

T.C.
İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN TURİZMDE
DİJİTALLEŞMEYE ve ROBOTLAŞMAYA BAKIŞ AÇISI

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ÖYKÜ DEMİR

MART, 2021

T.C.
İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN TURİZMDE
DİJİTALLEŞMEYE ve ROBOTLAŞMAYA BAKIŞ AÇISI

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ÖYKÜ DEMİR
DANIŞMAN
DOÇ. DR. AHMET VATAN

MART, 2021

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığımı ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim.

İmza

Öykü Demir

Danışmanlığını yaptığım işbu tezin tamamen öğrencinin çalışması olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığını taahhüt ederim.

İmza

Doç. Dr. Ahmet Vatan

İMZA SAYFASI

Öykü Demir tarafından hazırlanan ‘Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizmde Dijitalleşmeye ve Robotlaşmaya Bakış Açısı’ başlıklı bu yüksek lisans tezi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında hazırlanmış ve jürimiz tarafından kabul edilmiştir.

JÜRİ ÜYELERİ

İMZA

Tez Danışmanı:

Doç. Dr. Ahmet Vatan

.....

İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Üyeler:

Doç. Dr. Ender Demir

.....

İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Doç. Dr. Demet Tüzünkan

.....

İstanbul Kent Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 23/03/2021

ÖNSÖZ

Bu çalışma dünya turizminde cazibe merkezleri arasında yer alan Türkiye'nin turizmde yaşadığı teknolojik gelişmeleri turist rehberlerinin yorumları ile değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Özellikle turistlerin Türkiye hakkındaki fikirleri üzerinde önemli etkileri olan turist rehberlerinin, teknolojik yeniliklerle ve robot rehber teknolojisiyle verimli bir işbirliği içinde çalışması açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın planlanması, yazım aşaması ve uygulanması gibi her aşamasında yanımda olan, titizlikle çalışmamı inceleyen, benden yardımlarını esirgemeyen ve bilgi birikimlerini paylaşıp bana daima yol gösteren danışmanım Doç. Dr. Ahmet Vatan'a değerli katkı ve yardımları için içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Fikirleri ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen yakın dostlarıma ve Hande Akyüz'e her daim yanımda oldukları için teşekkürlerimi sunarım. Beni bu günlere getiren ve çalışmamı hazırladığım süreç boyunca bana daima destek olan anneme, babama ve kardeşime verdikleri emekler için teşekkür ederim.

Öykü DEMİR

02.03.2021

ÖZET
PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN TURİZMDE
DİJİTALLEŞMEYE VE ROBOTLAŞMAYA BAKIŞ AÇISI

Demir, Öykü

Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Tezli
Yüksek Lisans Programı

Danışman: Doç. Dr. Ahmet Vatan

Mart, 2021. 129 Sayfa

Sanayi Devrimi ile beraber her sektörde olduğu gibi turizmde de köklü değişiklikler yaşanmıştır. Teknoloji ve teknolojinin getirdiği yenilikler ile turizmde kullanılan sistemler, dağıtım kanalları, tüketicilerin kullandığı iletişim ağları ve sosyal mecralar, yaygınlaşan internet teknolojisi, akıllı telefonlar, işletmelerin hizmet sunumlarında kullanılan robot teknolojisi gibi her alanda teknolojinin etkileri görülmeye başlamıştır. Dijitalleşmenin ve robotlaşmanın turizme etkileri özellikle son yıllarda yaygın bir şekilde görülmektedir. Teknolojide yaşanan bu yenilikler beraberinde bazı avantajları ve dezavantajları da getirmektedir. Hizmette standartlaşma, işleyişin kolaylaşması gibi avantajların karşısında işsizlik sorunu, insan gücü yerine bu teknolojilerin kullanımı gibi birtakım dezavantajlar yer almaktadır.

Araştırma dijitalleşme ve robot teknolojilerinin turizmde kullanımının getirdiği avantaj ve dezavantajları değerlendirme, turist rehberliği mesleğinin yaşadığı ve yaşaması muhtemel sorunları turist rehberlerinin bakış açısıyla değerlendirme amacına yönelik hazırlanmıştır. Bu bağlamda araştırmanın veri toplama aracı olarak nitel araştırma yöntemleri kapsamında yer alan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini eylemli olarak profesyonel turist rehberliği mesleği yapan rehberler oluşturmaktadır. Örneklemi, evrendeki probleme dayanarak çeşitlilik durumunu inceleyebilmek adına amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme olarak belirlenmiştir. Çalışmanın örneklemi teknolojik yeniliklerin yoğun olarak kullanıldığı ve en yoğun rehber nüfusuna sahip İstanbul ilinde eylemli turist rehberi olan 20 turist rehberi örneklem olarak seçilmiştir. Covid-19 pandemisi nedeniyle görüşmeler görüntülü görüşme ile gerçekleştirilmiştir. Turist

rehberlerine uygulanan yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda bulgular tema analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

Çalışmanın sonucunda turist rehberlerinin dijital yeniliklerden faydalandıkları ancak bir kısmının teknolojik unsurları kullanımının yeterli düzeyde olmadığı gözlemlenmiştir. Katılımcıların, turist rehberliği mesleğinde robot teknolojisi kullanımına bakış açısı olumsuz olarak tespit edilmiştir. Katılımcılar kısa vadede robot rehber teknolojisinin turist rehberliği mesleğinde etkisi olacağını beklemezken uzun vadede turist rehberleri için işsizlik sorununa yol açacağını düşünmektedir. Ancak robotlar ile rehberlerin beraber çalışma olasılığının verimli olacağı sonucuna varılmıştır.

Araştırma sonucunda yapılan değerlendirmeden yola çıkılarak turist rehberlerinin dijitalleşme ve robot teknolojilerini daha faydalı bir biçimde kullanabilmesi adına önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Robotlaşma, Robot Rehber, Turist Rehberliği

ABSTRACT
PERSPECTIVE OF PROFESSIONAL TOURIST GUIDES TOWARDS
DIGITALIZATION AND ROBOTIZATION IN TOURISM

Demir, Oyku

Master Thesis, Department of Tourism Management, Tourism Management Master
Program with Thesis

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Ahmet Vatan

March, 2021. 129 Pages

The changes have begun to occur in the tourism industry with the technological innovations. The effects of technology have started to be seen in every field such as systems used in tourism, distribution channels, communication networks used by consumers, social media, developed internet technology, smart phones, robot technology used in service provision of enterprises. The effects of digitalization and robotization have been widely seen since the beginning of tourism. These innovations in technology bring along some advantages and disadvantages. There are some disadvantages such as unemployment problem, use instead of manpower, in addition to the advantages such as standardization in service and facilitation of operation. The study aims to evaluate these effects encountered with technological innovations.

