

Pandemi (Covid 19 Salgını) Sürecinin Bireylerin Tatile Çıkma Eğilimlerine Etkisi

The Effect of the Pandemic (Covid 19 Outbreak) Process on Individuals' Tendency to Go on Travel

İrfan YAŞAR¹

Öz: Yeni koronavirüs (COVID-19) pandemisinin küresel ve yerel turizm endüstrisi üzerinde önemli derecede olumsuz sonuçları olacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca salgının oluşturduğu yeni normalde turizm anlayışı ve seyahat şekilleri de değişmektedir. Kalabalık ortamlardan ziyade daha bağımsız seyahatler, eko-turizm, sağlıklı yaşam turizmi daha çok tercih edilen turizm modelleri haline gelmektedir. Bu değişimler işletmelerin hizmet tasarımlarında ve ücretlendirmelerinde farklılıklar meydana getirmekte dolayısı ile bireylerin tatile çıkma eğilimlerinde değişiklikler meydana getirmektedir. COVID-19 küresel sağlık krizi, kapsamı göz önüne alındığında küresel turizm üzerinde benzeri görülmemiş etkilere sahip olacaktır. Turistlerin davranışları ve tercihleri ve bunların küresel turizm pazarı üzerindeki etkileri, turizm endüstrisi uygulayıcılarının ve politika yapımcıların daha dengeli bir endüstri geliştirmesini sağlamak için derinlemesine analizler yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu çalışma COVID-19 sürecinde bireylerin tatile çıkma eğilimlerini ortaya koymaktadır. Bu amaç doğrultusunda doküman incelemesi yöntemiyle konu ile ilgili makaleler incelenmiştir. Araştırma sonucunda COVID-19 pandemisi veya benzeri hastalıklarla ilişkili korku, turistleri kalabalık yerlerden kaçınmaya yönlendirmekte ve seyahat eğilimlerinde farklılıklar oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, turizm, turist davranışları, kriz yönetimi

Abstract: The novel coronavirus (COVID-19) pandemic is predicted to have significant negative consequences on the global and local tourism industry. In addition, the new understanding of tourism and travel patterns created by the epidemic is also changing. More independent travel, eco-tourism, wellness tourism are more preferred forms of tourism than crowded environments. These changes create differences in the service and pricing of the enterprises. This situation creates changing in the tendency of individuals to go on travel. The COVID-19 global health crisis will have unprecedented effects on global tourism. The behavior and preferences of tourists and their impact on the global tourism market require in-depth analysis to enable industry practitioners and policy makers to develop a more balanced industry. This study reveals the tendency of individuals to go on vacation during the COVID-19 process. For this purpose, the articles on the subject were examined using the document review method. As a result of the research, the fear associated with the COVID-19 pandemic or similar diseases leads tourists to avoid crowded places and there are differences in travel trends.

Keywords: COVID-19, tourism, travel behavior, crisis management

¹ İlgili yazar/Corresponding author: Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Ardeşen Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, irfan.yasar@erdogan.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-9610-1206

Geliş Tarihi/Received: 18.10.2020
Kabul Tarihi/Accepted: 26.11.2020

Atıf/Cititaion: Yaşar, İ. (2020). Pandemi (Covid 19 salgını) sürecinin bireylerin tatile çıkma eğilimlerine etkisi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 1-14.

1. Giriş

Turizm sektörü, doğal afetler, salgın hastalıklar, ekonomik ve siyasi krizler ve terör gibi farklı kökenlere sahip krizlere karşı çok hassastır (Yozcu ve Çetin, 2020: 278). Bundan dolayı turizm, Covid-19'dan ilk ve şiddetli bir şekilde etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Bilindiği gibi pandemiye karşı ilk tedbirlerden birisi sınırları kapatmak ve insan hareketliliğini sınırlamak olmuştur. Turizm talebi temel ve zaruri ihtiyaçlardan olmaması ve ertelenebilmesi de sektörün krizden etkilenme katsayısını arttırmıştır. Yapılan çalışmalarla hem iç hem de dış turizmin önlemler alınarak hareketlenmesi için projeler hazırlanmaktadır. Senaryo ne olursa olsun, bu salgının ekonomik dalgalanma etkileri olacağından turizm harcamalarında keskin ve uzun vadeli bir düşüş olacağı kaçınılmazdır.

COVID-19 tüm dünyayı kasıp kavururken, yayılmasını engellemek için birçok ülke ve bölgede seyahat kısıtlamaları ve sınır kapatmaları getirilmiştir. Richter (2003: 343) bulaşıcı hastalıkların ortaya çıkması veya yeniden başlamasının küresel turizm ve hareketliliğin doğal sonuçlarından biri olduğunu öne sürmüştür. Kentleşme ve küreselleşme, virüsün hızla yayılmasına neden olmakta ancak turizm, ortaya çıkan halk sağlığı krizlerini şiddetlendirmede açıkça bir rol oynamaktadır (Hilsenrath, 2020). Bu nedenle, turizmin hedef şehirler ve bölgeler üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek için COVID-19 salgını sırasında turizmin algılanan risklerini ve sosyal maliyetlerini belirlemek ve ölçmek çok önemlidir. Krizlerin (doğal afetler dahil) turizm üzerindeki etkilerini araştıran bir dizi çalışma olsa da turizmin kriz olaylarını nasıl artırabileceğine ve turist destinasyonlarında sakinlerin ve paydaş grupların kamu yararı ve refahı üzerinde nasıl olumsuz etkilere sahip olabileceğine dair yeteri kadar çalışma yapılmamıştır (Ritchie, 2008: 317). Scott ve Laws (2006) bir krizin etkisinin turizm destinasyonunu oluşturan birbiriyle bağlantılı işletmeler ve diğer paydaşlar arasında olduğunun göz önünde bulundurulması gerektiğini iddia etmektedir. Turistik destinasyondaki krize müdahale etmede kilit paydaşlar hem kamu hem de özel sektördür (Ritchie, 2008: 318).

Yapılan bazı ampirik çalışmalar, bölgedeki yaşayanlar için turizmin sosyal maliyetlerini ve faydalarını incelemişler ve bunların paydaşlar arasında heterojen olabileceğini ortaya koymuşlardır (Torre ve Scarborough, 2017: 628). Bununla birlikte, çok az çalışma, bir kriz sırasında destinasyon sakinleri için turizmin sosyal maliyetlerini nicelleştirmiştir. Turizm araştırmacıları, ağırlıklı olarak tüketici davranış araştırmalarından doğan risk algısı ve kriz yönetimi kavramlarıyla, araştırma sorununa turistlerin bakış açısından yaklaşma eğilimindedirler (Song vd., 2019: 61).

İçe yönelik turizmin COVID-19'un yayılmasını etkilediği ve yerel sağlık sistemi üzerindeki baskıyı arttırdığı göz önüne alındığında, bölge sakinleri bu durumdan en çok etkilenenlerdir. Bir pandemi meydana geldiğinde, turistler etkilenen yerlere seyahat etmekten kaçınma eğiliminde iken, destinasyon sakinleri, seyahat etmeyi seçen ve böylece virüsü potansiyel olarak yaymayı seçen turistlerle ilgili riskleri en aza indirmeye çalışmaktadırlar.

