



14. BÖLÜM

KORONAVİRÜS VE TURİZM İLETİŞİMİ

Özgür SARIBAŞ¹
Simge KÖMÜRCÜ²
Mehmet Emre GÜLER³

GİRİŞ

By staying home today, we can travel tomorrow

-Bugün evde kalarak yarın seyahat edebiliriz-

(UNWTO- United Nations World Tourism Organization)

(Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)

Endüstri devrimi ile birlikte hızlanan ve günümüze kadar süregelen yenilikler, sanayi ve teknolojiadaki ilerlemelerle birlikte iletişim ağlarını da geliştirmiştir. Kentleşme, yoğun çalışma saatleri, gürültü, hava kirliliği, ekonomik kaygılar ve tüm bunların beraberinde getirdiği yoğun insan ilişkileri; stres, bedensel ve zihinsel yıpranma, insan ilişkileri ve psikolojisi gibi olguları daha da önemli hale getirmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve kalabalıklaşan dünyadaki sos-

¹ Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ozgur.saribas@ikcu.edu.tr

² Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, simge.komurcu@ikcu.edu.tr

³ Prof. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, memre.guler@ikcu.edu.tr

ve güven duygusu aşlamak da ancak sağlıklı bir iletişim kanalı ile gerçekleştirebilir.

Ziyaretçi ve misafir yönüyle değerlendirildiğinde, pandemi süresince sokağa çıkma yasakları ile evlerinde zaman geçirmek zorunda olan insanların kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlayan çeşitli iletişim uygulamalarıyla psikolojik olarak rahatlamaları sağlanabilmektedir. Turizm işletmeleri bağlamında uygulamada birçok örnek karşılaşılmaktadır. Bu uygulamalarla, insanlara ev dışında özlem duyulan ve gereksinim halini alan tatil yapma, seyahate çıkma, dinlenme, eğlenme, kendini gerçekleştirme, spor yapma gibi birçok faaliyeti gelecek günlerde yapabilecekleri umudu aşılanmaktadır. Kurum ve kuruluşlar, turizm bağlamında kullandıkları iletişim becerileriyle, karamsar bir tablonun içinde kendini hapsolmuş hisseden bireylerin hayal kurma özelliğini pozitif yönde etkilemekte ve böylelikle hem kişisel hem de toplum sağlığı açısından kurallara uyma davranışı göstermesine de yardımcı olmaktadır.

Kurum ve kuruluşlar açısından ise hem geleneksel hem de yeni medya araçları kullanılarak yapılan umut verici, moral aşılayıcı ve motive edici iletişim çalışmalarıyla sosyal sorumluluk noktasında kendilerini gerçekleştirmiş olmaktadır. Öte yandan karamsar bir tablonun içerisinde bir umut aşılayıcısı olarak, pandemi kısıtlamalarının kalkmış olduğu günlerde bireylerin destinasyon ve işletme tercihlerini belirlerken önemli bir veri sağlamış olmaktadır. İnsanlar, kısıtlamalar içerisinde kurdukları hayalleri gerçekleştirmek isterken kendilerini motive eden destinasyon ya da işletmeleri tercih etmek isteyebileceklerdir. Böylelikle işletme ya da destinasyon, vermiş olduğu sosyal mesajlarla reklam faaliyetlerini de yerine getirmiş olmaktadır.

KAYNAKÇA

- Bakar, N. A., & Rosbi, S. (2020). Effect of coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science (IJAERS)*, 7(5), 189-193.
- Bulut, M.B. (2019). *Grup dinamikleri ve süreçleri: sosyal psikolojik bir yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Buhalis, D. (2003). *E-Tourism: Information technology for strategic tourism management*. Harlow, England: Financial Times Prentice Hall.
- Buhalis, D., & Deimezi, O. (2003). E-tourism developments in Greece: Information communication Technologies adoption for the strategic management of the Greek tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*, 5(2), 103-130.
- Buhalis, D., & O'Connor, P. (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 7-16.
- Daszak, P., Olival, K. J., & Li, H. (2020). A strategy to prevent future epidemics similar to the 2019-nCoV outbreak. *Biosafety and Health*, 2, 6-8.
- Chinazzi, M., Davis, J. T., Ajelli, M., Gioannini, C., Litvinova, M., Merler, S., Piontti, A.P., Mu, K., Rossi, L., Sun, K., Viboud, C., Xiong, X., Yu, H., Halloran, M.E., Longini Jr. I.M., & Vespignani,

