



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Turist Rehberlerinin Dijital Turizmdeki Gelişmelere Bakışı*

Ertuğrul DÜZGÜN**a

^a Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, BOLU, duzgunertugrul@gmail.com,
ORCID: 0000-0002-0786-3840

Öz

Yeni nesil teknolojik gelişmelerle birlikte, dijital turizm faaliyetleri de ortaya çıkmaya başlamıştır. Araştırma, turizm sektörü için önemli bir paydaş olan turist rehberlerinin dijital turizm faaliyetlerine bakış açılarını belirleyebilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Araştırma verileri yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla, turist rehberleri ile yapılan yüz yüze veya telefon görüşmeleri ile elde edilmiştir. Araştırmaya kartopu örnekleme yöntemiyle elde edilen dijital turizm konusunda bilgi sahibi olan 16 turist rehberi katılmıştır. Çalışmada betimsel analiz çerçevesinde belirli temalar oluşturulmuş ve doğrudan alıntılar yardımıyla yorumlamalar yapılmıştır. Turist rehberlerinin çoğunluğunun dijital turizm kapsamındaki teknolojik gelişmeleri yakından takip ettikleri, özellikle rehberlerin faydasına olan mikrofonlu kulaklık, mobil uygulamalar ve sanal gerçeklik gibi teknolojik gelişmeleri kullandıkları, ancak elektronik sözlüklere ve bazı uygulamalara karşı olumsuz yaklaştıkları belirlenmiştir. Bunun yanında ileride müzelerde robot rehberlerin yaygınlaşacağı, ancak uzun vadede işsizlik gibi sorunlar oluşturacağı belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Turizm, Teknoloji, Robot Rehber, Turist Rehberi.

Perspectives of Tourist Guides on Developments in Digital Tourism

Abstract

Along with the new generation technological developments, digital tourism activities have also started to emerge. The research was carried out in order to determine the perspectives of tourist guides, who are an important stakeholder for the tourism industry, on digital tourism activities. Qualitative research methods were used in the study. The research data were obtained through face-to-face or telephone interviews with tourist guides, via a semi-structured interview form. 16 tourist guides who have knowledge about digital tourism obtained by snowball sampling method participated in the research. In the study, certain themes were created within the framework of descriptive analysis and interpretations were made with the help of direct quotations. It has been determined that the majority of tourist guides closely follow the technological developments within the scope of digital tourism, especially they use technological developments such as headsets with microphone, mobile applications and virtual reality for the benefit of the guides, but they have a negative attitude towards electronic dictionaries and some applications. In addition, it has been stated that robot guides will become widespread in museums in the future, but they will create problems such as unemployment in the long run.

Keywords: Digital Tourism, Technology, Robot Guide, Tourist Guide.

JEL CODE: L83, Z39

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 26.01.2022

Düzeltilme : 25.02.2022

Kabul : 07.03.2022

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Düzgün, E. (2022). Turist Rehberlerinin Dijital Turizmdeki Gelişmelere Bakışı, Turizm Akademik Dergisi, 9 (1), 193-208.

* Bu çalışma için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi 30.12.2021 tarihli 2021/12 toplantısında "Etik Kurul Onayı" alınmıştır (Protokol No: 2021/504).

** Sorumlu yazar e-posta: duzgunertugrul@gmail.com

GİRİŞ

İnternetin hız kazanmasıyla birlikte neredeyse tüm alanlarda teknolojik gelişmeler ortaya çıkmaya başlamıştır. 20. yüzyılın ortalarından itibaren endüstrinin büyümesiyle gelişmeye hız veren teknoloji, turizm sektörüyle koordineli bir şekilde ilerlemiş ve turizm sektöründe önemli yenilikler sağlamıştır. 1990'lı yıllardan itibaren yaygınlaşan internetin gelişmesiyle birlikte de turizm sektörü neredeyse teknolojiye bağımlı olmuştur (Williams ve ark. 1996). İnsanların büyük bir çoğunluğu seyahat etmek istediklerinde hemen internet üzerinden araştırma yapmakta ve karşısındaki kişilerin sözlü olarak ifade ettiklerinden çok internette gördükleri bilgilere güvenmektedirler. İnternetin diğer bir kullanımı ise seyahat etmeyi ve planlamayı daha kolay bir şekilde yapılmasına fırsat vermesidir. Örnek vermek gerekirse günümüzün vazgeçilmez olan akıllı telefonlara indirilen uygulamalar sayesinde birçok insan bireysel olarak seyahat planlamasını yapabilmektedir. Bu kapsamda gelişen yeni teknolojilerin seyahat ve turizm sektöründe ciddi bir rol aldığı görülmektedir (Bahar ve ark., 2019). Huang ve ark. (2017) çalışmalarında turistlerin seyahat planı yaparken, rezervasyon yaparken veya seyahatleri ile ilgili bir bilgi arayışları varken işlemlerini kolaylaştırmak için çevrimiçi araçların kullanımını benimsediklerini ifade etmişlerdir.

Teknolojinin ve dijitalleşmenin gelişmesiyle birlikte birtakım olumlu ve olumsuz sonuçların ortaya çıktığı söylenebilir. Örneğin teknolojinin henüz yeterince gelişmemiş olduğu dönemlerde sıkça görülen rençberlik, kalaycılık, arzuhalcilik, kunduracılık ve demircilik gibi yüzlerce yıllık geçmişi olan mesleklerin sonu gelirken; robotlar, yapay zekâ ve sanal gerçeklik gibi uygulamalar sayesinde yazılım geliştirme uzmanlığı, yapay zekâ mühendisliği, robot resepsiyon görevlisi, dijital sağlık danışmanlığı gibi meslekler doğmaya başlamıştır (Yıldız, 2019: 165). Turizm sektörü için önemli bir aktör olan turist rehberlerinin de teknolojiden ve dijitalleşmeden iki yönlü olarak yani hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilendikleri söylenebilir (Tekin ve ark., 2017: 292). Örneğin teknolojinin nispeten gelişmemiş olduğu dönemlerde turist rehberleri turlarına katılacak olan turistler ile önceden irtibata geçememiş veya mektup ile iletişim kurabilmişlerdir. Ancak mektupların yerini elektronik postaların almasıyla değişim başlamış, günümüzde ise sosyal medya platformları ve çoklu etkileşim kurulan yazılımlar ile etkileşimler sağlanmaktadır. Bu sayede turist rehberleri tur öncesinde ve tur esnasında grubundaki insanları gerekli durumlarda yönlendirebilmekte, tur sonrası dönemlerde de bu kanallar aracılığıyla etkileşimini sürdürebilmektedir (Ersu, 2018).

Teknolojik gelişmelerle birlikte turlarda kullanılmaya başlanan mikrofonlu kulaklık (head-set), elektronik

rehberlik, mobil teknolojiler, arttırılmış gerçeklik uygulamaları ve dijitalleşmenin ileriki boyutu olan robotların da turizm sektöründe kullanılmaya başlanması olumlu bir gelişme olarak görülmektedir. Bu teknolojik gelişmelerin hizmetin sunulmasında kolaylık sağladığı düşünülmektedir. Örneğin; robotlar kullandıkları sensörler yardımıyla herhangi bir duruma karşı anlık çözüm üretebilme ve duruma uyum sağlayabilmektedirler. Kendine özgü olması ve uyarlanabilmesi sebebiyle neredeyse tüm sektörlerde kullanılmaya başlayan robotlar özellikle turizm sektöründe yer alan konaklama, seyahat ve rehberlik hizmetleri açısından büyük önem arz etmektedir (De Kervenoael ve ark., 2020: 1).

Ancak teknolojik gelişmelerin yaşanması her ne kadar olumlu gibi görünse de bazı durumlarda turistlere ve turist rehberlerine olumsuz olarak da yansımaktadır (Weiler & Black, 2014). Bu durumun turizm sektörünün diğer alanlarında olduğu gibi ana sermayesi insan olan turist rehberliğinde daha fazla yaşandığı söylenebilir. Konuyla ilgili olarak örnek vermek gerekirse teknolojik gelişmelerin bir sonucu olan elektronik rehberliğin müzelerde ve çeşitli öğren yerlerinde yaygınlaşmasıyla birlikte turist rehberlerine olan ihtiyacın azalacağı kaygısı oluşmaktadır (Çapar & Karamustafa, 2018: 205). Başka bir deyişle turistler, müze ve öğren yerlerinde uygun fiyatla taşınabilir ses kayıt oynatıcıları (audi-guide) kiralarak rehberlere ihtiyaç duymadan gezebilmekte, bazı müzelerde ise geliştirilen sensörler yardımıyla turistler yaklaştıklarında bir ses kaydı ve video kaydı kendiliğinden devreye girerek rehber anlatımının önüne geçilebilmektedir (Eser ve ark., 2019: 467). Bu anlatımlar ışığında turist rehberlerinin teknolojik gelişmeleri kullanımları (Çakmak & Demirkol, 2017), elektronik rehberlik faaliyetlerine bakışı (Eser ve ark., 2019) önceki çalışmalarda irdelenmiştir. Diğer yandan robot rehber kullanımının insanlara (Vatan & Doğan, 2021) olan faydaları da çeşitli çalışmalar ile incelenmiştir. Ancak bu çalışmanın özgünlüğü turist rehberlerinin bir bütün içerisinde dijital turizm faaliyetlerine ve robot rehberlere olan bakış açılarının belirlenmeye çalışılmasıyla oluşmuştur.

Çalışmanın ana amacını teknolojinin ilerlemesiyle birlikte dijitalleşmenin etkisine giren turizm sektörünün önemli paydaşlarından olan turist rehberlerinin bu durumdan nasıl etkilendiklerini belirleyebilmek olmuştur. Bu kapsamda turist rehberlerinin teknolojik gelişmelerden ne oranda etkilendikleri ve memnuniyet düzeyleri, avantaj ve dezavantajları, robot rehberler hakkındaki görüşleri ve gelecekteki teknolojik beklentileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu anlatımlar ışığında toplam dört bölüm şeklinde kurgulanan araştırmanın ilk bölümünde dijital turizm ve turizmdeki teknolojik gelişmeler hakkında literatür bilgisi verilmiştir. İkinci bölümde çalışmanın yöntemi, üçüncü

bölümünde bulgular, son bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Turist Rehberliğinde Dijitalleşme

Günümüzdeki teknolojik gelişmelere bakıldığında, dördüncü endüstri devriminin başlamasıyla öncelikle sanayi sektöründe dijitalleşmenin gelişmeye başladığı görülmektedir. Bu kapsamda nano teknoloji, yapay zekâ ve bilişsel teknolojiler, robotik, analitik, giyilebilir teknoloji ve nesnelerin interneti gibi yeni nesil üst düzey teknolojilerin işletmelerin ve toplumun hayatına girmeye başladığı söylenebilir (Topsakal ve ark., 2018). İleri düzey teknolojik gelişmelerin turizme yansması ise öncelikle havayolu işletmeleriyle başlamış, sonrasında seyahat işletmeleri, ulaştırma işletmeleri ve müzelerdeki kullanımlar şeklinde devam etmiştir. Rehberler açısından bakıldığında son dönemlerde ağırlıklı olarak müzelerdeki rehber anlatımı yerine kullanılan dijital yeniliklerin dikkat çektiği söylenebilir.

