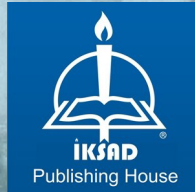


# COVID-19 SALGININDAN SONRA TURİSTİK DESTİNASYONLARDA YEREL HALKIN GÖZÜNDE ÇİNLİ TURİSTLER: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

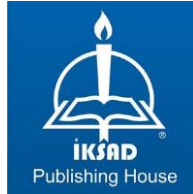
Zeynep UTKAN, Betül GARDA



**COVID-19 SALGININDAN SONRA TURİSTİK  
DESTİNASYONLARDA YEREL HALKIN GÖZÜNDE ÇİNLİ  
TURİSTLER: KAPADOKYA ÖRNEĞİ**

**Zeynep UTKAN  
Betül GARDA**

DOI: <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8382889>



Copyright © 2023 by iksad publishing house

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of

brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic

Development and Social  
Researches Publications®

(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)

TÜRKİYE TR: +90 342 606 06 75

USA: +1 631 685 0 853

E mail: iksadyayinevi@gmail.com

www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.

Iksad Publications – 2023©

**ISBN: 978-625-367-288-1**

Cover Design: İbrahim .KAYA

September / 2023

Ankara / Türkiye

Size = 16 x 24 cm

## ÖNSÖZ

Bu çalışma, Çin'de ortaya çıkan ve kısa zamanda küresel bir boyut kazanarak pandemiye dönüşen COVID-19 (Koronavirüs)'ün yerel halk ve Çinli turist ilişkisine olan etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Çinli turist akışının yoğun yaşandığı Kapadokya bölgesinde pandemi sonrasında turizmin yerel halk üzerinde gerçek anlamda nasıl bir etkisinin olduğu ve özel olarak Çinli turiste karşı algı değişiminin ve misafirperverlik tutumlarının salgın sonrası risk faktörü doğrultusunda araştırılması hedeflenmektedir

"Bu kitap çalışması Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler enstitüsünde Betül GARDA<sup>1</sup> danışmanlığında hazırlanan " Covid-19 (Koronavirüs) Salgınından Sonra Destinasyonda Yaşayan Yerel Halkın Çinli Turistler Hakkındaki Algılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Kapadokya Örneği" isimli Zeynep UTKAN<sup>2</sup>'ın tezinden üretilmiştir."

ANNEME...

---

<sup>1</sup> Betül GARDA, Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, bgarda@gmail.com , ORCID: 0000-0002-2406-6448

<sup>2</sup> Zeynep UTKAN, Araştırma Görevlisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, zeyneputkan96@gmail.com, ORCID: 0000- 0003-1377-7452



## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İÇİNDEKİLER .....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
RESİMLER LİSTESİ .....	ix
GRAFİKLER LİSTESİ .....	x
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xi
GİRİŞ .....	13

### BÖLÜM 1

#### TURİZM VE COVID-19 SALGINI

1.1. Turizm Kavramı ve Tarihsel Gelişimi .....	16
1.2. Türkiye Turizminin Tarihsel Seyri .....	18
1.3. Turizmde Yaşanan Krizler.....	21
1.3.1. Turizmde Salgın Hastalıklardan Kaynaklı Krizler .....	23
1.4. Covid-19 (Koronavirüs) Salgını .....	26
1.4.1. Salgının Ekonomik Etkileri .....	29
1.4.2. Salgının Toplumsal Etkileri.....	32
1.4.3. Salgının Psikolojik Etkileri.....	34
1.5. Covid-19 Salgının Küresel Turizm Endüstrisine Etkisi .....	36
1.5.1. Salgının Turist Davranışlarına ve Seyahat Alışkanlıklarına Etkisi.....	39
1.6. Türkiye’de Covid-19 Salgın Süreci .....	42
1.6.1. Salgının Turizm İç Talebine Etkisi.....	45

## BÖLÜM 2

### KAPADOKYA BÖLGESİ, TURİZM YEREL HALK VE ÇİNLİ TURİSTLER

2.1. Yerel Halk Turizm ve Turist Algısı İlişkisi .....	49
2.2. Çin ve Çin Kültürü .....	51
2.3. Türkiye'yi Ziyaret Eden Çinli Turistler .....	52
2.4. Covid-19 Sürecince Sosyal Medyaya Yansıyan Çinli Turist Algısı .....	53
2.5. Kapadokya Bölgesi.....	55
2.5.1. Kapadokya ve Turizm .....	57
2.5.2. Kapadokya Bölgesinde Çinli Turistlerin Turistik Tüketim Tercihleri.....	59
2.6. Covid-19 Salgını ve Turizm Kapsamında Yapılan Çalışmalar .....	60

## BÖLÜM 3

### COVID-19 SONRASI KAPADOKYA'DA YEREL HALKIN ÇİNLİ TURİSTLERE YÖNELİK ALGILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Konusu.....	67
3.2. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri .....	67
3.3. Araştırma Modeli ve Araştırma Problemi.....	68
3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	69
3.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları .....	69
3.6. Veri Toplama Aracı.....	70
3.7. Verilerin Analizi .....	71
3.8. Bulgular ve Yorum.....	71
3.8.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri.....	71
3.8.2. Katılımcıların Kapadokya Bölgesi Turizm ve Turist Algısı Üzerine İncelemeler .....	75

3.8.3. Katılımcıların Kapadokya Bölgesinde Turist Algısına Koronavirüs Etkisi Üzerine İncelemeler .....	78
3.8.4. Turist Algısına Koronavirüs Etkisi (TAKE) Ölçeği ve Alt Ölçeklerine Ait Analizler .....	82
3.8.5. TAKE Ölçeğinde Demografik Değişkenlere Göre Yapılan Analizler .....	86
<b>SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER .....</b>	<b>94</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>102</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>124</b>



## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Jenerasyonlara göre Covid-19 Öncesi ve sonrası Turist Davranışları ve Seyahat Eğilimleri .....	41
<b>Tablo 2:</b> Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Dünya Miras Alanı Yerleri.....	57
<b>Tablo 3:</b> Katılımcıların Yaş ve Eğitim Düzeyi Dağılımı.....	71
<b>Tablo 4:</b> Katılımcıların Meslek ve Gelir Guruplarına Dağılımı .....	72
<b>Tablo 5:</b> Katılımcıların Kapadokya Bölgesinde İkamet Durumuna Göre Dağılımı .....	73
<b>Tablo 6:</b> Katılımcıların “Turistlerle yönelik bir iş ya da faaliyetiniz var mı? / oldu mu?” Maddesine Yanıtlarının Analizi .....	74
<b>Tablo 7:</b> Katılımcıların Turistlerle Karşılaşma ve Temas Sıklığı ile İlgili Maddelere Yanıtlarının Analizi .....	75
<b>Tablo 8:</b> Katılımcıların “Turizmin Kapadokya bölgesine etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Maddesine Yanıtlarının Analizi .....	76
<b>Tablo 9:</b> Katılımcıların Turistlere Karşı Bakış Açılarını Değerlendirmeleri .	76
<b>Tablo 10:</b> Katılımcılara Göre Çinli Turistlerin Olumlu ve Olumsuz Kişilik Özellikleri.....	77
<b>Tablo 11:</b> Koronavirüs Sonrası Katılımcıların Çinli Turistlere Bakış Açıları İle Misafirperverlik Tutumlarının İncelenmesi.....	78
<b>Tablo 12:</b> Katılımcıların Çinli Turistlere Misafirperverlik Algılarının Meslek Guruplarına Göre İncelenmesi.....	80
<b>Tablo 13:</b> Katılımcıların Çinli Turistlere Misafirperverlik Algılarının Turistlere Yönelik İş/Faaliyet Durumuna Göre İncelenmesi .....	81
<b>Tablo 14:</b> Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) Katsayısı Yorumu.....	82
<b>Tablo 15:</b> TAKE Ölçeği İç Tutarlılık Katsayısı .....	83
<b>Tablo 16:</b> AFA Sonuçlarına Göre Varyansların Dağılımı.....	83
<b>Tablo 17:</b> AFA Sonuçlarına Göre Faktör Yük Değerleri .....	84
<b>Tablo 18:</b> Ölçeklere Ait Betimleyici İstatistikler .....	85

<b>Tablo 19:</b> TAKE Ölçeği Meslek Guruplarına Göre Tek Yönlü Anova Sonuçları .....	87
<b>Tablo 20:</b> DB Ölçeği Meslek Guruplarına Göre Tek Yönlü Anova Sonuçları .....	88
<b>Tablo 21:</b> Algı Guruplarına Göre Çinli Turistlerin Covid-19 Virüsü Yayılimında Sorumluluğuna İnanç Düzeyinin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları .....	89
<b>Tablo 22:</b> Algı Guruplarına Göre Çin Hükümetinin Covid-19 Virüsündeki Sorumluluğuna İnanç Düzeyinin Tek Yönlü Anova Sonuçları.....	90
<b>Tablo 23:</b> Çinli Turistlerden Enfeksiyon Algısı ile Katılımcıların Konukseverlik Tutumlarındaki Değişimin Tek Yönlü Anova ile İncelenmesi .....	91
<b>Tablo 24:</b> Katılımcıların Çinli Turistlere Bakış Açılarına Göre Enfeksiyon Risk Algısı Değişiminin Tek Yönlü Anova ile İncelenmesi .....	92

## ŞEKİLLER LİSTESİ

**Şekil 1:** 2010-2022 Ülkeyi Ziyaret Eden Çinli Turist Verileri ..... 53

## RESİMLER LİSTESİ

**Resim 1:** Covid-19 Virüsünün Görünümü ..... 27

## GRAFİKLER LİSTESİ

<b>Grafik 1:</b> Covid-19 Salgın Ölüm Oranlarının En Fazla Yaşandığı Ülkeler ..	29
<b>Grafik 2:</b> İMF'nin Ülkelerin 2019-2022 Büyüme Oranları .....	31
<b>Grafik 3:</b> 2019 Yılına Göre Uluslararası Turist Varışlarının Değişim Oranları .....	38
<b>Grafik 4:</b> Türkiye 2019-2022 Türkiye'yi Ziyaret Eden Turist Verileri .....	48

## SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

### **Simgeler**

### **Açıklamalar**

%

Yüzde

### **Kısaltmalar**

### **Açıklamalar**

**COVID-19**

Koronavirüs Hastalığı

**DB**

Turizm ve Turist Algısında Değişim Boyutu

**GSYH**

Gayri Safi Yurt İçi Hasıla

**IMF**

Uluslararası Para Fonu

**M.Ö.**

Milattan Önce

**OECD**

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

**SB**

Koronavirüs Yayılmasında Sorumluluk Boyutu

**T.C.**

Türkiye Cumhuriyeti

**TAKE**

Turist Algısına Koronavirüs Etkisi Ölçeği

**TUIK**

Türkiye İstatistik Kurumu

**UNESCO**

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

**UNWTO**

Dünya Turizm Örgütü

**WTTC**

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi



## GİRİŞ

Günümüze kadar çeşitli safhalardan geçen turizm, insanların normal hayat seyrinde yaşadıkları yerden farklı bir destinasyona para kazanma amacı gütmeksizin gerçekleştirdikleri geçici seyahat faaliyetidir. Bu faaliyet, turistik çekicilikleri deneyimlemek, dinlenmek ve yeni yerler görmek amacıyla satın alınan mal ve hizmet sürecini içerir. Dinamik ve kırılğan yapısı ile dış etkenlerden çabuk ve derin bir şekilde etkilenen turizm sektörü, günümüze kadar olan zaman diliminin çeşitli evrelerinde siyasi, ekonomik krizler, doğal afetler ve salgın hastalıklara tanıklık etmiştir. Bölgesel olarak ortaya çıkmasına rağmen, kısa süre içerisinde küresel bir boyut kazanan salgın hastalıklar, sadece bir halk sağlığı sorunu değil, aynı zamanda toplumsal, ekonomik, psikolojik birçok etkiyi de beraberinde getiren vakalardır. Turistik destinasyonlarda bulunan yerel halk ve turist arasındaki etkileşim, turizmi direkt olarak etkilemektedir. Yerel halkın turizme ve turiste bakış açısı, başarılı bir kalkınma ile planlama ve politika konularının şekillendirilmesi gibi pek çok faktörde önemli rol oynamakta ve yol gösterici olmaktadır (Avcıkurt, 2015: 97; Şentürk, 2019).

Son yüzyılın en ölümcül salgını olan Covid-19 virüsü Çin'de ortaya çıktıktan sonra kısa bir süre içerisinde global bir salgın halini almıştır. Bu süreçte, tüm Türkiye ve dünya, yaşamımızın kritik anlarından birini yaşarken, alınan yasaklar ve önlemler seyahat etme isteğini sınırlamış ve bu durum turizm faaliyetlerinin duraksamasına ve olası etkilerin yaşanmasına neden olmuştur. Koronavirüs (Covid-19) salgınının turizm talebinde yarattığı olumsuz etkilerin yanı sıra turistler üzerinde oluşan sağlık ve güvenlik tehdidi unsuru turistleri seyahat ve turistik faaliyetlerde bulunma durumunu olumsuz etkilemiştir. Bununla ilintili olarak oluşan psikolojik etkiler turistler için yıpratıcı sonuçlar doğurmuştur. Nitekim bu durum seyahat davranışlarında, turist algısında ve misafirperverlik davranışlarında birtakım değişimlerin yaşanmasına yol açmıştır. Çoğu durumda turistlerin milliyetine ve menşe ülkesine dayanan önceden tasarlanmış kavramlar ve stereotipler de mevcut olabilir (Kozak ve Taşçı, 2005). Bu durum paralelinde virüsün kökeniyle bağlantılı olarak; Covid-19 virüsünün yayılması Çinlilere atfedilmiş ve salgının yükselişinde Çinlilerin yaşam tarzı ve yeme alışkanlıkları sorumlu tutulmuştur (Campbell, 2020). Virüsle birlikte ırkçılık, Çin ve Asya toplumlarına karşı yabancı düşmanlığının



oluşmaya başlaması, salgın riski ile Çin hükümeti ve turistlerin suçlanması turist algısını etkilemektedir (Wong, 2020; Armutlu vd., 2020). Çinlilerin bir halk olarak daha olumsuz algılanması, Çinli turistlere karşı daha olumsuz davranışlara yol açabilir (Armutlu vd., 2020).

Alan yazın incelendiğinde, pandemik süreç ve turizm ilişkisi ile ilgili çalışmaların farklı kapsam ve içerikte olduğu görülmektedir. Konu itibari ile salgın sonrası yerel halk ve Çinli turist algısı kapsamında Kapadokya bölgesinde yapılan bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Covid-19 sonrası destinasyonda bulunan ev sahibi topluluk ile Çinli turist arasındaki ilişkiyi anlamaya odaklanan bu çalışmada salgın sonrası, Kapadokya bölgesinde yaşayan yerel halkın Covid-19 virüsünden enfekte olma riskinin genel Çinli turist algısına olan etkisini belirlemeye yöneliktir. Türkiye’de her yıl Çinli turist akışının en yoğun olduğu bölge olan doğal güzelliklere, tarihi zenginliklere ve kültürel çekiciliklere sahip Kapadokya destinasyonunda, yerel halkın Covid-19 salgını sonrası Çinli turistlere yönelik algılarının belirlenmesi ve misafirperverlik tutumlarında bir değişimin olup olmadığını ortaya çıkarmak için elde edilecek bulgular ile çalışma, sağlıkla ilgili bir kriz sonrasında ev sahiplerinin turistlere yönelik davranışları ile ilgili yetersiz olan literatüre katkıda bulunacaktır.

Bu çalışma, Kapadokya bölgesindeki yerel halkın Çinli turistlere yönelik algısını belirlemeyi ve virüsün Çin kaynaklı olmasının ve salgın sürecinin etkisinin boyutunu tespit etmeyi hedeflemektedir. Araştırma sonuçları alan yazınına ve turizm paydaşlarına, gelecek dönemler için salgın sonrası bir kriz durumunda yerel halk ve turist ilişkisi boyutuna ilişkin bilgi vermektedir. Ayrıca, ileride farklı destinasyonlarda da yapılacak bilimsel çalışmalara da çeşitli katkılarının olacağı düşünülmektedir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır ve ana hatlarıyla şu şekildedir;

Çalışmanın birinci bölümünde, 'Turizm ve Covid-19' başlığı altında Dünya tarihinde ve Türkiye’de turizmin gelişim safhalarına yer verilmiştir. Turizm sektöründe yaşanan krizler ve kırılma noktaları, özellikle de salgın hastalıkların turizm sektörü üzerindeki yansımaları irdeleyici bir teorik zeminde ele alınmıştır. Dünyada Covid-19 salgın sürecinin ekonomik, toplumsal, psikolojik etkilerine ve ayrıca bu salgının küresel turizm endüstrisine, turistik faaliyetler ve seyahat alışkanlıkları üzerindeki etkilerine de detaylı bir şekilde değinilmiştir. Bu bölümün son kısmında ise Türkiye’de

Covid-19 salgın sürecinin turizm iç talebine olan etkisiyle ilgili bilgilere yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, 'Kapadokya Bölgesinde Turizm, Yerel Halk ve Çinli Turistler' başlığı altında, yerel halkın turizm ve turist ilişkisi irdelenmiş, Türkiye'ye gelen Çinli turist akışı değerlendirilmiş ve Covid-19 salgın sürecinde medyaya yansıyan Çinli turist algısı hakkındaki bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca, genel hatlarıyla Kapadokya bölgesine gelen Çinli turistlerin turistik tüketim tercihleri hakkında bilgiler sunulmuştur.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, 'Covid-19 Sonrası Kapadokya'da Yerel Halkın Çinli Turistlere Yönelik Algıları Üzerine Bir Araştırma' başlığı altında, ilk olarak araştırmanın konusu, amacı ve hipotezleri belirlenmiş; araştırmanın modeli ve problemi tanımlanmıştır. Bu bölümde, araştırmanın evreni ve örneklemini, kapsamı ve sınırlılıkları detaylı bir şekilde ele alınmış ve veri toplama araçları ile verilerin analizi hakkında bilgi verilmiştir. Kapadokya bölgesinde yaşayan yerel halkın Covid-19 sonrası Çinli turistler hakkındaki algılarını belirlemek amacıyla yapılan anket sonuçları üzerinde elde edilen tüm veriler, bulgular kısmında açıklanmıştır. Sonuç kısmında ise tüm çalışma için değerlendirme yapılarak, ilerideki çalışmalara ve konuyla ilgili öneriler sunulmuştur.

# BÖLÜM 1

## TURİZM VE COVID-19 SALGINI

### 1.1. Turizm Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

İlk 1811 Oxford İngilizce Sözlüğü’de kullanılan İngilizce’de tourism sözcüğü, etimolojik (köken bilim) olarak Latince’de “tornus” “dönmek bir turu tamamlamak” anlamını taşımakta, bugün bakıldığında ise en yalın ve özlü ifadeyle bir yerden bir yere düşüncesine dayanmaktadır (McCabe, 2009, Aktaran: Acar, 2020: 308). Turizm ülkelerin doğal güzellikleri ve tarihi, kültürel değerleriyle birlikte içinde barındırdığı diğer zenginlikler ile insanların dinlenme, eğlenme, merak, spor, yeni yerler keşfetme, tedavi olma ve yeni kültürlerle etkileşimde bulunma arzularından doğan yaşadıkları yerden başka yerlere seyahat etme eylemlerinin gerçekleştiği ilişkiler bütünüdür (Terzi ve Tütüncü, 2017: 83; Kozak vd., 2011: 3). Turizmin tarihsel süreç içindeki değişiminin sistemli ve kapsamlı olarak daha geniş bir perspektiften ele alınması turizm olgusunun daha iyi anlaşılabilir kılmaktadır (Kozak vd.,2013: 8).

İnsan yeryüzüne çıktığı ilk günden itibaren bulunduğu habitatdan uzaklara gitme isteği hep varolmuştur (Ahişapoğlu ve Arıkan, 2003:2). Bu doğrultuda çeşitli nedenlerle kısa veya uzun dönemli olarak sürekli bir hareket içerisinde olmuştur (Akova, 2010: 32). Zorunlu seyahat faaliyetleri halinde başlayan turizm, tarihte ilk olarak refah ve elit yaşayan bireylerin yaptığı lüks bir faaliyet kapsamındayken, geçirdiği değişimler sonucu günümüzde bir gereksinim halini almıştır (Çallı, 2015: 135). İlk ve orta çağda sınırlı sayıda insanların katıldığı bu hareketlilik ilerleyen dönemlerde ise kitlesel bir sosyal faaliyet olarak boyut kazanmıştır (Avcıkurt ve Yıldız, 2018: 47). Kısacası, turizm dünyanın farklı bölgelerini keşfetme ve çeşitli deneyimler yaşama isteğinden kaynaklanan bir seyahat serüvenidir.

İnsanlar, toplumsal olguları çeşitli safhalara ayırarak incelemişlerdir. Turizmin tarihsel süreç içindeki değişiminde de tarihsel bir sınıflandırma söz konusudur (Kozak vd., 2013: 8-9). Çeşitli evreler geçiren turizm faaliyetlerinde ilk seyahatlerin, yazıyı ve tekerleği bulan Sümerler tarafından M.Ö. 4000’lerde gerçekleşmesi başlangıç olarak karşımıza çıkmaktadır. Akabinde M.Ö.

3000'lerde ise Eski Mısır'da bulunan hanlar ve han benzeri yapıların sıklıkla ziyaret edilmesi ve aynı dönemde Babil Krallığı'nda yazılan eserlerde seyahatlerin anlatılması da seyahat hareketinin geliştiğinin bir göstergesi olmuştur (Toskay, 1983: 76-77). M.Ö. 753 yıllarında Roma döneminde ticari yol ağının genişlemesi, güvenliğin sağlanması, genel refah seviyesinin yükselmesi ve uzun boş zamanlarının olması Romalıların eğlence için seyahat eden ilk turistler olduğuna dair genel bir kanaat oluşturmaktadır (Gül, 2010: 13; Ahişapoğlu ve Arıkan, 2003: 6-8; Toskay, 1983: 70-72).

Roma İmparatorluğunun V. yüzyılda ortadan kalkması ile başlayan orta çağ döneminde Marco Polu'nun hemen hemen çeyrek asır devam eden Venedikten Çine uzanan güvenli bir şekilde tamamladığı yolculuğu, turizmin gelişmesine imkân sağlamıştır (Akova, 2010: 35). Marco Polo gibi Orta çağın sonlarına doğru Christoph Colomb, Magellan, Vasco de Gama ve Evliya Çelebi vb. seyyahların dünyanın çeşitli yerlerini keşfetme arzusu ile gerçekleştirdikleri seyahat faaliyetleri de dikkat çekmektedir (Göksan, 1978: 6).

17. yüzyılda ortaya çıkan "Grand Tour" da kapsam olarak İngiliz elitlerinin çocuklarının eğitimlerini tamamlamaları için Avrupa'nın bazı ülkelerine (Fransa, İtalya başta olmak üzere) gerçekleştirdikleri turlar (Hudman ve Jackson, 1999), 1840'larda büyük kitleler halinde ve farklı motivasyonlarla gerçekleştirilen seyahatlere dönüşmüştür. (Kozak vd., 2013:14). 19. yüzyılda ilk buhar makinelerinin icadı ile Thomas Cook'un, 1841 yılında gerçekleştirdiği İngiltere'nin Leichester şehrinden 570 kişilik bir grubu 20 km uzaklıkta bulunan Loughbrough kentine bir festivale, dini amaçlı seyahatle trenle götürmesi, Cook'u paket turun öncüsü ve mucidi yapmıştır (Kozak vd., 2011: 29-30).

İkinci Dünya Savaşı'nın sonunda Avrupa'da başlayan sanayi devrimine kadar lüks bir tüketim olarak tanımlanan turizm, sanayileşme ile birlikte gelişim ve yayılım göstermeye başlamıştır. Tüketicilerin alım güçleri artmış (Hacıoğlu, 2013: 9) ve 1960'lı yıllardan itibaren devlet kontrolü altında ve yüksek ücret dahilinde zor ulaşılabilirliğe sahip olan havayolu taşımacılığı, büyük ölçüde serbestleşmiş ve ucuzlamıştır. Bu gelişmeler seyahatleri daha erişilebilir kılmış ve uluslararası kitle turizmine olanak sağlamıştır. Aynı zamanda destinasyonların rekabetçiliğini de arttırmıştır (Forsyth, 2006).

1980'lerde paket turların turizmde talep görmeye ve yaygınlaşmaya başladığı yıllar iken (Holloway vd., 2009) 1990 yıllarında ise daha yeni ve özele

olan ilgiye bağılı olarak alternatif turizm olgusu popülerlik kazanmaya başlamıştır (Altınay, 1996: 59). Kitle turizminin olumsuz çevresel ve ekonomik etkilerinin başlaması ve değişen tüketici tercihleriyle (İnan, 2020: 63); alternatif ve özel ilgi turizmi gibi yeni ve sürdürülebilir turizm türleri son yıllarda büyük bir ivme kazanmıştır (Soyak, 2013: 1-2). Nitekim oteller, restoranlar, alışveriş merkezleri, kongre merkezleri, müzeler, ören yerleri ve golf sahaları yatırımları bu dönemde hızla artış göstermiştir. (Purkis, 2008, aktaran Güngör, 2011).

## 1.2. Türkiye Turizminin Tarihsel Seyri

Türkiye turizminin tarihsel süreci incelendiğinde oldukça eskilere dayandığı görülmektedir. Anadolu, tarih boyunca birçok uygarlığın doğuşuna, gelişimine tanıklık etmiş ve zengin bir kültürel mirasa ev sahipliği yapmıştır (Özgüç, 2015). 1071 Malazgirt Savaşının ardından 1077 yılında Anadolu Selçuklu Devletinin kurulmasıyla, büyük bir çoğunluğunu Türk ve Müslümanların oluşturduğu Anadolu halkı, dini bir vecibe olan Hac görevini yerine getirmek için Mekke'yi ve Anadolu'daki dini merkezleri ziyaret etmeye başlamıştır. Aynı dönemde, İpek Yolu ve Baharat Yolu gibi ticari ve askeri amaçlı seyahatler de o dönemin turizm olaylarını oluşturmuştur. Ancak turizm kavramı, Osmanlı İmparatorluğu döneminde bugünkü anlayışa yakın bir gelişim göstermeye başlamıştır (Emekli, 2005: 103; Andaç, 2004: 4).

Osmanlı İmparatorluğunda turizm, II. Mahmut döneminde Türkiye'ye getirilen “Kırlangıç” adlı buharlı geminin alımıyla başlayan deniz taşımacılığı ve sonrasında alınan diğer buharlı gemilerle daha da gelişmiştir (Emekli, 2005: 103). Bunun yanı sıra, 1846'da İstanbul'da bulunan Aya İrini Kilisesi, Sultan Abdülmecid döneminde askeri bir müze haline çevrilerek halkın ziyaretine açılmıştır. 1863'de ise yine İstanbul'da düzenlenen Sergi-i Umûmî-i Osmânî'nin milli fuar niteliği taşıması, yurt içi ve yurt dışından yoğun bir ziyaretçi akışının gerçekleşmesine ve İstanbul'da seyahat acentalarının kurulmasına öncülük etmiştir. Bu dönem, turizm faaliyetlerinin başlangıcı olarak önemli atılımlara sahne olmuştur (Evliyaoğlu, 1988, aktaran Alaca, 1997:47).

29 Ekim 1890'da “Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek” 190 sayılı Nizamname'nin çıkarılması dış turizm hareketlerinin bir sonucu olarak yürürlüğe konulmuştur (Kozak vd., 2011). 1841 yılında Türkiye'nin ilk oteli olan “Otel D'angleteer” fiilen hizmete açılmıştır.

Pera Palas Otelı'nde faaliyet göstermeye başlayan NATTA (Milli Türk Seyahat Acentacılığı) ise turizm ve acentecilik alanında öncü kurum olarak nitelendirilmektedir (Kozak vd., 2011). Aynı dönem içerisinde Beyoğlu semtinde açılmaya başlayan (seyahat acenteleri, lokantalar, pastaneler gibi) turizm işletmeleri filizlenmeye başlamıştır (Gürsoy, 2006: 5). Akabinde gelen yıllarda ise Osmanlı Devleti'nde iç ve dış sorunların meydan gelmesi, Birinci Dünya Savaşının ortaya çıkması ile turizme ilişkin faaliyetler bütünüyle büyük bir ölçüde duraksamaya uğramıştır (Andaç, 2004).

Turizm ile ilgili çabalar Cumhuriyetin ilanıyla yeniden canlanmıştır. Bu gelişim, temel anlamda 1923-1963 yılları arası planlı dönem öncesi ve 1963 yılından günümüze kadar olan planlı dönem olarak iki ana kıstas çerçevesinde değerlendirilebilir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2014). Planlı dönem öncesi yaşanan önemli gelişmeler şu şekildedir: 1923 yılında Türkiye Turing Kulübü kurulmuştur (Andaç, 2004). 1934 yılında turizm sektörü ile ilgili ilk yasal çalışma olan “İktisat Vekâleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkında” 2450 Sayılı Kanun'la Turizm Bürosu faaliyete geçmiştir (Yağcı, 2003: 17). 1949 yılında “Birinci Turizm Danışma Kurulu” toplantısı yapılarak ulusal turizm politikalarına temel olan bir rapor hazırlanmış, bu rapor ile turizm devlet ilişkisi tam olarak ortaya çıkmıştır (Usta, 2001). 1953 yılında 6068 sayılı Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu çıkarılmış turizm politikasının ana ilkeleri saptanmıştır (Alaca, 1997: 48).

Turizm ile ilgili çabalar, 1923-1962 yılları arasındaki plansız dönemde kayda değer bir gelişme göstermemiştir. Bu dönemde, sadece Türkiye turizm faaliyetleri, devlet teşkilatı bünyesine alınarak, planlı dönem için bir altyapı oluşturulmasına öncülük edilmiştir (Sözen, 2007, aktaran Polat, 2016: 16).

Türkiye'de, 1961 anayasasının yürürlüğe girmesiyle birlikte turizmde planlı kalkınma dönemi başlamış ve 1963 yılından itibaren turizm yatırımlarına yön vermek amacıyla beş yıllık kalkınma planları düzenlenmiştir. Bu kalkınma planları çerçevesinde turizmle ilgili turist sayısı, turizm geliri, turizm harcamaları gibi hedefler belirlenmiş ve aynı zamanda turizm politikaları ve planları da oluşturulmuştur (Kuşlvan, 2018: 181). Planlı dönemde, turizm sektöründe yabancı kitle turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılmış ve turizm yatırımları öncelikli bölgelere yönlendirilmiştir. Ancak zaman içerisinde ortaya çıkan çevresel sorunlar ve tüketici eğilimindeki

değişiklikler, turizm hedef ve politikalarının alternatif turizm ve sürdürülebilirlik odaklı olarak değiştirilmesine yol açmıştır (Tuncel, 2019: 65).

Planlı dönem başlangıcından günümüze kadar olan süreç dahilinde toplam On Bir tane Beş Yıllık Kalkınma Planı uygulamaya konulmuştur. Bunlar;

- 1963 – 1967 yılları için Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,
- 1968 – 1972 yılları için İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,
- 1973 – 1977 yılları için Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı,
- 1979 – 1983 yılları için Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı,
- 1985 – 1989 yılları için Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,
- 1990 – 1994 yılları için Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı,
- 1996 – 2000 yılları için Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,
- 2001 – 2005 yılları için Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,
- 2007 – 2013 yılları için Dokuzuncu Kalkınma Planı,
- 2014 – 2018 yılları için Onuncu Kalkınma Planı,
- 2019-2023 yılları için On Birinci Kalkınma Planı,

Yukarıdaki kalkınma planları içerisinde Birinci-Onuncu Kalkınma Planı Devlet Planlama Teşkilatı tarafından düzenlenerek planlanmıştır. On Birinci Kalkınma Planı ise T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanmıştır (Tüzünkan, 2015: 91; T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

Beş Yıllık Kalkınma Planında gerçekleşen önemli olaylar; 1957 yılında sadece turizme odaklanan bir “Turizm ve Tanıtma Bakanlığı” kurulmuştur. 1972 yılında 1618 sayılı kanunla Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuş ve tüm seyahat acentaları tek bir çatı altında toplanmıştır. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı “Turizmi Teşvik Kanunu” yatırımların öncelikli olarak turizm faaliyetlerinin gelişmesini sağlayacak alanlara yönlendirilmesini ve kıt kaynakların etkin bir şekilde kullanımını hedeflemiştir.

1983 yılı, devletin özelleştirme faaliyetlerine hız verdiği bir dönem olarak kayıtlara geçmiştir. Bu dönemde Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), Turizmi Geliştirme Vakfı (TUGEV), Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) ve Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) gibi birlik ve dernekler aracılığıyla turizm özel sektör temsilcileri etkili konumlar edinmişlerdir. 2003 tarihinde yürürlüğe giren 4848 sayılı “Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun” “Kültür ve Turizm Bakanlığı” adı altında

faaliyetler gerçekleştirmeye devam etmiştir (Andaç, 2004; Kozak vd., 2015; Yağcı, 2003 ).

### 1.3. Turizmde Yaşanan Krizler

Geçmişten günümüze dinamik ve kırılğan bir yapıya sahip olan turizm; salgın hastalıklar, doğal afetler, savaşlar başta olmak üzere (Bahar, 2020), politik ve ekonomik sorunlardan hızla ve oldukça fazla etkilenmiştir (Gür, 2019). Ülke kalkınmasında lokomotif görevi üstlenen turizm endüstrisi, küresel ölçekli veya destinasyon özelinde meydana gelebilecek her türlü durum karşısında talep boyutu itibariyle olumlu veya olumsuz anında tepki verebilen bir yapıdadır (Oduncuoğlu, 2021). Turizm faaliyetlerine katılma süresince turistlerin dikkat ettikleri en önemli husus gidilen bölgede güven duygusunu hissedebilmesidir. Bir destinasyonda güven tehditi unsuru o bölgede yaşanan sel, doğal afet, volkanik patlama gibi tabii durumların yanı sıra savaş, terörizm, siyasi düzensizlik ve ekonomik krizlerle de doğrudan ilintilidir (Yıldız vd., 2015).

Turizm çevresel şartlardan meydana gelen değişimler karşısında hem makro ölçek bazında ülke ve şehirler hem de mikro ölçek bazında olan tüm turizm işletmeleri olarak etkilenmektedir. Turizm her an krizlerle karşılaşma olasılığı olan büyük bir sektördür (Köker ve Alemdar, 2013: 36). Literatüre ilk kez 1960'lı yıllarda giren kriz kavramı “stres, “endişe, “panik”, “felaket” gibi ifadelerle tanımlanmaktadır (Zerenler, 2004). Kriz nosyonunun birçok bilim dalında farklı perspektiflerle tanımlandığı görülmektedir. En genel tanımlamayla kriz; “genellikle oluşumuna müdahale etmede yetersiz kalma durumları” kriz dönemi ise; “çabuk ve acele uyum sağlamayı gerektiren değişiklikler” olarak tanımlanabilir (Akat ve Budak, 1999; Puchan, 2001: 43). Köşker (2017) turizm endüstrisi bağlamında kriz kavramını; “endüstrinin olağan faaliyetlerinde sorunlara yol açan, faaliyetleri sekteye uğratan ve durduran, turistik destinasyonun güven ve emniyeti ile ilgili turistleri tedirgin eden, turizm gelirleri ve turizm talebinde azalmalara neden olan durumlar” olarak tanımlamaktadır. Kriz durumunun oluşmasıyla birlikte turizm sektöründe turizm hareketliliğinin olağan seyrini tehdit eden, turizm işletmelerinin faaliyetlerini sürdürmelerini güçleştiren ve turistik akışın sağlanmasına engel teşkil eden durumlar ortaya çıkmaktadır (Kiper vd., 2020: 531).



Geçmişten süregelen büyük olaylar, turizm endüstrisi için ciddi derecede önemli kayıp ve hasara yol açmakta ve doğal veya insan yapımı tehlikelere karşı savunmasız veya maruz kalmak, sektörde küresel ölçekli büyük krizleri de beraberinde getirmektedir (Pforr ve Hosie, 2008: 250). Kriz durumu çevresel, ekonomik, politik, sosyo-kültürel olaylar ve güvenlik sorunları olmak üzere birçok farklı perspektiften ele alınmaktadır (Vural ve Uçar, 2017: 258).

Ekonomik krizler, salgın hastalıklar, doğal afetler, savaş ve terör gibi krizler kısa sürede global turizm endüstrisine yansiyarak önemli kayıpların yaşanabilmesine sebep olabilmektedir. Bu noktada, dinamik bir yapıya sahip olan turizm faaliyetleri, tahmin edilemeyen durumlarla karşı karşıya kalırken çeşitli engel ve zorluklarla da karşılaşabilmektedir (Köker ve Alemdar, 2013: 37). Dünya gün geçtikçe birbiri ile daha bağımlı ülkelerden oluşan bir bütün olmaktadır. Yaşanan global olaylar veya küçük çapta bir kriz durumu, turizm sektöründe uluslararası düzeyde büyüyebilmekte, diğer bir tarafı şiddetli derecede etkileyebilmektedir (Ritche, 2004). Dünya üzerinde meydana gelen ve turizm sektörüne etki eden ciddi krizler ana hatlarıyla şu şekilde sıralanmaktadır;

*1991 İran – Irak Körfez Savaşı:* 2 Ağustos 1990 tarihinde Irak'ın Kuveyti işgal etmesiyle başlayan 1991 Körfez Krizinde savaş bölgesine yakın olan Türkiye politika ve bölge sorunlarının ortasında kalmış, turist sayısı ve turizm gelirininde de ciddi oranda bir düşüş yaşanmıştır (Acar, 2017: 1).