Literatürde büyük ölçüde eksik olan şey, turizmin COVID-19 sonrası bir dönemde temelde nasıl farklı olabileceğini araştıran teori temelli araştırmalardır. Pandemi, bildiğimiz şekliyle turizmin kabul edilmiş belirleyicileri yeniden dizayn etmesinin yanı sıra, turistlerin davranışlarında da önemli değişimler meydana getirecektir. Netice itibarı ile salgın nihayetinde bitecek ve yasaklar kalkacaktır. Ancak çoğu turist seyahat etme davranışlarında oluşan farklılıklar devam edecektir. Davranışlardaki kalıcı değişimleri anlamak COVID-19 dönem sırasında ve sonrasında turizm araştırmacılarının yanı sıra işletmeciler için de bir başarı olacaktır. Bu çalışma, bu tür değişiklikleri resmileştirmeye izin veren yeni bir teorik çerçeve sağlar ve bu nedenle, pandemi ile ilgili mevcut araştırmaların çoğunun aksine, statükoyu tanımlayan değil ileriye dönüktür (Zenker ve Kock, 2020).

2. Kuramsal Çerçeve

Turist davranışları, algılanan risk ve turizm krizleri üzerine yapılan araştırmaların gözden geçirilmesi, çalışma bağlamı için teorik bir temelin oluşturulmasını kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle çalışma, kuramsal çerçeveyi pekiştirmek için önceki çalışmalara rehberlik eden temel teorileri sunmakta ve eleştirel olarak tartışmaktadır. Turist psikolojisi ve davranışlarının iç durumları ile çevreleri arasındaki etkileşimlere bağlı olarak nasıl değişebileceğine dikkat çekilmektedir.

Gelişimsel Turizm Paradigması

Gelişimsel psikolojinin uygulamaları, epistemolojik ve teorik ilkelerinin sağlam bir şekilde anlaşılmasına dayanmaktadır. Bu paradigma, turizm disiplinde gelişimsel bir yaklaşım benimsemenin ne anlama geldiğinin anlaşılmasını kolaylaştırmak amacındadır. Paradigmanın ana hatlarını çizerek, önce turizmde biyoloji temelli incelemelerin dayandığı üç kurucu özelliği irdelemekte ve sonra aralarındaki bağlantıları açıklamaktadır. İlk özelliğe gelince, turizmin dünyayı nasıl etkilediğini geleneksel yöntemlerden farklı olan gelişimsel psikoloji epistemolojisinin teoriye dayalı bir tartışmasını sağlamaktadır. Paradigmanın ikinci özelliği, epistemolojinin teorik omurgasını sağlamakta, üçüncü özellikte ise çevredeki sosyal ve ekolojik faktörlerin belirli motifleri harekete geçirdiği davranışsal ekolojiyi oluşturmaktadır.

Gelişimsel Epistemoloji

Gelişimsel psikolojinin temel epistemolojik yaklaşımı, insan davranışını, uyarlanabilir işlevini ve temel saikini ortaya koyarak açıklamaktır. Ernst Mayr (1961) ve Nobel ödüllü etolog Niko Tinbergen'in (1963) etkili eserlerine dayanan gelişimsel epistemoloji, yakın güdüler (yani hemen açık olan) ve davranışa neden olan nihai güdüler arasında ayırım yapmaktadır. Bu araştırmaya göre bir davranışın yakın bir nedeni, buna karşılık gelen anlık bir uyarıcıdır. Örneğin bir yılanın görünmesi kişinin korkmasına ve kaçmasına neden olmaktadır. Bu düşüncenin tam aksi ise, bir davranışın nihai nedeni, insanların yılanlardan korktuğunun ve atalarının zamanlarında hayatta kalma olasılığını artırdığı için kaçtığı gelişimsel açıklamasıdır. Her iki açıklama da doğru olsa da yalnızca nihai açıklamalar, ilgili davranışın atalarımıza hizmet ettiği ve yine de hizmet edebileceği uyarlanabilir işlevi tanımlamaktadır. Bu nedenle, yakın motifleri inceleyen araştırmacılar, bir şeyin nasıl çalıştığını göstermekle ilgilenirken, nihai nedenleri inceleyen araştırmacılar bir şeyin neden var olduğunu araştırmakla ilgilenmektedirler. Bugüne kadar, turizm araştırmalarındaki çalışmaların ezici çoğunluğu, davranış açıklamak için yakın güdülere odaklanmış ve böylece nihai nedenleri ihmal etmiştir (Kock vd., 2018).

Temel Gelişimsel Motifler

Paradigmanın ikinci özelliği, temel ve nihai motiflerin varlığıdır. Gelişimsel psikolojinin epistemolojisi, davranış temelindeki nihai işlevi aracılığıyla açıklamayı varsayarken, temel güdü çerçevesi bu epistemolojinin teorik alt tabakasını oluşturmaktadır. Geçmişte insanlar hayatta kalmak ve üretmek için çeşitli gelişimsel zorlukların üstesinden gelmek zorunda kalmışlardır. Gelişimsel psikoloji önceki zorlukların her birini çözmeye yardımcı olan temel motivasyon sistemlerini geliştirmeye yatkın olduklarını savunmaktadır. Bu nedenle, gelişimsel psikoloji, insanların yalnızca fizyolojik özelliklerini miras almadığını, aynı zamanda kendini koruma, hastalıktan kaçınma, statü, eş edinme ve akraba ilişkileri gibi çeşitli motiflerde tezahür eden psikolojik mekanizmalara sahip olduğunu varsaymaktadır (Griskevicius ve Kenrick, 2019:378).