Gelişen ve değişen dünyayla birlikte teknolojik uygulamalar ülkemizde ve dünyada birçok destinasyonda yer bulmaktadır. Ülkesel ve dünya bazında birçok destinasyonu turistlerle birlikte ziyaret eden rehberler ise anlatımlarına çekicilik katmak ve tur programını kolaylaştırmak için internet tabanlı bilgi teknolojilerini kullanmaktadırlar. Turist rehberliği mesleğinin temelinde bilgiye ulaşmak ve bu bilgileri farklı şekillerde insanlara aktarmak yattığı için çoğu turist rehberinin teknolojik yenilikleri yaygın bir şekilde kullandığı söylenebilir (Sarı & Kozak, 2005).

Mikrofon

Turist rehberlerinin tur esnasında gezilen yerler hakkında tüm bilgileri ezbere bilmeleri beklenmezken, rehberlik ettikleri yerler hakkında detaylı bilgiye sahip olmaları beklenmektedir. Tur esnasında da çok sayıda dökümanı yanlarında taşıyamayacakları için mobil cihazlar ve mobil cihazlardaki uygulamalar, kitaplara elektronik ortamda ulaşma imkânı verdiği için turist rehberlerine kolaylık sağlamıştır (Şalk & Köroğlu, 2020). Bunun yanında turlarda yüksek sesle konuşmak yerine turist rehberi kulaklıklılı mikrofon (head-set) sistemi kullanarak otobüs haricinde de sesini rahatlıkla duyurabilmektedir. Bunlara ek olarak navigasyon uygulamaları, rehber bulma uygulamaları, bilgisayar, kamera, dijital sözlükler vb. ekipmanlar rehberlere birçok konuda kolaylık sağlamaktadır. Bu durum hem turun verimlilik oranını hem de turistlerin turdan almış oldukları memnuniyeti artırmaktadır (İşçen & Işık, 2020).

Mobil teknolojiler ve Akıllı Telefonlar

Akıllı telefonlar sayesinde, mesajlaşma, telefon rehberi, e-posta, web tarama, alarm, hava durumu verileri, hesap makinesi, zamanlayıcı, kronometre, ajanda, ses kaydedici, takvim, not defteri, GPS, pusula, kamera ve el feneri gibi birçok fonksiyon tek bir cihaz içerisinde toplanmış durumdadır. Ulusal Meslek Standardında da belirtilmiş olan turist rehberlerinin yanında bulundurması gereken birçok argümanın tek bir cihazda toplanmış olması turist rehberlerine büyük kolaylıklar sağlamaktadır (Şalk & Köroğlu, 2020: 315). Tüm bu özellikleri bünyesinde barındırması sebebiyle mobil teknolojiler ve akıllı telefonlar hem turistlerin hem de rehberlerin vazgeçilmez bir tamamlayıcısı ve seyahat arkadaşı olmuştur. Bu seyahat arkadaşı ile seyahat edenlere de dijital turist denilebilmektedir (Palumbo ve ark., 2014). Konuyla ilgili olarak Wang ve ark. (2011) ise akıllı telefon ve akıllı telefon uygulamaları ile ilgili olarak turistlerin sadece turizm faaliyetini gerçekleştirirken kullandığı navigasyon ve bağlantı gibi işlemlerde değil, bunun yanında tur öncesi ve turdan sonraki aşamalarda da faaliyetlerini devam ettirdiğini ifade etmişlerdir.

Elektronik Rehberler (Sesli Rehberler)

Görsel teknoloji uygulamalarının her geçen gün popülaritesini artırdığı günümüz dünyasında, özellikle müzelerdeki sunumlarda, belgeleme ve envanterlerde kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır. Genel olarak iletişim, bilgi verme ve deneyim kazandırma gibi amaçlarla kullanılan müzelerdeki teknolojik gelişmelerin, bilgi işletim sistemi temelinde kullanılan cihazlardan oluştuğu söylenebilir (Boyras, 2013: 115).

Bu teknolojik yeniliklerden biri olan elektronik rehberler ise bir turistik destinasyonu kişilerin istediği yerde ve arzu ettikleri dillerde podcast'ler, telefon uygulamaları gibi teknoloji destekli programlar ile gerçekleştirmektedirler. Özellikle GPS'den desteklenen multimedya rehberli turlar ile turistler, turlara katılmak yerine seyahatlerini kendileri planlama fırsatı bulabilmişlerdir (Weiler & Black, 2015). Sesli rehberliğin en çok kullanıldığı cihazlara baktığımızda ilk olarak cep telefonları ve cep bilgisayarları mobil rehberlik sistemine örnek verilebilir. Müzeler, sergiler, kongreler gibi birçok alanda kullanılmaya başlayan sesli rehberlik sistemleri gelişen teknolojiyle birlikte insanların yanında taşıyabilecekleri bilgi teknolojisi cihazları halini almışlardır (Harmankaya, 2010: 16).

Sanal müzeler

Ülkemizde ve dünyada tarih müzeleri, mobil müzeler, pop-up müzeler, bilim müzeleri, sanat müzeleri gibi çeşitli müzeler bulunmaktadır. Bunlardan bir kıs-

mı sanal olarak gezilebilme alt yapısına sahiptir. Bir müzenin sanal olarak izlenebilmesi için web sayfası ve internet üzerinden çeşitli videoların ve çok yönlü etkileşime fırsat veren ortamların oluşması gerekmektedir. Bu sayede ziyaretçiler müzeler kadar gitmeden buldukları ülkeden veya evlerinden, internette sanal müzenin web sayfasına giriş yaparak müzeyi ziyaret edebilmektedirler (Şen, 2020: 297). Türkiye’de ise özellikle pandemi döneminde kullanımı artan çok sayıda sanal olarak gezilebilen müze bulunmaktadır. Bunlar içerisinde ülkemizin en çok ziyaretçi çeken müzelerinden olan; Ankara Anadolu Medeniyetler Müzesi, Çanakkale Troya Müzesi, Gaziantep Arkeoloji Müzesi, İzmir Efes Müzesi, Şanlıurfa Göbeklitepe Ören Yeri yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Diğer yandan kültürel miras alanlarında ve müzelerde kullanılan teknolojilere bakıldığında; üç boyutlu hologramlar, kiosklar, interaktif yüzey sistemleri, sanal objeler, e-kataloglar, sanal asistan, şeffaf LCD vitrin uygulaması, şeffaf projeksiyon filmleri, interaktif inceleme sistemleri, kazı ve eşleştirme oyunları, arazi bilgi sistemi, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik örnek olarak sıralanabilir (Harmankaya, 2010; Tekin ve ark., 2017; Şalk & Köroğlu, 2020).

Artırılmış gerçeklik

Artırılmış gerçeklik uygulamaları müze ve ören yerlerinde yer alan eskiye dair somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının günümüz teknolojisiyle orijinal hallerinin gözler önüne koyulması ile ilgilidir. Bunu yaparken de dijital kamera, GPS gibi çeşitli cihazlar ile kablosuz bağlantı kurularak bilgisayarlar aracılığıyla üç boyutlu olarak görüntüler yansıtılmakta, buraları ziyaret eden kişilerin akıllarında canlandırılmaları ve adeta o dönemde yaşıyormuş hissi verilmeye çalışılmaktadır (Harmankaya, 2010: 14). Bu tip teknolojik uygulamalar ile ziyaretçilerin kültürel eserler ile aralarında bağ kurmaları amaçlanmaktadır. Özellikle müzelerdeki rutinlikten uzaklaşmayı sağlayan artırılmış gerçeklik ve sanal müzecilik uygulamaları ile resimsel veya metinsel olan bilgiler sanal veriler yardımıyla üç boyutlu olarak adeta kültürel eser, gerçek ortamda varmış izlenimi yaratılmaktadır (Styliani ve ark., 2009). Artırılmış gerçeklik uygulamaları ile aynı zamanda gerçek görüntü üzerinden interaktif olarak bilgi alınmasını sağlayan versiyonlar da bulunmaktadır (Şalk & Köroğlu, 2020: 314).

Robotlaşma

Endüstri 4.0 ile birlikte dijitalleşme alanındaki yenilikler, yapay zekâ ve devamında robot teknolojisinin gelişimi gibi birçok sektörü etkilemiş, devamında da turizm sektörünü etkilemeye başlamıştır. Teknoloji ve dijitalleşme ile koordineli bir şekilde ilerleyen turizm

sektöründe robotlaşmanın konaklama, yiyecek-içecek, havacılık ve turist rehberliği alanlarında kullanmaya başlandığı söylenebilir (Sezgin & Karagöz, 2021: 957). Robot teknolojileri konaklama işletmelerinde daha çok müşterileri karşılama, bagaj teslimi, yönlendirme, otel tanıtımı, oda servisi gibi konularda kullanılmaya başlarken; yiyecek içecek işletmelerinde siparişin alınması ve siparişlerin servisi konusunda destek olmakta; havalimanlarında bagajların taşınması, uçuş yönlendirmesinin yapılması gibi konularda yardımcı olmaktadır (Vatan & Doğan, 2021: 3). Turist rehberliğinde ise ağırlıklı olarak kapalı alanlardaki müze ve ören yerlerinde çeşitli dillerde tanıtım ve yönlendirmeler yapma şeklinde devam etmektedir.

Dijitalleşme ve robot teknolojisinin kullanımıyla ilgili olarak gelişen mesleklerden olan turist rehberliği mesleğine Türkiye özelinde bakıldığında, henüz doğrudan turistlere hizmet veren robotlar, müze ve ören yerlerinde hizmet vermeye başlamamıştır. Ancak farklı dillerde bilgi veren sesli rehberlik faaliyetinin birçok müzede kullanıldığı söylenebilir. Bunun yanında kalabalık turlarda mikrofon ve kulaklık sisteminden oluşan sistemin kullanımına başlanmış, hatta İstanbul Ayaşofya, İstanbul Kariye ve Konya Mevlâna Müzelerinde mikrofon sisteminin kullanılması zorunlu hale getirilmiştir. Diğer yandan ülkemiz genelinde yer alan 22 müzede sunulan eserler hakkında çok lisanlı dil desteği sağlamak amacıyla sesli rehberlik sistemi kullanımı başlatılmıştır (DOSİM, 2021).