*1997 Asya Ekonomik Krizi:* Tayland'ta başlayan ve tüm Asya bölgelerine yayılan “Doğu Asya Krizi” olarak da bilinen adlandırılan kriz, etkileri tüm dünyada hissedilen büyük çaplı devalüasyonlar ve küresel bir mali krize sebep olmuş, bununla paralel olarak uluslararası seyahate etkisi negatif yönde olmuştur (Dilek ve Emre, 2017: 1094).

*1999 17 Ağustos Depremi:* Türkiye'nin en önemli sanayi bölgesi konumunda olan Marmara bölgesinde gerçekleşen deprem maddi manevi önemli kayıplara sebep olmuştur. Bir önceki yıla göre yüzde 40 azalma yaşayan turizm geliriyle turizm talebini doğrudan etkilemiştir (Sarıçay ve Ünal, 2014: 16).

*2001 11 Eylül Terör Saldırıları:* Amerika Birleşik Devletlerine karşı El Kaidenin gerçekleştirdiği terör saldırısı üzerine uluslararası boyutta olan turizm faaliyetlerinde ertelenme, turizmde küçülme ve gerileme başlamıştır. Özellikle

turistlerin havayolu seyahatinden uzaklaştığı belirli destinasyonlar için tercih değişikliğine gittiği görülmüştür (Mutlu ve Akbaş, 2016: 5-6).

*2004 Tsunami Felaketi:* 24 Aralık tarihinde Hint okyanusunda Sumutra Adası yakınlarında 9.0 şiddetinde meydana gelen deprem sonucu oluşan tsunami felaketi sonucunda 250 bin kişi hayatını kaybetmiştir. 15 ülke bu felaketten fazlasıyla yara almış ve turizm sektörü için ağır bir darbe olarak sonuçlanmıştır (Dilek ve Emre, 2017: 1096).

*2008 Mortgage Krizi:* Krizin temel nedeni ABD de bankaları verdiği konut kredileri ve Mortgage kredilerinin yapısının bozulmasıyla hisse senetlerinde düşen değer kaybının finansal bir kaosa dönüşmesidir. Global ölçekte birçok ekonomiyi ve reel bir sektör olan turizmi oldukça etkilemiş, turizm hareketleri 2007 yılına nispeten oldukça düşük kalmıştır (Ayaz, 2016: 1363; Dilek ve Emre, 2017: 1096).

*2009 Küresel Ekonomik Kriz:* 1929 ekonomik bunalımdan sonra yaşanan en büyük ekonomik krizdir (Gurria, 2008). Yaşanan kriz sonrası 2008 yılındaki turizm verilerine kıyasla 2009 yılında turist sayısında %4,3 turizm gelirinde ise %6 oranla bir düşüş dünya genelinde görülmüştür (Sarı ve Seçilmiş, 2010).

*2015-2016 Rusya - Türkiye Uçak Krizi:* Rus savaş uçağının Türkiye tarafından Suriye sınırlarında düşürülmesiyle ülkeye süreklilik çerçevesinde gelen rus turistlerde düşüş yaşandı. Rusya'nın önemli bazı tur operatörleri Türkiye'ye olan paket turlarını iptal etmeye başlamışlardır (Dilek ve Emre, 2017: 1098).

### **1.3.1. Turizmde Salgın Hastalıklardan Kaynaklı Krizler**

İnsanların toprağı işlemeye başladığı dönemlere kadar uzanan salgın tarihi, insan ve doğa arasında kurulmaya başlanan yakın ilişkiden sonra veba, sıtma, tifüs gibi hayvan kaynaklı hastalıkların da doğmasına sebep olmuştur (Yelboğa ve Aslan, 2020). Salgın hastalık, “Bir hastalığın veya enfeksiyon etkeninin ülkelerde, kıtalarda, hatta tüm dünya gibi çok geniş bir alanda yayılım göstermesi” şeklinde tanımlanmıştır ve aynı zamanda “doğal felaket” olarak kabul edilmektedir (T.C.Sağlık Bakanlığı Bilgilendirme Platformu, 2023). Beklenmedik olaylar şeklinde tanımlanan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkilerinden biri de bu salgın hastalıklardır. Salgın hastalıklar da birer kriz sebebi olarak değerlendirilmekte, ülkenin destinasyonun imajını olumsuz etkileyebilmekte ve turistler açısından çekiciliğini yitirmesine neden

olabilmektedir (Çeti ve Ünlüöner, 2019: 110). Salgın hastalıklar turizm perspektifinden değerlendirildiğinde, kırılgan yapısı ve dinamik özelliği nedeniyle endüstriyi ve tüm öğelerini çok çabuk etkilemekte ve toparlayabilme süreci de uzun bir zaman alabilmektedir (Akkaşoğlu ve Akyol, 2022: 124).

Küresel ölçekte gerçekleşen turizm faaliyetleri, bulaşıcı olan virüsün bir toplumdaki diğerine hızlı bir şekilde geçmesine ve kolay yayılmasına sebep olabilmektedir. Bu durumla paralel olarak sağlık konusunda titiz olan ve bu durumdan endişe duyan bireyler turistik faaliyetlerine hemen katılmaktan çekinebilmektedirler (Kiper vd., 2020: 529).

1347-1351 yılları arasında meydana gelen Kara Veba salgını, dünya tarihinde meydana gelen en kapsamlı ve insan üzerindeki etkisi en fazla olan salgın hastalıklardan biridir. Bu salgın, yaklaşık 200 milyon kişinin ölümüne sebep olmuştur. 20. yüzyılda, 40-50 milyon ölüm vakasıyla en çok can kaybına neden olan salgın, İspanyol Gribi olarak bilinmektedir. 21. Yüzyılda ise Covid-19 salgınında yaklaşık 7 milyon insan yaşamını yitirmiştir. Dünya tarihinde görülen diğer salgınlar ise sırasıyla, Kolera Salgını, Hong Kong Gribi, Çiçek Hastalığı, Sarıhumma Virüsü, HIV-AIDS Virüsü, Sars Salgını Şap Hastalığı, Domuz Gribi, Kuş Gribi, Ebola Salgını ve Covid-19 Salgını olarak sıralanmaktadır (Veri Kaynağı, 2022). Yakın zamanda yaşanmış ve ciddi etkiler bırakan 6 salgın hastalık şu şekildedir;

*Şap Hastalığı:* Ayak ve Ağız Salgını olarak bilinen ve en bulaşıcı hayvan hastalıklarından biri olan, ilk kez 2001 yılında Birleşik Krallıkta ortaya çıkmış salgın (Lyon ve Worton, 2007), ilk önce kırsal kesimlerde gözükse bu durumdan kentler de oldukça etkilenmiş ve yayıldıkça İngiltereyi ziyaret etme konusunda küresel düzeyde bir endişe başlamıştır (Frisby, 2003). Nitekim salgın turizm sektöründe bir kriz durumu oluşturmuş, İngiltere’de önemli turistik destinasyonlarda ziyaretçi düşüşü yaşanmış ve İngiltere turizminde 5 milyar \$ kayba neden olmuştur (Miller ve Ritche, 2003: 150).

*Sars Salgını:* Sars (Severe Acute Respiratory Syndrome): “Ağır Akut Solunum Yolu Yetersizliği Sendromu” olarak bilinen salgının ilk vakası 2003 Kasım ayında Çin’in Guangdong eyaletinde ortaya çıkmıştır. Salgında toplam 8096 vaka ve 774 ölüm gerçekleşmiştir (Dünya Sağlık Örgütü, 2023). Çin, Tayvan, Kanada ve Singapur ülkeleri üzerinde büyük etki bırakan salgında, bu dört ekonominin GSYİH’da (Gayrisafi Yurtiçi Hasıla) takribi 20 milyar dolarlık kayıp yaşanmıştır. Turizm faaliyetleri %70’ten daha fazla düşmüş ve

salgının olmadığı ülkelerde bile turist akışında ciddi azalmalar olmuştur (McKercher ve Chon, 2004). SARS salgını doğrultusunda global anlamda olarak turizm sayılarında bir düşme söz konusu olsa da Türkiye turizm faaliyetlerinde salgının belirgin bir etkisi olmamıştır (Khan, 2020: 32).

*Kuş Gribi:* “Tavuk Vebası” olarak da adlandırılan kuş gribi, göç sırasında göçmen kuşlardan kanatlı kümes hayvanlarına bulaşmasıyla öldürücü etki bırakmış ve akabinde bu etki insanlara da bulaşmıştır (Fluewiki, 2006). Türkiye’de ilk defa 2005 yılının sonlarında görülen H5N1 kuş gribi salgının ilk vakası 2003 yılı şubat ayında Çin’de ortaya çıkmıştır. 2006 yılında ise 12 ülke vatandaşının kuş gribine yakalandığı, dört vatandaşın vefat ettiği bilgisiyle karantina faaliyetleri başlamıştır (Başdemir, 2006). Tüm dünya üzerindeki turist sayısında düşüş yaşanmış, Türkiye’de ise 2006 senesinde ölümlerin gerçekleşmesiyle Ocak, Şubat ve Mart aylarında 2005 yılına nispeten %4,7, %10,1 ve %16,7 oranlarında bir düşme yaşanmıştır (Arslan, 2006).

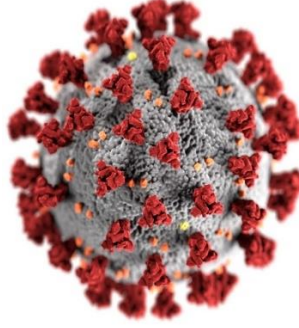
*Domuz Gribi:* 2009 Mart ayında Meksika’da bulunan bir domuz çiftliğinde ilk vakanın görüldüğü H1N1 virüsü, domuz hayvanından insanlara geçmesiyle başlayan bir salgındır (Çırakoğlu, 2011: 50-53). Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre 2009 Mayıs ayına kadar Amerika Birleşik Devletleri, Meksika, Kanada, Japonya, İspanya başta olmak üzere toplam 48 ülkede 13.398 domuz gribi vakası görülmüş ve 95 kişi yaşamını yitirmiştir (Çeti & Ünlüönen, 2019). Diğer salgınlarda olduğu gibi domuz gribi salgınında da turizm sektörü olası olumsuz sonuçlar almıştır. Turist sayılarında düşme yaşanmıştır (Turak, 2021: 51-52).

*Ebola Salgını:* 2013 yılı Aralık ayında Gine’de çıkan Ebola virüsü hastalığı, vahşi hayvanlardan (meyve yarasaları, kirpi ve insan olmayan primatlar gibi) insanlara bulaşır ve sonrasında doğrudan temas yoluyla insan popülasyonunda yayılmaya devam eder. 27 Mart 2016 tarihine kadar toplam olarak 28.646 vaka sayısı ve 11.323 vefat durumu hasıl olmuştur. Salgına yakalanan insan sayısının en fazla altı ülkede (Sierra Leone, Liberya, Gine, Nijerya ve Mali) görüldüğü tespit edilmiştir. (Dünya Sağlık Örgütü, 2023a). Batı Afrika’da salgın nedeniyle turizm sektörünün 2014 ve 2017 yılları arasında 3,6 milyar dolar kaybettiği tahmin edilmektedir. Turistler arasındaki Ebola korkularının bir sonucu olarak bölgede 2014 yılında rezervasyonlarda %20 - %70 arasında bir düşüş yaşanmıştır (Novelli vd., 2018).

*Covid-19 Salgını:* 2019'un Aralık ayında Çin'in Wuhan (Vuhan) kentinde deniz ve hayvan ürünlerinin bulunduğu pazardaki kişilerden tespit edilmesiyle başlamış ve kısa sürede ateş, öksürük ve nefes darlığı semptomların görülmesiyle dünyanın birçok ülkesine yayılmıştır. Covid-19 Salgını insanlarda büyük bir korku ve panik ortamı yaratmış kısa süre içerisinde ülke sınırları kapatılmış karantina tedbirleri uygulanmaya başlanmıştır. Covid-19 salgını dünya üzerinde insanları sağlık, sosyal, ekonomik ve psikolojik gibi küresel sorunlarla karşı karşıya getirmiştir (Tanrıku, 2020: 413-414). En ağır darbe alan sektörlerden biri olan turizm sektörü, sokağa çıkma yasakları, seyahat kısıtlamaları, sosyal mesafe kuralları sonucunda durağanlık yaşamış ve birçok turizm işletmesinde kapanma hatta iflas etme durumu yaşanmıştır. Uluslararası turist sayılarında yaşanan ekstrem dalgalanmalar, düşüşler bu etkinin ne kadar büyük olduğunu gözler önüne sermiştir (Turak, 2021: 55).

#### **1.4. Covid-19 (Koronavirüs) Salgını**

Sözcük anlamıyla “tüm insanlara etki eden” salgın hastalıklar (Aslan, 2020: 36), belirli bir ülkede çıkmasına rağmen küreselleşerek ülkeleri birçok yönde olumsuz etkileyen halk sağlığı sorunlarıdır (Lee ve Mckibbin, 2004). İnsanlık, tarih boyunca ölümcül, yıkıcı, ekonomik işleyiş ve faaliyetleri dönüştürücü etkileriyle salgın hastalık safhalarına tanıklık etmiştir (Hagverdiyeva ve Akbulaev, 2022: 43). Ulusal ve küresel ölçekte ani bir hastalığın hızla yayılması olarak tanımlanan salgınlar, her geçen gün hızlı bir şekilde büyüyen insan ve toplum sağlığı için ciddi bir tehdit unsuru olma durumunu ifade etmektedir. Bu salgınlardan sadece bir tanesi olan ve yakın zamanda yaşanan Covid-19 salgını, bireyden bireye kolay bir şekilde enfekte olabilme durumundan ötürü kısa süre içerisinde dünya genelinde yayılmış virüsü kapalı insan sayısında hızlı bir artış söz konusu olmuştur (Morens vd., 2009: 1019; Acar, 2020: 11).



**Resim 1:** Covid-19 Virüsünün Görünümü

Kaynak: (<https://covid19.sdu.edu.tr/>)

RNA virüs ailesinin bir türü olan Covid-19 virüsü hayvanlarda görülen mutasyon eğilimi yüksek olmasıyla insanlara kolaylıkla geçen, en çok bilinen SARS-Cov ve MERS-Cov türlerini içinde barındıran bulaşıcı bir hastalıktır (Üstün ve Özçiftçi, 2020: 143).

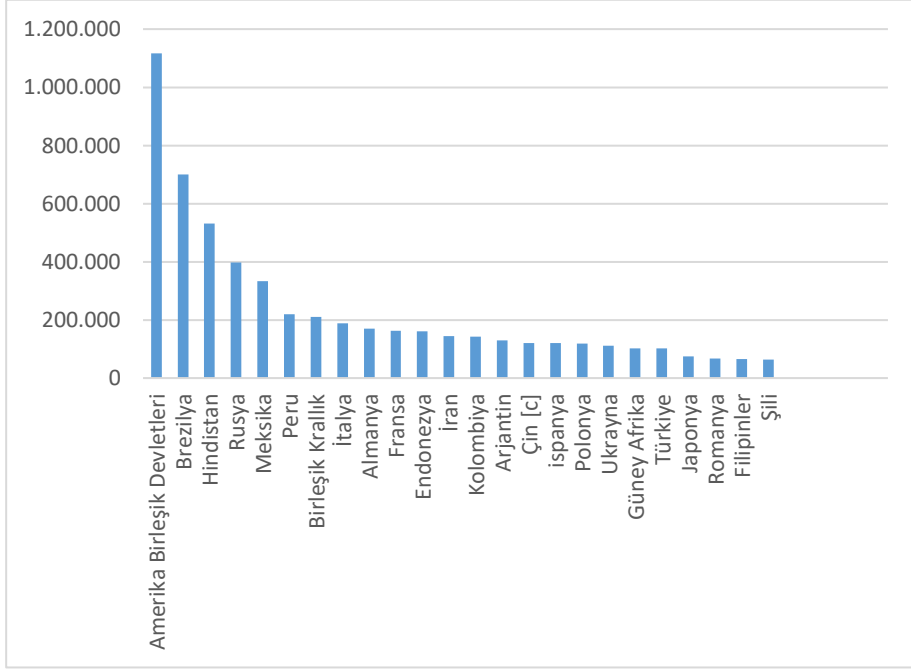
CO, korona, VI virüs, D hastalık anlamına 19 ise keşfedildiği yıl dan adını alan ciddi bir solunum yolu enfeksiyonuna sebep olan pangolin kökenli bir virüstür (Zhang vd., 2020). Aralık ayı 2019 tarihinde Çin Wuhan (Vuhan) şehrinde ortaya çıkan (Tanrıku, 2020: 413-414) doğal bir mutasyona uğramış olan Covid-19, damlacık saçılması veya temas yoluyla bulaşım gösterebilen bulaşıcı bir hastalık türüdür (Aslan, 2020: 39). Koronavirüs, Çin Hubei eyaletinde deniz ürünlerinin bulunduğu hayvan pazarında, bir kişide görülen çeşitli semptomlarla (ateş, öksürük nefes darlığı) ortaya çıkmıştır. Yürütülen çalışmalar doğrultusunda Ocak 2020'nin 13.gününde koronavirüs (Covid-19) adı ile tek zincirli, pozitif polariteli, zarflı RNA virüs türü olarak ortaya konulmuştur (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020).

Virüsü taşıyan kişiyle 1 metre mesafede temas etmeden 10 dakika aynı ortamda bulunmasına karşın virüs bulaştırma riski taşımaktadır. Salgının çıkış noktasından Türkiye'ye kadar tüm ülkelerde karantina zorunluluğu, sokağa çıkma kısıtlamaları, mesafe kuralları ve sosyal alan faaliyet sınırlandırmaları ile bu hassas süreç yönetilmeye başlanmıştır (Aslan, 2020: 39). Salgın hastalıkların yönetilme sürecinde ve mücadele etmede bütüncül bir yaklaşımla toplumun tümünün buna katılım sağlaması sürecin daha kolay ve hızlı bir şekilde atlatılmasında önemli bir etkidir (Garda, 2021: 193). Vuhan

yerel yönetiminin 11 Ocak tarihinde yaptığı virüsün salgın boyutuna evrildiği, yaşanan ilk vefat açıklamasının ardından Çin haricinde ilk defa Koronavirüs vakaları şu şekilde ortaya çıkmıştır;

- 13 Ocak 2020 tarihinde Tayland,
- 16 Ocak 2020 tarihinde Japonya,
- 19 Ocak 2020 tarihinde Çin'in Guangdong eyaleti,
- 20 Ocak 2020 tarihinde Güney Kore,
- 21 Ocak 2020 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri,
- 25 Ocak 2020 tarihinde Avustralya, Fransa, Malezya ve Kanada,
- 26 Ocak 2020 tarihinde Brezilya, Yunanistan, Gürcistan, Kuzey Makedonya, Norveç, Romanya ve Pakistan,
- 29 Ocak 2020 tarihinde Birleşik Arap Emirlikleri,
- 30 Ocak 2020 tarihinde Filipinler ve Hindistan,
- 31 Ocak 2020 tarihinde Rusya, İsveç, Roma ve İspanya,
- 14 Şubat 2020 tarihinde Mısır,
- 19 Şubat 2020 tarihinde İran,
- 21 Şubat 2020 tarihinde İsrail,
- 25 Şubat 2020 tarihinde Cezayir, İsviçre, Hırvatistan, Avusturya'da ve diğer dünya ülkelerinde
- 11 Mart 2020 tarihinde ise Türkiye Cumhuriyeti'nde ilk vakaya rastlanmıştır (Euronews, 2020).

Çin hükümeti 23 Ocak'ta Vuhan'ı karantinaya almasının ardından, 30 Ocak tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından "Uluslararası Kamu Sağlığı Acil Durum" kamuoyuna duyurmasıyla birlikte ülkeler arası sınırların geçişine ilişkin kontrol uygulamalarına başlanmıştır (World Health Organization, 2020). Virüsün soğuk ve kapalı havalarda bulaşma riskinin açık ve güneşli havalara oranla daha fazla olmasından ötürü sonbahar ve kış ayları griplerinde yayılmasıyla virüs ivme kazanmış ve daha fazla yayılım göstermeye başlamıştır (Aslan, 2020). DSÖ tarafından yayımlanan "Weekly Epidemiological Update on COVID-19" raporuna göre 2021-2022 tarih aralığında vaka ve ölüm sayısında yaşanan pik özellikle aralık ayları olarak gözlemlenmiştir (World Health Organization, 2021). Küresel ölçekte bir kırılma noktası yaşatan Covid-19 salgınında, 2023 verilerine göre toplam 761.401.518 vaka sayısı ve 6.886.987 ölüm meydana gelmiştir. Ölüm oranının en çok olduğu ilk 25 ülke Grafik 1'de gösterilmiştir (Wikipedia, 2023).



**Grafik 1:** Covid-19 Salgın Ölüm Oranlarının En Fazla Yaşandığı Ülkeler

Kaynak: (Wikipedia, 2023).

Ortaya çıktığı günden itibaren hızla yayılarak küresel bir boyut kazanan salgın insanların hayatlarını şiddetli bir şekilde sarsmış, ülke sınırları kapatılmış, turizm faaliyetleri, ticaret ve yüz yüze diplomasi durma noktasına gelmiştir. Devletler ekonomi sistemleri ve toplumlar salgın sonrası oluşan bu durumlara karşı hazırlıksız yakalanmışlardır (Chinnazi vd., 2020: 395-400).

### 1.4.1. Salgının Ekonomik Etkileri

Dünya Sağlık Örgütü, 11 Mart 2020 tarihinde pandemi ilan etmesiyle başlayan ve hızla devam ederek yaşanan salgın süreci, tüm dünyada sağlığın ve insani maliyetlerin yanı sıra ekonomik, sosyal, kültürel, toplumsal ve psikolojik faaliyetleri de derinden etkilemiştir (Orhan ve Tırman, 2020: 2312; Hagverdiyeva ve Akbulaev, 2022: 43). Çin’de başlayan ve daha sonrasında tüm dünyaya yayılan salgın, doğası gereği komplike ve domino etkisi yaratan bir süreç olmasıyla, ekonomik problemlere de yol açmıştır (Arslan ve Bayar, 2020:



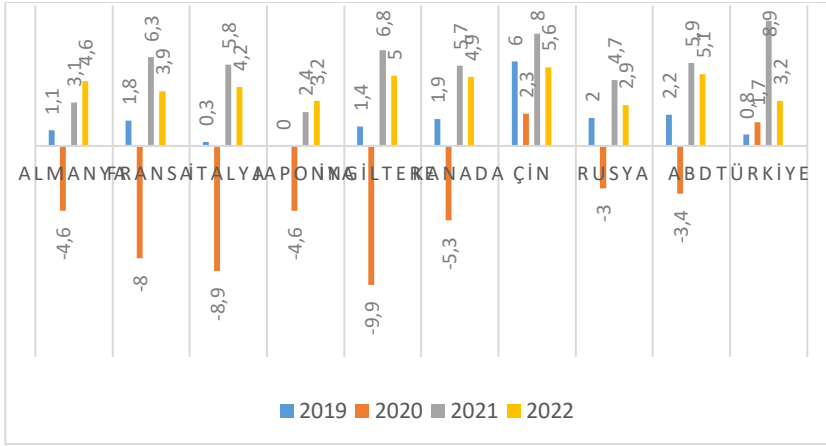
92). Arslan ve Bayar (2020), “Covid-19 salgınının ekonomik krizin kaynağı tam olarak, reel sektörden kaynaklı bir arz şokunun işgücü piyasası ve finansal piyasayı etkileyerek talep şokuna neden olması” şeklinde ifade etmiştir.

Son 100 yılda insanların karşı karşıya kaldığı en büyük halk sağlığı sorunu olan Covid-19 İkinci Dünya Savaşından beri en büyük küresel resesyona (durağanlığa) neden olmuş ve dünya ekonomisi üzerindeki çarpıcı etkisine dikkat edilmiştir. (Horton, 2021; Yeyati ve Filippini, 2021: 1-2). Salgının somut etkileri özellikle ekonomik alanda derin izler bıraktı ve bu süreç, doğrudan ya da dolaylı olarak tüm toplum kesimlerini etkiledi. Virüs, yalnızca salgın olarak değil, ekonomik alanda da bulaşıcı bir etkiye sahip olarak dünya genelinde yayılmıştır. Bu nedenle, küresel ekonomik paradigmaları ciddi oranda etkileme potansiyeline sahip olması kaçınılmazdır (Karakaş, 2020: 563). Ülkeler salgına karşı sokağa çıkma yasağı uygulamaları başlatınca dünya ekonomisi durma noktasına gelmiştir. Ticari faaliyetler sekteye uğramış, birçok firma üretime ara vermiş, işletmeler kapanmaya girmiş, eğitime bütün kademelerde ara verilmiştir (Gürsoy vd., 2020: 21). Salgının yayılma hızıyla birlikte finansal ve toplumsal hayatta değişiklikler meydana gelmiştir. Ülkeler salgın yayılma hızını en aza indirmek için genel bağlamda aldıkları bazı önlemler (Yeniçağ Gazetesi, 2020; Arslan ve Bayar, 2020: 91-92) şeklinde verilmiştir;

- Ağırıklı olarak hizmet sektörü faaliyetlerinin durdurulması işletmelerin fiziki kapanmaya girmesi,
- Sanayi üretimi dahil olmak üzere üretimlere ara verilmesi,
- Uluslararası ticaret faaliyetlerinin duraksaması,
- Hukuki davaların sürdürülmesinin minimum seviyeye indirilmesi,
- Eğitimin her kademesinin çevrimiçi olarak sürdürülmesi,
- Yurtiçi ve yurtdışına seyahat kısıtlamalarının getirilmesi,
- Özel sektörde çalışmaların home ofis şeklinde yürütülmesi,
- Spor müsabakaları, olimpiyatlar ve liglerin önce seyircisiz izlenebilmesi, daha sonra ertelenmesi,
- Kongre, seminer, fuar ve ticari organizasyonların iptal edilmesi,
- Sosyal kültürel ve sanatsal etkinliklerin iptal edilmesi.

Küresel nitelikte olan bu salgının boyutu büyüdükçe alınan tedbirler daha sıkı bir hal almaya başlamış ve alınan önlemler, istihdam oranını, arz ve talep

dengesini, çalışma hayatını doğrudan etkilemiş ve finansal bir kriz ile karşı karşıya kalınmıştır. Yaşanılan talep düşüşleri ile iş gücü ve istihdamda yaşanan daralma sonucunda işsizlik oranları ciddi bir ölçüde artmıştır (Kara, 2020: 270-271). Dünya ülkelerinde borsalarda ilaç firmaları, temizlik ürünleri depoları, eğitim ve eğlence şirketleri ve çevrimiçi oyun şirketlerinin hisse fiyatlarında artış yaşanırken; bankacılık, endüstri ve üretim sanayisi, petrol ve turizm şirketlerinin hisse fiyatlarında ise azalış olmuştur. Özellikle havayolu şirketleri Covid-19 dolayısıyla oluşan 200 milyar doları aşan bir zararın söz konusu olduğunu ifade etmişlerdir (Bloomberg, 2021). 2020 yılında küresel büyümede negatif bir eğilim oluşmuş, küresel ekenomide 2020 yılında %3.5 bir küçülme yaşanmasının ardından 2021 yılında %6.1 bir büyüme, 2022 yılında ise bu ivme biraz daha yavaşlayarak %3.2 bir büyüme, 2023 yılında ise %2.9 oranında bir büyüme yaşanacağı tahmin ediliyor (International Monetary Fund, 2022). Ekonomik anlamda birbirlerine güçlü bir şekilde bağımlı olan ülkeler yaşanan küresel salgın sürecinde de birbirlerinden etkilenmişlerdir. IMF (International Monetary Fund) Raporuna göre salgın süresince ve salgından hemen sonra dünya ekonomisine yön veren belirli ülkelerde ve Türkiye’de yaşanan ekonomik büyüme oranları Grafik 2’de gösterilmiştir.



**Grafik 2:** IMF'nin Ülkelerin 2019-2022 Büyüme Oranları

Kaynak: (IMF,2022)

### 1.4.2. Salgının Toplumsal Etkileri

Tarih boyunca salgınlar, toplumlar üzerinde büyük ve kalıcı etki bırakan önemli kırılma noktalarından biri olmuştur (Kurt ve Karaaziz, 2021: 84). Salgınlar sadece tıbbi bir fenomen değil aynı zamanda birey ve toplumu çok yönlü derinden etkileyen ani ortaya çıkış sebepleriyle hazırlıksız yakalanan korku ve panik duygusu yaratan sosyal olaylardır (Beck, 1992). Viral ve bulaşıcı olduğu anlaşılan Covid-19 hastalığı iki türlü sağlık sorununa sebep olmaktadır. Birincisi tıbbi olarak yaşanan doğrudan fiziksel sağlık sorunları, ikincisi de salgınla ilgili yaşanan panik, kaygı gibi ruhsal sağlık sorunlarının meydana gelmesidir. (Aşkın vd., 2020: 307). Hastalık salgın boyutuna gelmeye başlaması sonucunda sosyal izolasyon, karantina uygulamaları ve seyahat yasakları gibi alınan tedbirler toplumsal hareket kısıtlılığını da beraberinde getirmiştir (Üstün ve Özçiftçi, 2020: 145)

İtalyanca kökenli ‘quarantina’dan gelen karantina, kelime karşılığı olarak kırk gündür. Dünya tarihinde geçmişi VII. Yüzyıla dayanan karantina; bulaşıcı hastalıkları yayılımını engellemek bölgeyi dış etkenleri karşı korumak için alınan giriş çıkış yasağı tedbirlerinin uygulanmasıdır (İzgi ve Türkmen, 2013: 32; Bekçi, 2019). Karantina uygulamalarıyla birey toplumdaki daha çok soyutlanmış ve bu süreçte insanlar “Laissez faire” anlayışıyla toplumun derdine çare bulunmayacağı buhranına kapılıp (Sevimli, 2021: 57) umutsuzluk ve kaygıyla derin bir psikolojik yıpranma yaşamışlardır (Karakaş, 2020: 543). Yerel ve küresel olarak uygulamaya koyulan sosyal izolasyon, maske, mesafe kuralları ile birey ve toplum arasındaki bağ azalmış (Üstün ve Özçiftçi, 2020: 146), Covid-19’un doğasında olan belirsizlik durumu da toplumun sosyal psikolojik durumunu olumsuz olarak etkilemiştir (Taştan vd., 2020: 36).

Taylor Pandeminin Psikolojisi adlı kitabında küresel boyutta yaşanan salgınlarda 5 kritik psikososyal durumun ortaya çıktığını öne sürmüştür. Bunlar;

- Salgın başlangıcında bulaşma ve ölüm riski korkusuyla panik içinde yiyecek içecek ve temizlik malzemelerinin stoklanması,
- Virüsün çıkış noktası olarak kabul görülen bölgeye suçluluk atfedilmesi ve o topluma karşı ırkçı davranışların ve tutumun sergilenmesi,

- Virüsün bulaşma paniği ve sağlık endişesiyle sağlık sistemlerini gereğinden fazla meşgul edilmesi ve kilitlemesi,
- Salgın yayılımını engellemek için uyulması gereken sosyal izolasyon, maske kullanımı, sosyal mesafeyi koruma, evde kalma uygulamalarına karşı oluşan tahammülsüzlük ve bu uygulamalara karşı sergilenen anti davranışlar,
- Salgın durumuna karşı oluşan doğru bilgilerin yanı sıra, komplo teorileri asılsız iddialar ve medya da oluşan dezenformasyonlar şeklinde sıralanmaktadır (Taylor, 2019).

Hastalık belirtilerin her bireyde değişkenlik göstermesi ve yayılabilme potansiyelinden ötürü Ulrich Beck'in "risk toplumu" algısıyla virüsün nereden nasıl geleceği bilinmezliği insanları dış ortama karşı daha temkinli bir hale getirmiş, (Timur, 2017: 189) hastalık tanısı alan kişiler ve gruplar toplumda ötekileştirilmeye maruz bırakılmıştır (Özmen ve Erdem, 2018). Covid-19, sosyal dokuyu bozan ve toplumu her yönüyle etkileyen bir salgın olarak, insanlarda küresel ölçekte zihinsel sağlık sorunlarına yol açmıştır. Örneğin (bulaşma, gelecek kaygısı, finansal istikrarsızlık, agorafobi, yabancı düşmanlığı vb.) korkular ve kaygılar toplumsal düzeye hızla yayılmaktadır (Mertens vd., 2020). Alınan tedbirler gereği sosyal ilişkilere ara verilmesi ve aile bireyleriyle daha fazla bir arada olunması sonucunda, aile içi ilişkilerin zayıfladığı ve kadınlar ile çocuklara uygulanan şiddet oranlarında artış yaşandığı ortaya konulmuştur (Nar, 2020, aktaran Akar, 2022: 25). Ayrıca salgın boyunca alkol ve uyuşturucu tüketiminin ve online kumar sitelerine üyeliklerinde ve Brezilya, İspanya, Birleşik Krallık, Güney Kıbrıs gibi bölgelerde, aile içi geçimsizliğin ve gerilimlerinin de önemli bir ölçüde arttığı ifade edilmektedir. (Bonotti ve Zech, 2021: 10-11). Sosyal etkileri hızla gelişen salgının özellikle vaka ve ölüm oranlarının pik yaptığı dönemlerde, süpermarketlerde temel gıda başta olmak üzere maskeler, el dezenfektanları, tuvalet kâğıt vb. ürünler için kavga çıkartan ve izdiham ortamı yaratan bir toplum ile karşı karşıya kalınmıştır (Long ve Khoi, 2020). Toplumsal olarak her alanda alışkanlıklarımızı değiştiren bu süreçte; yiyecek içecek sektörü karekod menü uygulamasına geçmiş ve her alanda temassız ödeme, temassız teslimat opsiyonları oluşmaya başlamıştır (Wu, 2020). Salgın sonrası toplumsal olarak meydana gelen korku ve panik doğrultusunda alınan önlemlerin ve yaşanan kitlesel psikolojik durumların yanı sıra toplumun bu

durum karşısında bütüncül birlik ve beraberlik, dayanışma ruhu, güven duygusu ile birbirine yaklaşımlarıyla oluşturulacak bir sosyolojik mekanizmayla krizlerin üstesinden gelinebilir. Toplumsal olarak oluşturulacak bu tutum, salgınla mücadele etme hususunda en büyük güç olacaktır (Karakaş, 2020: 553).

### 1.4.3. Salgının Psikolojik Etkileri

Tarih boyunca meydana gelen diğer bulaşıcı hastalıklar gibi, Covid-19 da psikolojik sağlık ve refahı etkileyen bir salgındır ve normal hayata dönüşün ardından bile insanlar üzerindeki psikolojik etkiler bir süre devam etmektedir (Aşkın vd., 2020: 307). Olayları ve olguları düşünen, yordayan tepki gösteren insanların yakın zamanda meydana gelen küresel bir salgın kriz karşısında duyacağı korku, kaygı, üzüntü, depresiflik gibi psikolojik yansımalarla karşı karşıya kalması doğal bir durumdur. Salgın sonrası söz konusu alınan tedbirler insanların günlük yaşam dinamiğinde değişiklikleri ve sekteleri de beraberinde getirmiş, insanlar doğaları gereği aradığı öngörülebilirlik, kontrol, belirlilik, güven duygusu azalması karşısında daha çok öfke, gerginlik, kaygı, üzüntü ve korku duygularına kapılmışlardır (Demirutku, 2020). Salgının neredeyse tüm dünyaya yayılması ve ölüm oranlarının artmasıyla yaşamsal kırılmanlık (ölüm dehşeti) ile yüzleşmiş olan insanlık bu travmatik durum karşısında manevi değerlerini de sorgulamıştır. Yoğun endişe, panik gibi psikolojik semptomlarda artış söz konusu olmuştur (Taştan vd., 2020: 15; Özatay ve Sak, 2020). İnsanlarda yoğun bir şekilde görülen bu duygulara neden olan bazı hususlar (Taştan vd., 2020: 17);

- Daha önce görülen virüslerin aksine, belirli bir semptom olmadan da iletilebilir olması,
- Hayati derece de risk taşıyan insanların fazla olması,
- Süreci kontrol edilebilir ve öngörülebilir olmaması,
- Aşı sürecinin uzaması ve aşılardan insan vücudunda oluşturacağı geri dönüşler hakkındaki bilgilerin belirsizliği ve güvensizliği,
- Virüsün mutasyona uğraması ve artçı dalgaların ortaya çıkma ihtimali,
- Salgınla beraber oluşan her geçen gün artan ekonomik kaygılar,
- Medya organlarında ve sosyal medyada yayılan bilgi dezenformasyonu şeklinde sıralanabilir.