- A. (2020). The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. *Science*, 368 (6489), 395-400.
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi anlamak*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Eröz, S. & Doğdubay, M. (2012). Turistik ürün tercihinde sosyal medyanın rolü ve etik ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 133-157.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism principles, practices philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Gönenç, Ö. (2007). İletişimin tarihsel süreci. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (28), 88-102.
- Halla, C.M., Scotte, D., & Gossling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2020.1759131.
- Hoque, A. Shikh, F. A., Hasana, M.W., Arif, I., & Hamid, A.B.A. (2020). The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China. *Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.
- Işık, M. (2013). *Genel ve teknik iletişim*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Işık, M. (2019). *İletişim ve etik*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Jamal, T., & Budke, C. (2020). Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of Tourism Futures*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2020-0014>
- Kalpaklıoğlu, N.Ü. (2015). Bir pazarlama iletişimi unsuru olarak E-WOM'un turizm ürünleri tercihine etkisi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 66-90.
- Karataş, M., & Babür, S. (2013). Gelişen Dünyada turizm sektörünün yeri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomi k Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 15-24.
- Kömürçü, S. (2017). Ulaştırma sistemleri işletmeciliği. A. Akbaba, Z. Öter, M. E. Güler & V. Altıntaş (Ed.), *Turizm işletmeciliği endüstriyel ve yönetsel boyutlar içinde* (ss.95-106). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Koroğlu, Ö., & Avcıkurt, C. (2015). Ağızdan kulağa iletişim ve pazarlama. B. Kılıç & Z. Öter (Ed.), *Turizm pazarlamasında güncel yaklaşımlar içinde* (ss.3-40). İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Law, R., Buhalis, D., & Çobanoğlu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(5), 727-750.
- Middleton, V. T.C., & Lickorish, L. J. (2007). *British tourism: The remarkable story of growth*. Burlington: Butterworth-Heinemann imprint of Elsevier.
- Miguez-Gonzales, M. I., & Fernandez-Cavia, J. (2015). Tourism and online communication: interactivity and social web in official destination websites. *Communication & Society*, 28(4), 17-31.
- Mutlu, E. (1998). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınları.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., Agha, M., & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185-193.
- Pazarbaş, M. (2013). Kitle iletişiminde temel kavramlar "Co-oryantasyon Modeli". *Akdeniz İletişim Dergisi*, 19, 127-140.
- Pelit, E., & Karaçor, M. (2015). Turizm öğrencilerinin iletişim becerileri üzerine bir araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(4), 847-872.
- Ritchie, B.W., Dorrell, H., Miller, D., & Miller, G.A. (2004). Crisis communication and recovery for the tourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 199-216.
- Güngör, N. (2018). *İletişime giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Sheresheva, M.Y. (2020). Coronavirus and tourism. *Population and Economics*, 4(2), 72-76.
- Soydan, E., & Alpaslan, N. (2014). Medyanın doğal afetlerdeki işlevi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 53-64.