3. Literatür Taraması

Turizmin Sosyal Etkileri

Bilindiği üzere turizmin bölge ekonomisi ve yaşayanlar üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilerinin olmasının yanı sıra bu etkilerin sosyal ve ekonomik maliyetleri ve faydaları paydaşlar arasında farklılıklar göstermektedir (Mayer, 2014: 561-583). Bununla birlikte, çoğu araştırma kavramsal düzeyde tartışılan toplumsal maliyet ve faydalarla birlikte turizmin ekonomik maliyetlerini ve faydalarını değerlendirmeye odaklanmıştır (Haralambopoulos ve Pizam, 1996: 5112). Son zamanlarda bölgede oluşan nüfus yoğunluğundan dolayı özellikle kamu hizmetleri ve trafik tıkanıklığına odaklanan turizmle ilgili sosyal maliyetler ve faydalar konusunda çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Artan talepler, Airbnb² tarzı kiralama daha fazla turistin bölgeye gelmesine imkân sağlayarak sosyal ve çevresel maliyetleri ile kent sakinlerinin hoşnutsuzluğuna neden olmaktadır. Buna ek olarak, turizmin ekonomik etkisini inceleyen araştırmacılar, son zamanlarda bölge halkı ve çevre için turizmin toplumsal maliyeti ve faydalarının analizlerini yapmaya başlamışlardır (Bella, 2018: 2048). Artan gayrimenkul maliyetleri, turizm ve otelcilik sektöründe istihdam, bölge sakinlerinin refahına zarar verme, ekonomik ve ekolojik olmanın ötesinde aşırı kalabalık ve sosyal taşıma gibi turizmin toplumsal etkilerini ölçmek mümkündür (Jordan vd., 2019). Bununla birlikte, toplumsal etkileri genellikle dolaylı ve kronik olduğundan ve bu etkilerin algılanması bir topluluğun değerlerine bağlı olarak değiştiğinden, bu tür ölçümleri elde etmek genellikle zordur (Fredline ve Faulkner, 2001: 119). Krizlerin turizmin üzerindeki etkisine ilişkin önceki çalışmalara paralel olarak, bu çalışma da bir krizin olayın sosyal maliyetini değerlendirmek için bir referans noktası olarak hizmet edebileceğini göstermektedir (Weaver ve Lawton, 2013:165–175).

Kriz, aynı zamanda bölge sakinlerinin turizm hakkındaki olumsuz algılarını azaltabilmektedir. Garau-Vadell vd. (2018: 72) bir ekonomik krizin, sakinlerin turizmi destekleme istekliliğini artırdığını ve turizm maliyetlerine ilişkin algılarını önemli ölçüde azalttığını ortaya koymuşlardır. Kriz esnasında bölge sakinleri turizme karşı daha hoşgörülü hale gelmekte ve ekonomik kalkınmaya daha fazla değer vermektedirler (Lindberg ve Johnson, 1997: 90–116). Maliyet ve fayda dengesi, bölge sakinleri arasında farklılık gösterebilmekte ve bölge sakinlerinin turizm endüstrisi ile bireysel etkileşim düzeyleri, tutumlarının belirleyicisi olabilmektedir (Andereck vd., 2005: 1065). Diğer yandan, turizmin olumsuz etkisi bir krizle daha da büyütülebilmektedir. Özellikle, bir pandemi sırasında enfekte kişilerin bir turistik yere akını (Bajardi vd., 2011) kamu güvenliği açısından ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Yakın zamanlarda Weaver ve Lawton (2013:165–175), tartışmalı konularla ilgili olarak bölge sakinleri tarafından gerçekleştirilen maliyet-fayda değerlendirmelerindeki farklılıkları incelemişler ve kitle iletişim araçlarının, bölge sakinlerinin turizmin olumsuz etkisine ilişkin algılarını artırabileceğini ve sakinlerin sosyal çevreleri ve etnik geçmişleri gibi sosyal boyutlarının krize karşı daha düşünceli tutumlara yol açabileceğini öne sürmüşlerdir. Buna ek olarak, Rittichainuwat ve Chakraborty (2009:414), olumsuz algıların neden olduğu zararı en aza indirmek için kriz zamanında turizmin algılanan olumsuz etkisini ölçmenin önemini belirtmişlerdir.

Pandemi Sırasında Risk Algısı ve Turizm

Turizm ve krizlerle ilgili bilimsel görüşler bireysel düzeyde risk algısı ve kolektif düzeyde kriz yönetimi olmak üzere iki ana bağlama ayrılmaktadır. Turizmle ilgili algılanan riskler üzerine yapılan araştırmalar, turizmde algılanan risk kavramı öncelikle tüketici davranışı çalışmalarıyla ilişkilendirilerek, destinasyon topluluklarının bakış açıları yerine turistlerin bakış açılarına odaklanmıştır (Sharifpour vd, 2014:117). Risk ve güvenlik konuları, turistlerin neden riskleri farklı algıladıklarını ve bu algıları hangi faktörlerin etkilediğini belirlemek amacıyla genellikle turistlerin bakış açısından incelenmiştir (Gössling vd., 2012:43). Turizmle ilgili

² Amerika Birleşik Devletleri merkezli bir Amerikan tatil kiralama çevrimiçi pazar yeri şirkettir.

algılanan riskler veya kaygı turistlerin belirli bir bölgeden kaçınmasına neden olabilmektedir. Ancak, turistlerin geçmiş deneyimleri, benzer olaylara aşinalık düzeyleri, yenilik arayışları veya turistlerin kültürel yönelimlerinin destinasyonla karşılaştırılması risklerin telafi edilmesine neden olmaktadır (Sharifpour vd., 2014:111-123).

Arz yönünden bakıldığında, krizlerin destinasyon üzerindeki etkisi veya bir bütün olarak turizm endüstrisi üzerindeki etkisi önceki çalışmalarda baskın bir tema olmuştur. Araştırma, küresel mali kriz (2007–2008), domuz gribi (H1N1) salgını (2009), depremler, 11 Eylül ABD saldırısı ve diğer terörist faaliyetler, şiddetli akut solunum sendromu (SARS) gibi çeşitli krizlerin turizm talebi üzerindeki etkisine odaklanmıştır (Page, Song ve Wu, 2012:148).

Bazı araştırmacılar, turizmde kriz yönetiminin bölge sakinlerinin refahını dikkate alması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Turizm altyapısının genişlemesiyle bağlantılı olarak kitle turizminin hızlı büyümesi, bazı destinasyon bölgelerinde ekolojik krizlere neden olmuştur (Lukashina vd., 1996:657:). Turistik destinasyonların yerel topluluklarının hem turizmin ekonomik katkılarının hem de geçim kaynaklarını etkileyen ilgili sosyal ve çevresel risklerin farkında olduğu gösterilmiştir. Easterling (2005:49), yapmış olduğu çalışmada kriz yönetimi de dahil olmak üzere, bir turist destinasyonunun yönetiminde bölge sakinlerinin ve temsilcilerinin çıkarlarına özel önem verildiğini belirtmiştir. Buna ek olarak, Eitzinger ve Wiedemann (2007:914) bölge sakinlerinin görüşleri turistlerinkilerden farklı olan özel deneyimleriyle şekillendirilmesinden dolayı bölge sakinlerinin risk algılarını incelemenin önemini vurgulamışlardır.