İnsan, dünyaya karşı belirli bir öngörüye ve modele sahiptir. Hayatındaki akışa her anlamda vâkıf olmak ve güven duygusunu hissetmek ister. Salgın ile birlikte rutin olarak gerçekleşen iş, okul ve sosyal hayata gelen kısıtlamalar sonucunda, zihninde hiç yer edinmemiş bu modellerle yüzleşen insanlar birçok şeyi eskisi gibi öngörüyor olmaması nedeniyle güven duygusunu kaybeder ve yetersizlik hissine kapılıp bunu davranışlarına ve yakın ilişkilerine yansıtır (Erciyes, 2023: 55). Bu durumların yanı sıra virüsten dolayı aile ve yakın çevresini kaybeden insanların yas sürecini gereği gibi yaşamayıp yeteri derece de sosyal ve psikolojik destek almaması sonucunda insanlarda öfke patlamaları, ölüm korkusu ve intihar gibi ruh sağlığı sorunları ortaya çıkmıştır (Yıldız vd., 2020). Salgından sonra kısıtlama sürecine giren ve yaşam alanı daralan insanların, evde kalma süresinin uzamasıyla sigara, alkol, zararlı madde tüketimi artmıştır. Aile içinde yaşanan ev içi sorumluluklar ile ilgili tartışmalar ve problemler ailedeki iç huzuru bozan geçimsizliğe anlaşmazlığa neden olmuş, şiddete eğilimi artmış ve boşanma oranlarında dikkat çekici bir artış yaşanmıştır (Barış ve Taylan, 2020: 29-30). Bu durumların yanı sıra virüsten dolayı aile ve yakın çevresini kaybeden insanların sevdikleriyle tam anlamıyla vedalaşamamış, gerekli dini ve kültürel ritüelleri yerine getirememişlerdir. Nitekim yas sürecini gereği gibi yaşamayıp yeteri derece de sosyal ve psikolojik destek almaması sonucunda da insanlarda öfke patlamaları, ölüm korkusu ve intihar gibi ruh sağlığı sorunları ortaya çıkmıştır (Yıldız vd., 2020).

Fiziki izolasyonun ilerleyen safhalarında bireyler sosyal ve çevresel ilişkilerini online görüşmeler yaparak, YouTube, Skype veya Zoom gibi platformlar aracılığıyla sosyal medyayı kullanarak ve telefon üzerinden gerçekleştirmeye devam etmiştir. Bu “yeni düzen” sürecinde bu duruma ayak uyduramayanlar (değişikliğe açık olmayan) insanlar da ilişkilerine yeni bir boyut kazandıramamış, daha çok yalnızlığa çekilmişlerdir (Taştan vd., 2020: 12). Milyonlarca insan yeni yaşamın geri dönüp dönmeyeceği ile alakalı net bir bilgiye sahip olmadan evlere kapanmış, yalnızlığını ve stresini azaltmak için evcil hayvan sahiplenmeye başlamıştır. Bu dönemde küresel bazda evcil hayvan sahip edinme sayısında önemli bir artışın olduğu da görülmektedir (Morris, 2020).

Bireysel yaşam üzerindeki tehdit edici gücü olan bu durum karşısında insanlar birbirinden uzaklaşmış, enfekte olmasından şüphelenilen ve enfekte

olan bireylere karşı ayrımcılık ve stigmatizasyon oluşmuştur. Bu süreç içerisinde damgalanmaya ve ayrımcılığa maruz kalan bireylerin psikolojik ve duygusal iyi oluş hali olumsuz etkilenmiştir (Cyrus vd., 2020: 156-158; Karakaş, 2020: 553-554). Yaşanılan bu salgın seyrinde psikolojik temelli sorunlar; bireylerin sosyo kültürel özelliklerine, finansal durumuna, psikolojik durumuna ve bireysel özelliklerine göre farklılık gösterebilmektedir. “Evde kal” çağrılarının bulunduğu bu dönemde eve kapanan bireylerin bu dönem zarfında barınma, güvenlik, beslenme, temel ihtiyaç eksikliği, finansal kaygı, yaşanan maddi ve manevi kayıp, sosyal destek açısından eksik hissetmeleri, yaşananlara dair eksik veya yanlış bilgilendirilmeleri, karantina süresinin uzaması değişkenleri insanları psikolojik açıdan savunmasız bir durumla karşı karşıya bırakmıştır (Kaya, 2020: 123-124).

### **1.5. Covid-19 Salgının Küresel Turizm Endüstrisine Etkisi**

Yüksek bir talep esnekliğine sahip olan turizm endüstrisi, ödemeler dengesine ve istihdama büyük bir katkı sağlayarak ekonomik değer olarak vazgeçilmez bir lokomotifdir. Dünya genelinde meydana gelen krizlerden ivedilikle ve yoğun bir şekilde etkilenen endüstrilerin en başında kuşkusuz turizm endüstrisi gelmektedir (Köşker, 2017: 217; Vural ve Uçar, 2017: 258). Güvenlik ve sağlık konularındaki değişikliklere karşı hassas olan turizmin kriz yönetim süreci, ülkenin ekonomik refah düzeyine, finansal kaynak durumuna, hükümet yetkilileri ve endüstri paydaşlarına göre birçok farklı değişken ile ilintilidir (Hu, Yang ve Zhang, 2021:2).

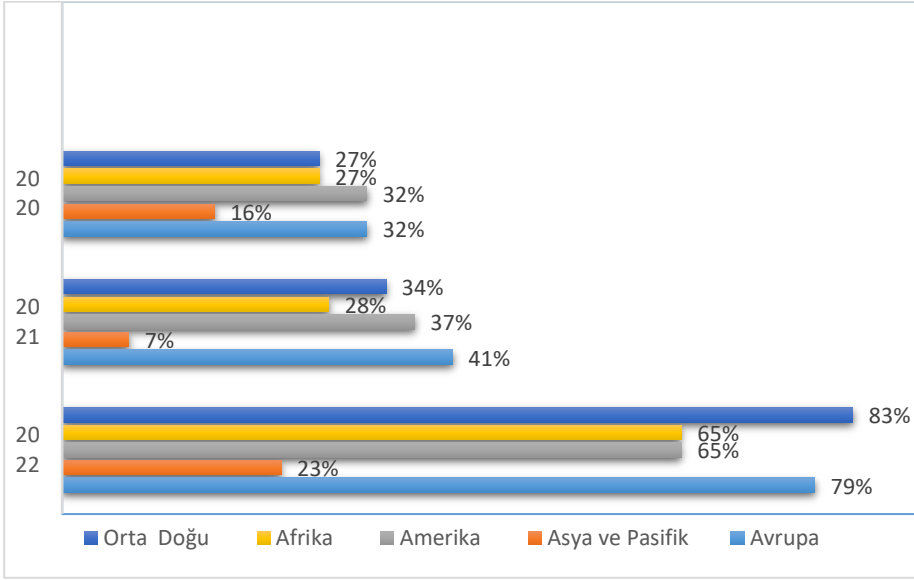
Daha önce, SARS 2002 ve H1N1 2009, MERS-2012 ve H7N9-2013 kuş gribi gibi geçmişteki salgın krizler (Tekeoglu, 2021: 373) ortaya çıktıkları andan itibaren küresel bir etki yaratma potansiyeline sahip olmuş, olağan ekonomik akışı büyük ölçüde değiştirerek, işletmeleri ve paydaşlarını olumsuz yönde etkilemişlerdir. Özellikle turizm endüstrisinde, salgın hastalıklardan kaynaklanan kriz durumu, endüstriyi ve tüm öğelerini etkisi altına almakta ve bu durumun ıslah edilmesi uzun bir zaman dilimi alabilmektedir (Akkaşoğlu ve Akyol, 2022: 124-125).

Krizler turizm talep eğrisi üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Talebin olumsuz yönde etkilenmesi, hatta durması kriz durumlarında söz konusu olabilmektedir. Çünkü turizm hareketliliğinin temel taşı olan turistler, gittikleri bölgede güven duygusunu hissetmek ve bu kapsamda seyahat etmeyi

tercih etmektedirler (Güzel, 2021: 1020). Yakın tarihte hayatımıza giren Çin kaynaklı olan ve altı ay içerisinde tüm dünyaya yayılan, bir sağlık krizinden daha fazlası olan Covid-19 virüsü, turizm endüstrisinde derin izler bırakmıştır. Global düzeyde yaşanan salgın bağlamında alınan seyahat yasakları, sosyal izolasyon ve mesafe önlemleri sektörel bazda kritik bir süreç yaşatmış, sektör bazında oteller, diğer konaklama tesisleri, seyahat acentaları, havayolu ve yiyecek-içecek işletmelerinde küçülme veya durdurulmaya sebebiyet vermiştir. Genel perspektiften bakıldığında salgının turizm, seyahat, misafirperverlik ve turistlerin seyahat alışkanlıkları üzerinde ciddi etkilere sahiptir (Kaur, 2021: 280; Gralinski ve Manachery, 2020: 3; Arslan ve Kendir, 2020). Kırılgan bir kimliği olan turizm endüstrisinde, destinasyon ve küresel bazda turizm faaliyetleri sekteye uğramış, aynı zamanda sektörün çoğu ülke için büyük bir istihdam ve gelir kaynağı olması sebebiyle, büyük oranda işsizlikte eşzamanlı olarak yaşanmış ve turizm ekonomisi son derece olumsuz bir şekilde etkilenmiştir (Şengel, 2021: 218).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (2020), bu durumu, “Turizm sektörü mevcut Covid-19 salgınından diğer sektörlerden daha fazla etkilendiği gibi, sektördeki en savunmasız gruplar arasında da bulunmaktadır” şeklinde ifade etmiştir. Covid-19 sonrası dünya geneli turist verilerinde negatif yönlü bir eğilim oluşmuştur. Virüs salgını sebebiyle turistlerin seyahat öncelikleri değişmiş, maceracı olmayan turistler, genel bağlamda sağlık açısından güvenli olmayan, virüs riskinin bulunduğu destinasyonlarda yabancılarla temas etmek zorunda kalacakları için bu bölgelere seyahat etmekten kaçınarak, karşı karşıya kaldıkları sağlık tehdidini bertaraf etmeye çalışmışlardır. Bu doğrultuda uluslararası seyahatlerini ertelemeye veya iptal etmeye başlamışlardır (Bağcı, Uzun ve Bostan, 2020: 335). Covid-19 hakkında UNWTO Dünya Turizm Barometresinin son baskısına göre; 2019 yılı virüsün ortaya çıkmasından sonra 2020 yılı 20 Nisan itibarıyla tüm destinasyonlarda %100 seyahat kısıtlamaları getirilmiştir. Küresel turizm hareketlerinde 2020 yılında 2019 yılına kıyasla %67 oranında bir düşüş olduğu, 2021 yılında 2020 yılına göre %4 (400 milyondan 415 milyona) oranında bir artış olduğu belirtilmiştir. 2022 yılında 2021 yılına göre %63 oranında bir artış olduğu, 900 milyondan fazla turist uluslararası seyahat ettiğini, 2022 yılında pandemi öncesi turizm seviyelerinin yaklaşık %80'ini geri kazanıldığını da vurgulamıştır (UNWTO, 2023).





**Grafik 3:** 2019 Yılına Göre Uluslararası Turist Varışlarının Değişim Oranları

Kaynak: (UNWTO, 2023)

Grafik 3’de yer alan veriler ışığında 2020, 2021, 2022 yıllarında gerçekleşen uluslararası turistik varışların 2019 yılına göre değişim yüzdeleri Avrupa, Asya ve Pasifik, Amerika, Afrika ve Orta Doğu bölgelerine göre dağılımı verilmiştir. Tablonun genel çerçevesinde Orta Doğu, pandemi öncesi seviyelerin %83’ü ile 2022’de turizmde en iyi toparlanmayı yaşadığı, Avrupanın pandemi öncesi turizm seviyelerinin yaklaşık %80’ini geri kazandığı, Afrika ve Amerika, turizm seviyelerinin salgın öncesi seviyelerin yaklaşık %65’ine ulaştığı, Asya ve Pasifik’de ise daha katı uygulanan Covid-19 protokolleri nedeniyle turistlerin yalnızca yaklaşık %23’ünü toparladığı görülmektedir. UNWTO Genel Sekreteri Zurab Pololikashvili 2023 yılı için; ekonomik durum ve devam eden jeopolitik belirsizliklere rağmen sektörün güçlü duracağını, UNWTO’nun seyahat talebinin güçlü kalması ve sektörün daha geniş çapta toparlanması için yardımcı olacağı 2023’te, salgın öncesi seviyelere döneceğinin beklendiği şeklinde demeçte bulunmuştur (UNWTO, 2023). WTTC (World Travel and Tourism Council) raporuna göre; salgın öncesi dönemde seyahat ve turizm alanında dünya çapında yaratılan yeni işlerin 1/4’ünü kapsadığını, toplam istihdamın %10,6’sını (334 milyon) ve küresel

GSYİH'nın %10,3'ünü (9,6 trilyon \$) oluşturduğunu belirtmiştir. Salgının hemen akabindeki yıllarda ise;

- 2019'da Seyahat ve Turizm sektörü küresel GSYİH'ya %10,3 katkıda bulunurken, hareketliliğe yönelik devam eden kısıtlamalar sebebiyle 2020'de %5,3'e düşen bir pay, 2021 yılında ise bu pay %6,1'e yükselmiştir.
- 2020'de Seyahat ve Turizmin GSYİH'ya etkisi yaklaşık 4,9 trilyon ABD Doları kaybı (-%50,4 düşüş) iken, 2021'de 1 trilyon ABD Doları (+%21,7 artış) yaşanmıştır.
- 2020'de, %18,6'lık bir düşüşle 62 milyon iş kaybı yaşanırken, ve 2019'daki 333 milyona kıyasla dünya genelinde yalnızca 271 milyon çalışan kaldı. 2021'de ise bir önceki yıla göre %6,7'lik bir artışla 18,2 milyon iş kurtarılmıştır.
- 2020'de %47,4 oranında azalan yerli ziyaretçi harcamaları 2021'de %31,4 şeklinde artmıştır.
- 2020'de %69,7'lik düşüşün ardından uluslararası ziyaretçi harcamaları, 2021'de %3,8 olarak artmıştır (WTTC, 2022).
- Küresel olarak ziyaretçilerden gelen turizm harcamaları 2022'de 2021'e kıyasla %112 bir artış yakalamıştır. Seyahat başına turist harcaması, 2022 fiyatlarına göre %13 artış göstermiştir. 2023 yılı için toplam turist harcamasının dünya çapında 1,4 trilyon doları aşacağı tahmin edilmektedir (Cashflows, 2023).

### **1.5.1. Salgının Turist Davranışlarına ve Seyahat Alışkanlıklarına Etkisi**

Turizm tarihte ilk olarak refah ve elit kesimin gerçekleştirdiği lüks bir faaliyet durumundayken tarih boyunca geçirdiği safhalar sonrasında günümüzde toplumun her kesiminde gereksinim olarak son halini almaya başlamıştır (Çallı, 2015: 135). Yirmi birinci yüzyılda ise turizm alanında küreselleşme, sınırların giderek ortadan kalkması, uluslararası yatırımların yaygınlaşması, kültürler arasındaki etkileşimin güçlenmesi gibi sonuçlar doğrultusunda turizm endüstrisi, yeni yaklaşımları ve eğilimleri beraberinde getirip büyük bir ivme kazanmıştır (Çeken ve Ateşoğlu, 2008: 137).

Turizmin temel unsuru güvenlik çerçevesinde kurgulu olmasıyla, meydana gelen krizler, savaşlar, afet ve salgın durumlarından ivedilikle ve

yoğun olarak etkilenmektedir. Özellikle salgın durumlarında ortaya çıkan “belirsizlik” durumu insanların tüketim tercihlerini turistik harcamalar yapmaktan ziyade temel ve güven endeksli harcamalara sevk etmiştir (Tekin, 2020; Gümüş ve Hacıevliyagil, 2020). 2019’un son ayında Çin’de ortaya çıkmış ve kısa sürede dünyanın birçok ülkesine yayılan Covid-19 virüsü, korku ve panik atmosferi yaratarak tüm sektörlerde olumsuz etkiler bırakmıştır. Üretim sektörünün temel taşı olan fabrikalar küresel ölçekte durma noktasına gelmiş turizm sektöründe rezervasyonlar ve hava, deniz, kara, demiryollarında seferler iptal edilmiştir. Turizm faaliyetleri sekteye uğramış planlanan turlar belirsiz tarihlere ertelenmiştir. Alınan karantina tedbirleri ve kısıtlamalar sonucunda ülke sınırları kapatılmış ve iş faaliyetlerinin durma noktasına gelmesiyle milyonlarca çalışan işini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır (Tanrıkulu, 2020: 413).

Ölümcül sonuçlar doğuran salgını önlemek amacıyla alınan sosyal, siyasi ve ekonomik alanındaki radikal kararlar arz-talep dengesini etkilemiştir. Özellikle emek yoğun bir sektör olan turizm ve turizme bağlı iş kollarını durma noktasına sürüklemiştir (Çetinkaya vd., 2020: 79). Bütün bulaşıcı hastalıklar gibi Covid-19 salgınında da meydana gelen fiziksel zararın yanı sıra, sosyal izolasyon, seyahat kısıtlamaları, zorunlu karantina uygulamaları olarak alınan köklü kararlar, insan kaygılarını açığa çıkartmakta ve güçlendirmektedir. Salgının turizme olan emsalsiz etkisiyle değinilen en önemli hususlardan biri turistlerin üzerindeki duygu ve davranış değişimlerine, tatil tercihlerine, algıladıkları risk düzeylerine ve seyahat alışkanlıklarına karşı oluşan etkilerdir. Salgın neticesinde turistler seyahatten kaçınma durumuna sürüklenmiş ayrıca yaş grupları arasındaki ihtiyaç ve davranışlardaki farklılıkları da ortaya çıkarmıştır (Cahyanto, vd., 2016; Kock vd., 2020).

2021 yılının sonlarına doğru vaka sayılarının azalmasıyla dünya genelinde girilen normalleşme sürecinde turizm endüstrisinde de kısıtlamalar kaldırılmış turizm faaliyetlerinde hareketlilik başlamıştır. Ancak sektörde bir canlanma söz konusu olsa da turist davranışlarında paradigma değişikliği olmuştur. Turistlerin destinasyona ve işletmelere karşı algıladıkları risk düzeyi ve kişisel kaygılarının bulunması, salgının turist ruhu üzerindeki etkisini göstermektedir. (Kodaş, 2022: 30; Zenker ve Kock, 2020:1). Çünkü turistler, seyahat esnasında destinasyonda alınan tüm hizmet çerçevesindeki işletmeler ve konaklama tesislerinde, güvenlik ve sağlık kapsamında bir tatil deneyimi

yaşamak isterler. Nitekim turistler riskli durumlar karşısında panik ve endişe duygusuna kapılıp seyahat etme niyetlerini olumsuz etkileyebilmekte ve seyahat etme endişesine de sebep olabilmektedir (Abadi vd., 2021).

Yaşanılan Covid-19 salgınıyla insanlar kitlesel turizm faaliyetlerinden ve kalabalık destinasyonları ziyaret etmekten kaçınıp, daha çok münferit veya küçük gruplar halinde turistik yoğunluğun az olduğu destinasyonlara seyahat etme eğiliminde bulunmaya başlamışlardır (Wen vd., 2021). Krungsri şirketinin yaptığı araştırmaya göre Covid-19 sonrası turistlerin davranışları ve seyahat eğilimleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Jenerasyonlara göre Covid-19 Öncesi ve sonrası Turist Davranışları ve Seyahat Eğilimleri

Yaş	Seyahat Tercihleri	Konaklama Tercihleri	Etkileyenler	Covid-19 Sonrası Değişiklikler
< 24 yaş	Yapılacaklar listesi odaklı, macerayı ve eko seyahati seven, gece hayatını seven, yeni fikirlere açık	Geleneksel olmayan oteller, eko-oteller	Sosyal medya	Daha az korkulu, eğlenceli (kısa vadeli) ve kısıtlı bir bütçeyle seyahat
24-37 yaş	Yalnız veya arkadaşla yapılan bir Paris seyahati, aile ziyareti, her şey dahil dinlendirici ve romantik kaçamaklar ve spor	Küçük butik oteller, paylaşımlı ekonomik konaklama (AirBnB)	Reklamlar	Daha az korkulu, kısa süreli seyahat ve kampanyalardan yararlanma
38-53 yaş	Deneyimlere odaklı, Diğer nesillere göre daha az seyahat, aile- iş gezileri, spor	Resort aile otelleri	Tur grubu ve arama motorları araçları	Korkulu, sınırlı büyük harcamalar ve iş gezileri
54-72 yaş	Rahat ve macerasız gezilere odaklı, büyük harcamalar yapan	Lüks geleneksel otel konsepti	Tur grupları ağızdan ağıza iletişim	Korkulu, biraz seyahat sınırlaması
> 72 yaş	Büyük grup seyahati (4 kişiden fazla), uzun tatil ve büyük harcamalar	Lüks geleneksel otel konsepti	Tur grupları ağızdan ağıza aile iletişimi	Korkulu, seyahat sınırlaması

**Kaynak:** (Everydaymarketing, Index Creative Village Public Company Limited Krungsri Research, 2021).

Tablo 1’de verilen kuşak farklarına göre seyahat davranışları arasındaki farklılıklar Covid-19 sonrasında da farklılıklar göstermektedir.

Turistin sağlık tehdidi ile karşı karşıya kaldığında oluşturduğu risk algısı, seyahat niyeti ve davranışta değişiklik meydana getirmektedir. Söz konusu durum bireysel bağlamda yaş unsuruna, psikolojik özelliklere, sosyo-demografik faktörlere, önceki seyahat deneyimlerine ve medya gibi çeşitli dış faktörlerin etkisine bağlı olarak spesifik bir risk değerlendirmesi kapsamında değişebilmektedir (Seow vd., 2022; Pennigton ve Schroeder, 2013). İnsan temasına açık olan virüs riski belirli bir ortamda bulunan ziyaretçileri daha az açık, daha az meraklı, daha az keşfedici hale getirerek ve destinasyondaki turistik deneyimi olumsuz etkilemektedir. Bu bağlamda, salgının etkisiyle turistler popüler destinasyonlara seyahat ederken, güvenli ve emniyeti içeren kapsayıcı bir turizm paketini tercih etmeye yönelmişlerdir (Rahman vd., 2021).

Günümüzde, kilit noktaların hemen tartışılmaya ve konuşulmaya başlandığı, bilgi yayılımının gerçekleştiği çevrimiçi kitle iletişim ve sosyal medya araçlarında, Covid-19 salgını hakkında çeşitli bilgi paylaşımları ve agresif medya haberleri meydana gelmeye başlamıştır. Nitekim bu durum seyahat eden turistlerin düşüncelerinde değişim oluşturmuş ve bazı yabancı düşmanlığı, turist etnosentrizmi gibi tutumları ortaya çıkarmıştır (Kock vd., 2020; Miao vd., 2021).

## 1.6. Türkiye’de Covid-19 Salgın Süreci

İnsanlığın varoluş seyrinde hep var olan salgın hastalıklar değişik coğrafyalara yayılan sarsıcı etkileri ve toplu ölümleri getiren genel halkın sağlığı sorunlarını ifade etmektedir. Dünyanın tamamını kısa bir zaman zarfı dahilinde tesirine alan Covid-19’un ilk kez Aralık ayı 2019 yılında Çin’de tespit edilmesinin ardından, 11 Mart 2020 yılında Türkiye’de görülmüştür. Damlacık yoluyla bulaşan virüsün yayılma oranı havada saatlerce, bakırla temas durumunda 4 saat, plastik ile temas durumunda 48 saat, çelikte ise 72 saat kalabilmektedir. Virüsün vücuda yerleşmesinden sonra 2-14 günlük bir zaman sürecinde kuluçkada kalmakta ve kuru öksürük, baş ağrısı yüksek ateş, ishal, nefes darlığı ve mide bulantısı şeklinde bir klinik seyir almaktadır (İbiş, 2020: 87-88; Aslan, 2020: 36-41). Sağlık Bakanlığı Covid-19 Bilgilendirme Platformu Mart 2023 raporuna göre; ülke genelinde toplam 17.232.066 vaka sayısı ve 102.174 ölüm gerçekleşmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, COVID-19

Bilgilendirme Platformu, 2023). Türkiye, virüsün yayılım hızını yavaşlatmak ve engellemek için sosyal, ekonomik, toplumsal alanlarda birçok tedbirler alıp uygulamaya başlamıştır (Soylu, 2020: 175-176; Büyükbayrak, 2021).

- 12 Mart 2020, eğitime tüm kademelerde ara verilmiş ve uzaktan eğitim sistemine geçiş yapılmıştır.
- 16 Mart 2020, Türkiye genelinde tiyatro, sinema, gösteri merkezi, konser salonu, nişan/düğün salonu, çalgılı/müzikli lokanta/kafe, (AVM ve lokanta içindekiler dahil), çay bahçesi, dernek lokalleri, lunapark, yüzme havuzu, hamam, sauna, kaplıca, masaj salonu, SPA ve spor merkezleri gibi toplanma mekanlarının faaliyetlerini geçici bir süreliğine durdurulmuştur.
- 17 Mart 2020, ilk ölümün gerçekleşmesinin ardından, 65 yaş ve üzeri kişilerde virüsün tesirinin daha fazla olmasının tespit edilmesiyle, 65 yaş ve üzeri insanlara sokağa çıkma yasağı getirilmiştir.
- 21 Mart 2020, İçişleri Bakanlığı tarafından yayımlanan bir genelge ile berber, kuaför ve güzellik merkezlerinin faaliyetleri geçici süreliğine durdurulmuştur.
- 3 Nisan 2020, 20 yaş altı gençlere, 1 Haziran sonrasında ise 18 yaş altı gençlere sokağa çıkma kısıtlaması olarak güncellenmiştir.
- 11 Nisan 2020 tarihinde 30 büyükşehir ve Zonguldak ili dahil olmak üzere hafta sonları sokağa çıkma kısıtlaması uygulanmaya başlanmıştır.
- 2 Eylül 2020, İçişleri Bakanlığı'nın 81 il valiliğine gönderdiği genelge ile düğün, kına gecesi, nişan vb. etkinliklere kısıtlama getirildi. Bu kapsamda sokak/köy düğünü, sünnet düğünü, kına gecesi, nişan vb. etkinliklere müsaade edilmemiştir.
- 26 Ocak 2021 "Güvenli Turizm Sertifikası" na sahip oteller sadece konaklama yapan müşterilerine yönelik hizmet verilebildiği, otel konaklama tesislerinde bulunan restoran, lokanta ve diğer otel salonlarında saat 22:00'den sonra müzik yayınına canlı müzik, kayıt dinletilmesi vb. her türlü yayın dahil izin verilmemesi hususlarını düzenlemiştir.

İvedi bir şekilde pandemi hastaneleri yapılmaya ve gerekli sağlık ekipmanları ve donanım hazırlanmaya başlanmıştır (Kaygısız, 2021: 81). Yaşanılan salgın neticesinde alınan bu tedbirler ve uygulamaların yanı sıra,

dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de aşı uygulama çalışmaları yürütülmeye başlanmıştır.

Türkiye’de ilk olarak 25 Kasım 2020 tarihinde Sinovac firması, 30 Aralık 2020 tarihinde CoronaVac firması ile anlaşmaya varılmış, 13 Ocak 2021 tarihinden itibaren Covid-19 aşı stratejisi, öncelikli olarak sağlık çalışanları gibi risk altındaki gruplarla başlamış ve aşı uygulamaları fiilen başlatılmıştır. 12 Nisan 2021 tarihinde de Pfizer-BioNTech aşısı kullanımına başlanmış, 28 Haziran 2021 tarihinde Sputnik V aşısı için imzalar atılmıştır. Aşılama oranlarının ise; 1. Doz aşı yapılma %93,37 2. Doz aşı yapılma %85,70 ve 3 doz aşı yaptıran kişi sayısı 152.714.529 olarak tespit edilmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2023; Vikipedi, 2023).

Salgının en önemli etkilerinden biri de ekonomik bazda meydana gelmiştir. Türkiye ekonomisine birçok sektöründe negatif bir etki bırakan salgın makroekonomik denge açısından da durağanlığa neden olmuştur (Sertkaya ve Baş, 2021: 150). Salgından dolayı kamu kapsamında getirilen zorunlu uygulamaların yanında işletmelerin kendi bünyesinde aldıkları önlemler, bazı sektörlerde üretim sürecinin durmasına neden olmuş ve diğer sektörlerle ilintilili olarak hizmet faaliyetlerinin de tüketiciye sunulmasında sekte yaşatmıştır (Adıgüzel, 2020: 195).

Yaşanan tüm aksaklıkların haliyle istihdam üzerinde de etkileri olmuştur. TÜİK verilerine göre yıllar bazında işsizlik oranları ; 2020 yılında %13,6 2021 yılında %11,8 2022 yılındam%10,0 2023 ilk çeyrek verilerine göre ise % 10,7 seviyesinde olmuştur (TÜİK, 2023a). Türkiyenin işsizlik oranı OECD ülkeleri arasında en yüksek oranda olanlardan biri haline gelmiştir. Ortaya çıkan salgın kaynaklı risk durumlarının yaşattığı finansal etkili krizler bir devletin sosyal güvenlik sisteminin ne kadar ehemmiyetli olduğunu gözler önüne sermektedir (Sönmez, 2023: 51).

2020 yılının ilk çeyreğinde Covid-19 salgınının Türkiye'ye girmesiyle bütçede sağlık harcamalarında bir miktar artış yaşanmıştır. 2019 yılının son çeyreğine göre ekonomik olarak %1,6 oranında bir düşüş yaşanmıştır. Özellikle 2020 yılının 2. çeyreğinde büyük bir negatif eğilim olan %-10,4 yaşanmış, ancak 2021 yılının ilk çeyreğinde %7,2'lik bir büyüme gözlemlenmiştir. 2021 yılının 2. çeyreğinde ise %21,7'lik bir büyüme ile OECD'nin en hızlı büyüyen ikinci ülkesi olmuştur. Ayrıca, 2021 yılının ikinci çeyreği, 2020 yılının 2.

çeyreğine göre %32,1 oranında bir büyümeyi beraberinde getirmiştir (Mutlu, 2021).

### 1.6.1. Salgının Turizm İç Talebine Etkisi

Türkiye’de turizm, 1982 yılında 2634 sayılı “Turizm Teşvik Kanunu” (I. Turizm Hamlesi) ile büyük bir ivme kazanmış, 1990’lı yıllarda alternatif turizm arayışlarının yoğunlaşması ve turizm türlerini çeşitlendirme yönünde yapılan çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalar doğrultusunda, Türkiye’de doğal, tarihsel ve kültürel çekicilikler bakımından hemen hemen tüm turizm türlerinin bulunmasının turizm talebinde artış sağlayarak, ülke kalkınmasında ve tanıtılmasında lokomotif görevi üstlendiği görülmektedir (Emekli, 2005: 100-103; Bahar, 2006: 138).

Türkiye’de deniz turizmi olmak üzere kültür, kongre, kurvaziyer ve yat, sağlık, golf gibi birçok turizm türünde büyük ölçüde gelişmeler yaşanmıştır. (İstanbul Kalkınma Ajansı, 2010: 11). Ayrıca Unesco tarafından belirlenen Kültürel Miras Listesi, Yaratıcı Şehirler Listesi, Dünya Belleği Programı, Dünya Biyosfer Rezervleri, Küresel Jeoparklar gibi birçok listede yer almaktadır. 15 yıllık süreç içerisinde turizmde sadece gelen turist sayısı ve gelirin yanı sıra tesis istatistikleri, çevreye duyarlı tesislerin, yat kapasitesi mavi bayrak istatistikleri bakımından bir ivme kazandığı görülmektedir. Mavi Bayraklı Plaj sayısında Türkiye dünya üzerinde 3. sırada yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

Turizm sektörü birçok bileşeni birbirine bağlayan ekonomik ve sosyal bir sistemdir ve bu sistem bileşenleri ile birlikte gerçekleşen döngüsel değişimlere karşı hassas ve savunmasızdır (Stoicea, 2022: 172). Ülke ekonomisinde olağanüstü bir yer kaplayan turizm, yerel ve bölgesel düzeyde doğrudan ve dolaylı etkiler yaratmakta, refahın artmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, turizm sektörü dinamik bir yapıya sahip olup, küresel GSYİH'ya yüksek katkı sağlayarak sınırsız gelişme fırsatları sunmakta ve seyahat etme özgürlüğü tanımaktadır (Firoiu vd., 2019: 2). Turizm gelirleri artışında en büyük etkiye sahip faktör, turist sayısındaki değişimdir. Turizm sektörü, hassas bir yapıya sahip olduğu için küçük ölçekli olumsuzluklar bile büyük etkilere neden olabilir. Bu nedenle, sektörün kriz durumlarına karşı savunmasızlığını azaltmak için önlemler alınması büyük önem taşır. Özellikle salgın hastalıklar, doğal afetler, ekonomik dalgalanmalar gibi beklenmedik



olaylar, turizm endüstrisini hızla etkileyebilir ve ciddi zorluklar yaratabilir. Bu tür durumlarla başa çıkabilmek ve sektörü korumak için esnek ve hızlı tepki mekanizmaları, kriz planları ve güçlü iş birlikleri geliştirilmelidir. Turizm sektörünün dayanıklılığını artırmak hem ekonomik refahın sürdürülebilirliğini sağlamak hem de sektör çalışanlarının ve destinasyonların güvenliğini korumak açısından büyük öneme sahiptir. Nitekim turistler güven unsuru dahilinde bulunmayan destinasyonları ziyaret etmektен kaçınıp çok kolaylıkla destinasyon değişikliğine gidebilmektedirler (Göçen vd., 2011: 694).

Turizm sektöründe gerek sektörün kendi içindeki dinamiklerden kaynaklanan gerekse sektör dışında oluşan terör, savaş, politik, ekonomik ya da doğal felaketler gibi gerçekleşen olağanüstü durumlardan kaynaklı kriz durumu ortaya çıkabilmektedir. Krizin talep üzerindeki etkisi ve şiddeti bölgesel veya uluslararası yayılma durumuna bağlı olarak farklılık gösterebilir (Göçen vd., 2011: 498). Yıllar içerisinde meydana gelen kriz durumlarından direkt veya dolaylı olarak etkilenen Türkiye, tarih seyri boyunca; 1970 (Devalüasyon), 1973 (Petrol Krizi), 1974 (Kıbrıs Harekâtı), 1980 (Askeri Darbe), 1999 (17 Ağustos Depremi), 2002 (2001 Krizi-Devalüasyon), 2008 (Mortgage Krizi), 2009 (Küresel Ekonomik Kriz) karşısında turizmde talep şoklarıyla karşılaşmıştır (Damar vd., 2021: 675; S. Dilek ve N. Dilek, 2017: 1097). 2016 yılında Rusya Federasyonu'na ait Su-24M adlı savaş uçağını düşürmesinin ardından Rusya ile Türkiye arasında "uçak krizi" yaşanmıştır. 15 Temmuz 2016 yılında ise darbe teşebbüsü, Sultan Ahmet Meydanı ve Atatürk Hava Limanı'nda vuku bulan terör saldırıları olmak üzere yaşanan politik ve sosyal krizler Türk turizmi talebini olumsuz etkileyen olaylardan bazılarıdır (Dinç vd., 2017; Köşker, 2017: 217-218).

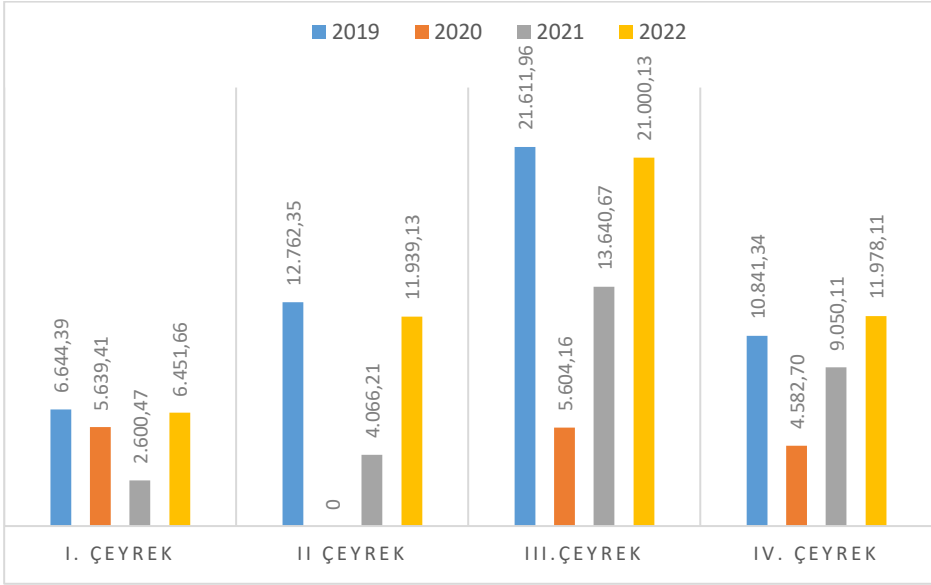
Salgın hastalıklar ile turizm arasında her zaman negatif bir ilişki olmuştur. Yakın tarih seyrinde 2003 (SARS salgını), 2006 (Kuş Gribi salgını), 2009 (Domuz gribi), 2016 (Ebola Salgını) olmak üzere birçok salgın hastalık yaşanmıştır (İbiş, 2020: 87-88; Göçen vd., 2011: 507-508). Çok daha yakın bir tarihte 2019 son çeyreğinde hayatımıza giren ve bir sağlık krizinden çok daha fazlası olan Covid-19 salgını küresel bağlamda ülkelerin her birini ayrı ayrı etkileyerek, ekonomik, sosyal, toplumsal ve siyasi anlamda derin izler bırakmıştır (Popovici vd., 2020: 92). Covid-19 tüm sektörleri etkisi altına alsada, içinde bulunulan bu kriz durumunda emek yoğun bir sektör olan turizmin aldığı yara daha fazla olmuştur (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020: 236).

Türkiye, ilk vaka tespitinin ardından en erken tedbirler almaya başlayan ülkeler arasında olup, turizm sektörü üzerinde de tedbirler dahilinde uygulamalar başlatmıştır. Koronavirüs salgını nedeniyle, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından desteklenen ve yürütülen tüm kültür ve sanat etkinliklerinin iptal edilme kararı alınmıştır. Bu karar çerçevesinde, Türkiye genelinde resort oteller, kafeler, müzeler, ören yerleri, konser mekanları gibi alanların faaliyetleri durdurulmuştur. Aynı şekilde, yurt içi ve yurt dışı turlar da seyahat kısıtlamaları ve sosyal mesafe önlemleri nedeniyle iptal edilmiştir. Bu tedbirler, salgının yayılmasını engellemek ve toplum sağlığını korumak amacıyla alınmıştır.

