



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2020, 3(10): 787-799.

DOI:10.26677/TR1010.2020.550

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Değişen Dünya, Teknolojik Dönüşüm, Küreselleşme ve COVID-19: Turizmin Distopyası mı?

Dr. Öğr. Üyesi Caner ÇALIŞKAN, Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Adıyaman, e-posta: ccaliskan@adiyaman.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7774-1769>

Öz

Günümüz dünyası küreselleşme, uzay çağı teknolojisi ve yaşadığımız yüzyılın en büyük olaylarından biri olan COVID 19 pandemisi ile birlikte önemli gelişmelere sahne olmaktadır. Bu gelişmeler kültürel etkileşime, büyük yatırımlara, sosyo-politik ilişkilere ve en temelde insan hareketliliğine bağlı olarak işleyen turizm sistemini derinden etkilemektedir. Bu noktada iki önemli boyut dikkat çekmektedir. Birincisi, küresel ölçekte gözlemlenen çevresel bozulmalar, ekonomik dalgalanmalar, savaşlar, teknolojik dönüşümler ve salgınlar; ikincisi ise değişen zamana bağlı olarak insan davranışlarında ve tercihlerinde meydana gelen dönüşümlerdir. Her iki boyutun da küresel turizm faaliyetlerini doğrudan şekillendirdiği görülürken diğer yandan turizmin geleceği ile ilgili olumsuz mesajlar verdiği düşünülmektedir. Benzer söylemle, günümüzde yaşanan olağanüstü gelişmelerin gelecekte turizmin distopyası olabileceği öngörülebilir. Dolayısıyla turizm olgusunun davranış, kültür, ekonomi ve çevre açısından ele alınması daha güçlü bakış açısı için gerekli görülmektedir. Buradan hareketle, bu çalışmada günümüz turizm hareketi, değişen dünyanın sosyo-kültürel, sosyo-politik ve çevresel gelişmeleri esas alınarak yorumlanmış ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Distopya, COVID 19, Küreselleşme, Teknoloji.

Makale Gönderme Tarihi: 23.06.2020

Makale Kabul Tarihi: 01.10.2020

Önerilen Atıf:

Çalışkan, C. (2020). Değişen Dünya, Teknolojik Dönüşüm, Küreselleşme ve COVID-19: Turizmin Distopyası mı?, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(10): 787-799.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2020, 3(10): 787-799. DOI:10.26677/TR1010.2020.550

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

The Changing World, Technologic Transformation, Globalization and COVID-19: Is it Dystopia of Tourism?

Assistant Prof. Dr. Caner ÇALIŞKAN, Adiyaman University, Faculty of Tourism, Adiyaman, e-mail: ccaliskan@adiyaman.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7774-1769>

Abstract

Today's world is undergoing significant developments with globalization, space age technology and the COVID 19 pandemic, one of the biggest events of the century we live in. These developments deeply affect the tourism system, which operates depending on cultural interaction, major investments, socio-political relations, and mainly human mobility. At this point, two important dimensions stand out. First, environmental distortions, economic fluctuations, wars, technological transformations and outbreaks observed on a global scale; The second one is the transformations that occur in human behavior and preferences depending on the changing time. While it is seen that both dimensions directly shape global tourism activities, on the other hand, it is thought that it gives negative messages about the future of tourism. With similar discourse, it can be predicted that the extraordinary developments experienced today may be the dystopia of tourism in the future. Therefore, it is considered necessary to handle the phenomenon of tourism in terms of behavior, culture, economy and environment for a stronger perspective. From this point of view, today's tourism movement has been interpreted based on the socio-cultural, socio-political and environmental developments of the changing world and suggestions have been made.

Keywords: Tourism, Dystopia, COVID 19, Globalization, Technology.

Received: 23.06.2020

Accepted: 01.10.2020

Suggested Citation:

Çalışkan, C. (2020). The Changing World, Technologic Transformation, Globalization and COVID-19: Is it Dystopia of Tourism?, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 3(10): 787-799.

© 2020 Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Ütopya, ideal olana ulaşmayı anlatan bir kavramdır. Çok katmanlı olan ve mükemmeliyeti işaret eden ütopya, genel olarak iyimser bir hayali işaret etmektedir. Bu bağlamda distopya, ütopyanın eleştirel bir boyutu olup, bir konunun olumsuz yönlerine atfen geleceğe dönük yapılan uyarılar ve çıkarımlar ile ilgili bir tanımlamadır (Sekman, 2017:105). Distopyanın yaptığı atıflar ise daha çok ekonomi, kültür, sağlık gibi alanlarda gözlemlenen gelişmişlik farkları ile birlikte teknoloji ve küreselleşme üzerine olmaktadır. Dolayısıyla geleceğin yorumunda bugünün gerçekleri önemli bir zemin oluşturmaktadır (Vural ve Bakır, 2007).

Distopya düzleminde önemli atıf konularından biri de turizmdir. Ne var ki güncel turizm faaliyetlerinde petrol ve otomotiv endüstrilerine kıyasla daha çok para, zaman ve enerji tüketimi söz konusu olmaktadır (Hollenhorst vd., 2014: 309). Milyonların hareketliliği şeklinde tanımlanabilen ve küresel bir dinamizmi ifade eden turizm, yaşadığımız çağın stratejik unsurlarından biri olarak kabul edilebilir. İnsanoğlunun varoluşuyla başlayıp, tekerleğin icadıyla ivme kazanan ve günümüzün elit meraklılarının uzay turu heyecanı ile çağ atlayan bu dinamizm, turizm olayının -özünü korumakla birlikte- sürekli dönüşen temel gerçeği olmuştur. Bu öz bir anlamda, bir yerden ayrılma düşüncesini, günlük yaşam rutinlerinden kopuşu ve farklı olana yaklaşma duygusunu içermektedir (Urry, 1995). Açıkçası, günlük yaşam alanlarının dışında gerçekleşen bir olaya karşı her zaman korkuyla karışık bir merak beslenmiştir. Bireylerin kendi yaşam sınırlarının çok uzağında gelişen bu olaylar ise çoğunlukla gizemli, tehlikeli ancak ilham verici olmuştur (Cohen, 1972: 165). Bu gerçek, turizm hareketine sınırları belirsiz, esnek bir rota çizerken diğer yandan sektörü yeni zorluklarla karşı karşıya getirebilmektedir. Nitekim yeni bakış açıları gerektiren bu durum, yakın zamanda yaşanan bazı kırılma noktaları ile farklı bir zemin kazanmıştır. Bu kırılmalardan ilki; kitle turizminden bağımsız yeni turistik hareketlerdir. İkincisi; teknolojinin sınırsız gelişme alanıyla birlikte turizm dünyasının yeni üretim ve tüketim kalıplarına sokulmasıdır (Stamboulis ve Skayannis, 2003). Üçüncüsü ve belki en önemlisi, yaşam sistemini ve doğal olarak turizmi derinden etkileyen Yeni Koronavirüs (COVID-19) pandemisidir.