2003 SARS salgını, birçok araştırmacıyı bulaşıcı solunum hastalıklarının etkilerini ve bunlara verilen tepkileri incelemeye sevk etmiştir (Page vd., 2006:142-153). SARS, domuz gribi ve viral kanamalı ateşler gibi bulaşıcı hastalıkların (Ebola virüsünün neden olduğu gibi) insan seyahati yoluyla yayılması, uluslararası hareketin yasaklanmasına yol açtığı için turizm için ana risk olarak ortaya çıkmaktadır (Ala'a ve Albattat, 2019:103-114). Örneğin, yolculuklarda, uçaklarda veya tur gruplarındaki insanlar arasında yüksek bir grip enfeksiyonu riski tespit edilmiştir. Bu durum, Japonya, ABD, Avustralya ve Fransa'daki yolcu gemilerindeki COVID-19 enfeksiyon risklerinden dolayı birçok ülkenin yolcu gemilerinin limanlarına yanaşmasını yasaklamasına neden olmuştur (Al Jazeera, 2020). COVID-19 şu anda 200'den fazla ülke veya bölgeye yayıldığından (WTO, 2020), birçok ülkenin hükümetleri nüfuslarının hareketleri ve davranışları üzerinde benzeri görülmemiş kısıtlamalar getirmekte ve dünya çapındaki ekonomik faaliyet büyük ölçüde azalmaktadır. Richter (2003:340-347) yapmış olduğu çalışmada küresel bir salgın sırasında, büyük ölçekli uluslararası seyahatin bulaşıcı hastalıkları yayabileceğini ve kalabalık kentsel alanlara sağlık tehditleri getirebileceğini vurgulamıştır. Buna ek olarak MacIntyre (2020) çalışmasında, COVID-19'un mevsimsel grip gibi diğer solunum yolu hastalıklarının toplum içinde seyahat yoluyla yayılma riskinin yüksek olduğunu belirtmektedir.

Mevcut salgın, turistlerin davranışları ve karar alma süreçleri üzerine yapılan araştırmalarda bir paradigma değişikliği oluşturduğu gözlemlenmektedir. Salgından önce bilinenler artık COVID-19 çağında geçerli olmayabilir. Araştırmacılar, geleneksel olarak kullanılan teorilerin ve modellerin altında yatan varsayımları eleştirel bir şekilde yeniden değerlendirmeye teşvik etmektedirler. Turistlerin COVID-19 ruhunun araştırılması ve davranışlarındaki paradigma değişikliği, turizm araştırmalarında yeni teori temelli zihniyetlerin kullanılması gerektirdiğini ortaya koymaktadır. Bunun nedeni, pandeminin bulaşıcı hastalıklar, fiziksel zarar ve sosyal izolasyon gibi kavramları yaygınlaştırarak insan kaygısını güçlendirmesidir. Tüm bu faktörler önemli araştırma konularıdır ve evrimsel psikoloji, bu köklü tehditleri açık bir şekilde inceler ve insan düşüncesini, hissini ve davranışını nasıl etkileyebileceklerine dair bol miktarda açıklama sunmaktadır. Dolayısıyla, turistlerin pandemiye neden tepki gösterdiğini ve bunun ruhlarını nasıl şekillendirdiğini anlamak turizm sektörü için önemli bir unsurdur.

Beşerî bilimler, sosyal bilimler ve doğa bilimlerindeki araştırmacılar, insan davranışının temellerini incelemek için evrim teorisini ve özellikle de evrimsel psikolojiyi giderek daha fazla kullanmaktadırlar. Son yıllarda, bu gelişen çabalar yeni hipotezler ortaya çıkarmaktadır ve araştırmacılar pazarlama, turizm gibi alanlarda yeni olgular ortaya çıkarmaktadırlar (Bastardo & Van Vugt, 2019:81-95). Gelişen psikolojinin ana fikri, modern insanların, onları atalarının dönemlerinde üreme uygunluğunu artıran şekillerde davranmaya yatkın hale getiren psikolojik mekanizmaları miras almış olmasıdır. Bu, psikologların insan davranışını, davranışın hizmet etmiş olabileceği ya da potansiyel olarak hala hizmet ettiği uyarlanabilir işlev aracılığıyla açıklamaya çalıştıkları anlamına gelmektedir (Griskevicius & Kenrick, 2013:372-386). Gelişen psikolojiye artan ilgiye ve popüleritesine rağmen, onun benzersiz epistemolojisi ve teorik temelleri hakkındaki bilgiler genellikle sosyal bilimlerde sınırlıdır ve ilgilenen araştırmacılara, onu çalışma alanlarına nasıl uygulayacaklarına dair belirgin bir yöntem sağlamamaktadır. Buna yanıt olarak, turizm araştırmalarını ilerletmek ve özellikle de Koronavirüs pandemisinden kaynaklanan soruları ele almak için evrimsel psikolojinin mantığını, epistemolojisini ve teorisini kullanan paradigmasını geliştirilmektedir (Kock, Josiassen, ve Assaf, 2019:180-183).

4. Covid-19 Pandemisinin Turistlerin Davranış ve Tercihleri Üzerine Etkileri

COVID-19 dünyaya hızlı bir şekilde yayılırken, birçok ülke pandemiyi kontrol altına almak için kısa vadeli seyahat kısıtlamaları getirmiştir. Sınırları kapatma, halk sağlığı için gerekli olsa da pandeminin turizm sektöründe neden olduğu gerilimi arttırmaktadır. Uygulayıcılar, 2003 SARS salgını (Mao vd., 2010), 2004 yılında Sri Lanka'da bulunan Arugam Körfezi'ndeki tsunami (Robinson ve Jarvie, 2008:638) gibi geçmiş felaketlerdeki tecrübelerden faydalanarak kriz sonrası seyahat stratejileri belirlemektedirler. Buna ek olarak, uygulayıcılar gelişen kültürel geçişleri ve bunların turistlerin seyahat davranışları üzerindeki etkilerini araştırmaktadırlar (Wen ve Huang, 2019:520-540). Turistlerin günlük yaşamda riskten kaçınma eğilimleri göz önüne alındığında, kriz olaylarının turist akışları üzerindeki etkilerinin de dikkate alınması gerektiği değerlendirilmektedir (Jin vd., 2019). Bununla birlikte turizm endüstrisinde COVID-19, SARS'a kıyasla daha ciddi sonuçlar doğurmuştur. UNWTO (2020) mevcut durumun uluslararası turist girişlerinin %4 azaldığı 2009 yılındaki küresel krizden ve SARS'ın 2003'te %0,4 düşüşe yol açtığı salgının sonuçlarından çok daha kötü olduğu ifade edilmektedir.

Gelişen Turist Davranışı ve Tercihleri

COVID-19 ile ilişkili çevresel baskı, düzenlemeler ve küresel paniğin seyahatler üzerinde kalıcı sonuçları olduğu görülmektedir. Örneğin, turistler salgın sırasında daha güvende olmak için büyük insan grupları yerine bağımsız olarak veya küçük gruplar halinde hareket ederek kendilerini izole etmeleri daha olası hale gelmektedir. Bunun yanı sıra, kalabalık turistik yerleri ziyaret etmekten ziyade daha az tanınmış sakin yerler, eskiye nazaran, daha fazla tercih sebebi olmaktadır. Ayrıca, sağlık durumlarında problem olanlar veya kronik rahatsızlıkları olanlar resmî tatillerde hatta bayramlarda dahi seyahat etmemeyi tercih etmektedirler.