Seyahat yasağı olmayan yerlerde, özellikle il sınırları içinde araç kapasitesi yarıya düşürülerek ve gerekli sağlık tedbirlerini yerine getirmek koşuluyla seyahatler gerçekleştirilmiştir (Demir vd., 2020: 83). Covid-19 Salgın kapsamında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın öncülüğünde ziyaretçileri korumak ve daha iyi bir hizmet ve tatil deneyimi sunmak amacıyla bakanlıkların ve sektör paydaşlarının katkısı ile "Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı" başlatılmıştır (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2023).

Bakanlık tarafından yürütülen Güvenli Turizm Sertifikalı kapsamında Konaklama Tesisleri, Restoran/Cafe, Kültür Sanat ve Kongre Tesisleri, Deniz Turizmi Tesis ve Araçları, Tematik Parklar, Tur ve Transfer Araçları olmak üzere konaklamadan ulaşımaya yeme içme işletmelerine ve rekreatif faaliyetlerin yürütüldüğü alanlara kadar alanda bir dizi önlem alınmıştır. Konaklama tesisleri (2.664), Restoran/Cafe (78), Sanat ve Kongre Tesisleri (2), Deniz Turizmi Tesis ve Araçları (3), Tur ve Transfer Araçları (39) olmak üzere program kapsamında sertifika belgesi alan yerlerdir (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, 2023a).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 12 Mayıs 2020 tarihinde "Konaklama Tesislerinde Kontrollü Normalleşme Süreci" hakkında 2020/6 sıra sayılı genelgeyle konaklama tesislerinin misafir kabulüne yönelik bazı tedbirlere uyulması istenmiştir. Sosyal mesafe kuralları gözetilerek belirlenmiş olup; misafir kabulü, tesis girişinde termal kamera, temassız ateş ölçüm uygulamaları, dezenfeksiyon halıları gibi misafirlere yönelik uygulamalar getirilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020 a).



**Grafik 4:** Türkiye 2019-2022 Türkiye'yi Ziyaret Eden Turist Verileri

Kaynak: (TUİK, 2022)

Grafik 4'de gösterildiği üzere Türkiye turizm sektöründe yaşanan ani düşüşün sebebi Covid-19 salgınıyla ilintilidir. Özellikle 2020 yılının başlarında sınır kapılarının kapatılması ve ziyaretçi giriş çıkışının yasaklanması, turizm sektöründe büyük bir darbeye neden olmuştur. Bu etkiler yıl boyunca devam etmiş ve sektörün büyük ölçüde zarar görmesine yol açmıştır. Talep eğrisindeki düşüş ve turizm faaliyetlerindeki azalma, özellikle seyahat acenteleri, tur operatörleri ve havayolu şirketleri gibi sektörde faaliyet gösteren kurumları olumsuz yönde etkilemiştir. Bu durum, finansal krize sokarak sektörde ciddi sorunlar yaşanmasına yol açmıştır (Korkut vd., 2020: 81). Salgın sebebiyle 2020 yılında Türkiye'de şehir otellerinin ve kıyı otellerinin büyük bir çoğunluğu kapalı kalmıştır. Ocak–Eylül 2020 aralığını kapsayan dönemde ortalama doluluk oranı bir önceki yılın aynı dönemine göre %47.8 düşüyle % 35.4'e negatif gerilemiştir. Ocak- Ekim 2021 döneminde ise doluluk oranı biraz daha toparlanarak %51 şeklinde yaşanmıştır (Türkiye Otelciler Birliği, 2021).

## BÖLÜM 2

### KAPADOKYA BÖLGESİ, TURİZM YEREL HALK VE ÇİNLİ TURİSTLER

#### 2.1. Yerel Halk Turizm ve Turist Algısı İlişkisi

Algı, kişilerin duyu organlarıyla aldıkları bilgi ve deneyimleri zihinsel süreçlerle yorumlayarak anlamlandırma ve kavramsallaştırma durumudur (Hugül, 2011: 8; Bakan ve Kefe, 2012: 23). Diğer bir bakış açısına göre algı, kişinin duysal verileri anlamlı bir bütüne dönüştürerek dış dünyaya karşı davranış ve tutumun şekillenmesini sağlayan (Eren, 2010: 69), içinde buldukları çevreyi organize etmeye dayalı anlama ve farkına varma sürecini ifade etmektedir (Erişti vd., 2013).

Yerel halk, belirli bir coğrafi bölgede doğup büyüyen veya uzun süredir ikamet eden kişileri ifade eder. Bu bireyler, o bölgenin kültürüne, gelenek ve göreneklerine derinlemesine aşina olan, yerel dil ve lehçeyi konuşan ve o toplulukla doğrudan ilişkide olan insanlardır. Yerel halk, çevrelerine hakim olmaları ve o bölgedeki sosyal, ekonomik ve çevresel dinamikler hakkında bilgi sahibi olmaları nedeniyle, bölgenin günlük yaşantısını ve eşsiz özelliklerini en iyi şekilde anlayan kişilerdir. Ayrıca, turistlerin ziyaret ettiği bölgelerde, yerel halkın misafirperverliği, geleneksel el sanatları, yerel lezzetler ve folklorik etkinlikler, bölgenin turistik çekiciliğini ve kimliğini belirlemek açısından da büyük önem taşır. Yerel halk, kendi kültürel mirasını yaşatma çabası içinde olup, turistlerle etkileşimleri ve bilgi paylaşımları sayesinde ziyaretçilere unutulmaz deneyimler sunar (Tayfun, 2002).

Yerel halkın desteği ve özverisi sürdürülebilir bir turizm gelişimi için oldukça önemlidir. Yerli halk ve turistler arasındaki etkileşim aynı zamanda ekonomik ve sosyal açıdan olumlu sonuçlar doğurur. Turistlerin yerel halkla yapılan alışverişler ve konaklamalar sayesinde bölge ekonomisi canlanır, yerel esnaf ve işletmeler desteklenir. Ayrıca, bu tür etkileşimler, yerel halkın turizm sektöründe istihdam edilme ve gelir elde etme şansını artırır. Ancak, bu etkileşimlerin sağlıklı ve sürdürülebilir olması için yerel halkın kültürel ve doğal varlıklarını koruma ve sürdürme çabaları da büyük önem taşır. Turistlerin yerel kültüre ve çevreye saygılı olmaları, yerli halkın değerlerine ve yaşam tarzına duyarlılık göstermeleri, etkileşimin olumlu bir şekilde devam etmesini

ve kaliteli turizm deneyimlerinin sürdürülebilir bir şekilde yaşanmasını sağlar (Ramchander, 2004).

Yerel halk ve turistler arasındaki etkileşim kaliteli turizm deneyimleri yaratır. Turistlerin ziyaret ettikleri bölgelerde yerli halkla güçlü bir etkileşim içinde olmaları, bölgenin gerçek kültürünü, geleneklerini ve yaşam tarzını daha derinlemesine anlamalarına yardımcı olur. Yerli halk, turistlere misafirperverlikleriyle özgün bir deneyim sunar, geleneksel el sanatları, yerel lezzetler ve folklorik etkinlikler ile kültürel miraslarını paylaşırlar. Bu tür etkileşimler, turistlerin sadece bir ziyaretçi olarak değil, yerel halkla iç içe bir misafir olarak hissetmelerini sağlar. Aynı zamanda, yerli halk da turistlerle etkileşimlerinden öğrenebilir ve farklı kültürleri, düşünce biçimlerini ve yaşam tarzlarını anlama fırsatı bulurlar. Bu etkileşimler, topluluklar arasında anlayış ve saygı temelinde kurulan köprülerin inşasına yardımcı olur ve yerel halkın da dünya çapında farkındalık kazanmasına katkı sağlar. (Kastenholz vd., 2013; Kozak ve Taşçı, 2005). Sonuç olarak, yerliler ve turistler arasındaki etkileşim, kaliteli turizm deneyimlerinin oluşmasında kritik bir rol oynar. Bu etkileşimler, kültürel ve sosyal alanda karşılıklı anlayış ve saygının gelişmesine, ekonomik ve sosyal açıdan kalkınmaya ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına katkı sağlar. Bu nedenle, turizm sektörü paydaşları arasındaki sağlıklı ve olumlu etkileşimin teşvik edilmesi, turizm destinasyonlarının daha çekici ve unutulmaz hale gelmesini sağlar.

Seyahat Acenteleri Yönetmenliği (2007) 22747 sayılı tanıma göre “Para kazanma amacı gütmeksizin, dinlenmek ve eğlenmek için veya kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgâhına dönen kimse” turist olarak nitelendirilmektedir.

Destinasyonda bulunan yerel halk ile turist arasındaki iletişim ve gerçekleşen sosyal etkileşimler turistik ortamı hazırlayan en önemli kriterlerden birisidir ve turizm gelişimini doğrudan etkilemektedir (Şentürk, 2019). Yerel halkın turizme, turiste karşı olan tutumu, algısı ve değerlendirme boyutu başarılı bir şekilde kalkınma, mevcut faaliyetler, pazarlama, geleceğe yönelik programları tamamlama ile planlama ve politika konularının şekillendirilmesi gibi pek çok faktörde önemli rol oynamakta ve aynı zamanda hizmet kalitesini önemli derece de etkilemektedir (Yousapronpaiboon ve Johsan, 2013; Avcıkurt, 2015: 97).

Ev sahibi toplumun turistlere yönelik genel bakışı turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret edip ya da etmeyecekleri konusunda önemli bir etmendir (Nicholas vd., 2009). Turizm gelişimi halkın birbirleri ve toplum ile olan ilişkilerini değiştirebilmektedir. Bununla ilintili olarak, turizm gelişim etkilerine karşı yerel halkın tutum ve algısının belirlenmesi gelecekte oluşturulacak turizm programları düzenlenmelerine yön verecek ve şekillendirecek bir kıstas olarak görülmektedir (Huang ve Stewart, 1996, aktaran Güneş, 2014).

## 2.2. Çin ve Çin Kültürü

Yaklaşık 4000 yıl öncesine dayanan geçmişi ile dünyanın en eski uygarlıklarından biri olan Çin, feodal devletten gelen siyasi yapısıyla tarihi boyunca 100' e yakın sülalenin hüküm sürdüğü bir ülke olmuştur (Werner, 2008: 21; Demir, 2019: 33). Çin ile özdeşleşen İpek Yolu, ticaret yolu işlevselliği ve tarihsel, kültürel etkileşimi ile yüzyıllar boyunca doğu ve batı kültürünü sentezlemiş, ülke gelişiminin politik, ekonomik ve sosyal altyapısını sağlamıştır (Çakan, 2017: 36). Asya Pasifik bölgesinin en dikkat çekici ülkelerinden biri olan Çin, dünyanın en büyük üçüncü yüzölçümüne sahip bir ülkedir. Aynı zamanda, çok geniş bir coğrafyaya yayıldığı için çeşitli iklim kuşaklarına ev sahipliği yapar, bunlardan biri de sub-tropik iklim kuşağıdır. Çin'in zengin geçmişi ve kültürel mirası, doğal güzellikleri ve hızla gelişen ekonomisi, ülkeyi dünya sahnesinde öne çıkan önemli bir oyuncu haline getirmiştir (Çin Ülke Bülteni. 2023; Şimşek, 2006). 1949'da Çin Halk Cumhuriyetinin kurulmasından bu yana ekonomisi hızla gelişerek tarım, maden-altın üretimi, hidroelektrik üretimi, uzay teknolojisi ve bilim alanında hızlı gelişimler kaydetmiştir (Çin Ülke Bülteni, 2023).

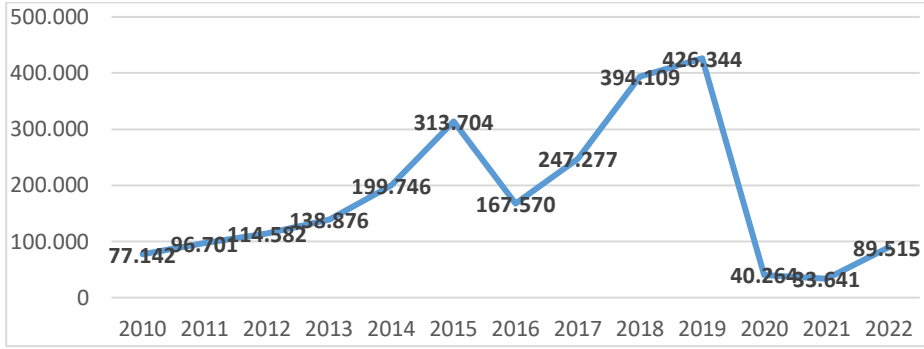
Çin, tarihi kayıtlara geçen Shang ilk hanedanlığından itibaren Han Hanedanlığı, Kuzey Güney Hanedanlıkları, Beş Hanedanlık Dönemi, Ming Hanedanlığı, Qing Hanedanlığı, Çin Cumhuriyeti olmak üzere, Çin Halk Cumhuriyeti oluşumuna kadar belirli dönemlerden ve oluşumlardan geçmiştir (Yıldırım, 2021). Çin ulusal kültürünü ve geleneksel değerini Konfüçyüsçülük olarak değerlendirilen "İnsan ilişkilerini, sosyal yapıları, erdemli davranışları ve iş etiğini kapsayan bir doktrin" olan anlayış çerçevesinde sağlamış ve en etkili baskın sistem olmuştur (Chien, 2002: 3). Çin kültüründe, iş, okul, aile, arkadaşlık, komşuluk gibi tüm ilişkilerin en temel kıstası olan "guanxi",

doğrudan insanlar arasında kurulan ilişkileri ifade eden ve sayısız bağlantıdan oluşan bir ağdır. Guanxi, kişisel, sosyal, iş ve ekonomik alanlarda bir dinamizm oluşturmak için önemli bir çerçeve sunar. Bu ilişki boyutu, Çin toplumunda uzun süredir var olan ve kültürel olarak önemli bir rol oynayan bir kavramdır. Guanxi'nin varlığı, insanlar arasındaki bağların gücünü ve etkisini vurgularken, güven, karşılıklılık ve özveri gibi değerlere dayalı ilişkilerin önemini ortaya koyar. Bu nedenle, Çin kültüründe guanxi, hem kişisel ilişkiler hem de iş ilişkileri açısından büyük bir öneme sahiptir ve toplumsal yaşamın temel bir bileşenidir (Jones ve Law, 2009: 320).

### 2.3. Türkiye'yi Ziyaret Eden Çinli Turistler

Çin, uluslararası turizm hareketleri konusunda büyük bir pazar kaynağı ve her geçen yıl uzun mesafeli seyahat eğiliminin arttığı bir ülke konumundadır (Navaroo , 2016: 138-139). Türkiye Çin arasında Şanghay Expo 2010 fuarında iki ülke Kültür Bakanlarının görüşmeleri sonucunda 2013 yılında Çin'de “Türk Kültür Yılı” Türkiye’de de “Çin Kültür Yılı” olarak kutlanması karar kılınmış (Çolakoğlu, 2012), yapılan bu müzakere paralelinde iki ülke arasındaki turizm dinamizminin hareketlilik kazanması hedeflenmiştir. 2015 yılı Şubat ayında Türkiye'nin Çin vatandaşlarının daha rahat seyahat edebilme faaliyetlerini kolaylaştırmak adına yürürlüğe koyduğu e-vize uygulaması ile seyahat etmek isteyenlere vize kolaylığı sağlamış, akabinde aynı yıl Çinli turist sayısı büyük ivme kazanmıştır (Gezer, 2020: 54). Çinli turistler, genellikle tarih ve kültür turizmi ile alışveriş deneyimi gibi çeşitli ilgi alanlarına sahiptir. Türkiye'nin zengin tarihi ve kültürel mirası, doğal güzellikleri ve çeşitli alışveriş olanakları, Çinli turistler için çekici faktörler arasında yer almaktadır. Türkiye'yi ziyaret eden Çinli turistlerin en fazla tercih ettikleri destinasyonlar; Kapadokya, İstanbul, Bursa, Safranbolu, İzmir, Bolu, Ankara, Pamukkale, Konya, Antalya, ve Çanakkale olarak görülmektedir (Ligarba, 2020). Türkiye'yi turistik akış yoğunluğu olarak Ocak Şubat ve Ekim aylarında ziyaret eden ve ülke genelinde tarihi-kültürel alanları ziyaret etmeyi daha çok seven Çinli turistlerin, deniz-kum-güneş tatil tüketimini gerçekleştiren turistlerden daha çok para harcadığı görülmüştür (Işıkcıus, 2019: 18-19). Çinli turistlerin Türkiye'ye olan ilgisi, ekonomik katkıları da beraberinde getirmiştir. Bu turistler, Türk turizm sektörüne önemli bir gelir kaynağı oluştururken, yerel işletmeler ve oteller için de canlanma sağlamıştır. Çinli turistlerin ülkede geçirdikleri süre boyunca

yaptıkları harcamalar, Türk ekonomisine olumlu etki yapmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 2010-2022 yılları arasında Türkiye'yi ziyaret eden Çinli turist verileri şu şekildedir;



**Şekil 1:** 2010-2022 Ülkeyi Ziyaret Eden Çinli Turist Verileri

Kaynak: (TUIK, 2023)

Şekil 1’de verilen 2010’dan 2022 yılına kadar Türkiye’yi ziyaret eden Çinli turist verileri doğrultusunda 2010 yılından 2016 yılına kadar periyodik bir artışın olduğu 2016 yılında söz konusu düşüş durumunun ülkedeki siyasi (Türkiye-Rus jet düşürülme gerilimi) durumdan kaynaklanması söz konusudur. 2016 yılından 2019 yılına kadar özellikle 2019 yılında zirveyi yakalayan Çinli turist sayısı 2020 yılında (Covid-19 salgın) sebebiyle ciddi oranda bir düşüş yaşamış, 2022 yılında tekrar küçük çapta bir toparlanma söz konusu olmuştur.

#### **2.4. Covid-19 Sürecince Sosyal Medyaya Yansıyan Çinli Turist Algısı**

Turizm sektörü ile sosyal medya her geçen gün daha çok birbiriyle ilişkili bir durumda olmaya başlamışlardır. Günümüzde sosyal medya kitleleri yönlendirici etkisi ile değişen tüketim kalıpları, alışkanlıkları ve teknolojik gelişmeler ile sıkı bir ilişki içerisinde olmasıyla etki altına alan bir mecra olma durumundadır (Civelek ve Dalgın, 2013: 272 ). 20. yüzyılın sonlarından itibaren hızla gelişen iletişim ve teknoloji alanı, 21. yüzyılın başlangıcında sosyal medyanın doğmasına yol açmıştır. Sosyal medya platformları, sadece ferdi insan yaşamının değil toplumun da bir parçası olmuştur. Sosyal medya,



kişilerin kendi içeriklerini oluşturup kitlelere ulaştırmasını sağlayarak bilgi ve iletişim ortamını büyük ölçüde etkilemiştir (İnan, 2022).

Sosyal medya sayesinde insanlar, farklı coğrafyalardaki diğer insanlarla kolayca iletişim kurabilmekte ve bilgi alışverişi yapabilmektedir. Ayrıca, bu platformlar aracılığıyla haber, eğlence, eğitim gibi çeşitli içeriklere erişim de mümkün olmaktadır. Nitekim toplumsal konuların tartışılması, sosyal aktivitelerin organize edilmesi ve farklı düşünce gruplarının bir araya gelmesi için de önemli bir dizi platform sunmaktadır (Saraçaydın, 2019; Eröz ve Doğdubay, 2012). Sosyal medya "Web 2.0'in ideolojik ve teknolojik temellerine dayalı ve kullanıcıları tarafından içerik oluşturmaya ve bunun değiş tokuşa izin veren internet tabanlı bir uygulama grubu" şeklinde tanımlanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010: 59).

Küresel bir noktadan bakıldığında ise faal olarak 4.7 Milyar kullanıcıya sahip sosyal medyanın bölgesel yayılım durumu; Doğu Asya, Güney Asya, Güneydoğu Asya, Kuzey Amerika, Güney Amerika, Orta-Batı Avrupa ve Doğu Avrupadır. Facebook, YouTube ve WhatsApp gibi platformlar, dünya genelinde geniş bir kullanıcı kitlesine sahiptir ve neredeyse her ülkede popülerdir. Instagram, görsel içerik paylaşımı konusunda ön planda olmasıyla geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmaktadır. WeChat, özellikle Çin'de yoğun kullanılan bir mesajlaşma uygulamasıdır ve aynı zamanda sosyal medya özellikleri ve ödeme sistemi ile entegre bir platform sunmaktadır. TikTok ise kısa video paylaşımları ve eğlenceli içerikleriyle genç kullanıcılar arasında büyük popülerlik kazanmıştır ve dünya genelinde birçok ülkede yüksek kullanıcı sayısına ulaşmıştır (Dixon, 2022).

Sosyal medya, geleneksel web sitelerindeki gibi statik ve büyük ölçüde tek yönlü iletişim ortamlarını karşılayamamasının aksine pek çok çeşitli psikolojik, sosyal, hedonik ve işlevsel ihtiyaçlara hizmet etme yeteneklerin kapsayan bütünsel bir araçtır. Sosyal medya dünyası, sürekli olarak değişmekte ve evrim geçirmektedir. Yeni platformlar hızla ortaya çıkabilmekte ve mevcut popüler uygulamaların kullanım oranları zamanla değişebilmektedir. Kullanıcıların tercihleri, kültürel ve teknolojik faktörler gibi çeşitli etkenler sosyal medyanın dinamiklerini belirlemektedir. Bu nedenle, sosyal medya dünyası, iletişim ve teknoloji alanında sürekli olarak dikkatle takip edilen ve geliştirilen bir alandır (Tuten ve Solomon, 2017).

Salgın hastalıklar ani ortaya çıkış sebebi ile kontrol edilmesi güç olan durumlardır. Küresel çapta kırılma noktalarından birini yaşatan Covid-19 salgını, her sektörde olduğu gibi doğrudan veya dolaylı birçok sektör ile ilintili olan turizm sektöründe de yıkıcı bir hasar bırakmıştır (Wen vd., 2021:75). Salgın ile birlikte sosyal izolasyon, zorunlu karantina uygulamaları ve seyahat kısıtlamalarının uygulanması hem bireysel hem de toplumsal olarak sosyolojik ve psikolojik etkiler yaratmıştır (Akgül ve Çetinkaya, 2022: 1115). Bu süreç paralelinde insanlar kendini izole ederek sosyal medya kullanımına daha çok yönelmiş ve sosyal medya platformları salgının ilk günlerinden itibaren sağlıkla ilgili bilgilerin yayılması ve güncel verilerin paylaşılması fonksiyonuyla kritik bir görev üstlenmiştir (Mertoğlu, 2021: 117; Aydın, 2020: 115).

Facebook ve Twitter Covid-19 ile ilgili bilgi merkez sayfası oluşturarak güncel gelişmelerin ve bilgi paylaşımlarının tek bir sekmeden ulaşılmasını mümkün hale getirmiştir (Mertoğlu, 2021: 117-118). Diğer yandan sosyal medya aracılığı ile aktarılan bazı bilgilerin ciddi bir dezenformasyon yarattığı da görülür (Padilla vd., 2020: 121). Covid-19 salgın sürecinde yaşamın her boyutunda olumsuz değişimlerin yaşanmasıyla, Türkiye ve dünyada Çin ve Çinlilere karşı tepkiler artmış ve virüsün kökeniyle bağlantılı olarak; virüsün yayılması Çinlilere atfedilmiş ve salgının yükselişinde Çinlilerin yaşam tarzı ve yeme alışkanlıkları sorumlu tutulmuştur (Tunçer, 2020: 66; Campbell, 2020). Özellikle o dönemde ABD başbakanı olarak görev yapan Danold Trump'ın Covid-19 salgınından bahsederken “Çin Virüsü” şeklinde söylemlerde bulunması dünya üzerinde Çin ve Çinlilere karşı genel bir önyargı oluşmasına sebep olmuştur (Tabri vd., 2020: 5). Bununla birlikte ırkçılık, Çin ve Asya toplumlarına karşı yabancı düşmanlığın oluşmaya başlaması, salgın riski ile Çin hükümeti ve turistlerin suçlanması turist algısını da etkilemiştir (Wong, 2020; Armutlu vd., 2020). Çinlilerin bir halk olarak daha olumsuz algılanması, Çinli turistlere karşı daha olumsuz davranışlara yol açabilir (Armutlu vd., 2020).

## 2.5. Kapadokya Bölgesi

Tabiatın büyüklüğü bir eseri olan Kapadokya bölgesi, Türkiye'nin Orta Anadolu Platosu'nda yer alır ve tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Geç Miyosen döneminden itibaren, volkanların etkisiyle yaklaşık 10 milyon yıl öncesine dayanan bu bölge, piroklastik çökeltilerle kaplanmıştır. Kapadokya'nın benzersiz ve çarpıcı manzarası, tüm evrelerdeki insanlık

tarihine tanıklık etmiş ve birçok uygarlığın izlerini barındırmaktadır. Tarihi boyunca Med, Pers, Helenistik, Roma, Doğu Roma, Selçuklu ve Osmanlı gibi birçok farklı dönemi kucaklayan Kapadokya, sınırları çağlar boyunca değişmiştir. Her bir medeniyetin kültürel ve mimari izleri, bölgeye farklı bir kimlik ve zenginlik katmıştır. Bölgedeki peri bacaları, mağaralar, yeraltı şehirleri ve tarihi yapılar, Kapadokya'nın tarihî önemini ve insanlığın bu benzersiz bölgeye olan ilgisini artırmaktadır. Kapadokya, aynı zamanda doğal güzellikleri ve manzaralarıyla da büyüleyici bir turizm destinasyonudur. Peri bacalarının oluşturduğu benzersiz kaya oluşumları ve balon turlarıyla ünlüdür. Bu eşsiz bölge, dünyanın dört bir yanından gelen turistleri kendine çeken büyümlü bir atmosfere sahiptir. (Sarıkaya vd., 2015; Pekin, 2014: 21).

Kapadokya, zengin doğal güzelliklere sahip olan bir coğrafyadır ve eski Ahemeniş Pers Kraliyet Yolu ile aynı rotada bulunur. Tuz Gölü'nün doğu ucuna doğru uzanan bu bölge, yıllar içinde sınırları değişkenlik göstermiş olsa da günümüzde ana hatlarıyla batı-doğu yakasında Kızılırmak-Fırat, kuzey-güney yakasında Karadeniz-Toroslar olarak Orta Anadolu'nun büyük bir bölümünü kapsayan coğrafik bir alanı kapsamaktadır. Kapadokya'nın coğrafi çeşitliliği, bölgenin eşsiz manzaralarının temelini oluşturur (Cooper ve Decker, 2012: 12; Cimşit, 2007: 67). Peri bacaları, vadi ve kanyonlar, yeraltı şehirleri, tuf kaya oluşumları ve volkanik şekiller, Kapadokya'yı dünya genelinde öne çıkan bir turizm destinasyonu haline getirmiştir. Bu benzersiz doğal güzellikler, bölgeyi ziyaret eden turistleri büyülemekte ve hayranlık uyandırmaktadır.

Sıradışı kaya oluşumlarıyla dikkat çeken bölge, topografik koşulları açısından uzun yıllar süren oluşumu genel olarak sel karakterli akarsular ve rüzgarın da etkisiyle birkaç farklı şekilde ve düşük eğimli yamaçlar eğrisinde başlayarak şapkalı koni görüntüleriyle ortaya çıkan sütunlar “peribacası” olarak adlandırılmıştır (Sarıkaya vd., 2015; Aydar vd., 2012). Bölgedeki en eski yerleşik hayat izleri Paleolitik devirde MÖ.10.000 yıl rastlanmakta ancak bir süre jeolojik aktivite geçirmesi sebebiyle herhangi bir yerleşim sağlanamamış olmasının ardından MÖ 3000-1750 Asur ve Hitit medeniyetlerine, MÖ. 585-334 Pers Egemenliği 17-95 Roma İmparatorluğu, 1086-1175 Danişmendliler Dönemi, 1175 Anadolu Selçuklular Dönemi, 1398-1402 Osmanlı Egemenliği başta olmak üzere birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. (Özata, 2015: 6; Abdik, 2013: 11). Dolayısıyla, tarihi boyunca birçok farklı uygarlığa ev sahipliği yapan Kapadokya, kültürel mirası ve tarihi zenginlikleriyle de dikkat

çekmektedir. Roma döneminden kalma tarihi yapılar, kiliseler, manastırlar ve yeraltı şehirleri, bölgedeki zengin tarihî mirasın bir parçasını oluşturur. Bu tarihi yapılar, Kapadokya'nın tarihî önemini vurgulayarak ziyaretçileri geçmişin izleriyle buluşturmaktadır.

1902 yılında Ankara sancağına bağlanmış, 1954 yılında il olan Nevşehir, Ürgüp, Hacıbektaş, Gülşehir, Derinkuyu, Acıgöl, Avanos ve Kozaklı olmak üzere 7 ilçeden oluşmaktadır (Özata, 2015; T.C. Nevşehir Valiliği, 2023). Karasal iklim özelliğiyle yazlar kurak ve sıcak, kış ayları ise soğuk ve yağışlı geçen bölgede 1927-2022 yılları arasında kaydedilen en yüksek sıcaklık 41.0 en düşük sıcaklık -24.9 derece şeklindedir. Bölgede bozkır bitki örtüsü hakimdir (T.C. Meteoroloji Genel Müdürlüğü, 2023).

### 2.5.1. Kapadokya ve Turizm

Adını Pers dilinde ‘‘Güzel Atlar Diyarı’’ anlamına gelen Katpatuka’dan alan, tarih boyunca önemli ticaret yollarına yakınlığı, birçok medeniyete ve dine sahip kişilere ev sahipliği yapması ve halen bu izleri içerisinde barındırması ve özellikle bölgedeki jeolojik yapısıyla bütünleşmiş olan Kapadokya 1985 yılında UNESCO tarafından Dünya Mirası olarak tescillenmiş ülkedeki en eşsiz destinasyon merkezidir (İçsel, 2016; Demirçivi, 2017: 94; Kocatepe, 2022: 26 ). Kapadokya bölgesinin Dünya Miras Alanı kapsamındaki yerleri şu şekildedir;

**Tablo 2:** Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Dünya Miras Alanı Yerleri

Alan	İli	İlçesi
Göreme Milli Parkı	Nevşehir	Ürgüp-Avanos
Kaymaklı Yer Altı Şehri	Nevşehir	Merkez
Derinkuyu Yer Altı Şehri	Nevşehir	Derinkuyu
Karain Köyü	Nevşehir	Ürgüp
Karlık Köyü	Nevşehir	Ürgüp
Yeşilöz Köyü	Nevşehir	Ürgüp
Soğanlı Köyü	Kayseri	Yeşilhisar

**Kaynak:** (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023)

Göreme Milli Parkı açık hava müzesinde, 11. yüzyıla ait Elmalı, Karanlık ve Çarıklı şeklinde Sütünlü Kiliseler olarak isimlendirilen grubun

yanı sıra Aziz Basileus kilisesi, Aziz Barbara Kilisesi, Yılanlı Kilise, Tokalı Kilise, Kızlar ve Erkekler Manastırı ve Aziz Catherine Şapeli yer almaktadır. Söz konusu alanda kaya blokları içinde oyulmuş kiliseler yemekhaneler, şapeller, ilkel köyler, yeraltı şehirleri ve peribacaları bölgeyi hem etnolojik hem de jeolojik açıdan ilginç kılmakta ve bölgeyi dünyanın en büyük mağara komplekslerinden biri durumuna taşımaktadır (Unesco World Heritage Convention, 2023). Kültür, din ve dil potası olan uygarlıkları bağdaştırmacı alanı ve kültürel süreklilik mekanı olan Kapadokya'da, Göreme, Uçhisar, Avanos, Zelve, Derinkuyu, Kaymaklı ve Ihlara vadisi turistik akışın en yoğun olduğu bölgelerdir (Pekin, 2014: 11).

Kapadokya, sadece arkeolojik, jeolojik, dinsel ve tarihsel açıdan zengin bir bölge olmanın ötesinde, çeşitli yaşam kültürlerini kapsayan bir turizm cennetidir. Bölgedeki el sanatları, çömlek-seramik yapımı, halı-kilim dokumacılığı, onyx taşından aksesuar ve mücevherat işlemeciliği gibi geleneksel zanaatlar, yerel kültürün önemli bir parçasını oluşturur. Kapadokya aynı zamanda Türk şarap kültürünün önemli merkezlerinden biridir. Bağ ve şarap turizmi, bölgeyi ziyaret edenler için eşsiz bir deneyim sunar. Kapadokya'nın benzersiz coğrafyası, bağların ve şarap mahzenlerinin kurulması için elverişli bir ortam sağlar. Bölgedeki şarap tadım turları, ziyaretçilere yerel şarapların lezzetini ve üretim süreçlerini keşfetme fırsatı verir. Kapadokya'nın en ünlü turistik faaliyetlerinden biri olan balon turizmi, bölgenin muhteşem doğal güzelliklerini havadan izleme fırsatı sunar. Renkli sıcak hava balonları, gökyüzünde dans ederek unutulmaz bir manzara oluşturur. Ayrıca atlı doğa turizmi, bölgeyi keşfetmek isteyenler için eşsiz bir deneyimdir. Atlarla yapılan doğa gezileri, Kapadokya'nın doğal güzelliklerinin tadını çıkarmak için mükemmel bir yol sunar. Yani Kapadokya'nın turizm potansiyeli çok çeşitlidir ve bölgede pek çok alternatif turizm çeşidi bulunmaktadır (Pekin, 2014: 13; T.C. Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2023).

Kapadokya, turizm açısından önemli bir bölge olmasının yanı sıra, yerel halkın yaşam biçimi ve kültürüyle de zengin bir deneyim sunar. Geleneksel el sanatları, yöresel yemekler ve yerel festivaller, bölgenin kendine özgü kültürünü yansıtır. Yerli halkın misafirperverliği ve sıcakkanlılığı da Kapadokya'yı ziyaret eden turistler arasında unutulmaz bir iz bırakır. Sonuç olarak, Kapadokya, doğal güzellikleri, tarihi zenginlikleri ve yerel kültürüyle benzersiz bir turizm bölgesidir. Arkeolojik, jeolojik ve tarihsel zenginliklerinin

yanı sıra el sanatları, şarap kültürü, balon turizmi, atlı doğa turizmi ve termal sağlık turizmi gibi farklı deneyimler sunan Kapadokya, dünya genelinde turistlerin ilgisini çeken benzersiz bir destinasyondur. Her yıl dünyanın dört bir yanından gelen ziyaretçiler, bu eşsiz coğrafyayı keşfetmek için Kapadokya'nın büyüğü atmosferine kapılırlar.

### **2.5.2. Kapadokya Bölgesinde Çinli Turistlerin Turistik Tüketim Tercihleri**

Bir turistik destinasyonun çekiciliklerinden fiilen yararlanarak turizm faaliyetlerini gerçekleştiren temel bileşen turistlerdir (Baytok ve Avan, 2022: 9). Turistlerin turizm faaliyetinde satın aldıkları mal, hizmet ve kişisel harcanabilir gelirlerin kullanılması turistik tüketim kapsamındadır.

Türkiye'yi birçok anlamda en çekici kılan destinasyon merkezi olan Kapadokya bölgesi, her geçen yıl sayısı artan bir şekilde Çinli turist ağırlamaktadır. Çinli turistlerin Kapadokya deneyimi, bölgenin eşsiz doğal güzelliklerini ve tarihi zenginliklerini keşfetme fırsatı sunarak unutulmaz bir seyahat deneyimi yaşamalarını sağlar. Bu deneyim, onlar için sadece bir tatilden daha fazlasıdır, aynı zamanda yeni kültürleri ve yaşam tarzlarını tanıma şansı sunar. Kapadokya'nın mistik atmosferi, peribacaları, yer altı şehirleri ve peribacalarıyla süslenmiş manzaraları, Çinli turistlerin hayranlıkla karşıladığı unsurlardır. Sıcak hava balonları ile bölgeyi tepeden seyretme imkanı, adeta masalsı bir dünyaya yolculuk hissi uyandırır. Çinli turistler, Kapadokya'nın tarihi ve kültürel mirasını keşfetmekten büyük keyif alır. Göreme Açık Hava Müzesi, Kaymaklı ve Derinkuyu Yeraltı Şehirleri, Avanos'un seramik atölyeleri gibi yerler, tarihle iç içe bir gezinti yapma imkanı sunar. Bölgedeki otantik restoranlarda Türk yemeklerini tatma fırsatı, Çinli turistlerin damak tadına uygun lezzetler sunar. Türk geceleri ve folklor gösterileri, bölgenin kültürel dokusunu yaşatırken, Çinli turistlere eğlenceli anlar yaşatır. Çinli turistler, Kapadokya'nın el sanatlarına olan ilgileri nedeniyle hediyelik eşya alışverişine de büyük önem verirler. Bölgedeki çanak-çömlek, onyx ve mermer süs eşyaları gibi el işçiliği ürünleri, anı olarak yanlarında götürmek istedikleri özel hediyeler arasında yer alır (Pekin, 2014: 13).

