



Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi
International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
E-ISSN: 2602-4411 2(2): 578-586, 2018

PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM: MESLEĞİN YAKIN GELECEĞİ ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK VE SANAL GERÇEKLİK UYGULAMALARI

Özge ERSU*

*Profesyonel Turist Rehberi · Turizm Uzmanı · Gezi Yazarı · Radyo Belgesel Yapımcısı

Sorumlu yazar:

E-posta:ozge@ersu.net

Özet

Özel bir eğitim süreci gerektiren, bu süreç sonrası ancak sahada geniş bir deneyim ile mükemmelleştirilebilen Profesyonel Turist Rehberliği mesleği, son yıllarda teknolojiadaki gelişmelerle birlikte hızla değişime uğramaktadır. Bilgiye erişimin hızlanması ve kolaylaşması, bilgi kaynaklarının artması, bu kaynakların çok daha etkileşimli bir biçim alması ile yakın geçmişe oranla çok daha fazlasını isteyen, daha donanımlı bir turist profili oluşmuştur. Turist tarafında bu köklü değişim yaşanırken, çekişmenin çok fazla olduğu kendi alanında mesleğini en üst düzeyde sürdürmek isteyen bir profesyonel turist rehberi bu değişime uymak, yeniliklere açık olmak, bu dijital dönüşüm ile gelen çeşitli platform ve uygulamaları kullanmak, yaymak, gerekirse üretmek durumundadır. Bunun yanı sıra teknolojik gelişmelerin hızla pratiğe dönüşmesi ve bilgi aktarımındaki bant genişliklerinin artması ile son zamanlarda çok daha verimli kullanım alanları bulan ‘Artırılmış Gerçeklik’ ve ‘Sanal Gerçeklik’ uygulamaları bu meslekte yakın geleceğin önemli kilometre taşlarını oluşturmaya başlamışken, diğer yandan doğrudan veya dolaylı olarak bu mesleğin geleneksel yöntemlerle uygulanmasındaki sınırlamaları da göz önüne sermekte, hatta tehlikeye sokmaktadır.

Bu çalışmada, profesyonel turist rehberliğinin çok yakın gelecekte kaçınılmaz olarak karşılaşılabileceği dijital dönüşümün mesleğe olumlu ve olumsuz etkileri ve yine bu mesleği yakından ilgilendiren ‘Artırılmış Gerçeklik’ ve ‘Sanal Gerçeklik’ uygulamalarının olası kullanım alanları incelenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Profesyonel Turist Rehberi, Dijital Dönüşüm, Dijital Çağ, Artırılmış Gerçeklik, Sanal Gerçeklik, Turizm, Seyahat

DIGITAL TRANSFORMATION IN PROFESSIONAL TOURIST GUIDANCE:

IMMINENT FUTURE AUGMENTED REALITY AND VIRTUAL REALITY APPLICATIONS

Being a professional tourist guide (Licenced Guide) requires a certain period of intense education, as well as an extensive field experience for perfection. Having said this, however, the rapid advance in technology also demands radical changes in this profession. Quicker access to information, increase in knowledge base, easier interaction of these sources are some of the main reasons that professional guides are nowadays handling a very-well informed and much more demanding tourist - traveler profile.

As travelers evolve accordingly, a professional guide who wants to stay at the top level competition should welcome and adapt to these changes, while using, spreading and when necessary, even creating the relevant platforms and applications. Furthermore, ‘Augmented Reality’ and ‘Virtual Reality’ turns out to be a very critical milestone in this profession, as technological advances for mobile devices find their way in daily life supported by a huge increase in data transfer bandwidth. This transformation unfolds the limitations, even threats in continuation of this profession with traditional methods, directly or indirectly.

This study focuses on the the positive contribution and negative results of such an inevitable digital transformation for professional tourist guidance in imminent future, as well as examining ‘Augmented Reality’ and ‘Virtual Reality’ platforms and applications that are closely related to this profession.

Keywords: Professional Tourist Guide, Digital Transformation, Digital Age, Augmented Reality, Virtual Reality, Tourism, Travel

GİRİŞ

Profesyonel turist rehberliği mesleği, bilgiye erişimin hızlanması, kaynakların çeşitlenmesi, video ve uygulamalar yolu ile etkileşimli bir biçim alması ile önemli bir değişim sürecine girmiştir. Günümüzde neredeyse her alanı etkileyen dijital dönüşümün sunduğu olanaklar, profesyonel rehberliği de çok yakın bir gelecekte değiştirecektir. Bu köklü değişime geleneksel yöntemleri kullanmaya devam ederek direnmek isteyen kişi ve kuruluşlar çağın gerisine düşecek, bu değişimin yararlarını ön görerek uyum sağlayan ve hatta geliştirenler ise yine konularında en önlere yer almaya devam edecektir. Aslında bir bölge ya da örneğin bir anıt hakkındaki bilgiler genelde belirli ve değişmesi zor bir içerikte olsa da, profesyonel turist rehberliğinin son derece etkileşimli olması, bir profesyonel turist rehberinin kişisel birikimlerini eğitimi ve deneyimleri ile harmanlaması sonucu ortaya birbirinden farklı çok değişik sunumlar çıkartmasını sağlayabilir.