Risk Yönetimi

Yapılan araştırmalar, algılanan riskin ziyaretçilerin destinasyon algılarını olumsuz etkilediğini göstermiştir (Loureiro ve Jesus, 2019:497-512). Bu riskler, güvenlik ve emniyetle ilgili sorunlar da dahil olmak üzere çoğunlukla sağlıkla ilgilidir. Bu nedenle, COVID-19 salgını sonrasında turistlerin altyapısı ve yüksek kaliteli tıbbi tesisleri olan destinasyonları aramaları daha olasıdır. COVID-19'un yayılmasından zarar gören deniz aşırı turizm destinasyonları, turistlerin seyahat ederken halk sağlığı endişelerinden korumak için farklı yöntemlere müracaat etmektedirler. Bunlar, potansiyel ziyaretçilere gerekli malzemelerin mevcudiyeti konusunda güven vermeyi ve klinik ve hastane konumlarını tanıtmayı içermektedir. Turizm destinasyonlarındaki tıbbi tesislerin miktarı ve kalitesinin de destinasyon imajını şekillendirmesi ve buna bağlı

olarak destinasyonların COVID-19'dan sonra turistleri çekme gücünü şekillendirmesi muhtemeldir. Ayrıca pandemi, genel olarak seyahat planlamalarını etkileme potansiyeline sahiptir. Dünyanın belirli bölgeleri bu krizden çıkmaya başladığında, potansiyel sağlık risklerini azaltmak ve turistlerin stresini en aza indirmek için bireylerin seyahat düzenlemeleri dikkatlice organize edilmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Örneğin, COVID-19 da dahil olmak üzere hastalık durumunda sigorta kapsamı sağlamak için turistlerin seyahat rezervasyonu yaparken seyahat sigortası satın almaları istenecektir. Hatta birçok ülkede seyahat rezervasyonları yaparken seyahat sigortasını zorunlu kılacak düzenlemeler için çalışmalar yapılmaktadır.

Hizmet Sunumu

Zhang vd. (2019:601), yapmış oldukları çalışmada 2003 SARS salgınının yoğun olarak yaşandığı bölgelere seyahat eden bazı turist guruplarının ayrı yemek yemeyi tercih ettiklerini tespit etmişlerdir. Pandemi turistlerin yemek yeme davranışlarını kolaylıkla etkilemektedir. Bu bağlamda, turistlerin birçoğunu paylaşılan yiyecek ve kaplar yerine tabak yiyecek kullanacakları düşünülmektedir. Açık büfe hizmetlerinin yeni düzenlemelerle sınırlandırılması da düşünülmektedir. Zheng vd. (2020) ABD'de 50 veya daha fazla kapasiteli restoran, bar gibi işletmelerden hizmet almanın sakıncalarını ortaya koymuştur. Pandemi sırasında bu gibi işletmeleri desteklemenin en mantıklı yolunun kişiler arası etkileşimi en aza indirecek paket servis siparişi vermek olduğunu ifade etmiştir. Bu nedenle şimdilik turistlerin bir kısmı başkalarıyla gereksiz temastan kaçınmak için restoranlarda yemek yemek yerine paket yemek siparişi vermeyi tercih etmektedirler. Restoranlar bu nedenle paket servis seçeneklerinin reklamını yapmakta ve güvenlik ve hijyen protokollerine olan bağlılıklarını vurgulamaktadırlar. Yemek, turistlerin seyahat ve destinasyon seçimlerinin arkasındaki temel faktördür; bu nedenle restoranların temizlik ve gıda kalitesi standartları, COVID-19'dan sonra turistlere güven vermek zorunda olduğu ifade edilmektedir. Alternatif çözüm olarak, paketlenmiş ve sterilize edilmiş yiyeceklerin sağlanması olarak düşünülmektedir. Ayrıca, araçlarda, tamamen rezerve edilmemiş koltuklar da insan temasını azaltmanın ve temizliği sürdürmenin bir yolu olduğu ifade edilmektedir.

Ulaşım Şekilleri

Kalabalık toplu taşıma ve halka açık alanlarla ilgili olarak, ülkenin nüfus yoğunluğu dikkate alındığında önemli değişikliklerin hemen gerçekleştirilmesi kolay değildir. Bununla birlikte, bireylerin toplu taşımayı kullanma ve popüler kamusal alanları ziyaret etme eğilimi, işletmelere paylaşım ekonomisi aracılığıyla toplu taşımayı şekillendirmek için değerli fırsatlar sunmaktadır. Örneğin, bisiklet veya araç paylaşım hizmetleri, COVID-19'un ardından daha kalabalık toplu taşıma seçeneklerine uygun alternatifler oluşturmak için çalışmalar yapılmaktadır. Kalınan yer ve turistik yerler arasındaki mesafeye bağlı olarak, çeşitli ulaşım seçeneklerinin mevcudiyeti de turistlerin nereye gideceklerine karar vermelerine yardımcı olmaktadır. Örneğin, ziyaretçiler tren yolculuğu gidilen yerlere bisikletle de gidilebiliyorsa bisikletle gidilmesi için teşvik edilmelidirler.

Turizm Uygulayıcıları ve Politika Yapıcılar İçin Stratejiler

Yapılan araştırmalar neticesinde turizm uygulayıcıları ve politika yapıcılar için stratejiler belirlenmiştir. Bu stratejiler, tamamen veya kısmen, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren ülkelere yardımcı olmaktadır.

Aşırı kalabalık destinasyonlardan kaçınma

COVID-19 insandan insana bulaşma yoluyla yayıldığından, enfeksiyonu önlemeye yardımcı olmak için sosyal mesafe önerilmektedir (Lee, 2020). Bu nedenle, pandemiden sonra yurt içi ve yurt dışı seyahatlerde ziyaretçilerin güvenini geri kazanmak için özel stratejiler geliştirmektedir. Örneğin, Venedik, İtalya (Seraphin vd., 2018:375) ve Norveç gibi ziyaretçi sayısının fazlalığından rahatsız olan turizm destinasyonlarında, destinasyon yöneticileri, turist akışını en iyi şekilde nasıl yöneteceklerini belirlemek için çalışmalar

yapmaktadırlar (Oklevik vd., 2019). Bunun yanı sıra, yetkililerin vize kısıtlamaları koymas ve belirli turistik yerler ve etkinlikler için giriş/kullanıcı ücreti alması durumunda aşırı nüfuslu destinasyonlar en aza indirilebilir (Butler, 2019:210).

Ortaya çıkan veya mevcut halk sağlığı krizlerini ele almak için yeterli tesislere sahip olmak da çok önemlidir. Cazip turizm kaynaklarına ve gelişme potansiyeline sahip turizm destinasyonları, turistleri ziyaret etmeye çekmek için büyük fırsatlara sahiptir. Bu konulardaki destinasyon yöneticileri, COVID-19 salgınıyla ilişkili stresten sonra, bölgelerinin göreceli huzurunu zihinsel restorasyon fırsatı olarak tanıtabilirler.

