på väg mot ett scenario där påfrestningen av antalet turister kan bli för stort.

2.2 Destinationers bärformåga

Bärformåga i turistiska sammanhang syftar till den maxgräns av besökare en destination kan ta emot utan att orsaka negativa förändringar som inte går att vända på, något flera destinationer redan har passerat (Tokarchuk, Gabriele & Maurer 2021, ss. 1-2). Bärformågan för destinationer har blivit allt mer diskuterad, där tidigare forskning diskuterat bärformågan i relation till hur invånarnas livsstil påverkas när den överskrids. Begreppet hör nära ihop med överturism då antalet turister och dess beteenden kan bli för mycket för en destination att hantera, det vill säga överskrida deras bärformåga, och kan ses som skillnaden innan turism övergår till överturism (Garcia-Buades, Garcia-Sastre och Alemany-Hormaeche (2022, s. 2). Orsaker till en överskridande bärformåga på destinationer förklarar Perdigao och Torkington (2023, s. 290) bland annat har att göra med det finns en diskurs i dagens samhälle där resande är något som aktivt eftersträvas och ses som en social statusmarkör, vilket ökar efterfrågan och behovet av att resa. När bärformågan för en destination överskrids märks negativa effekter på både lokala invånare och turisternas upplevelser, Tokarchuk, Barr och Cozzio (2022, ss. 2-3) påpekar att den främsta effekten vid överskridning av bärformågan handlar om trängsel, där det finns ett generellt negativt samband mellan detta och upplevd tillfredsställelse på destinationer, då det kan uppfattas som intrång i privatlivet.

Ett överskridande av destinationers bärformåga kan vidare ligga till grund för ett av stegen i Butlers "Tourist area life cycle model" (TALC) som kallas "The Consolidation Stage". TALC, som myntades av Richard W Butler, en välkänd professor inom ämnet turism, diskuterar destinationers bärformåga och hur de förändras över tid (Rahman 2023). Teorin angående The Consolidation Stage innebär att när en destination tar emot så pass många besökare så det kan ha en negativ inverkan på de lokala invånarnas attityd mot turism. Detta kan kopplas samman med det som Gonzales, Coromina och Gali (2018, s. 280) beskriver som den sociala bärformågan vilket kan tolkas som ett underbegrepp för destinationers bärformåga. Den sociala bärformågan är den som är ramar in invånarnas uppfattning om turismen och dess effekter, där ett för stort antal turister i relation till platsens kapacitet kan skapa en känsla av trängsel (Gonzales, Coromina & Gali 2018, s. 280). Det är av stor vikt att destinationer försöker mäta och avgöra sin egen bärformåga, detta är däremot något som verkar ha övergivits av diverse planerare och beslutsfattare, vilket ligger till grund för många platsers utsatthet för overturism (Butler 2020, s. 209).

2.3 Säsongsvariationer

Säsongsvariationer i turistnäringen är något som länge varit ett hinder för ett främjande av hållbar utveckling för branschen. En viktig aspekt av säsongsvariationer är att det innebär en stor variation av utbud och efterfrågan som skapar stora turistströmmar till destinationer under en kortare period på året (Zvaigzne, Litavniece & Dembovska 2022, s. 422).

Trots att detta är vanligt förekommande i turistnäringen så beskrivs säsongsvariationer som "minst förstådd" och något som kan medföra svårigheter för att bedriva en hållbar och stabil verksamhet i turistsektorn (Esilvertour 2021, s. 1). Variationer i säsong beskrivs också kunna påverka samhället på destinationen negativt, då det kan skapa turistströmmar som utmanar destinationers kapacitet. Zvaigzne, Litavniece och Dembovska (2022, ss. 423-424) påpekar att stora turistströmmar koncentrerade till särskilda säsonger ökar användningen av resurser på destinationer, vilket kan skapa negativa konsekvenser gällande ekonomisk, social samt miljömässig hållbarhet, där bland annat risken för att överbelasta samhällskritiska funktioner och infrastruktur lyfts fram.

Att minska säsongsvariationer kan vara mer eller mindre svårt för olika destinationer då alla har olika förutsättningar för att arbeta mot att jämna ut dessa, det kan vara faktorer som klimat, sociodemografiska egenskaper eller resekostnader till och från platsen som bidrar till att många vill besöka platsen under en viss säsong (Zhang & Xie 2023, s. 715). Vad som poängteras i tidigare forskning är däremot att potentiella åtgärder mot problemet bör åtgärdas lokalt, med hänsyn till varje områdes problem och möjligheter att bli mer effektiva. Zhang och Xie (2023, ss. 715-716) tydliggör vikten av att attrahera turister även utanför högsäsong för att få en jämnare fördelning av resursanvändningen över hela året, där marknadsföring beskrivs vara ett viktigt verktyg för detta. Även UNWTO (2015, s. 1) är inne på detta spår då de menar att detta är en förutsättning för att kunna övervinna säsongsvariationerna.

Sociala medier som ett kommunikationsverktyg har uppmärksammats av turistnäringen (Wang, Wang & Lai 2023, s. 1), reseföretag har börjat investera allt mer i sociala medier för att kunna skapa en effektivare och mer omfattande marknadsföring (Uskali, Koç & Sönmez 2017, ss. 136-137). Genom att turistnäringen kan nå ut till en mer omfattande publik belyser Luong Tran och Rudolf (2022, s. 1) att det går att skapa ett stort inflytande på destinationen i slutändan. Fonseca (2022) förklarar vidare att engagemanget i sociala medier är särskilt viktigt för aktörer när destinationer går in i lågsäsong, särskilt om en destination är porträtterad på ett visst sätt. Det kan exempelvis vara att en destination skildras som en sommarsäsong med badturism, då kommer destinationen automatiskt att gå in i lågsäsong under vintern. Det gäller då för aktörer att använda sina sociala medieplattformar för att kommunicera samt hålla kontakten med sina konsumenter året om och på så vis minska säsongsvariationerna.

2.4 Platskänsla

Begreppet platskänsla menar Jørgensen och Hannibal (2022, s. 5) syftar till de känslor och attityder som individer har gentemot en plats. Det handlar således om uppfattningar, fantasier och personliga erfarenheter som individen har av platsen. Jørgensen och Stedman (2001, s. 233) belyser detta ytterligare genom att förklara att platskänsla inte präglar en plats fysiska miljö utan människans tolkning av miljön.

Beidler och Morrison (2016, s. 206) menar att en individs känsla till en plats kan komma att tolkas som en fyrdimensionell modell. *Jaget* är den första dimensionen som innebär att individen är i centrum för sin tolkning av platsen baserat på dess erfarenheter. Denna dimension är uppbyggd av tre andra dimensioner; platsidentitet, platsberoende och platsanknytning. Platsidentitet förklaras som människans inställning till platsen utifrån vad platsen representerar. Gössling, McCabe och Chen (2020, s. 6) förklarar vidare att platsidentitet är kopplat till bland annat minnen, känslor, attityder och värderingar som individen har gentemot platsen. Platsberoende innebär enligt Beidler och Morrison (2016, s. 206) vilka kopplingar individen har gentemot de aktiviteter som äger rum på platsen och platsanknytning handlar om vilka känslomässiga band som individen har till platsens miljö.

Den andra dimensionen är den *fysiska miljön* och Beidler och Morrison (2016, ss. 206-207) förklarar att uppbyggnaden av en stad kan prägla hur individen tolkar den fysiska miljön. Det kan vara genom stadens uppbyggnad och karaktär, landmärken men också hur stadens natur ser ut baserat på exempelvis strandpromenader och landskap.

Den tredje dimensionen står för den *sociala interaktionen*. Beidler och Morrison (2016, s. 207) belyser att tidigare forskare förklarar att den sociala interaktionen är starkt kopplad till platskänsla. Det syftar till att platsens betydelse för människan handlar dels om individers vardagsliv och att deras tidigare erfarenheter samt upplevelser kommer att påverka hur de tolkar platsen. Men författarna menar också att den sociala bindningen som en individ har gentemot en plats har mycket att göra med relationen mellan människor på platsen, det vill säga hur individer interagerar med andra, istället för relationen mellan människan och platsen.

Den sista och fjärde dimensionen är *tid* som Beidler och Morrison (2016, s. 208) menar utgår från den tid som individen har spenderat på en plats och detta kan vara avgörande för hur individer tolkar den fysiska miljön men också hur de tänker angående interaktionen med andra människor. Beidler och Morrison (2016, s. 209) förklarar att en individ som har bott på en plats en längre tid kan ha skapat sig en undermedveten förståelse för sin omgivning och att invånares tolkning av en plats har visat sig ha en stark koppling till de sociala nätverken istället för den fysiska miljön. När det gäller turister och säsongsbefolkning är tolkningen istället baserad på den fysiska miljön snarare än det sociala.

Begreppet platskänsla kan sammankopplas med turism och Gössling, McCabe och Cheng (2020, s. 6) förklarar att turismen kan påverka vilken känsla lokalbor har gentemot platsen baserat på sina egna turistupplevelser samt observationer av turister och deras attityder. Lalicic och Garaus (2020, s. 202) belyser att turismen kan väcka olika typer av känslor hos en invånare som besitter en stark platskänsla. Gössling, McCabe och Cheng (2020, s. 5) beskriver att människor vill ha en känsla av kontroll över sin egen miljö och enligt Lalicic och Garaus (2020, s. 202) skapar kontrollen positiva känslor såsom lojalitet och njutning. Däremot har det visat sig att invånare kan förlora sin kontroll över platsen på grund av överturism, ett fenomen som ligger utanför invånarnas kontroll. En upplevd känsla av förlorad kontroll har en koppling till förändringar i den fysiska miljön och många gånger beror förändringarna på den trängsel som uppstår vid höga turistströmmar (Gössling, McCabe & Cheng 2020, s. 5).