The research has been prepared for the purpose of evaluating advantages and disadvantages of the use of digitalization and robotic technologies in tourism and to evaluate the problems experienced and likely to be experienced in tourist guidance from perspective of tourist guides. As the data collection tool of the research, semi-structured interview technique, one of the qualitative research method, has been used. Professional tourist guides in action constitute the universe of the research. The sampling is determined as the maximum diversity sampling, one of the purposeful sampling methods, in order to analyzed diversity situation based on the problem in the universe. The sample of the study was chosen as 20 tourist guides who are active tourist guides in the city of İstanbul where technological innovations has been used extensively and has the highest guide population, were selected as the sample. Interviews has been conducted with video calls due to the Covid-19 pandemic. As a

result of semi-structured interviews applied to tourist guides, the findings has been analyzed with the method of theme analysis.

As a result of the study, it has been determined that tourist guides benefited from digital innovations. However it has been observed that some of tourist guides have not used technological elements sufficiently. The point of views of participants have been determined to be negative against to the using of robotic technologies in tourist guidance. Participants have not expect that robot guide technology will an impact on tourist guidance in short term. However, it is thought to cause unemployment problem for tourist guides in long term. It is concluded that the possibilty of robots and tourist guides working together would be efficient.

Based on the evaluations made as a result of the research, suggestions have been made for tourist guides to use digitalization and robotic technologies more effectively.

Key Words: Digitalization, Robotic Technologies, Robot Guidance, Tourist Guidance

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Türkiye'de Turist Rehberliği Bölümleri.....	16
Tablo 1.2. Eylemli/Eylemsiz Rehberlerin Odalara Göre Dağılımı	17
Tablo 1.3. Dillere Göre Rehber Dağılımı.....	17
Tablo 2.1. Yıllara Göre Uluslararası Turizme Katılan Kişi Sayısı ve Turizm Gelirleri	37
Tablo 2.2. Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliğine Etkileri	60
Tablo 2.3. Geçmişten Günümüze Rehber Robotlar	69
Tablo 3.1. Demografik Özellikler	81
Tablo 3.2. Bilişim Teknolojilerini Kullanma	83
Tablo 3.3. İnternet Kullanımının Etkisi	85
Tablo 3.4. Rehberlik Tabanlı Mobil Uygulamaların Etkisi	86
Tablo 3.5. Rehber Robotların Sahip Olması Gereken Özellikler.....	87
Tablo 3.6. Robotlar ve Rehberler Arasındaki İletişim Farklılıkları	88
Tablo 3.7. Robot Rehberlerin Muhtemel Avantaj ve Dezavantajları.....	89
Tablo 3.8. Robot Rehberlerin Olası Problemlere Etkisi	90
Tablo 3.9. Robotlar ile Rehberlerin Birlikte Çalışması.....	92
Tablo 3.10. Robot Rehberlerin Turist Rehberliği Mesleğine Muhtemel Etkileri	93

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
TABLolar LİSTESİ	viii
İÇİNDEKİLER	ix
GİRİŞ	1
BÖLÜM I TURİST VE TURİST REHBERLİĞİ.....	4
1.1. TURİST VE TURİST REHBERLİĞİ KAVRAMLARININ TANIMI	4
1.1.1. Turizm ve Turist Kavramlarının Tanımı.....	4
1.1.2. Profesyonel Turist Rehberinin Tanımı.....	7
1.2. TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	9
1.2.1. Dünyada Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi	9
1.2.2. Türkiye’de Turist Rehberliğinin Tarihsel Gelişimi.....	11
1.2.2.1. Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitimi.....	14
1.3. TURİST REHBERLERİNİN SAHİP OLMASI GEREKEN NİTELİKLER .	18
1.3.1. Karakteristik Özellikleri.....	18
1.3.1.1. Dışa Dönük Olma ve Sosyalleşme:.....	19
1.3.1.2. Misafirperver, Kibar ve Pozitif Olma:	19
1.3.1.3. Özgüvenli ve Mizah Kabiliyetine Sahip Olma:	19
1.3.1.4. Dürüst, Güvenilir ve Hoşgörülü Olma:	20
1.3.1.5. Sorumluluk Bilinci ve İş Ahlakına Sahip Olma:.....	20
1.3.2. Fiziksel Görünüm.....	20
1.3.2.1. Kişisel Bakımına Önem Verme:	20
1.3.2.2. Fiziki Yeterliliğinin Olması:	21
1.3.3. Beceri ve Yetenekler	21

1.3.3.1. İletişim Becerisi:	21
1.3.3.2. Grup Önünde Konuşabilme ve Göz Konağı Kurma:	21
1.3.3.3. Beden Dili:	22
1.3.3.4. Sesini Kullanımı:.....	22
1.3.3.5. Anlatım Becerisi:	22
1.3.3.6. Organizasyon Yapabilme ve Karar Verebilme:	23
1.3.4. Bilgi ve Donanım	23
1.3.4.1. Yabancı Dil Yeterliliği:.....	23
1.3.4.2. Genel Kültür ve Yöre Bilgisi:	23
1.3.4.3. İlk Yardım Bilgisi:	24
1.4. TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNİN ÖNEMİ	24
BÖLÜM II TURİZMDE DİJİTALLEŞME VE ROBOTLAŞMA	27
2.1. ENDÜSTRİ DEVRİMİ ÖNCESİ VE SONRASI TURİZM.....	27
2.2. TURİZMDE DİJİTALLEŞME VE ROBOTLAŞMA	38
2.2.1. Turizmde Dijitalleşme.....	43
2.2.2. Turizmde Robotlaşma	47
2.2.3. Profesyonel Turist Rehberliğinde Dijitalleşme ve Robotlaşma	52
2.2.3.1. Profesyonel Turist Rehberliğinde Dijitalleşme	52
2.2.3.2. Profesyonel Turist Rehberliğinde Robotlaşma	61
BÖLÜM III PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA TURİZMDE DİJİTALLEŞME VE ROBOT TEKNOLOJİSİ KULLANIMININ DEĞERLENDİRİLMESİ	74
3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ	74
3.2.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	75
3.3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	76
3.3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	79

3.3.2. Veri Toplama Süreci	82
3.3.3. Veri Analizi Süreci.....	82
3.4. BULGULAR.....	83
SONUÇ	94
ÖNERİLER.....	100
KAYNAKÇA.....	102