Dağıtım Kanalları

Son yıllarda, bilet satın alırken, otel rezervasyonu yaparken ve paket tur satın alırken geleneksel seyahat acentelerinin kullanımından çevrimiçi acentelere yavaş ama sorunsuz bir geçişe yaşanmaktadır. Bu bağlamda, tüketici davranışı modeli de bilgi aramaları, varış noktası seçimi ve satın alma davranışı ve deneyim paylaşımı dahil olmak üzere çevrimiçi platformlara kaymıştır (Pourfakhimi vd., 2020). Benzer şekilde, günlük yaşamlarının neredeyse her yönüne nüfuz eden bilgi teknolojisi sayesinde genç nesiller daha sofistike hale gelmişlerdir. Teknolojiye büyük ölçüde güvenme yönündeki mevcut eğilim, kişiden kişiye iletişimi azaltmakta, insanlar evden çalışabilir, uzaktan öğrenime katılabilir, sanal olarak bankacılık yapabilir ve çevrimiçi mal / hizmet sipariş edebilir hale gelmektedir. Yaşlı kesimler, geleneksel seyahat acenteleri aracılığıyla tatil rezervasyonu yapmaya devam ederken ve güvenlik ve güvenliklerini sağlamaya yardımcı olmak için bir süreliğine paket turları ve grup seyahati tercih ederken, genç nesiller teknolojiyi seyahatle ilgili amaçlar için kullanmaya devam etmektedirler (Wen vd., 2020:3).

Seyahat Modelleri

Dünyada turizm pazarı değişmektedir. Seyahat edenler uluslararası turizm konusunda daha fazla deneyim kazanmaktadırlar. Genç nesiller bağımsız, kişiselleştirilmiş güzergahlar tasarlamakla ve eko-turizm giderek daha popüler hale gelmekte bu nedenle, yeni nesil turistlerin geleneksel seyahat acentelerini kullanması çok mümkün görülmemektedir. Turizm pazarı çeşitlenmeye devam ederken, seyahat acenteleri turistlerin seyahat ederken sağlıklı kalmalarına yardımcı olmak için kültürel açıdan hassas rehberlik sağlamaktadırlar. Yapılan çalışmalar, toplu taşımada veya kamusal alanlarda, kalabalıklarla gereksiz etkileşimi en aza indirmeyi amaçlamaktadırlar. Ayrıca turistlere yurtdışına çıkmamaları, bunun yerine şimdilik resmî tatillerde iç turizme başvurmaları tavsiye edilmektedir (Losada ve Mota 2019:147). Daha az yoğun dönemlerde geziler planlamaları da teşvik edilmekte, yemek gibi belirli davranışlar açısından turistler, özellikle gruplar halinde yemek yerken sofrta takımlarını paylaşmamaları için teşvik edilmektedir. Restoran yöneticileri, koltuk sayısını azaltarak veya masalar arasındaki boşluğu artırarak da kalabalığı kontrol etmektedirler. Aile tarzı yemeklerden kaynaklanan çapraz bulaşmayı önlemek için restoranlar müşterilere yiyeceklerin ayrı porsiyonlarını sunmaktadırlar. Uluslararası seyahat şu anda tavsiye edilmese de bu değişiklik kalıcı olmayacaktır. Seyahat etmeyi tercih eden çoğu insan, yeni yerleri farklı kültürler görmek için yurt dışına seyahat eder; bu tür geziler sırasında günlük yaşamdan kaçma, rahatlama ve yeni deneyimlerden zevk alma eğilimindedirler (Wu ve Pearce, 2014:30).

COVID-19 krizinin ardından, uzun tatiller ve hatta kısa hafta sonu gezileri için doğa temelli seyahat seçenekleri daha fazla tercih edilmektedir. Yürüyüş, kir araçları kullanma, yüzme gibi açık hava etkinlikleri turistlere temiz hava soluma ve salgının stresinden uzaklaşarak enerji depolama fırsatı vermektedir.

Akıllı (Smart) Turizm

Araştırmacılar Akıllı turizmin turizm deneyimlerini geliştirmeye katkı sağlayacağını ifade etmektedirler (Buhalis ve Sinarta, 2019:575). Turistlerin müzeler, kültürel miras alanları, festivaller gibi mekanlarda geçirdiği zaman gibi ziyaret verileri alanların düzenlemeleri konusunda yönetimlere katkılar sağlamaktadır. Örneğin, popüler ziyaret zamanları tespit edilerek giriş yapanların sayısı trafiği kontrol etmekle sınırlandırılmaktadır. Yerel yönetim, kalabalığı en aza indirmek için bu verileri otobüs güzergahları gibi yerel hizmetlerle ilgili olarak da inceleyebilmektedir (Inanc-Demir ve Kozak, 2019:220). Bu düzenlemelerden ortaya çıkan sonuç COVID-19 sonrası turistler, seyahatleri planlarken daha karmaşık kararlarla karşılaşacaklardır.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Yapılan araştırmaların incelenmesi neticesinde COVID-19 pandemisinin bireylerin tatil çıkma davranışları üzerinde geniş kapsamlı etkilerinin olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu tür etkiler, bireylerin sosyo-kültürel geçmişlerine ve tatil deneyimlerine göre farklılık göstermektedir. Bu çalışma geçmişteki afet sonrası dönemlerde tatil tercihi ve turistik davranış özelliklerini inceleyerek COVID-19 pandemisi sürecinde de benzer tatil tercihi ve turistik davranış özelliklerinin görülüp görülmediği konusunda bilgiler ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışma, pandemi sürecinde turizm sektöründe karar verici ve politika yapıcılara turist güvenini artırma noktasında; aşırı kalabalık destinasyonlardan kaçınma, dağıtım kanallarını çeşitlendirerek yoğunlukları azaltma, bireyselliğin ön plana çıktığı farklı seyahat modelleri sunma ve akıllı turizm modeli gibi belirli, etkili stratejiler geliştirmelerine yardımcı olabilecek öznel öneriler sunmaktadır. Bu bakış açısı turizm hareketlerini daha seçici hale getirmekte, bağımsız seyahatin artan popülaritesi, lüks seyahatler ve sağlık turizmi gibi öngörülen eğilimlerle uyumlu olmaktadır. Pandemi sürecinde turistler özellikle daha az seyahate çıkmakta ancak seçtikleri destinasyonlarda daha uzun süre kalmaktadırlar. Bu durum seyahat ve turizmin fiziksel ve sosyal çevreye vermiş olduğu olası olumsuz etkileri de azaltmaktadır. Turistlerin pandemi dönemindeki gelişen davranışları ve tercihleri kısa vadede; kalabalık ortamlardan uzaklaşma, geleneksel turizm anlayışından ziyade doğaya daha yakın olacak aktivitelere katılma gibi değişiklikler göstermektedir. Bu da küresel turizm endüstrisinde ve turistlerin davranışsal özelliklerinde etkili bir devrimi ifade etmektedir. COVID-19 pandemisi sürecinde turistler, kitle turizmine katılmak yerine daha uzun ve planlı tatilleri tercih etmektedirler. Bu durum çağdaş bir seyahat yaklaşımı olarak artan bir şekilde kabul görmektedir. Turistler yerel halka, daha uzun kalış sürelerine ve daha tatmin edici turist deneyimlerine odaklanmaktadır. Bundan dolayı turistler seyahat kalitesini değerlendirirken nicelikten ziyade niteliğe önem vermektedirler.