2.4.1 Förlorad platskänsla och överturism

En individs platskänsla kan gå förlorad och en anledning till det kan enligt Pechlaner, Innerhofer och Erschbamer (2019, s. 163) vara på grund av överturism. Fenomenet överturism menar Diaz-Parra och Jover (2021, s. 159) fokuserar på invånarnas livskvalitet, sociala orättvisor samt den påfrestning som en destination kan utsättas för och inte mängden turister som besöker en destination. Garcia-Buades, Garcia-Sastre och Alemany-Hormaeche (2022, s. 2) menar att en överdriven turism kan påverka invånarnas livskvalitet negativt i form av störande i de dagliga aktiviteterna som trafik eller shopping, men även i mer betydande aspekter som exempelvis tillgång till boende.

När turismen ökar så markant som den gjort de senaste tjugo åren har också allt fler frågor och tankar kring problemen väckts, bland annat om turistupplevelser sker på lokalbefolkningens bekostnad (Pechlaner, Innerhofer & Erschbamer 2019, s. 4). När möjligheten till resor blir mer tillgängligt och välståndet hos allmänheten blir bättre kan allt fler resa, vilket kan skapa för stora turistströmmar i förhållande till turismkapaciteten på destinationen. Detta kan i sin tur påverka de lokala invånarnas rättighet till att leva och bo i sin hemstad på ett negativt sätt (Perdigao & Torkington 2023 s. 290). Särskilda upplevelser som beskrivs påverka lokalbefolkningen menar Pechlaner, Innerhofer och Erschbamer (2019, ss. 4-5) är när turisterna tar över offentliga utrymmen, gator och bostäder. Vidare menar

Dodds och Butler (2018 s. 12) att det också är vanligt att det uppstår bristande överensstämmelser mellan infrastruktur, faciliteter och offentliga tjänster mellan lokalbefolkningen och turisterna, något som visat sig skapa en känsla av att bli utträngd hos de lokala.

Stora turistströmmar till särskilda städer kan medföra drastiska förändringar i stadens fysiska miljö och att dess unika karaktär går förlorad, vilket i sin tur gör att invånare inte längre känner sig hemma på platsen (Lalicic & Garaus 2020, s. 202). En stads karaktär är enligt Beidler och Morrison (2016, ss. 206-207) en av byggstenarna för individens tolkning av platskänsla. Lalicic och Garaus (2020, ss. 203-204) förklarar vidare att lokalbor som är knutna till en plats där stora turistströmmar förekommer är mindre positiva till turismen. Orsaken till detta kan vara att förändringar i en plats sociala och fysiska egenskaper kan skapa en känsla av förlorad kontroll över platsen. Detta kan därför leda till att individens platskänsla kan hotas. Pechlaner, Innerhofer och Erschbamer (2019, s. 163) menar att negativa attityder mot turism har visat sig växa fram när turismen inte begränsas effektivt eller hanteras på ett korrekt sätt, exempelvis förklaras överturism kunna påverka lokala invånare i form av en förlorad känsla av samhörighet och platskänsla.

3. Metod

I följande kapitel presenteras det metodval som har använts i studien. Insamlingen av empirin tar utgångspunkt i en kvalitativ metod där semistrukturerade intervjuer ligger till grund för studien. Vidare beskrivs varför den kvalitativa metoden har valts, tillvägagångssätt, urval och hur bearbetning av det empiriska materialet har gått till. Slutligen presenteras frågor kring etiska principer och en metodologisk reflektion för att diskutera vad som hade kunnat utvecklas i denna studie gällande forskningsmetoden.

3.1 Forskningsstrategi

Studiens syfte utgår från att öka förståelsen för aktörers och lokalbefolkningens attityder gentemot fenomenet överturism på Gotland. Anledningen till att Gotland valdes ut som ett svenskt exempel där överturim potentiellt kan förekomma är för att det är ett populärt resmål som lockar många resenärer, där antalet turister uppgår till tre gånger så många som lokalbefolkningen under högsäsong. Undersökningen tar utgång från en kvalitativ metod där kvalitativa intervjuer har använts för att samla in vårt empiriska material, detta för att kunna bemöta våra frågeställningar på ett relevant och värdefullt sätt. Underlaget har samlats in genom semistrukturerade intervjuer med lokalbefolkning på Gotland samt aktörer som arbetar inom Gotlands besöksnäring. Genom detta tillvägagångssätt har vi fått två olika infallsvinklar men också en omfattande och mångsidig uppfattning på vårt undersökta problemområde.

3.2 Forskningsmetod

Den här studien utgår från en kvalitativ forskningsmetod för att göra det möjligt att undersöka de valda intervjupersonernas attityder till fenomenet överturism och de utvalda nyckelbegreppen bärförmåga, säsongvariation samt platskänsla. En kvalitativ forskningsmetod utgår från hur människor tolkar och uppfattar den sociala verklighet de lever i (Bryman 2018, s. 61), Rennstam och Wästerfors (2015, s. 13) belyser att den kvalitativa forskningsmetoden utgår från att förstå innebörder och processer snarare än att mäta utifrån siffror. Detta är något som Alvehus (2019, s. 20) också ger stöd till då författaren menar att kvalitativ forskning baseras på meningar och inte statistiskt samband. Avsikten med studien

är att skapa en ökad förståelse om överturism förekommer i vårt valda exempel Gotland och vad de två utvalda målgrupperna har för attityder gentemot detta. Denna typ av undersökning skulle därför inte vara möjlig att studera genom statistiska samband.

Studien utgår från ett abduktivt tillvägagångssätt som Alvehus (2019, s. 113) förklarar är när forskaren arbetar växelvis mellan det empiriska och teoretiska materialet. Eftersom vår forskning intresserar sig i attityder menar Bryman (2018, s. 478) att abduktion blir en viktig del i arbetet eftersom det skapar en teoretisk förståelse utifrån de utvalda personernas världsbild. Alvehus (2019, s. 113) belyser också att genom abduktion är det möjligt för forskare att påträffa ytterligare aspekter av forskningen som kan ge anledning till att teorin utvecklas.

3.2.1 Kvalitativa intervjuer

Då studien utgår från att få en förståelse för individers och aktörers attityder mot vårt problemområde har vi valt att använda kvalitativa intervjuer. Bryman (2018, s. 561) beskriver att kvalitativa intervjuer riktar sitt fokus mot intervjupersonens tankar och åsikter, där intervjupersonens tillåts röra sig i olika riktningar då detta ger en bild av vad personen upplever är relevant och viktigt att framföra gällande ämnet. Vidare förklarar Kvale och Brinkmann (2021, s. 17) att syftet med en kvalitativ forskningsintervju är att uppfatta och få insikt i centrala teman i intervjupersonens sociala verklighet, där vi ska försöka få en förståelse för både faktaplanet och meningsplanet. För att kunna nå denna förståelse baseras den kvalitativa forskningsintervjun på semistrukturerade intervjuer. Semistrukturerade intervjuer tillåter intervjupersonen att kunna formulera sig på sitt eget sätt då personen får tolka frågorna fritt och det möjliggör att intervjupersonen får stor frihet i att besvara frågorna. Detta skapar en förståelse för vad denne person upplever är viktigt i frågan (Bryman 2018, s. 563).

Intervjuerna genomfördes utifrån en intervjuguide där ett antal valda teman baserat på studiens forskningsfrågor togs fram. De teman som intervjuerna utgick från var överturism, bärförmåga, säsongsvariationer och platskänsla. Vi tog fram två olika intervjuguides som var utformade efter indelningen aktörer och lokalbefolkning. Däremot anpassades aktörernas intervjuguides och frågor till varje enskild aktör beroende på vilken roll personen i fråga hade i företaget. Det intervjuguiderna hade gemensamt var att de alla innehöll de valda teman som

hade tagits fram. De var även strukturerade efter Brymans (2018, s. 570) idé om att strukturera en intervjuguide utifrån en inledande, mellanliggande och avslutande del. Våra inledande frågor användes för att lära känna respektive respondent och i de mellanliggande frågorna ville vi förstå vad individen hade för värderingar, åsikter och attityder gällande varje tema. Varje intervju avslutades med att respondenten fick tänka igenom det som vi talat om och om det fanns något behov av att tillägga något till intervjun. Fördelen med att intervjuguiderna var organiserade efter en semistrukturerad intervju var att det fanns utrymme att vara flexibel.

Under arbetet genomfördes en kortare resa till Visby på Gotland där vi fick möjligheten att intervjua tre personer. Detta då vi ville besöka platsen som studien grundar sig i och för att komma i kontakt med fler lokalbor. Dessvärre fanns det inte möjlighet att stanna på platsen en längre tid på grund av tidsbrist och ekonomiska faktorer. Resterande intervjuer med lokalbor samt aktörer erbjöds att hållas online då det inte fanns utrymme att träffa varje enskild individ fysiskt på Gotland. Dessa intervjuer genomfördes via Microsoft Teams och per telefon där de spelades in då Kvale och Brinkmann (2021, s. 218) belyser att vid inspelningen av en intervju kan intervjupersonen koncentrera sig på dynamiken och det som sägs. När intervjuerna hade genomförts påbörjades transkriberingen. Kvale och Brinkmann (2021, s. 218) förklarar att transkribering är när en intervju går från en form till en annan och i detta fall innebar det att intervjun gick från muntlig form till skriftlig form.