GİRİŞ

Turizm içerisinde farklı alt meslek gruplarını barındıran bileşik bir yapıdan oluşmaktadır. Konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri, ulaşım hizmetleri, rekreasyon faaliyetleri ve rehberlik hizmetleri gibi farklı yapıların biraraya gelmesiyle oluşan turizm, günümüzde ülkeler için önemli bir endüstri olarak yer almaktadır. Turizm gelişmeye başladığı dönem itibarıyla ülkelerin kaynaklarına yapmış olduğu katkı nedeniyle önemli endüstrilerden biri olarak literatürde yer almaktadır. Turizm hareketliliğinin yoğun olarak yapıldığı günümüz dünyasında turistlerin seyahatlerinde devamlılığı sağlamak, ülke imajını korumak, farklı milletlerce tanınmak turizm hareketliliği için önemli konular arasında yer almaktadır. Turizmin alt meslek gruplarından turist ile en fazla vakit geçiren turist rehberleri, ülke imajına katkı sağlayan, yerli halk ile turist arasında kültür elçisi olan ve ülkenin tarihi ve kültürel mirası hakkında bilgi aktarımı yapan turist rehberleri bu konuda önemli bir turizm elemanı olarak hizmet vermektedir. Turizm endüstrisinde destekleyici unsur olarak görev yapan turist rehberleri, turist ile birebir iletişimde olması ve ülkeyi temsil etmesi nedeniyle ülke imajında önemli bir rol oynamaktadır.

Teknolojik gelişmelerin başlamasıyla beraber her endüstride olduğu gibi turizm endüstrisinde de değişimler yaşanmıştır. Farklı alt meslek grupları barındıran turizm endüstrisi de bu gelişmelerden etkilenen alanlardan biri olmaktadır. Hizmet sunumlarında etkisi sınırlı olarak yer alsa da zamanla geliştirilen teknolojiler aracılığıyla hizmet sunumunda da insan gücü yerine teknolojik unsurlar kullanılmaya başlanmıştır. Turizmin destekleyici birim elemanlarından turist rehberleri de bu değişimin görüldüğü meslek grupları içerisinde bulunmaktadır. Turist rehberliği mesleği genel olarak insan-insan ilişkisi üzerine kurulan bir meslek olması nedeniyle teknolojik gelişmelerin yaratmış olduğu bu etkinin düşük olması beklenirken mobil iletişim cihazlarının yaygınlaşması, robot teknolojisindeki gelişim, müze ve sergi alanlarında ses kayıt tabanlı verilen ‘audioguide’ teknolojisi ile rehberlik hizmeti, 3 boyutlu hologramlar ve 3d tasarımlar ile günümüze ulaşmayan kalıntılara erişim gibi çeşitli kullanım alanlarında turist rehberleriyle hizmet verilmektedir. Bu teknolojik

gelişmeler birçok avantajı beraberinde getirirken turist rehberliği mesleği için olumsuz etkilere de neden olabilmektedir.

Turist rehberliği ile ilgili literatür incelendiğinde teknolojik gelişmeler, dijitalleşme ve robot teknolojisiyle ilgili yabancı literatürde çalışmalar bulunmaktadır. Ancak Türkçe literatürde sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmaktadır. Böylece çalışma; turizm endüstrisinde dijitalleşme ve robot teknolojisi kullanımının profesyonel turist rehberleri tarafından değerlendirilmesi boşluğunu doldurması açısından önemlidir.

Araştırma profesyonel turist rehberliği mesleğinin dijitalleşme ve robot teknolojisi kullanımıyla yaşadığı ve yaşayacağı değişimlerin turist rehberleri tarafından nasıl değerlendirildiğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu teknolojilerin turist rehberliği mesleğine sağlamış olduğu avantaj ve dezavantajları değerlendirme amacıyla her katılımcının görüşü alınarak daha etkili bir biçimde kullanımına katkı sağlayacaktır.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinin yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile görüşme formu oluşturulmuştur. Turizm endüstrisinde robotlaşma üzerine çok sayıda çalışması bulunan Prof. Dr. Stanislav Ivanov ve Dr. Ulrike Gretzel'den görüşme formları için uzman görüşü alınmıştır. Demografik özellikler ile ilgili sorular ve yarı yapılandırılmış sorular olmak üzere görüşme formu iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Dijitalleşme ile ilgili 3 soru, robotlaşma ile ilgili 6 soru olmak üzere yarı yapılandırılmış toplam 9 soru yer almaktadır. Oluşturulan görüşme formları Türkiye'nin en fazla turist akışının yaşandığı ve teknolojik yeniliklerin turizmde yoğun olarak kullanıldığı İstanbul ilinde eylemli rehberlerin bulunduğu İstanbul Rehberler Odasına kayıtlı 20 profesyonel turist rehberine uygulanmıştır. Veri analizi yapılırken tema analiz yöntemi uygulanmıştır. Bu çalışma 3 bölümden oluşmaktadır.

İlk bölümde turizm, turist ve profesyonel turist rehberliği kavramları açıklanmaya çalışılmıştır. Dünyada ve Türkiye'de turist rehberliğinin tarihsel gelişimi, Türkiye'de turist rehberliği eğitimi, turist rehberlerinin sahip olması gereken nitelikler ve turist rehberliği mesleğinin önemi konuları açıklanmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde endüstri devrimi öncesi ve sonrası turizm, turizmde dijitalleşme ve robotlaşma, turist rehberliğinde dijitalleşme ve robotlaşma konuları ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde araştırmanın problemi, amacı ve önemi, yöntemi, evreni ve örnekleme, veri toplama ve veri analizi süreci hakkında bilgi verilmiştir. İstanbul’da eylemli olarak çalışan turist rehberleri ile yapılan görüşmenin sonuçlarına ait analizlere bulgular, sonuç ve öneriler kısmında yer verilmiştir.

BÖLÜM I TURİST VE TURİST REHBERLİĞİ

1.1. TURİST VE TURİST REHBERLİĞİ KAVRAMLARININ TANIMI

Turizm endüstrisi çeşitli sektörlerin destekleyici unsur olarak görev yaptığı bileşik bir yapıdan oluşmaktadır. Farklı alt sektörlerden oluşan yapısı nedeniyle içerisinde çeşitli kavramlar yer almaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde araştırmanın konusuyla ilişkilendirilen kavramlar detaylandırılacaktır. Öncelikle turizm ve turist kavramları açıklanacak ardından profesyonel turist rehberliğinin tanımı yapılarak kavramlar detaylandırılacaktır.

1.1.1. Turizm ve Turist Kavramlarının Tanımı

Günümüzde ülke ekonomilerine katkı sağlayan önemli kaynaklar arasında bulunan turizm, yüzyıllardır var olan bir olgudur. İlk başlarda dini, ticari veya sağlık gibi amaçlarla yapılan seyahatler olarak literatürde bulunan turizm hareketliliği zaman içerisinde değişime uğramıştır. II. Dünya Savaşı sonrasında değişen sosyal, çevresel, kültürel ve psikolojik faktörler ile günümüzdeki turizm anlayışı oluşmaya başlamış ve savaş sonrası artan turizm hareketliliği ile güçlü bir endüstri haline gelmiştir. Endüstrileşme ile boş zamanın artması, ulaşım imkanlarının çeşitlenmesi, seyahat sürelerinin kısalması gibi nedenler turizm hareketliliğinin uluslararası düzeyde artmasına neden olmuştur.