Küresel dengeleri sarsan söz konusu gelişmeler, turizm faaliyetlerinin önemli bir gerçeğini işaret etmektedir. Bu gerçek, turizm kaynaklı fosil yakıt tüketiminden su-toprak ve gıda kullanımına uzanan bir tüketim alanıdır. Turizm sisteminin küresel izleri göz önüne alındığında gelecek için olumsuz mesajlar verdiği düşünülebilir. Nitekim güncel verilere göre turizm faaliyetlerine bağlı olarak, 2010-2030 dönemi arasında %92 oranında su ve %189 oranında arazi kullanımında bir artış gözlemleneceği öngörülmektedir. Ayrıca sera gazı emisyonlarının önemli bir kaynağı olarak turizmin doğrudan veya dolaylı şekilde pandeminin neden olduğu riski de artırdığı düşünülmektedir (Gössling vd., 2020). Oluşan tabloda küresel turizm sistemini sürdürmek için ciddi kaynak girdileri gerekirken bu ihtiyaca eşzamanlı karşılık verilmesi mümkün görünmemektedir (Gössling ve Peeters, 2015). Benzer söylemlerle turizmin küresel sistemde meydana getirdiği örüntü düşünüldüğünde, sağladığı faydanın ve yüklediği maliyetin çevre parantezinde dengelenemediği görülmektedir (Çalışkan, 2017). Bununla birlikte aktörlerin heterojen olması ve çok kimlikli yapısı (Darbellay ve Stock, 2012) ile birlikte son derece deneyimsel ve soyut bir yapı ortaya koyması (O'Regan ve Chang, 2015) turizmin güncel ve çok boyutlu çerçevede analizini gerekli hale getirmektedir. Bu çalışmada günümüz turizm hareketi ve dinamizmi, değişen dünyanın sosyo-kültürel, sosyo-politik ve çevresel gelişmeleri esas alınarak yorumlanmaktadır. Bununla birlikte ilgili gelişmeler, turizm literatüründe yeterince yer almayan distopya kavramına atıflar yaparak işlenirken bu anlamıyla çalışmanın özgün bir bakışa sahip olduğu düşünülmektedir.

Küreselleşmenin Gölgesinde Turizm

Küreselleşme sürecini anlamak için bir havalimanının transit terminalindeki yolcuların hareketliliğini izlemek yeterlidir. Dünyanın dört bir yanından insanların farklı coğrafyalara akışı (Hazbun, 2004) dünyayı sınırları olmayan ortak bir etkileşim alanı haline getirmiştir. Bağlı olarak küreselleşme, turizm ile ilgili konuların analizinde ve yorumunda belirgin bir ipucu sunmaktadır. Dahası, dünyanın dört bir yanında gerçekleşen canlı ve yaygın bir faaliyet olması, turizmi bir anlamda küreselleşmenin merkezine koymaktadır. Bu parantezde, kökleri oldukça derinde olan küreselleşmenin günümüzde yoğun ve hızlı yaşandığı açıkça hissedilirken (Mowforth ve Munt, 1998: 12-13) turizm bu denklemde kilit bir değişken olmaktadır (Sugiyarto vd., 2003).

Küreselleşmeyle birlikte teknoloji, iletişim ve ulaşım sistemlerinde gözlemlenen gelişmelerin turizm sektörüne yansımaları belirgindir. Ülkeler arası yakın etkileşimle beraber uluslararası ticaretin gelişmesi ve seyahat etme eğiliminde artış, turizme ivme kazandıran ana dinamikler olmuştur (Çeken vd., 2009). Turizm, küreselleşme çatısı altında birçok faktörlerle etkileşim halindedir. Bu bağlamda turizm sürekli gelişmekte, güçlenmekte ve ivme kazanmaktadır. Ancak konunun farklı uçlarında beliren bazı unsurlardan bahsetmek gerekmektedir. Bu unsurlar şu şekilde sıralanabilir:

İlk olarak; hızlı bir yaşam akışının olduğu günümüz dünyasında küresel turizm, hareket özgürlüğünün çelişkili yönlerini aynı düzlemde somutlaştırmaktadır. Örneğin terör ve salgın gibi nedenlerle oluşan küresel risk, bireylerin seyahat etme ve güvende olma hakkını karşı karşıya getirmektedir (Bianchi, 2006; Blais vd., 2020).

İkinci olarak; küreselleşmeyle birlikte bir yandan coğrafyalar arası sınırlar kalkarken diğer yandan bu durum turizm bölgeleri içinde yeni sosyolojik sınırların oluşmasına neden olmaktadır. Açık söylemle, gelir seviyesi yüksek ülke vatandaşlarının turist olarak gittikleri bölgelerde tatilini geçirdiği alanlar (lüks oteller, eğlence tesisleri, restoranlar ve bu gibi mekânların oluşturduğu alanlar) o bölge içinde yeni bir topoğrafya oluşturmaktadır. Bu topoğrafyanın sınırları dışında kalan yerel halk için ise bu durum mekânsal bir ayrışmaya neden olabilmektedir (Geniş, 2007).