När vi hade transkriberat det empiriska materialet fanns det en stor mängd material att analysera. Däremot ställdes vi mot det som Rennstam och Wästerfors (2015, s. 12) kallar för kaosproblemet vilket innebär att det inte finns någon ordning i materialet. Detta gjorde att vi behövde sortera materialet enligt vad Rennstam och Wästerfors (2015, s. 69) belyser är när materialet delas upp efter innehåll och vilka likheter som finns i respektive intervju. Vi påbörjade bearbetningen och sorteringen av materialet genom att först koda intervjuerna efter de valda teman för att därefter färgkoda återkommande teman och skiljaktigheter. Anledningen till att färgkodning användes var för att identifiera likheter och olikheter för att kunna bemöta det som Rennstam och Wästerfors (2015, s. 103) kallar för representationsproblemet som uppstår då det inte går att återge allt empiriskt material i studien. För att kunna reducera materialet valde vi att kategorisera det empiriska materialet genom att endast ta med de kategorier och teman som vi ansåg vara mest betydelsefulla för studien och forskningsområdet. Detta resulterade i att vi fick utesluta delar i det empiriska

materiallet.

3.2.2 Urval

Urvalet för studiens kvalitativa intervjuer har skett genom ett målstyrt urval samt ett snöbollsurval. Ett målstyrt urval syftar till att välja undersökningsdeltagare som är relevanta utifrån ett visst antal kriterier för att kunna besvara de forskningsfrågor som har tagits fram (Bryman 2018, ss. 496, 498). Snöbollsurval grundar däremot enligt Bryman (2018, s. 504) i att de individerna som har valts ut och som är av relevans för studien, i detta fall lokalbor på Gotland, ger förslag på andra intervjupersoner som de anser kan vara relevanta för undersökningen.

Studien utgår från två olika perspektiv; aktörer och lokalbor. Syftet med detta är att få två olika infallsvinklar för att skapa en djupare förståelse för fenomenet överturism. Detta då aktörer inom turistnäringen arbetar mer strategiskt med frågor som berör ämnet, och där lokalbefolkningen, baserat på tidigare forskning, är de som blir mest påverkade av höga turistströmmar.

När det gällde intervjuer med aktörer samt resenärer valde vi att utgå från ett målstyrt urval då vi ville att respondenten skulle besitta rätt kunskap för studiens forskningsområde. De resenärer som valdes till studien visste vi sedan innan hade besökt Gotland vid ett flertal tillfällen. För att hitta rätt aktörer till studien valde vi noggrant ut de som på ett eller annat sätt har insyn i Gotlands besöksnäring och som på något sätt använder sina medieplattformar till att sända ut budskap till både lokalbefolkningen och potentiella resenärer. Anledningen till att vi sorterade aktörerna noggrant var för att kunna försöka täcka våra valda nyckelord. När vi hade tagit fram ett antal aktörer som vi ansåg kunde vara relevanta för studiens forskningsområde mailade vi ut ett informationsbrev till respektive aktör där det framgick tydligt vilka vi var och vad studien samt intervjun skulle handla om. Detta för att kunna ge företaget möjligheten att vidarebefordra mailet till de personer som de ansåg besitter kunskap inom forskningsområdet.

Gällande intervjuer med lokalbefolkningen valde vi personer som vi sedan innan var bekanta med för att sedan fråga respektive lokalbo om de kände någon som vi möjligtvis skulle kunna ta kontakt med. Detta resulterade i ett snöbollsurval då lokalbefolkningen, till skillnad från

oss själva, har ett större kontaktnät på Gotland. Snöbollsurvalet underlättade insamlingen av empirin med lokalbefolkningen då det skapade en möjlighet för oss att kunna ta kontakt med individer som vi inte hade kunnat nå fram till själva.

Respondent	Typ av datainsamling	Datum & Tid	Plats
Lokalbo 1	Semistrukturerad intervju	2023-04-25 31:06	Telefon
Lokalbo 2	Semistrukturerad intervju	2023-04-25 16:23	Telefon
Lokalbo 3	Semistrukturerad intervju	2023-05-15 21:58	Fysiskt
Lokalbo 4	Semistrukturerad intervju	2023-05-15 28:05	Fysiskt
Lokalbo 5	Semistrukturerad intervju	2023-05-16 34:26	Fysiskt
Respondent för Destination Gotland	Semistrukturerad intervju	2023-04-28 32:39	Microsoft Teams
Respondent för Gotlands Besöksnäring	Semistrukturerad intervju	2023-05-02 84:58	Microsoft Teams

Tabell 1: Respondenter och kvalitativa innehållsanalyser samt tillvägagångssätt.

3.3 Etiska principer

För den kvalitativa forskningsintervjun finns det en rad etiska principer för forskaren att förhålla sig till. Bryman (2018, s. 170) tydliggör att det är av stor vikt att det finns en medvetenhet om de etiska principerna som bedöms som aktuella och vilken roll de har vid ens undersökning, då detta är grunden till att kunna fatta välgrundade beslut. Kvale och Brinkmann (2021, s. 98) förklarar att det etiska dilemmat som finns vid en kvalitativ intervju är att intervjuaren ska försöka vara så ingående och djupa som möjligt men däremot finns det

en risk för att intervjupersonen kan känna sig kränkt. Det finns också en möjlighet att intervjuaren är så respektfull som möjligt vilket kan resultera i att det empiriska materialet tar skada då det inte blir en tillräckligt djup intervju.

De etiska krav som finns vid insamling av empiriskt material är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet. Genom att ta hänsyn till dessa försäkras man deltagarnas frivillighet, integritet, anonymitet och konfidentialitet och att de inte tar skada på grund av sin medverkan (Bryman 2018, ss. 170-171). Gällande informationskravet informerades alla intervjupersoner innan intervjun ägde rum angående vårt forskningssyfte, vad intervjun kommer att handla om och att deltagandet var frivilligt. Vid intervjuerna frågade vi intervjupersonen om vi har deras samtycke till att spela in intervjun för att säkerhetsställa att vi fick deras godkännande med hänsyn till samtyckeskravet. Vi valde också att behålla intervjupersonerna och deras personuppgifter anonyma på ett sätt så inga obehöriga kunde komma åt detta, något Bryman (2018, s. 170) menar är viktigt för att uppfylla konfidentialitetskravet. Slutligen har uppgifterna som tagits från intervjudeltagarna endast använts till forskningens syfte, detta för att ta hänsyn till nyttjandekravet.

3.4 Metodologiska reflektioner

För de kvalitativa intervjuerna valde alla lokalbor som vi kontaktade att ställa upp i studien. Å andra sidan hade det varit gynnsamt för studien om vi hade haft möjlighet att intervjua ett större antal lokalbor på Gotland för att få ett bredare perspektiv angående deras attityder gentemot turismen.

Vid intervjuerna med aktörerna kontaktade vi åtta stycken aktörer på Gotland som vi ansåg var relevanta för studien där alla aktörer på ett eller annat sätt arbetade eller hade insyn i Gotlands besöksnäring. För de kvalitativa intervjuerna med aktörer fick vi ett bortfall på 75% då det endast var två stycken som valde att delta. Däremot anser vi att det bortfall vi fick inte påverkade insamlingen av empirin i större mån då de två aktörer som valde att delta i studien gav oss välformulerade och utvecklade svar på de frågor vi ställde. Aktörerna som deltog i studien är dessutom de största aktörerna inom Gotlands besöksnäring. Det hade å andra sidan kunnat vara fördelaktigt och gynnsamt för undersökningen att få fler infallsvinklar att utgå

från för att på så sätt kunna få ett större perspektiv över fler aktörers syn på de utvalda teman. Då studien har ett fokus på säsongsvariationer hade det även kunnat gynna studien genom att intervjua affärer och restauranger som endast är säsongsbaserade för att på så sätt få mer kunskap inom detta område.

Då majoriteten av intervjuerna genomfördes på vardagar ville vi undvika att intervjuerna blev tidsbegränsade i allra största mån. Detta gjorde vi genom att i vårt informationsbrev beskriva vad intervjun skulle handla om och den avsatta tiden för intervjun, men också genom att ge intervjupersonerna möjlighet att ta del av respektive intervjuguide. Då flertalet av intervjuerna genomfördes via telefon och Microsoft Teams var det oundvikligt att inte stöta på oväntade händelser i form av bakgrundsljud och rundgång. Däremot anser vi inte att det har haft någon betydelse för intervjuens kvalitet eller för transkriberingen.

4. Analys

I detta kapitel kommer det insamlade empiriska materialet att redovisas och analyseras samt kopplas samman med hjälp av den tidigare forskning som presenterades i kapitel 2. Analysen kommer att djupdyka i aktörers och lokalbefolkningens attityder gentemot dess upplevelser av turismen, de höga turistankomsterna som uppstår under sommarmånaderna, vilka städer som turister attraheras av, vilka samhällsfunktioner som påverkas under högsäsong samt aktörers arbete med säsongutjämning. De begrepp och teman som har valts ut har återkommande lyfts fram vid tidigare forskning samt vid insamling av empirin. Dessa begrepp och teman har därför använts som utgångspunkt för våra intervjuer för att kunna besvara våra frågeställningar.