Turizm kavramına ait literatürde çok sayıda tanım bulunmaktadır. Turizmin farklı disiplinlerden beslenen yapısı nedeniyle kavramın tanımı sırasında yazarların farklı bakış açılarıyla yönelimleri tanımların çeşitlenmesine neden olmuştur. Turizm kavramı; insanların yaşadıkları yer dışında yaptıkları seyahat ve gidilen destinasyonda yapılan geçici konaklamalardan doğan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili faaliyetlere denilmektedir. Turizm faaliyetinin gelişebilmesi için gerekli olan unsurlar; boş zaman, gelir, istek ve teknik olarak 4 maddede sıralanmaktadır (Özgen, 1995 akt. Özen, 2009).

Libreros'un (1998) yapmış olduğu turizm tanımı Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) tarafından benimsenmiştir. Para kazanmamak ve kalış süresi bir yıldan fazla olmamak kaydıyla; boş zaman, iş ve diğer amaçlarla yaşadıkları yer

dışında konaklama ve seyahat etme aktivelerinden doğan faaliyet türü turizm olarak ifade edilmektedir.

Başol'un (2012) turizm kavramına ait yapmış olduğu tanım; devamlı yerleşmemek, politik ve ticari amaç içermemek kaydıyla yalnızca merak, din, spor, öğrenim, sağlık, dinlenme, kültürel, zevk ve eğlence amacıyla bireysel veya kitlesel olarak en az 24 saat süre ile turizm endüstrisi kurumlarından da yararlanılarak yapılan faaliyetler bütünüdür.

Dünya Turizm Örgütü'ne (1994) göre turizm kavramı; boş zaman aktiviteleri, iş veya diğer amaçlar için kişilerin yerleşik oldukları bölge dışına seyahat etme ve konaklama faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır.

Turizm kavramının tanımlarında da belirtildiği üzere turizm faaliyeti ulaşım, konaklama, yiyecek içecek işletmesi gibi farklı endüstrilerin oluşturduğu bir bütündür. Tüm destekleyici unsurlar mal ve hizmetlerin sunumunu oluştururken, seyahat acentaları ve tur operatörleri gibi endüstriler turistik ürünlerin oluşturulup satılmasını sağlamaktadır. Birbiri içine geçmiş çok sayıda farklı endüstriden oluşan turizm, heterojen bir yapı ve emek yoğun bir sistem olarak literatürde tanımlanmaktadır.

Turizmin uluslararası düzeyde öneminin artması ve ülke ekonomilerine olan büyük katkısı; turizm ile ilgili planlama ve pazarlama faaliyetlerinin yapılması ve turist kavramının tanımının belirgin bir şekilde yapılmasını ihtiyaçlarını doğurmuştur. Turizm faaliyetlerinin hacmini belirlemek amacıyla turist kavramına ait kriterlerin belirlenmesi ve tanımlanması ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. Bu kavramının tarihi 12. yüzyıla kadar uzanmaktadır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2018).

Turizmin faaliyetlerinin temelinde bulunan ve tüketimi sağlayan en önemli unsurlardan turist kavramı; turizm olgusunun çekirdek unsurudur. Seyahat deneyiminin en önemli parçası olan turist bir destinasyonu tercih etmesini sağlayabilmek için öncelikle turist istek ve arzularını anlamak ve destinasyonu onlar için çekici hale getirmek gerekmektedir (Goeldner ve Ritchie, 2007).

Karaküçük'ün (2014) çalışmasının 157. sayfasında turist kavramı ile ilgili tanımına göre; *“para kazanma amacı gütmekten dinlenmek, eğlenmek veya bilimsel, sportif, idari, kültürel, diplomatik, dinsel, sağlık vb. sebeplerle ikamet ettiği yerin dışına geçici olarak çıkan*

ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat ettikten sonra yeniden ikamet ettiği yere dönen kişilerdir.”

Milletler Cemiyeti İstatistik uzmanları tarafından 1937 yılında kabul görmüş turist tanımına göre; *“Turist, ikametgahının bulunduğu ülkeden başka bir ülkeyi en az 24 saat süreyle ziyaret eden kişidir.”* (Vatan ve Türkbaş, 2018, 31).

22747 sayılı Seyahat Acentaları Yönetmeliğine göre turist kavramının tanımı ise *“para kazanma amacı olmaksızın dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari diplomatik, dinsel, sıhhi vb. nedenlerle oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimse”* olarak yapılmaktadır (Erdoğan ve Yılmaz, 2012, 834).

Turist kavramının tanımlarından yola çıkılarak Yağcı (2006) yapmış olduğu çalışmada turist olarak kabul edilecek kriterleri aşağıdaki gibi belirlemektedir (Bozkurt, 2020);

- Turizm hareketlerini belirleyen ve yön veren kişilerdir.
- Seyahat edilen yere yerleşme gayesi gütmeyen kişilerdir.
- 24 saati doldurmasa bile, deniz gezileri (cruise) ile seyahat eden kişilerdir.
- Temel anlamda psikolojik ihtiyaçlarını gidermek isteyen, sınırlı bir harcama gücü bulunan, zamanı kısıtlı olan kişilerdir.

Turist kavramının tanımı uluslararası turizm istatistikleri için bir standart oluşturabilmesi açısından önemli bir konudur. Günlük olarak komşu ülkede çalışan sınır işçileri, göçebeler, mülteciler, transit yolcular, ülkede bulunan yabancı askeri personel, konsolosluk temsilcileri, diplomatlar ile geçici ve daimi göçmenler turist ve günübirlikçi kapsamının dışında kalmaktadır. Turizm istatistiklerinde bulunamayacakları için turist ve günübirlikçi kavramları olarak bir standart belirlenmiştir. 1991 yılında Madrid’de gerçekleşen toplantıda Dünya Turizm Örgütü (WTO) turist, ziyaretçi ve günübirlikçi kavramlarını kesin olarak belirlemiş ve üye olan ülkelere tavsiye etmiştir (Çuhadar, 2006).

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kabul görmüş turist, günübirlikçi ve ziyaretçi tanımlarına göre (WEB1);

Turist: *“Sınır kapılarından en az bir geceleme yapmak için amacıyla ülkeye yapılan giriş sayısıdır.”* Sınır kapılarından yapılan bu girişler kişi bazlı olmamakla birlikte

farklı zamanlarda aynı turist tarafından yapılan girişler farklı girdiler olarak kaydedilmektedir.