Üçüncü olarak; küresel seyahat hareketliliği ile birlikte sanayileşmiş toplumların çevre kirliliğinden, gürültüden kaçma ve doğayla bütünleşme arzusu (Çeken, 2004: 10) bozulmamış doğaya sahip başka coğrafyalar için potansiyel bir tehlike ve baskı unsuru olmaktadır. Sürdürülebilir kitle turizminin paradoksunu işaret eden bu durum, bir anlamda "turist aradığını bulurken diğer yandan yok eder" (Kirstges, 2002: 179) söylemi ile örtüşmektedir.

Dördüncü olarak; turizm yapı olarak kendi içinde neden sonuç ikilemi barındırmaktadır. Bu bağlamda, küreselleşmeyle büyüyen bir sektör konumundayken aynı zamanda bu büyümeden etkilenen bir işleyişe sahiptir. Bu durumun en çarpıcı örneklerinden biri de iklim değişikliğidir. Turizm sistem olarak, yüksek enerji yoğunluğunun ve karbon salınımının olduğu sosyal ve ekonomik faaliyetler bütünüdür. Nitekim BM, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) gibi uluslararası kuruluşlar turizmin iklim değişikliği üzerindeki etkileri üzerine yoğun çalışmalar yapmaktadır (Rico vd., 2019). Açıkça söylenebilir ki iklim değişikliğinin nedenleri arasında yer alan turizm aynı zamanda bu değişimin sonuçlarından zarar gören sektörlerin başında gelmektedir (Arva vd., 2015; Beyazıt, 2018).

Son olarak; turizm hareketliliği farklı kültürleri aynı alan içinde buluşturmaktadır. Bu durum sosyo-kültürel aşınmaya neden olurken, diğer yandan turizm hareketliliğine bağlı olarak oluşan yeni öncelikler ve ihtiyaçlar, ilgili bölgenin doğal kaynak sarfını artırabilmektedir

(Berber, 2003). Bununla birlikte, farklı kültürlerin aynı paydada kesişmesi kültürel kimlik açısından tartışmalıdır. Sadece coğrafyalar değil, kültürler arasındaki sınırlar da kaybolurken toplumsal özgünlük kaybolabilmektedir. Ne var ki farklı değer yargularına sahip ve yaşadıkları çevreden uzaklaşan turistlerin seyahat ettikleri bölgelerin özgün yapısı üzerinde bıraktığı etkiler dikkat çekicidir (Duran, 2011). Benzer şekilde kültürün ticarileşmesine yol açan bu durum, kültür unsurlarını bir anlamda, fotoğraf meraklısı turistlerin metası haline getirebilmektedir (Kirstges, 2002).

Anlaşılabacağı üzere turizm, küresel ölçekte birçok alanla etkileşim halindedir. Bu gerçek, sektörü finansal, ekonomik ve politik açıdan daha kırılgan hale getirebilmektedir (Javid ve Katırcıoğlu, 2017). Farklı etkileşim alanına sahip olması ise uygulama ve yorum açısından turizmi muğlak kılabilir. Nitekim turizm, ekonomi penceresinden bir endüstri; pazarlama açısından güçlü bir pazar ve toplum bilimleri gözünden beşeri bir örüntü olarak kabul edilebilmektedir (İçöz, 2005; Roney, 2011).

Gettolardan Uzaya: Distopik bir Serüven mi?

Kaçınılmaz bir olgu olarak değişim, yenedünya düzeninin küresel aktörleri olan işletmeler açısından varoluşun bir anahtarıdır (Şimşek vd., 2015). Turizm, ekonomiden politikaya, rekabetten tüketici tercihlerine kadar birçok faktörden kolayca etkilenen kırılgan bir sektördür. Karmaşık yapısından dolayı doğal olarak, sektörde yer alan çoğu işletme bu faktörlerden etkilenmektedir. Dinamik bir yapının baskın olduğu bu çevrede, işletmelerin stratejik ortaklıklara gittiği ve daha esnek bir politikanın hâkim olduğu gözlemlenmektedir (Doğantan ve Akoğlan Kozak, 2018). Turizm bu özelliği ile değişen tercihlerin ve yeni eğilimlerin sosyolojik bir yansıması olmaktadır. Nitekim New York, Paris, Rio, Madrid gibi ihtişamlı destinasyonların öbür yüzü olan kenar sokakları, gettoları veya gecekondu mahalleleri günümüz gezginlerinin öncelikli tercihleri arasında yer almaktadır. İlginçtir, bilinmeyen taşıdığı risk ve bağlı olarak oluşan merak duygusu bunda önemli bir rol oynarken (Yıldız ve Yıldız, 2018), bu mekânlarda harmanlanan yoksulluk, refah, mutsuzluk ve eğlence turistler için birer tüketim unsuru haline dönüşmektedir (Toker, 2019).

Turizmin bahsi geçen sürekli değişiminde takibi zor eğilimlerin ve yeni davranış şekillerinin rolü büyüktür. Bu değişim, sıradan olana ve yerini yenisine bırakana kadar sürmekte ve bir anlamda zamansız bir döngü halini almaktadır. Kotter'in söylemiyle, yeni davranış şekilleri sosyal bir norma dönüşme sürecinde değişimin baskısı altındadır (Kotter, 1995: 67). Bu noktada, getto turları belki de bir süre sonra normal bir deneyim haline gelecek, rutin (Dann, 1981) ve dünyevi (Crompton, 1979) bir ortamdan kaçma güdüsüyle beraber, bireyler şaşırtıcı deneyimlere yönelebilecektir. Bu düzlemde, yeni rotanın uzay olması şaşırtıcı olmayacaktır. Açıkçası insanlığın yıldızlara ulaşma düşü teorik açıdan her ne kadar zor olsa da gelecek turizm dünyasının heyecan verici hayallerinden biri olmaktadır (Cohen, 2017). Elon Musk'ın uzaya göndereceği ilk turist kimliği daha aylar öncesinden konuşulurken (www.ntv.com.tr), uzay turizminin önünü açması beklenen Crew Dragon adlı kapsülün Uluslararası Uzay İstasyonu'na gönderilmesi (www.bbc.com), hayal addedilen gerçekliğe bir adım daha yaklaştırmıştır. Bu noktada uzay turizminin mevcut ve potansiyel talep kitlesi düşünüldüğünde, diğer pazarlardan daha karlı olacağı düşünülmektedir (Collins vd., 1995). Ne var ki, ünlü iş insanı Richard Branson'a ait Virgin Galactic şirketinin yörünge altı uçuşlar için istediği astronomik ücretlere rağmen oldukça fazla talep görmesi dikkat çekici olmuştur (Crouch vd., 2009).