Belirli konuların değişik yönlerden incelenebilmesi, bilgiyi alan turistin de etkileşimde bulunması, profesyonel turist rehberinin o an turist profilinde gözlemlediği ilgi ve bilgiye göre sunumunun içeriğini farklılaştırılabilmesi, bu meslekteki kişisel deneyimin şimdilik bir süre daha avantajlı olabileceğini göstermektedir. Yalnız günümüzde bir çok sektörde kullanım alanı bulmaya başlayan Yapay Zekâ (*A.I. – Artificial Intelligence*) yine çok yakın gelecekte bu mesleğin de kapısını kaçınılmaz olarak çalacaktır.

1. Geleneksel Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğini Bekleyen Tehlikeler

Profesyonel Rehberlik Yerel Uzmanlığa Karşı

Bir lisans sorgulaması yapılmadan, kokart zorunluluğu gözetilmeden ‘rehberlik’ hizmeti almak, teknolojik yeniliklerle beraber, bu konuda yaptırım uygulayan kurum ve kişilerin çabalarından bağımsız olarak önlenememekte ve hızla genişlemektedir. Mingle Trips, Piggy Bee, Tripping, Show Around, Vayable, Momondo veya Withlocals gibi platformlar, ziyaret edilen bölgelerin ‘bulunması zor, didaktik ve çoğu zaman hedeflenen bütçenin üzerinde maliyeti olduğu’ iddia edilen profesyonel turist rehberleri ile değil, bölgeyi iyi tanıyan ‘yereller’ ile gezilmesinin daha doğru ve eğlenceli olacağını iddia etmektedirler. Aslında avantaj ve dezavantajları da beraberinde getiren bu olgu, apayrı bir çalışmanın konusu da olabilir. Doğrudan iletişim ile kolay bulunmaları, yöreye özel bazı ayrıntıları daha yakından, derinden bilebilmeleri, maliyetlerinin az olması ya da hiç olmaması, yine bölge içinde dışarıdan erişimi zor olan kişi, yer, gelenek gibi kaynaklara daha yakın olmaları, kişisel ya da platform tabanlı yerel desteğin avantajları arasında yer almaktadır. Diğer yönden, yerellerin verdikleri bilgilerin doğruluğunun veya fazlalığının tartışılır olabileceği, kişisel yönlendirmelere (satın alma / propaganda vb.) açık oluşu, hatta zaman zaman güvenlik sıkıntıları da oluşturabileceği her zaman göz önüne alınmalıdır. Çoğu turistik şehirde ücretsiz olarak, sadece bahşiş (tip) üzerine çalışan ‘Ücretsiz (belgesiz, amatör) Rehberlerin’ de (Free Walking Guides) ortaya çıkmaya başladığı göz ardı edilmemelidir. Bunlara karşın profesyonel turist rehberliği ise kurumsaldır, yasaldır, turiste uzun bir eğitim süreci süzgecinden geçmiş ve olabildiğince doğru bilgilerle donanmış bir uzman deneyimini sunar. Yine de açıkça grup olarak dolaşmadığı, bu beraberlik ‘gözle görülür bir kaçak rehberlik’ oluşturmadığı sürece yerel yardımları izlemek, kontrol etmek ve önlemeye çalışmak zor, hatta neredeyse olanaksızdır. Bu konuda şimdilik tek yapılabilecek çalışmanın, hizmet alacak olan turistleri bilinçlendirmek olduğu açıktır. Bir orta yol bulunması adına, profesyonel rehberlere eşlik eden bir yerelin, yine profesyonel rehberin sunacağı çerçeveye dışına çıkmadan yapacağı sunumla aslında ortaya mükemmel bir ortak içeriğin de çıkabileceği düşünülebilir.

Ses Kayıt Tabanlı Rehberlik Profesyonel Turist Rehberliğine Karşı

Son on yıl içinde gelişen ve hızla değişik kullanım alanları bulan ‘Ses Kayıt Tabanlı Rehberlik’ (Audio Guides) profesyonel rehberlik mesleğinin aslında karşısına çıkan ilk dijital dönüşüm dalgasıdır.

Artık çoğu müzede, sarayda profesyonel turist rehberlerinin yüksek sesle veya verici ve alıcı sistemleri ile anlatım yapması yasaklanmıştır. Bu tür bir uygulama, profesyonel rehber maliyetinin yüksek olacağı kişisel ziyaretçiler açısından uygundur, aynı zamanda gezilen yerdeki ses kirliliğinin de önüne geçmektedir.

