

3S Traveling - Turizmus a poszt-COVID érában

3S Traveling - Tourism in the post-Covid-19 era

MEGYERI GÁBOR

PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing Intézet, Marketing-, Média- és Designkommunikáció Tanszék, gabor.megyeri@uni-corvinus.hu

BOROS KITTI

Egyetemi tanársegéd, PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Turizmus Tanszék, kitti.boros@uni-corvinus.hu

FEKETE BALÁZS

PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing Intézet, Marketing-, Média- és Designkommunikáció Tanszék, education@balazsfekete.com

Absztrakt

A globális koronavírus-járvány következtében a turizmus területén is visszavonhatatlanul elérkezett a „new normal” időszaka. A kifejezés nem hat újdonságként, hiszen hónapok óta ebben az új korszakban éljük mindennapjainkat, amelyhez az újrainduló turizmusban résztvevőknek is alkalmazkodniuk kell. Az új dinamika térben és időben is megköveteli, hogy a turizmus kínálati szereplői rugalmas struktúrát alakítsanak ki annak érdekében, hogy gyorsan reagálni tudjanak a jövőbeli változásokra. Tudományos munkánk során azonosítottuk a jövő turizmusát meghatározó megatrendeket, amelyek közül a turizmusbiztonság kiemelt helyet foglal el. A turizmusbiztonság vizsgálata aktuális, mivel az egészségbiztonság lesz az egyik legfontosabb szempont a turisták számára a poszt-COVID érában, akik alapelvárásként kezelik a desztinációs szintű egészségbiztonsági ajánlásokat. A koronavírus-járvány újrajazolta a turisták mentális térképén elhelyezkedő turisztikai úti célokat és a közöttük újrainduló versenyben a desztináció-választási tényezőket, középpontba állítva a biztonság és a bizalom érzetét. A B-bridge emléktárgy tervezői koncepcióját a megváltozott turisztikai feltételrendszernek megfelelően megújítottuk és azt az alapötletig lecsupaszítva új köntösbe bújtattuk. Tanulmányunkban az újjászületett B-bridge koncepció már nemcsak a kötődés és az aktív-passzív élményszerzés eszköze, hanem az egészségbiztonság tárgya is, amely megfelelő pénzügyi tervezéssel megvalósítható. A 3S Traveling ötletének alapjául a designkommunikáció elméleti kerete szolgált, melyet a dinamikus vizuális identitások elméleti háttérével kombináltunk. Tudományos munkánkban a materiális tárgyból kiindulva mutatjuk be annak márkakommunikációját.

Kulcsszavak: turizmusbiztonság, tervezői koncepció, designkommunikáció, COVID-19

Abstract

As a result of the global Coronavirus epidemic, the period of “new normal” has also irrevocably entered the field of tourism. The term does not seem to be a novelty, as we have been living our daily lives in this new era for months, to which those who are involved in relaunched tourism also have to adapt. The new dynamics, both in space and time, require tourism supply participants to develop a flexible structure in order to be able to react quickly to future changes. In our paper, we have identified the megatrends that determine the tourism of the future, of which tourism safety occupies a prominent place. The study of tourism safety is topical, as health safety will be one of the most important aspects for tourists in the post-COVID era, who treat destination-level health safety recommendations as a basic expectation. The Coronavirus epidemic redirected the tourist destinations on the mental map of tourists and the destination selection factors in the re-emerging competition between them while putting emphasis on the sense of security and trust. The design concept of the B-bridge souvenir was renewed in accordance with the changed system of tourist conditions and we stripped it down to the basic idea and put it in new gown. In our study, the reborn B-bridge concept is no longer just a tool for attachment and active-passive experience, but also an object of health security that can be implemented with proper financial planning. The idea of 3S Traveling was based on the theoretical framework of design communication, combined with the theoretical background of dynamic visual identities. In our paper, we present its brand communication starting from the material object.

Keywords: tourism safety, design concept, design communication, COVID-19