Değişimin rutin şehir hayatlarına da yansıdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Artık “akıllı şehirler” teknolojinin nimetlerinden turizm yoluyla yararlanmaktadır. Mevcut altyapısını bilgi ve iletişim teknolojileri ile birleştiren akıllı şehirler (Gretzel vd., 2015), böylece müşteri deneyimini zenginleştirmektedir (Çelik ve Topsakal, 2017). Bununla birlikte müşteri deneyiminde yeni kapılar aralayan bir diğer gelişmenin sanal gerçeklik olduğunu söylemek gerekmektedir. Örneğin bir müşteri, sanal gerçeklik aygıtlarıyla (sanal gözlük vb.) henüz gitmediği bir bölge veya otel hakkında güçlü bir imaj ve marka algısı kazanabilmekte ve sunulan ürüne karşı olumlu bir tutum geliştirebilmektedir (Bogicevic vd., 2019).

Anlaşılabileceği üzere, turizmin önemli merak özneleri olarak, bir yandan akıllı şehirler, bir yandan bu şehirlerin gettoları ve diğer yandan uzay turisti olabilmek için harcanan astronomik rakamlar turizmin karmaşık doğasını özetleyen bir tablo ortaya koymaktadır. Aynı şekilde, küreselleşmenin şekillendirdiği turist tipleri (Dwyer, 2015), ya yeni pazarlar oluşturmada ya da yeni oluşan pazarlara adapte olmaktadır. Bu durumun ise kaçınılmaz olarak yerel halk-mekân ve turist etkileşiminde derin uçurumlar oluşturduğu gözlemlenmektedir.

Açıkçası, turizmin doğasına güçlü bir zemin kazandıran davranış kalıpları ve yapılarında gözlemlenen değişimlerin farklı tercihleri işaret etmesi beklenen bir durumdur. Ancak bu davranışların oluşum süreçlerinde yaşanan pandemi gibi beklenmeyen yol ayrımları, ayrıca bir soru işareti meydana getirebilmektedir. Nitekim dünyanın uzun süredir değişmeyen gündemi olan küresel salgının tüketici davranışlarında kalıcı değişim ve dönüşümleri tetikleyeceği öngörülmektedir (Aydın ve Doğan, 2020: 105).

Pandemi: COVID-19

Sessiz ve derinden gelen ancak sonuçları itibarıyla küresel yaşamın bütün dengelerini sarsan COVID-19 pandemisi, artık hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını göstermiştir. Milyonlarca insana virüs bulaşmasına ve on binlerce insanın ölümüne neden olan virüs, neredeyse bütün ülkeleri etkilemiştir (WHO, 2020a). Köklü değişiklikleri beraberinde getiren bu durum, sosyal yaşamı, örgütlerin işleyiş yapısını ve çoğu sektörü derin bir dönüşüme zorlamıştır. Yakın zamanda dünya, etkileri makro ölçekte görülen birçok olaya (Körfez savaşları, İkiz kule saldırısı vb.) tanıklık etmiştir. Ancak ülkeler arası sınırları kapatan ve hatta hava trafiğini bile neredeyse durma noktasına getiren COVID-19 benzeri bir olay daha önce yaşanmamıştır (Akca, 2020). Salgının ekonomi üzerindeki etkileri şimdiden görülürken, gelecek yaşamı nasıl şekillendireceği belirsizdir (McKibbin ve Fernando, 2020). Diğer yandan insandan insana kolay bulaşması, hızlı yayılması ve belirgin bir tedavisinin bulunmaması (WHO, 2020b), virüsün ekonominin dışında psikoloji üzerinde de olumsuz etki bırakmasına neden olmuştur (Cao vd., 2020). Van Bavel vd. (2020), yaşanan büyük krizlerle birlikte panik, korku ve stresin hâkim olduğu bir çevrede büyük çaplı davranış değişikliklerinin beklendiğini ve bu durumun bireyleri psikolojik olarak zorlayabileceğini öne sürmektedir. Bu noktada özellikle sosyal medyada doğru ve sahte haber ayırımının önemi anlaşılmaktadır. Nitekim sahte haberlerin toplumsal yaşam üzerinde oluşturacağı olumsuz etkilerin giderilmesi sadece pandemi ile savaşmak için değil, aynı zamanda uzun vadeli iyileşme süreci için de gerekmektedir (Shaw vd., 2020). Bu bağlamda, sağlık güvenliği ve doğru bilgi akışı için hızlı ve kitlesel davranış değişikliği anahtar olmaktadır (Betsch, 2020).

Zorunlu davranış değişikliği ile oluşacak “yeni normalin” bireysel veya kitlesel hareketlilik üzerinde yeni dönüşümler meydana getirebileceği ve tüketici kitlesine yeni alışkanlıklar kazandıracağı söylenebilir. Bu gerçek elbette, çoğu alanda olduğu gibi turizm sektörünü de ciddi şekilde etkileyecektir (Bkz. Tablo 1). Ne var ki, insanların salgın nedeniyle seyahat

etmekten vazgeçmesi, ülkeler ve şehirlerarası seyahat yasaklarının getirilmesi, karantina uygulamaları, sokağa çıkma kısıtları ile birlikte turizm faaliyetleri önemli ölçüde durmuştur (Acar, 2020; İbiş, 2020).