Profesyonel Turist Rehberliğinin Ses Kayıt Sistemleri Karşısında Avantaj ve Dezavantajları

açısından irdelendiğinde bu tür bir karşılaştırmada profesyonel turist rehberliğinin avantajları; canlı iletişimin olması, kişisel deneyimlerin anlatımları zenginleştirilmesi, ziyaret sırasında ortaya çıkabilecek sorunların ya da değişikliklerin anında çözülebilmesi (belirli bir alanın kapalı olması, turistin geziyi kısa ve öz ama en önemli noktaları kapsayan bir zaman içine sıkıştırmak istemesi vb.), gündemle ilgili, bağlantılı ya da gündem dışı bilgilerin de verilebilmesi, sonuçta sunulan ‘terzi dikimi’ kusursuz servis ile turist üzerinde bırakılan karizmatik etki öne çıkan unsurlar arasındadır. Elbette bu kişisel sunumun olumsuz yönleri de olabilir. İletişim kazaları, profesyonel turist rehberinin konu veya yer hakkında yeterli birikime sahip olmaması, olası sorunları çözmedeki yetersizliği, yine gündemle ilgili ya da gündem dışı bilgilerdeki eksiklik ve yanlışlıkları, yanlış, tarafsız olmayan yorumlar turist üzerinde olumsuz bir kişisel etki bırakabilir.

Ses Kayıt Rehberliğinin Avantaj ve Dezavantajları açısından irdelendiğinde ise; önceden kaydı yapılmış sesli rehberler (Audio Guides) ise bilgi açısından güvenilir kaynaklar sunar. İçeriği doğruluğu onaylanmış bilgilerden oluşur. Değişik dillere anında servis verilebilir, maliyet açısından ise profesyonel rehberle oranla neredeyse rakipsizdir. Operasyonel kolaylıkları çoktur, akla gelen birçok farklı alanda (mağara ya da fiyord gezileri, helikopter turları vb.) uygulanabilir. Dezavantajları arasında ise iletişimin tek yönlü ve mekanik olması başta gelmektedir. Güncelleme zorlukları, içeriğin sabit olması ve ‘şimdilik’ kişisel etkileşime izin vermemeleri diğer sorunlar arasında sayılabilir. Elbette yakın gelecekte, Siri, Cortana uygulamaları ve Yapay Zeka teknolojisinin de gelişmesi, bu olumsuzlukları ortadan kaldıracaktır.

Turistin Bilgiye Kolay Erişimi

Çoğu kişisel cihazın (bilgisayar, tablet vb.) artık kolayca taşınabilen cep telefonlarında toplanması, düşük maliyetli dolaşım ücretleri ve geniş bantlı kotalar ile İnternet erişimine neredeyse her an her yerde ulaşılabilmesi, dokunmatik ekranlarda hızlıca dolaşan bir turistin başparmağını profesyonel turist rehberinin en büyük rakibi hâline getirmektedir. Artık turist ‘ham bilgiye’ kolayca ulaşabilmekte, anlatılanları anında izleyebilmekte ve karşılaştırabilmektedir. Bu da profesyonel turist rehberini konusu hakkında daha kişisel bir anlatıma yöneltmeli, turistleri zaman zaman karşılaşılabilecekleri yanlış okumalardan ve olası bilgi çöplüğünden uzak tutmalıdır. Burada profesyonel turist rehberinin ek uzmanlık alanları, donanımı, yorumları, konuya yaptığı kişisel katkılar, uzak görünen ama ilgili olayları ve konuları birbirine bağlayabilme yetisi, kısacası kuracağı etkin ve organik bir iletişim avantajı olarak ortaya çıkacaktır.

2. Dijital Dönüşümün Tüm Turizm Sektörüne Etkisi

Turizm Sektöründe Dijital Dönüşüm

Turizm anlayışı her alandaki dijital dönüşümün ve gelişen teknolojinin etkisi ile doğrudan ya da dolaylı olarak hızla değişmektedir. Daha önce değinildiği üzere bilgiye erişimin kolaylaşması, harita, yön bulma konusundaki yenilikler, özellikle kuruluşların kendilerini tanıttıkları resmi ortamların yerine (official website) tüketicilerin seçimlerini tarafsız platformlardaki yorumlara göre yaptığı ortamlar, ulaşımında frekansı artan ucuz uçuşlar, paylaşımlı seyahatler gibi yöntemlerle uzakların daha kolay ve erişilebilir hâle gelmesi, sesli ve görsel bilgilendirmelerin yayılması, zaman zaman yanlış yönlendirmeler olsa da kişisel deneyimlerin daha öne çıktığı travel bloggerların ve yazarlarının yaygınlaşması, konaklama için geleneksel oteller yerine AirBnB, Couchsurfing benzeri olanakların ortaya çıkması, sadece profesyonel turist rehberlerini değil, tüm turizm sektöründe seyahat acentelerinden, uçak bileti satanlara, otellerden turizm danışmanlarına dek herkesi etkilemekte ve değişime, aslında dijital bir dönüşüme zorlamaktadır.

