

Beyaz Tavşanın İzinde: Alis'in Dijitalleşen Harikalar Dünyasında Deneyim ve Rehberlik

Following the White Rabbit: Experience and Guidance in Alice's Digitizing Wonderland

Özlem GÜZEL

Akdeniz Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Anahtar sözcükler:

Dijitalleşme, Dijital turizm, Yeni nesil rehberlik uygulamaları.

Key words:

Digitization, Digital tourism, Next-generation guidance applications.

ÖZ

Endüstri 4.0 ile ortaya çıkan gelişmeler, dijital teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesini sağlarken, her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de dijital turizm öne çıkan bir trend haline gelmiştir. Turizm sektöründeki dijitalleşme, turistik ürünlerin yapılarını değiştirirken, insan-makine etkileşiminin artmasıyla turistik ürünler ve hizmetler, deneysel bir yapıya bürünmüştür. Yeni yüzyılın turistleri, Alis'in beyaz tavşanı takip ederek, masalsi harikalar diyarına girmesi gibi akıllı uygulamaların peşinden giderek sanallaşan deneyim dünyasında kaybolmaya başlamıştır. Bu bağlamda özellikle destinasyonlar ve yerel turları oluşturan çekiciliklerin dijital ortama aktarılmasıyla birlikte turist rehberleri için de yeni bir dönem başlamıştır. Rehberlerin dijital uygulamalara entegre olması gelecekteki turizm trendlerini şekillendirecek önemli bir faktör haline gelmiştir. Ancak, bu geçiş sürecinde ortaya çıkan olumsuz algılamaların da dikkate alınması ve çözümlenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda yeni nesil turizm uygulamalarının turlar ve turist rehberleri bağlamında kapsamlı bir şekilde irdelenmesi dijital rehberlik uygulamalarının başlangıç aşamasında olduğu bu dönemde önem arz etmektedir. Bu bağlamda bu çalışma ile yeni nesil turizm uygulamaları turist rehberleri açısından ele alınmıştır.

ABSTRACT

The advancements spurred by Industry 4.0 have accelerated the rapid growth of digital technology. In line with various sectors, the tourism industry has also witnessed the prominence of digital tourism as a notable trend. Digitalization in the tourism sector has transformed the structures of touristic products, while increasing the interaction between humans and machines, thereby influencing the experiences of tourists. The tourists of the new century have begun to lose themselves in the virtualized world of experiences, much like Alice entering Wonderland by following the White Rabbit, chasing after smart applications. A new era has begun for tourist guides, especially with the transfer of attractions that make up destinations and tours to the digital environment. The integration of guides into digital applications has become a crucial factor in shaping future tourism trends. However, it is essential to consider and address the negative perceptions that arise during this transition process. Within this context, a comprehensive examination of the new generation tourism applications is crucial, particularly concerning tours and tourist guides. This study emphasizes the importance of the initial stages of digital guidance applications in the context of tours and tourist guides within the framework of new generation tourism applications.

GİRİŞ

Dijital teknoloji baş döndürücü bir hızla tüketicilerin hayatına giriş yaparken, turizm sektörün de yer alan işletmeler de hızlı bir şekilde teknolojiye uyum sağlamış ve dijital turizm kavramı günümüzün öne çıkan trend konusu haline gelmiştir. Dijital turizm, dijital teknolojilerin müşterilerin turizm deneyimlerini geliştirmek için turist deneyimlerine turistik aktivite öncesinde, anında ve sonrasında entegre edilmesidir (Benyon, vd. 2013; Happ ve Ivancso-Horvath 2018). İşletmeler

açısından iş süreçlerinde otomatikleşme, verimlilik sağlama, pazarlama ve reklam stratejilerinde dinamik bir orta yaratma, turist deneyiminde kaliteyi sağlama gibi faydalar sunan dijitalleşmeyi, günümüzün turistleri de severek kullanmaya başlamıştır (Williams vd. 1996; Urieli 2025).