Boboc ve ark., (2014) dünyadaki turist rehberi olan robotları ve ülkelerini belirlediği çalışmasında 27 adet robot turist rehberi belirlemiştir. Robot turist rehberlerinin kullanıldığı ülkelere bakıldığında ağırlıklı olarak Amerika Birleşik Devletleri, Almanya ve Japonya’da buldukları söylenebilir. Ancak buradaki önemli olan durum ise bu ülkelerde yer alan robot turist rehberlerinin normal turist rehberleri yerine kullanılmaya başlamış olması noktasındaki hassasiyettir. Çünkü hem normal turist rehberinin hem de robot rehberlerin aynı ortamda bulunması durumunda normal turist rehberleri iş kaybı riski yaşayabileceklerdir (Yıldız, 2019: 165).

YÖNTEM

Teknolojik yeniliklerin ve beraberinde gelen dijital turizmin turist rehberleri üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik olarak kurgulanan çalışmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Bu kapsamda turist rehberlerinin dijital turizm faaliyetlerine bakış açılarını belirleyebilme amacına uygun olarak niteliksel araştırma yöntemlerinden görüşmeye dayalı durum (örnek olay) çalışmasından faydalanılmıştır. Durum çalışması araştırmanın hem ürünü hem de nesnesi

olabilecek nitel araştırma içerisindeki bir desen türüdür (Creswell, 2016: 97). Ayrıca durum çalışması araştırması gerçek yaşamın güncel bağlam veya ortamın içindeki bir durumun araştırılmasını gerektirmektedir (Yin, 2009). Araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış soru formları katılımcılara yüz yüze ve telefon ile görüşme şeklinde sunulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sunduğu en önemli kolaylık görüşmelerin önceden hazırlanan görüşme planına sadık kalarak sürdürülmesi sebebiyle daha karşılaştırılabilir ve sistematik bilgi sunmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2013: 283).

Araştırmanın çalışma evrenini İstanbul Turist Rehberleri Odasına kayıtlı rehberler oluşturmaktadır. Araştırmanın İstanbul ilindeki rehberler üzerinde yapılmasının sebebi müze ve ören yerlerindeki teknolojik yeniliklerin ve dijitalleşmenin daha yoğun olarak kullanıldığı içindir. İstanbul Turist Rehberleri Odası, Türkiye'deki en fazla turist rehberinin bağlı olduğu odadır. TUREB Rehber Veri tabanına bakıldığında İstanbul Turist Rehberleri Odasına kayıtlı eylemli ve eylemsiz rehberlerin sayısı çalışmanın yapıldığı tarih itibariyle 4891 olarak görülmektedir (TUREB, 2021).

Çalışmadaki araştırma soruları "rehberlerin teknolojik yenilikleri kullanım durumları nedir", "rehberlerin dijital turizme bakış açıları nedir", "rehberlerin, robot rehberlere karşı bakış açıları nedir?" şeklinde belirlenmiştir. Çalışmada araştırma sorularına cevap verebileceğine inanılan, zengin bilgiye sahip kişilerden oluşan bir örneklem seçmeye dayanan amaçlı örnekleme yöntemi ve görüşme yapılan kişilerin başka rehberlere yönlendirmeleriyle ulaşılan kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir (Altunışık ve ark., 2010: 140). Bu kapsamda teknolojik yenilikler ve dijital turizm konusuna ilgi duyan turist rehberlerinin yönlendirmesiyle ulaşılan İstanbul ilindeki 16 eylemli turist rehberi ile yüz yüze ve telefon yoluyla mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin 16 kişiyle tamamlanmasının sebebi verilen cevapların ve ifade edilen bilgilerin tekrara dönmesiyle yeterli doygunluğa ulaşmasından kaynaklanmaktadır. Diğer yandan araştırmanın zaman, emek ve maliyet unsurları dikkate alındığında belirli kısıtlarının olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamında kullanılan sorular alan yazın taraması sonucu elde edilmiş, konuyla ilgili benzer çalışmalar yapmış olan Tekin ve ark. (2017), Eser ve ark. (2019), Vatan & Doğan (2021) tarafından kullanılan sorulardan uyarlanmıştır. Sorular hazırlandıktan sonra 3 uzman turizm akademisyeninden araştırma sorusuna uygunluğu bağlamında görüş alınmıştır. Karşılıklı yapılan düzenlemeler neticesinde 6 sorudan oluşan soru formuna son hali verilmiş ve görüşmelere başlanmıştır. Hazırlanan görüşme formunun etik açıdan

uygunluğunun tespit edilmesi maksadıyla, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi 30.12.2021 tarihli 2021/12 Etik Kurul Toplantısında 2021/504 sayılı kararla "Etik Kurul Onayı" alınmıştır. Görüşmeler Ocak 2022 tarihinde gerçekleştirilmiş olup görüşmelerin ortalaması 35 dakika olarak belirlenmiştir. Görüşmeler gerçekleştirilirken mülakat yapılan kişilerin onayları alınarak ses kaydı alınmış, daha sonra kayda alınmış veriler deşifre edilerek yazılı metne dökülmüştür.

Araştırma kapsamında toplanan bilgileri analiz edebilmek için betimsel analiz kullanılmıştır. Bu kapsamda elde edilen bilgiler doğrultusunda belirli temalar oluşturulmuş ve bu temalar üzerinden özetlenerek yorumlamalar yapılmıştır. Ayrıca değerlendirme aşamasında elde edilen metinlerden doğrudan alıntılar yapılmıştır. Görüşme yapılırken kişilerin fikirlerini etkili olarak yansıtabilmek için doğrudan alıntılarının verilmesi çalışmanın güvenilirliğinin artırılmasına katkı sağlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2013. 256). Bu kapsamda araştırmanın ana amacı olan turist rehberlerinin dijital turizm faaliyetlerine bakışları betimsel analiz çerçevesinde belirli temalar oluşturularak doğrudan alıntılar yardımıyla yorumlanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın nitel bir araştırma olması sebebiyle araştırmada güvenilirlik ve geçerlik yerine inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve teyit edilebilirlik kavramlarından yararlanılmıştır (Creswell, 2016; 190). Araştırmada inandırıcılığı artırmak amacıyla verilerin analizi birkaç uzman görüşü alınarak yapılmıştır. Görüşmeler yapılırken soruların doğru bir şekilde anlaşılabilmesi için gerektiği anlarda katılımcıya açıklamalar yapılmıştır. Araştırmada aktarılabilirliği artırmak amacıyla tüm aşama detaylı bir şekilde belirtilmiştir. Ayrıca görüşmelerde kaydedilmiştir. Araştırmada iç güvenilirliği artırmak amacıyla bulguların tamamı yorum yapılmadan okuyuculara sunulmuştur. Araştırmadaki teyit edilebilirliği artırabilmek için görüşme kayıtları saklı tutulmaktadır.

BULGULAR

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo-1'de gösterilmiştir. Elde edilen demografik bulgulara bakıldığında katılımcıların çoğunun erkeklerden oluştuğu, yaş aralığının 24 ile 52 arasında değiştiği, katılımcıların 3 ile 19 yıl arasında değişen tecrübelerinin olduğu ve en fazla rehberlik yapılan dilin **İngilizce** olarak seçildiği görülmüştür. Demografik bulgularda dikkat çeken konulardan biri rehberlik yapan kişilerin önemli bir kesiminin rehberliğin yanında öğretmenlik, akademisyenlik, acentacılık ve çevirmenlik gibi meslekleri de yapıyor olmalarıdır.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

| Katılımcı | Cinsiyet | Eğitim | Şehir | Yaş | Tecrübe | Yabancı Dil | Çalışma Şekli |
|-----------|----------|------------|----------|-----|---------|-------------|-------------------------------|
| K1 | Erkek | Lisans | Bolu | 36 | 13 | İngilizce | Bağımsız Rehber |
| K2 | Erkek | Lisans | Kocaeli | 36 | 12 | İngilizce | Rehber, İngilizce Öğretmeni |
| K3 | Erkek | Lisans | İstanbul | 37 | 14 | Bulgarca | Acentaya bağlı çalışan rehber |
| K4 | Kadın | Önlisans | İstanbul | 24 | 3 | İngilizce | Bağımsız Rehber |
| K5 | Kadın | Lisansüstü | İstanbul | 35 | 10 | İngilizce | Rehber, Akademisyen |
| K6 | Kadın | Lisansüstü | İstanbul | 35 | 8 | İngilizce | Bağımsız Rehber |
| K7 | Erkek | Lisansüstü | İstanbul | 36 | 9 | Arapça | Rehber, Akademisyen |
| K8 | Erkek | Lisans | İstanbul | 35 | 5 | İngilizce | Rehber, İngilizce Öğretmeni |
| K9 | Erkek | Lisans | Edirne | 46 | 15 | İngilizce | Rehber, Acentacı |
| K10 | Kadın | Önlisans | İstanbul | 33 | 9 | İspanyolca | Rehber, Öğretmen |
| K11 | Erkek | Lisans | Bolu | 34 | 11 | İngilizce | Acentaya bağlı çalışan rehber |
| K12 | Kadın | Lisans | İstanbul | 33 | 10 | Almanca | Bağımsız Rehber, Çevirmen |
| K13 | Erkek | Lisans | İstanbul | 52 | 19 | İngilizce | Rehber, Acenteci |
| K14 | Kadın | Lisans | İstanbul | 33 | 6 | İngilizce | Bağımsız Rehber |
| K15 | Erkek | Lisans | İstanbul | 36 | 4 | İngilizce | Rehber, Öğretmen |
| K16 | Erkek | Lisans | İstanbul | 39 | 14 | Rusça | Bağımsız Rehber |

Katılımcılardan elde edilen veriler, bulgular halinde açıklanmadan önce belirli kategorilere ayrılmıştır. Bunun için öncelikle katılımcıların sorulara vermiş oldukları cevapların tamamı okunmuş ve en çok tekrar eden cevaplar ayrılmıştır. Elde edilen bu yanıtlar özet olarak ifade edilmiş ve gruplandırılmıştır. Buna ilave olarak katılımcılardan gelen bazı çarpıcı cevaplar doğrudan alıntı olarak verilmiştir. Bu kapsamda katılımcıların cevaplarından elde edilerek oluşturulan alt temalar şu şekilde oluşmuştur;

Turlarda Kullanılan Teknolojiler

Turlarda kullanılan teknolojik gelişmeleri belirlemeye yönelik hazırlanan sorular ve bu teknolojik gelişmeler kapsamında sorulan sorulara alınan cevapların düzenlenmiş hali aşağıdaki gibidir;

- Turist rehberleri turlarda hangi teknolojileri kullanmaktadır?