Kuşaklar Arasında Değişen Turizm Alguları · Baby Boomers, X, Millenium (Y, Z) Kuşakları ve Alfa Kuşağı Screenager Ekranerjenler

Turizm anlayışı her alandaki dijital dönüşüm ve gelişen teknolojinin etkisi ile doğrudan ya da dolaylı olarak hızla değişmekte ve bu da kendisini tüketici kuşaklarda göstermeye başlamaktadır. Günümüzde turizmin hedefinde olan ve nüfusu gittikçe azalan, 1946 - 1964 yılları arasında doğan ‘Baby

Boomers' kuşağı ve günümüzde turizmin odağında yer alan 1965 - 1979 doğumlu 'X Kuşağı' yerini artık Latin alfabesinde tüketilen son harflerle temsil edilen 'Y' ve 'Z' kuşağına bırakmaktadır. Bir diğer söylemle 'Millenium Kuşağı' olarak adlandırılan bu kesimin de günümüzde yavaş yavaş anne baba olmaya başlaması ile dijital dönüşümün getirdiği kartlar yeniden dağıtılacaktır. Unutulmamalıdır ki, yakın gelecekte tüketici olacak, yeni sınıflandırma ile 'Alfa Kuşağı' adı verilen ve günümüzde her hafta doğan 2,5 milyon çocuk, daha önce var olan 'gelenekselden dijitale' sancılı sürecini yaşamayacaktır.

Diğer sektörler gibi turizmcilerin de, 2025 yılında sayılarının iki milyara varması beklenen, yaklaşık yirmi sene sonrasının henüz belirsiz geleceğinin tüketicisi olan bu kuşağa yönelik çalışmaları şimdiden yapması kaçınılmazdır. Önceleri 'Cam Çocuklar' adı verilen, sonradan 'Ekran Çocukları' ya da 'Screenagers' olarak anılan bu kuşak, mesleğe yeni girmiş profesyonel turist rehberlerinin de hedefinde olacaktır.

Genç Kuşaklarda Turizm Anlayışı ve Yeni Yaklaşımlar

Sözü edilen genç kuşaklar gün geçtikçe daha az organize geziye katılmakta, profesyonel turist rehberlerine daha az gereksinim duymakta ve seyahat acentesi gibi geleneksel kanalları daha az kullanmaktadır. Bunun nedenlerinin başında teknolojiyi çok daha iyi kullanmaları, yabancı dil bilgilerinin artmasından ötürü daha araştırmacı bir düşünce ile bağımsız olarak kendi gezilerini organize etmek istemeleri gelmektedir. Piyasadaki kötü turistik ürünler, yaşanan olumsuz deneyimler gözlerden uzak kalmamakta ve sosyal medya veya Internet üzerinde hedef kuşaklar tarafından hemen duyulmaktadır.

Yeni Kuşaklara Profesyonel Turist Rehberliği Avantajlarının Anlatılması

Bu nedenle şimdilik yeni nesil Y ve Z kuşağının, sonrasında da Alfa Kuşağı 'Ekranergenerlerin' profesyonel turist rehberleri ile gezmesini sağlamak, bu konuda emek verenlerin ilk önceliği olmalıdır. Konusunda uzman bir profesyonel turist rehberinin bir gezide katılımcılara yapabileceği katkı iyi anlatılmalı, kişisel deneyimlerin ve birikimlerin vazgeçilmezliği üzerinde durulmalıdır. Olası bir üç saatlik Ayasofya Müzesi gezisinde bile profesyonel bir turist rehberinin, sadece yetmiş kadarı yapının kendisi ile bağlantılı olan en az beş yüz konuyu birer cümle ile de olsa işlemek durumunda olduğu göz önüne alınırsa, çoğu bilginin kitaplardan, videolardan veya diğer kaynaklardan, arada bir sentez olmadan gerektiği gibi öğrenilemeyeceğinin altı çizilmelidir. Bir başka örnekte, birkaç ülkeden oluşan bir İskandinavya gezisindeki ülke ve şehirlerin istatistiksel bilgilerinin ötesinde ülkelerarası politikalar, ilişkiler, profesyonel turist rehberlerinin kişisel deneyimleri, şehirler hakkındaki tez, anti-tez ve sentezler ve birikime dayalı değerli ve özel yorumlar çoğu kaynakta bulunmamaktadır. Bunların yanında zaman planlaması ve kişiye özel yönlendirmeler için içine girince, yakın gelecekte hala kişisel dokunuşlara gereksinim olduğu ortaya çıkmaktadır.

3. Profesyonel Turist Rehberlerinin Dijital Dönüşüm Açılımları · Gelenekselden Dijitale Geçiş

Profesyonel turist rehberleri, değişik çalışma ve açılımlarla, sıkı rekabet koşullarında bu değişimin olumlu yönlerinden yararlanabilir.