Kapadokya Bölgesi (Nevşehir) Tanıtım Stratejisi ve Çalıştay Raporuna göre Çinli turistlerin tüketim tercihleri;

- Konaklama olarak kaya otel ve pansiyonlar ile klasik yapıdaki bina otellerini,
- Tur kapsamında kırmızı beyaz ve yeşil turları,
- Aktiviteler arasında sıcak hava balonu, ATV turu, ören yeri ziyaretlerini ve atlı doğa yürüyüşlerini,
- Restoran olarak otel restoranlarını ve Türk gecelerini,
- Alışverişlerinde genel olarak çanak-çömlek, tekstil ürünleri, onyx ve mermer süs eşyaları ile ekonomik hediyelik eşyalarını,
- Koftür dışında bölgeye spesifik olan şarap, kuru üzüm, kuru meyve ve kuruyemiş şeklinde sıralanmıştır (Nevşehir Ahiler Kalkınma Ajansı, 2021).

## **2.6. Covid-19 Salgını ve Turizm Kapsamında Yapılan Çalışmalar**

Yapılan literatür çalışması sonucunda, Covid-19 salgınından sonra Çinli turistlere yönelik algı, tutum ve misafirperverlik ilişkisine değinen sadece üç çalışma ortaya çıkmıştır.

Armutlu ve diğeri (2020) tarafından yürütülen çalışma, Türk ev sahiplerinin Covid-19 salgını sonrasında Çinli turistlere yönelik bakış açılarını ve virüsün yayılmasında Çinlilere atfetme sorumluluğunun, misafirperverlik tutumlarına nasıl yansıdığına odaklanmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlar, Çinli turistlere olumlu bir algıya sahip olan katılımcıların misafirperverlik davranışlarının olumlu yönde etkilendiğini ortaya koymuştur. Katılımcıların çoğunluğu, Çinli turistlerin salgının yayılmasından sorumlu tutulduğunu düşünürken, Çin hükümetinin sorumlu olduğuna dair algıları düşük çıkmıştır. Bu durum, misafirperverlik tutumlarında belirli bir değişikliğin olmasına neden olmuştur. Çinli turistlere olumlu bir bakış açısına sahip olan katılımcılar, onlara daha olumlu bir misafirperverlik sergilemiştir. Ayrıca, araştırma, Türk ev sahiplerinin Covid-19 virüsü kapma endişelerinin de misafirperverlik davranışlarını etkilediğini göstermiştir. Turistlerden enfeksiyon kapma konusunda endişe duyan ev sahipleri, misafirperverliklerinde belirli bir çekingenlik göstermiştir. Bu çalışma, Türk ev sahipleri ile Çinli turistler arasındaki etkileşimi ve Covid-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki etkilerini anlamak için önemli bir örnek teşkil etmektedir. Sonuçlar, turistlerle sağlanan olumlu ilişkilerin, turizm sektörünün canlanmasına ve sürdürülebilir

kalkınmaya katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Aynı zamanda, ev sahiplerinin endişelerinin yönetilmesi ve turistlerle güvenli bir iletişim kurulması, gelecekteki turizm faaliyetlerinin başarısı için önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

Lin, ve diğerleri (2021) tarafından yapılan çalışma, Taylandlıların Covid-19 salgını sırasında Çinli turistlere karşı tutumlarını incelemiş ve ilginç sonuçlara ulaşmıştır. Araştırmaya göre, hiç ya da çok kısa süreli temasları olan yerel halkın çoğunlukla olumsuz tutumlara sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu olumsuz tutumların temel nedeni ise Çinli turistlerin medeniyetsiz davranışları olarak gösterilmiştir. Ancak, sürekli olarak Çinli turistlere hizmet sağlayanların tutumları farklılık göstermektedir. Bu kişiler, Çinli turistlere yönelik olumlu tutumlara sahip olup, bu olumlu tutumların dostluk duygularını pekiştirdiği gözlemlenmiştir. Bu durum, sürekli bir etkileşim ve hizmet sunma sürecinin yerel halk ile Çinli turistler arasında olumlu bir ilişki geliştirdiğini göstermektedir. Bu çalışma, Taylandlıların Çinli turistlere yönelik tutumlarının Covid-19 döneminde nasıl değişebileceğini ve sürekli hizmet vermenin bu tutumlar üzerindeki etkisini anlamak için önemli bir örnek teşkil etmektedir. Aynı zamanda, medeniyet farklılıklarının ve sürekli etkileşimin, yerel halk ile turistler arasında nasıl algılanabileceğine dair önemli bir perspektif sunmaktadır. Bu bulgular, turistler ve yerel halk arasındaki olumlu ilişkilerin geliştirilmesine ve turizm sektörünün sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlayabilecek önemli ipuçları sunmaktadır.

Batıbeki ve Saatci'nin (2021) yaptığı çalışma, Çanakkale ilindeki konaklama sektörü çalışanlarının Covid-19 sonrasında Çinli turistlere yönelik tutumlarını incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, katılımcıların sektörde çalışmaya başlamadan önce Çinli turistlere yönelik tutumlarının olumlu olduğu, ancak sektörde çalışmaya başladıktan sonra bu tutumun olumsuz yönde değiştiği tespit edilmiştir. Araştırmacılar, bu durumun Çinli turistlerle ilişkilendirildiğini belirtmiştir. Turistlere yönelik iş yapan guruptaki çalışanların Çinli turistlere yönelik tutumlarının sektörde çalışmaya başladıktan sonra olumsuz yönde değiştiğinin ortaya çıkması, sektör çalışanlarının temas sonrası tutumlarının temas öncesi tutumlardan farklılık gösterdiğine işaret etmektedir. Bu bulgular, Covid-19 salgınının sektör çalışanları üzerindeki etkisinin, turistlerle olan ilişkilerine yansımalarını ve tutumlarını değiştirdiğini göstermektedir. Ancak, bu konuda yapılan literatür taramasının kısıtlı olduğu



belirtilmiştir. Bu nedenle, benzer çalışmaların eksikliği göz önünde bulundurularak daha kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Çalışmanın sonuçları, Çinli turistlerin salgın sonrası seyahat alışkanlıklarının ve tercihlerinin sektör çalışanları üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu anlamak için önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Bu tür çalışmalar, turizm sektöründe çalışanların, Covid-19 sonrasında turistlerle ilişkilerini daha iyi anlamak ve yönetmek için alınacak önlemleri belirlemeye yardımcı olabilir.

Nelson ve Matthews'ın (2017) yaptığı çalışma, Japonya'daki Niseko kayak merkezini ziyaret eden Avustralyalı ve Çinli turistlere yönelik yerel halkın tutumlarını incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, Avustralyalı turistlerin genellikle arkadaş canlısı ve rahat bir şekilde nitelendirildiği, buna karşın Çinli turistlerin ise bölge sakinleri tarafından saldırgan ve talepkar olarak nitelendirildiği ortaya çıkmıştır.

Bu bulgular, turistlerin farklı kültürel arka planlarından kaynaklanan farklı davranış biçimlerinin, yerel halkın algısında farklı tutumlar oluşturduğunu göstermektedir. Çinli turistlerin saldırgan ve talepkar olarak algılanması, yerel halkın onlarla olan etkileşimlerinden kaynaklanan bir önyargıya işaret edebilir. Bu tür çalışmalar, turistlerin ve yerel halkın kültürel farklılıklarını anlamak ve karşılıklı saygı ve anlayış temelinde daha olumlu bir turist-halk ilişkisi kurmak için önemlidir. Turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliği ve turizm deneyiminin kalitesi açısından, turistlerin ve yerel halkın birlikte uyum içinde yaşayabileceği ve birbirlerine karşı hoşgörü gösterebileceği bir atmosferin oluşturulması önemlidir.

Ünal (2020), Göbeklitepe destinasyonu ve çevresinde ikâmet eden yerel halkın, destinasyonlarını ziyaret eden turistlere yönelik algı düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yaptığı çalışma sonucunda, büyük bir çoğunluğunun (%87) turistleri olumlu algıladıkları sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuç, Göbeklitepe destinasyonunun yerel halk tarafından turistler için olumlu bir şekilde algılandığını göstermektedir. Yerel halkın olumlu tutumu, turistlerin destinasyona olan ilgisini ve ziyaret sayısını artırabilir. Aynı zamanda, olumlu yerel algı, turistlerin destinasyonu daha olumlu bir deneyim olarak hatırlamasına ve olumlu deneyimlerini başkalarıyla paylaşmasına katkıda bulunabilir.

Bu tür çalışmalar, turist-halk ilişkilerinin anlaşılması ve sürdürülebilir turizm için önemlidir. Yerel halkın turistlere yönelik olumlu algısı, yerel

ekonomiye ve turizm sektörüne olumlu katkılar sağlayabilir ve turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme isteğini artırabilir.

Düzgün ve Kurt (2020), turist rehberlerine yönelik gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda Covid-19 salgınından sonra turizm sektöründe yaşanan olumsuz gelişmeler ve ani bir gelir kaybı ve kendilerini çalışma alanında güvende hissetmemeleri sonucunda turist rehberlerinin, başka iş kollarına yöneldiği tespit edilmiştir. Salgın döneminde turizm sektörü dünya genelinde büyük bir darbe almış, seyahat kısıtlamaları ve sınırlamalar nedeniyle turist sayısında büyük düşüşler yaşanmıştır. Turist rehberleri de bu süreçte iş kaybı ve gelir kaybıyla karşı karşıya kalmışlardır. Bu durum, birçok turist rehberinin gelecekteki turizm faaliyetlerinin belirsizliği nedeniyle başka iş alanlarına yönelmeye mecbur kaldığını göstermektedir.

Turist rehberlerinin başka iş kollarına geçişi, turizm sektörünün yaşadığı zorlukların yanı sıra kişisel ve ekonomik güvenlik ihtiyaçlarından da kaynaklanabilir. Salgın sürecinde turizm sektöründe çalışmaya devam etmekte zorlanan rehberler, alternatif iş imkanları arayarak geçimlerini sağlamaya çalışmışlardır. Bu çalışma, turizm sektöründeki çalışanların salgın dönemlerindeki zorluklarını ve iş güvencesi açısından yaşadıkları belirsizliği vurgulamakta ve turizm sektörünün sürdürülebilirliği için önemli bir konuya işaret etmektedir. Salgınların turizm sektörünü olumsuz etkilemesi, turist rehberleri gibi sektörde çalışanların yaşadığı zorlukları anlamak ve çözüm yolları geliştirmek açısından önemlidir.

Silik ve diğerleri (2020), Covid-19 sonrası turist davranışlarının kuşak farklılıkları dikkate alınarak gerçekleştirdikleri çalışmada, 40-55 yaş (X kuşağı) arası katılımcıların kitlesel turizm hareketlerine (otelde konaklama, grup seyahatleri, kalabalık riskli bölgelerde bulunma) uzak oldukları, 56 ve üzeri (Boomer kuşağı) katılımcıların ise X kuşağındaki katılımcılara benzer bir şekilde kitlesel faaliyetlere (kalabalık, riskli ve büyük şehirlerde bulunma) sıcak bakmadıkları ancak lüks konaklama tesislerini tercih edebilecekleri, X kuşağının aksine tüm kitlesel faaliyetleri riskli bulmak yerine otel dışı faaliyetleri riskli buldukları ve güvenliği otel ortamında bulabilecekleri, 21-39 yaş arası (Y kuşağı) katılımcıların da hijyen tedbirlerinin alınmış olması şartıyla lüks otelleri tercih edebilecekleri, bununla birlikte alternatif turizm türlerine sıcak baktıkları şeklinde bir sonuç tespit edilmiştir.

Rahman ve diğerkleri (2021), Covid-19 salgınının turistlerin seyahat riski ve yönetim algıları üzerindeki etkisini araştıran çalışmada, Covid-19 salgınının seyahat riskini ve yönetim algılarını büyük ölçüde etkilediğini ve seyahat riski ve yönetim algısının, risk yönetimi, hizmet sunumu, ulaşım modelleri, dağıtım kanalları, aşırı nüfuslu destinasyonlardan kaçınma ve hijyen ve güvenlik ile önemli bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, Covid-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki etkileri dikkate alındığında, seyahat riski ve yönetim algılarının artık turizm işletmeleri ve destinasyonlar için vazgeçilmez bir unsur olduğu görölmektedir. Bu nedenle, turizm sektörünün bu yeni normalde turistlerin beklentilerine uygun olarak faaliyet göstermesi ve güvenlik önlemlerine öncelik vermesi önemlidir.

O'Connor ve Assaker (2021), Covid-19 salgınının insanların çevre yanlısı seyahat davranışını nasıl etkileyeceğini ve gelecekte daha ekolojik/sürdürülebilir seyahatleri nasıl teşvik edeceğini inceledikleri çalışmalarında Covid-19 risk algısının, çevre yanlısı seyahat davranışını çevresel kaygılar, çevresel sorumluluk, çevresel ahlaki yükümlülük ve çevre koruma için ekonomik fedakarlık yapma isteğini dolaylı olarak etkilediği sonucuna varmışlardır.

Wen'in (2021) Çinli turistlerin Covid-19 salgınıyla birlikte yaşam tarzı seçimleri, seyahat davranışları ve turizm tercihlerini incelediği çalışma, turizm sektöründe önemli değişimlerin yaşandığını ve geleceğin turizm eğilimlerini belirleyen faktörlerin ortaya çıktığını göstermektedir. Çalışma, salgın sonrasında Çinli tüketicilerin turizm tercihlerinde önemli bir dönüşüm yaşadığını ortaya koymaktadır. Doğrudan satın alınan en popüler seyahatlerin yanı sıra lüks turizm ve tatil ve eğlence turizmi gibi geleneksel turizm biçimlerine ek olarak, yeni turizm biçimlerinin de önem kazandığı gözlemlenmiştir. Bu yeni turizm biçimleri arasında yavaş turizm ve sorumlu turizm gibi sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlar, gelecekte turistlerin tercihleri arasında öne çıkan eğilimler olarak görölmektedir. Çalışmanın sağladığı bilgiler ışığında, turizm sektöründeki bu değişim ve dönüşümü göz önünde bulundurmak önemlidir. Covid-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki etkileri, turistlerin seyahat davranışlarını ve tercihlerini nasıl etkilediği konusunda derinlemesine analiz edilmelidir. Yavaş turizm ve sürdürülebilirlik gibi yeni turizm biçimleri, turizm işletmeleri ve destinasyonlar tarafından benimsenmeli ve uygulanmalıdır. Sonuç olarak, Wen'in alışması, Covid-19 salgınının turizm

sektöründe önemli değişikliklere yol açtığını ve geleceğin turizm eğilimlerini şekillendiren faktörleri göstermiştir. Bu nedenle, bu değişimleri ve yeni turizm biçimlerini dikkate alarak turizm sektörünün geleceğine yönelik stratejilerin belirlenmesi gerekmektedir.

Özdemir ve Çetinkaya (2022), yazlıkçılarının Covid-19 sürecinde buldukları turistik destinasyona ilişkin algılarının belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışma Mersin'in Silifke Susanoğlu'nda gerçekleştirilen çalışmada, ikamet adreslerinden daha çok kaldıkları ve merkezi yerleşim yerlerine göre sakin olduğu için burada kendilerini daha güvende hissettikleri ortaya çıkmıştır. Genel olarak yazlıkçıların tedirginlik durumu denize girerken ve plajda tedirgin hissetmedikleri; dışarıda gezerken, pazarda, markette, restoranda, resmi dairelerde, sahil kıyısında tedirgin oldukları şeklinde tespit etmişlerdir. Sonuç olarak, Özdemir ve Çetinkaya'nın çalışması, pandemi sürecinin turistik destinasyonlara olan algıları ve seyahat tercihlerini nasıl etkilediğini ortaya koymuştur. Pandemi döneminde yazlıkçılar, seyahat ettikleri bölgelerin güvenliği ve sakinliği konusunda daha duyarlı hale gelmiş ve açık alanlarda daha rahat hissetmiştir. Bu bulgular, turizm sektöründe alınacak önlemlerin ve destinasyonların düzenlenmesinin pandemi sonrası dönemde de önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Williams ve diğerleri (2022), Turistlerin seyahat niyetlerinin nasıl şekillendiği araştırdıkları çalışmalarında Covid-19'un turistlerin turizm planlarında belirsizliğe ve belirsizliğinde hoşgörüsüzlüğe yol açmakla beraber Turistlerin bu belirsizlikte tatil planlarını ertelemek yerine, erkene çekerek tatil yapma niyeti içerisinde olduklarını belirtmektedir. Bu sonuç, turistlerin salgın döneminde tatil planlamalarında nasıl bir yaklaşım benimsediklerini ve belirsizlik karşısında nasıl tepki verdiklerini göstermektedir. Turistlerin tatil yapma isteği ve özlemi, belirsizlik döneminde bile güçlü bir şekilde devam etmektedir ve birçok turist tatil planlarını ertelemek yerine, daha erken bir zamanda tatil yapma niyeti içindedir. Bu durum, turizm endüstrisi ve destinasyonlar için önemli bir fırsat oluşturabilir, ancak aynı zamanda salgının seyahat alışkanlıklarını ve tercihlerini nasıl değiştirebileceğini de göstermektedir.

Gyodi (2022), Covid-19 salgınının geleneksel otel endüstrisi ve Airbnb üzerindeki etkisini incelemiş, ev sahiplerinin önemli bir bölümünün kısa süreli konaklama tedarikinden döndüğünü ve mülklerini uzun süreli kiraladıkları

sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgular, turizm endüstrisindeki değişimin ve adaptasyonun bir yansımasıdır. Salgın dönemi, seyahat alışkanlıklarını ve talebi önemli ölçüde etkilediği için ev sahipleri de buna uyum sağlamış ve kısa süreli konaklama yerine uzun süreli kiralama modelini tercih etmeye başlamıştır. Bu durum, geleneksel otel endüstrisi ve kısa süreli konaklama platformları arasında bir rekabet ve dönüşüm sürecine işaret etmektedir. Turizm sektörü, salgının etkilerini azaltmak ve yeni talep dalgalarına uyum sağlamak için esnek ve yenilikçi çözümler geliştirmek zorundadır.

## BÖLÜM 3

### COVID-19 SONRASI KAPADOKYA'DA YEREL HALKIN ÇİNLİ TURİSTLERE YÖNELİK ALGILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

#### 3.1. Araştırmanın Konusu

Bu çalışma, Türkiye'nin önemli turistik destinasyonlarından olan ve Çinli turistleri ağırlayan Kapadokya bölgesinde yaşayan yerel halkın, Covid-19 salgını sonrasında Çinli turistlere karşı olan algılarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Salgın dönemi boyunca seyahat ve turizm sektörünün olumsuz etkilendiği bir dönemde, destinasyonlarını ziyaret eden turistlerin algıları ve etkileşimleri de değişime uğramıştır. Bu çalışma, yerel halkın turistlere yönelik tutumlarında ve algılarında meydana gelen değişimleri anlamak, turistlerle olan etkileşimlerini anlamlandırmak ve turizm sektöründeki olası değişimleri öngörmek için önemli bir katkı sunmayı hedeflemektedir. Elde edilen bulgular, destinasyon yönetimi ve turizm planlaması açısından değerli bilgiler sağlayarak, Kapadokya bölgesindeki turizm deneyimlerini geliştirmeye yönelik stratejilerin oluşturulmasında rehberlik edecektir.

#### 3.2. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Bu araştırmanın temel amacı; Çin'de ortaya çıkan ve kısa bir süre içerisinde küresel çapta yaşanan pandemik bir salgına dönen Covid-19 sonrası destinasyonda bulunan ev sahibi topluluk ile Çinli turist arasındaki ilişkiyi anlamaya odaklanmaktadır. Salgın sonrası, Kapadokya bölgesinde yaşayan yerel halkın Covid-19 virüsünden enfekte olma riskinin genel Çinli turist algısına olan etkisi araştırılacaktır. Türkiye'de her yıl en fazla Çinli turist çeken yerlerden biri olan doğal güzelliklere, tarihi zenginliklere ve kültürel çekiciliklere sahip Kapadokya destinasyonunda, Çinli turistlerin ev sahibi topluluk tarafından nasıl karşılandığına değinilecektir. Covid-19 salgını sonrası Çinli turistlere yönelik algılarının belirlenmesi ve elde edilecek bulgular doğrultusundaki çalışma, sağlıkla ilgili bir kriz sonrasında ev sahiplerinin

turistlere yönelik davranışları ile ilgili yetersiz olan literatüre katkıda bulunacaktır.

Araştırmada bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi ve etkileşimi belirlemek amacıyla hipotezler oluşturulmuştur. Bu hipotezler aşağıda belirtilmiştir:

**H1:** Yerel halkın Çinli Turistlere yönelik kişilik algıları ile misafirperverlik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.

**H2:** Yerel halkın Çinli turistlerden gelebilecek enfeksiyon riski algısı ile yerel halkın Çinli turistlere yönelik misafirperverlik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.

**H3:** Yerel halkın Çinli turistlerin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluğuna olan inanç düzeyi ile yerel halkın Çinli turistlere yönelik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.

**H4:** Çin hükümetinin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluğuna olan inanç düzeyi ile yerel halkın Çinli turistlere yönelik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.

**H5:** Yerel halkın Çinli turistlere yönelik algıları ile Çinli turistlerden enfeksiyon kapma algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler vardır.

**H6:** Yerel halkın Çinli turistlere misafirperverlik algıları ile demografik değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler vardır.

### 3.3. Araştırma Modeli ve Araştırma Problemi

Pandemi sonrası turizmin yerel halk üzerinde nasıl bir etkisinin olduğunun araştırılmasının ve turizm anlayışında yerel halkların çıkar ve haklarını gözetken bir dönüşüme gerek olduğunu belirten birçok yazar vardır (Cheer, 2020; Desbiolles, 2020; Acar, 2020; Kaygısız, 2021; Mengü, 2022). Bu bağlamda Kapadokya bölgesindeki yerel halkın pandemi sonrasında yabancı turistler hakkındaki algılarını belirlemeye yönelik bir alan araştırması yapılmasında, yerel halkın yabancı turistlere karşı algılarında pandemi sonrası oluşan farklılıkların belirlenmesinde, bölgenin turizm faaliyetlerinin planlanmasında ve ülke ekonomisine katkılarının sürdürülmesinde önem arz ettiği düşünülmüştür.

Bu araştırma, pandemi sonrası turizmin Kapadokya bölgesinde yaşayan yerel halk üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir model önermektedir. Araştırma, yerel halkın yabancı turistlere karşı algılarında pandemi sonrası

meydana gelen farklılıkları tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, pandemi sonrası turizm faaliyetlerinin yerel halkın günlük yaşantısına ve çevreye etkilerini değerlendirecek bir alan araştırması yapılması planlanmaktadır.

Araştırma modeli, yerel halkın pandemi öncesi ve pandemi sonrası dönemde yabancı turistlere karşı algılarını karşılaştırmayı hedeflemektedir. Anket ve görüşmeler gibi nitel ve nicel veri toplama yöntemleri kullanılacak ve elde edilen veriler istatistiksel analizler ile değerlendirilecektir. Araştırma probleminin çözümü, Kapadokya bölgesindeki turizm faaliyetlerinin daha sürdürülebilir ve yerel halkın çıkarlarını gözetken bir şekilde planlanmasına katkıda bulunacaktır. Ayrıca, turizm anlayışında yerel halkların rolünün ve katılımının artırılmasına yönelik stratejilerin oluşturulmasına zemin hazırlayacaktır. Bu şekilde, turizmin bölge ekonomisine olan katkısı ve sosyal etkileri daha dengeli ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilebilecektir.

### **3.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın evrenini Kapadokya Bölgesindeki yerel halk oluşturmaktadır. 2022 yılı verilerine göre Nevşehir il nüfusu 310,011dir (Nevşehir İl Nüfusu, 2022). Büyük ölçekteki bir veriye kolay ve hızlı bir ulaşım için anketin katılımcıları basit örnekleme metodu ile seçilmiştir (Ural ve Kılıç, 2011). Örnekleme yoluyla yerel halktan oluşacak örneklem grubunun sayısı belirlenirken Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004) tablosundan yararlanılmıştır. Bu tablodan 0,05 örnekleme hatası,  $p=0,5$  (gerçekleşme olasılığı)  $q=0,5$  (gerçekleşmeme olasılığı) ile belirtilen örneklem sayısı en az 300 olmalıdır. Ankete katılan yerel halkın kadın-erkek oranlarının eşit veya yakın olabilmelerine de dikkat edilerek toplamda 354 katılımcı ile yüz yüze anket uygulanmıştır. Anketler ayıklandıktan sonra cinsiyete göre 159 kadın, 191 erkekten oluşan geçerli anket değerlendirmeye alınarak örneklem sayısı 350 olarak ortaya çıkmıştır.

### **3.5. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları**

Araştırma Kapadokya bölgesi kapsamında; Uçhisar, Göreme, Ürgüp, Avanos turistik destinasyonlardaki yerel halka uygulanmıştır. Çalışmaya katılım sağlayan yerel sakinlerin uygulanan ölçekleri içtenlikle ve doğru olarak



cevapladıkları, örneklem grubuna uygulanan anketin güvenilir ve geçerli olduğu, çalışmada uygulanan araştırma yönteminin araştırmaya uygun olduğu kabul edilmektedir.

### 3.6. Veri Toplama Aracı

Araştırmada nicel araştırma yöntemi olan yüz yüze anket veri toplama tekniği tercih edilmiştir. İlgili literatür incelenmiş ve bir anket formu geliştirilmiştir. Anket formu toplamda 24 maddeden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde yerel halkın sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak 6 soru (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek, aylık gelir ve Kapadokya bölgesinde ikamet süresi) ve bu sorulara ilişkin katılımcıların seçebileceği çoktan seçmeli ifadeler bulunmaktadır.

Anketin ikinci bölümünde katılımcıların Kapadokya Bölgesinde Turizm ve Turist algısını ölçmeye yönelik ve Çin halkına ilişkin görüşleri içeren ölçek Pizam ve diğerleri (2002) tarafından geliştirilen 8 madde yer almaktadır. Bu maddelerde katılımcıların turistlerle temas düzeyi, genel olarak yabancı turistlere ve özel olarak Çinli turistlere bakış açıları ve katılımcıların Çinli turistlere yönelik kişilik algıları sorgulanmaktadır.

Anketin üçüncü bölümü, Algılanan riski ölçmek için Cahyanto ve diğerleri (2016) tarafından geliştirilen ölçek ile Çin hükümeti ve Çinli turistlerin algılanan sorumluluğunu değerlendirmek için Armutlu ve diğerleri (2020) tarafından maddeler eklenerek “TURİST ALGISINA KORONAVİRÜS ETKİSİ ÖLÇEĞİ” oluşturulmuştur. Turist Algısına Koronavirüs Etkisi (TAKE)” ölçeği maddeleri literatürde 5-li Likert tipinde (1-kesinlikle katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-kararsızım, 4-katılıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum) hazırlanmış 10 maddeden oluşturulmuştur.

TAKE ölçeği anket maddelerinde katılımcıların Koronavirüs pandemisinin oluşmasında turizmin etkisini ve özellikle Çin hükümeti ve Çinli turistlerin etkisini nasıl algıladıkları, pandemi sonrasında yabancı turistlere ve özellikle Çinli turistlere karşı tutum ve davranışlarında hangi değişiklikleri yaptıklarını belirlemeye yöneliktir.

Çalışmada, Anket Formu yardımıyla birden çok değişkenin birbiriyle olan olası ilişkilerinin tespiti için ilişkiyel bir tarama modeli kullanılmıştır (Büyüköztürk vd., 2018). Araştırmada kullanılan anket formunda yer alan ifadeler katılımcılara yönlendirilmeden önce üç uzman görüşüne sunulmuştur

(kapsam geçerliliği). Uzmanlardan gelen dönütler dikkate alınarak ifadeler yeniden gözden geçirilmiş, pilot uygulama yapılarak anket maddelerine ve ifadelere son şekli verilmiştir.

### 3.7. Verilerin Analizi

Araştırmada kullanılan 5-li likert tipi TAKE Ölçeğinin faktör analizi yapılmış, iç tutarlılık Cronbach Alpha değeri ile test edilmiştir. Ölçeklerin Tanımlayıcı istatistikleri hesaplanmış, Frekans tabloları ve Normallik testleri uygulanarak veri setinin niteliği araştırılmış, katılımcıların algılarının genel durumu betimlenmiştir. Oluşturulan sosyo-demografik özellik gruplarına göre ölçeklerdeki algılar, ikili gruplar için Bağımsız Örneklem t-Testi, üç veya daha fazla gruplarda tek yönlü Anova Testi ile sınanmıştır. Post Hoc Testi ile bağımsız gruplar arasında anlamlılık araştırılmıştır. Ölçekler ve maddeler arasındaki korelasyon ilişkileri için Pearson Correlation Analizi kullanılmıştır. Kategorik veriler arasındaki ilişkileri test etmek ve değerlendirmek için çapraz tablo Ki- kare analizi uygulanmıştır. Analizler SPSS 22 istatistik programı ile gerçekleştirilmiştir.

### 3.8. Bulgular ve Yorum

#### 3.8.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

159 kadın (%45,4) ve 191 erkek (%54,6) katılımcıya ait sosyo-demografik özelliklerle ilgili bilgiler aşağıdaki tablolarda özetlenmiştir.

**Tablo 3:** Katılımcıların Yaş ve Eğitim Düzeyi Dağılımı

Yaş Grupları			Eğitim Grupları		
Yaş Gurubu	N	%	Eğitim Gurubu	N	%
18-28 yaş	131	37,4%	İlköğretim	56	16,0%
27-35 yaş	83	23,7%	Lise	110	31,4%
36-45 yaş	80	22,9%	Ön Lisans	74	21,1%
46 yaş ve üzeri	56	16,0%	Lisans	83	23,7%
Toplam	350	100,0%	Lisansüstü	27	7,7%
			Toplam	350	100,0%

Tablo 3'te katılımcıların yaş grupları ve eğitim grupları arasındaki dağılımlar incelendiğinde çeşitli sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında, 18-28 yaş grubunun en büyük yaş grubu olduğu görülmektedir ve toplam katılımcıların %37,4'ünü oluşturmaktadır. 27-35 yaş grubu ise %23,7'lik oranla ikinci en büyük grup olarak belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır. Diğer yaş grupları ise 36-45 yaş grubu ve 46 yaş ve üzeri olarak sıralanmaktadır ve toplam katılımcıların sırasıyla %22,9 ve %16,0'ını temsil etmektedirler.

Eğitim gruplarına baktığımızda ise, en yüksek orana sahip olan grup lise mezunlarıdır. Lise mezunu olan katılımcılar, toplam katılımcıların %31,4'ünü oluşturmaktadır. Lisans mezunları ise %23,7'lik oranlarıyla ikinci en büyük grup olarak öne çıkmaktadır. Ön lisans mezunları ise %21,1'lik oranla diğer bir önemli eğitim grubunu temsil etmektedir. İlköğretim mezunları %16,0 ve lisansüstü mezunları ise %7,7'lik oranlarıyla daha küçük gruplardır.

Bu verilere dayanarak, yaş grupları ve eğitim grupları arasında çeşitli ilişkiler ve eğilimler gözlemlenebilir. Örneğin, genç yetişkinlerin (18-28 yaş) eğitim düzeyi daha düşükken, lise mezunları arasında daha fazla yoğunluk olduğu gözlemlenebilir. Aynı şekilde, yaşları daha ileri olan katılımcılar arasında lisans veya lisansüstü eğitim almış olanların oranı daha yüksektir.

**Tablo 4:** Katılımcıların Meslek ve Gelir Guruplarına Dağılımı

Meslekler	Meslek Gurupları		Gelirler (TL)	Gelir Gurupları	
	N	%		N	%
Öğrenci	75	21,4%	8.500TL' den daha az	82	23,4%
Esnaf	55	15,7%	8.501 – 10,000TL	94	26,9%
Ücretli çalışan	105	30,0%	10,001 – 15,000TL	95	27,1%
Emekli	25	7,1%	15,001TL ve daha fazla	79	22,6%
Çiftçi	13	3,7%	Toplam	350	100,0%
Diğer	77	22,0%			
Toplam	350	100,0%			

Tablo 4'te araştırmaya katılan yerel halkın meslek ve gelir guruplarına ilişkin dağılımı incelendiğinde; ücretli çalışanların en büyük gurup olduğu görülmektedir ve toplam yüzdeliğin %30,0'ını oluşturmaktadır. Meslek

grupları içerisinde diğer grubunun %22,0 ile ikinci en büyük grubu oluşturduğu görülmektedir. Akabinde diğer grubuna çok yakın %21,4 bir oranla öğrenci grubu gelmektedir. Diğer meslek gruplarına bakıldığında ise esnaf grubunun %15,7 bir dağılım oranında olduğu, emekli ve çiftçi grubunun %7,1 ve %3,7 ile toplam katılımcı dağılımında en düşük orana sahip grup arasında yer aldığı görülmektedir.

Gelir gruplarına baktığımızda ise, toplam katılımcıların yüzdelik dağılımlarının birbirlerine çok yakın olduğu belirgin bir şekilde öne çıkmaktadır. 10,001-15,000 TL arası gelir grubunun % 27,1 ile en büyük grup olduğu, çok az bir farkla ile 8.501-10,000 TL gelir grubunun %26,9'luk oranla toplam katılımcıların arasında en büyük ikinci grubu oluşturmaktadır. 8.500 TL' den daha az ve 15,001 TL ve daha fazla gelir grupları sırasıyla %23,4 ve %22,6 şeklinde toplam katılımcılar arasında birbirlerine yakın bir yüzdelik oranla yer almaktadırlar.

Tabloda yer alan veriler ışığında, meslek gruplarının çeşitliliğindeki dağılımda toplam katılımcılar arasında derin yüzdelik farklar olsa da gelir grupları arasında bu durumun söz konusu olmadığı toplam katılımcılar arasında dağılım oranlarının oldukça birbirine yakın oranlarda olduğu görülmektedir.

**Tablo 5:** Katılımcıların Kapadokya Bölgesinde İkamet Durumuna Göre Dağılımı

İkamet yılları	N	%
1- 5 yıl	42	12,0%
6-10 yıl	35	10,0%
11- 15 yıl	53	15,1%
16-20 yıl	83	23,7%
20 yıl ve üzeri	137	39,1%
Toplam	350	100,0%

Tablo 5'te yerel halkın Kapadokya bölgesindeki ikamet durumuna ilişkin veriler incelendiğinde; ikamet durumu 20 yıl ve üzeri olan katılımcıların oranı %39,1 ile en yüksek orana sahip katılımcı grubu olduğu görülmektedir. İkamet durumu 16-20 ve 11-15 yıl olan yerel halkın katılımcı grupları %23,7 ve %15,1'lik yüzdelik dilimle ikinci ve üçüncü en yüksek orana sahip katılımcı grubu arasında yer almaktadır. İkamet yılı en az olan 1-5 ve 6-10 grupları

dağılım oranında %12,0 ve %10,0'lık dilimle en düşük katılımı sağlayan gruptur.

Bu veriler irdelendiğinde, Kapadokya bölgesinde en uzun ikamet eden grupların katılımcı grupları içerisinde en yüksek oranda olması, destinasyondaki yaşam deneyimlerinin oldukça yeterli düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu durum anket değerlendirmelerinin objektifliğini artıracığı şeklinde yorumlanmaktadır.

Örnekleme bulunan katılımcıların turistlerle olan iletişimini, turizme yönelik faaliyetlerini ve özellikle Çinli turistlerle temas durumlarını ortaya çıkarmak için hazırlanan anket maddelerinin incelenmesi ile elde edilen veriler aşağıdadır.

**Tablo 6:** Katılımcıların “Turistlerle yönelik bir iş ya da faaliyetiniz var mı? / oldu mu?” Maddesine Yanıtlarının Analizi

Evet		Bazen		Hayır		Toplam	
N	%	N	%	N	%	N	%
136	38,9%	115	32,9%	99	28,3%	350	100,0%

Tablo 6’da yerel halkın turistlere yönelik iş ya da faaliyetlerinin olup olmadığına ilişkin veriler incelendiğinde; turistlere yönelik iş ya da faaliyet tecrübesi olmayan katılımcıların oranı %28,3 ile en düşüktür. Katılımcı grubu içerisinde turistlere yönelik iş ya da faaliyet tecrübesi olan gurubun %38,9'luk pay oranıyla en yüksek olduğu ve soruya ilişkin bazen cevabının %32,9'luk bir oran takip etmiştir.

Tablodaki oranların dengeli dağılması örneklemin Kapadokya bölgesindeki yerel halkın tüm kesimlerini yansıttığı, bunun da araştırma sonuçlarının geçerliliği ve güvenilirliğini pozitif yönde etkileyeceğine yorumlanmıştır.

**Tablo 7:** Katılımcıların Turistlerle Karşılaşma ve Temas Sıklığı ile İlgili Maddelere Yanıtlarının Analizi

	Neredeyse her gün		Haftada 3-5 kez		Haftada 1-2 kez		Ayda 1-2 kez		Nerdeyse hiçbir zaman	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Çinli turistlerle karşılaşma sıklığınız hangi düzeydedir?	46	13%	63	18%	85	24%	106	30%	50	14%
Turistlerle kişisel temas sıklığınız hangi düzeydedir	75	21%	43	12%	37	11%	107	31%	88	25%
Çinli turistlerle temas sıklığınız hangi düzeydedir?	29	8%	50	14%	37	11%	117	33%	117	33%

Tablo 7’de Katılımcıların turistlerle karşılaşma ve temas sıklığına ilişkin anket verilerinde görüldüğü üzere; katılımcılar çeşitli sıklık düzeylerinde yabancı turistlerle ve Çinli turistlerle karşılaşmaktadır. Çinli turistlerle karşılaşma sıklığının % 24’lük oranla “Haftada 1-2 kez” yanıtını veren en yüksek katılımcı oranıyken, “Neredeyse her gün” yanıtı %13 ile en düşük katılımcı oranı olduğu görülmektedir.