Tüketiciyi tanımada derinlik eksikliğinin teknolojiyle kapatıldığı dijitalleşen günlerde turistler, tercihlerine göre seyahat önerileri/indirimler almaya, dijital platformlarda yorumlarını yaparak katılımcı iletişimin gücünü hissetmeye başlamışlardır. Turistlere destinasyonlarını sanal ortamda

keşfetme fırsatı da sağlayan dijitalleşen uygulamalar, özellikle Covid-19 pandemisi sonrasında yaşanan seyahat kısıtlamalarıyla da akıllı cihazlar üzerinden turistlere gezi ve rehberli turlara katılma imkânları sunmuştur. Bu durum turistik ürünlerin DNA'sını değiştirirken, Toffler'ın (1996) gelecek korkusu kitabında vurguladığı deneyimler, turistleri "beyaz tavşanın" (akıllı cihazlar) ardından "Alis'in Dijitalleşen Harikalar Dünyasına" davet eder hale gelmiştir. Turistler dijitalleşen bu dünyaya deneyimsel açıdan entegre olmakta zorluk çekmezken, dijitalleşmenin turist rehberleri açısından da ele alınması konusu önemli bir sorunsal ve gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

Dijitalleşen Dünyada Rehberlik Uygulamaları

Bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ile beşeri ilişkilerin ön planda olduğu hizmet sektöründe robot, yazılım ve yapay zekâ gibi ileri teknolojik uygulamalar hizmet sektörünün temel unsuru olan insan-insan ilişkilerine insan-makine ilişkisinin eklenmesini sağlamıştır. Dijital turizm uygulamaları kapsamında turist rehberliği mesleğinde insan-insan ilişkilerine insan-makine ilişkisinin eklenmesi müze ve sergi salonlarında başlamıştır (Yıldız 2019). Dijitalleşen uygulamaların içinde turistlere destinasyonlar hakkında bilgiler sunan "mobil cihazlar, dijital rehber sistemleri/aplikasyonlar, sanal turlar ve harita tabanlı rehberlik hizmetleri", turist rehberlerini en çok ilgilendiren konu başlıkları olmuştur. Tekeli ve Tabak'ın (2021) yaptığı araştırmada turist rehberleri telefon/tablet/laptop, sosyal medya, navigasyon/GPS destekli harita uygulamaları, mikrofon/eş zamanlı kulaklık, video gösterimi, mobil uygulamalar, web siteleri, video-konferans uygulamaları olarak ortaya çıkarken, turistlerin ise kullandıkları dijital teknolojiler cep telefonu/tablet, navigasyon, sosyal medya, fotoğraf makinesi/kamera/drone, ses kayıt tabanlı rehberlik, kayıt cihazı, akıllı saat ve mobil uygulamalar olarak sıralanmıştır.

Turist rehberliğinde yer alan yeni nesil teknoloji uygulamaları, seyahat deneyimini zenginleştirmek, bilgi alımını kolaylaştırmak, seyahat kısıtlarının olduğu günlerde rehberlik hizmeti sunmak

amacıyla geliştirilen çeşitli araç ve uygulamaları içermektedir. Bu uygulamalar şu şekilde özet olarak sıralanabilir (Abowd vd., 1997; Benyon, vd., 2013; Weiler ve Black 2015; Tekeli ve Tabak, 2021):

- *Artırılmış Gerçeklik (AR)*: Fiziksel dünyayı görsel olarak sunan AR teknolojisi, tarihi binaları, eserleri veya coğrafi alanları yaşayan interaktif bir dünyaya dönüştürmektedir.
- *Sanal Gerçeklik (VR)*: Üretilen sanal turlar, tarihi ve kültürel mekanları akıllı cihazlar üzerinden ziyaret etme imkanı sunmaktadır.
- *Konum Bazlı Hizmetler*: GPS gibi konum belirleme teknolojileri, turistlere mekan/müze/antik kent vb. konumlar hakkında bilgi sunmaktadır.
- *Dijital Rehber Kitapları/E-kitaplar*: Turistler için kolay erişilebilir bilgi sunmaktadır.
- *Mobil Uygulamalar*: Kullanıcılara haritalar üzerinden, tarihi ve kültürel bilgiler sunarken, rota önerileri, yeme içme/konaklama mekan önerileri ve etkinlikler gibi konularda bilgiler sunmaktadır.
- *Yapay Zeka (AI) Destekli Rehberlik Uygulamaları*: Turistlerin soruları hızlıca cevaplayan yapay zeka destekli uygulamalar, seyahat planlarını organize etmektedir.
- *İnteraktif Sesli Rehber Uygulamaları/Audio-Guide*: Turistlere yerel hikayeleri, tarihi bilgileri veya kültürel konuları sesli olarak aktarmaktadır.
- *İnteraktif Sosyal Medya Platformları*: Turistlerin deneyimlerini paylaştıkları bu platformlar, turistlere güvenli seyahatler için ipuçları sunmaktadır.