- **Kitap Yazma · Avantaj ve Dezavantajları:** Her profesyonel turist rehberinin olası düşüncelerinde bildiklerini değişik yöntemlerle (mizah, didaktik vb.) kitaplaştırmak vardır. Kişisel manevi doyum, eser ve iz bırakmak, okuma (görme), dokunma, duyma ve koklama gibi dört duyuya seslenen fiziksel kitaplar, rehberin kendisine dönük yatırımlarının başında gelmektedir. Dezavantajları arasında ise içeriğin statik olması, ancak yeni baskılar ile güncellenebilmesi, maddi açıdan gelir getirisinin kaybolmaya başlaması ve kullanıcı (okuyucu) tarafında fiziksel zorlukları (ağırlık, taşınma zorluğu vb.) sayılabilir. Yakında fiziksel kitapların, basılı ansiklopedilerin yok olması sürecinde azalmaya başlayacağı öngörülmektedir.
- **Kişisel İçeriği Web Sitelerine Taşıma:** Profesyonel turist rehberleri mutlaka alan adları ve ödemeleri kendilerine ait kişisel web sitesi sahibi olmalıdır. Sosyal medya platformlarına güvenilmemeli, bu platformlar sadece siteyi besleyen unsurlar olarak değerlendirilmelidir. Bu platformların hızla

yükselip, aynı hızla popülerliklerini yitirmeleri, tüm bilgi yatırımlarının buralara yapılmasını riskli kılmaktadır.

- **Kişisel İçeriği Değişik Platformlardaki Mobil Uygulamalara Taşıma:**Kitaplarda ya da web sitelerinde sunulan içerikler, artık mobil cihazlar üzerinde kolaylıkla sunulabilmektedir.
- **Kişisel İçeriği Radyo ve Video Belgesellerinde İşleme:**Amatörlerce gerçekleştirilen çok kötü örnekler olsa da, birikimli bir profesyonel turist rehberi günümüzde kabul gören sesli (Audio) ve görüntülü (Visual) yöntemlerle (radyo belgeselleri, podcast'ler, youtube, vimeo ve benzeri ortamlar) kendi içeriğini kolaylıkla tüketicilere sunabilir.

4. Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişisel İletişim Yönetimi

Doğrudan Elektronik İletişim

Her profesyonel turist rehberi mutlaka çevirim dışı (offline) bir bağlantı bilgi bankası oluşturmali (örneğin outlook) ve barındırmalıdır. Bu banka bulut ile (Cloud) eşlenebilir ve yedeklenebilir. Günümüzde, ya da bugüne dek etkin olan elektronik posta (e-mail) ortamını WhatsApp ve benzeri yazılımlar almaya başlamıştır. Maillerin daha az okunması, engellenmesi ya da 'Çöp Posta' (spam) olarak değerlendirilmesi, bu yöntemin etkisini azaltmıştır. Bunun yerine WhatsApp ortamında gönderi listeleri (Broadcast Lists) ya da mesaj iletme (Forwarding) veya dezavantajları olsa da gruplar en etkili iletişim yöntemleri arasındadır.

Sosyal Medya Üzerinden İletişim

Başta Facebook (kişisel profil ya da sayfa, daha az etkin olan gruplar) olmak üzere, Instagram ve Twitter, bu çalışma yapıldığı sırada profesyonel turist rehberleri için amaca uygun sosyal medya platformlarıdır. Çalışmalar ve ürünler burada başarı ile sunulup pazarlanabilir ve günümüzde de kolaylıkla gerçekleştirilmektedir.

5. Profesyonel Turist Rehberliğinde Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik

Yaklaşık kırk sene öncesinin sesli ve görüntülü öğrenim hayalleri günümüzde hızla gerçekleşmeye başlamıştır. Profesyonel turist rehberlerinin önceleri sadece anlatımları ile canlandırmaya özen gösterdikleri tarihsel olaylar ve yerler, günümüzde değişik teknolojik yöntemlerle kolayca görüntülenebilir, uygulanabilir biçime dönüşmüştür.

2D'den (2B - İki Boyutlu) derinlik özellikli 3D (3B - Üç Boyutlu)'ya geçen, daha sonra hareket okuyucular, algılayıcılar veya koku vericileri ile bu algıyı iyice gerçeğe yakın kılan 4D (Dört ve daha fazla boyutlu) uygulamalar, yakın gelecekte geleneksel turist rehberliğinin de kapısını çalacaktır.

Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Öncesi Video Etkileşimi

Chicago kökenli Georama ve benzeri siteler, etkileşimli video ile sanal profesyonel rehberlik konusunda ilk adımları atmışlardır. Özge Ersu'nun da içinde bulunduğu proje kapsamında dünyanın değişik yerlerinden yapılan canlı yayınlar etkileşime açık tutulmuş ve sunumun akışı, izleyicilerin yönlendirmeleri ile biçimlenmiştir.