Tablo 1. COVID-19 Salgını Nedeniyle Turizm Endüstrisi İçin Beliren Zorluklar

Zorluklar	Açıklama
Seyahat kısıtlaması	Seyahat davranışı ve seyahat iptalleri bağlamında seyahat etme düzeyini etkilemektedir. Bununla birlikte sınırlar açık olursa olsun seyahatin bireysel bir tercih olması düşünüldüğünde derin bir riskten kaçınma söz konusu olacaktır.
İş kayıpları	Yeni iş imkânları sağlayarak küresel ekonomin önemli birer parçası olan seyahat ve turizm endüstrisi, sektör çalışanlarının yaşayacağı gelir kayıpları için kredi, vergi indirimi vb. konularda desteğe ihtiyaç duyacaktır.
Fiziksel etkileşim sorunu	COVID-19 salgını nedeniyle yeni sosyal ortama uygun olarak, insanların fiziksel etkileşimden kaçınması gerekmektedir. Bu noktada hizmet robotları salgın döneminde ve/veya gelecekte fiziksel mesafeyi sağlamak adına yararlı olabilecektir.
Finansal sorunlar	Turizm sektörünün yaklaşık % 80'ini oluşturan küçük ve orta ölçekli işletmelerin etkilenmesi beklenmektedir. Bu durumun dünya çapında milyonlarca geçim kaynağını etkilemesi söz konusudur.

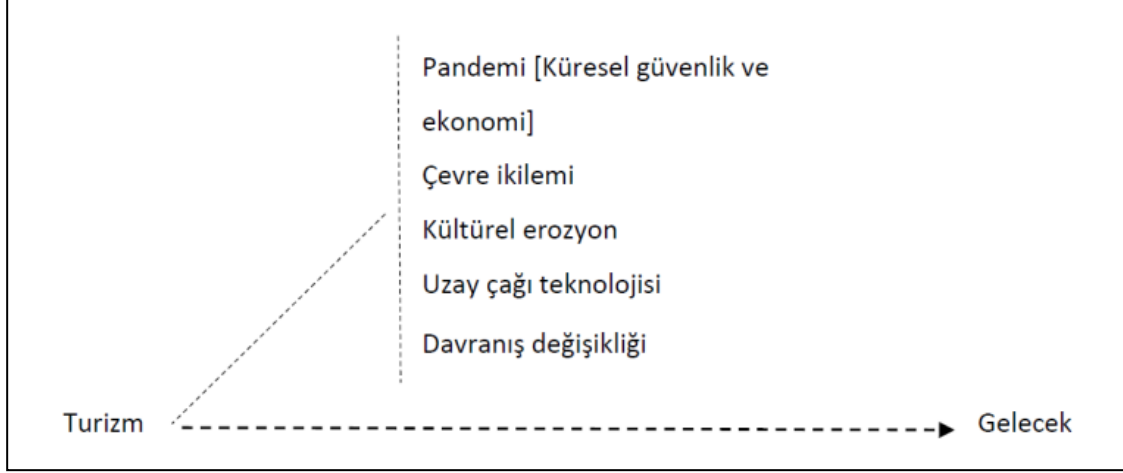
Kaynak: Gudkov ve Dedkova'dan (2020: 62) adapte edilmiştir.

Turizm faaliyetlerinin insan hareketliliğine bağlı olması ve bireylerin bizzat katılımı ile gerçekleşmesi turizmin salgın gibi küresel bir olaydan etkilenmesini kaçınılmaz kılmaktadır (Atay, 2020). Bu noktada COVID-19, turizm endüstrisine, politika yapıcılara ve araştırmacılara küresel değişimin etkileri hakkında önemli ipuçları vermektedir. Bu bağlamda, daha hassas bir bakışla turizm uygulamalarına ağırlık vermek ve yaşanan küresel trajediden anlamlar çıkarmak gerekmektedir (Gössling vd., 2020).

Turizmin Distopyası

Turizm çatısı altında yaşanan değişimlerin seyrine bakıldığında, pandemi ile birlikte beliren seyahat etme davranışı, güvenlik (Wu ve Chang, 2020) ve finans bağlamında beliren sorunlar (Gudkov ve Dedkova, 2020) dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, turizmin doğası gereği çevre ile yaşadığı ikilem (Çalışkan, 2017; Çalışkan, 2019) ve yerel kültür üzerinde bıraktığı olumsuz etkiler (Mbaiwa, 2005) konunun diğer hassas uçları olmaktadır. Öte yandan yaşadığımız çağın dikte ettiği değişimler diğer alanlarda olduğu gibi turizmde de bireysel tercihlerde ve davranış yapılarında yorumu ve tahmini zor dönüşümler meydana getirebilmektedir. Örneğin bir yandan turizmin deneysel doğasının yenilikle kesiştiği noktada bulunan uzay seyahatleri yüksek haz ve farklılık duygusunun ağır bastığı bir müşteri davranışını öncelerken (Chang, 2015) diğer yandan, turizmde kaynak kullanım dengesinin ekonomik kaygıları olan insanlar arasında nasıl sağlanacağı (Redclift, 1992), güçlü bir turizm ütopyasında soru işaretleri olabilmektedir. Bir başka örnekte, artırılmış gerçeklik gibi sanal dünyanın güçlü kozları turist tercihlerinden turizm çalışanlarına değin geniş bir aralıkta dengeleri değiştirebilecektir (Özgüneş ve Bozok, 2017). Dolayısıyla mevcut tabloda, insanoğlunun dinamik değişiminin turizmin geleceği (Bkz. Şekil 1) bağlamında distopik bir durumu işaret ettiği düşünülmektedir. Burada bahsedilen asıl husus; dünyanın pandemi, ekonomik zorluklar, çevresel bozulma,

kültürel aşınma, teknolojik dönüşümler ve tüketici davranışlarında değişim gibi konularda yüzleştiği zorlukların turizm parantezindeki görüntüsünün ne olacağıdır. Dolayısıyla turizmin geleceğinin güncel deliller üzerinden dinamik ancak daha temkinli bir bakışla yorumlanması önemli görülmektedir.