Katılımcılardan %14’ü Çinli turistlerle “Nerdeyse hiçbir zaman” karşılaşmazken, %33’ü “Nerdeyse hiçbir zaman” temasta bulunmadığını belirtmiştir. Genel olarak yabancı turistlerle kişisel temas sıklığı için “Neredeyse hiçbir zaman” diyen katılımcıların oranı %25 iken Çinli turistler için bu oranın %33’ e yükselmesi dikkat çekici bulunmuş, katılımcılardan bir bölümünün Çinli turistlerle temastan özellikle sakındığı yorumlanmıştır.

### 3.8.2. Katılımcıların Kapadokya Bölgesi Turizm ve Turist Algısı Üzerine İncelemeler

Katılımcıların “Turizmin Kapadokya bölgesine etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?” anket maddesine verdikleri yanıtlar incelenerek bu konudaki genel yargıları araştırılmıştır. İlgili analizler aşağıda verilmiştir.

**Tablo 8:** Katılımcıların “Turizmin Kapadokya bölgesine etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?” Maddesine Yanıtlarının Analizi

Olumsuz		Ne olumlu ne olumsuz		Olumlu		Toplam	
N	%	N	%	N	%	N	%
12	3,4%	42	12,0%	296	84,6%	350	100,0%

Tablo 8’deki veriler ışığında; katılımcılar %84,6 gibi yüksek bir oranda turizmin Kapadokya bölgesine olumlu etki yaptığı görüşündedirler. Ki-kare çapraz tablo analizi ile sosyo-demografik özellik gruplarına göre yapılan analizde cinsiyet, yaş, meslek, gelir ve ikamet yılı gruplarındaki katılımcılar arasında bu konuda anlamlı farklılıklar olmadığı belirlenmiştir. Bu veri Kapadokya bölgesinde turizm sektörünün yüksek oranda benimsendiği ve toplum kesimleri arasında vazgeçilmez görüldüğü şeklinde yorumlanmıştır.

Katılımcıların genel olarak yabancı ülkelerden gelen turistlere ve özel olarak Çinli turistlere karşı bakış açılarını değerlendirmeleri için hazırlanan anket maddelerine verdikleri yanıtların analizleri de aşağıdaki tablodadır.

**Tablo 9:** Katılımcıların Turistlere Karşı Bakış Açılarını Değerlendirmeleri

Turistlere bakış açısı	Olumsuz		Ne olumlu, ne olumsuz		Olumlu		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Genel olarak yabancı turiste bakış açısı	9	2,6%	55	15,7%	286	81,7%	350	100%
Çinli turiste bakış açısı	55	15,7%	101	28,9%	194	55,4%	350	100%

Tablo 9’da görüldüğü üzere; Kapadokya bölgesinde yaşayan katılımcıların genel olarak yabancı turistlere bakış açıları yaklaşık %82 düzeyinde olumlu, %3 düzeyinde olumsuzdur. Çinli turistlere bakış açılarının olumlu olduğunu söyleyen katılımcıların oranı büyük bir düşüşle %55,4 olmuş, olumsuz bakış açısına sahip katılımcıların oranı da %15,7’ e yükselmiştir. Bu veriler katılımcıların pandemi sonrasında yabancı ülkelerden gelen turistlere karşı genel algılarının hala oldukça yüksek oranda olumlu olduğunu göstermektedir.

Ancak Çinli turistlere karşı olumlu algı taşıyanların oranının genel turist algısından sapma gösterdiği ortaya çıkarmıştır. Yabancı turistlere olumsuz bakma oranı %2,6 iken, Çinli turistlere olumsuz bakış açısına sahip katılımcıların oranını ise %15,7 olmuştur. Bu veri dikkat çekici olarak ortaya çıkmış, araştırmada bu farklılığın nedenleri üzerindeki analizler önemli olmuştur. Çinli turistlere karşı belirlenen bu olumsuz algının kaynağının araştırılması için katılımcılara “Çinli turistler hakkında genel izlenimlerinize göre, aşağıdaki özelliklerden uygun gördüklerinize (x) işareti koyunuz. Birden fazla işaretleyebilirsiniz” anket maddesi yönetilerek 8 olumlu, 7 olumsuz kişilik özelliği arasından seçim yapmaları istenmiştir. Elde edilen veriler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 10:** Katılımcılara Göre Çinli Turistlerin Olumlu ve Olumsuz Kişilik Özellikleri

Olumlu özellik	N	Sıcak-kanlı	Mütevazı	Dost canlısı	Güvenilir	Benim gibi	Temiz	Kibar	Cömert	Toplam
Veriler		135	95	94	42	46	37	57	32	538
		16,9%	11,9%	11,7%	5,2%	5,7%	4,6%	7,1%	4,0%	67,2%

Olumsuz özellik	N	Saldırgan	Kaba, Huysuz	Soğuk	Tepeden bakan	Güvenilmez	Bakımsız, Kirli	Cimri	Toplam
Veriler		2	23	69	32	15	68	54	263
		0,2%	2,9%	8,6%	4,0%	1,9%	8,5%	6,7%	32,8%

Tablo 10’da yer alan veriler paralelinde; 350 katılımcı ve toplam 801 kişilik özelliği işaretlemiştir. Katılımcıların işaretledikleri olumlu ve olumsuz özellikler tabloda kategorize edilerek verilmiştir. Tabloya göre; Çinli turistler için 538 olumlu kişilik özelliği (%67,2) ve 263 olumsuz kişilik özelliği (%32,8) işaretlenmiştir.

Olumlu özellik olarak; *Sıcakkanlı* özelliği (%16,9) ile en yüksek tercih yüzdesi alırken, *Mütevazı* (%11,9), *Dost Canlısı* (%11,7), *Kibar* (%7,1), *Benim Gibi* (%5,7) *Güvenilir* (%5,2), *Temiz* (%4,6) şeklinde takip etmiş ve *Cömert* (%4,0) ile en düşük tercih yüzdesi olmuştur. Olumsuz özellik olarak; *Soğuk* (%8,7), *Bakımsız, Kirli* özelliği ise (%8,6) ile en yüksek tercih yüzdesi alırken, *Cimri* (%6,7), *Tepeden Bakan* (%4,0), *Kaba Huysuz* (%2,9), *Güvenilmez*



(%1,9) şeklinde takip etmiş ve *Saldırgan* (%0,2) ile en düşük tercih yüzdesini oluşturmuştur.

Bu veriler, katılımcıların Çinli turistlerin kişilik özelliklerini genel olarak olumlu bulduğu, kişilik özelliklerinden onlara karşı olumsuz algı oluşturacak düzeyde bir neden belirlemediği şeklinde yorumlanmıştır.

### 3.8.3. Katılımcıların Kapadokya Bölgesinde Turist Algısına Koronavirüs Etkisi Üzerine İncelemeler

Kapadokya bölgesindeki yerel halkın turist algısına Koronavirüsün etkisini belirlemek amacıyla ilk olarak bölgedeki yerel halkın Koronavirüs sonrasında Çinli turistlere bakış açıları ile misafirperverlik tutumları arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Katılımcıların Çinli turistlere bakış açılarına göre oluşturdukları bağımsız grupların Çinli turistlere karşı misafirperverlik tutumlarında oluşan değişimler analiz edilmiştir.

Pearson ki-kare testi ile yapılan analizler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 11:** Koronavirüs Sonrası Katılımcıların Çinli Turistlere Bakış Açıları İle Misafirperverlik Tutumlarının İncelenmesi

Genel olarak Çinli turistlere karşı bakış açınızı nasıl değerlendirirsiniz?		Koronavirüs salgınından önce Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarımı salgından sonra gözden geçirip sınırladım.					Toplam
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Olumsuz	Sayı	9	7	10	14	15	55
	%	16,4%	12,7%	18,2%	25,5%	27,3%	100,0%
Ne olumlu, ne olumsuz	Sayı	13	22	25	26	15	101
	%	12,9%	21,8%	24,8%	25,7%	14,9%	100,0%
Olumlu	Sayı	62	67	22	28	15	194
	%	32,0%	34,5%	11,3%	14,4%	7,7%	100,0%
Toplam	Sayı	84	96	57	68	45	350
	%	24,0%	27,4%	16,3%	19,4%	12,9%	100,0%

Tablo 11’de Pearson ki-kare analizinde bakış açıları “*Olumsuz*”, “*Ne Olumlu Ne Olumsuz*” ve “*Olumlu*” olan katılımcı grupları arasında hesaplanan anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  bulunmuştur. Bu veri, bu gruplar arasında misafirperverlik tutumları bakımından anlamlı farklar olduğunu göstermiştir. Farklılaşmanın ne şekilde gerçekleştiğinin incelenmesi için SPSS programı kullanılarak Bonferroni Chi-Square Residual Post-Hoc testi

uygulanmıştır. Buna göre olumlu algı belirtenlerin yüzde oranlarının diğer algı guruplarından anlamlı olarak farklılaştığı belirlenmiştir.

Tabloda “*Kesinlikle Katılıyorum*” ve “*Katılıyorum*” oranları toplamı incelendiğinde; “*Olumsuz*” ve “*Ne Olumlu Ne Olumsuz*” bakış açısına sahip olan katılımcıların konukseverlik tutumlarını sınırlama oranlarının olumlu bakış açısına sahip olanlardan oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir. Bunun sonucunda çalışmada belirlenen “*H1. Yerel halkın Çinli Turistlere yönelik alguları ile misafirperverlik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.*” Hipotezi kabul edilmiş, olumlu algıları olan gurubun salgın sonrasında konukseverlik tutumlarında değişim oranlarının diğer guruplardan daha az olduğu yorumlanmıştır.

Koronavirüs sonrasında yerel halkın Çinli turistlere yönelik misafirperverlik algılarının demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği çalışmada incelenen bir başlık olmuştur. Bu amaçla katılımcıların TAKE ölçeğinde yer alan “*Koronavirüs salgınından önce Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarımı salgından sonra gözden geçirip sınırladım.*” maddesine verdikleri yanıtlar demografik guruplara göre incelenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir ve Kapadokya bölgesinde ikamet yılına göre oluşturduğu alt gurupların bu maddeye verdikleri yanıtlar için uygulanan ki-kare analizlerinde anlamlılık ölçüsü olan p değeri  $p > 0,05$  olarak hesaplandığından bu gurupların alt gurupları arasında Çinli turistlere karşı misafirperverlik algıları bağlamında anlamlı farklılık bulunmadığı belirlenmiştir. Diğer yandan meslek guruplarına göre yapılan analizde hesaplanan anlamlılık değeri  $p = 0,049 < 0,05$  bulunduğundan meslek guruplarının alt gurupları arasında anlamlı farklılıkları olduğu belirlenmiştir. İlgili veriler tablodadır.

**Tablo 12:** Katılımcıların Çinli Turistlere Misafirperverlik Algılarının Meslek Gruplarına Göre İncelenmesi

Meslek Gurupları	Koronavirüs salgınından önce Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarımı salgından sonra gözden geçirip sınırladım.						
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
Öğrenci	Sayı	9	28	12	22	4	75
	%	12,0%	37,3%	16,0%	29,3%	5,3%	100,0%
Esnaf	Sayı	29	13	2	8	3	55
	%	52,7%	23,6%	3,6%	14,5%	5,5%	100,0%
Ücretli çalışan	Sayı	14	31	19	23	18	105
	%	13,3%	29,5%	18,1%	21,9%	17,1%	100,0%
Emekli	Sayı	9	5	5	3	3	25
	%	36,0%	20,0%	20,0%	12,0%	12,0%	100,0%
Çiftçi	Sayı	1	3	5	1	3	13
	%	7,7%	23,1%	38,5%	7,7%	23,1%	100,0%
Diğer	Sayı	22	16	14	11	14	77
	%	28,6%	20,8%	18,2%	14,3%	18,2%	100,0%
Toplam	Sayı	84	96	57	68	45	350
	%	24,0%	27,4%	16,3%	19,4%	12,9%	100,0%

Tablo 12’de Pearson ki-kare analizinde Meslek alt gurupları arasında hesaplanan anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  bulunduğundan meslek alt gurupları arasında misafirperverlik algısı bakımından anlamlı farklar olduğu sonucuna varılmıştır. Farklılaşmanın ne şekilde gerçekleştiğinin incelenmesi için SPSS programı kullanılarak Bonferroni Chi-Square Residual Post-Hoc testi uygulanmıştır. Analizde esnaf ve emekli gurubun “Koronavirüs salgınından önce Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarımı salgından sonra gözden geçirip sınırladım.” maddesine kesinlikle katılmıyorum yanıtlarını diğer meslek guruplarından anlamlı olarak yüksek olarak verdikleri belirlenmiştir.

Ayrıca katılımcıların “Turistlerle yönelik bir iş ya da faaliyetiniz var mı? / oldu mu?” Sorusuna verdikleri yanıtlara göre de Koronavirüs öncesi ve sonrası turistlere olan konukseverlik tutumlarında değişiklik olup olmadığı da incelenmiştir.

**Tablo 13:** Katılımcıların Çinli Turistlere Misafirperverlik Algılarının Turistlere Yönelik İş/Faaliyet Durumuna Göre İncelenmesi

Turistlerle yönelik bir iş ya da faaliyetiniz var mı? / oldu mu?	Koronavirüs salgınından önce Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarımı salgından sonra gözden geçirip sınırladım.						
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam
Evet	Sayı	50	39	12	24	11	136
	%	36,8%	28,7%	8,8%	17,6%	8,1%	100,0%
Bazen	Sayı	19	36	27	19	14	115
	%	16,5%	31,3%	23,5%	16,5%	12,2%	100,0%
Hayır	Sayı	15	21	18	25	20	99
	%	15,2%	21,2%	18,2%	25,3%	20,2%	100,0%
Toplam	Sayı	84	96	57	68	45	350
	%	24,0%	27,4%	16,3%	19,4%	12,9%	100,0%

Tablo 13’de Pearson Ki-kare analizinde turistlere yönelik iş ya da faaliyet yapma durumuna göre oluşan guruplar arasında hesaplanan anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  bulunduğundan bu guruplar arasında misafirperverlik algısı bakımından anlamlı farklar olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablodan görüldüğü üzere, turistlere yönelik bir iş ya da faaliyeti olan katılımcıların yaklaşık %66’sının misafirperverlik algısında sınırlama yapmadığını “Kesinlikle Katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyerek kabul etmedikleri belirlenmiştir. Turistlere yönelik iş ya da faaliyeti olmayan katılımcıların ise yaklaşık %50’sinin misafirperverlik algılarında sınırlama yaptıkları “Kesinlikle Katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyerek kabul ettikleri belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır. Post- Hoc analizinde turistlere yönelik bir iş ya da faaliyeti olan gurubun bu algısı anlamlı bulunmuştur

Sonuç olarak çalışmada belirlenen “H6: Yerel halkın Çinli turistlere misafirperverlik algıları ile demografik değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Bu veri esnafların, emekli gurubun ve turistlere yönelik bir iş ya da faaliyetleri olan katılımcı gurupların salgın öncesi ve sonrası Çinli turistlere misafirperverlik algılarında en az değişiklik gösteren guruplar olduğu şeklinde yorumlanmıştır.. Ancak turistlere yönelik iş ya da faaliyeti olmayan diğer meslek guruplarının salgın

öncesi ve sonrası Çinli turistlere misafirperverlik algılarında daha fazla bir değişiklik olduğu saptanmıştır. Bu durumda, esnaf - emekli ve turistlere yönelik iş ya da faaliyeti olan grubun, maddi kaygılarının Çinli turistlere yönelik algılarında pozitif olarak bir eğilimde bulunmalarına büyük bir etken olduğu şekilde yorumlanabilir

### 3.8.4. Turist Algısına Koronavirüs Etkisi (TAKE) Ölçeği ve Alt Ölçeklerine Ait Analizler

Araştırmada kullanılan Turist Algısına Koronavirüs Etkisi ölçeğinin güvenilirliğini belirlemek için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlik, zamana göre değişmezlik ölçüsüdür (Tavşancıl, 2010: 148). Güvenirlik; ölçeklerde kullanılan maddelerin kendi aralarında tutarlı olup olmadığını gösteren bir test biçimidir (Ural ve Kılıç, 2013: 280).

Bu bağlamda ölçeklerin güvenilirliği tespit etmek için Alfa katsayısına (Cronbach Alpha) bakılması en tercih edilen yöntemdir. Cronbach Alfa değeri, ölçeği oluşturan ifadelerin homojen bir yapı için bütünlük gösterip göstermediğini belirtir ve 0 ile 1 arasında değer alır. Yaygın kabul edilen yaklaşıma göre Cronbach'ın alfa ( $\alpha$ ) katsayısı için sınıflama şu şekildedir (George ve Mallery, 2003: 214).

**Tablo 14:** Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) Katsayısı Yorumu

Cronbach alfa ( $\alpha$ ) katsayısı	Yorum
$\alpha \geq 0,9$	Mükemmel
$0,7 \leq \alpha < 0,9$	İyi
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Kabul edilebilir
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Zayıf
$\alpha < 0,5$	Kabul edilemez

Çalışmada TAKE Ölçeğinin güvenilirlik analiz sonuçları aşağıdaki tablodadır.

**Tablo 15:** TAKE Ölçeği İç Tutarlılık Katsayısı

Ölçek	Cronbach Alpha	Madde Sayısı
KE ölçeği	0,920	10

Cronbach Alpha 0,920 olarak hesaplanmış mükemmel olarak yorumlanmıştır (Hair vd., 1998: 118; Knapp, 1991).

TAKE ölçeğinin alt boyutlardan oluşup oluşmadığının belirlenmesi için Açımlayıcı Faktör Analizi uygulanmıştır. Önce veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığı KMO ve Barlett's testi ile sınanmıştır. Ölçeğin KMO (Kaiser-Meyer Olkin) değeri 0,907 bulunmuştur, bu değer veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2002: 470-483).

Barlett küresellik testinin p değeri  $p= 0,000$  bulunmuş, değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde ilişki olduğu saptanmıştır (Tatlıdil, 2002: 256). Ardından ölçeğin verilerine SPSS programı ile Açımlayıcı faktör analizi uygulanmış, 2 alt boyut tespit edilmiştir. Bu boyutların toplam varyansın %73,107'sini açıkladığı belirlenmiştir.

**Tablo 16:** AFA Sonuçlarına Göre Varyansların Dağılımı

Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Yüklerin Karelerinin Toplamının Açılımı (Açıklanan Varyans)		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	5,911	59,109	59,109	5,911	59,109	59,109
2	1,400	13,998	73,107	1,400	13,998	73,107
3	,578	5,783	78,890			

Tablo 16'da özdeğeri 1'den büyük 2 bileşen olduğu, bu bileşenlerin toplam varyansın %73,107'sini açıkladığı görülmektedir. Bu veriler ölçeğin iki faktörlü olduğunu, bu faktör yapısının tutarlı olduğunu, açıklanan varyansın oldukça yüksek olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2002: 470-483). Ölçeği oluşturan maddelerin faktör yük değerleri aşağıdaki tablodadır.

**Tablo 17:** AFA Sonuçlarına Göre Faktör Yük Değerleri

Madde	2.Faktör	1.Faktör
TAKE1		0,841
TAKE2		0,828
TAKE3		0,766
TAKE4	0,664	
TAKE5	0,856	
TAKE6	0,848	
TAKE7	0,689	
TAKE8	0,854	
TAKE9	0,882	
TAKE10	0,823	

Tablo 17’de yük değerlerinin 0,664 ve üzeri olduğu görülmektedir. Alanyazında 0,400 yük değerinin kabul edilebilir alt sınır olduğu (Brown, 2009: 156; Büyüköztürk, 2022: 182) belirtildiği düşünülürse TAKE ölçeğinin tümünde yük değerlerinin oldukça iyi düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır.

10 maddeden oluşan TAKE ölçeğinin alt boyutlarının birincisi 3 maddeden oluşmuş, bu alt ölçeğe “*Koronavirüs Yayılmasında Sorumluluk Boyutu*”, kısaca SB ölçeği adı uygun bulunmuştur. 7 maddeden oluşan ikinci boyuta “*Turizm ve Turist Algısında Değişim Boyutu*”, kısacası DB ölçeği adı uygun bulunmuştur. Bu alt boyut ölçeklerinin iç tutarlılık testleri de Cronbach Alpha katsayısı ile hesaplanmış, SB alt ölçeği için Cronbach Alpha katsayısı 0,803 (iyi) ve DB alt ölçeği için Cronbach Alpha katsayısı 0,934 (mükemmel) olarak hesaplanmıştır.

İlk olarak TAKE Ölçeği ve alt boyut ölçeklerinin betimleyici istatistikleri incelenerek veri setinin niteliği araştırılmıştır. Ölçeklere ait betimleyici istatistikler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

**Tablo 18:** Ölçeklere Ait Betimleyici İstatistikler

İstatistikler /Ölçekler	KEÖ	SBÖ	DBÖ
Geçerli veri	350	350	350
Kayıp veri	0	0	0
Ortalama	2,922	3,430	2,705
Minimum	1,00	1,00	1,00
Maksimum	5,00	5,00	5,00
Standart Sapma	1,069	1,179	1,191
Skewness (Çarpıklık)	0,090	-0,336	0,221
Kurtosis (Basıklık)	-0,858	-0,336	-1,023

Tablo 18’de Kapadokya bölgesinde ikamet eden katılımcıların TAKE ölçeğinde elde ettiği ortalamanın 2,922 (*Kararsızım*) düzeyine yakın olduğu belirlenmiştir. Bu veri katılımcıların turizm ve turist algısında Koronavirüs Etkisinde genel algılarının kararsızlık gösterdiği şeklinde yorumlanmıştır. SB ölçeğinde ise ortalamanın 3,430 (*Kararsızım-Katılmıyorum*) arasında olduğu belirlenmiştir.

Bu veri katılımcıların Çin hükümetini ve Çinli turistleri Koronavirüsün yayılmasında az da olsa sorumlu gördükleri şeklinde yorumlanmıştır. DB ölçeğinde katılımcıların elde ettiği ortalamanın 2,705 (*Katılmıyorum-Kararsızım*) arasında olduğu belirlenmiştir. Bu veri katılımcıların genel olarak turist algısında koronavirüs salgınından sonra meydana gelen tutum değişikliklerine katılmama eğiliminde oldukları şeklinde yorumlanmıştır. Standart sapma değerlerinin 1’in üzerinde olması katılımcıların ölçek puanlamalarında birbirinden farklılıklarının fazla olduğu, katılımcıların fikir ayrılıklarının önemli derecede olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

Verilerin dağılımının normalliğini göstermek üzere çarpıklık ve basıklık katsayıları ile ilgili olarak literatürde sınır değerlere yer verilmiştir. Buna göre eğer dağılım normal ise çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile 1 aralığında olması gerektiği; eğer çarpıklık katsayısı -1 ile 1 aralığında ise basıklık katsayısının -2 ile 2 aralığında, eğer basıklık katsayısı -1 ile 1 aralığında ise çarpıklık katsayısının -2 ile 2 aralığında olabileceği belirtilmektedir (George ve Mallery, 2001; Leech vd., 2005).

Bu bağlamda ölçeklerin normal dağılıma uygun olup olmadığının incelenmesinde; tablodaki normallik testi sonuçlarına bakıldığında Skewness



(Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerlerinin literatürde verilen sınırlara uygun olduğu, verilerin normal dağılım gösterdiği sonucuna varılmıştır. Bu nedenle uygulanacak analizlerde parametrik testlerin kullanılması uygun bulunmuştur (Büyüköztürk vd., 2018; George ve Mallery, 2003; Leech vd., 2005).

### **3.8.5. TAKE Ölçeğinde Demografik Değişkenlere Göre Yapılan Analizler**

Ölçeklerde katılımcıların oluşturduğu demografik gruplara göre ortalama puanlar üzerinde yapılan analizlerde ikili guruplarda Bağımsız Örneklem t-testi, üç veya daha fazla guruplarda tek yönlü Anova testi ile analizler yapılmıştır.

Cinsiyet değişkenine göre uygulanan Bağımsız Örneklem t-testi sonuçlarına göre 3 ölçek için de anlamlılık katsayısı olan p değerleri  $p>0,05$  olarak bulunmuştur. Bunun sonucunda katılımcıların turizm ve turist algısında Koronavirüs etkisinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, kadın ve erkek katılımcıların bu konuda benzer algılara sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Yaş değişkenine göre uygulanan tek yönlü Anova Testi sonuçlarına göre 3 ölçek için de anlamlılık katsayısı olan p değerleri  $p>0,05$  olarak bulunmuş, bunun sonucunda katılımcıların turizm ve turist algısında Koronavirüs etkisinin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, her yaştaki katılımcıların bu konuda benzer algılara sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Eğitim düzeyi değişkenine göre uygulanan tek yönlü Anova Testi sonuçlarına göre 3 ölçek için de anlamlılık katsayısı olan p değerleri  $p>0,05$  olarak bulunmuştur. Bunun sonucunda katılımcıların turizm ve turist algısında Koronavirüs etkisinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, her eğitim düzeyindeki katılımcıların bu konuda benzer algılara sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Meslek değişkenine göre uygulanan tek yönlü Anova Testi sonuçlarına göre SB alt ölçeğinde anlamlılık katsayısı olan p değeri  $p>0,05$  olarak bulunmuştur. Bunun sonucunda katılımcıların turizm ve turist algısında Koronavirüs etkisinde Çin hükümeti ve Çinli turistlerin sorumluluğu algısı meslek değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Diğer yandan TAKE ölçeğinin bütününde ve DB alt ölçeği üzerinde meslek değişkenine göre yapılan analizde anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. İlgili analizler aşağıda verilmiştir.

**Tablo 19:** TAKE Ölçeği Meslek Guruplarına Göre Tek Yönlü Anova Sonuçları

Meslek Gurupları	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata	95% Güven Aralığı		En az	En fazla
					Alt sınır	Üst sınır		
Öğrenci	75	3,0907	,82252	,09498	2,9014	3,2799	1,40	4,70
Esnaf	55	2,3673	,96553	,13019	2,1063	2,6283	1,00	5,00
Ücretli	105	3,0371	1,02491	,10002	2,8388	3,2355	1,00	5,00
Emekli	25	2,8680	1,26218	,25244	2,3470	3,3890	1,00	5,00
Çiftçi	13	3,3077	1,12135	,31101	2,6301	3,9853	1,00	5,00
Diğer	77	2,9506	1,22352	,13943	2,6729	3,2284	1,00	5,00
Toplam	350	2,9223	1,06959	,05717	2,8098	3,0347	1,00	5,00

Yapılan analizde  $p=0,001 < 0,05$  olarak bulunduğundan TAKE ölçeğinin bütünü için meslek guruplarının anlamlı algı farklılıklarına sahip olduğu belirlenmiştir. Uygulanan Post-Hoc testinde Esnaf ve Emekli olarak mesleklerini belirten katılımcıların diğer meslek guruplarıyla farklı algılamalara sahip oldukları belirlenmiştir.

Tablo 19 incelendiğinde bu farklılığın Esnafların turizm ve turist algısında Koronavirüs etkisine “*Katılmıyorum*” algısına yakın bir algıya sahip olmaları, Emeklilerin ise “*Katılmıyorum*” ile “*Kararsızlık*” arasında bir algıya sahip olmaları ancak diğer meslek guruplarındaki katılımcıların “*Kararsızlık*” algısına sahip olmalarından kaynaklandığı şeklinde yorumlanmıştır.

DB ölçeğinde meslek guruplarına göre yapılan inceleme aşağıdaki tablodadır.

**Tablo 20:** DB Ölçeği Meslek Guruplarına Göre Tek Yönlü Anova Sonuçları

	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata	95% Güven Aralığı		En az	En fazla
					Alt sınır	Üst sınır		
Öğrenci	75	2,8610	,96890	,11188	2,6380	3,0839	1,00	4,57
Esnaf	55	1,9844	,99912	,13472	1,7143	2,2545	1,00	5,00
Ücretli	105	2,8884	1,18102	,11526	2,6599	3,1170	1,00	5,00
Emekli	25	2,6057	1,34093	,26819	2,0522	3,1592	1,00	5,00
Çiftçi	13	3,0989	1,13147	,31381	2,4152	3,7826	1,00	5,00
Diğer	77	2,7829	1,31863	,15027	2,4836	3,0822	1,00	5,00
Toplam	350	2,7049	1,19184	,06371	2,5796	2,8302	1,00	5,00

Yapılan analizde  $p = 0,000 < 0,05$  olarak bulunduğundan Korona virüs etkisinin turizm ve turist algısında yarattığı değişim algısının meslek gurupları arasında anlamlı farklılıklara sahip olduğu belirlenmiştir.

Uygulanan Post-Hoc testinde Esnaf olarak mesleklerini belirten katılımcıların diğer meslek guruplarıyla anlamlı olarak farklı algılamalara sahip oldukları belirlenmiştir.

Tablo 20’de elde edilen verilerde Esnafların turizm ve turist algısında Koronavirüsün etkisi ile değişim olduğuna katılmıyorum algısında oldukları, diğer meslek guruplarındaki katılımcıların ise kararsızlık algısına yakın oldukları yorumlanmıştır.

Gelir düzeyi değişkenine göre uygulanan tek yönlü Anova Testi sonuçlarına göre anlamlılık katsayısı olan  $p > 0,05$  olarak bulunmuş, bunun sonucunda katılımcıların turizm ve turist algısında Koronavirüs etkisinin eğitim düzeyi değişkenine göre TAKE ölçeğinin tümünde, SB alt ölçeğinde ve DB alt ölçeğinde anlamlı bir farklılık göstermediği, her gelir düzeyindeki katılımcıların bu ölçeklerde benzer algılara sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların Kapadokya bölgesinde ikamet yılı değişkenine göre uygulanan tek yönlü Anova Testi sonuçlarına göre anlamlılık katsayısı olan  $p > 0,05$  olarak bulunmuş, bunun sonucunda katılımcıların turizm ve turist algısında Koronavirüs etkisinin ikamet yılı değişkenine göre TAKE ölçeğinin tümünde, SB alt ölçeğinde ve DB alt ölçeğinde anlamlı bir farklılık göstermediği, ikamet yılı değişkenine göre katılımcıların bu ölçeklerde benzer algılara sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Çalışmada, yerel halkın Çinli turistlere olan bakış açılarının Çinli turistlerin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluk algılarını ne derece etkilediğini belirlemek için düzenlenen anket maddelerin incelenmesi aşağıda verilmiştir.

**Tablo 21:** Algı Guruplarına Göre Çinli Turistlerin Covid-19 Virüsü Yayılımında Sorumluluğuna İnanç Düzeyinin Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Genel olarak Çinli turistlere karşı bakış açınızı nasıl değerlendirirsiniz?	Koronavirüsün tüm dünyaya yayılmasında Çinli turistlerin sorumluluğu vardır.							
	N	Ortala.	Std. Sapma	Std. Hata	95% Gü. Ara.		En az	En fazla
					Alt S.	Üst S.		
Olumsuz	55	3,800	1,2824	,1729	3,453	4,147	1,0	5,0
Ne olumlu, ne olumsuz	101	3,614	1,3339	,1327	3,351	3,877	1,0	5,0
Olumlu	194	2,923	1,4249	,1023	2,721	3,124	1,0	5,0
Toplam	350	3,260	1,4257	,0762	3,110	3,410	1,0	5,0

Yapılan analizde  $p= 0,000 < 0,05$  olarak bulunduğundan katılımcıların Çinli turistlere bakış açılarına göre oluşturdukları gurupların Koronavirüsün tüm dünyaya yayılmasında Çinli turistlerin sorumluluğu olduğu algısında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar oluşturduğu belirlenmiştir. Uygulanan Post-Hoc testinde Çinli turistler için “*olumsuz*” algı taşıyan katılımcılar gurubunun diğer iki algı gurubundan anlamlı olarak farklı düşündükleri belirlenmiştir.

Çinli turistlere olumsuz algısı olan yerel halkın Covid-19 yayılımında Çinli turistlerin sorumluluğu vardır maddesine 3,800 (Katılıyorum eğiliminde) ortalamayla, Çinli turistler için “*Ne olumlu, ne olumsuz*” algıya sahip gurubun 3,614 (katılıyorum eğiliminde) ve “*Olumlu*” algısı olan gurubun ortalaması ise 2,923 (kararsızım eğiliminde) bulunmuştur.

Bunun sonucu olarak çalışmada belirlenen “*H3: Yerel halkın Çinli turistlerin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluğuna olan inanç düzeyi ile yerel halkın Çinli turistlere yönelik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.*” Hipotezi kabul edilmiş, “*Olumsuz*” algıya sahip gurubun Çinli turistlerin Covid-19 yayılımındaki sorumluluğuna inanç düzeyinin diğer guruplardan anlamlı farklı olarak katılıyorum düzeyinde olduğu yorumlanmıştır.

Çalışmada yerel halkın Çin hükümetinin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluk algılarının Çinli turistlere olan bakış açılarından ne derece etkilediğini belirlemek için düzenlenen maddelerin incelenmesi aşağıda verilmiştir.

**Tablo 22:** Algı Guruplarına Göre Çin Hükümetinin Covid-19 Virüsündeki Sorumluluğuna İnanç Düzeyinin Tek Yönlü Anova Sonuçları

Genel olarak Çinli turistlere karşı bakış açımızı nasıl değerlendirirsiniz?	Çin hükümetinin Covid-19 virüsünün yayılmasından sorumlu olduğuna inanıyorum.							
	N	Ortala.	Std. Sapma	Std. Hata	95% Gü. Ara.		En az	En fazla
					Alt S.	Üst S.		
Olumsuz	55	3,981	1,130	0,1524	3,676	4,287	1,00	5,00
Ne olumlu, ne olumsuz	101	3,752	1,2838	0,1277	3,499	4,006	1,00	5,00
Olumlu	194	3,464	1,3313	0,0992	3,268	3,660	1,00	5,00
Toplam	350	3,629	1,3282	0,071	3,489	3,768	1,00	5,00

Yapılan analizde  $p = 0,020 < 0,05$  olarak bulunduğundan katılımcıların Çinli turistlere bakış açılarına göre oluşturdukları gurupların Koronavirüsün tüm dünyaya yayılmasında Çin hükümetinin sorumluluğu olduğu algısında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir.

Uygulanan Post-Hoc testinde Çinli turistlere bakış açılarını “*Olumlu*” olarak niteleyen katılımcı gurubun “*Olumsuz*” olarak belirten guruptan anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Çinli turistlere olumlu algısı olan yerel halkın Covid-19 yayılımında Çin hükümetinin sorumluluğu vardır maddesine 3,464 (Kararsızım eğiliminde) ortalamayla yanıt vermişlerdir. Buna karşın Çinli turistler için “*Ne olumlu ne olumsuz*” algıya sahip gurubun 3,752 (Katılıyorum düzeyine eğilimli) ve “*Olumsuz*” algısı olan gurubun ortalaması ise 3,981 (Katılıyorum düzeyine oldukça yakın) bulunmuştur.

Analiz sonucu olarak çalışmada belirlenen “*H4: Çin hükümetinin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluğuna olan inanç düzeyi ile yerel halkın Çinli turistlere yönelik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.*” Hipotezi kabul edilmiştir.

Çalışmada yerel halkın Çinli turistlerden gelebilecek enfeksiyon riski algısının Çinli turistlere yönelik misafirperverlik tutumlarını etkileyip etkilemediği de araştırılmıştır. Bu bağlamda katılımcıların enfeksiyon riski algısına yönelik anket maddelerinden aldıkları puanların ortalamaları 5 üzerinden hesaplanmıştır. Yüksek puanlar yüksek enfeksiyon riskini göstermek

üzere, puanların katılımcıların Çinli turistlere yönelik konukseverlik tutumlarına göre oluşturdukları guruplardaki değişimi tek yönlü Anova Testi ile incelenmiştir. İlgili veriler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 23:** Çinli Turistlerden Enfeksiyon Algısı ile Katılımcıların Konukseverlik Tutumlarındaki Değişimin Tek Yönlü Anova ile İncelenmesi

Enfeksiyon Riski Algısı	Koronavirüs salgınından önce Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarının salgından sonra gözden geçirip sınırladım.						
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam	
N	84	96	57	68	45	350	
Ortalama	1,4333	2,1917	3,1193	3,6971	4,3556	2,7314	
Standart Sapma	,74305	,58105	,60221	,53027	,82229	1,20528	
Standart Hata	,08107	,05930	,07976	,06430	,12258	,06443	
95% Güven Aralığı	Alt sınır	1,2721	2,0739	2,9595	3,5687	4,1085	2,6047
	Üst sınır	1,5946	2,3094	3,2791	3,8254	4,6026	2,8581
Minimum	1,00	1,40	2,00	2,20	1,80	1,00	
Maximum	4,20	4,40	4,60	4,60	5,00	5,00	

Yapılan analizde  $p = 0,000 < 0,05$  olarak bulunduğundan katılımcıların Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarındaki değişim düzeyine göre oluşan 5 gurup arasında enfeksiyon risk algısının anlamlı farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Uygulanan Post-Hoc testinde “*Koronavirüs salgınından önce Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarını salgından sonra gözden geçirip sınırladım*” önermesine “Kesinlikle katılmıyorum” diyen gurubun ortalaması (1,433: çok düşük risk algısı) diğer guruplardan anlamlı farklı, “Katılmıyorum” diyen gurubun ortalaması (2,1917: düşük risk algısı) diğer guruplardan anlamlı farklı, “Kararsızım” diyen gurubun ortalaması (3,1193: orta risk algısı) diğer guruplardan anlamlı farklı, “Katılıyorum” diyen gurubun ortalaması (3,6971: ortadan fazla risk algısı) anlamlı farklı ve “Kesinlikle katılıyorum” diyen gurubun ortalaması (4,3556: yüksek risk algısı) diğer guruplardan anlamlı olarak farklı tespit edilmiştir.