Tur öncesinde kullanılan teknolojiler

Araştırma kapsamında gerçekleşen görüşmelerde rehberlerin turlarda hangi teknolojik gelişmeleri kullandıkları sorulmuş olup, alınan cevaplar tur öncesi ve tur sırasında farklı teknolojileri içerdiği için iki alt kategoride açıklanmıştır. Tur öncesi kullanılan teknolojiler içerisinde en çok tekrar eden ifadeler sosyal medya platformları, çoklu etkileşim sağlayan yazılımlar, bilgiye elektronik ortamda ulaşma ve teknoloji destekli etkinlikler hazırlama olarak sıralanabilir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu 30'lu yaşlarda olduğu için bilgisayar

ve internet kaynaklı gelişme gösteren 2000'li yıllardan itibaren bilgisayar teknolojisinin gelişme çağının içerisinde olduklarını ifade etmişlerdir. Kendilerinden önceki dönemde rehberliğe başlayan yaşça tecrübeli rehberlerden daha avantajlı olduklarını düşünmektedirler. Konuyla ilgili olarak en çok tekrar eden ifade olan "sosyal medya kullanımı" yanıtını veren K3 kodlu katılımcı, turlarda kullanılan teknolojik gelişmeler ile ilgili görüşünü şu şekilde ifade etmiştir.

"Turlar başlamadan önce acentalar sosyal medya ve internet sitelerinde benim rehberliğimde turun gerçekleşeceğinin ilanını veriyorlar. Bu sayede insanlar sosyal medyadan bana ulaşmaya başlıyorlar ve ilk etkileşim burada başlıyor. Ben de bu sayede turlara katılacak olan grubun nasıl bir kitleden oluştuğunu anlıyor ve hazırlıklarımı ona göre yapıyorum. Bir de whatsapp üzerinden de gruplar kurularak katılacak olan kişilere turda lazım olacak gerekli tüm bilgileri önceden verebiliyorum. Bizden önceki dönemlerde rehberlik yapanların böyle bir şansı yoktu. Onlar grubu turun başlangıcında ancak görebiliyorlardı."

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu teknolojik gelişmeler denildiğinde ilk olarak tur öncesi kolaylık sağladığı için sosyal medya platformları ve çoklu etkileşim sağlayan yazılımlar sayesinde kurulan etkileşimlerden bahsetmişlerdir (K2, K5, K11, K14, K16). Gezdirmiş oldukları bölge hakkındaki bilgilerini makale, kitap, dergi gibi yerlerden erişen katılımcılar (K7, K9, K12) da kütüphanenin artık elektronik ortama girmiş olmasından, memnuniyetlerinden bahsetmişlerdir. Benzer

şekilde K10 ve K15 kodlu katılımcılar ise tur öncesinde tura hazırlık yaparken çeşitli etkinlikler ve aktiviteler hazırladıklarını, bunu yaparken de teknolojik altyapıdan faydalandıklarını ifade etmişlerdir.

Tur sırasında kullanılan teknolojiler

Turist rehberlerinden oluşan katılımcıların tur esnasında en çok kullandıkları teknolojik ürünü navigasyon

olarak belirtmişlerdir. Bunu ise sırasıyla haberleşme, çoklu iletişim sağlayan anlık mesajlaşma uygulamaları, bilgi araştırma siteleri, çevrimiçi dökümanlar ve e-posta uygulamaları takip etmiştir. Navigasyon kullanımı ile ilgili alt temayı destekleyen cevaplardan öne çıkan yanıtlardan bazıları şu şekilde olmuştur:

K13: “Bundan 20 yıl önce rehberliğe başladığımda bir yere grup götürmeden önce kendimiz gider orayı

Tablo 2: Bulgulardan Elde Edilerek Geliştirilen Temalar

| TURLARDA KULLANILAN TEKNOLOJİLER | TEKNOLOJİYE KARŞI BAKIŞ | ROBOTLAR |
|--|--|--|
| <p>Soru 1 Tur Öncesinde Kullanılan -sosyal medya platformları, -çoklu etkileşim sağlayan uygulamalar, -bilgiye elektronik ortamda ulaşma, -etkinlik hazırlama</p> <p>Tur Sırasında Kullanılan -navigasyon, -haberleşme, -çoklu iletişim sağlayan uygulamalar, -bilgi araştırma siteleri, -çevrimiçi dökümanlar,</p> | <p>Soru 2 Yeni Teknolojilere Karşı Bakış</p> <p>Olumlu Yönde -bilgilere kolay ulaşılabilmesi, -hızlı iletişim kurulabilmesi, -turistlerin bilinçlenmesi, -mikrofonlu kulaklık, -uygulama üzerinden rehberlerin tur bulabilmesi</p> <p>Olumsuz Yönde -bireyselliğin ön plana çıkması, -rehbersiz turlara çıkma, -yanlış ve abartı bilgiler, -internet üzerinden sanal rehberlikler, -elektronik (sesli) rehberlik, -internet platformları üzerinden kaçak rehberlere ulaşma</p> | <p>Soru 4 Turlarda Robot Rehber Kullanımı</p> <p>Turizm işletmecileri açısından, -dikkat çekme, -maliyet düşürme, -verimliliği artırma, -hizmet kalitesini artırma, -iş kolaylaştırma, -çoklu dil hizmeti</p> <p>Turist rehberleri açısından -işsizlik, -dikkat çekicilik, -hata oranının düşmesi, -rehber sayısında azalma, -uzun saatler çalışma, -mesleğe etkisi olmama</p> <p>Turistler açısından -turistlerle ilişki kuramama, -hız kazanma, -kriz yönetimi yapamama, -hatasız çalışma</p> |
| | <p>Soru 3 Müzelerdeki Teknoloji Kullanımına Bakış</p> <p>Olumlu -3 boyutlu hologramlar, -sanal uygulamalar, -artırılmış gerçeklik uygulamaları, -mikrofonlu kulaklık, -dokunmatik ekranlar, -simülasyonlar ve sinevizyon kurulumları</p> <p>Olumsuz -elektronik (sesli) rehberlik, -rehber-turist ilişkisi, -gruptan bağımsız hareket etme, -rehberi pasif duruma düşürme, -müzelerde planlanandan fazla zaman geçirme</p> | <p>Soru 5 Robot Rehber Avantajları -bilgi kaynağı, -çoklu dil desteği, -zamandan verim sağlama, -uzun saatler çalışma, -çekicilik yaratma</p> <p>Soru 6 Robot Rehber Dezavantajları -yeterli etkileşimde bulunamama -olağanüstü durumlarda müdahale edememe, -işsizlik, -empati yapamama, -teknik olarak yurtdışına bağımlı olma, -veri güvenliği</p> |

iyice öğrenir, ertesi hafta da turu götürürdük. Şimdi baktığımda navigasyonlar ile bizim yıllarca edindiğimiz tecrübenin önüne geçildi.”; K8: “Bazen tur güzergahlarında insanlar tura dahil oluyorlar. Tabi ki hangi köprünün altında beklediğini bilmemiz mümkün olmuyor her zaman. Konum bilgisi olarak bulunduğu yerden almaya çalışıyoruz. Bazı durumlarda ise acentalar yeni açılan veya bildiğimizden farklı bir otel ve restoranla anlaşıyorlar. Böyle durumlarda harita programları çok işe yarıyor.” K4: “Kalabalık yerlerde gezdiğimiz için bazı zamanlar grup içinden birileri kaybolabiliyor. Her turun başında mutlaka whatsapp grubu kurduruyorum ve kaybolduklarında bu gruba konum atmalarını istiyorum. Bu sayede hareketli konumdan yerlerini görebiliyorum. Ancak genelde turlara katılanlar 3. Yaş turisti oldukları için bazen akıllı telefonları kullanamayabiliyorlar, o da şansımıza kalmış bir durum artık.”

Görüşülen tüm rehberlerin tur öncesinde ve tur esnasında teknoloji ile ilişki içerisinde oldukları görülmektedir. Özellikle navigasyon gibi önemli teknolojik gelişmeler olan; anlık mesajlaşma uygulamaları, bilgiye kolay ulaşım sağlayan siteler, çevrimiçi siteler ve elektronik dökümanlara ulaşma da rehberlere önemli kolaylıklar sağlayan diğer gelişmelerdir. Anlatımlarda verilen örnekler dikkate alındığında zaman, emek ve maddi yönden pozitif katkıları olduğu düşünüldüğünden rehberlerin teknoloji kullanımına ayak uydurdukları görülmektedir. Özellikle turlarda yaşanan büyük problemlerden olan kaptanın yol bilmemesi ve konukların kaybolması gibi önemli durumların önüne geçtiği için kullanımının giderek artacağı düşünülmektedir.

Teknolojiye ve Dijitalleşmeye Bakış

Turist rehberlerinin teknolojik gelişmelere ve dijitalleşmeye olan bakış açılarını öğrenebilmek adına rehberlere sorulan sorular ve analizlerine yer verilmiştir.

- Turist rehberlerinin yeni teknolojilere karşı bakışı nedir?
- Rehberlerin müzelerde kullanılan teknolojilere karşı yaklaşımları nasıldır?

Yeni Teknolojilere Karşı Bakış

Turist rehberleri teknoloji kullanımının gelecekte hızla artacağını ve dijitalleşmenin tüm sektörlerde olduğu gibi turist rehberliğinde de çok farklı yerlere gideceğini ifade etmişlerdir. Bu kapsamda olumlu ve olumsuz bakış açısı olduğu için bu yönde 2 alt tema belirlenmiştir. Turist rehberlerinin yeni teknolojilere bakış açılarının olumlu yönde etkilerine bakıldığında en çok tekrar eden ifade, bilgilere kolay ulaşılabilmesidir. Bunu ise hızlı iletişim kurulabilmesi, turistlerin bilinçlenmesi, mikrofonlu kulaklık (head-set), uygulamalar üzerinden rehberlerin tur bulabilmesi takip etmiştir. Konuyla ilgili

olarak en çok tekrar edilen bilgilere kolay ulaşma ile ilgili öne çıkan cevaplardan bazıları şöyledir;

K7: “Teknolojinin gelişmesiyle birlikte her şey değişti diyebilirim. Eskiden turlara gelen insanlar araştırmadan gelirlerdi. Anladıkları ve bildikleri bizim anlattıklarımız kadardı. Şimdi öyle değil. Gelmeden önce okuyup, araştırıp geliyorlar. Çoğu zaman bizi bile bilgi konusunda zorlayanlar oluyor.” K11: “Her şey internette yazılıp çizilmeye başlandığından artık insanlar bireysel olarak da gezmeye başladılar. Eline akıllı telefonunu ve sırt çantasını alan dünyanın herhangi bir yerine gitme cesaretinde bulunuyor. Bir turizmci olarak insanların turizm faaliyetlerine katılmaları beni mutlu ediyor.”