- Steiner, C. J., & Reisinger, Y. (2004). Enriching the tourist and host intercultural experience by reconceptualising communication. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2(2), 118-137.
- Şengül, S., Ulama, Ş., & Türkay, O. (2018). *Turizm iletişimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şimşek, M.Ş., Çelik, A., & Akgemci, T. (2015). *Davranış bilimlerine giriş ve örgütlerde davranış*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Tokmak, İ., Turgut, H., & Öktem, Ş. (2013). Turizm ve otelcilik öğrencilerinin sosyotropik-otonomik kişilik özelliklerinin iletişim becerilerine etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 83-95.
- Ulama, Ş. (2018). Turizm ve iletişim. S. Şengül, Ş. Ulama & O. Türkay (Ed.), *Turizm iletişimi içinde* (ss.1-34). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünüvar, Ş. (2009). Kişilerarası iletişimin konaklama işletmelerindeki önemi ve beş yıldızlı otellerde bir uygulama. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(18), 375-394.
- Wen, J., Aston, J., Liu, X., & Ying, T. (2020). Effects of misleading media coverage on public health crisis: A case of the 2019 novel coronavirus outbreak in China. *Anatolia*, 31(2), 331-336.
- Werthner, H., & Klein, S. (1999). *Information technology and tourism-a challenging relationship* (1999 international ed.). Wien; New York: Springer.
- World Tourism Organization ve International Olympic Committee (2001). *Sport and tourism 1st World Conference* (Main results of the Conference (ss.15-45). Barcelona, Spain. 22-23 Şubat 2001.
- Vaduna, C., Gavati, I., & Datcu, M. (2012). Deep learning in very high resolution remote sensing image information mining. Communication concept. *20th European Signal Processing Conference* (EUSIPCO 2012), Bucharest, Romania, August 27-31.
- Yang, Y., Zhang, H., & Chen, X. (2020). Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. *Annals of Tourism Research*, <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102913>
- Yılmaz, H. (2016). Turizm endüstrisinde iletişim yeri ve önemi. H. Yılmaz (Ed.). *Turizm ve İletişim içinde* (ss.1-20). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ying, T., Wang, K., Liu, X., Wen, J., & Goh, E. (2020). Rethinking game consumption in tourism: A case of the 2019 novel coronavirus pneumonia outbreak in China. *Tourism Recreation Research*, DOI: 10.1080/02508281.2020.1743048.
- İnternet Kaynakları**
- Accor (a), (2020). <https://group.accor.com/en/group/who-we-are/accor-in-brief>, Erişim Tarihi: 08 Eylül 2020.
- Accor (b), (2020). <https://all.accor.com/event/allsafe.en.shtml>, Erişim Tarihi: 7 Temmuz 2020.
- Çırağan Palas Kempinski İstanbul, (2020). <https://www.kempinski.com/tr/istanbul/ciragan-palace/white-glove-service/during-your-stay/>, Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2020.
- Hilton (a), (2020). <https://www3.hilton.com/en/about/hilton/index.html>, Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- Hilton (b), (2020). <https://www.hilton.com/tr/corporate/cleanstay/>, Erişim Tarihi: 7 Eylül 2020.
- Marcos, H., & Valdeperez, S. (2020). <https://www.cifft.com/2020/05/27/how-tourism-brands-using-video-during-covid-19-pandemic/>, Erişim Tarihi: 25 Ekim 2020.
- TGA (a), (2020). <https://tga.gov.tr/hakkinda/>, Erişim Tarihi: 25 Ekim 2020.
- Türk Hava Yolları (a), (2020). <https://www.turkishairlines.com/tr-int/basin-odasi/hakimizda-hikayemiz/>, Erişim Tarihi: 7 Ekim 2020.
- Türk Hava Yolları (b), (2020). <https://www.turkishairlines.com/en-int/announcements/coronavirus-outbreak/>, Erişim Tarihi: 8 Ekim 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (a), (2020). <https://www.ktb.gov.tr/TR-178231/tum-duyurular.html>, Erişim Tarihi: 9 Eylül 2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı (b), (2020). <https://www.ktb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 20 Ekim 2020.

- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı, (2020). <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkinda/>, Erişim Tarihi:10 Eylül 2020.
- UNWTO (a), (2020). <https://www.unwto.org/news/international-tourist-numbers-down-65-in-first-half-of-2020-unwto-reports>, Erişim Tarihi: 6 Ekim 2020.
- UNWTO (b), (2020). <https://www.unwto.org/who-we-are>, Erişim Tarihi: 8 Ekim 2020.
- UNWTO (c), (2020). <https://www.unwto.org/traveltomorrow>, Erişim Tarihi: 4 Ekim 2020.
- Ünal Bilen, H. (2020). <https://www.hotelrestaurantmagazine.com/neslihan-sen-isimiz-sadece-luks-bir-otel-yonetmek-degil-sektore-ve-destinasyona-karsi-da-sorumlu-hissediyoruz/>, Erişim Tarihi: 13 Ağustos 2020.