Bu veri Kapadokya bölgesindeki katılımcıların Çinli turistlerden enfeksiyon riski kapma algısında artışla doğru orantılı olarak Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarını gözden geçirip sınırladıklarını göstermektedir.

Bu incelemenin sonucu olarak çalışmada belirlenen “H2: Yerel halkın Çinli turistlerden gelebilecek enfeksiyon riski algısı ile yerel halkın Çinli turistlere yönelik misafirperverlik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.” Hipotezi kabul edilmiştir.

Çalışmada yerel halkın Çinli turistlerden gelebilecek enfeksiyon riski algısının yerel halkın Çinli turistlere bakış açıları ile değişip değişmediği de araştırılmıştır. Bu bağlamda katılımcıların enfeksiyon riski algısına yönelik anket maddelerinden aldıkları puanların ortalamaları 5 üzerinden hesaplanmıştır. Yüksek puanlar yüksek enfeksiyon riskini göstermek üzere, puanların katılımcıların Çinli turistlere yönelik algılarına göre oluşturdukları guruplardaki değişimi tek yönlü Anova Testi ile incelenmiştir. İlgili veriler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 24:** Katılımcıların Çinli Turistlere Bakış Açılarına Göre Enfeksiyon Risk Algısı Değişiminin Tek Yönlü Anova ile İncelenmesi

Enfeksiyon Riski Algısı	Genel olarak Çinli turistlere karşı bakış açınızı nasıl değerlendirirsiniz?			
	Olumsuz	Ne olumlu Ne olumsuz	Olumlu	Toplam
N	55	101	194	350
Ortalama	3,50181	3,0673	2,3381	2,7314
Std. Sapma	1,06518	1,14132	1,11842	1,20528
Std. Hata	0,14363	,11357	,08030	,06443
95% Alt sınır	3,2139	2,1798	2,6047	2,6047
Güven Aralığı Üst sınır	3,7898	2,4965	2,8581	2,8581
Minimum	1,00	1,00	1,00	1,00
Maximum	5,00	5,00	5,00	5,00

Yapılan analizde  $p = 0,000 < 0,05$  olarak bulunduğundan katılımcıların Çinli turistlere bakış açısındaki değişim düzeyine göre oluşan guruplar arasında enfeksiyon risk algısının anlamlı farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Uygulanan Post-Hoc testinde “Genel olarak Çinli turistlere karşı bakış açınızı nasıl değerlendirirsiniz? “Önermesine “Olumsuz” diyen gurubun ortalaması (3,5018: orta üzeri risk algısı) diğer guruplardan anlamlı farklı, “Ne olumlu ne olumsuz” diyen gurubun ortalaması (3,0673: orta risk algısı) diğer guruplardan,

anlamli farklı ve “Olumlu” diyen gurubun ortalaması (2,3381: düşük risk algısı) diğér guruplardan anlamli olarak farklı tespit edilmiştir.

Bu veri Kapadokya bölgesindeki katılımcıların Çinli turistlere olan algıları ile onlardan enfeksiyon riski kapma algılarının ters yönlü bir orantısal ilişkide olduğunu göstermektedir. Bu veri olumlu bakış açısından olumsuz bakış açısına doğru gidildikçe katılımcılarda Çinli turistlerden enfeksiyon riski kapma algısının arttığı şeklinde yorumlanmıştır. Bu sonuçlar ışığında, çalışmada belirlenen “*H5: Yerel halkın Çinli turistlere yönelik algıları ile Çinli turistlerden enfeksiyon kapma algısı arasında istatıksel olarak anlamli ilişkiler vardır.*” Hipotezi kabul edilmiştir.



## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu tez çalışmasında katılımcıların çalışmanın amacına bağlı olarak; Kapadokya bölgesindeki yerel halk üzerine yapılandırılmış bir anket formu ile veri toplanmıştır. 159 kadın (%45,4) ve 191 erkek (%54,6) katılımcıya uygulanan anket maddeleri incelenerek araştırma hipotezleri sorgulanmış ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Pandemi sonrası uygulanan bu çalışmada katılımcılar %84,6 gibi yüksek bir oranda turizmin Kapadokya bölgesine olumlu etki yaptığı görüşünü belirtmişler, bu görüşün cinsiyet, yaş, meslek, gelir ve bölgede ikamet yılı değişkenlerine göre farklılık taşımadığı araştırmada belirlenen ilk sonuç olmuştur. Bu sonuç Kapadokya bölgesinde turizm sektörünün yüksek oranda benimsendiği ve toplumun tüm kesimleri arasında vazgeçilmez görüldüğü şeklinde yorumlanmıştır.

Katılımcıların genel olarak yabancı ülkelere gelen turistlere ve özel olarak Çinli turistlere karşı bakış açılarını incelenmiş, genel olarak yabancı turistlere bakış açıları yaklaşık %82 düzeyinde olumlu iken Çinli turistlere bakış açılarının olumlu olduğunu söyleyen katılımcıların oranı büyük bir düşüşle yaklaşık %55 olmuştur. Çinli turistlere olan olumlu bakış açısının genel olarak yabancı turistlere olan bakış açısından düşük olmasının nedenleri araştırılmış, katılımcılardan Çinli turistlerin olumlu ve olumsuz karakter özelliklerini belirtmeleri istenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda katılımcıların Çinli turistler için yaklaşık %62 oranda olumlu karakter özelliği belirttikleri ortaya çıkmıştır. Bu veri katılımcıların Çinli turistlerin kişilik özelliklerini genel olarak olumlu bulduğunu, kişilik özelliklerinden onlara karşı olumsuz algı oluşturacak düzeyde bir neden belirlemediği şeklinde yorumlanmıştır.

Lin, Kingminghae ve Mahasirithaic (2021), Taylandlıların Çinli turistlere karşı Covid-19 sırasında tutumlarının incelendiği çalışmada hiç ya da çok kısa süreli temasları olan yerel halkın, ağırlıklı olarak olumsuz tutumlarda oldukları ve bunu Çinli turistlerin medeniyetsiz davranışlarına dayandırdıkları bulunmuştur. Diğer yandan bu tez çalışmasında, Çinli turistlerin olumsuz özellikleri olarak “soğuk” ve “bakımsız, kirli” öne çıkarken bu bağlamda Lin, Kingminghae ve Mahasirithai tarafından yapılan çalışmada elde edilen

medeniyetsiz davranışlar şeklindeki olumsuz özelliği destekleyen bir veri elde edilmemiştir.

Kapadokya bölgesindeki yerel halkın Koronavirüs sonrasında Çinli turistlere bakış açıları ile misafirperverlik tutumları arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için yapılan analizde Çinli turistlere karşı olumlu algı belirtenlerin yüzde oranlarının diğer algı gruplarından anlamlı olarak farklılaştığı, bu gurubun pandemi sonrasında konukseverlik tutumlarındaki sınırlama değişimlerinin diğer guruplara anlamlı olarak düşük olduğu belirlenmiştir.

Bunun sonucunda çalışmada belirlenen “**H1**. Yerel halkın Çinli Turistlere yönelik algıları ile misafirperverlik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.” Hipotezi kabul edilmiştir.

Armutlu ve diğerleri (2020), Türk ev sahiplerinin Covid-19 sonrası virüsün yayılmasında Çinli turistlere yönelik bakış açılarının ve virüsü Çinlilere atfetme sorumluluğunun misafirperverlik tutumlarında bir değişiklik yansıtıp yansıtmadığına odaklanan bir çalışma yürütmüşler, bu çalışmada Çinlilere karşı olumlu algıya sahip katılımcıların misafirperverlik davranışlarının olumlu etkilendiği çıkmıştır. Bu veri çalışmada bulunan sonucu desteklemiştir.

Koronavirüs sonrasında yerel halkın Çinli turistlere yönelik misafirperverlik algılarının demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği çalışmada incelenmiş, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, aylık gelir ve Kapadokya bölgesinde ikamet yılına göre oluşturduğu alt gurupları arasında Çinli turistlere karşı misafirperverlik algıları bağlamında anlamlı farklılık bulunmadığı belirlenmiştir. Diğer yandan meslek guruplarına göre yapılan analizde esnaf ve emekli gurubun diğer meslek guruplarından anlamlı farklılaştığı, bu gurupların “Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarını salgından sonra gözden geçirip sınırladım” maddesine diğer guruplardan da anlamlı olacak şekilde yüksek oranda katılmadıkları belirlenmiştir. Buna ek olarak turistlere yönelik bir iş ya da faaliyetleri olan katılımcı gurupların salgın öncesi ve sonrası Çinli turistlere misafirperverlik algılarında en az değişiklik gösteren guruplar olduğu yapılan analizde belirlenen bir diğer sonuç olmuştur.

Batıbeki ve Saatci (2021), Covid-19 sonrasında Çinli turistlere yönelik temas öncesi ve temas sonrası tutumlarında bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Çanakkale ilindeki konaklama sektörü çalışanlarına yönelik yapılan çalışma sonucunda, katılımcıların sektörde çalışmaya başlamadan önce Çinli turistlere yönelik tutumlarının olumlu olduğu fakat sektörde çalışmaya başladıktan sonra tutumlarının olumsuz yönde değiştiği, bu durumu Çinli turistlerle ilişkilendirdikleri ortaya çıkmıştır. Yapılan çalışmada turistlere yönelik bir iş ya da faaliyetleri olan katılımcı gurupların salgın öncesi ve sonrası Çinli turistlere misafirperverlik algılarında en az değişiklik gösteren guruplar olduğu bulunduğundan Batıbeki ve Saatci'nin çalışmasında bulunan sonuç ile çalışmada elde edilen sonuç arasında farklılık belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır.

Lin , Kingminghae ve Mahasirithaic (2021) tarafından yapılan çalışmada, Çinli turistlere sürekli hizmet sağlayanların ise, Çinli turistlere yönelik olumlu tutumlarda oldukları ve bunun dostluk duygularını pekiştirdiğini saptamışlardır. Bu çalışmada elde edilen sonuç çalışmamızda elde edilen sonuç ile uygunluk göstermektedir.

Çalışmada kullanılan Turist Algısına Koronavirüs Etkisi (TAKE) ölçeğinin güvenilirlik analizleri yapılmış, faktör analizine tabi tutulmuş ve “Koronavirüs Yayılmasında Sorumluluk Boyutu” alt ölçeği ile “Turizm ve Turist Algısında Değişim Boyutu”, alt ölçeğinden oluştuğu tespit edilmiştir. Katılımcıların bu ölçeğe verdikleri yanıtlar analiz edilerek elde edilen sonuçların incelenmesinde katılımcıların turizm ve turist algısında koronavirüs etkisinde genel algılarının kararsızlık gösterdiği bulunmuştur. Katılımcıların Çin hükümetini ve Çinli turistleri koronavirüsün yayılmasında az da olsa sorumlu gördükleri ve katılımcıların genel olarak Çinli turist algısında koronavirüs salgınından sonra meydana gelen tutum değişikliklerine katılmama eğiliminde oldukları yorumlanmıştır.

Armutlu ve diğerleri (2020) tarafından yapılan çalışmada Çinli turistler salgın yayılımından sorumlu bulunurken katılımcıların Çin hükümetinin sorumlu olduğuna dair algıları düşük çıkmıştır. Bu bağlamda elde edilen bu sonuç çalışmada elde edilen yukarıdaki sonuçlarla uyum göstermemektedir.

TAKE ölçeği üzerinde yapılan analizlerde Cinsiyet değişkenine göre, Yaş değişkenine göre, Eğitim düzeyi değişkenine göre, Gelir düzeyi değişkenine göre ve Kapadokya bölgesinde ikamet yılı değişkenine göre uygulanan analizlerde TAKE ölçeğinin bütününde, DB ve SB alt ölçeklerinde katılımcıların turizm ve turist algısında koronavirüs etkisinin anlamlı farklılıklara sahip olmadığı sonucuna varılmıştır. Diğer yandan meslek guruplarına göre yapılan incelemede TAKE ölçeğinin bütünü için Esnaf ve Emekli meslek guruplarının diğer meslek guruplarından anlamlı algı farklılıklarına sahip olduğu belirlenmiştir. DB alt boyut ölçeğinde ise yapılan analizde meslek gurupları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiş, Esnafın turizm ve turist algısında Korona virüsün etkisi ile değişim olduğuna katılmıyorum algısında oldukları, diğer meslek guruplarındaki katılımcıların ise kararsızlık algısına yakın oldukları yorumlanmıştır. Meslek değişkenine göre SB alt boyut ölçeğinde ise katılımcılar arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir.

Batıbeki ve Saatci (2021) tarafından yapılan çalışmada, turistlere yönelik iş yapan gurubun Çinli turistlere yönelik tutumlarının sektörde çalışmaya başladıktan sonra olumsuz yönde değiştiği bulunmuş, bu sonuç yapılan çalışmada elde edilen sonuçla çelişkili olmuştur.

Çalışmada yerel halkın Çinli turistlere olan bakış açılarının Çinli turistlerin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluk algılarını ne derece etkilediğini belirlemek için yapılan analizde “**H3:** Yerel halkın Çinli turistlerin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluğuna olan inanç düzeyi ile yerel halkın Çinli turistlere yönelik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.” Hipotezi kabul edilmiş, “Olumsuz” algıya sahip gurubun Çinli turistlerin Covid-19 yayılımındaki sorumluluğuna diğer guruplardan anlamlı olarak daha fazla katıldıkları belirlenmiştir. Benzer şekilde Çin hükümetinin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluğunu nasıl algıladıkları ile ilgili yapılan incelemede bakış açılarını “Olumlu” olarak niteleyen katılımcı gurubun “kararsızlık” algısına yakın, “Olumsuz” olarak belirten gurubun ise “katılıyorum” algısına sahip olduğu belirlenmiş, bunun sonucu olarak çalışmada belirlenen “**H4:** Çin hükümetinin Covid-19 virüsünü yaymadaki sorumluluğuna olan inanç düzeyi ile yerel halkın Çinli turistlere yönelik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.” Hipotezi kabul edilmiştir. Armutlu ve diğerleri (2020) tarafından yapılan çalışmada ise Çinli turistlere olumlu algıları olan katılımcıların enfeksiyon kapma algısı da düşük çıkmıştır. Bu veri çalışmadaki sonucu destekler niteliktedir.

Çalışmada yerel halkın Çinli turistlerden gelebilecek enfeksiyon riski algısının Çinli turistlere yönelik misafirperverlik tutumlarını etkileyip etkilemediğinin incelenmesinde katılımcıların Çinli turistlerden enfeksiyon riski kapma algısında artışla doğru orantılı olarak Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarını gözden geçirip sınırladıkları ortaya çıkmıştır. Bu incelemenin sonucu olarak “**H2:** Yerel halkın Çinli turistlerden gelebilecek enfeksiyon riski algısı ile yerel halkın Çinli turistlere yönelik misafirperverlik tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.” Hipotezi kabul edilmiştir. Benzer şekilde yerel halkın Çinli turistlerden gelebilecek enfeksiyon riski algısının yerel halkın Çinli turistlere bakış açıları ile değişip değişmediğinin araştırılmasında katılımcıların olumlu bakış açısından olumsuz bakış açısına doğru algıları değiştikçe Çinli turistlerden enfeksiyon riski kapma algısının arttığı belirlenmiş, “**H5:** Yerel halkın Çinli turistlere yönelik algıları

ile Çinli turistlerden enfeksiyon kapma algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler vardır.” Hipotezi doğrulanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular ile Armutlu ve diğerleri (2020) tarafından yapılan çalışmada Türk ev sahiplerinin turistlerden Covid-19 virüsü kapma endişelerinin turistlere yönelik misafirperverlik davranışlarını etkilemede önemli bir faktör olduğu sonucunu desteklemektedir.

Çalışmada elde edilen bulgulara göre temel sonuçlar şu şekilde sıralanmaktadır:

- Kapadokya bölgesindeki yerel halkın genel bağlamda turizmi tamamıyla destekledikleri ve yabancı turistlere olumlu yaklaştıkları anlaşılırken, Çinli turistlere karşı bu yaklaşımın önemli düzeyde düştüğü istatistiksel olarak ortaya çıkmıştır.
- Turizme ve Çinli turiste karşı bakış açıları kararsız olan grubun koronavirüsün yayılmasında Çin hükümetini ve Çinli turistleri en çok sorumlu tutan grup olduğu saptanmıştır.
- Salgından sonra enfeksiyon kapma algısı arttıkça, temastan tamamen kaçındıkları ve bu durumun misafirperverlik tutumlarında negatif eğilimde bir değişimi meydana getirdiği ortaya çıkmıştır.
- Çinli turistlere karşı olumlu algıya sahip ve turistlere yönelik iş ya da faaliyeti olan grubun, salgın sonrasındaki misafirperverlik tutumlarındaki değişim oranlarının, turistlere yönelik iş ya da faaliyetleri olmayan ve olumsuz algıya sahip gruptan daha az oranda olduğu da tespit edilmesi olarak saptanmıştır.

Kavramsal çerçevede Covid-19 salgının toplumsal etkileri başlığında yer verilen Taylor ‘un Pandeminin Psikolojisi adlı kitabında küresel boyutta yaşanan salgınlarda ortaya çıkacak olan 5 kritik psikososyal durumdan biri olarak öne sürdüğü “Virüsün çıkış noktası olarak kabul görülen bölgeye suçluluk atfedilmesi ve o topluma karşı ırkçı davranışların ve turtumun sergilenmesi” maddesi çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda büyük bir önem arz etmektedir. Kapadokya bölgesinde yaşayan yerel halkın yabancı turistlere olumlu yaklaşırken Çinli turistlere karşı bu tutumun önemli düzeyde istatistiksel olarak düşmesi, Taylor’ın belirttiği gibi psikososyal bir durum olan virüsün çıkış kaynağı olarak bölgeye suçluluk atfedilmesi ve o topluma karşı ırkçı davranışların ve turtumun sergilenmesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca Çinli turistlere yönelik iş ya da faaliyeti olan

grubun, salgın sonrasındaki misafirperverlik tutumlarında en az değişimi gösteren grup olması, maddi kaygıların ön planda olduğunu göstermektedir. Bu durum, insanların ekonomik anlamda idame etme durumunu özetle Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan en alt basamak olan fizyolojik ihtiyaçlar (beslenme, barınma vb.) gibi hayati temel gereksinimlerin karşılanmasının bunlar olmadan bir üst seviyeye erişilemediğinden halkın bu çıkarıma göre yaklaşımda buldukları şeklinde yorumlanmaktadır.

Sonuç olarak Kapadokya bölgesindeki yerel halkın pandemi sonrasında genel olarak turistlere, özel olarak Çinli turistlere yönelik algılarının ölçüldüğü bu çalışmada elde edilen sonuçlar literatürde bu konuda kısıtlı olan çalışmalarla karşılaştırılmış, benzer ve farklı sonuçlar elde edildiği belirlenmiştir. Yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algılarını analiz eden birçok çalışma olmakla birlikte, turistleri yerel halka oluşturabilecekleri tehdit açısından değerlendiren çok az çalışma bulunmaktadır (George ve Richards, 2012; Monterrubio, 2016; Ward ve Berno, 2011).

Bu bağlamda bu tez çalışması ülkeleri tümünden etkileyen salgın ve benzeri olayların turistlere yönelik davranışları üzerindeki etkisi konusundaki turizm literatürüne önemli bir katkı sağlamaktadır. Covid-19 salgını gibi yabancı düşmanlığa ve ayrımcılığa yol açma potansiyeli çok yüksek olan (Hall vd., 2020; Wen vd., 2021) olayların yerel halk üzerindeki etkilerini belirlemek bu konuda alınacak önlemlere temel sağlayacaktır. Çalışmada geliştirilen geçerlilik ve güvenilirliği yüksek ölçekler bu konuda yapılacak çalışmalara önemli katkı sağlayacağı da düşünülmektedir. Birçok yazar sağlık krizlerinin yakın gelecekte turizm endüstrisini etkilemeye devam edebileceğini (Gössling vd., 2021) belirtmektedir. Bu bağlamda bu çalışma farklı destinasyonlarda detaylı olarak araştırılması gereken bir konu olduğu ve bundan sonra oluşabilecek bir sağlık krizinde konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayabilecek hem de turizm yazımına farklı açılardan katkıda bulunacaktır. Çalışma turizm sektöründeki paydaşlara, destinasyon yöneticilerine ve turistlerle etkileşimde olan işletmelere yol gösterici nitelikte stratejiler sunabilir. Ayrıca, gelecekteki çalışmalarda bu alandaki sınırlamaların göz önünde bulundurulması ve daha geniş bir katılımcı kitesinin dahil edilmesi, turizm alanındaki araştırmaların daha kapsamlı ve etkili olmasına katkı sağlayabilir.

Son olarak araştırmada elde edilen bulgulara ve gerçekleştirilen literatür taramasına göre geliştirilen öneriler şunlardır:

- Yerel halkın düşmanca olmayan tutumlar sergilemeleri, risk algılarının azaltılması ve bilinçlenmeleri amacıyla Covid-19 yayılımının Çinlilerin sorumluluğunda olmadığına dair bilgilendirici seminer ve eğitimlerin düzenlenmesi faydalı olabilecektir.
- Yerel halk ile Çinli turistleri bir araya getirecek ortak paydada buluşturacak etkinlikler düzenlenerek aradaki iletişim ve empati boyutu güçlendirilebilir. Özellikle Çinli turistlere yönelik iş ya da faaliyeti olmayan grubun etkinliklere teşvik etmek çalışma sonucunda elde edilen veriler ışığında daha faydalı olacaktır.
- Çinli turistlere yönelik kültürel farklılıklara saygı duymayı, onları hoş görmeyi amaçlayan, kapsayıcı ve yüzeysel olmayan eğitici atölyeler aracılığıyla bilgi verilmesi hoşgörüyü arttırabilecektir.
- Günümüzde kilit noktaların hemen tartışılmaya ve konuşulmaya başlandığı bilgi yayılımının gerçekleştiği çevrimiçi kitle iletişim ve sosyal medya araçlarında Covid-19 salgını sonrası yerel halk ve Çinli turist ilişkisini güçlendirecek paylaşımlar ve hashtaglar insanlarda bu yönde kolektif bir bilinç oluşturarak durumu ıslah etmeye yardımcı olabilir.
- Ayrıca yerel halk ve Çinli turistleri bir araya getirecek seyahat edilecek destinasyona göre ortak bir paydada buluşturacak uygulamalar geliştirilebilir. Bu uygulamalar, turistik deneyim öncesi her iki taraf için de soru işaretlerini gidermede ve iyi bir alt zemin oluşturarak yerel halk ile Çinli turist arasındaki iletişimi güçlendirecek ve bazı ön yargıların kırılmasına yardımcı olacaktır.



## KAYNAKÇA

- Abadi, R. S., Ghaderi, Z., Hall, M., Soltaninasab, M. and Qezelbash, A. (2021). COVID-19 and the travel behavior of xenophobic tourists. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1-23.
- Abdik, N. Ö. (2013). *Kapadokya Yöresindeki Yerleşim Alanlarının Mimari Nitelikleri Bağlamında İrdelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Acar, D. (2020). Turizmin Tarihi Kökenleri-I: Eski Çağlar-Mezopotamya Uygarlıkları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(3), 307-313.
- Acar, A. (2017). I. Körfez Savaşı'nın Türk dış politikasına etkisi. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi.
- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Adıgüzel, M. (2020). Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makroekonomik Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 191-221.
- Ahişapoğlu, S. H., ve Arıkan, İ. (2003 ). *Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akar, F. (2022). *Covid-19'un Kobi'ler Üzerindeki Etkisi (Covid-19 Salgınının Ekonomi Üzerindeki Etkilerine Yönelik İşletme Sahipleri Üzerine Araştırma: Batman İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi . İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akat, İ., ve Budak , G. (1999). *İşletme Yönetimi*. İzmir: Barış Yayınevi.
- Akgül, S. Ö., ve Çetinkaya, F. Ö. (2022). Covid-19 Sürecinde Yazlıkçıların Buldukları Turistik Destinasyona İlişkin Algıları: Susanoğlu Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1113-1127.
- Akkaşoğlu, S., ve Akyol, C. (2022). Salgın Hastalık Kaynaklı Krizlerin Turizm Endüstrisine Etkileri; Covid-19 Özelinde Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 23, 121-134.
- Akova, İ. (2010). *Genel Turizm Bilgisi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.

- Alaca, B. A. (1997). Turizm Politikası, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alaeddinoğlu, F., ve Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (Salgın Hastalıklar Özel Sayı), 233-258.
- Altınay, M. (1996). Alternatif Turizm. *Türsab Dergisi* (151).
- Andaç, F. (2004). *Turizm Hukuku*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Armutlu, M. E., Bakır, A. C., Sönmez, A., Zorer, E. and Alvarez, M. D. (2020). Factors affecting intended hospitable behaviour to tourists: hosting Chinese tourists in a post-Covid-19 world. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1-14.
- Arslan, E., ve Kendir, H. (2020). Covid-19 Salgını Sonrası Yükselen Trend Kırsal Turizm: Zile Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3668-3683.
- Arslan, İ., ve Bayar, İ. (2020). Covid-19 Salgını, Ekonomik Etkileri ve Küresel Ekonominin Geleceği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*(Special Issue), 87-104.
- Arslan, M. O. (2006). Küresel Kamu Malı Olarak Sağlık Ve Kuş Gribinin Türkiye Ekonomisine Etkileri. *Doktora Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aslan, R. (2020). Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve COVID - 19. *Ayrıntı Dergisi*, 8(85), 35-41.
- Aşkın, R., Bozkurt, Y., ve Zeybek, Z. (2020). Covid-19 pandemisi: psikolojik etkileri ve terapötik müdahaleler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 304-318.
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm sosyolojisi; genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C., ve Yıldız, S. B. (2018). Turizmin Tarihsel Gelişme Süreci ve Turizmin Gelişmesine Etki. O. Emir içinde, *Genel Turizm Bilgisi* (s. 46-65). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayını.
- Ayaz, N. (2016). Ekonomik Krizlerin Turizm Sektörüne Olan Etkileri üzerine bir inceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1360-1371.

- Aydar, E., Çubukçu , H. E., Şen , E. and Akın , L. (2012). Central Anatolian Plateau, Turkey: incision and paleoaltimetry recorded from volcanic rocks. *Turkish Journal of Earth Sciences*, 22, 739-746.
- Aydın, E. G. (2020). *COVID-19 Sürecinde Sosyal Medyanın Rolü*. Marketing To Do List: <https://marketingtodolist.com/covid-19-surecinde-sosyal-medyanin-rolu/> Erişim Tarihi: 1 Mart 2023.
- Bağcı, E., Uzun, C., ve Bostan, A. (2020). Covid-19 ve Sağlık Turizmi. *Journal of Awareness*, 5(3), 331-348.
- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi*, 13(2), 137-150.
- Bahar, O. (2020). *Turizm Ekonomisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Bakan, İ., ve Kefe, İ. (2012). Kurumsal Açından Algı ve Algı Yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19-34.
- Barış, İ., ve Taylan , H. H. (2020). Küresel Salgın Sürecinde Türkiye'de Aile İçi Sorunlar. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi* (Gürsoy Akça Özel Sayısı 5), 13-32.
- Başdemir, H. Y. (2006). Kuş Gribi,İtlaf ve Hayvan Hakları. *II. Uygulamalı Etik Kongresi* (s. 1-2). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Batıbeki, S. E., ve Saatci, G. (2021). Temas Hipotezi Bağlamında Covid-19 Pandemisi Sonrası Çinli Turistlere Yönelik Çalışan Tutumlarının İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1912-1926.
- Baytok, A., ve Avan , A. (2022). *Afyonkarahisar ve Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Beck, U. (1992). *Risk society: towards a new modernity*. London: Sage Publications.
- Bekçi, M. (2019, 02 08). *Karantina Kelimesi Nereden Geliyor? 6 Maddede Karantina Kelimesinin İlginç Hikayesi*. <https://listelist.com/karantina-kelimesi/#:~:text=Venedik%C3%A7e%20k%C4%B1rk%20anlam%C4%B1na,cuaranta%20kelimesiyle%20ortaya%20%C3%A7%C4%B1km%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r> Erişim Tarihi:25 Aralık 2022.
- Bloomberg. (2021). *Airlines See Covid\_Related Losses Exceeding \$200 Billion*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-10-04/airline-losses-from-covid-toexceed-200-billion-industry-says>, Erişim Tarihi: 30 Aralık 2022.

- Bonotti, M. and Zech, S. T. (2021). The Human, Economic, Social, and Political Costs of COVID-19. *Nature Public Health Emergency Collection*(3), 1-36.
- Brown, J. D. (2009). Statistics Corner. Questions and answers about language testing statistics: Principal components analysis and exploratory factor analysis: Definitions, differences, and choices. *Shiken: JALT Testing ve Evaluation SIG Newsletter*, 13(1), 26-30.
- Büyükbayrak, B. (2021). *COVID-19 Önlemlerinin Zaman Çizelgesi*. <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/covid-19-sebebiyle-turkiye-genelinde-alinan-onlemlerin-zaman-cizelgesi> Erişim Tarihi: 10 Ocak 2023.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, O., ve Karadeniz, Ş. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2018). *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cahyanto, İ., Wiblishauser, M., Pennigton- Grey, L. and Schroeder, A. (2016). The dynamics of travel avoidance: The case of Ebola in the US. *Tourism Management Perspectives*, 20, 195-203.
- Campbell, C. (2020). *The West blames the Wuhan Coronavirus on China's love of eating wild animals. The Truth is More Complex*. Time: <https://time.com/5770904/wuhan-coronavirus-wild-animals/> Erişim Tarihi: 30 Kasım 2022.
- Cashflows. (2023). *What's the outlook for Tourism in 2023?* <https://www.cashflows.com/blog/whats-the-outlook-for-tourism-in-2023#:~:text=Globally%2C%20tourist%20spend%20per%20trip,%241.4%20trillion%20dollars%20globally24>. Erişim Tarihi: 30 Şubat 2023.
- Cheer, J. M. (2020). Human flourishing, tourism transformation and COVID-19: a conceptual touchstone. *Tourism Geographies*, 22(3), 514-524.
- Chien, M. H. (2002). A human resource management model designed for Chinese business processes. *The Study of Chinese Philosophy Applies in Business World, Hawai International Conference i*, (s. 1359-1363).
- Chinnazi, M., Davis, J. T., Ajelli, M., Gioannini, C., Litvinova, M., Merler, S. and Viboud, C. (2020). The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. *Science*, 368(6489), 395-400.

- Cimşit, F. (2007). Tepe Kent Yerleşmelerinde Psiko-Sosyal Alan Olgusunun Konut Örüntüleri İle İlişkisi; Uçhisar Örneği. *Doktora Tezi*. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü.
- Civelek, M., ve Dalgın , T. (2013). Turizm Pazarlamasında Sosyal Medya, Turizm İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma: Muğla Örneği. *14. Ulusal Turizm Kongresi* (s. 266-282). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayınları.
- Cooper, J. E. and Decker , M. J. (2012). *Life and Society in Byzantine Cappadocia*. London: Palgrave Macmillan.
- Cyrus, S. H., Cornelia, Y. I. and Roger, C. H. (2020). Mental Health Strategies to Combat the Psychological Impact of COVID-19 Beyond Paranoia and Panic. *Academy of Medicine*, 49(3), 155-160.
- Çakan, V. (2017). Yeni İpek Yolu Projesi: Beklentiler Sorunlar ve Gerçekler. *Asya Araştırma Dergisi*, 1(1), 35-51.
- Çallı, D. S. (2015). Turizm Yazınında Teorik Çerçeve Yaşanan Tartışmalar ve Turizmoloji Üzerine Nitel Bir Değerlendirme. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(7), 135-142.
- Çeken, H., ve Ateşoğlu, L. (2008). Küreselleşme Sürecinde Turizm Endüstrisinin Avrupa Birliği ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*(1), 136-151.
- Çeti, B., ve Ünlüönen, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Çetinkaya, Ö., Özer, Y., ve Altunel, G. (2020). Covid-19 sürecinde turistik seyahat risk algısı ve hijyen-güvenlik algısının Değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 2(2), 78-83.
- Çin Ülke Bülteni. (2023). *Eskişehir Ticaret Odası*.  
<https://www.etonet.org.tr/uploads/UlkeRaporlari/cin>. Erişim Tarihi: 10 Şubat 2023.
- Çırakoğlu, O. C. (2011). Domuz Gribi (H1N1) Salgınıyla İlişkili Algıların, Kaygı ve Kaçınma Düzeyi Değişkenleri Bağlamında İncelenmesi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26(67), 49-64.
- Çolakoğlu, S. (2012). *Dünya Üzerinde Çin- Türkiye İlişkileri*. Ankara: Uşak Yayınları.

- Damar, E., Özcan, C. C., ve Özmen, İ. (2021). Turizm Şoklarının Yapısal Kırılması Gereken Birim Kök Testleriyle Analizi: Türkiye Örneğ. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 660-677.
- Demir, A. (2019). Kadim Çin Hukuku. 5(9), 32-42.
- Demir, M., Günaydın , Y., ve Demir, Ş. Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.
- Demirçivi, B. M. (2017). Göreme Millî Parkı ve Kapadokya Kayalık Bölgeleri'ne İlişkin UNESCO Raporu Değerlendirmeleri ve Öneriler. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 91-106.
- Demirutku, K. (2020, 03 21). *Belirsizlik, kontrol, kabullenme*. Türk Psikologlar Derneği: <https://www.psikolog.org.tr/tr/kursu/www/belirsizlik-kontrol-kabullenme-x531> Erişim Tarihi: 18 Ocak 2023.
- Desbiolles, F. H. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(6).
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2014). *Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, *Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018*. Ankara: T.C. kalkınma Bakanlığı Yayın No: KB: 2859- ÖİK: 713.
- Dilek, S. E., ve Dilek, N. K. (2017). Dünyada ve Türkiye'de yaşanan olayların turizme yansımaları: 1960'dan günümüze tarihsel bir değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1084-1108.
- Dinç, H., Yayar, R. ve Hekim, M. (2017). Estimation Of Tourism Indicators By Anfis Method In Turkey, *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, 8 (28).
- Dixon, S. (2022). *Statista*.<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> Erişim Tarihi: 1 Mart 2023.
- Düzgün, E. and Kurt DüNDAR, A. (2020). Covid-19 Koronavirüs Salgınının Turist Rehberleri Üzerindeki Etkileri Ankara Turist Rehberleri Odası Örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (23), 18–38.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları Ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*(14), 99-107.

- Erciyes, A. (2023). Covid-19 Pandemisinde Aile İçi İlişkilerin Değişen Koşulları: Kayseri Örneğinde Kent Ve Kır Karşılaştırması. *Yüksek Lisans Tezi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eren, E. (2010). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*. İstanbul : Beta Yayınları.
- Erişti, D. S., Uluuysal, B. and Dindar, M. (2013). Designing an Interactive Learning Environment based on Theories of Visual Perception and Students' Views Aboutthe Software. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 3(1).
- Eroz, S. S., ve Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 133-157.
- Euronews. (2020). *Dünyada Covid-19: İlk 4 ayında neler yaşandı? Salgının seyri ne durumda?* <https://tr.euronews.com/2020/05/04/dunyada-covid-19-salg-n-n-ilk-100-gununde-yasananlar-ilk-nerede-ortaya-c-kt-nas-l-yay-ld#:~:text=D%C3%BCnya%2C%20Covid%2D19%20salg%C4%B1n%C4%B1ndan%20ilk,%C3%96rg%C3%BCt%C3%BC'ne%20bildirmesiyle%20haberdar%20oldu> Erişim Tarihi: 20 Aralık 2022
- Everydaymarketing, Index Creative Village Public Company Limited Krungsri Research.(2021).<https://www.krungsri.com/en/research/research-intelligence/ri-future-of-tourism-21> Erişim Tarihi: 30 Ocak 2023.
- Firoiu, D., Ionescu, G., Bădîrcea, R., Vochița, L. and Enescu, M. (2019). Sustainable Development of Mountain Hotels through the Implementation of International Management Standards: The Romanian Case. *Sustainability*, 11(22), 2-19.
- Fluewiki. (2006). <https://www.fluwikie.com/> Erişim Tarihi: 1 Kasım 2022.
- Forsyth, P. (2006). Aviation and Tourism. D. v. (Ed.) içinde, *International Handbook on the Economics of Tourism* (s. 224-245). UK: Edward Elgar Publishing.
- Frisby, E. (2003). Communicating in a crisis: The British Tourist Authority's responses to the foot-and-mouth outbreak and 11th September,. *Journal of Vacation Marketing*, 9(1), 89-100.
- Garda, B. (2021). Covid 19 Salgınının Turizm Ekonomisine Etkileri: Fırsatlar ve Tehditler. N. K. Erdemir içinde, *Mali Nitelikli Yazılar* (s. 189-202). Konya: Bulut Dijital Matbaa.
- George, D. and Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and*. Boston: Allyn veamp; Bacon, 2003: 11.0 update (4th ed.).