Alis (Turistler) Dijital Dünyada Neler Hisseder?

Turistlere antik kentleri geziyor hissiyatı veren yeni nesil teknoloji uygulamaları turist üzerinde bir takım duygusal ve deneyimsel etkiler yaratabilir. Ancak bu etkiler, kişiden kişiye değişebilmektedir. Bu sebepler turist rehberlerinin turlarını bu teknolojiye nasıl entegre ettikleri ve nasıl sundukları sorusu genel olarak deneyim üzerinde belirleyici olabilmektedir.

Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi dijital teknolojiler, deneyimlere “görselleştirme, navigasyon sunma, otel restoran gibi mekanları sorgulama ve arama, oyun içinde eğlence sunma, simülasyon ortamı yaratma” gibi bir takım faydalar sağlamaktadır (Benyon, vd. 2013). Bu uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirilen turlar turistlere yenilikçi bir ürün sunarken, turistlerde “*merak duygusunu*” uyandırmaktadır. Böylece beyaz tavşanın (akıllı cihazların) ardında tarih ve kültürle etkileşim şekli yeniden tanımlanmaktadır. Pine ve Gilmore (1998) tarafından önerilen deneyim ekonomisinin estetik, eğlence, kaçış ve eğitim boyutları aktif olarak ortaya çıkarken, interaktif sanal turlar veya artırılmış gerçeklik uygulamaları aracılığıyla turistler, antik kentin geçmişiyle etkileşimde bulunabilmektedir. Bu etkileşim sanal mekânların tarihini, mimarisini ve kültürünü dijital dünyada öğrenme şansı yaratmaktadır.

Sanal turlar veya artırılmış gerçeklik ile kurgulanmış sanal antik kent uygulamaları, turistlere kentlerin tarihini, yaşam tarzını ve mimarisini daha yakından deneyimleme şansı tanımaktadır. Bu durumda antik kente karşı “*duygusal bir bağ*” kurulmaktadır. Bu durumun bir çıktısı olarak ta dijitalleştirilmiş deneyimler, tura katılan turistlere dijital harikalar dünyasından sonra anılar yaratmaktadır. Bu anılar, VR veya AR teknolojisi kullanılarak unutulmaz deneyimlere dönüşmektedir.

Dijitalleşen Harikalar Dünyasında Turist Rehberlerinin Algıları

Dijital uygulamalar baş döndürücü bir hızla turizm uygulamalarının içerisinde yer almaya başlasa da, kültürün ve tarihin izlerini yakından takip etmek için bizzat turlara katılarak, duygusal olarak turları deneyimlemek isteyen bir turist profili de bulunmaktadır (Eser vd. 2019). Bu bağlamda bir bölgeyi, ören yerini veya müzeyi dijital uygulamalar ile gezen turistler için onları rehberli turlara yöneltecek dezavantajlar ortaya çıkabilir. *Deneyimsel* açıdan bakıldığında genellikle genelleştirilmiş bilgiler sunan otomatik rehberler, bireysel tercihleri ve ilgi alanlarını göz ardı edebilir. Bu durum turistlerin bireysel ilgi alanlarına göre özelleştirilmiş bir deneyim yaşama şansı

azaltmaktadır. Ayrıca dijital uygulamalar, kullanıcılarını bire bir etkileşimden uzak tutarken, turistler, yerel halkla etkileşim kurma fırsatını kaçırmaktadırlar. Bu durumda yerel bağlam eksikliği ortaya çıkmaktadır. Yani dijital uygulamalar, turistlere yerel kültür hakkında sınırlı bilgiler sunmaktadır. Ek olarak bu uygulamalar belirli bir rota veya program üzerinde çalışmaktadır. Bu sebeple turistlerin anlık değişikliklere entegre olmalarını zorlaştırabilir.

Dijital uygulamaları rehberlik açısından turlardan önce, tur esnasında ve turlardan sonra olarak ayırtıran Çakmak ve Demirkol (2017), turlardan önce ağırlıklı olarak internet, sosyal medya tabanlı ve iletişim yönlü dijital uygulamaların kullanılmasına dikkat çekerken, tur esnasında kullanılan teknolojinin ulaşım, güvenlik ve bilgi donanımı amacıyla kullanıldığını belirtmektedir. Literatürde yapılan incelemelerde rehberlerin yeni nesil uygulamalara yönelik olumsuz bakış açıları şu maddeler olarak sıralanabilir (Çakmak ve Demirkol 2017; Eser vd. 2019; de La Harpe ve Sevenhyusen 2020; Tekeli ve Tabak 202; Özalkan vd. 2022; Düzgün 2022).