Hemen sonrasında sosyal medya platformu Facebook'un canlı yayınları açması ve yayına yazı ile katılmak bu etkileşimin önünü açmış, Georama ve benzeri platformları etkisiz duruma getirmiştir. Hızla değişen dünya, Periscope ve benzeri diğer sosyal medya platformları üzerinden yapılan yayınların aniden yaygınlaşması ve kolaylaşması, bu yayınlardaki 'etkileşim', daha tam büyümeden Georama projesini sonlandırmıştır. Böylesine bir açılım, başarı ve sonrasında başarısızlık, hızla değişen platformların tutarlı olmaması adına da ilginç bir örnek oluşturmaktadır.

Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Tanımları ve Farkları

Profesyonel turist rehberliğinin karşılaşmak üzere olduğu, sıklıkla duyulan ve zaman zaman

karıştırılan terimler olan A.G. - Artırılmış Gerçeklik (Augmented Reality) ile S.G. - Sanal Gerçeklik (Virtual Reality) ortamlarının kısa ve öz biçimde açıklanması önemlidir.

- **Artırılmış Gerçeklik:** Bu tanımın içinde etkileşim (interaktif deneyim) başrolü oynamaktadır. Gerçek dünya ortamı, yani çevredeki dünyada her şey yerli yerindedir. Bu çevreye bilgisayar destekli algısal bilgiler eklenerek, kullanıcıların ‘algıları artırılmaktadır.’ Bu artırmada ilk akla gelen eklemelerin ‘sadece görsel’ olmadığına dikkat edilmelidir. Evet, görsel vardır, gözler kullanılmaktadır ama bunun yanı sıra kulaklar ile işitsel, dokunma yolu ile (haptic) dokunuş algısı yaratılmakta, burnun da yardımı ile koku ve ağız etkileşimi ile tat başta olmak üzere, vücudun belli bir bölgesinde değil, somatosensör, yani somatik duyu olarak adlandırılan hissediş ile kortekste oluşan, basınç, acı, sıcaklık ve benzeri algılar var olan gerçek dünya ortamına ‘eklenmektedir.’ Sonuçta bu etki, bilgi ya da data iki türlü oluşturulur:
- Yapıcı – Constructive (doğal ortama uygun) eklemeler
- Değiştirici / yıkıcı – Destructive / Overlapping (doğal ortamı kapatan / engelleyen) eklemeler.

Artırılmış gerçeklikte önemli olan, sunulanların dış dünya ile olabildiğince uyumlu olmasıdır, yoksa gerçekliğini yitirir. Bu önemli bir zorunluluktur çünkü hâlâ ‘gerçeklik’ kelimesi kullanılmaktadır. Böylece bu ortam tüm kullanıcının çevresini sarar.

Özetle, Artırılmış Gerçeklik kullanıcının süregiden dış dünya etkilerini amaca uygun olarak değiştirmeyi amaçlar.

- **Sanal Gerçeklik:** Sanal Gerçeklik ise kullanıcının algılarını ‘tümüyle’ değiştirerek simüle edilmiş, yoktan var edilmiş, adı üzerinde ‘sanal bir ortam’ yaratmayı hedefler.
- **Diğer Gerçeklik Türleri**

Aslında sadece belirtilen iki gerçeklik türü olduğu düşünülse de, sentez ortamlar da karşımıza çıkmaktadır:

Karışık Gerçeklik (Mixed Reality): Hibrid gerçeklik olarak da anılır, en güzel örnek, gerçek videolar üzerine sanal yerleştirmelerin yapılmasıdır.

Bilgisayar Destekli Gerçeklik (Computer Mediated Reality): Bu tür gerçeklikte giyilebilir ürünler yolu ile dış dünya ile kullanıcı arasına bir katman yerleştirilir. Aslında gece görüş dürbünü ya da Google gözlüğü bu türe en yakın örneklerdir.

- **Artırılmış Ve Sanal Gerçeklik Uygulamalarındaki Katmanlar**

Donanım: Bu uygulamalarda donanım en önemli çıkış noktasıdır. İşlemci, ekran, sensör, yani alıcılar, örneğin hareket sensörü, barometre, pusula ve kullanıcının bir biçimde (eldiven, gözlük, koltuk, kontrol paneli vb.) etkileşim yapacağı arayüz, donanım bileşenlerini oluşturur.

Hareket Sensörleri ve Devinim (xDof – Degrees of Freedom): Hareket sensörleri bu uygulamalardaki en önemli bileşendir. Mühendislikte kullanılan ‘Six degrees of Freedom’ (6DoF), yani ‘6 Ayrı Yönde Devinim’ günümüzde mobil cihaz ve cep telefonlarında uygulanmaktadır. (1Dof örneğini geri gitmeyen, sadece tek yönde ilerleyen bir fabrika üretimi zincir hattına benzetebiliriz.)

Günümüzde pusula, barometre hatta Gps sinyalleri de eklenerek bu etkileşim 9DoF, 10DoF ve 11DoF olarak geliştirilmeye devam etmektedir.

Yazılım: Daha sonra tüm bu donanımı kullanacak yazılım öne çıkar. Değişik dillerde, güvenlik açıkları az olan, kolayca güncellenebilen, bir bölümü açık kaynaklı yazılımlar, bir sonraki adımda belirtilecek olan veri girişi ile donanım arasındaki ara katmanı oluşturur.