Şekil 1. Turizm ve Gelecek Sorunsalı

SONUÇ ve TARTIŞMA

Turizmin dünyanın sosyo-politik sisteminde oynadığı rol önemlidir. Turizmin sadece teorik yorumu değil, sistemik işleyişi de değişmektedir. Değişen müşteri kimliği, gelişmekte olan ülkelerin orta sınıflarından, özellikle de Asya'dan gelen turist sayısındaki artış ve sosyal ağ içinde konumlanmış bir "selfi" kültürü, turizmi yeni dünyanın önemli bir figürü haline getirmektedir. Bu nedenle turizmin, küresel yaşamın bir anlamda sosyo-politik özeti olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Cohen ve Cohen, 2019). Bu görüntü içinde zamandan bağımsız gelişen bir teknolojinin onu keşfeden insanı kendi tüketim nesnesi haline getirmesi şaşırtıcı değildir. Diğer yandan teknolojinin aynı çağ içinde eski dünyayı tüketip yeni bir dünya inşa edecek hıza ulaşması "gelecekte seyahatler nasıl olacak?" veya "hangi destinasyonlar tercih edilecek?" gibi sorulara cevap vermeyi güçleştirmektedir (Topsakal vd., 2018). Açık söylemlerle, kendini tüketim ağında bulan bir birey sorgulamadan hızla tüketmeye devam edecektir (Sevinç ve Duran, 2018). Bu tüketimin ise hangi yönde gerçekleşeceğinin kestirilmemesi, büyük kitlelerin yön verdiği turizmi geleceğin distopik bir figürü haline getirebilecektir. Elbette, turizmin yeryüzü üzerindeki olumsuz izlerinin diğer endüstrilere göre daha az olduğu söylenebilir. Ancak karmaşık doğası turizmin olumsuz izlerini tanımlamada yapısal bir engel oluşturmaktadır (Meng vd., 2016). Açık söylemlerle, turizmin ana bileşenleri olan çevresel, ekonomik ve sosyal unsurlar bir bütün oluşturmakla birlikte birbirlerine olan bağımlılıkları her bir unsurun tekil olarak ele alınmasını güçleştirmektedir (Liu vd., 1987). Bununla birlikte, küreselleşme ve turizm sistemindeki paydaşlar arasında hızlı iletişim ve dinamik yapının oluşturduğu zorlu ortam turizmi bütünlük bir bakış açısıyla analiz etmeyi zorunlu kılmaktadır (Avilés-González vd., 2017). Bu nedenle turizmin diğer alanlardan bağımsız şekilde ele alınması doğru olmamakla birlikte, geniş bir çerçeve içinde değerlendirilmesi gerekmektedir (Dann ve Cohen, 1991).

Daha önce olduğu gibi günümüzde de turizmin gerçekleri ile dünyanın gerçekleri aynı paydada birleşmektedir. Nitekim dünya, yaşanan salgınla birlikte artık eski dünya değildir. Bu noktada, salgın nedeniyle küresel bir durgunluğun yaşanacağı açıktır. Bu durgunluğun izleri

ise şimdiden turizm ve konaklama sektörlerinde belirgin şekilde gözlemlenmektedir (Shaw vd., 2020). Bütün insanlığı çok boyutlu etkisi altına alan salgın ile birlikte turizm sisteminde teknoloji kullanımından istihdam yapısına kadar önemli dönüşümler yaşanacağı söylenebilir (Atay, 2020). Bu ayrımda, turizmin gelecek senaryosunda küreselleşme, uzay teknolojileri ve tüketim boyutunda beliren gerçeklik son zamanlarda yaşanan salgın kriziyle birlikte yeni anlamlar kazanmıştır. Etkisinin belirsiz bir süre devam edeceği düşünüldüğünde (Hoque vd., 2020), turizm faaliyetlerinde yeni eğilimlerin gözlemlenmesi kaçınılmazdır. Bununla birlikte, COVID-19 sonrası dünyada daha çok sürdürülebilir turizm uygulamalarının gerçekleştirileceği düşünülmektedir (Rowen, 2020). Burada bir parantez açmak gerekmektedir: Normal koşullarda, sürdürülebilir turizmi tam anlamıyla uygulamak mümkün olmamakla birlikte (Lane, 2009) milyonlarca insandan oluşan seyahat devininin sürdürülebilir turizm ideallerine aykırı olduğunu belirtmek gerekmektedir (Kirstges, 2002). Ancak, etkilerini tüm insanlığın doğrudan deneyimlediği salgının bu konuda -zorunlu da olsa- köklü bir bakış, anlayış ve davranış değişikliği meydana getirmesi mümkün görünmektedir. Şimdiden zorunlu olmadıkça seyahat edilmediği, üst düzey toplantıların video konferans yoluyla yapıldığı ve ulaşım ağındaki gereksiz yükün azaldığı gözlemlenmektedir. (Gössling vd., 2020). Oluşan yeni durumla birlikte, bir anlamda, sürdürülebilir turizm ile turizmin sürdürülebilirliğinin çeliştiği unsurların bugünlerde yeni anlamlar kazandığı anlaşılmaktadır. Buradan hareketle; ilk olarak, tüketirken zarar vermemek mümkünse yenilemek ve bunu yerleşik bir anlayışla yapmak gerekmektedir (Çalışkan, 2017). İkincisi, turizmin içinde konumlandığı ekonomik sistemle bütünleşme şeklinin (Akama ve Kieti, 2007) ve rolünün tanımlanması önemlidir. Üçüncüsü, küresel turizm pratiklerinin genel geçer bir faaliyet silsilesi olmadığını kabul etmek gerekmektedir. Nitekim önemli kazanımlar sağlasa da kimi bölgeler için kaynak maliyeti ağır olabilmekte (Telfer ve Sharpley, 2008) ve bu durum çevresel açıdan bir soru işareti oluşturabilmektedir. Dolayısıyla turizm gelişimi ile ilgili planlamalarda gerçekler arasındaki dengenin sağlanması stratejiktir (Risteski vd., 2012). Son olarak salgının başta turizm olmak üzere birçok alanda davranış, alışkanlık ve güvenlik algısı ile ilgili değişimler meydana getireceği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, küresel dönüşüm sürecinde sosyal medya gibi etki alanı geniş mecralarda doğru, dengeli ve sorumlu bilgi akışının sağlanması önem arz etmektedir (Zheng vd., 2020).