Turist rehberlerinin teknolojik gelişmelerin mesleklerine karşı olumsuz olarak algıladıkları konulara bakıldığında en çok tekrar eden ifadenin bireyselliğin ön plana çıkması olmuştur. Bunun yanında rehbersiz turlara çıkma, yanlış ve abartı bilgiler, internet üzerinden sanal rehberlikler, müzelerdeki elektronik (sesli) rehberler, internet platformları üzerinden kaçak rehberlere ulaşma gibi olumsuzluk durumlarını içeren ifadeler yer almıştır. Teknolojinin turist rehberliğinde olumsuz olarak algılandığı bireyselliğin ortaya çıkması konusunda aşağıdaki katılımcı ifadeleri sunulmuştur;

K3: “Rehberlik mesleğinin böyle giderse teknoloji karşısında ciddi kayıplar yaşayacağımı düşünüyorum. Zaten pandemi, terör, yangın gibi sebeplerle her sene bir şey çıkıyor, turist gelmiyor. Gelenler de teknolojiden faydalanıp kendileri gezmeyi tercih etmeye başladılar.” K10: “Turlara katılanlara baktığımda katılanların ağırlıklı olarak orta yaş üstü olduğunu görüyorum. Yani teknolojiyi çok iyi kullanamayan kesim diyelim. Peki bundan 20 yıl sonra ne olacak gençler bireysel olarak uygulamalardan, bloglardan, forumlardan faydalanarak geziyorlar.”

Rehberlerin teknoloji ve dijitalleşme konusunda mesleklerinin devamlılığını sağlayabilmeleri için ciddi kaygılar içerisine girmiş oldukları söylenebilir. Özellikle yaşanan gelişmeler neticesinde insanların elektronik rehberler, sanal rehberler ve çeşitli uygulamalar ile bireysel seyahat planlamalarına gittiklerini, ancak geleceğin koşulsuz bir bütünleyicisi olan dijitalleşmeden kaçınmanın da mümkün olmadığını bilincinde oldukları görülmektedirler. Diğer yandan olumlu olarak kullanılacak birçok dijital gelişmenin de rehberlerin işlerini kolaylaştırdığı, hatta kulaklıkları mikrofon kullanımı gibi bazı durumlarda adeta onlarla bütünleştiği söylenebilir.

Müzelerdeki Teknoloji Kullanımına Bakış

Müzelerde kullanılan teknolojik gelişmelerin turist rehberlerini nasıl etkilediği belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun için oluşturulan 2 alt temada olumlu ve olumsuz

suz görüş bildiren rehberler olmuştur. Katılımcılardan K1, K4, K6, K8, K9 ve K13 konunun uzun vadede rehberlere olumsuz etkilerinin olacağını düşünürken, diğerleri müzelerdeki teknoloji kullanımının artmasını olumlu olarak öngörmüşlerdir. Müzelerde olumlu olarak kullanılan teknolojik gelişmelerde en çok tekrar eden ifade 3 boyutlu hologramlar olmuştur. Bunu ise sırasıyla; sanal uygulamalar, artırılmış gerçeklik uygulamaları, head-set, dokunmatik ekranlar, simülasyonlar ve sinevizyon kurulumları takip etmiştir. Bu alt temayı destekleyen bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir; K12: *“Eskiden insanları müzelerle girdirmek zor olurdu. Müze içerisinde geçirecekleri zamanı farklı etkinliklerle geçirmek istiyorlardı. Şimdilerde müzeler 3 boyutlu görseller ile insanları çekmeye başladılar.”* K2: *“Müze teknolojisi denildiğinde aklıma GAP turlarında uğradığımız Gaziantep Zeugma Müzesindeki çoğunluğu zamanla kaybolmuş mozaikler geliyor. Ama adamlar mozaiklerin eksik kısımlarını 3 boyutlu olarak duvara yansıtıyor ve sanki gerçekten korunmuş havası yaratılıyor. Bizim de anlatmış olduklarımız bu sayede havada kalmıyor.”*

Müzelerdeki teknoloji kullanımına yöneltilen olumsuz etkilere bakıldığında en çok tekrar eden ifade elektronik rehberlik (sesli rehberlik) faaliyeti olmuştur. Bunu takip eden ifadeler ise olumsuz rehber-turist ilişkisi, gruptan bağımsız hareket etme, rehberi pasif duruma düşürme, müzelerde planlanandan fazla zaman geçirme gibi ifadelerdir. En çok tekrar eden ifade olan elektronik rehberlik ile ilgili katılımcıların vermiş olduğu bazı yanıtlar aşağıdaki gibidir; K1: *“Son zamanlarda müzelerde 5 euroya müze girişlerinden kiralanan sözde elektronik rehberler ile müzeleri gezmek moda oldu. Biz çoğu zaman Ayasofya ve Topkapı Sarayı girişinde bekler, sıradaki insanlara bildiğimiz dilde rehberlik yapmak için teklifte bulunurduk. Ancak bu uygulama binlerce rehber olan İstanbul'daki rehberlere büyük zarar vermiştir.”* K13: *“Ben İngilizce dilinde rehberim. Yeri geliyor Araplara, yeri geliyor Avrupalıya İngilizce dilinde rehberlik yapıyorum. Bunların çoğunun ana dili İngilizce değil ama beni anlıyorlar. Ancak müzelerde kendi dillerinde anlatım yapan kulaklıklar olduğu zaman beni değil, uygun fiyata kiraladıkları kendi dillerinde anlatım yapan kulaklıktan gelen tanıtımları dinliyorlar.”*

Araştırmaya katılan 16 turist rehberinin 10 tanesinin müzelerdeki teknoloji kullanımıyla ilgili olumlu görüş belirtmiş olmaları, rehberlerin de teknolojik gelişmelere açık olduğunun göstergesidir. Ancak kültürel geçmişi olup günümüz dünyasındaki teknolojik gelişmelere ayak uyduramayarak saf dışı kalmış olan kimi mesleklerde yaşanmış olumsuz durumun kendi mesleklerinde de yaşanmaması için belirli tereddütler yaşamaktadırlar. Örneğin müze içerisinde her geçen gün kullanımı yaygınlaşan özellikle de en çok ziyaret edilen 2 müze olan Ayasofya ve Topkapı Sarayı gibi alanlarda

elektronik rehberlik (audi-guide) uygulamasının yapılması günlük şehir turu yapan birçok rehberin kazancını olumsuz yönde etkilediği söylenebilir. Diğer yandan teknolojinin yoğun kullanımı rehber ve turist arasındaki ilişkiye de zarar verebileceği düşünülmektedir. Rehber, grubu üzerinde kurmuş olduğu hakimiyetini bağımsız hareket etmeyi özendiren ve münferit planlar yapmaya yönelen teknolojik uygulamalar sebebiyle yitirebileceği düşünülmektedir.

Robot Rehber

Turist rehberlerinin, turlarda kullanılmaya başlanan robot rehberler hakkındaki düşüncelerini, robot rehber kullanımının avantajlarını ve dezavantajlarını belirleyebilmek üzere katılımcılara sorulan sorular ve analizlerine yer verilmiştir.

- *Turlarda Robot Rehberlerin kullanılması noktasında ne düşünüyorsunuz?*
- *Turlarda robot kullanımının ne gibi avantajları olabilir?*
- *Turlarda robot kullanımı ne tür dezavantajlar yaratabilir?*

Turlarda Robot Rehber Kullanımı

Dünya üzerinde hızla yayılmaya başlayan robotlaşma ve turizm sektörüne yansımaları olan robot rehberlerin turlarda kullanılması konusundaki düşünceleri rehberlere sorulmuştur. Turizm işletmecileri, turist rehberleri ve turistler açısından olmak üzere 3 alt tema belirlenmiştir. Bu alt temalardan ilki olan robot teknolojisinin turizm işletmelerine olan etkilerini belirlemeye yönelik en çok tekrar edilen ifadeler; dikkat çekme, maliyet düşürme, verimliliği artırma, hizmet kalitesini artırma, işi kolaylaştırma, çoklu dil hizmeti gibi alt temalar olmuştur. Bu alt temalar içerisinde en fazla tekrar eden ifade ise dikkat çekme olmuştur. En çok tekrar eden ifade olan dikkat çekme ile ilgili çarpıcı ifadeler şöyledir: K16: *“Acenteler, oteller ve müzeler insanların gelmesi için ellerinden geleni yaparlar. Yakın zamanda da yapay zekâ ve robotlar her alanda gelişmeye başladı. Turizm işletmeleri de işyerlerimizde robotları çalıştırıyoruz diyerek aslında bir nevi reklam yapacaklar.”* K5: *“Çocukluğumuzda hayallerini kurduğumuz şeyler şimdilerde gerçekleşiyor gerçekten. Turizm sektörü de çağa en hızlı ayak uyduran sektörlerden biri. Eminim birkaç yıl içerisinde Türkiye'deki müzelerde, otellerde de robot rehberler çalışacak.”* K2: *“Bir gün robot rehberler olacak birçok yerde evet ama eminim ki bir gün de acentecilik işlerini de robotlar yapacak, belki de tur otobüsleri dahi robotlar kanalıyla kumanda edilecek.”*

Turlarda robot rehberler kullanılmasının turist rehberleri açısından en fazla tekrar edilen ifade işsizliğe sebep olacaktır. Bu ifadeyi ise sırasıyla dikkat çekicilik,

hata oranının düşmesi, rehber sayısında azalma, uzun saatler çalışma, mesleğe etkisi olmayacağı gibi ifadeler takip etmiştir. En çok tekrar eden ifade olan işsizlik ile ilgili olarak katılımcıların yapmış olduğu görüşler şu şekildedir; K6: “Robot rehberlerin dünyanın herhangi bir yerinde gelişmesi ve sonrasında bize gelmesi çok uzun zaman alır. Uzun vadede belki kanunlar değişirse rehberler o zaman tur bulamama sorunuyla karşılaşabilir.” K14: “İstanbulda zaten rehber enflasyonu var. Ülkedeki tüm rehberlerin yarısı burada. Sürekli de artmaya devam ediyor. Bir de sesli rehber, robot rehber gibi konular çıkınca rehberler nasıl iş bulacaklar.”

Turist rehberlerine göre turlarda robot rehberler kullanılmasının turistler açısından ne gibi etkilerinin olacağı konusundaki değerlendirmede en çok tekrar edilen ifadeler sırasıyla; turistlerle ilişki kuramama, hız kazanma, kriz yönetimi yapamama, hatasız çalışma olarak sıralanabilir. Turistlerle ilişki kuramama teması altında belirtilen katılımcı görüşlerine değinildiğinde; K9: “Turistler, kendileri ile yakından ilgilenilmesini yani kendilerini özel hissetmek ister. Bunların insanlar gibi karşısındaki duygularını anlaması zor.” K13: “Olaya turist tarafından baktığımda bazen gözlerinden bir konuda rahatsız olduklarını anlıyoruz. Onca yılda kazandık biz bu tecrübeyi, robotların işi zor bu konuda.”

