

Turist Fotoğrafları ve Turizm Pazarlaması Açısından Önemi

Doç. Dr. Serhat HARMAN, Batman Üniversitesi, Batman, e-posta: harmanserhat@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2845-8657>

Erşad TAN, Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: ersattan@mynet.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1168-4711>

Öz

Turist fotoğrafları gerek turizm işletmelerinin gerekse de turistik destinasyonların pazarlanmasında önemli bir işleve sahiptir. Turistin seyahat öncesi turizm işletmesine veya turistik destinasyona ilişkin zihnindeki imajın şekillenmesinde, işletmeye veya destinasyona dair daha önce görmüş olduğu fotoğraflar (gerek diğer turistler, gerekse de seyahat broşürleri veya internet sayfalarındaki fotoğraflar) önemli rol oynamaktadır. Turist fotoğrafları uluslararası alan yazında yoğun olarak çalışılan konuların başında gelmektedir. Ancak ulusal alan yazında turist fotoğrafları konusunda neredeyse hiç çalışma bulunmadığı söylenebilir. Bu çalışmada turist fotoğrafları ve bu fotoğrafların turizm pazarlaması açısından önemini irdelemeye yönelik derleme tipinde bir inceleme yapılmıştır. Çalışma sonunda ulusal alan yazına dönük olarak bir takım öneriler getirilmiştir. Bu önerilerin başında ülkemize gelen ziyaretçilerin fotoğraf çekme alışkanlıkları ve motivasyonlarının bireysel ve kültürel özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini incelenmesi gelmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turist, Turist Fotoğrafları, Turizm Pazarlaması.



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
Cilt.2, Sayı.3, 2018
ss.1-9.

DOI: 10.26677/tutad.2018.32

Önerilen Atıf:

Harman, S. ve Tan, E. (2018). Turist Fotoğrafları ve Turizm Pazarlaması Açısından Önemi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.2, Sayı.3, ss.1-9.