COVID-19 pandemisi veya benzeri hastalıklarla ilişkili hissedilen ortak korku, turistleri kalabalık yerlerden kaçınmaya yönlendirmekte ve böylece belirli alanlarda yeni turizm şekilleri geliştirme fırsatları yakalayabilmektedirler. Türkiye gibi Akdeniz'e kıyısı olan geniş turizm arz kaynaklarına ve zengin tarihi mirasa sahip ülkeler, uluslararası gezginlerin değişen tercihlerinden faydalanabilirler. Bununla birlikte dünya çapındaki bazı turizm destinasyonları daha önce göz ardı edilen hijyen ve temizlik, tıbbi tesisler, turistik taşıma kapasitesi gibi faktörleri göz önünde bulundurarak muhtemelen COVID-19 pandemisi sonrası bakış açılarını değiştireceklerdir. Bununla birlikte, COVID-19 pandemisi felaketi aynı zamanda turistik talebin yoğun olduğu destinasyonların sürdürülebilirliğini sağlamak için turizm planlama ve politikalarının yeniden gözden geçirilmesini de zorunlu kılmaktadır. Turistler salgın döneminde sessiz ve sakin yerleri tercih ederken, küresel turizm endüstrisi de bu talebi dikkate alarak yeni düzenlemeler yapmak durumunda kalacaktır.

COVID-19 pandemisi küresel sağlık krizi, kapsamı göz önüne alındığında küresel turizm sektörleri üzerinde benzeri görülmemiş olası olumsuz etkilere sebep olacaktır. Turistlerin tercihleri ve satın alma davranışlarının küresel turizm pazarı üzerindeki etkileri, sektör uygulayıcılarının ve politika yapıcılarının daha dengeli bir turizm endüstrisinin geliştirilmesi için derinlemesine analizler yapmalarını gerekli kılmaktadır. Bu

ve benzeri kriz dönemlerinde turistik tercihler ve turist profilindeki demografik değişiklikler, akademisyenler ve uygulayıcıların birlikte inceleyebilecekleri yeni pazarların ortaya çıkmasına da yol açabilecektir. Bu tür çalışmalardan elde edilecek bulgular hem turizm sektörü hem de diğer sektörlerde; tüketici davranışı, pazarlama ve yönetim teorilerini de yeni boyutlarıyla şekillendirebilecektir.

Turizm, küresel ekonomilerde milyonlarca istihdam arzı ve milyarlarca dolarlık harcama ve gelir kapasitesi ile özellikle gelişmekte olan ülkeler için ekonomik kalkınmanın birincil aracı konumundadır. Dolayısıyla COVID-19 pandemisi süreci ve sonrasında, turistlerin tatil tercihi ve satın alma davranışlarında meydana gelen değişikliklerle ilgili yeni akademik çalışmalar yapılabilir. Ayrıca turizm sektörü ile ilgili politika yapıcıları, kamu turizm örgütleri, özel sektör müteşebbisleri ve diğer turizm paydaşları COVID-19 pandemisi süreci gibi kriz dönemlerinde sürdürülebilir bir turizm için yeni düzenleme ve teşvik politikalarını uygulamaya koyabilirler.

Kaynakça

- Ala'a, A.ve Albattat, A. (2019). Current issue in tourism: Disease transmission as a potential risk for travellers. *Review of Integrative Business and Economics Research*. 8(4):103–114.
- Al Jazeera (2020, March 20) Al Jazeera and News Agencies; 2020. Coronavirus: Travel restrictions, border shutdowns by country. <https://www.aljazeera.com/news/2020/03/coronavirus-travel-restrictions-border-shutdowns-country-200318091505922.html>
- Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C., Vogt, C.A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*., 32(4):1056–1076
- Antunes, B., March, H., Connolly, J.J. (2020). Spatializing gentrification in situ: A critical cartography of resident perceptions of neighbourhood change in Vallcarca, Barcelona. *Cities*. 97 doi: 10.1016/j.cities.2019.102521
- Bajardi, P., Polett C., Ramasc J.J., Tizzon M., Colizz V., Vespignani, A. (2011). Human mobility networks, travel restrictions, and the global spread of 2009 H1N1 pandemic. *PLoS One*. 6(1) doi: 10.1371
- Bastardo, N. ve Van Vugt M. (2019). The nature of followership: Evolutionary analysis and review. *The Leadership Quarterly*, 30(1):81–95
- Bella, G. (2018). Estimating the tourism induced environmental Kuznets curve in France. *Journal of Sustainable Tourism*. 26(12):2043–2052.
- Buhalis, D. and Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36 (5): 563-582.
- Butler, R. (2019). Tourism carrying capacity research: a perspective article, *Tourism Review*, 75(1): 207-211.

- Easterling, D.S. (2005). The residents' perspective in tourism research: A review and synthesis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 17(4):45–62
- Eitzinger, C., Wiedemann, P. (2007). Risk perceptions in the alpine tourist destination Tyrol—An exploratory analysis of residents' views. *Tourism Management*. 28(3):911–916.
- Fredline, E., Faulkner B. (2001). Variations in residents' reactions to major motorsport events: Why residents perceive the impacts of events differently. *Event Management*. 7(2):115–125.
- Garau-Vadell, J.B., Gutierrez-Taño, D., Diaz-Armas, R. (2018). Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*. 7:68–75.
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M., Ceron J.P., Dubois G. (2012). Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. *Annals of Tourism Research*. 39(1):36–58
- Griskevicius V., Kenrick D.T. (2019). Fundamental motives: How evolutionary needs influence consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*. 23(3):372–386
- Haralambopoulos N., Pizam A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of Tourism Research*. 23(3):503–526.
- Hilsenrath PE. (2020). Ethics and Economic Growth in the Age of COVID 19: What Is a Just Society to Do?. *J Rural Health*. <https://doi.org/10.1111/jrh.12434>
- İnanc–Demir, M. and Kozak, M. (2019). Big Data and its Supporting Elements: Implications for Tourism and Hospitality Marketing, in Sigala, M., Rahimi, R. and M. Thelwall (Eds.), *Big Data and Innovation in Tourism, Travel, and Hospitality*, Springer, Singapore, pp. 213-223
- Jiang, F., Deng, L., Zhang, L., Cai, Y., Cheung, C. and Xia, Z. (2020). Review of the clinical characteristics of coronavirus disease 2019 (COVID-19), *Journal of General Internal Medicine*, pp. 1-5. doi:10.1007/s11606-020-05762-w
- Jordan E.J., Moran C., Godwyll J.M. (2019). Does tourism really cause stress? A natural experiment utilizing ArcGIS survey123. *Current Issues in Tourism*. doi: 10.1080/13683500.2019.1702001.
- Kock F., Josiassen A., Assaf A.G. (2018). On the origin of tourist behavior. *Annals of Tourism Research*. 3:180–183
- Lee, B. (2020). Social distancing 101 for COVID-19 coronavirus: Here are the dos and don'ts, available at: <https://www.forbes.com/sites/brucelee/2020/03/21/socialdistancing-101-for-covid-19-coronavirus-here-are-the-dos-and-donts/#4397edbc2dd6>
- Lindberg K., Johnson R.L. (1997). The economic values of tourism's social impacts. *Annals of Tourism Research*. 24(1):90–116.