4.1 Turismen på Gotland - positiv eller negativ?

Gemensamt för samtliga intervjuer med lokalbefolkning och aktörer visade att Gotland tar emot som flest turister under de svenska sommarmånaderna, det blir tydligt då folkmängden övergår till tre gånger så stor som under det resterande året. Detta kan liknas med "The Consolidation Stage" i Butler's tourism area life cycle, vilket forskning menar, att när det kommer för många besökare till en plats, förväntas detta utlösa ett visst missnöje bland lokalbefolkningen (Rahman 2023).

Det går att tolka utifrån intervjuerna att det finns både positiva och negativa uppfattningar angående turismen på Gotland. Turismen lyfts både fram som både något avgörande för destinationen, men samtidigt uppmärksammas de problem som medföljer under särskilda veckor under sommaren. Lokalbo 2 lyfte fram att "det blir ju lite mer fart och fläkt här, annars är det ganska dött här ju på vintern. Sen är det ju fler restauranger som är öppna och fler klädbutiker som öppnar upp. Så det blir ju mer fart under sommaren".

Turismens betydelse för Gotland framgick tydligt under intervjun med Lokalbo 4 som belyste att "Vi får ju inte glömma att turismen är viktig för Gotland och det är ju en stor inkomstkälla för ön, så vi måste vara rädda om turisterna som faktiskt kommer hit". Detta var något som Lokalbo 1 även uttryckte sig positivt om och menade att det är gynnsamt för sysselsättningen. Dessa tankar kring turismen som något välbehövligt går att anknyta till Wearings, Stevensons och Youngs (2010, s. 3) idé om att turism är viktigt för destinationer utifrån en ekonomisk aspekt. Respondenten för Gotlands Besöksnärings betonar även den ekonomiska aspekten då

denne menar att flera mindre matvarubutiker aldrig hade överlevt utan sommarturismen. Detta styrks även av Lokalbo 4 som förklarade att när matvarubutiker på landet höjer priserna så är det ett tecken på att turistsäsongen har börjat. Nedanstående citat förklarar andra viktiga aspekter som turismen för med sig:

Jag är ju säkert ganska partisk med tanke på vad jag jobbar med men även innan kan jag säga att jag tycker att det är jättebra för Gotland att det kommer besökare. För att jag anser... dels är besöksnäringen den största industrin och den största branschen på Gotland. Och trots att... som vi säkert kommer komma in på dess utmaningar senare, så är det många som lever på det, många företag här på Gotland. Sen tror jag också att genom att besöka en plats så kan du också få upp ögonen för en ny plats och på sikt kanske till och med tänka sig och plugga, eller bosätta sig där. Så jag tycker att det finns den här kopplingen till sysselsättning och samhälle också så att det inte bara är det här tjo och tjim så att säga.

Respondent för Gotlands Besöksnäring

Att Gotland är beroende av sin turism är något som tydligt framhävs av samtliga respondenter, men att vara alltför beroende av turismen är något som potentiellt också kan skapa problem för destinationer. Detta kan kopplas till det som Fedyk et al. (2020, s. 4) lyfter fram då ett alltför stort behov av turister kan leda till att aktörer försöker attrahera så många besökare som möjligt för att maximera inkomsten, vilket i sin tur kan utmana destinationens bärformåga.

Även om turismen gynnar Gotland på ett ekonomiskt plan, vilket Lokalbo 5 förklarade med att; "Turisterna trissar ju upp priserna och restauranger och butiker höjer priserna under sommaren och skulle de ta samma priser under vintern hade inte många besökt dem". Respondenten utvecklade sedan detta genom att förklara att denne tycker att det är tråkigt när högsäsongen tar slut på grund av att de flesta restauranger och butiker stänger igen under lågsäsongen. "Det är som att företagen inte bryr sig om att det faktiskt bor folk här året runt" förklarade Lokalbo 5. Tidigare forskning har visat att när turister stör invånarnas livskvalitet som exempelvis att besöka butiker kan detta leda till att invånarnas livskvalitet påverkas negativt och platskänslan försvagas (Garcia-Buades, Garcia-Sastre och Alemany-Hormaeche 2022, s. 2). Men till följd av det som Lokalbo 5 upplyser om, men också samtliga lokalbor, skulle det kunna tolkas som att platskänslan går förlorad även under lågsäsongen när många

restauranger och butiker stänger igen, men även under högsäsong när det blir för många turister.

4.2 Högt tryck under sommaren

Samtliga aktörer och lokalbor menar att turismen på Gotland är något som har ökat under de senaste åren. Respondenten för Destination Gotland förklarade att det har varit gynnsamt för Gotlands utveckling, men att det däremot finns ett balansproblem och påpekar därför vikten av att sprida ut turisterna under året så att sommarperioden inte blir överbelastad av besökare. Detta kan kopplas till Butlers (2020, s. 209) teori om att aktörer behöver vara medvetna om destinationens kapacitet så att den inte överskrids. Lokalbo 4 belyste tillväxten av turismen, och att de bakomliggande faktorerna till det är på grund av den tillgänglighet som finns samt att Gotland marknadsför sig än mer:

Man märker ju på senaste, kanske de senaste 20 åren, att tillgängligheten har ökat med färjor och flyg. Det är tätare och snabbare färjebiljetter, billigare flygbiljetter och när antalet turister har ökat så har även utbudet ökat, utbudet av allting ökat, vilket har lockat hit ännu fler turister. Sen har ju Gotland under de senaste åren börjat marknadsföra sig själva ännu mer än vad de har gjort innan vilket jag definitivt tror har gjort så att fler besökare kommer hit.

Lokalbo 4

När turismen är centrerad till särskilda månader finns det en risk att stora mängder turister besöker en och samma plats samtidigt, något tidigare forskning menar kan utmana destinationens bärförmåga. Vid sådana tillfällen kan både platsen och dess besökare drabbas negativt (Tokarchuk, Gabriele & Maurer 2021, ss. 1-2). Däremot är det inte endast besökarna som drabbas negativt utan också lokalbefolkningen. Lokalbo 3 förklarade att “vi gotlänningar får mer plats under lågsäsongen och under högsäsongen får man helt enkelt inte plats” därefter fortsatte Lokalbo 3 att upplysa om att “många fasta gotlänningar flyr ju till deras stugor för kunna få plats någonstans”. Det går att tolka utifrån dessa citat att Lokalbo 3 är negativt inställd till det antal turister som kommer under sommaren till Gotland men också frustrerad över den situation som uppstår under högsäsongen för lokalbefolkningen. Tidigare studier har visat att när lokalbor blir störda i deras vardagsliv blir deras livskvalitet försämrad (Garcia-Buades, Garcia-Sastre och Alemany-Hormaeche 2022, s. 2) och deras platskänsla går förlorad (Gössling, McCabe & Cheng 2020, s. 5).

De flesta respondenter i denna undersökning har poängterat den påtryckning som Gotland utsätts för under sommaren, gällande mängden turister. Flertalet respondenter, såväl aktörer som lokalbefolkning, nämnde att särskilda besöksmål på ön är särskilt populära bland besökarna, något som skapar ett högt tryck under sommarperioden och potentiellt överstiger bärförmågan för platsen. En plats som Lokalbo 1 anser är ett besöksmål där antalet turister blir ett problem är Blå Lagunen, något som Respondenten för Destination Gotland även påpekade och belyste att “Det finns ju besöksmål som påverkas negativt att det blir lite för många människor på samma plats. Blå Lagunen är en sån plats på Gotland”.

I intervjuerna framgick det att fanns delade meningar mellan respondenterna om Gotland befinner sig i ett läge där överturism råder. Lokalbo 4 förklarade att det förekommer många turister i Visby då det är en koncentrerad stad men att denne idag inte skulle kalla det för överturism. Detta var något som Lokalbo 2 och Lokalbo 5 även höll med om. Däremot fanns det respondenter som hävdade att Gotland faktiskt befinner sig i en position där det kommer allt för många turister. Respondenten för Gotlands Besöksnäring lyfte fram att “Vi kanske är till och med på max när det gäller kapaciteten på sommaren, i alla fall vissa veckor”, vilket även Lokalbo 1 höll med om i följande citat:

Jag tycker det är för högt tryck för vi klarar inte riktigt av att hantera så mycket folk, sen tycker jag kanske att, som vi pratade om innan med jobben, det skapar ju mycket jobb. Men Gotland klarar helt enkelt inte av att ta emot den mängden turister som vi gör.

Lokalbo 1

Det går således att tyda att det finns delade meningar om huruvida överturism råder på Gotland eller inte. Citatet ovan påpekar att Gotlands kapacitet för turistankomster överskrids vid särskilda tillfällen, vilket är något Nilsson (2020, s. 4) definierar som överturism.

4.3 Visby vilken attraktionskraft!

En delad mening som samtliga lokalbor som intervjuades hade gemensamt var att trängseln som råder under sommarmånaderna är märkbar. De platser som nämndes, där trängseln är

som mest påtaglig är Visby, Tofta, Fårö och Blå Lagunen. Respondenten för Gotlands Besöksnäring uttryckte sig som följande:

Det är nog Visby som man drar sig till och dels så är det ju det här praktiska skälet att när du reser till Gotland, vi är ju en ö, så det är ju lite svårt att komma hit utan att iallafall passera Visby, både flyg och färjorna kommer ju hit. Men sen är det ju också att Visby är ju nog en ganska stor och stark attraktionsplats, jag vet inte om ni har varit här men Visby är ju en väldigt magiskt plats med allt från historia till det moderna så att oavsett vilken ålder du är i, ung och vill festa, hänga med massa folk och gillar restauranglivet, till att du kanske vill besöka Gotland mer för det historiska så hittar du nästan allt i Visby, det är ganska komprimerat. Så det är ju definitivt en hotspot.