- Yeni nesil uygulamalar ile bireyselleşen gezilerin rehberlere duyulan ihtiyacı azaltması,
- Dijitale bağımlı turistlerin oluşması ve rehberlere olan ilginin yok olması,
- Rehber-turist ilişkisinin yapaylaşması ve empati temelli iletişimin yok olması,
- Müzelerde zamanın kontrol edilememesi,
- Yeni nesil rehberlik uygulamaları mesleğin rakibi olabileceği,
- Yeni nesil rehberlik uygulamalarının mesleki bir deformasyon yarabileceği,
- Dijital uygulamaların canlandırdığı ortamın turist beklentisinin üzerinde olması ve gerçeklik algısının bozulması,
- Turlardaki otantikliğin yok olması,
- Robot rehber gibi uygulamaların duygusuz/mimiksiz bir anlatım ile iletişime engel olması,
- Aktarılan bilginin yüzeysel kalması,
- Robot rehberlerin mekanik sorunlar yaşatması ve kriz yönetimi eksikliği,

- Dijital uygulamaları yönetecek teknik personelin bulundurulması,
- Veri güvenliğinin sağlanamaması,
- Teknolojiye uyum sağlama zorluğu çekilmesi,
- Turistlerin uygulamalara erişim sağlamaları için uygun donanıma sahip olmamaları.

Bu dezavantajların yanı sıra turist rehberlerinin dijital uygulamalara entegre olması, turistlere daha zengin ve kişiselleştirilmiş deneyim sunmanın yolunu açarken, rehberlerin daha geniş bir kitleye ulaşmalarını ve modern seyahat trendlerine ayak uydurmalarını sağlamaktadır. Yine literatürde yapılan incelemelerde rehberlerin yeni nesil uygulamalara yönelik olumlu bakış açıları şu maddeler olarak sıralanabilir (Benyon, vd. 2013; Çakmak ve Demirkol 2017; Tekeli ve Tabak 2021; Ziolkowska 2021; Özalkan vd. 2022; Düzgün 2022):

- Headset ve Audio-Guide gibi dijital uygulamaların özellikle anlatımın zor olduğu ve kalabalık olan yerlerde destekleyici rol üstlenmesi,
- Robot rehber gibi uygulamaların müze ve ören yerlerinde rehberlerin iş yükünü hafifletmesi,
- Rehberlerin bilgiye kolay erişebilmesi,
- Müze ve ören yerleri ile ilgili anlık bilgi alma kolaylığı sağlanması,
- Navigasyon gibi uygulamalar ile rotanın takibinin kolaylaşması ve kaybolmayı önleme,
- Rehberlerin WP gibi uygulamalarla grubuyla anlık iletişim kurabilmesi ve müşterilerin kaybolmasını önleme,
- Sosyal medya sayesinde müşterilerle hızlı iletişim kurma,
- Gidilmemiş coğrafyaya dijital uygulamalar aracılığıyla kısa sürede hazırlanması,
- Rehberlerin kendi tur gruplarını internet aracılığıyla oluşturması ve kendi müşteri profilini oluşturması,
- Yeni nesil rehberlik uygulamalarının çoklu dillerde hizmet verebilmesi,
- 3D'li hologram sistemleri, VR uygulamaları gibi uygulamaların ören yerleri ve müzelerde deneyimsel bir ortam yaratarak, o anı ve tarihi canlandırması,

- Rehberin dijital görselleri cihazlar üzerinden göstererek, yanında taşıyacağı kaynağı azaltması,
- Kültürel mirasın aktarımının görsel olarak mümkün kılınması,
- Bireysel gezmeyi seven müşteriler için avantaj yaratması,
- QR kodla ören yeri ve müze gibi yerlere girişin kolaylaşması ve zamandan tasarruf sağlanması,
- QR kodla giriş kağıt israfını yok etmesi,
- Turların fiziksel olarak yapılamayacağı ve seyahat kısıtının olduğu kriz ortamlarında dijital uygulamalar ile rehberlik yapılabilmesi.