- George, A. and Richards, D. (2012). A paradigm shift in the relationship between tourists and their hosts: The impact on the HIV/AIDS epidemic in Trinidad and Tobago. *Journal of Human Resources in Hospitality ve Tourism*, 11(3), 197–209.
- Gezer, Ö. (2020). Çinli Turist Profili ve Davranışları: Türkiye Örneği. *Turizm Çalışmaları Dergisi (TUCADE)*, 2(2), 53-64.
- Göçen, S., Yirik, Ş., ve Yılmaz, Y. (2011). Türkiye'de Krizler ve Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 493-509.
- Göksan, E. (1978). *Turizmoloji*. İzmir: Uğur Ofset.
- Gössling, S., Scott, D. and Hall, M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Gralinski, L. E. and Manachery, V. D. (2020). Return of the Coronavirus: 2019-nCoV. *Viruses*, 12(135), 1-8.
- Gurria, A. (2008). *From the Financial Crisis to the Economic Downturn: Restoring Growth is a Key Challenge*. Gale Academic OneFile: [.gale.com/apps/doc/A191954032/AONE?u=anon~d371a290&vesid=googleScholar&viewid=d1b13e2c](https://www.gale.com/apps/doc/A191954032/AONE?u=anon~d371a290&vesid=googleScholar&viewid=d1b13e2c) Erişim Tarihi: 18 Kasım 2022.
- Gül, M. (2010). *Orta Çağ Avrupa Tarihi*. İstanbul: Bilge Kültür Sanat Yayınları.
- Gümüş, A., ve Hacıevliyagil, N. (2020). Covid-19 Salgın Hastalığının Borsaya Etkisi: Turizm ve Ulaştırma Endeksleri Üzerine Bir Uygulama. *11(1)*, 76-98.
- Güngör, A. (2011). Uluslararası Turizm İşletmeciliği . İ. P. (Ed.) içinde, *Uluslararası Turizmde Ekonomik Çevre* (s. 3-18). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Gür, C. (2019). Dünya'da ve Türkiye'de Yaşanan Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri ve Çözümleri. *Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürsoy, S. (2006). Merkezi İdare ve Yerel Yönetimler Açısından Bölgesel Turizm Planlaması. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürsoy, S., Tunçel, M. B., ve Sayar, B. (2020). Koronavirüsün (Covid-19) Finansal Göstergeler Üzerine Etkileri. *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 3(1), 20-32.
- Güzel, S. Ö. (2021). Beş Yıldızlı Otel Çalışanlarının Covid-19 Sürecini Değerlendirmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1018- 1033.



- Hacıoğlu, N. (2013). *Turizm Pazarlaması* . Ankara : Nobel Yayıncılık.
- Gyodi, Kristof (2022). "Airbnb and hotels during COVID-19: Different strategies to survive". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 168-192.
- Hagverdiyeva, L. and Akbulaev, N. (2022). Analysis Of The Effect Of Coronavirus Sars-Cov2 Output On Developed Country Exchanges. *TURAN-SAM* , 42-54.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. and Black, W. (1998). *Multivariate Analysis with Readings*. 5th edition, Prentice-Hall International, Inc.
- Hall, C. M., Scott, D. and Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598.
- Holloway, J. C., Humphreys, C. and Davidson, R. (2009). *The Business of Tourism*. Essex: Pearson Education Limited.
- Horton, R. (2021). *The COVID-19 Catastrophe: What's Gone Wrong and How to Stop It Happening Again*. 27(11):2976: 2nd Edition. Emerging Infectious Diseases.
- Hu, H., Yang, Y. and Zhang, J. (2021). Avoiding panic during pandemics: COVID-19 and tourism-related businesses. *Tourism Management*, 86(3), 1-6.
- Hudman, L. and Jackson, R. (1999). *Geography of Travel ve Tourism*. New York: Delmar Yayınları .
- Hugöl, H. (2011). *Algı Yönetimi Ve Medya: İnegöl Olaylarının Basında Sunuluşunun Algı Yönetimi Kapsamında Analiz Edilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü .
- IMF (International Monetary Fund. (2022). *Gloomy and More Uncertain*. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/07/26/world-economic-outlook-update-july-2022#Projections> Erişim Tarihi: 8 Ocak 2023.
- İbiş, S. (2020). Covid-19 Salgınının Seyahat Acentaları Üzerine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.
- İçsel, A. (2016). *Kapadokya gezi rehberi: Tarih ve kültürün buluştuğu şehir!* İndigo Dergisi: <https://indigodergisi.com/2016/07/tarih-ve-kulturun-bulustugu-sehir-kapadokya/> Erişim Tarihi: 5 Mart 2023.
- İnan, Ü.S.E. (2020). Doğa Turizmi, içinde Turizm Türlerine Profesyonel Yaklaşım, Bilge F.A.& Cabi, A. (Ed.), Sage Yayınları: Ankara.
- İnan, Ü.S.E. (2022). Changing Marketing Trend During The Pandemic Period: Digital Transformation and Marketing in the Metaverse, içinde Multidisciplinary

- Researches During the Pandemic, Köylüoğlu, A.S. (Ed.), Nobel Yayınları: Ankara.
- İstanbul Kalkınma Ajansı. (2010). *Türkiye ve İstanbul Bölgesinde Turizm*. <https://www.istka.org.tr/media/1074/t%C3%BCrkiye-ve-%C4%B0stanbul-b%C3%B6lgesi-nde-turizm.pdf> Erişim Tarihi: 5 Şubat 2023.
- Işıkcius, S. (2019). *Türkiye'yi Ziyaret Eden Çinli Turistlerin Beğeni Kriterleri*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İzgi, M. C., ve Türkmen , H. Ö. (2013). Osmanlı İmparatorluğu'nda Karantina. *Mersin Üniversitesi Tıp Fakültesi Lokman Hekim Tıp Tarihi Ve Folklorik Tıp Dergisi*, 32-32.
- Jones, S. and Law, S. F. (2009). A guanxi model of human resources. *Chinese Management Studies*, 3(4), 313-332.
- Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kara, E. (2020). Covid-19 Pandemisi: İşgücü Üzerindeki Etkileri ve İstihdam Tedbirleri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* (Covid-19 Özel Sayı 2), 269-282.
- Karakaş, M. (2020). Covid-19 Salgınının Çok Boyutlu Sosyolojisi ve Yeni Normal Meselesi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(1), 541-573.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusebio, C., and Figueiredo, E. (2013). Host-guest relationships in rural tourism: evidence from two Portuguese villages. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(3), 367-380.
- Kaur, A. (2021). Impact of covid-19 on Tourism. *International Journal of Innovative Research in Technology*, 8(6), 280-282.
- Kaya, B. (2020). Pandeminin ruh sağlığına etkileri. *Klinik Psikiyatri Dergisi*(23), 123-124.
- Kaygısız, A. D. (2021). Covid-19 Sonrası Türk Turizm Sektöründe Oluşabilecek Fırsatlar ve Riskler. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 79-95.
- Khan, A. A. (2020). Covid-19 Salgınının Turizme Etkileri: Safranbolu Miras Kenti Örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 28-37.
- Kiper, V. O., Saraç , Ö., Çolak, O., ve Batman, O. (2020). Covid-19 Salgınıyla Oluşan Krizlerin Turizm Faaliyetleri Üzerindeki Etkilerinin Turizm Akademisyenleri

- Tarafından Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43), 527-551.
- Knapp, T. R. (1991). Conceptualizations and anomalies. *Research in Nursing and Health*, 14, 457-460.
- Kocatepe, U. (2022). Turizm Sektörünün Kapadokya- Nevşehir Bölgesine Sosyoekonomik Katkıları ve Karşılaştığı Sorunlar Üzerine Bir Çalışma. *Yüksek Lisans Tezi*. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kock, F., Norfelt, A., Josiassen, A., Assaf, A., & Tissionas, M. (2020). Understanding the COVID-19 tourist psyche: The Evolutionary Tourism Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 85(11), 1-13.
- Kodaş, D. (2022). Yerli Turistlerin Covid-19 Korkusunun ve Seyahat Endişelerinin Seyahat Etme Niyetlerine Etkisi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 4(1), 29-40.
- Korkut, Y., Eker, M., Zeren, F., ve Altunışık, R. (2020). Covid-19 Pandemisinin Turizm Üzerindeki Etkileri: Borsa İstanbul Turizm Endeksi Üzerine Bir İnceleme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*(Special Issue), 71-86.
- Kozak, M. and Taşçı, A. D. (2005). Perceptions of foreign tourists by local service providers: the case of Fethiye, Turkey. *International Journal of Tourism Research*, 7(4-5), 261-267.
- Kozak, N., Kozak, A. M., ve Kozak, M. (2011). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. A., Evren, S., ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kozak, N., Kozak, M., ve Kozak, M. (2015). *Genel Turizm: İlkeler Kavramlar Yenilenmiş 18. Baskı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köker, N. E., ve Alemdar, M. Y. (2013). Turizm Destinasyonlarında Kriz İletişim Süreci ve Önemi. *Yeni Düşünceler*(7), 33-55.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin turizm sektörüne etkileri üzerine bir araştırma: 2016 yılı Türkiye örneği. *Akademik Bakış Dergisi*(67), 216-230.
- Kurt, S., ve Karaaziz, M. (2021). Covid-19 Pandemisinin Psikososyal Alandaki Etkileri. *Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 3(2), 81-91.

- Kuşluvan, S. (2018). Türkiye’de Turizm. E. O. Emir içinde, *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: Eskişehir Anadolu Üniversitesi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). <https://www.ktb.gov.tr/Erişim> Tarihi: 18 Ocak 2023.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020a). *Konaklama Tesislerinde Kontrollü Normalleşme Süreci Genelgesi* <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/72780,genelge20206.pdf.pdf?0> Erişim Tarihi: 20 Mart 2023.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). *UNESCO Dünya Mirası Peri Bacaları*. <https://kapadokyaalan.ktb.gov.tr/TR-288336/unesco-dunya-mirasi-peri-bacalari.html#:~:text=UNESCO%20D%C3%BCnya%20Miras%20Listesi'nde,So%C4%9Fanl%C4%B1%20Arkeolojik%20Alan%C4%B1%20yer%20almak,tad%C4%B1r>. Erişim Tarihi: 15 Mart 2023.
- Lee, J. and Mckibbin, W. (2004). Globalization and disease: The case of SARS. *Asian Economic Papers*, 3(1), 113-131.
- Leech, N. L. (2005). *SPSS for Intermediate Statistics Use and Interpretation*. New York: Second Edition Taylor ve Francis.
- Ligarba. (2020). *Ligarba Turizm Seyahat Acentası* . <https://ligarbatravel.com/cinli-turistlerin-turkiyede-en-cok-ziyaret-ettigi-yerler/> Erişim Tarihi: 22 Ocak 2023.
- Lin, Y., Kingminghae, W. and Mahasirithaic, P. (2021). Brothers or “Others”? Attitudes of Thais Towards Chinese Tourists during COVID-19. *Journal of China Tourism Research*, 17(3), 437-454.
- Long, N. N. and Khoi, B. H. (2020). An Empirical Study About the Intention to Hoard Food During COVID-19 Pandemic. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 16(7), 1-12.
- Lyon, A. and Worton, A. (2007). A proposed model for tourism crisis management: the UK’s foot and mouth disease crisis analysed. *Crisis Management in Tourism*, 200-216.
- McKercher, B.,& Chon, K. (2004). The over-reaction to SARS and the collapse of Asian Tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 716.
- Mengü, C. (2022). Covid-19 İyileşme Sürecinin Uluslararası Turizme Etkileri ve Orta Doğu Pazarına Yönelik Bir Alan Çalışması. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(10), 1371-1390.

- Mertens, G., Gerittsen, L., Duijndam, S., Selamink, E. and Engelhard, I. M. (2020). Fear of the coronavirus (COVID-19): Predictors in an online study conducted in March 2020. *Journal of anxiety disorders*, 74, 1-8.
- Mertoğlu, S. (2021). Covid-19'a Karşı Bilinçlemede Sosyal Medyanın Rolü: Twitter Örneği. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 3(2), 113-129.
- Miao, L., Im, J., Fu, X., Kim, H. and Zhang, Y. E. (2021). proximal and distal post-COVID travel behavior. *Annals of Tourism Research*, 88, 103159.
- Miller, G. A. and Ritchie, B. W. (2003). A Farming Crisis or A Tourism Disaster? An Analysis of The Foot and Mouth Disease in the UK. *Current Issues in Tourism*, 6(2), 150-171.
- Monterrubio, C. (2016). The impact of spring break behaviour: An integrated threat theory analysis of residents' prejudice. *Tourism Management*, 54, 418-427.
- Morens, D., Folkers, G. K. and Fauci, A. S. (2009). What Is a Pandemic? *The Journal of Infectious Diseases*, 200(7), 1018-1021.
- Morris, S. (2020). *Coronavirus Australia: Pet Adoption on the Rise During COVID-19 Pandemic*. <https://www.smh.com.au/lifestyle/life-and-relationships/they-ve-wanted-a-dog-for-years-lockdown-has-finally-made-it-happen-20200424-p54n0n.html> Erişim Tarihi: 29 Ocak 2023.
- Mutlu, B. Y. (2021). *Büyüme verisinin detayları gelecek döneme ilişkin umutları artırdı*. <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/buyume-verisinin-detaylari-gelecek-doneme-iliskin-umutlari-artirdi/2352595> Erişim Tarihi: 3 Şubat 2023.
- Mutlu, Ç., ve Akbaş, Z. (2016). 11 Eylül saldırıları üzerinden uluslararası terörün turizme etkisi: Türkiye örneği. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 1-14.
- Navaroo, O. (2016). Chinese and Tourism Industry of Singapore. *Journal of Administrative Management, Education and Training (JAMET)*, 12(4), 137-143.
- Nelson, K. and Matthews, A. L. (2018). Foreign presents or foreign presence? Resident perceptions of Australian and Chinese tourists in Niseko, Japan. *Tourist Studies*, 18(2), 213-231.
- Nevşehir Ahiler Kalkınma Ajansı. (2021). *Kapadokya Bölgesi (Nevşehir) Tanıtım Stratejisi Çalıştay Raporu*.

- Nevşehir Nüfusu. (2022). Nevşehir İl Nüfusu. <https://www.nufusu.com/>. Erişim Tarihi: 8 Mart 2023.
- Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2023). [https://nevsehir.ktb.gov.tr/arama?\\_Dil=1](https://nevsehir.ktb.gov.tr/arama?_Dil=1) Erişim Tarihi: 3 Mart 2023.
- Nevşehir Valiliği. (2023). <http://www.nevsehir.gov.tr/ilcelerimiz> adresinden alındı. Erişim Tarihi: 15 Mart 2023.
- Nicholas, N. L., Thapa, B. and Ko, Y. J. (2009). Residents' perspectives of a worldheritage site: The Pitons management area, St.Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Novelli, M., Burgess, L. G., Jones, A. and Ritche, B. W. (2018). No Ebola... still doomed–The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*, 87, 76-87.
- O'Connor, P. and Assaker, G. (2022) COVID-19's effects on future pro-environmental traveler behavior: an empirical examination using norm activation, economic sacrifices, and risk perception theories, *Journal of Sustainable Tourism*, 30 (1), 89-107,
- Oduncuoğlu, F. (2021). Covid 19 salgınının turizm sektörüne etkisinin hizmet pazarlama karması. Ş. K. (Edt) içinde, *Turizm İşletmeciliği Pazarlaması ve Ekonomisi* (s. 309-333). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Orhan, Z. H., ve Tırman , N. (2020). Analysis ofthe Impact of Covid-19on Different Sectors in Turkey During Early Periods of the Pandemic. *Journal of Business Research-Turk*, 12(2), 2312-2326.
- Özata, Ş. (2015). *Kapadokya Bölgesi Kaya Oyma Yapı Sorunları Ve Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü.
- Özatay, F., ve Sak, G. (2020). COVID-19'un Ekonomik Sonuçlarını Yönetebilmek. *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı* , 1-8.
- Özdemir Akgül, S. and Çetinkaya, F. Özlem. (2022). Covid-19 Sürecinde Yazlıkçıların Buldukları Turistik Destinasyona İlişkin Algıları: Susanoğlu Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1113–1127.
- Özgüç, N. (2015). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul : Çantay Kitabevi.
- Özmen, S., ve Erdem , R. (2018). Damgalamanın kavramsal çerçevesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 85-208.

- Padilla, D. G. and Blanco, L. T. (2020). Social media influence in the COVID-19 Pandemic. *INT BRAZ J UROL*, 46(1), 120-124.
- Pekin, F. (2014). *Kapadokya Kayalardaki Şiirsellik*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Pennigton, G. L. and Schroeder, A. (2013). International tourist's perceptions of safety and security: the role of social media. *Matkailututkimus - The Finnish Journal of Tourism Research*, 9(1), 7-23.
- Pforr, C. and Hosie, P. J. (2008). Crisis management in tourism: Preparing for recovery Preparing for recovery. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 23(2-4), 249-264.
- Pizam, A., Fleischer, A. and Mansfeld, Y. (2002). Tourism and social change: The case of Israeli ecotourists visiting Jordan. *Journal of Travel Research*, 41(2), 177-184.
- Polat, S. (2016). Türkiye'nin Turizm Politikalarının Beş Yıllık Kalkınma Planları ve Türkiye Turizm Stratejisinin 2023 Kapsamında İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Popovici, N., Condrea, E., Marin, C. A. and Oprisan, O. (2020). Tourism Services and Covid-19. *Journal of Business and Finance in Emerging Markets*, 3(2), 91-100.
- Puchan, H. (2001). The Mercedes-Benz:A-Class Crisis. *Corporate Communications:An International Journal*, 6(1), 42-46.
- Rafiq, N., Abbasi, A. S. and Sair, S. A. (2020). Impact of Emotional Labor Strategies On Emotional Exhaustion: Mediating Effect Of Anxiety in Pakistani Hotel Industry. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(3), 1-23.
- Rahman, M. K., Gazi, İ. A., Bhuiyan, M. A. and Rahaman, A. (2021). Effect of Covid-19 pandemic on tourist travel risk and management perceptions. *PLoS ONE*, 16(9).
- Ramchander, P. (2004). *Towards the Responsible Management of the Socio-Cultural Impacts of Township Tourism*. Phd Thesis. Pretoria: University of Pretoria.
- Ritche, B. W. (2004). Chaos, crisis and disasters: A strategic Approach to crisis management in the tourism Industry. *Tourism Management*, 25, 669-683.
- Saraçaydın, M. (2019). Kişisel İmaj Yönetimi Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı. *Anasay*, 149-170.

- Sarı, Y., ve Seçilmiş, C. (2010). 2008 Yılı Finansal Ekonomik Krizinin Türkiye Turizm Sektörüne Yansımaları Üzerine Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 191-204.
- Sarıçay, N. S., ve Ünal, M. (2014). Krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkileri. (İ. T. Odası, Derleyici) İzmir.
- Sarıkaya, M. A., Çiner , A. and Zreda, M. (2015). Fairy chimney erosion rates on Cappadocia ignimbrites, Turkey: Insights from cosmogenic nuclides. *Geomorphology*, 234, 182-191.
- Seow, A. N., Choong, C. K., Cheen, I. C. and Choong, Y. O. (2022). Can protection motivation theory explain the perception of international tourists' on medical tourism? *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(2), 394-412.
- Sertkaya, B., ve Baş, S. (2021). Covid-19 Salgınının Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri: Riskler ve Olası Senaryolar. *Dicle Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(21), 147-167.
- Sevimli , F. (2021). COVID-19 Salgınının Toplumsal Etkileri. *HABITUS Toplumbilim Dergisi*(2), 55-69.
- Seyahat Acentacılığı Yönetmenliği. (2007). *Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Silik, C. E., Ilgaz, B. ve Dündar, Y. (2020). Covid-19 Sonrası turist davranışlarının kuşak farklılıkları açısından çoklu uyum analizi (MCA) ile değerlendirilmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (24), 341-372.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye'de Turizm Politikalarının Evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*(4), 1-18.
- Soylu, Ö. B. (2020). Türkiye Ekonomisinde Covid-19'un Sektörel Etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 7(5), 169-185.
- Sönmez, P. (2023). *Covid-19'un Türkiye Ekonomisine Makroekonomik Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Stoicescu, D. M. (2022). Current effects and future implications of the Covid-19 pandemic on tourism. *Revista de Științe Politice. Revue des Sciences Politiques*(73), 171-181.
- Şengel, Ü. (2021). COVID-19 and “New Normal” Tourism:Reconstructing Tourism. *Journal of Tourism and Development*, 35, 217-226.



- Şentürk, B. (2019). *Edremit ilçesi yerel halkının turizm gelişimine yönelik algısı*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşek, M. (2006). Değişen Dünya Koşullarında Çin Halk Cumhuriyeti ve Dış Ticaret Bakımından Türkiye-Çin Arasında Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(26), 1-24.
- Tabri, N., Hollingshead, S. and Wohl, M. J. (2020). *Framing COVID-19 As an Existential Threat Predicts Anxious Arousal and Prejudice Towards Chinese People*. <https://psyarxiv.com/mpbtr/> Erişim Tarihi: 13 Ocak 2023.
- Tanrıkulu, M. (2020). Covid -19 Bölgesinde Türkiye'de Holistik Turizm ve Kültüre Dönüş. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 406-417.
- Taştan, C., Tekin, H. H., Esra, Ç., ve Demirden, A. (2020). Kovid-19 salgını ve sonrası psikolojik ve sosyolojik değerlendirmeler. *Polis Akademisi Yayınları*, 90(35), 1-43.
- Tatlıdil, H. (2002). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel analiz*. Ankara: Akademi Matbaası .
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tayfun, A. (2002). Turist yerli halk etkileşimi üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1-12.
- Taylor, S. (2019). *The Psychology Of Pandemics: Preparing For The Next Global Outbreak Of Infectious Disease*. Newcastle Upon Tyne: Cambridge Scholars
- T.C. Meteoroloji Genel Müdürlüğü. (2023). *T.C. Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Programı*. <https://mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx> Erişim Tarihi: 25 Şubat 2023.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020). *COVID-19 (2019-n CoV Hastalığı) Rehberi (Bilim Kurulu Çalışması)*. T.C. Sağlık Bakanlığı: [https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/rehberler/COVID-19\\_Rehberi.pdf](https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/rehberler/COVID-19_Rehberi.pdf) Erişim Tarihi: 22 Kasım 2022
- T.C. Sağlık Bakanlığı Bilgilendirme Platformu.(2023). <https://covid19.saglik.gov.tr/> Erişim Tarihi: 17 Şubat 2023.

- T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). *On Birinci Kalkınma Planı*. [https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2022/07/On\\_Birinci\\_Kalkinma\\_Planı-2019-2023.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma_Planı-2019-2023.pdf) Erişim Tarihi: 25 Temmuz 2022.
- Tekeoglu, A. T. (2021). A General Review On The Of Effects Of Covid 19 Pandemic. *TURAN-CSR International Scientific, Peer-Reviewed ve Refereed Journal*, 13(51), 371-378.
- Tekin , İ. Ç. (2020). Pandemi Sürecinde Değişen Tüketici Davranışları. *ışları. Business and Management Studies: An International Journal*, 8(2), 2331-2347.
- Terzi , H., ve Tütüncü, A. (2017). Turizm Gelirleri ve Dışa Açıklık Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), 79-107.
- Timur, K. (2017). Ulrich Beck Risk Toplumu-Başka Bir Modernliğe Doğru. *Intermedia International e-Journal*, 4(6), 188-192.
- Toskay, T. (1983). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- TUIK, Türkiye İstatistik Kurumu. (2022). *Türkiye İstatistik Kurumu*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-II.-Ceyrek:-Nisan-Haziran-2022-45787> Erişim Tarihi: 26 Ocak 2023.
- TUIK, Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). Türkiye İstatistik Kurumu Veri Portalı : <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2021> Tarihi: 21 Ocak 2023
- TUIK, Türkiye İstatistik Kurumu. (2023a). *TUIK Haber Bülteni İşgücü İstatistikleri*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-Agustos-2022-45654> Erişim Tarihi: 25 Ocak 2023.
- Tuncel, V. (2019). Kalkınma planlarının turizm politikaları perspektifinde değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 1(2), 58-66.
- Tunçer, Ç. P. (2020). Sosyal Medya ve Şiddet: Ekşi Sözlük'te Çinli Algısı. *İnsan ve İnsan*, 7(25), 65-84.
- Turak, G. (2021). Salgın Hastalıkların Turistik Satın Alma Kararlarına Etkisi: Covid-19 Pandemisine İlişkin Bir Çalışma. *Yüksek Lisans Tezi*. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Tuten, T. L. and Solomon , M. R. (2017). *Social media marketing*. Sage: Thousand Oaks.

- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı. (2023a). *Türkiye'nin Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı Hakkında*. <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkinda/> Erişim Tarihi: 5 Mart 2023
- Türkiye Otelciler Birliği. (2021). *TÜROB STR RAPORU*. <https://www.turob.com/assets/Istatistikler-Dosyalari-image/tr-2021/STR-2021-EKIM-RAPORU.pdf> Erişim Tarihi: 8 Mart 2023.
- Tüzünkan, D. (2015). Türkiye’de Uygulanan Beş Yıllık Kalkınma Planlarının İstihdam Politikaları Açısından Değerlendirilmesi. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 90-117.
- Unesco World Heritage Convention. (2023). *Göreme National Park and the Rock Sites of Cappadocia*. <https://whc.unesco.org/en/list/357> Erişim Tarihi: 22 Mart 2023.
- UNWTO.(2020). *COVID-19 Aand Vulnerable Groups*. <https://www.unwto.org/covid-19-inclusive-response-vulnerable-groups> Erişim Tarihi: 23 Aralık 2022.
- UNWTO. (2023). *Tourism Set To Return To Pre-Pandemic Levels in Some Regions in 2023*.<https://www.unwto.org/taxonomy/term/347#:~:text=An%20estimated%20700%20million%20tourists,in%20line%20with%20UNWTO%20scenario> s. Erişim Tarihi: 25 Aralık 2022.
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık .
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2001). *Genel Turizm*. İzmir: Anadolu matbaacılık.
- Ünal, A. (2020). Destinasyonda Yaşayan Yerel Halkın Turistler Hakkındaki Algılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma Göbeklitepe Örneği. *Journal of Yasar University*, 15(59), 560–569.
- Üstün, Ç., ve Özçiftçi, S. (2020). COVID-19 pandemisinin sosyal yaşam ve etik düzlem üzerine etkileri: Bir değerlendirme çalışması. *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences, Anatolian Clinic the Journal of Medical Science*(Special Issue on COVID 19), 142-153.
- Veri Kaynağı. (2022). 12 COVID-19 Ve Dünden Bugüne Salgınlar: <https://www.verikaynagi.com/duyuru/covid-19-ve-dunden-bugune-salginlar/> a Erişim Tarihi: 5 Kasım 2022.

- Wikipedi. (2023). *Türkiye'de COVID-19 aşılması*.  
[https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de\\_COVID-19\\_a%C5%9F%C4%B1lamas%C4%B1#cite\\_note-5](https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_COVID-19_a%C5%9F%C4%B1lamas%C4%B1#cite_note-5) Erişim Tarihi: 3 Ocak 2023.
- Vural, G., ve Uçar, H. İ. (2017). Krizlerin türk turizm sektörünün finansal durumuna ve piyasa duyarlılığına etkisi: 1999-2015 dönemi üzerine bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(3), 257-271.
- Ward, C. and Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556–1569.
- Wen, J., Kozak , M., Yang, S. and Liu, F. (2021). COVID-19: potential effects on Chinese citizens' lifestyle and travel. *Tourism Review*, 76(1), 74-87.
- Werner, C. E. (2008). *Çin Mitleri V Efsaneleri*. İzmir: İlya İzmir Yayınevi.
- WHO,World Health Organization, (2020). *coronavirüs disease (covid-2019) situation reports*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports> Erişim Tarihi: 8 Ocak 2023.
- WHO,World Health Organization. (2021). *COVID-19 Weekly Epidemiological Update Edition 72*. Edition 72, published 28December 2021: World Health Organization. World Health Organization. Erişim Tarihi:17 Ocak 2023.
- WHO, World Health Organization.(2023). [https://www.who.int/emergencies/disease-outbreak-news/item/2003\\_07\\_04-en](https://www.who.int/emergencies/disease-outbreak-news/item/2003_07_04-en) Erişim Tarihi: 8 Ocak 2023.
- WHO,WorldHealthOrganization.(2023a).[https://www.who.int/healthtopics/ebola#tab=tab\\_3](https://www.who.int/healthtopics/ebola#tab=tab_3) Erişim Tarihi: 5 Ocak 2023
- Wikipedia. (2023). *COVID-19 pandemic death rates by country*.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/COVID19\\_pandemic\\_death\\_rates\\_by\\_country#cite\\_note-bot-note-11](https://en.wikipedia.org/wiki/COVID19_pandemic_death_rates_by_country#cite_note-bot-note-11) Erişim Tarihi: 19 Nisan 2023.
- Williams, Chen, Li and Baláž, (2022). Risk, uncertainty and ambiguity amid Covid-19: A multi-national analysis of international travel intentions. *Annals of Tourism Research*, 92(2), 14-22.
- Wong, T. (2020). *Sinophobia: How a virus reveals the many ways China is feared*. BBC News. Retrieved: <https://www.bbc.com/news/world-asia-51456056> Erişim Tarihi: 8 Mart 2023.

- WTTC, World Travel and Tourism Council. (2022). *TravelveTourism Economis Impact 2022*. <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>. Erişim Tarihi: 22 Şubat 2023.
- Wu, L. (2020). *What Covid-19 Social Distancing Measures Will Mean For Restaurant Dining Room Design*. Forbes,; <https://www.forbes.com/sites/lesliewu/2020/05/27/what-covid-19-social-distancing-measures-will-mean-for-restaurant-dining-room-design/#14d612f52200> Erişim Tarihi: 6 Mart 2023.
- Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yelboğa, Ş., ve Aslan, Ş. B. (2020). Sosyal Sorun Olarak Salgın Hastalıklar Ve Sosyal Çalışmanın Halk Sağlığını Koruma/Geliştirme Görevi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 43-49.
- Yeniçağ Gazetesi.(2023). <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/erdogandan-korona-zirvesisonrasi-aciklama-272214h.htm>. Erişim Tarihi: 8 Şubat 2023.
- Yeyati, E. L. and Filippini, F. (2021). *Global*. No.158: Brookings Global Working Paper.
- Yıldırım , K. (2021). Çin Tarihi Tarih Öncesinden 21. Yüzyıla. İstanbul.
- Yıldız, Z., Yıldız, S., ve Aytemiz, S. (2015). Kara Turizm, Terör Turizmi ve Türkiye Potansiyeli. *'Kara Turizm, Terör Turizmi ve Türkiye Potansiyeli*, 4(2), 390-407.
- Yıldız, İ., Çıkrıkçılı, U., ve Yüksel, Ş. (2020). *Karantinanın ruhsal etkileri ve koruyucu önlemler*. Türkiye Psikiyatri Derneği Ruhsal Travma ve Afet Çalışma Birimi: <https://psikiyatri.org.tr/TPDDData/Uploads/files/KarantinaCOVID.pdf> Erişim Tarihi: 15 Şubat 2023
- Yousapronpaiboon, K. and Johsan, W. C. (2013). Out-Patient Service Quality Perceptions in Private Thai Hospitals. *International Journal of Business and Social Science*, 4, 57-66.
- Zenker, F. and Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic–A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*(81), 1-4.
- Zerenler, M. (2004). Kriz Dönemlerinde Üretim Süreci Esnekliğinin İşletme Perfonmasına Etkileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 99-132.

Zhang, T., Wu, Q. and Zhang, Z. (2020). Probable Pangolin Origin of SARS-CoV-2 Associated with the COVID-19 Outbreak. *Current Biology*, 30(8), 1578.

## EKLER

### EK-1. Anket Formu

Değerli katılımcı,

Bu anket, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana bilim Dalı Turizm İşletmeciliği Bilim Dalında Dr. Öğr. Üyesi Betül GARDA danışmanlığında yürütülen, “Covid-19 (Koronavirüs) Salgınından Sonra Destinasyonda Yaşayan Yerel Halkın Çinli Turistler Hakkındaki Algılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Kapadokya Örneği” adlı yüksek lisans tez çalışmasının araştırma kısmına yöneliktir. Çalışmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Vereceğiniz tüm bilgiler değerlidir ve yalnızca bir araştırma sonuçları için kullanılacaktır. Kimlik bilgileriniz sorulmamakta ve vereceğiniz bilgiler üçüncü kişilerle paylaşılmamaktadır. Doğru ya da yanlış cevap yoktur. Lütfen size en yakın gelen şıkkı işaretleyiniz. Ankete katıldığınız için teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Zeynep Utkan

Yüksek

Lisans Öğrencisi

### BÖLÜM 1

<b>1. Cinsiyetiniz</b>	<input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
<b>2. Yaşınız</b>	<input type="checkbox"/> 18-26 <input type="checkbox"/> 27-35 <input type="checkbox"/> 36-45 <input type="checkbox"/> 46 yaş ve üzeri
<b>3. Eğitim Düzeyi</b>	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Ön Lisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Lisansüstü
<b>4. Meslek</b>	<input type="checkbox"/> Öğrenci <input type="checkbox"/> Diğer <input type="checkbox"/> Esnaf <input type="checkbox"/> Ücretli çalışan <input type="checkbox"/> Emekli <input type="checkbox"/> Çiftçi
<b>5. Aylık Gelir</b>	<input type="checkbox"/> ₺ 8.500 – daha az <input type="checkbox"/> ₺ 8.501 – ₺ 10,000

- ( ) ₺ 10,001 – ₺ 15,000  
( ) ₺ 15,001 – daha fazla

- 6. Kaç yıldır Kapadokya bölgesinde ikamet etmektesiniz?**  
( ) 1- 5 yıl  
( ) 6-10 yıl  
( ) 11- 15 yıl  
( ) 16-20 yıl  
( ) 20 yıl ve üzeri

## BÖLÜM 2

### A. KAPADOKYA BÖLGESİ TURİZM VE TURİST ALGISI ÖLÇEĞİ

Aşağıdaki ölçekte size uygun olan bir tane ( ) içine X işareti koyunuz.

1. Turizmin Kapadokya bölgesine etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz? ( ) Olumsuz ( ) Ne olumlu, Ne olumsuz ( ) Olumlu
2. Turistlerle yönelik bir iş ya da faaliyetiniz var mı? / oldu mu? ( ) Evet ( ) Bazen ( ) Hayır  
( ) Neredeyse her gün
2. Turistler ile kişisel temas düzeyiniz hangi sıklıktadır? ( ) Haftada 3-5 kez  
( ) Haftada 1-2 kez  
( ) Ayda 1-2 kez  
( ) Neredeyse hiçbir zaman
3. Genel olarak yabancı ülkelerden gelen turistlere karşı bakış açınızı nasıl değerlendirirsiniz? ( ) Olumlu ( ) Ne olumlu, Ne olumsuz ( ) Olumsuz
4. Genel olarak Çinli turistlere karşı bakış açınızı nasıl değerlendirirsiniz? ( ) Olumlu ( ) Ne olumlu, Ne olumsuz ( ) Olumsuz
5. Kapadokya Bölgesinde Çinli turistlerle karşılaşma düzeyiniz hangi sıklıktadır? ( ) Neredeyse her gün  
( ) Haftada 4-5 kez  
( ) Haftada 2-3 kez  
( ) Ayda 1-2 kez  
( ) Neredeyse hiçbir zaman
6. Çinli turistler ile kişisel temas düzeyiniz hangi sıklıkta olmaktadır? ( ) Neredeyse her gün  
( ) Haftada 3-5 kez  
( ) Haftada 1-2 kez  
( ) Ayda 1-2 kez  
( ) Neredeyse hiçbir zaman
7. Çinli turistler hakkında genel izlenimlerinize göre aşağıdaki özelliklerden uygun gördüklerinize (x) işareti koyunuz. Birden fazla işaretleyebilirsiniz.  
( ) Sıcakkanlı ( ) Mütevazı ( ) Dost canlısı ( ) Güvenilir ( ) Tepeden bakan  
( ) Benim gibi ( ) Temiz ( ) Kibar  
( ) Saldırgan ( ) Kaba, Huysuz ( ) Soğuk insanlar ( ) Cömert ( ) Güvenilmez ( ) Bakımsız, kirli ( ) Cimri



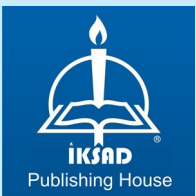
### BÖLÜM 3

#### B. TURİST ALGISINA KORONAVİRÜS ETKİSİ ÖLÇEĞİ

Aşağıdaki anket maddelerinde önerilen görüşlere katılma düzeyinizi X ile işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Kathıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Koronavirüsün tüm dünyaya yayılmasında en büyük etken turizm olmuştur.					
2.Koronavirüsün tüm dünyaya yayılmasında Çinli turistlerin sorumluluğu vardır.					
3. Çin hükümetinin Covid-19 virüsünün yayılmasından sorumlu olduğuna inanıyorum.					
4.Türkiye ile Çin arasındaki turizm yeniden başladıktan sonra bile Çinli turistlerle temas halinde olmayı riskli görmekteyim.					
5.Koronavirüs salgınından önce yabancı turistlere olan konukseverlik tutumlarımı salgından sonra gözden geçirip sınırladım.					
6. Koronavirüs salgınından önce Çinli turistlere olan konukseverlik tutumlarım salgından sonra gözden geçirip sınırladım.					
7. Türkiye ile Çin arasındaki turizm yeniden başladıktan sonra bile çevremdeki insanların Çinli turistlerden Covid-19 virüsü alabilecek olması beni endişelendiriyor.					
8. Genel olarak yabancı turistlerle olan iletişimimi salgın öncesine göre azalttım.					
9. Çinli turistlerle olan iletişimimi salgın öncesine göre azalttım.					
10.Salgın sonrasında Çinli turistlerle aynı alanı paylaşmamaya (ör: alışveriş merkezleri, lokantalar, müzeler vb.) özen gösteriyorum.					







**ISBN: 978-625-367-288-1**