Günübirlikçi: *“Sınır kapılarından bir gün içinde 24 saatten az sürede ülkeye giriş ve çıkış yapan kişi sayısıdır.”*

Ziyaretçi: Turist ve günübirlikçi kavramlarını kapsaması nedeniyle turist ve günübirlikçi sayılarının toplamı olarak tanımlanmaktadır.

Turist, ziyaretçi ve günübirlikçi kavramları ile ilgili tanımlara şeffaflık kazandırılmış ve bu sayede ülkelere giriş yapan turist sayılarına belirgin bir şekilde ulaşılabilmektedir (Erdoğan, 1996).

1.1.2. Profesyonel Turist Rehberinin Tanımı

Turist tarafından bilinmeyen destinasyonlarda sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan anlatım yapan ve turistin gereksinim duyacağı durumlarda ihtiyaçlarını karşılamada yerel kılavuzluk eden kişiler turist rehberi olarak anılmaktadır. Perakende turistik hizmet ürünü satan seyahat acentalarının en önemli personelleri arasında yer alan turist rehberlerinin, ülke turizmine olan katkılarının oldukça yüksek olduğu bilinmektedir (Arat ve Bulut, 2019).

Turizm olgusunun merkezinde bulunan turist ile en çok iletişim halinde olan kişiler turist rehberleridir. Bir kültür elçisi olarak görev alan turist rehberleri; ülkeye gelen turiste kılavuzluk eden, bölge ve kültürü hakkında bilgilendirilmesini sağlayan, olası problemlerde turiste yol gösteren ve kültürler arası etkileşimde büyük rol oynayan kişilerdir. Turist rehberliği mesleğinin başlangıcının grup seyahatlerinin başladığı sürece kadar uzanması nedeniyle literatürde rehberlik mesleği ile ilgili çok sayıda tanım yer almaktadır.

Sezgin’in (1995) turist rehberi tanımına göre; rehber yerli ve yabancı turistlere ülkenin doğal, tarihsel, arkeolojik ve kültürel değerlerini en iyi şekilde tanıtabilecek, onlara gezileri süresince yardımcı olabilecek ve doğru bilgiler verebilecek personeldir (Değirmencioğlu, 1998).

Kuşlivan ve Çeşmeci’nin (2002) çalışmasının 235. sayfasındaki turist rehberi tanımına göre; *“turist rehberleri ziyaretçilere tur süresince eşlik ederek onların*

seyahat organizasyonunu kolaylaştırır, ziyaretçilerin seyahatlerinin mümkün olduğunca sorunsuz ve zevkli geçmesini sağlar.” Gezilen yerler ile ilgili doğru bilgiler vererek ziyaretçilerin seyahat ve gezi deneyimlerindeki memnuniyet ve memnuniyet düzeylerinde belirleyici rol oynar. Turist rehberleri bilgi, beceri, tutum ve davranışları ile Türkiye ve Türk imajını yansıtmaktadırlar. Oluşan olumlu imaj sayesinde turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etmeleri konusunda önemli bir rol oynamaktadır.

Resmi Gazete’de (2005) yayınlanan Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği 4. maddesine göre; rehberlik lisanslarında yer alan dillerde yerli veya yabancı turistlerin tur öncesinde talep ettikleri dil seçeneğine uyumlu olarak, gezilen destinasyonun kültürel ve doğal mirası hakkında bilgi veren, gerçekleşen tur programının bir tur operatörü ya da seyahat acentesinin yazılı belgelerinde yer alan ve tüketiciye satıldığı şekilde akışın gerçekleşmesini sağlayan ve tur akışını seyahat acentesi adına organize eden kişiler turist rehberi olarak tanımlanmaktadır (WEB2).

Ahipaşaoğlu’nun (2001) çalışmasının 34. sayfasındaki tanıma göre ise turist rehberi; *“belirli bir program dâhilinde yerli ve yabancı gezginlere yol gösteren, program kapsamındaki ziyaret yerleri hakkında uygun dilde doğru bilgiler aktaran, ülke ya da bölge hakkında tanıtım yapan, gezginlerin doğru sosyal-ekonomik ve kültürel izlenimler almasına yardımcı olan kişiler”* olarak tanımlanmaktadır.

Dünya Turist Rehberleri Federasyonu (World Federation of Tourist Guide Associations) tarafından kabul gören rehberlik tanımına göre; kendi seçtikleri dilde ziyaretçilere rehberlik eden, bir destinasyonun doğal ve kültürel mirasını bölgeye özgü niteliklerle yorumlayan ve yetkili otoriteler tarafından tanınan kişidir (WEB3).

Literatürde turist rehberliğine ait farklı pek çok tanım bulunurken tüm tanımların ortak noktası, turist rehberinin bilgi aktarıcı rolü olarak belirtilmiştir. Turist ile yerli halk ve bölgesel nitelikle arasında köprü olarak görülen turist rehberleri arabulucu ve akıl hocası rolleriyle de turizm olgunun içinde yer almaktadır. Turistin, ülke ile ilgili sahip olduğu olumlu düşüncelere veya olumsuz yargıların dönüştürülmesine olan katkısı oldukça büyüktür (Dahles, 2002).

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafınca tanınan turist rehberleri, bakanlık tarafından belirlenen politikalar çerçevesinde her türlü bireysel ve grup halindeki turistin

gezdirilen ve bu doğrultuda Türkiye'nin turizm zenginliklerine katkı sağlayan faaliyetleri yerine getiren kişiler olarak kabul görmektedir (Eker, 2015).

1.2. TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Seyahat faaliyetlerinin başlangıcıyla beraber ihtiyaç duyulmaya başlayan turist rehberliği mesleğinin varlığı tarih öncesi döneme kadar uzanmaktadır. Mesleğin ilk zamanlar yalnızca seyahat süresince yolculara kılavuzluk etmek ve güvenliği sağlamak gibi amaçları bulunmaktadır. Ancak Dünya'da ve Türkiye'de turist rehberliği mesleğinde yaşanan gelişim ile beraber günümüzdeki meslek kanunu içerisinde belirli hakları bulunan ve üniversitelerin turizm fakültelerinde eğitimi verilen bir meslek grubu halini aldığı söylenebilmektedir.