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 7-21.
- Akama, J. S. and Kieti, D. (2007). Tourism and Socio-Economic Development in Developing Countries: A Case Study of Mombasa Resort in Kenya, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6): 735-748.
- Akca, M. (2020). COVID-19'un Havacılık Sektörüne Etkisi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(4): 45-64.
- Arva, L., Kiss, K. and Kuruvilla, S. J. (2015). New Challenges and Post Modern Solutions in Tourism in the Times of the Climatic Change, *International Journal of Business Insights & Transformation*, 8(2): 18-22.
- Atay, L. (2020). KOVID-19 Salgını ve Turizme Etkileri, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1): 168-172.
- Avilés-González, J. F., Avilés-Sacoto, S. V. and Cárdenas-Barrón, L. E. (2017). An overview of tourism supply chains management and optimization models (TSCM-OM). In Pandian

Vasant and Kalaivanthan M. (Eds.) *Handbook of Research on Holistic Optimization Techniques in the Hospitality, Tourism, and Travel Industry* (pp. 227-250). IGI Global.

Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) Pandemisinin Turistik Tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi, *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1): 93-115.

Bayazıt, S. (2018). İklim Değişikliği ve Turizm İlişkisinin Türkiye İç Turizmi Açısından İncelenmesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2): 221-231.

Berber, Ş. (2003). Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9: 205-221.

Betsch, C. (2020). How Behavioural Science Data Helps Mitigate the Covid-19 Crisis, *Nature Human Behaviour*, 4: 438.

Bianchi, R. (2006). Tourism and The Globalisation Of Fear: Analysing The Politics of Risk and (in) Security in Global Travel. *Tourism and Hospitality Research*, 7(1): 64-74.

Blais, A., Bol, D., Giani, M. and Loewen, P.J. (2020). COVID-19 Lockdowns Have Increased Support for Incumbents, Trust in Government, and Satisfaction with Democracy. https://voxeu.org/article/rallying-effect-lockdowns?qt-quicktabs_cepr_policy_research=1 (Erişim tarihi: 15.05.2020).

Bogicevic, V., Seo, S., Kandampully, J. A., Liu, S. Q. and Rudd, N. A. (2019). Virtual Reality Presence as a Preamble of Tourism Experience: The Role of Mental Imagery. *Tourism Management*, 74: 55-64.

Cao, W., Fang, Z., Hou, G., Han, M., Xu, X., Dong, J. and Zheng, J. (2020). The Psychological Impact of the COVID-19 Epidemic on College Students in China. *Psychiatry Research*, DOI: 10.1016/j.psychres.2020.112934

Chang, Y. W. (2017). A Preliminary Examination of The Relationship Between Consumer Attitude Towards Space Travel and The Development of Innovative Space Tourism Technology. *Current Issues in Tourism*, 20(14):1431-1453.

Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism, *Social Research*, 39(1): 164-182.

Cohen, E. (2017). The Paradoxes of Space Tourism, *Tourism Recreation Research*, 42(1): 22-31.

Cohen, S. A. and Cohen, E. (2019). New Directions in the Sociology of Tourism, *Current Issues in Tourism*, 22(2): 153-172.

Collins, P., Stockmans, R. and Maita, M. (1995). Demand for Space Tourism in America and Japan, and its Implications for Future Space Activities, *Advances in the Astronautical Sciences*, 91: 601-610.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation, *Annals of Tourism Research*, 6(4): 408-424.

Crouch, G. I., Devinney, T. M., Louviere, J. J. and Islam, T. (2009). Modelling Consumer Choice Behaviour in Space Tourism, *Tourism Management*, 30(3): 441-454.

Çalışkan, C. (2017). Sürdürülebilir Turizmin Çevre İkilemi: Toplum ve Tüketim, *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 6(2): 1123-1136.

Çalışkan, C. (2019). Sürdürülebilir Turizm: Ters Açık, (Editör) Türkay, O. ve Çalık, İ.: *Sürdürülebilir Turizm: Gösterge Geliştirme ve Ölçme Yaklaşımı* içinde (ss.469-480) Ankara: Detay Yayıncılık.

- Çeken, H. (2004). Küreselleşme Eğilimlerinin Uluslararası Turizm Hareketlerine Etkisi ve Türkiye, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12: 1-11.
- Çeken, H., Dalgın, T. and Karadağ, L. (2009). Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22: 21-36.
- Çelik, P. ve Topsakal, Y. (2017). Akıllı Turizm Destinasyonları: Antalya Destinasyonunun Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3): 149-166.
- Dann, G.M.S. (1981). Tourist Motivation an Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2): 187-219.
- Dann, G. and Cohen, E. (1991). Sociology and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1): 155-169.
- Darbellay, F. and Stock, M. (2012). Tourism as Complex Interdisciplinary Research Object, *Annals of Tourism Research*, 39(1): 441-458.
- Doğantan, E. ve Kozak, M. A. (2018). Turizm İşletmelerinde Kırılganlıklar: Karşılaştırmalı Bir Analiz, *Journal of Travel and Hospitality Management*, 15(3): 581-589.
- Duran, E. (2011). Turizm Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(9): 291-313.
- Dwyer, L. (2015). Globalization of tourism: Drivers and outcomes. *Tourism Recreation Research*, 40(3): 326-339.
- Geniş, Ş. (2007). Küreselleşme, Toplumsal Eşitsizlik ve Mekânsal Ayrışma. *Sivil Toplum: Düşünce & Araştırma Dergisi*, 5(17/18): 69-84.
- Gössling, S. and Peeters, P. (2015). Assessing tourism's global environmental impact 1900-2050. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5): 639-659.
- Gössling, S., Scott, D. and Hall, C.M. (2020). Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. and Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and Developments, *Electronic Markets*, 25(3): 179-188.
- Gudkov, A., and Dedkova, E. (2020). Development and Financial Support of Tourism Exports in the Digital Economy, *Journal of Digital Science*, 2(1): 54-66.
- Hazbun, W. (2004). Globalisation, Reterritorialisation and the Political Economy of Tourism Development in the Middle East, *Geopolitics*, 9(2): 310-341.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I. and Hamid, A. B. A. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China, *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1): 52-58.
- Hollenhorst, S. J., Houge-Mackenzie, S. and Ostergren, D. M. (2014). The trouble with tourism, *Tourism Recreation Research*, 39(3): 305-319.
- https://www.ntv.com.tr/teknoloji/elon-muskin-uzaya-gonderecegi-ilk-turistin-kimligi-belli-oldu,up3KaO_-IkW3hPmIsvciwg (Erişim tarihi: 07.03.2020).
- <https://www.bbc.com/turkce/haberler-47427687> (Erişim tarihi: 07.03.2020).
- İbiş, S. (2020). COVID-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 85-98.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.