Bu olumlu ve olumsuz algılar göz önüne alındığında rehberlerin dijital uygulamalara entegre olabilmesi için birtakım öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- *Uygulama Tasarlama:* Rehberler, destinasyonlar ve turistik yerler hakkında bilgileri paylaşmak, yönlendirme yapmak ve etkileşimde bulunmak için dijital uygulamaları üretebilirler. Bu uygulamalar aracılığıyla rehberler, kendi turist profilini oluşturabilirler.
- *Mobil Uygulama Kullanımı:* Rehberler, mobil uygulamaları güncel olarak takip ederek, yenilikçi uygulamalara ayak uydurmalı.
- *Dijital Rehber Kitapları:* Rehberler, bilimsel yazım kurallarına uygun şekilde dijital rehber kitapları oluşturarak turistlere interaktif içerik sunabilirler.
- *Artırılmış Gerçeklik (AR) ve Sanal Gerçeklik (VR) Turları:* Rehberler, artırılmış ve sanal gerçeklik turları ile turistlere görsel unsurlarla tasarlanmış sanal deneyimler sunabilirler.
- *Bloglar ve Sosyal Medya:* Rehberler, turistik yerler/çekicilikler, etkinlikler ve yerel kültür hakkında bilgi paylaşımı yapmak için bloglar veya Youtube, Instagram gibi sosyal medya platformlarını kullanabilirler.
- *Online Etkileşim Uygulamaları:* Rehberler, çevrimiçi platformlarda etkileşimli bir sistem/uygulama yaratabilirler. Bu sistemler üzerinden turistlere bilgi sunabilir ve seyahatle ilgili konularda destek sağlayabilirler.

- *İnteraktif Sesli Rehberlik/Hikâye Anlatıcılığı*: Rehberler bilgi birikimlerini sesli kayıtlara/podcastlere dönüştürerek kendi müşteri kitlesine seslendirme yapabilirler.
- *Dijital Eğitim ve Etkinlikler*: Rehberler, dijital platformlarda çevrimiçi eğitimler veya etkinlikler düzenleyerek turistlere uzaktan rehberlik hizmeti sunabilirler. Şarap tadımları, Gılgamış Destanı okumaları, Anadolu'da Hristiyanlık, Anadolu Efsaneleri gibi ilgi çekici konularda çevrimiçi etkinlikler planlanabilir.

SONUÇ

Dijitalleşen dünyada turizm kaçınılmaz bir şekilde çeşitli dijital uygulamalarla entegre edilirken, seyahat sektörünün dinamikleri ve temelleri değişmeye başlamıştır. Dijitalleşme, turizm işletmelerine bir dizi avantaj sunarken, turistlerin deneyimlerini zenginleştirmek ve turistik destinasyonları keşfetmelerini kolaylaştırmak için yeni nesil turizm uygulamaları ortaya çıkmaya başlamıştır. Turlar ve turist rehberliği mesleği de bu değişime maruz kalmıştır. Mobil uygulamalar, yapay zekâ destekli rehberlik uygulamaları, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) turları, interaktif sosyal medya platformları gibi yeni nesil rehberlik araçları, turistlere interaktif ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktadır. Turistler açısından deneyimsel bir takım avantajlar yaratan bu uygulamalar turist rehberleri için de kolaylık sağlarken, aynı zamanda dezavantajlar da yaratmaktadır. Rehberlerin dijital uygulamalara entegrasyonu ve turistlerle olan etkileşimde yaşanan sınırlamalar olumsuzluk olarak algılanmaktadır. Yeni nesil uygulamaların rehberlere duyulan ihtiyacı azaltması, dijital uygulamalara bağımlı turistlerin artması ve rehber-turist ilişkisinin yapaylaşması gibi durumlar, turist rehberliği mesleğini etkileyebilecek unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır. Rehberlerin dijitalleşmeye ayak uydurması ve bu teknolojileri avantajlarıyla kullanması "Turizm 4.0" gerekliliği haline gelmektedir. Bu noktada "rehberler dijital dünyada nasıl var olacak?" sorunsalı ortaya çıkmaktadır. Genç kuşak rehberler teknolojiye kendisini daha kolay entegre ederken, X kuşağı rehberler çekimser ve karamsar olabilmektedir. Çakmak

ve Demirkol'un (2017) yaptıkları araştırma da rehberlerin bazı dijital gelişmelere uyum göstermede zorluk yaşadıklarını keşfetmişlerdir. Ancak yine aynı çalışmada rehberlerin teknolojiye entegrasyonlarının rekabet avantajı sağladığı da vurgulanmıştır. Bu kapsamda akıllı telefonlar özellikle en çok kullanılan araç olmuştur. De La Harpe ve Sevenhyusen (2020) turizmde teknolojinin kısıtlanamaz şekilde yayıldığını ve bu sebeple teknolojik uygulamalarının turlar ve rehberler bağlamında ele alınması gerekli unsurlar olduğunun altı çizilmektedir.