Arayüz: Bu donanıma yazılım yolu ile veri girilmesi ise hareket, sesli komutlar, dokunmatik ekran, hatta göz kırpmaları ve belki de beyindeki dalgaların algılanması ile bile gerçekleştirilebilir.

Gösterim ve Ekranlar: Burada en önemlisi, elbette tüm bu gerçekliklerin hangi ekrandan verileceği, nasıl gösterileceğidir. İlk akla gelenler bilgisayar ekranları, görüntü aktaran cihazlar, ekranlı kasklar, HMD gözlükleri ve HUD benzeri kafa üzerindeki sistemler olsa da, artık biyonik kontak lensler üzerinde dahi çalışılmaktadır. Örneğin, Washington Üniversitesi bugünlerde VRD adını verdiği ‘Virtual Retinal Display’ ürünü üzerine yoğunlaşmıştır. Ürün mükemmelleştiğinde artık görüntüler özel bir projeksiyon ile, ‘gözün önünde’ değil, ‘gözün içinde’ belirecektir. Yani, bu özel tarama yöntemi görüntüleri doğrudan retina üzerine düşürecektir. Bu da son derece yüksek bir renk sayısı, yine çok yüksek çözünürlükte ‘retinada oluşturulmuş’ artırılmış ya da sanal gerçeklik imgeleri anlamına gelecektir.

- **İot Internet of Things ve Büyük Veri Big Data:** Yazılım ve buna bağlı olarak algoritmalar da geliştirilme sürecindedir. Günümüzde insanoğlunun farkında olarak ya da olmadan kullandığı veri alan ve veri veren tüm etkileşimli cihazlara (IoT – Internet of Things) adı verilmektedir. İot ile ortaya çıkan, çoğu anlamsız ve gereksiz bir bilgi yığını / enkazı gibi görünen Big Data’yı ise günümüz bilgisayarlarının gücü henüz yeterince yorumlayamamaktadır. Bunun için Quantum bilgisayarlarının geliştirilmesi beklenmektedir.

Artırılmış Ve Sanal Gerçeklik Uygulamalarının Turizm Dışı Sektörlerde Kullanımı

Bu platformların turizm ve profesyonel turist rehberliğindeki yerine geçmeden önce, arkeoloji, mimari, görsel sanatlar, ticaret ve reklamcılık, emlak, eğitim, sosyal etkileşim, endüstriyel tasarımcılık alanlarında kullanılıyor olduğu ve artarak kullanılacağı göz önüne alınmalıdır.

Bu gelişime önder olmuş video oyunları, tıp, ilaç endüstrisi, uçuş ve gemi, hatta kara aracı simülasyonları, askeri uygulamalar, harita ve yön bulma yazılımları (navigasyon), dil ve tercüme ile müzik eğitimi dahi Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik tarafından sunulan kolaylıkları kendi alanlarında kullanmaya başlamıştır.

Bununla kalmayıp, edebiyatçılar, acil durumları yönetenler, arama ve kurtarma simülasyonları uzmanları ve işyeri düzenlemelerinde çalışmalar yapanlar da bu teknolojiden yararlanmaya başlamışlardır. Böylece sadece profesyonel rehberler ve turizmciler değil, arkeologlar, mimarlar, ressam, reklam ajansı sahipleri, emlak yöneticileri, öğretmenler, eğitimciler, sosyal medya uzmanları, tasarımcılar, video oyunları ve yazılım geliştiricileri, doktorlar ve tıp araştırmacıları, simülatör tasarımcıları, haritacılar, çevirmenler, müzisyenler, edebiyatçılar, arama kurtarmacılar ve insan kaynakları yöneticileri de Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik platformları uygulamaları ile kendilerini Dijital Dönüşüm içinde bulacaklardır.

Artırılmış ve Sanal Gerçeklik Uygulamalarının Turizm, Otelcilik ve Rehberlikte Kullanımı

Bu platformların sıklıkla kullanılacağı alanlardan biri de turizm, otelcilik ve rehberliktir. İlk akla gelen uygulamalar:

- Potansiyel bir konuya otelin genel alanlarının gezdirilmesi
- Çok sayıda değişik kabin kategorisi olan dev bir gezi gemisinde, kabin türlerini, özellikle genişliklerini anlayabilmek için geliştirilen uygulamalar, dokunulduğunda ya da el uzatıldığında, çekmecelerin, dolapların açılması vb.
- Acentelerin, yeni rotaları bu gerçeklik ile tanıtmaları,
- Az tanınan yerlerin bu yöntemlerle popülerliğinin artırılması,
- Gezilecek yerlerde katman katman, tarihi dönemlerin canlandırılması
- Alınacak uçak bileti için koltuk aralıklarını sanal gerçeklik ile görüntülenmesi
- Bir kayak tatili seçimi yaparken, değişik zorluklardaki pistlerde kayak simülasyonu oyunu oynarcasına kayılarak karar verilmesi

- Rehberlerin hologram görüntüleri ile belirli bir bölgeyi anlatması
- Bu anlatımların Yapay Zekâ ile etkileşimli biçime sokulması

olarak sıralanabilir.