1.2.1. Dünyada Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi

Seyahat faaliyetlerinin tarihi yüzyıllar öncesine kadar uzanmaktadır. Ancak organize ilk seyahatler Persler, Süryaniler ve Mısırlılar tarafından gerçekleştirilirken; istilalar, güvenlik eksikliği ve ulaşım zorlukları gibi etkenler seyahatleri hem tehlikeli hem de seyahatlerin yavaş bir şekilde gerçekleşmesine neden olmaktadır. Yolculuk sırasında deneyimli birine ihtiyaç duyan gezginler; yol haritası ve bölge bilgisi konusunda deneyimli kişiler olan turist rehberlerinin bilgilerinden faydalanmaya böylelikle başlamış olduğu literatürde yer almaktadır (Cruz, 1999). M.S. 130 yılında Mısır'ın Konuşan Heykelini görmek üzere gelen Romalı ziyaretçilere (İmparator Hadrian ve eşi Kraliçe Sebena) Mısırlı Rahiplerin rehberlik etmesi sonucunda, Mısırlı Rahipler tarihte bilinen ilk turist rehberleri olarak kaynaklara geçmiştir (Ahıpaşaoğlu, 2001).

Yunan İmparatorluğu döneminde resmi iş gezileri süresince gezginlere yol gösteren ve yardım eden kişi anlamına gelen tur liderliği geleneğini başlatan Yunanlıların rehberlik mesleğinin temelini oluşturduğu düşünülmektedir. Yunanlıların başlattığı tur liderliği geleneği ile tarihte bilinen ilk rehber kitap olan 'Praxemos'un bu dönemde yazıldığı literatürde yer almaktadır. Dinçer ve Kızılırmak'ın (1997) yapmış olduğu çalışmaya göre; Romalıların suya ve banyoya olan düşkünlüğü sonucu başlatılan termal turizm faaliyetlerinde mihmandarlık yapan kişiler aynı zamanda rehberlik

görevini de yerine getirmekteydi. Termal turizm faaliyetlerinin artması ile deniz kıyılarındaki dinlenme yerlerinin de bu dönemde ön plana çıktığı düşünülmektedir (Dinçer ve Kızıllırmak, 1997 akt. Polat,2001).

Bazı kaynaklar ise turist rehberliği mesleğinin tarihini Olimpiyat Oyunlarına dayandırmaktadır. Yunan İmparatorluğu süresince gerçekleşen Olimpiyat Oyunları nedeniyle sportif faaliyet amaçlı seyahatlerin artmaya başladığı görülmektedir. Bu nedenle bazı kaynaklar tarafından ilk gezginlerin Yunanlılar olduğunu belirtilmiştir. İlgili dönemde rehberlerin; keşfettikleri veya gözlemledikleri bilgileri dünyanın geri kalanıyla paylaşma konusunda istekli olması, toplumları seyahat etme konusunda etkilemeye yol açtığı düşünülmektedir. Toplumların seyahat etme motivasyonu oluşturmada etkili olan nedenler ise; festivaller, gösteriler ve Olimpiyat Oyunları olarak sıralanmaktadır. Bu sayede çok sayıda Romalı turist Yunan İmparatorluğu'nu ziyaret etmiştir (Mohammed, 2017).

Yıldız'ın (2008) yapmış olduğu çalışmaya göre ise tarihte bilinen ilk rehberlerin Mısırlı rahipler olduğu ve eski çağlarda seyahat etmeyi çok seven Romalıların ise ilk gezgin olduğu yer almaktadır. M.Ö. 7. Yüzyılda başlayan Olimpiyat Oyunları ise kitlesel seyahatlerin başlangıcı olduğu kabul edilmektedir.

Kültür turizminin öncüsü ve Anadolu'da büyümüş olan Herodot ilk seyahat yazarı olarak tarihte yer almaktadır. Gezdiği yerleri gelenekleriyle birlikte anlattığı kitabı 'Historia'da rehberlerden fazlasıyla bahsetmiştir. Birçok kaynak Herodot'un ilk rehberlerden olduğunu söylemektedir. Gezdiği yerleri gelenek ve görenekleriyle öğrenerek topluma aktardığı görülmektedir. Antik Roma'da Via Regalis, Via Flaminia, Via Aemilia, Via Avrelia, ve Via Agnetia gibi yolların inşa edilmesiyle seyahatler kolaylaşmıştır. Böylelikle seyahatlerin arttığı ve yeni inşa edilen yollara her 20-30 km'de bir konaklama tesisi yapıldığı bilgisi yer almaktadır. (İrigüler ve Güler, 2016).

M.S. 600'lerde seyahatler askeri, dini veya sağlık nedenleriyle küçük gruplar halinde yapılmaktadır. Bu seyahatlerin yaşandığı dönemlerde Anadolu'yu karış karış bilen ve trafiğe yön veren rehberlerin yer aldığı belirtilmektedir. Orta çağ ile birlikte kitlesel seyahatler başlaması ve ilk büyük ölçekli yer değiştirme olan Haçlı seferleri yapılması birçok turizm öğesinin kullanılmasını sağlamıştır. Haçlı seferleri ile birlikte

konaklama, güvenlik, ulaşım, giriş ücreti, sınır geçiş hizmetleri ve rehberlik gibi tur öğelerinin ilkel formda kullanıldığı görülmektedir (Çolakoğlu, Efendi ve Epik, 2014).

Sanayi Devriminin başlamasıyla çalışma koşullarındaki iyileşme, çalışanların boş zaman ve gelir düzeylerini arttırmıştır. Böylelikle seyahatlere daha elverişli olan burjuva sınıfı için Thomas Cook tarafından modern anlamda ilk tur faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu organizasyon, sadece modern tur anlamında bir ilk olmayıp aynı zamanda tur liderliği ile tur yöneticiliğinin başlangıcı ve çağdaş rehberliğin öncülüğü olarak kabul edilmektedir (Yenipinar, Bak ve Çapar, 2014).

17. yüzyılda seyahat etmek ayrıcalıklıların ve gelir düzeyi yüksek olan grupların gerçekleştirebildikleri bir faaliyet iken II. Dünya Savaşı sonrasında sivil havacılığın gelişmesiyle uluslararası turizmde hareketlenmeler olmuştur. Savaşta kullanılan uçakların savaş sonrasında sivil havacılığa hizmet etmesi havayolu taşımacılığını geliştirmiş ve havayolu ile ulaşımın orta ölçekli sınıflar tarafından da kullanılabilir olmasını sağlamıştır (Roney, 2011).

20. yüzyıla gelindiğinde İngiltere’de Londra kulesi ve Windsor Şatosu’nun rehberli gezilere açılmasıyla birlikte bazı seyahat acentaları ve tur operatörleri tarafından turist rehberi istihdamı sağlanmaya başlamıştır. Bu dönemde özellikle İngiltere’yi ziyaret eden Amerikalı turistlere limuzin, şoför ve rehberli turlar düzenlenmekteydi. Bu organizasyonların yoğunluğu sebebiyle rehberlerin eğitimi ile ilgili çalışmalar önemsenmeye başlanmıştır. 1930’lu yıllardan sonra kitle turizminin profesyonel turist rehberlerinin organizasyonunu zorunlu kıldığı söylenmektedir (Tetik, 2006).