- Losada, N. and Mota, G. (2019). Slow down, your movie is too fast': Slow tourism representations in the promotional videos of the Douro region (Northern Portugal), *Journal of Destination Marketing & Management*, 11: 140-149.
- Loureiro, S. and Jesus, S. (2019). "How perceived risk and animosity towards a destination may influence destination image and intention to revisit: The case of Rio de Janeiro", *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 30(4): 497-512.
- Lukashina N.S., Amirkhanov M.M., Anisimov V.I., Trunev A. (1996). Tourism and environmental degradation in Sochi, Russia. *Annals of Tourism Research*. 23(3):654–665.
- Mao, C., Ding, C. and Lee, H. (2010). Post-SARS tourist arrival recovery patterns: An analysis based on a catastrophe theory, *Tourism Management*, 31(6): 855-861.
- Mayer M. (2014). Can nature-based tourism benefits compensate for the costs of national parks? A study of the Bavarian Forest National Park, Germany. *Journal of Sustainable Tourism*. 22(4):561–583
- Mayr E. (1961). Cause and effect in biology. *Science*. 134(3489):1501–1506
- Oklevik, O., Gössling, S., Hall, C.M., Steen Jacobsen, J.K., Grøtte, I.P. and McCabe, S. (2019). Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway, *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12): 1804-1824.
- Page S., Yeoman I., Munro C., Connell J., Walker L. (2016). A case study of best practice—Visit Scotland's prepared response to an influenza pandemic. *Tourism Management*. 27(3):361–393.
- Page S., Song H., Wu D.C. (2012). Assessing the impacts of the global economic crisis and swine flu on inbound tourism demand in the United Kingdom. *Journal of Travel Research*. 51(2):142–153.
- Pourfakhimi, S., Duncan, T. and Coetzee, W.J.L. (2020). Electronic word of mouth in tourism and hospitality consumer behaviour: state of the art, *Tourism Review*
- Richter L.K. (2003). International tourism and its global public health consequences. *Journal of Travel Research*. 41(4):340–347.
- Ritchie, B.W. (2008). Tourism disaster planning and management: from response and recovery to reduction and readiness. *Current Issues in Tourism*, 11, 315-348. <https://doi.org/10.2167/cit0389.0>
- Ritchie B.W., Jiang Y. (2019). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the *Annals of Tourism Research* curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*. 79 doi: 10.1016/j.annals.2019.102812.
- Rittichainuwat B.N., Chakraborty G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*. 30(3):410–418.
- Robinson, L. and Jarvie, J. (2008). "Post-disaster community tourism recovery: The tsunami and Arugam Bay, Sri Lanka", *Disasters*, 32(4): 631-645.

- Scott, N., & Laws, E. (2005). Tourism Crises and Disasters: Enhancing Understanding of System Effects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2/3), 149-158.
- Seraphin, H., Sheeran, P. and Pilato, M. (2018). Over-tourism and the fall of Venice as a destination, *Journal of Destination Marketing & Management*, 9: 374-376.
- Sharifpour M., Walters G., Ritchie B.W. (2014). Risk perception, prior knowledge, and willingness to travel: Investigating the Australian tourist market's risk perceptions towards the Middle East. *Journal of Vacation Marketing*. 20(2):111–123
- Smith M.K., Sziva I.P., Olt G. (2019). Overtourism and resident resistance in Budapest. *Tourism Planning & Development*. 16(4):376–392
- Song, Z., Xu, Y., Bao, L., Zhang, L., Yu, P., Qu, Y., Zhu, H., Zhao, W., Han, Y., & Qin, C. (2019). From SARS to MERS, thrusting coronaviruses into the spotlight. *Viruses*, 11(1), 59.
- Tinbergen N. (1963). On aims and methods of ethology. *Zeitschrift für Tierpsychologie*. 20(4):410–433.
- Torre, Andrew. y Scarborough, Helen. (2017). Reconsidering the estimation of the economic impact of cultural tourism. *Tourism Management*. Volumen 59. United Kingdom. (Pp. 621–629).
- Tourism Economics (2020). Total Travel Industry Impact. Çevrimiçi: <https://www.ustravel.org/toolkit/covid-19-travel-industry-research>, Erişim tarihi: 12.04.2020.
- UNWTO, 2020. Tourism and Coronavirus Disease (COVID-19). Available at <https://www.unwto.org/tourism-covid-19-coronavirus>.
- Weaver D.B., Lawton L.J. (2013). Resident perceptions of a contentious tourism event. *Tourism Management*. 37:165–175.
- Wen, J. and Huang, S. (2019). Chinese tourists visiting volatile destinations: Integrating cultural values into motivation-based segmentation, *Journal of China Tourism Research*, 15(4): 520-540.
- Wen, J., Liu, X. and Yu, C.E. (2020). “Exploring the roles of smart services in Chinese senior tourists’ travel experiences: an application of psychological reactance theory”, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, pp. 1-4. doi: 10.1080/13032917.2020.1742750
- WTO (2020). International Tourism Highlights. Çevrimiçi: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>, Erişim tarihi: 12.04.2020
- WHO (2020, April 3) Coronavirus disease (COVID-19) outbreak situation. World Health Organization (WHO); 2020. https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200328-sitrep-68-covid-19.pdf?sfvrsn=384bc74c_2 Retrieved from. (Coronavirus disease 2019 (COVID-19) Situation Report – 68)

- Wu, M. and Pearce, P. (2014). Chinese recreational vehicle users in Australia: A netnographic study of tourist motivation”, *Tourism Management*, 43, 22-35.
- Yozcu, O. K., & Cetin, G. (2019). A Strategic Approach to Managing Risk and Crisis at Tourist Destinations. In *Tourist Destination Management* (pp. 273-287). Springer, Cham.
- Zenker, S., ve Kock, F. (2020). The Coronavirus Pandemic: A Critical Discussion of a Tourism Research Agenda. *Tourism Management*. Erişim: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>
- Zheng, Y., Goh, E. and Wen, J. (2020). The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists’ mental health: a perspective article, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. doi: 10.1080/13032917.2020.1747208
- Zhang, K., Chen, Y. and Li, C. (2019). Discovering the tourists’ behaviors and perceptions in a tourism destination by analyzing photos’ visual content with a computer deep learning model: The Case of Beijing, *Tourism Management*, 75, 595-608