Rehberlerin dünyadaki robot rehberlik ile ilgili gelişmelerden bilgilerinin olduğu elde edilen bulgulardan anlaşılmaktadır. Özellikle K1, K4, K6, K8, K9 ve K13 numaralı katılımcıların robot rehberlik faaliyetlerine karşı birtakım önyargılar içerisinde olduğu söylenebilir. Robot rehberliğin seyahat acenteleri, müzeler ve konaklama işletmeleri gibi turizm işletmelerine, turist rehberlerine ve turistlere göre farklı açılardan etkisinin değişeceği ifade edilmiştir. Turizm işletmelerinin robot rehberlerin çalışmasıyla ilk etapta popüler olacağı ve bu sayede çok sayıda turisti çekeceği için sıcak bakılacağı düşünülmektedir. Turist Rehberleri açısından ise ilk etapta belirgin bir etkisi olmasa da uzun vadede rehberlerin turlara çıkmasında sorunlar oluşturarak rehber enflasyonunun oluşacağı düşünülmektedir. Turistler içinse ilk etapta dikkat çekici bir durum olsa da herhangi bir kriz durumunda ve ikili ilişkilerin çözümü noktasında sorunların ortaya çıkabileceği öngörülmektedir.

Robot Rehberlerin Avantajları

Günümüz dünyasındaki gelişmeler ışığında teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla robot teknolojisi ilerlemiş ve teknoloji kullanımı, insanların yaşamlarının büyük bir parçası olmuştur. Turlarda Robot kullanımının avantajları turist rehberlerinin ifadeleri ile sorgulanmış ve verilen cevaplar neticesinde 5 alt tema oluşturulmuştur. Bunlar içerisinde en çok tekrar eden ifadeler sırasıyla; bilgi kaynağı, birden fazla dilde hizmet verme, zamandan verim sağlama, uzun saatler

çalışma, çekicilik yaratma olarak sıralanmıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle katılımcılardan K2, K5, K10, K12, K14, K15 kodlu rehberlerin robot teknolojisine karşı daha ılımlı oldukları görülmektedir. Katılımcılardan gelen ifadelerden en çok tekrar eden bilgi kaynağı temasıyla ilgili olarak bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir; K5: “Rehberlerin çoğu ülkesel olarak çalışıyor. Bazen 1 ay içerisinde aynı grup ile 4 farklı bölge geziyoruz. Verdiğiniz bilgiler benzerlik gösterebiliyor. Ancak robotlar yerel olarak planlandığı için örneğin o müze hakkında tüm detay bilgiler içine yüklenebilir.” K10: “Bizim meslekte en önemli şey bilgidir ancak insan olarak hiçbirimizde robottaki kadar bilgi yüklemesi yapamayacağımızı düşünüyorum.” K12: “Özellikle yurtdışı turlarına gittiğimiz zaman kalabalık olduğu için müzelerde anlatım yapmak için ciddi sıralar bekliyoruz. Buralarda robot teknolojisi ile hem detaylı hem de hızlı bilgi verilebilir.” K15: “Bazen turistler öyle sorular sorarlar ki onu bizim değil orada 10 yıl boyunca yaşayan birisinin dahi bilmesi pek mümkün olmaz. Siz araştırıp daha sonra dönersiniz. Ancak onun merakı o zamana kadar geçmiş olur. Robot teknolojisiyle anlık bilgi sağlanabilir.”

Robot teknolojisinin kullanımının gerek turizm işletmelerine gerek turist rehberlerine gerekse de turist rehberlerine avantajlarının olduğu söylenebilir. Duruma rehber bakış açısıyla bakıldığında ağırlıklı olarak bilgilere kolay ulaşma imkânı verdiği için tercih edilebilir durumda olduğu üzerinde durulmuştur. Bilgiye hızlı ulaşılmasının yanı sıra turistler için tercih sebebi olan kendi ana dillerinde anlatım yapma imkanını veriyor olması da önemli bir artı olarak görülmektedir. Diğer yandan turlar için en önemli konular arasında olan zaman, emek ve maliyet konusunda da tasarruf sağladığı için rehberler tarafından avantajlı gözüyle bakılmaktadır. Ayrıca tur boyunca birçok işin sorumluluğunun olması sebebiyle uzun saatler çalışmak zorunda kalan rehberlere robot teknolojisinin yardımcı olacağı düşünülmektedir. Diğer yandan rehberler de bazı durumlarda fiziki olarak yetersiz olabilir veya doğası gereği hata yapma eğiliminde olabilirler.

Öte taraftan gelişmiş ülkelerde kendini belli etmeye başlayan çalışan genç nüfus konusundaki genç nüfusun azalması ve yaşlı nüfusun artması da robot teknolojilerin gelişmesine katkı sağladığı söylenebilir. İşletmeler açısından da zaman, rekabet ve maliyet konusunda avantajlı olduğu için tercih edilebilir olduğu söylenebilir. Özellikle Z kuşağının teknolojiyi yakından takip ediyor olması ve salgın hastalık gibi sebeplerle insanların birbirleriyle olan ilişkilerinin kısıtlandığı dönemlerde robot teknolojisine olan ilginin arttığı ifade edilebilir. Son olarak turist rehberleri açısından robot teknolojisi kullanımının ağırlıklı olarak kapalı alanlar olan müzelerde faaliyet verdiği noktada faydalı olabileceği üzerinde durulmuştur.

Robot Rehberlerin Dezavantajları

Robot rehber kullanımının turist rehberleri açısından ne tür sorunları ortaya çıkarıp ne gibi dezavantajlar yaratabileceğini belirleyebilmek üzere yöneltilen soruda toplam 6 alt tema belirlenmiştir. Elde edilen temalardan en çok tekrar eden ifade yeterli etkileşimde bulunamama olmuştur. Bunu ise sırasıyla, olağanüstü durumlarda müdahale edememe, işsizliğe sebep olma, empati yapamama, teknik olarak yurtdışına bağımlı olma ve veri güvenliği olarak sıralanabilir. Katılımcılar içerisinde robot teknolojilerinin turlarda kullanılması ile ilgili K3, K7, K9, K11, K16 kodlu rehberlerin daha katı bir yaklaşım sergiledikleri ifade edilebilir. Turlarda robot rehberlerin kullanımının dezavantajlarıyla ilgili olarak en fazla tekrar edilen ifade olan yeterli etkileşimde bulunamama ile ilgili bazı görüşler şu şekildedir; K3: *“Robotların insanlarla yeterli etkileşim kurabileceğine inanmıyorum.”* K7: *“Şayet konuklardan birine ilk yardım konusunda ihtiyaç oldu, rahatsızlığından dolayı iletişim kuramıyorsa nasıl yardımcı olacak robotlar.”* K11: *“Eğer bir gün robotlar rehberlik yapmaya başlarsa ilk başlarda insanlar merak edecek ancak sonraki zamanlarda insanlar bundan sıkılacak ve etkili iletişim kurabilecekleri rehberleri arayacaklar.”* K16: *“Turlardaki robotlar aynı tablet bilgisayarlar gibi bağımlılık oluşturacak ve rehber-turist ilişkilerini yapay hale getirecek. Zaten birbiriyle etkileşim kurmaktan kaçınan yeni nesil iyice sosyalleşmekten uzaklaşacak.”*

Turizm endüstrisinde robot kullanımının artmasıyla birlikte belirli problemlerin de beraberinde gelmesi beklenmektedir. Özellikle robot teknolojisinin kullanılmaya başlanması ile birlikte yıllardır süregelen güven ve iletişime dayalı olan rehber-turist ilişkisinin zarar göreceği ve yerini yapay bir ilişkinin alacağı düşünülmektedir. Diğer yandan canlı rehberlerin yapabileceği olağanüstü durumlarla karşılaşıldığında hızlı çözüm üretme, empati yapılması gereken durumlarda karşısındaki insanları anlama ve duruma sadece insanlara özgü olan duygular ile yaklaşma gibi konularda hassasiyet oluşabilecektir. Ayrıca yapay zekaya sahip olan robotların turistlerden elde ettiği özel bilgilerin muhafaza edilmesi noktasındaki soru işaretleri de her daim devam edecektir. Bunların yanı sıra teknolojik temelli olan tüm ürünlerde dışa bağımlı olunacağı için yazılımsal ve donanımsal olan bir sorunun çözümü için uzun süreler beklenebileceği ve bu sebeple de hizmetin aksayabileceği düşünülmektedir. Ancak bahsedildiği gibi birçok dezavantaj olmasına rağmen robot teknolojisinin hem hizmet sektöründe hem de turizm sektöründe kullanımının hızla artacağı ve ilerleyen süreçlerde robot rehberlerin kapalı ve açık alandaki birçok müze ve öğren yerlerinde görülmeye başlanacağı öngörülmektedir.

SONUÇ

Teknolojinin her geçen gün gelişmesiyle birlikte dijitalleşme de artmış olup, çoğu sektörde olduğu gibi çağa ayak uydurma durumunda olan turizm sektörü de bu konudan doğrudan etkilenmiştir. Özellikle Z kuşağının teknolojik gelişmelere hızla ayak uydurmuş olmaları ve gelecekte bu kuşağın turizm hareketlerine daha çok katılacağı öngörüldüğünde turizmde dijitalleşmenin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Sanayi sektörüyle başlayıp hizmet sektörüyle devam eden yeni nesil teknolojik gelişmelerden olan robotlaşma, yapay zekâ, sanal gerçeklik gibi konular dijitalleşmenin ve dijital turizmin önemli gelişmeleri olmuştur.

Turizm sektörü için önemli bir paydaş olan turist rehberlerinin ise dijital turizm faaliyetlerinden etkilendikleri düşünülmektedir. Konuyla ilgili olarak Ersu (2018) dijital dönüşümün kaçınılmaz olduğu ve turist rehberlerinin yeniliklere karşı uyum sağlaması gerektiğini, hatta yenilikler üretmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu düşünceyle turist rehberlerinin dijital turizmdeki yeni nesil teknolojik gelişmelere bakışı belirlenmeye çalışılmıştır. Ağırlıklı olarak İstanbul ilinde ikamet eden 16 turist rehberiyle gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular neticesinde; turist rehberlerinin tur öncesinde en fazla kullandıkları dijital teknolojilerin çoklu etkileşim sağlayan yazılımlar ve sosyal medya platformları olduğu belirlenmiştir. Tur sırasında ise en fazla yol tarifi ve yol durumunu öğrenbilmek için navigasyonu kullandıkları görülmüştür. Bunun yanında mikrofonlu kulaklık, mobil cihazlar, akıllı uygulamalar, GPS, 3D sanal gerçeklik gibi teknolojik yenilikleri de kullandıkları söylenebilir. Konuyla ilgili olarak literatürdeki çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşıldığı söylenebilir. Türker & Özeltin-Türker (2015) turist rehberlerinin ulaşılabilirliklerini arttırmak için hem genel kullanıcılara yönelik hem de seyahat kanallarının bulunduğu alanlara **yönelik** olan sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmaları gerektiği belirtilmiştir. Yıldız (2018) turist rehberlerinin teknolojik turist rehberliğini bir tehdit olarak algılamadığını birçok konuda rehberleri desteklediğini ifade etmişlerdir. Eser ve ark. (2019) turist rehberlerinin anlatımlarını renklendiren ve güçlendiren teknoloji uygulamalarına turistler ve rehberler tarafından olumlu bakıldığını ifade etmişlerdir.