Respondent för Gotlands Besöksnäring

Citatet tydliggör vilken attraktionskraft Visby har gällande tillgänglighet och utbud, vilket samtliga respondenter indikerade. Lokalbo 4 lyfte fram att det finns ett stort utbud av allt i förhållande till Gotlands folkmängd, där den lokala befolkningen består av cirka 60 000 människor och jämfört med andra städer med samma befolkningmängd har Gotland ett större utbud av exempelvis restauranger. Tidigare studier gällande destinationer och överturism har benämnt att lättillgängliga platser med stort kulturellt utbud är särskilt utsatta för att stora folkmassor lockas dit (Pechlaner, Innerhofer & Erschbamer 2019 s. 4). Visby, som både har närhet till flygplats och kryssningshamn samt innehar ett stort utbud av såväl historiska monument, natur och restauranger är därför ett besöksmål dit många söker sig, vilket skapar påfrestningar gällande mängden människor på samma plats under sommarmånaderna. Respondenten för Destination Gotland stödjer denna teori och förklarar varför Visby är Gotlands centrala plats:

Visby är ju egentligen den största staden och det är ju egentligen där alla transportörer landar och både vi och flyget har ju sin centrala plats här, både hamnen och flygplatsen ligger här. Sen är ju Visby med dess ringmur och dess urbanisering som har blivit över tid, så är det den centrala platsen men vi ser ju i våra undersökningar att fler och fler upptäcker andra delar av Gotland även utanför högsäsong. Men den centrala platsen är Visby.

Respondent för Destination Gotland

Respondenten för Destination Gotland samt Respondenten för Gotlands Besöksnäring belyste att Visby har unika särdrag, bland annat stadens historia och ringmur. Dessa särdrag tillhör det som Beidler och Morrison (2016, ss. 206-207) benämner som den fysiska miljön.

Däremot kan den fysiska miljön förstöras av turismen och den skadade upplevelsen av trängsel i Visby är något som Lokalbo 1 formulerade genom att "Visby är inte vår egen stad utan det tillhör några andra som är där för att roa sig lite", men också Lokalbo 3 som menar att "Gotlänningar får inte plats". Utifrån dessa citat kan det uppfattas som att intervjupersonerna påverkas känslomässigt negativt gentemot platsen när turistankomsterna blir för höga på Gotland. Enligt Gössling, McCabe och Cheng (2020, s. 6) uppkommer dessa negativa känslor baserat på invånarnas egna upplevelser av turismen baserat på tidigare erfarenheter.

Det kan också tolkas, utifrån citaten, att dessa lokalbor inte känner sig hemma på Gotland när det är högsäsong. Att en individ inte känner sig som hemma på en plats menar (Lalicic & Garaus 2020, s. 202) beror på att det sker stora förändringar i den fysiska miljön vilket resulterar i att stadens unika särdrag går förlorade. Det går därför att tolka det som att lokalbefolkningen som intervjuades på Gotland påverkas märkbart av det höga antalet turister som kommer under specifika veckor, och att trängseln är en stor faktor till detta. Diverse forskare har diskuterat och benämnt att när antal turister blir för stor för platsens kapacitet och överstiger bärförmågan, är den främsta konsekvensen att det skapas trängsel (Garcia-Buades, Garcia-Sastre & Alemany-Hormaeche 2022, s. 2). Detta är något som har påpekats potentiellt kunna skada tillfredsställelsen hos såväl turister som lokala på platsen (Gonzales, Coromina & Gali 2018, s. 280; Tokarchuk, Barr & Cozzio 2022, s. 2).

4.4 Påfrestningar på samhällsfunktioner när turisterna kommer

Tidigare forskning har benämnt att stora turistströmmar kan skapa en obalans mellan lokala och turister när det gäller användandet av infrastruktur, offentliga tjänster och faciliteter (Dodds & Butler 2018, s. 12). På Gotland har detta benämnts vara extra påtagligt när det gäller de samhällskritiska funktionerna, då de inte stämmer överens med populationen vid särskilda tillfällen. Respondenten för Destination Gotland uppgav bland annat att basbehoven som vatten och sjukvård inte räcker till under månaden juli då Gotland befinner sig ett visst mått av överturism, något Respondenten för Gotlands Besöksnäring höll med om:

Men däremot finns det påfrestningar på samhällskritiska funktioner som polisen och sjukvården och så vidare, så det är ju en balansgång. Samhällskritiska funktioner är ju egentligen något som ska matcha med antalet invånare och så regioner jobbar annars, nu vet ju våran kommun att vi växer en viss tid på året, men det är ganska svårt att då planera, och då framförallt att ha kapaciteten om något skulle hända. Nu får vi ju väldigt mycket hjälp, apropå polisen från Stockholm, så i vissa fall tillhör vi en större region, så Stockholmspolisen "tillhör" Gotland, vilket öppnar helt nya möjligheter.

Respondent för Gotlands Besöksnäring

Ett ökat behov av samhällsfunktioner påverkar såväl aktörer, turister och lokala, men från lokalbefolkningens perspektiv blir det en stor skillnad när det kommer som mest folk, då det ökar användningen av offentliga tjänster som exempelvis vatten, sjukvård och polis. Lokalbo 5 nämnde, precis som Respondenten för Gotlands Besöksnäring, att Gotland tar in Stockholmspolisen under sommaren, vilket denne var tacksam för. Lokalbo 5 tydliggjorde därefter att utan hjälp från polisen i Stockholm hade Gotland inte kunnat hantera allt som händer under sommaren och anledningen till det menar Lokalbo 4 är för att det sker fler brott under sommarmånaderna jämfört med resten av året.

Lokalbo 1 uttryckte även att under turistsäsongen går det åt mycket vatten på Gotland vilket bidrar till att lokalbefolkningen blir ombedda att vara sparsamma med vattnet för att det ska räcka till sommarperioden. Lokalbo 4 lyfte även fram frågan om vattenbristen och återgav "Sen är ju det också att vi måste anpassa vatten och avlopp, vår rening, till en mycket större befolkning med vad vi egentligen är och det ska ju betalas med våra skattepengar". Lokalbo 1 benämnde även ett annat problem som kan uppstå på grund av stora folkmassor "Men sen är det ju ett riktigt problem är den Blå lagunen, där är det en fara för liv faktiskt för det är så mycket folk att räddningstjänsten inte kommer fram, vid eventuella drunkningsolyckor till exempel".

Ovanstående resonemang skulle kunna kopplas till Perdigao & Torkington (2023, s. 288) som menar att när offentliga tjänster inte räcker till, är detta en indikation på att destinationen befinner sig i ett viss mått av overturism, vilket kan skapa konkurrens mellan lokalt boende och turister gällande tillgången till sådana bekvämligheter. Men det kan också handla om att

invånarnas vardagliga bekvämligheter som exempelvis att biltrafiken ökar (Garcia-Buades, Garcia-Sastre & Alemany-Hormaeche 2022, s. 2), vilket stör invånarnas vardagsliv vilket i sin tur kan göra att lokalbefolkningen förlorar känslan till sin plats (Pechlaner, Innerhofer och Erschbamer 2019, s. 163). Ett exempel på detta gav Lokalbo 1 när denne beskrev att trafiksituationen under högsäsongen blir påfrestande och att man som invånare märker omedelbart att trafiken ökar när turisterna har anlänt till Gotland.

4.5 Gotland - sommar, sol och bad?

Ett tema som framgick under intervjuerna var att Gotland som destination förhåller sig till högsäsong respektive lågsäsong vilket gör det till en säsongdestination. Respondenten för Destination Gotland förklarade att "På Gotland så tar vi emot nästan 60% under juni, juli och augusti, då kommer nästan alla till Gotland. Övriga månader, övriga nio månader så kommer det ungefär 40% - så det är väldigt centrerat till de tre sommarmånaderna". Respondenten poängterade att det som gör att många turister drar sig till ön är för att vi i Sverige tydligt har sommarlov vilket styr turismen till dessa särskilda veckor, vilket går i linje med både de klimatrelaterade och institutionella faktorerna som UNWTO (2015, s. 1) påpekar bidrar till säsongvariationer. Gotland är däremot inte ensam om att majoriteten av turisterna kommer under sommaren, Eurostat (2022) förklarar att flertalet av turistdestinationer inom EU är koncentrerade till sommarmånaderna, särskilt under juli och augusti.

Aktörerna som intervjuades belyste dock vikten av att sprida ut turismen under hela året, vilket var något som även lokalbefolkningen höll med om. Detta är något som aktörerna aktivt försöker arbeta med, å andra sidan nämner de att det är en stor utmaning då Gotland fortfarande är känt som en sommardestination hos de allra flesta:

De flesta vill helst inte längre porträttera Gotland som det här sommar, sol och badstället och fest, och vi vill inte heller det, vi vill ju visa mångfalden på Gotland, vad man kan göra utöver det. Så det är väldigt mycket fokus, på sistone på kultur, hantverk, mat, från jord till bord, och sen outdoor.