1.2.2. Türkiye’de Turist Rehberliğinin Tarihsel Gelişimi

Seyahat faaliyetlerinin geçmişi ilk çağlara kadar uzansa da Türkiye’de turist rehberliğinin geçmişi 19. yüzyıl sonlarına kadar ulaşmaktadır. Başlangıçta ‘tercüman rehberlik’ olarak nitelendirilen turist rehberliği, Osmanlı döneminde Orient Express ile özellikle İstanbul’da popüler bir iş olanağı olmuştur. Tanzimat Fermanı’nın ilan edilmesiyle Avrupa ile iyi ilişkiler kurulması sonucu Avrupa’dan İstanbul’a seyahatlerin artması ve rehberlere duyulan ihtiyaç ile tercüman-rehberlik adında yeni bir meslek grubu ortaya çıkmıştır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2013).

Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde meslek grupları milliyetlere göre yoğunlaşmıştır. Ermeniler, Süryaniler ve Rumlar, el sanatları, ticaret ve konaklama tesislerinin işletmeciliğini yürütmekteydiler. Beyoğlu'ndaki pansiyonların ve Galata'daki meyhanelerin sahipleri olan Rumların tercüman-rehberlik mesleğinin bu dönemde Fenerli Rumlarla birlikte yaptıkları görülmektedir. Müslümanların ise herhangi bir batı dilini öğrenmelerinin şeriatı aykırı olduğu görüşü nedeniyle tercüman rehberlik mesleği yalnızca Rumlar, Yahudiler, Fransız, İtalya ve Maltalı levanten ailelerin çocukları için istihdam sağlamıştır. Müslümanlar uzun bir süre bu meslek grubunda yer almadığı söylenmektedir. Ancak yapılan turlardan sonra o dönem basılan kitaplarda Osmanlı ile ilgili sadece olumsuz bilgilerin bulunması, devletin Müslüman gençleri tercüman-rehberlik yapmaya yönlendirmelerine neden olmuştur. Bu doğrultuda açılan tercüme odaları ile Müslüman gençler bir batı dilini öğrenmeye teşvik edilmiştir (Değirmencioğlu, 2001).

Azınlıklara mensup olanların tercüman-rehberlik yaptığı dönemde; Osmanlı Devleti'nin azınlıkların ya mensup oldukları ya da sempati duydukların azınlıkların haklarını korumadıkları yönünde yaptıkları yorumlar yabancı turistlere aktarılmıştır. Yabancı turistlerin gözünde Osmanlı Devleti'nin azınlıkları ezdiği yönünde oluşan imaj devletin konu ile ilgili bir düzenleme yapmasına neden olmuştur. Bunun üzerine 190 sayılı Nizamname ile turist rehberliğine dair ilk yazılı belge 29 Ekim 1890 yılında yayınlanmıştır. Osmanlı Devleti, yayınlanan bu Nizamname ile rehberleri disiplin altında tutmayı amaçlamış ve rehberlik yapmak isteyenlerin yabancı dil yetkinliği ile düzgün bir Türkçeye sahip olduğunu sınavla belgelemeyi hedeflemiştir. Nizamname Osmanlı Devleti tarafından yürürlüğe konulmuş olsa da uygulamasıyla pek ilgilenilmediği düşünülmektedir. Bu nedenle ülke aleyhine yapılan propagandalar da engellenememiştir (Eker, 2015).

Cumhuriyetin ilanından 2 yıl sonra Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, yayınladığı 'Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname' ile tercüman rehberlerin yeterli bilgiye sahip olup olmadığını sınavla belirleyeceğini duyurmuştur. Ancak o dönemde yaşanan ekonomik krizler nedeniyle turizm faaliyetleri gitgide düşüş göstermiştir. 1971 yılına kadar turist rehberliği mesleğinde önceki kararname geçerli olmuştur. Tercüman rehberlerin bağlı olduğu herhangi bir

kuruluş bulunmadığı için ise sınav sonucu ile belgelendirme sistemi uygulanamamıştır (WEB4, 2012).

1928 yılında dünyada yaşanan ekonomik kriz sebebiyle uluslararası turizm hareketliliği düşüşe uğramış ve durma noktasına gelmiştir. Tercüman rehberler bu süreçte mesleklerini bırakmak üzereyken aynı yıl içerisinde İktisat Müdürlüğü'nün rehberlik kursu açması ile 50 rehber mezun edilmiştir. 1935 yılında belediyelerde turizm şubeleri kurulmuş ve yeniden rehberlik kursu açılarak 53 rehber mezun edilmiştir. Ancak II. Dünya Savaşı'nın etkisiyle turizm faaliyetlerinde yaşanan durgunluk rehberlerin büyük çoğunluğunun mesleğini bırakmasına sebep olmuştur (WEB5, 2017).

II. Dünya Savaşı'nın bitişiyle uluslararası turizm hareketliliğinin artması 1950 yılında 'İkinci Turizm Danışma Kurulu'nun toplanmasına neden olmuş ve sunulan raporda rehberlik mesleğinin önemine dikkat çekilmiştir. Turist rehberlerinin çalışma esasları, belgelendirmeleri ve eğitimlerini düzenlemeye yönelik ilk yönetmelik olan 'Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği' olarak çıkarılmıştır. 1971 yılında çıkarılan yönetmeliğin ardından; 1983, 1986, 1988, 1995 ve 2005 yıllarında çıkarılan yönetmeliklerle şartlar iyileştirilmeye çalışılmıştır. 2012 yılında TBMM tarafından kabul edilen 6326 Sayılı 'Turist Rehberliği Meslek Kanunu' ile turist rehberleri için bir standart oluşturulmuş ve günümüzde rehberlerin bağlı bulundukları Turist Rehberleri Birliği kurulmuştur. Yayınlanan bu kanun ile turist rehberlerinin çalışma esaslarının ve bağlı bulundukları kuruluşların işleyişleri düzenlenmiştir. Kanun ile rehberlerin hak ve hükümlülüklerine, çalışma usullerine, mesleğin icrası sırası yapılması gerekenlere ve rehberlik eğitimlerine şeffaflık kazandırılmıştır (Çolakoğlu ve diğerleri, 2014).