- Javid, E. and Katircioglu, S. (2017). The Globalization Indicators-Tourism Development Nexus: A Dynamic Panel-Data Analysis, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11): 1194-1205.
- Kirstges, T. (2002). Basic Questions of Sustainable Tourism: Does Ecological and Socially Acceptable Tourism Have a Chance?, *Current issues in tourism*, 5(3-4): 173-192.
- Kotter, J. P. (1995). Leading Change: Why Transformation Efforts Fail, *Harvard Business Review*, 73(2): 56-67.
- Lane, B. (2009). *Thirty Years of Sustainable Tourism*. In S. Gossling, C.M. Hall & D.B. Weaver (Eds). *Sustainable Tourism Futures Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations* (pp 19-32). London: Routledge.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J. and Var, T. (1987). Resident Perception of The Environmental Impacts of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 14: 17-37.
- Mbaiwa, J. E. (2005). The Socio-Cultural Impacts of Tourism Development in The Okavango Delta, Botswana, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2(3): 163-185.
- McKibbin, W. J. and Fernando, R. (2020). *The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios*, Centre for Applied Macroeconomic Analysis workingpaper No. 19/2020.
- Meng, W., Xu, L., Hu, B., Zhou, J. and Wang, Z. (2016). Quantifying Direct and Indirect Carbon Dioxide Emissions of the Chinese Tourism Industry. *Journal of Cleaner Production*, 126, 586-594.
- Mowforth, M. and Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. London: Routledge
- O'Regan, M. and Chang, H. (2015). Smartphone Adoption Amongst Chinese Youth During Leisure-Based Tourism: Challenges and Opportunities, *Journal of China Tourism Research*, 11(3): 238-254.
- Özgüneş, R. E. ve Bozok, D. (2017). Turizm Sektörünün Sanal Rakibi (Mi?): Arttırılmış Gerçeklik. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 146-160.
- Redclift, M. (1992). The Meaning of Sustainable Development, *Geoforum*, 23(3): 395-403.
- Rico, A., Martínez-Blanco, J., Montlleó, M., Rodríguez, G., Tavares, N., Arias, A. and Oliver-Solà, J. (2019). Carbon Footprint of Tourism in Barcelona, *Tourism Management*, 70: 491-504.
- Risteski, M., Kocevski, J. and Arnaudov, K. (2012). Spatial Planning and Sustainable Tourism as Basis for Developing Competitive Tourist Destinations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44: 375-386.
- Roney, S. A. (2011). *Turizm: Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Rowen, I. (2020). The Transformational Festival as a Subversive Toolbox for a Transformed Tourism: Lessons from Burning Man For A COVID-19 World, *Tourism Geographies*, 1-8. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759132>
- Sekman, A. (2017). Kentsel Formların Ütopya ve Distopya Kavramları Bağlamında İrdelenmesi, *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 11(23): 103-120.
- Sevinç, F. ve Duran, E. (2018). Sürdürülebilir Deniz Turizmi ve Tüketim Paradoksu: Tüketirken Tükenmek, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 10(2): 173-196.
- Shaw, R., Kim, Y. K. and Hua, J. (2020). Governance, Technology and Citizen Behavior in Pandemic: Lessons from COVID-19 in East Asia, *Progress in Disaster Science*, 6: 1-11.

- Sugiyarto, G., Blake, A. and Sinclair, M. T. (2003). Tourism and Globalization: Economic Impact in Indonesia, *Annals of Tourism Research*, 30(3): 683-701.
- Stamboulis, Y. and Skayannis, P. (2003). Innovation Strategies and Technology for Experience-Based Tourism, *Tourism Management*, 24(1): 35-43.
- Şimşek, M.Ş., Çelik, A. ve Akgemci, T. (2015). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Öğütlerde Davranış*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Telfer, D. J. and Sharpley, R. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*. London: Routledge.
- Toker, A. (2019). Gecekondu Turizminde Turist Rehberlerinin İlham Verici Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4): 3029- 3044.
- Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N., Çelik ve Bahar, M. (2018). Turizm 4.0 - Turist 5.0: İnsan Devriminin Neden Endüstri Devrimlerinden Bir Numara Önde Olduğuna İlişkin Bakış, *Journal of Tourism Intelligence And Smartness*, 1(2): 1-11.
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*. London: Routledge.
- WHO (World Health Organization) (2020a). Coronavirus disease (COVID-19) Pandemic. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> (Erişim tarihi: 6.5.2020).
- WHO (World Health Organization) (2020b). Q&A on coronaviruses (COVID-19). <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses> (Erişim tarihi: 6.5.2020).
- Wu, H. C. and Chang, Y. Y. (2020). Relationships between secure attachment, experiential co-creation and future experiential intentions in the tourism industry: The case of COVID-19. <https://assets.researchsquare.com/files/rs-34557/v1/86bfb7e6-ff79-44a3-9406-cbd2ef257f99.pdf> (Erişim tarihi: 06.08.2020).
- Van Bavel, J.J., Baicker, K., Boggio, P., Capraro, V., Cichocka, A., Crockett, M., vd. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. PsyArXiv preprints. <https://doi.org/10.31234/osf.io/y38m9>
- Vural, Z. B. ve Bakır, U. (2007). Distopyan Perspektiften Bilgi İletişim Teknolojileri ve İnsanlığın Geleceği, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5(1): 5-21.
- Yıldız, S. ve Yıldız, Z. (2018). Gecekondu Turizmi: Bir Çözüm Mü? Yoksa Bir Problem Mi? *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4): 974-992.
- 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*, 31(2): 337-340.