Respondent för Gotlands Besöksnärings

Ovanstående citat kan kopplas till Fonsecas (2022) idé om att destinationer som är specialiserade och som porträtteras på ett visst sätt, kommer att ha säsongvariationer som

består av hög och lågsäsong. I detta fall skildras Gotland som sommar, sol och bad under högsäsong, för att sedan gå in i lågsäsong; “det är ju ganska dött här på vintern” menade Lokalbo 2 i sin intervju. En jämnare fördelning av turismen var en vision som Respondent för Destination Gotland var tydlig med; “vi är väldigt måna om att få ett utspritt resande över året” vilket citatet ovan också visar genom att Gotland vill utgå från sina lokala attraktioner för att jämna ut turismen, som exempelvis hantverk och mat. Detta kan knytas ihop med Zhang och Xie’s (2023, ss. 715-716) tankar om att åtgärder ska grunda sig i det lokala för att lyckas med detta på ett effektivt sätt. Trots arbete för att förhindra stora säsongsvariationer var Respondenten för Gotlands Besöksnäringen också tydlig med utmaningar gällande detta, och förklarade att “många av våra företag tror att man ska ha den här traditionsenliga sommarbilden och att det är det som säljer” och utvecklade med att “om inte vi hjälps åt att rädda den bilden, så kommer vi alltid ha den stämpeln att vi enbart är sommar, sol och bad”.

För att undvika en stor skillnad mellan högsäsong och lågsäsong menar Fonseca (2022) att det gäller för aktörer att kontinuerligt uppdatera sina sociala medieplattformar för att på så sätt kunna engagera människor året om, detta styrks även av Zhang och Xies (2023, ss. 715-716) samt UNWTO’s (2015, s. 1) tankar kring marknadsföringen som en förutsättning för att arbeta mot att sprida ut turismen jämnt över de olika säsongerna, vilket är något som Respondenten för Gotlands Besöksnäring försöker implementera tillsammans med de företag de samarbetar med:

Vi har haft en social mediekurs där vi gått från hands hold till de här allra vanligaste kanalerna, för våra företag, såna här småttingar, de har max fem anställda året om. Det är inte alla som är proffsfotografer eller instagrammare, så då pratar man just om det här att, hur man väljer bilder, vilka ska man använda, när och hur vill man jobba med de här olika säsongerna.

Respondent för Gotlands Besöksnäring

Ovanstående citat kan kopplas till det Fonseca (2022) belyser om att det är viktigt för researrangörer att lära sig turisternas mönster för att på så sätt kunna förbereda strategier för att kunna slå tillbaka mot lågsäsongen.

5. Slutsats och diskussion

I den avslutande delen kommer de slutsatser som framkom i analyskapitlet att presenteras och diskuteras med utgångspunkt i studiens syfte. De slutsatser som redovisas kommer att vara baserade på undersökningens tre frågeställningar och därefter följer en avslutande diskussion. Slutligen kommer förslag på vidare forskning inom området att framföras.

5.1 Slutsats

Syftet med denna studie har varit att få en ökad förståelse för aktörers och lokalbefolkningens attityder gentemot fenomenet överturism på Gotland. För att kunna undersöka överturism har arbetet grundat sig i begreppen; destinationers bärförmåga, säsongsvariationer samt platskänsla för att på så sätt kunna ta sig an fenomenet och se det från flera olika infallsvinklar. Utifrån studiens sju semistrukturerade intervjuer har vi kunnat tillföra ytterligare kunskap inom ämnet genom att studera vilken attityd invånarna och aktörerna har gentemot turister som kommer till Gotland, samt genom att undersöka om turistströmmarna på Gotland är för höga och hur aktörer hanterar detta. Anledningen till att dessa områden valde att studeras var för att tidigare studier har tydliggjort att det finns bristande forskning gällande invånarnas attityder till turister på platser med höga turistströmmar. Det framkom också under insamlingen av den tidigare forskningen att studier angående huruvida överturism råder på svenska destinationer, inte är något som är lika väl utforskat som internationella turistmål som exempelvis Venedig och Barcelona. Nedan kommer studiens tre frågeställningar att besvaras.

Vad har aktörer för inställning till turismens effekter?

Utifrån vår analys kan det konstateras att de aktörer som deltog i studien ser turismen på Gotland som något absolut nödvändigt och därmed något de är positivt inställda till. Turismen beskrivs som det viktigaste affärsbenet och något som destinationen inte klarar sig utan. Framförallt lyfts den positiva påverkan på samhället fram, främst sysselsättningen, där turismen är något som skapar arbete för de bosatta på ön. Vidare menar de på att flertalet företag inte hade överlevt utan turismen då många butiker och restauranger endast är öppet under sommaren, samt att de som har öppet året om behöver inkomsterna från sommarmånaderna för att kunna existera.

Däremot menade aktörerna att det också finns utmaningar med turismen då det finns ett balansproblem där majoriteten av turisterna kommer under sommarmånaderna. Resultatet av den stora mängden turister, menar aktörerna, leder till att samhällskritiska funktioner utsätts för stora påfrestningar. Vatten, polis och sjukvård är tre basbehov som aktörerna menar är särskilt utsatta under sommaren, detta då folkmängden ökar markant i relation till antalet bosatta. Ökningen av antalet turister menar Respondenten för Gotlands Besöksnäring kan ha gjort så att ön har nått sin maxkapacitet på sommaren och det benämns att särskilda platser kan påverkas negativt av detta. Aktörerna försöker därför arbeta aktivt för att attrahera turister även under lågsäsong för att minimera risken för överturism.

Hur arbetar aktörerna på Gotland för att skapa jämnare turistflöden året om?

Utifrån studien som genomförts går det att konstatera att turismen på Gotland främst är koncentrerad till sommarmånaderna och att destinationen därmed har låg respektive högsäsong. Även fast vikten av sommarturismen lyfts fram, så finns det också en medvetenhet angående att fördela turismen mer jämlikt över året, för att platsens bärförmåga inte ska överskridas under sommaren. För att göra Gotland till en plats dit turister kan komma året om menar aktörerna som deltog i undersökningen att de arbetar med att lyfta mångfalden på destinationen, där outdoor, kultur, hantverk och mat är de centrala aspekterna som uppmärksammas. Tidigare forskning betonar vikten av att marknadsföra en destination för att kunna skapa jämnare turistflöden under de olika säsongerna, där marknadsföringen bör grunda sig i platsens lokala upplevelser. Detta var något som aktörerna på Gotland också framhävde i sina intervjuer. Respondenten för Gotlands Besöksnäring framhävde att marknadsföringen av platsen är avgörande för att skapa en mer omfattande bild av turistaktiviteter på Gotland. Den implementerade bilden av sommar, sol och bad är något de aktivt försöker tona ned genom att tillsammans med andra företag diskutera hur de ska arbeta med sin marknadsföring under de olika säsongerna.

Vad finns det för inställningar bland lokalbefolkningen till turismen, finns det indikationer på potentiell överdriven turism?

Majoriteten av de lokala som intervjuades var överens om att turismen på Gotland i grunden är något som behövs och gynnar destinationen. Däremot gick det att identifiera att lokalbefolkningen var mer kritisk än aktörerna till det antal turister som besöker Gotland under sommaren. Det framkom under insamlingen av det empiriska materialet att det stora

antalet turister som kommer under sommaren indikerar på en potentiellt överdriven turism, men att det däremot inte förekommer under hela året samt att det är kopplat till särskilda platser på destinationen. Lokalbefolkningen var inte överens om huruvida överturism råder på Gotland, men de var alla eniga om att den fysiska trängseln under sommaren blir påtaglig där särskilda respondenter poängterade att Visby i synnerhet, utsätts för så många turister att de förlorar känslan av samhörighet till platsen, det vill säga att platskänslan går förlorad. Detta blev särskilt tydligt under intervjun med både Lokalbo 1 och Lokalbo 3 då deras platskänsla gentemot Visby som stad inte är lika stark under högsäsong när turistankomsterna ökar.

Ett annat perspektiv som framkom under intervjuerna med lokalbefolkningen var att de flertalet gånger påpekade hur Gotland verkar under lågsäsong, det vill säga att flertalet butiker och restauranger stänger igen och att de öppnar igen under högsäsongen. Flera lokalbor ansåg att detta är ledsamt då, framför allt Lokalbo 5 som påstod att det inte upplevs som att aktörer värnar om invånarna som bor där året om.

Flertalet respondenter uttryckte även att de såg den begränsade tillgången på vatten som ett problem, där det uppgavs en känsla av frustration till grund av att behöva anpassa sitt eget vattenbehov, för att det på sommaren ska kunna användas till en betydligt större befolkningsmängd. Slutligen framkom det att lokalbefolkningen önskar, för att kunna undvika de stora turistströmmarna, att finna en lösning där turisterna både sprids ut mer på hela destinationen men också en förhoppning om att turisterna inte kommer samtidigt.

5.2 Slutdiskussion

Studien har tagit sig an fallet Gotland och undersökt aktörernas och lokalbefolkningens attityder till turismen på platsen och huruvida om överturism råder på destinationen. Det råder delade meningar kring om turismen på destinationen kan kopplas till fenomenet överturism. Det finns indikationer på att turistströmmarna utmanar kapaciteten för platsen under sommaren. I vissa fall har de varit så stora att det drabbar lokalbefolkningen och kritiska samhällsfunktioner negativt, vilket är två aspekter som förknippas med överturism. Däremot förekommer detta endast under sommarmånaderna när Gotland går in i högsäsong och är endast koncentrerad till särskilda platser på Gotland. Därför är problemet inte något

som kan sammanställas med tydligt utsatta destinationer i Europa där studier bekräftar att överturism råder.