Turist rehberlerinin yeni teknolojilere karşı önyargılı olmadıkları, neredeyse hepsinin teknolojik gelişmeleri yakından takip ettikleri görülmüştür. Teknoloji kullanımının gelecekte hızla artacağını ve dijitalleşmenin tüm sektörlerde olduğu gibi turist rehberliği mesleğinde de etkili olacağı öngörülmüştür. Turist rehberlerinin turizm sektöründe kullanılan yeni teknolojilere bazı yönlerden olumlu bazı yönlerden ise olumsuz ola-

rak baktıkları söylenebilir. Örneğin bilgiye kolay ulaşılabilirliği teknolojik gelişmelerin olumlu yönünü gösterirken; turistleri bireysel hareket etmeye yönelten mobil cihazlardaki akıllı uygulamalar gibi yenilikler, insanları rehbersiz gezmeye yönelttiği için olumsuz olarak görülmektedir. Tekin, Bideci & Aydın (2015) konuyla ilgili olarak yapmış oldukları çalışmalarında profesyonel turist rehberlerinin mobil turist rehberliği uygulamalarına kıyasla kültürel mirasın aktarımında daha yetkin olduklarını belirtmişlerdir. Diğer yandan İşçen & Işık (2020) turist rehberlerinin yoğunluk olarak mobil uygulamalara başvurduğu görülse de bazı durumlarda turist rehberlerinin uygulamaları kullanma noktasında zorluk çektiğini belirtmişlerdir.

Müze ziyaretlerinin turlarda önemli bir yer oluşturması ve çoğu turistin müze ziyaretlerini sıkıcı ve rutin bulması sebebiyle rehberler çoğu zaman turlarda zor durumda kalmaktadır. Ancak bu durum günümüzde değişmeye başlamıştır. Teknolojik gelişmelerle müze ziyaretlerinin artık turistler açısından daha çekici hale geldiği, rehberlerin ise bu durumdan memnun olduğu söylenebilir. Özellikle müzelerde sergilenen önemli bir kısmı tahrip edilmiş halde bulunan tarihi eserlerin üç boyutlu sanal hologramlar sayesinde aslına uygun bir şekilde gösterilmesi rehberlerin en çok önem verdiği konu olmuştur. Rehberlerin müzelerde kullanılan dijital teknolojilere yönelik bakış açıları incelendiğinde hem olumlu hem de olumsuz görüşler olduğu ortaya çıkmıştır. Müzelerde son dönemlerde kullanılmaya başlanan elektronik rehberlik (sesli rehberlik) uygulamasıyla en çok ziyaret edilen müzelerde uygun bir ücret karşılığında turistler kendi dillerinde anlatım yapan kulaklıkları bir dijital kayıt cihazıyla müze içerisinde gezabilmektedirler. Bu durum turistler için bir kolaylık olarak görülse de özellikle VİP ve günübirlik şehir turu yapan rehberler için önemli bir sorun olarak karşılanmaktadır. Köroğlu (2011) paydaşlar arasındaki etkileşimi sağlayan körü olan turist rehberlerinin yerine kullanılan elektronik rehberlik uygulamalarının kullanımı noktasında tedbirlerin alınmasının meslek açısından faydalı olacağını savunmuştur. Eser ve ark. (2019) insanların turlara kültür ve tarih amaçlı olarak katıldığını ve buralarda da hissederek, görerek, yaşayarak deneyimlemek istediklerini bu yüzden de elektronik sözlükler yerine turistlerin gerçek rehberler ile etkileşim kurmak istediklerini belirtmişlerdir.

Rehberler, teknolojinin gelişmesiyle birlikte turizmin her alanında olduğu gibi turlarda da robot rehber kullanımının uzun vadede başlayacağını düşünmektedirler. Robot teknolojisi kullanımının ilk etapta turist çekmek için önemli bir argüman olacağını ancak uzun vadede birtakım sorunlar da oluşturacağını ifade etmişlerdir. Robot rehber kullanımının turizm işletmelerine, turist rehberlerine ve turistlere bir takım etkilerinin

olacağı düşünülmektedir. Turizm işletmeleri açısından robot rehber kullanımının dikkat çekici olup turistleri turistik faaliyetlere yönelteceği için önemli bir reklam kaynağı olacağı görülürken, turist rehberleri açısından robot rehber kullanımının işsizliğe sebep olabileceği düşünülmektedir. Turistler açınsansa robot rehber kullanımını ilk etapta ilgi çekici olsa da turist-rehber arasındaki gibi ikili ilişki kurulamayacağı için uzun vadede sorun yaratabileceği düşünülmektedir. Yıldız (2019) teknolojinin gelişme hızı baz alındığında orta ve uzun vadede robot turist rehberlerinin insan turist rehberlerinin yerini alabileceğini, bu riskten dolayı da belirli önlemlerin alınması gerektiğini belirtmiştir.

Robot rehberlerin avantajı noktasındaysa hızlı bilgi kaynağı olması, birden fazla dilde hizmet vermesi, uzun saatler çalışabilmesi ve hızlı çalışması gibi yapay zekâ teknolojisiyle elde edilmiş birçok özellik sayılabilmektedir. Rehberler, robot teknolojisi kullanımının müze ve öğrenim yerlerinde derinlemesine bilgi verilmesi gerektiği durumlarda ve yoğun olan müzelerde kalabalık gruplara hızlı bilgilendirme yapabilmesi noktasında faydalı olabileceğini düşünmektedirler. Ancak turist rehberlerinin robot rehberliğinin dezavantajları noktasında belirtmiş olduğu görüşlere bakıldığında; insanlarla yeterince etkileşimde bulunamaması, olağanüstü durumlarda çözüm üretememesi, işsizliğe sebep olması ve teknik olarak dışarıya bağımlı kalınması gibi konularda dezavantajlı olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan turist rehberleri robot rehber kullanımıyla ilk etapta insanlara çekici geleceğini ancak uzun vadede insanların robotlar ile kurulan yapay ilişkiden ziyade canlı turist rehberleri ile gezmeye döneceklerini ifade etmişlerdir. Çünkü turlara katılan turistlerin büyük bir çoğunluğunun kendilerine özel ilgi gösterilmesini beklediklerini, robotların da insani duyguları olmaması sebebiyle bu ihtiyacı karşılayamayacaklarını öngörmüşlerdir. Vatan & Doğan (2021) robot rehber kullanımının turizm sektöründeki çalışanlar açısından olumsuz duygular uyandırdığını ve işsizliğe sebep olabileceğini ifade etmişlerdir.

Elde edilen bulgulardan yola çıkarak turizm sektöründe faaliyet gösteren uygulayıcılara, rehberlere ve gelecek çalışmalara yönelik öneriler getirilmiştir.

Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

Turizm işletmelerinin dijitalleşmeyi ve dijital turizm faaliyetlerini yakından takip etmesi ve işletmelerini bu yönde entegre etmeleri önemlidir. Aksi takdirde dijitalleşmeye yenilerek işletme ömürleri kısalabilecektir.

Uluslararası fuar, kongre ve organizasyonlara katılarak yeni teknolojik gelişmeleri takip etmek avantajlarına olacaktır.

Personellerinin dijital turizm konusunda eğitim almaları için onları teşvik etmeleri ve gerekirse zorunlu seminerler düzenleyerek tüm personelin dijitalleşme konusunda ilgisi çekilmelidir.

Dijitalleşmenin gerçek anlamda hizmetlere yansıtılması için profesyonel danışmanlık alınmalı veya benchmarking yapılmalıdır.

Gelişmiş ülkelerdeki turist rehberlerinin kullanmış olduğu teknolojik gelişmelerin alt yapısının ülkemize kurulması sağlanmalıdır.

Turist Rehberlerine Yönelik Öneriler

Turist Rehberleri teknolojik gelişmeleri ve dijital dünyayı yakından takip etmelidir.

Rehberler en az tura katılan turistler kadar teknoloji bilgisine sahip olmalıdır. Aksi taktirde rehber-turist ilişkisi zarar görebilecektir.

Rehberler anlatım yaparken teknolojik gelişmelerden faydalanmalıdır. Örneğin kulaklıklılı mikrofon sistemi, mobil teknolojiler ve akıllı uygulamalar, müzelerde 3 boyutlu sanal gerçeklikler gibi dijital gelişmeleri kullanarak turlarını ve anlatımlarını daha efektif hale getirebilirler.

Turist rehberleri tur öncesinde, tur sırasında ve tur sonrasında zamanı etkin olarak kullanabilmek adına teknolojik uygulamalarla planlamalarını gerçekleştirebilir.

Rehberler, tüm sosyal medya platformlarında yer almalı ve özellikle insanların ziyaret öncesi sıklıkla ziyaret etmiş oldukları video paylaşım sitelerinde ve kişisel bloglarında düzenli paylaşımlar yapmaları önerilmektedir.

Gelecekte Yapılacak Çalışmalara Yönelik Öneriler

Teknolojinin ve dijitalleşmenin sürekli olarak yenilendiği göz önüne alındığında konuyla ilgili olarak gelecekte çok sayıda çalışma yapılacağı öngörülmektedir.

Robot rehberlerin kullanılmaya başlandığı ülkelerdeki rehberler üzerinde çalışmalar yapılabilir.

Araştırma nitel araştırma yöntemi kullanılarak görüşme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışma nicel olarak kurgulanarak konu hakkında daha fazla rehberden veri toplanabilir.