KAYNAKÇA

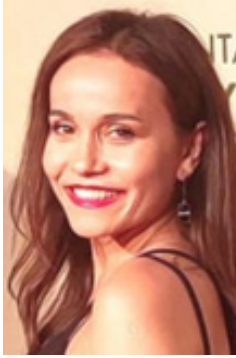
- Abowd, G. D., Atkeson, C.G., Hong, J., Long, S., Kooper, R ve Pinkerton, M. (1997). Cyberguide: A Mobile Context-Aware Tour Guide, *Wireless Networks*, 3(5): 421-433.
- Benyon, D., Quigley, A., O'keefe, B ve Riva, G. (2013). Presence and Digital Tourism, *AI & Society*, 29: 521-529.
- Çakmak, T. F. ve Demirkol, Ş. (2017). Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliği Mesleğine Etkileri Üzerine Bir Swot Analizi, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7: 221-235.
- De La Harpe, M. ve Sevenhuysen, K. (2020). New Technologies in the Field of Tourist Guiding: Threat or Tool?, *Journal of Tourismology*, 6 (1): 13-33.
- Düzgün, E. (2022). Turist Rehberlerinin Dijital Turizmdeki Gelişmelere Bakışı, *Turizm Akademik Dergisi*, 9 (1): 193-208.
- Eser, S., Çakıcı, C. A., Babat, B. ve Kızılırmak İ. (2019). Turlarda Teknoloji Kullanımı: Turistler ve Turist Rehberleri Gözüyle Bir Değerlendirme, *Balikesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (41): 465-480.
- Happ, E. ve Ivancso-Horvath, Z. (2018). Digital Tourism is the Challenge of Future a New Approach to Tourism, *Knowledge Horizons-Economics*, 10 (2): 9-16.
- Kırıcı Tekeli, E. ve Tabak, G. (2021). Dijitalleşmenin Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğine Etkilerinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi, *Ulusal Turist Rehberliği Kongresi*, Mersin, Türkiye, 199-212.
- Özalkan, S., Özkurt, D. Ş. ve Ayyıldız, A. Y. (2022). Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Dijitalleşme ve Robot Rehberler, A Study of, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (2):1415-1435.
- Pine, B. J. ve Gilmore, J. H. (1998). The Experience Economy, *Harvard Business Review*, 76 (6): 18-23.
- Toffler, A. (1996). *Şok: Gelecek Korkusu*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Uriely, N. (2005). The Tourist Experience: Conceptual Developments, *Annals of Tourism Research*, 32(1): 199-216.
- Weiler, B. ve 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. ve Green, D. (1996). Using the Internet for Tourism Research: Information Highway or Dirt Road?, *Journal of Travel Research*, 34 (4): 63-70.

Yıldız, S. (2019). Turist Rehberliği Mesleğinde Robot Rehberlerin Yükseliđi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10 (23): 164-177.

Ziółkowska, J. (2021). Finding Opportunities in Uncertain Times. The Case Study of a Tourist Guides Venture in the EU, *Sustainability*, 13 (23): 12959.

Özlem GÜZEL
Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Konyaaltı/Antalya.
E-posta: ozlemguzel@akdeniz.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0081-3530



Özlem GÜZEL

Lisans derecesini Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turist Rehberliği bölümünde aldıktan sonra (2004), Balıkesir Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Türkiye imajı ve turist rehberliği üzerine verdiği teziyle yüksek lisansını tamamladı (2007). Karşılایıcı (incoming) hizmeti veren seyahat acentelerin da rehber olarak görev alarak sektör deneyimi edindikten sonra Muđla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm ve Seyahat İşletmeciliği Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak ders vermeye başladı (2007). Süleyman Demirel Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı'nda deneyim pazarlaması üzerine yazdığı teziyle doktorasını tamamladı (2012). Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak göreve başladı (2014), Ardından Doçent unvanını aldı (2016). Şu an Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesinde Prof. Dr. olarak görev yapan Güzel'in temel çalışma alanları; turist deneyimi, turizm pazarlaması, turist rehberliği çalışmaları ve inanç turizmidir.