Detta arbete har visat att turismen på Gotland både gynnar och missgynnar ön. De positiva aspekterna som diskuterades under intervjuerna var främst att turistnäringen bidrar till sysselsättningen men också som inkomstkälla. Däremot framkom det under intervjuerna att det är lokalbefolkningen som påverkas mestadels negativt av turismen. Ett antal lokalbor förklarade att de har känt att de inte hör hemma på Gotland under högsäsong och vilket har resulterat i att vissa gotlänningar har fått fly till sina stugor för att kunna känna sig som hemma på grund av den trängsel som uppstår på platser på Gotland. Det går därför att tyda, utifrån denna studie, att lokalbefolkningen i viss mån anser att turismen bidrar till ekonomin i samhället men att deras livskvalitet dessvärre, under högsäsong, försämras vilket har gjort att ett antal av lokalbefolkningen förlorat deras platskänsla. Däremot nämndes också Gotland under lågsäsong och att en del lokalbor även blir påverkade av att butiker och restauranger stänger när högsäsongen tar slut.

5.3 Förslag på vidare forskning

Trots att turismen på svenska destinationer inte är lika omfattande som andra europeiska exempel som Venedig, Barcelona eller Dubrovnik så finns det populära resmål även i Sverige som attraherar stora mängder av turister, främst under sommarmånaderna när människor har semester. Detta skapar stora skillnader i antalet besökare under olika säsonger, där destinationers kapacitet är mer eller mindre utrustad för detta. Detta kan skapa påfrestningar på platsen som kan liknas med överturism, något som inte är lika väl utforskat på svenska destinationer jämfört med europeiska exempel, och därav finns det en intressant forskningslucka att fylla i framtiden.

Denna undersökning har grundat sig i ett litet urval av intervjupersoner då denna studie har genomförts under begränsad tid. Hade undersökningsperioden varit längre och om det hade funnits tid till att besöka Gotland under högsäsong hade det kunnat resultera i ett större urval. Därför är ett av förslagen på vidare forskning inom området att analysera en större population, men också, om det finns möjlighet att observera Gotland under vintertid samt

sommartid för att kunna uppleva lågsäsong samt högsäsong på destinationen. På detta sätt kan forskaren få en bredare överblick i hur platsen påverkas av turismen.

6. Referenslista

- Alvehus, J. (2019). Skrivna uppsats med kvalitativ metod : en handbok. 2 uppl., Liber.
- Andersson, J. (2023). Starkt år för turismen på Gotland. *Hela Gotland*, 12 februari.
<https://helagotland.se/nyheter/gotland/artikel/starkt-ar-for-turismen-aterhamtat-sig-efter-pandemin/re8mvyxr>
- Beidler, K.J., & Morrison, J.M. (2016). Sense of place: Inquiry and application. *Journal of Urbanism*, 9(3), ss. 205-215–215. doi:10.1080/17549175.2015.1056210
- Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 3 uppl., Stockholm: Liber.
- Butler, R-W. (2019). Tourism carrying capacity research: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), ss. 207-211. doi:10.1108/TR-05-2019-0194
- Cassinger, C., & Nilsson, J-H. (2021). Hållbar utveckling i överturismens era. *Organisation & Samhälle*. 2021(1), ss. 4-8.
<https://org-sam.se/hallbar-utveckling-i-overturismens-era/>
- Diaz-Parra, I., & Jover, J. (2021). Overtourism, place alienation and the right to the city: insights from the historic centre of Seville, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2–3), ss. 158-175–175. doi:10.1080/09669582.2020.1717504.
- Dodds, R. & Butler, R. (2019). The enablers of overtourism. I: Dodds, R. & Butler, R. (red.) *Overtourism: Issues, realities and solutions*, ss. 6-25. Berlin: De Gruyter.
- D'Órey, F., Cardoso, A., & Abreu, R. (2019)“Tourist’ sense of place”, an assessment of the sense of place in tourism studies: the case of Portugal. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(1), ss. 1-14.
- Esilvertour (2021). *Seasonality in Tourism: Understanding the Challenges*.
<https://www.esilvertour.eu/en/news-and-events/news-08.html> (2023-07-15)

European Commission (u.å). *Hållbar kulturturism*.

<https://culture.ec.europa.eu/sv/cultural-heritage/cultural-heritage-in-eu-policies/sustainable-cultural-tourism> [2023-05-19]

Eurostat (2022). *Summer months rule tourism seasonality in EU regions*.

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20221201-1> [2023-05-17]

Fedyk, W., Soltysik, M., Olearnik, J., Barwicka, K., & Mucha, A. (2020). How Overtourism Threatens Large Urban Areas: A Case Study of the City of Wrocław, Poland. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), ss. 1-22. doi:10.3390/su12051783

Fernández-Morales, A., Cisneros-Martínez, J., & McCabe, s. (2016). Seasonal concentration of tourism demand: Decomposition analysis and marketing implications. *Tourism Management*, Volume 56, Pages 172-190. doi: 10.1016/j.tourman.2016.04.004

Fonseca, F. (2022). 6 Strategies for Tour Operators to Overcome Seasonality in Tourism.

<https://orioly.com/strategies-to-overcome-seasonality-in-tourism/> [2023-05-16]

Fransson, E. (2021). Fransson: "Var går gränsen för turism på Gotland". *Hela Gotland*, 11 augusti.

<https://helagotland.se/ledare/artikel/fransson-var-gar-gransen-for-turism-pa-gotland/r3z3518j>

Fridh, L. (2020). Polisen larmar om parkeringskaos vid stränderna på Österlen. *SVT Nyheter*, 23 juli.

<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/skane/polisen-larmar-om-parkeringskaos-vid-stranderna-pa-osterlen>

Garcia-Buades, E., García-Sastre, M-M., & Alemany-Hormaeche, M. (2022). Effects of overtourism, local government, and tourist behavior on residents' perceptions in Alcúdia. *Journal of outdoor recreation and tourism*, 39. doi:10.1016/j.jort.2022.100499

Gonzales, V., Coromina, L., & Galí, N. (2019). Overtourism: residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity - case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review*, 73(3). ss. 277-296. doi:10.1108/TR-08-2017-0138

Gotlands besöksnäring. 2018. *Regional besöksnäringstrategi för Gotland*.
<https://gotlandsbesoksnaring.se/wp-content/uploads/2018/05/Remissversion-Regional-Bes%C3%B6ksn%C3%A4ringsstrategi.pdf> (2023-07-26)

Gössling, S., McCabe, S., & Chen, N. (2020) 'A socio-psychological conceptualisation of overtourism'. *Annals of Tourism Research*, 84. doi:10.1016/j.annals.2020.102976.

Hela Gotland. (2020). Turismen gör Gotland sårbart. *Hela Gotland*, 25 maj.
<https://helagotland.se/bli-prenumerant/artikel/4r1v70kr/ga-bd-0kr-dp1>

Hunett, K. (2021). Massturismen farlig för Gotland. *Hela Gotland*, 2 augusti.
<https://helagotland.se/insandare/artikel/massturismen-farlig-for-gotland/rmxq2v6j>

Hällegårdh, F. (2019). Så ska Visbys världsarv räddas från överturism. *Svenska Dagbladet*, 28 juli.
<https://www.svd.se/a/opelqa/gps-i-visby-kan-radda-varldsarv>

Jorgensen, B.S., & Stedman, R.C. (2001). Sense of Place as an Attitude: Lakeshore Owners Attitudes toward Their Properties. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), ss. 233–248. doi:10.1006/jevp.2001.0226.

Jørgensen, O.H., & Hannibal, M. (2022). My city, my love: philanthropy and rebranding of a contested city image to improve sense of place and city pride. *Place Branding and Public Diplomacy*, ss. 1–11. doi:10.1057/s41254-022-00274-2.

Kvale, S., & Brinkman, S. (2021). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 3 uppl., Lund: Studentlitteratur.

Körner, C. (2021). Gotland är Sveriges populäraste resmål. *Hela Gotland*, 1 december.
<https://helagotland.se/nyheter/gotland/artikel/gotland-ar-sveriges-popularaste-resmal-far-topp-betyg-i-farsk-undersokning/jv9zd8ol>

Lalicic, L., & Garaus, M. (2022). Tourism-Induced Place Change: The Role of Place Attachment, Emotions, and Tourism Concern in Predicting Supportive or Oppositional Behavioral Responses. *Journal of Travel Research*, 61(1), ss. 202-213–213.
doi:10.1177/0047287520967753

Luong Tran, N., & Rudolf, W. (2022). Social Media and Destination Branding in Tourism: A Systematic Review of the Literature. *Sustainability*, 14(13528), s. 13528.
doi:10.3390/su142013528

Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, 84. doi:10.1016/j.annals.2020.103025

Nilsson, J-H. (2020). Conceptualizing and Contextualising Overtourism: the Dynamics of Accelerating Urban Tourism. *International Journal of Tourism Cities*.
doi:10.1108/IJTC-08-2019-0117

Nätteldal Nylund, A. (2022). Nu kommer turisterna - gotlänningar får “städa bort sig själva”. *Proletären*, 29 juni.
<https://proletaren.se/artikel/nu-kommer-turisterna-gotlanningar-far-stada-bort-sig-sjalva>

Pechlaner, H., Innerhofer, E., & Erschbamer, G. (2019). *Overtourism: tourism management and solutions*. 1. uppl., London: Routledge.