Artırılmış ve Sanal Gerçeklik Uygulamalarındaki Güvenlik Açıkları: Bilgi toplayan, bilgi yayan, bilgiyi bu derece etkileşimli kullanan bir ortamda kişisel ve kurumsal güvenlik konularında tehlike ve açıkların oluşması kaçınılmazdır. Henüz tam olarak konuşulmasa da, bu tehditlerin ortaya çıkartılması ve giderilmesi için de acilen çalışmaya başlanmalıdır. Artırılmış Gerçeklik ya da Sanal Gerçeklik sunan bir platformu kullanan tüm cihazlar çevreye açık tüm verileri alıp işleyebiliyorsa, elbette bunların kayıtlarını da tutabilecektir. Şu anda ‘Büyük Veri’den (Big Data) öteye gitmeyen bu kayıtların, bu bilgi yığınlarının ileride kötü amaçlar için kullanılmasının önüne geçilmelidir. Diğer taraftan, yaratılan sanal dünyanın, aslının önüne geçme tehlikesini de düşünmek gerekir. Bir turizm bölgesinin mükemmel bir biçimde hazırlanması, orayı deneyimleyen tüketicinin bu başarılı ortamdan bütünüyle memnun kalıp, aslını görmeye gitmek istememesi de düşünülmelidir. Şimdilik bir yerin sanal gerçekliğinin, aslından daha güzel olamayacağı düşünülse de, gelecekte bu konular sıklıkla tartışılmaya başlanacaktır.

SONUÇ

Dijital dönüşüm tüm sektörlerde olduğu gibi otelcilikten acenteciliğe dek turizm alanında da etkisini hissettirmeye başlamıştır. Geleneksel yöntemler hızla yerini yeni alışkanlık ve uygulamalara bırakmaktadır.

Profesyonel turist rehberliği de günümüzdeki sesli rehberler ve benzeri uygulamalar ile bu çekişmede yer almaktadır. Şu an için Yapay Zekâ alanındaki ilerlemeler, kişisel deneyimleri henüz karşılayamıyor olsa da, çok yakında bu eşğin de aşılması olasıdır.

Profesyonel turist rehberliğini bu konular karşısında daha ileriye götürmek için bu dönüşümün içinde hızla yer almak gerekir. Uygulamalar, kişisel birikim ve deneyimlerin öne çıkartılması, Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik platformlarında bu mesleğin uygun algoritmalar ile kullanılması önümüzdeki yılların belirleyici unsurları olacaktır.

Dönüşüm kaçınılmaz olduğundan, karşı durmaya çalışmak yerine bu yeniliklere uyum sağlamak, hatta bu yenilikleri üretmek ve sunmak, her profesyonel turist rehberinin yakın gelecekteki öncelikli amaçları arasında yer almalıdır.

Bu başarı da, sadece ‘Rekabet’ (Competition) ile değil, ‘İşbirliği’ (Cooperation) ile gerçekleşebilir. Bu ikisinin bulunduğu ortak nokta ise neolojik söylemle ‘Yarışbirliği’, yani ‘Coopetition’ olacaktır.

KAYNAKÇA

Alfred A. Knopf (1995). BEING DIGITAL, Nicholas Negroponte, ISBN 0-679-43919-6, Sayfa 1-243.

Udo Gollub, This Is What The Future Will Look Like; <https://www.facebook.com/udo.gollub/posts/10207978845381135>; E.T: 22 Nisan 2016

Kevin Bonsor & Nathan Chandler, How Augmented Reality Works

<https://computer.howstuffworks.com/augmented-reality.htm> ; E.T: 09 Kasım 2018

Introduction To Augmented Reality (Ar), Ultimate Guide To Understanding Augmented Reality Technology, Realitytechnologies.com; <https://www.realitytechnologies.com/augmented-reality/>; E.T: 09 Kasım 2018

Why A Virtual Reality Experience Is The Future Of Tourism Isango.Com

<https://www.isango.com/theguidebook/virtual-reality-experience-future-tourism/>

E.T: 30 Haziran 2018

Wikipedia, Computer Mediated Reality

https://en.gowikipedia.org/wiki/Computer-mediated_reality

Wikipedia, Degrees Of Freedom (Mechanics)

[https://en.gowikipedia.org/wiki/Degrees_of_freedom_\(mechanics\)](https://en.gowikipedia.org/wiki/Degrees_of_freedom_(mechanics))

Sanal Gerçeklik (Vr) Ve Artırılmış Gerçeklik'in (Ar) Geleceği

<http://www.blogteb.com/sanal-gerceklik-vr-ve-artirilmis-gerceklikin-ar-gelecegi/>

E.T: 04 Mayıs 2018