Turist rehberleri üzerinde yapılmış olan bu çalışma, turizm sektörünün diğer paydaşları üzerinde de araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Bahar, M., Yüzbaşıoğlu, N. & Topsakal, Y. (2019). Akıllı Turizm ve Süper Akıllı Turist Kavramları Işığında Geleceğin Turizm Rehberliğine Bakış. *Journal of Travel and Tourism Research*, (14), 72-93.
- Boboc, R. G., Horatiu, M. & Talaba, D. (2014). An Educational Humanoid Laboratory Tour Guide Robot. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 141, 424-430.
- Boyras, B. (2013). Müze Teknolojileri ve Sergileme Farklılıkları. *İdil Dergisi*, 2 (8), 113-128.
- Creswell, J.W. (2016), *Researchdesign, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sagepublications, Inc. California.
- Çakmak, T. F., & Demirkol, Ş. (2017). Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliği Mesleğine Etkileri Üzerine Bir Swot Analizi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 221-235.
- Çapar, G. & Karamustafa, K. (2018). Turist Rehberliği (Ed. Eser, S., Şahin, S. ve Çakıcı), içinde Turist Rehberliği ve Teknoloji. (ss. 205-220). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dahles, H. (2002). The Politics of Tour Guiding: Image Management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 783-800.
- De Kervenoael, R., Hasan, R., Schwob, A. & Goh, E. (2020). Leveraging Human-Robot Interaction in Hospitality Services: Incorporating the Role of Perceived Value, Empathy, and Information Sharing into Visitors' Intentions to Use Social Robots. *Tourism Management*, 78, 104042.
- Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü (DÖSİM), (2021). Sesli Rehberlik Listesi. [http://www.dosim.gov.tr/sesli-rehberlik-listesi], (Erişim Tarihi: 20 Aralık 2021).
- Ersu, Ö. (2018). Mesleğin Yakın Geleceği · Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Uygulamaları. 2. Uluslararası Turizm Ekonomi ve İş Bilimleri Kongresi, 01 – 04 Kasım 2018, Kocaeli.
- Eser, S., Çakıcı, A. C., Babat, D. & Kızıllırmak, İ. (2019). Turlarda Teknoloji Kullanımı: Turistler ve Turist Rehberleri Gözüyle Bir Değerlendirme. *Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute*, 22(41), 465-480.
- Harmankaya, M. B. (2010). Müzelerde Elektronik Rehberlik Uygulamaları. (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi), T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, İstanbul.
- Huanga, C.D., Gooa, J., Namb, K. & Yoo, C.W. (2017). Smart Tourism Technologies in Travel Planning: The Role of Exploration and Exploitation. *Information & Management*, 54, 757-770.
- İşcen, M. & Işık, B. (2020). Turist Rehberlerinin Kullandıkları Mobil Uygulamaların Algılanan Fayda ve Kullanım Kolaylığına Yönelik Nicel Bir Araştırma. *Journal of Business in The Digital Age*, 3 (1), 11-23.
- Köroğlu, Ö. (2011). Müze ve Ören Yerlerinde Profesyonel Turist Rehberlerine Alternatif Olarak Elektronik Rehber Kullanımının Değerlendirilmesi. 1. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu, 29 Eylül–1 Ekim 2011, 209-218.
- İşcen, M. & Işık, B. (2020). Turist Rehberlerinin Kullandıkları Mobil Uygulamaların Algılanan Fayda ve Kullanım Kolaylığına Yönelik Nicel Bir Araştırma. *Journal of Business in the Digital Age*, 3(1), 2651-4737.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021, 12 27). Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Sanal Müze. [https://sanalmuze.gov.tr/] (Erişim Tarihi: 27.12.2021).
- Palumbo F., Dominici G. & Basile G. (2014). The Culture on the Palm of Your Hand: How to Design a User Oriented Mobile App for Museums. In L. Aiello (Ed.), içinde *Management of Cultural Products: E-Relationship Marketing and Accessibility Perspectives*, (ss. 224-243). America: IGI Global.
- Sarı, Y. & Kozak, M. (2005). Turizm Pazarlanmasında İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 9, 248-271
- Sezgin, M. & Karagöz, B. (2021). Turizmde Robotlaşma Teknolojisinin Kullanımı. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(3), 946-959.
- Styliani, S., Fotis, L., Kostas, K. & Petros, P. (2009). Virtual Museums, A Survey and Some Issues for Consideration. *Journal of Cultural Heritage*, 10 (4), 520-528.
- Şalk, S. & Köroğlu, Ö. (2020) Turist Rehberlerinin Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarına Yönelik Algılarının Belirlenmesi. *Journal of Yasar University*, 15 (58), 313-328.
- Şen, N. (2020). Örnek Olaylarla Turist Rehberliği (Ed. Düzgün, E.), içinde *Turist Rehberliği ve Teknolojik Gelişmeler*. (ss. 285-301). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tekin, Ö., Bideci, M., & Aydın, A. (2015). Kültürel Mirasın Aktarımında Mobil Rehber Uygulamaları ile Profesyonel Turist Rehberlerinin Yetkinliğinin Karşılaştırması (Konya Mevlana Müzesi örneği). I. In *Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015)* 679-686.

Tekin, Ö., Bideci, M. & Avcıkurt, C. (2017). Turist Rehberliği Üzerine Araştırmalar (Ed. Güzel, Ö. Altıntaş, V. ve Şahin, İ.) içinde. Turist Rehberliğinde Yeni Teknolojiler Kullanımı. (ss. 291-305).

Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N. & Çuhadar, M. (2018). Endüstri Devrimleri ve Turizm: Türkiye Turizm 4.0 SWOT Analizi ve Geçiş Süreci Önerileri. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23, 1623-1638.

TUREB (2021). Rehber Veri Tabanı. [http://www.tureb.org.tr/tr/RehberVeritabani], (Erişim Tarihi: 29.12.2021).

Türker, A., & Türker, G. Ö. (2017). Pazarlama İletişim Kanalı Olarak Sosyal Medyanın Turist Rehberleri Tarafından Kullanımı. Sosyal Bilimler Dergisi, 4 (14), 94-106.

Ulusoy, H., & Köroğlu, Ö. (2022). Turist Rehberlerinin Kaynak Yönetimi Rol Tanımlarının Belirlenmesi. Turizm Akademik Dergisi, 8 (2), 89-110.

Vatan, A. & Doğan, S. (2021). What do hotel employees think about service robots? A qualitative study in Turkey. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100775.

Wang, D., Park, S. & Fesenmaier, D. (2011). An Examination of Information Services and Smartphone Applications. [https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1179&context=gradconfhospitality] (Erişim Tarihi: 28.12.2021).

Weiler, B. & Black, R. (2014). *Tour Guiding Research: Insights, Issues and Implications*. United Kingdom. Channel View Publications

Weiler, B. & Black, R. (2015). The Changing Face of the Tour Guide: One-Way Communicator to Choreographer to Co-Creator of the Tourist Experience. *Tourism Recreation Research*, 40 (3), 364-378.

Williams, P. W., Bascombe, P., Brenner, N. & Green, D. (1996). Using the Internet for Tourism Research: "Information Highway" or "Dirt Road"? *Journal of Travel Research*, 34 (4), 63-70.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Yıldız, S. (2018). Profesyonel Turist Rehberlerinin Teknolojik Rehber Algısını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: İstanbul Örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(31), 4686-4697.

Yıldız, S. (2019). Turist Rehberliği Mesleğinde Robot Rehberlerin Yükselişi. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 10 (23), 164-17.

Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods* (Vol. 5). California: Sage Inc.

Destek Bilgisi: Bu çalışmada herhangi bir kurumdan destek alınmamış olup araştırmanın tüm masrafları yazar tarafından karşılanmıştır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı bulunmamaktadır.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışma için Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi 30.12.2021 tarihli 2021/12 toplantısında "Etik Kurul Onayı" alınmıştır (Protokol No: 2021/504).

Araştırmacıların Katkı Oranı: 1. Yazar = 100%,

EXTENSIVE SUMMARY

Perspectives of Tourist Guides on Developments in Digital Tourism

Ertuğrul DÜZGÜN*

Introduction

It can be said that tourist guides, who are an important actor for the tourism sector, are also affected by technology and digitalization in both positive and negative ways (Tekin et al., 2017: 292). For example, in the periods when the technology was relatively undeveloped, tourist guides could not contact the tourists who would participate in their tours in advance or communicate with them by letter. Later, these letters started to be replaced by e-mails, and today these interactions are provided by social media platforms and software with multiple interactions. In this way, tourist guides can guide the people in their group before and during the tour when necessary, and can maintain their interaction through these channels in the post-tour periods (Ersu, 2018).

On the other hand, it is seen as a positive development that head-sets with microphone that used in tours, electronic guidance, mobile technologies, augmented reality applications and robots, which are the next dimension of digitalization, are used in the tourism sector. It is thought that these technological developments facilitate the provision of the service. For example, robots can produce instant solutions to any situation and adapt to the situation with the help of sensors they use. Robots, which have started to be used in almost all sectors due to their uniqueness and adaptability, are of great importance especially in terms of accommodation, travel and guidance services in the tourism sector (De Kervenoael et al., 2020: 1).

In the study, it has been tried to determine the effects on tourist guides, an important stakeholder of the tourism sector, which has been affected by digitalization with the advancement of technology. It has been tried to reveal the extent to which tourist guides are affected by technological developments and their satisfaction levels, their advantages and disadvantages, their opinions about robot guides and their future technological expectations.

It is thought that tourist guides, who are an important stakeholder for the tourism sector, are affected by digital tourism activities. With this in mind, it has been tried to determine the tourist guides' view of the

new generation technological developments in digital tourism. As a result of the findings obtained as a result of the interviews with 16 tourist guides residing mainly in the province of Istanbul; it has been determined that the digital technologies that tourist guides use most before the tour are software that provides multiple interaction and social media platforms. During the tour, it was seen that they mostly used navigation to learn directions and road status. In addition, it can be said that they use technological innovations such as headsets, mobile devices, smart applications, GPS, 3D virtual reality.

It has been observed that tourist guides are not prejudiced against new technologies, and almost all of them follow technological developments closely. It is foreseen that the use of technology will increase rapidly in the future and digitalization will be effective in the tourist guiding profession as in all sectors.

Guides remain often in a difficult situation on tours, as museum visits constitute an important place in tours and most tourists find museum visits boring and routine. However, this situation has begun to change today. It can be said that museum visits have become more attractive for tourists with technological developments, and the guides are satisfied with this situation.

Guides think that with the development of technology, the use of robot guides in tours will begin in the long term, as in all areas of tourism. They stated that the use of robot technology will be an important argument for attracting tourists in the first place, but it will also create some problems in the long run.

In terms of the advantage of robot guides, many features obtained by artificial intelligence technology such as being a fast source of information, serving in more than one language, working long hours and working fast can be counted. The guides think that the use of robot technology can be useful in cases where in-depth information is required in museums and ruins, and to provide quick information to crowded groups in busy museums.

It is important for tourism businesses to follow digitalization and digital tourism activities closely and integrate their businesses in this direction. Otherwise, they will succumb to digitalization and their operating life will be shortened. On the other hand, guides should benefit from technological developments while giving a lecture. For example, they can make their tours and narrations more effective by using digital developments such as headset microphone system, mobile technologies and smart applications, 3D virtual reality in museums. Finally, new studies can be done on guides present in the countries where robot guides started to be used.

* Corresponding author at: Bolu Abant İzzet Baysal University, Tourism Faculty, duzugunertugrul@gmail.com