Perdigao, R-F., & Torkington, K. (2023). Conflicting discursive representations of overtourism in Lisbon in the Portuguese digital press. *International Journal of Tourism Cities*, 9(1), ss. 286-301. doi:10.1108/IJTC-05-2022-0108

Rahman, M. (2023). *Butler's Tourism Area Life Cycle Model (TALC)*.
<https://www.howandwhat.net/butler-tourism-area-life-cycle-model-talc/> [2023-05-01]

Rennstam, J., & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie: Om analysarbete i kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Seraphin, H., Ivanov, S., Dosquet, F., & Bourliataux-Lajoinie, S. (2020). Archetypes of locals in destinations victim of overtourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, ss. 283-288–288. doi:10.1016/j.jhtm.2019.12.001

Statista (2023). *Number of international tourist arrivals worldwide from 1950 to 2022*. <https://www.statista.com/statistics/209334/total-number-of-international-tourist-arrivals/> [2023-04-02]

Tillväxtverket (2023). *Transportsystemet för turism: Kunskapssammanställning och framåtblick* (Rapport 0046). [https://tillvaxtverket.se/download/18.54f2c85b187793db5bea81fd/1682685115707/Transport systemet%20f%C3%B6r%20turism%20-%20Kunskapssammanst%C3%A4llning%20och%20fram%C3%A5tblick.pdf](https://tillvaxtverket.se/download/18.54f2c85b187793db5bea81fd/1682685115707/Transport%20systemet%20f%C3%B6r%20turism%20-%20Kunskapssammanst%C3%A4llning%20och%20fram%C3%A5tblick.pdf)

Tokarchuk, O., Barr, J., & Cozzio, C. (2022). How much is too much? Estimating tourism carrying capacity in urban context using sentiment analysis. *Tourism management*, 91. doi:10.1016/j.tourman.2022.104522

Tokarchuk, O., Gabriele, R., & Maurer, O. (2021). Estimating tourism social carrying capacity. *Annals of tourism research*, 86. doi:10.1016/j.annals.2020.102971

UNWTO. uå. *Tourism seasonality*. <https://www.unwto.org/sustainable-development/unwto-international-network-of-sustainable-tourism-observatories/tools-tourism-seasonality> (2023-06-29)

Wang, X., Wang, X., & Lai, I. K. W. (2023). The effects of online tourism information quality on conative destination image: The mediating role of resonance. *Frontiers in Psychology*, 14. doi:10.3389/fpsyg.2023.1140519

Wearing, S., Stevenson, D., & Young, T. (2010). *Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller*. London, United Kingdom: SAGE Publications, Ltd. doi:10.4135/9781446269138

World Tourism Organization (UNWTO). (2018), *'Overtourism'?* – *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>

Zhang, D., & Xie, J. (2023). Influence of Tourism Seasonality and Financial Ratios on Hotels' Exit Risk. *Journal of Hospitality & Tourism Research* Volume 47, Issue 4, Pages 714-733. doi: 10.1177/10963480211016038

Zvaigzne, A., Litavniece, L., & Dembovska, I. (2022). Tourism seasonality: the causes and effects. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Vol. 14, Issue 5, pp. 421-430*. doi: 10.1108/WHATT-07-2022-0080

7. Bilagor

Bilaga 1: Intervjuguide aktörer

Dina uppgifter kommer att behandlas konfidentiellt och dina svar kommer endast att användas till forskningssyfte. Det är helt okej att inte svara på en fråga och då du får avbryta när du vill. Vid användningen av detta material, kommer vi i vår studie att inte använda någon form av personuppgifter. Vi kommer därför inte gå ut med någon information som kan spåras till dig och i analysen kommer du att heta "Respondent för x", där x är företagsnamnet, detta då vi vill garantera din anonymitet.

Etiska frågor:

1. Är det okej att vi spelar in denna intervju?
2. Har du några frågor gällande denna intervju innan vi börjar?

Bakgrundsfrågor

1. Ålder?
2. Var bor du? Hur länge har du bott där?
3. Vad är din huvudsakliga sysselsättning?

Allmänna frågor om turism på Gotland

1. Vilken säsong tar Gotland emot flest turister?
2. Vad har du för inställning till turister?
3. Vilken plats på Gotland tror du är den plats som flest turister drar sig till? - Varför tror du att det är så?
4. Tycker du att antalet turister har ökat eller minskat under åren? Beroende på svaret - varför tror du det?
5. Vilka besöksmål på Gotland är populärast bland turister?
6. Tror du att turismen påverkar prisnivån på Gotland? (hotellpriserna stiger och butikerna kanske höjer priserna)

Attitydfrågor kopplade till överturism på Gotland:

1. Hur tycker du att turismen på Gotland har påverkat dig och samhället? Finns det några tydliga förändringar?

2. Är det stor skillnad mellan högsäsong och lågsäsong? Vad finns det för skillnader?
3. Tror du att Gotland kan hantera fler turister under högsäsong?
4. Anser du att det är för många turister som besöker Gotland under högsäsong?
5. Överturism beskrivs som överbefolkning i särskilda områden som har en negativ effekt på platsens invånare. Tycker du att det finns några specifika platser som är utsatta för överturism? Vilka orsaker tror du kan leda till överturism på Gotland?
6. Vet du om det har skett, eller planerats, några åtgärder för att kunna hantera det antal turister som kommer till Gotland?

Frågor angående arbetet med sociala medier:

1. Hur arbetar Ert företag för att Gotland ska bli ett attraktivt besöksmål?
2. Har du någon synpunkt på hur Gotland framställs i sociala medier? Tycker du att bilden som framställs är riktig?
3. Vilka marknadsföringskanaler använder Ni för att nå ut med Ert budskap? Hur har det förändrats med tiden? Ser Ni någon fördel med att dom här kanalerna har tillkommit?
4. Vad gynnar det Ert företag att använda er av sociala medier?
5. När Ni säljer in Gotland som turistmål, vad är det för värden Ni försöker förmedla? (**ex. Gotland - ett annat land och Landet annorlunda**)? Är detta något som ändrats över tid och tror Ni att den kommer att utvecklas över tid?
6. Tror du att Era sociala medieplattformar har någon påverkan på antalet turister som kommer till Gotland?
7. Gör Ni något för att försöka förlänga turistsäsongen och därigenom sprida ut den över hela året? Om ja, gör Ni något speciellt för detta?
7. Har Ni någon gång samarbetat med influencers som en del av Er marknadsföring?
8. Vad anser Ni att det finns för fördelar respektive nackdelar med att samarbeta med influencers?

Bilaga 2: Intervjuguide lokalbefolkning

Dina uppgifter kommer att behandlas konfidentiellt och dina svar kommer endast att användas till forskningssyfte. Det är helt okej att inte svara på en fråga och då du får avbryta när du vill. Vid användningen av detta material, kommer vi i vår studie, att inte använda någon form av personuppgifter. Vi kommer därför inte gå ut med någon information som kan spåras till dig och i analysen kommer du att heta "Lokalbo x", där x står för en siffra, detta då vi vill garantera din anonymitet.

Etiska frågor:

1. Är det okej att vi spelar in denna intervju?
2. Har du några frågor gällande denna intervju innan vi börjar?

Bakgrundsfrågor:

1. Ålder?
2. Huvudsaklig sysselsättning?
3. Hur länge har du bott på Gotland?

Allmänna frågor gällande turismen på Gotland:

1. Vad har du för inställning till turismen på Gotland?
2. När upplever du att det är som flest turister på Gotland?
3. Vilken plats på Gotland anser du är den plats som flest turister drar sig till? - Varför tror du det?
4. Hur tycker du att turisterna i allmänhet uppför sig?
5. Tycker du att det finns några positiva effekter med turismen på Gotland? Isåfall vilka?
6. Tycker du att det finns några negativa effekter med turismen på Gotland? Isåfall vilka?
7. Anser du att mängden turister har ökat eller minskat under den tid du har bott på Gotland?
8. Det sägs att priserna stiger under turistsäsongen då butiker och restauranger "passar på" att höja priserna, är detta något som du har märkt av?
9. Anser du att turisterna respekterar Gotlands kultur och lokalbefolkning?

Attitydfrågor gällande överturismen på Gotland:

1. Tycker du turistströmmarna hit är lagom eller för höga?
2. Tycker du det är en stor skillnad på högsäsong och lågsäsong? Kan du beskriva något exempel i såfall?
3. Har turisterna någon gång påverkat ditt beteende av att till exempel besöka butiker i stan eller ta del av olika tjänster?
4. Ser du några förändringar i samhället som beror på turister? Tex nedskräpning, brott?
5. Anser du att det är för många turister som besöker Gotland under högsäsong? Är du rädd för att det kan leda till överturism?
6. Överturism beskrivs som överbefolkning i särskilda områden som har en negativ effekt på platsens invånare, tycker du det finns några specifika platser här som är utsatta för överturism?
7. Har turismen på något sätt förändrat din livsstil eller påverkat ditt allmänna välbefinnande på något sätt?
8. Upplever du någonsin trängsel under de mest turistiska säsongen?
9. Tror du att Gotland kan hantera fler turister under högsäsong?
10. Anser du att Gotland borde vidta åtgärder för att minska de eventuella negativa effekterna som turister för med sig? Isåfall vilka?

Frågor kopplat till sociala medier:

1. Har du någon synpunkt på hur Gotland framställs i sociala medier? Tycker du att bilden som framställs är riktig?