22 Haziran 2012 yılında yayınlanan 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile beraber meslek odalarıyla ilgili bazı değişiklikler olmuştur. 2012 yılında meslek kanunu yayınlanmadan önce İstanbul, İzmir ve Ankara olmak üzere üç meslek odası bulunurken, 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun 8. Maddesine göre en az 150 turist rehberinin yerleşiminin bulunduğu her ilde oda kurulabileceği ifadesi ile birçok ilde yeni rehber odaları kurulmuştur (Acar, 2014). TUREB 2020 yılı verilerine göre; ADRO (Adana Rehberler Odası), ANRO (Ankara Rehberler Odası), ATRO

(Aydın Turist Rehberleri Odası), BURO (Bursa Bölgesel Rehberler Odası), ÇARO (Çanakkale Bölgesel Rehberler Odası), GARO (Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası), MURO (Muğla Rehberler Odası), NERO (Nevşehir Rehberler Odası), ŞURO (Şanlıurfa Bölgesel Rehberler Odası) ve TRO (Trabzon Bölgesel Rehberler Odası) ile toplam 13 adet turist rehberlerinin bağlı olduğu meslek odası bulunmaktadır. Daha önce rehberlere yerleşiminin bulunduğu ilde meslek odasına kayıt olma zorunluluğu getirilmemiş iken 6326 Sayılı Meslek Kanunu ile rehberlerin bulundukları ildeki meslek odasına üye olma şartı getirilmiştir (WEB6, 2020).

Meslek odalarıyla ilgili düzenlemeye ek olarak yeterli şartları sağlayan turist rehberi adaylarına ‘kimlik kartı’ verebilen odalar, yeni düzenleme ile rehber adaylarının mesleklerini icra edebilmesi için 1 yıl geçerliliği olan ‘çalışma kartı’ düzenleyebilmektedirler. Mesleğini fiilen yapmak isteyen adayların meslek kanununca bakanlık tarafından verilen ruhsatnameye sahip olması gerekmektedir. Ruhsatnameye ve çalışma kartına sahip olan rehberler eylemli turist rehberi, ruhsatnameye sahip olup çalışma kartına sahip olmayan rehberler ise eylemsiz turist rehberi olarak kanuna eklenmiştir. Bu madde doğrultusunda turist rehberliği mesleğini yalnızca eylemli turist rehberlerinin yapabileceği yasalaştırılmıştır. Turist Rehberleri Meslek Kanununun yayınlanmasından 8 ay sonra meslek kuruluşlarının denetimlerinin arttırılması adına Resmi Gazetede (2013) ‘Turist Rehberi Meslek Yönetmeliği’ ile turist rehberliği meslek kuruluşlarının bakanlık tarafından denetlenmesine ait usul ve esaslar yayınlanmıştır. İlgili kurum ve kuruluşlar denetimlere tabii tutulmuş ve turist rehberliği mesleği sağlam bir hukuki zemine oturtulmuştur (Acar, 2014).

1.2.2.1. Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitimi

Turizm faaliyetlerinin başlamasının ardından bilinmezliklerle dolu seyahatlerde; kültüre, yola, coğrafyaya, konuşulan dillere ait bilgisine, karakterine, turistlerin kendisini emanet edebilecekleri kadar güvendiği bir kişiye duyulan ihtiyaçtan turist rehberliği mesleği doğmuştur. Turizm kavramının gitgide gelişim göstermesiyle turist rehberliği mesleği de her geçen gün daha önemli bir meslek grubu haline gelmiştir. Coğrafya, kültür, gelenek, görenek, güvenlik, tarih, yabancı dil bilgisi gibi farklı birçok niteliğe sahip olması gereken bu meslek grubunun diğer tüm mesleklerde

olduğu gibi kişilerin profesyonel bir eğitim alması gerekmektedir (Tanrısever, Bektaş ve Koç, 2019).

Türkiye’de turist rehberliği eğitimi mesleğin başlangıcından itibaren çeşitli değişiklikler göstermektedir. 1995 yılına kadar rehberlik eğitimi Turizm Bakanlığı tarafından kısa dönemli kurslar aracılığı ile yapılmaktadır. Kursların açılış tarihleri, hangi illerde açılacağı gibi detaylar bakanlık tarafından belirlenmektedir. Rehber adayları kurs süresince; sanat, tarih, genel kültür, temel turizm dersleri, yabancı dil gibi alanlarda eğitim almaktadırlar. Kurs sonunda yapılan yeterlilik sınavını başarıyla tamamlamaları sonucunda profesyonel turist rehberi kimlik kartı adıyla bir belge düzenlenmektedir. Böylelikle rehber adayları turist rehberi olarak çalışabilmektedir (Polat, 2001).

1990’lı yıllar itibariyle turizm rehberliği bölümünün bakanlık kurslarının yanı sıra üniversitelerin ön lisans ve lisans bölümlerinden okutulmaya başlatılması ile rehber adayları için 3 farklı eğitim seçeneği oluşturulmuştur. Bakanlık kursundan, üniversitelerin ön lisans veya lisans bölümlerinden başarıyla mezun olan adaylar; Kamu Personeli Dil Sınavı (KPDS) veya eşdeğer sınavlardan en az 70 (yetmiş) puan almış ve ‘uygulama gezisini’ tamamlamış olmaları şartı ile ‘turist rehberliği kimlik kartı’ alabilmektedir. Böylelikle rehberlik eğitimini belgelendiren adaylar profesyonel turist rehberliği mesleğini icra edebilmektedirler (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013).

2001 yılı itibariyle 3 farklı şekilde sunulan yapının ardından 2012 yılında T.C. Resmi Gazete’de yayınlanan 6326 Sayılı Meslek Kanunu ile turist rehberliği eğitimi üniversitelerin ön lisans ve lisans programlarında verileceği bilgisi kanuna eklenmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm sektörünün ihtiyaçları dahilinde bölgesel veya ulusal olarak nadir dillerden rehber yetiştirme kursu açabilme ayrılacağını bulundurulmaktadır (WEB7, 2013).

Günümüzde turizm rehberliği eğitimi, üniversitelerin ön lisans ve lisans bölümlerinde verilmeye devam etmektedir. 2012 yılında yürürlüğe giren 6326 Sayılı Meslek Kanunu dahilinde bakanlığın açtığı kurslardan, üniversitelerin ön lisans veya lisans programlarından mezun olan adaylar uygulama gezisini başarıyla tamamlayıp Yabancı Dil Sınavı (YDS) veya eşdeğerindeki sınav türünden 75 (yetmişbeş) puan almak şartıyla rehber olabilmektedirler. Veyahut Turist Rehberleri Birliği tarafından açılacak

olan yabancı dil sınavlarına müracaat ederek sözlü ve yazılı sınavdan başarılı olmak şartı ile turist rehberi olabilmektedirler. Bu aşamaları tamamladıktan sonra ruhsatname ve çalışma kartına sahip rehberler sektörde yasal bir şekilde çalışabilmektedirler (Acar, 2014).

Yüksek Öğretim Kurulu’nun (YÖK) 2019 yılı verilerine bakıldığında birçok ilde ve üniversitede önlisans ve lisans programları ile turizm rehberliği eğitimi verilmektedir. Önlisans eğitimi 17 devlet, 5 vakıf üniversitesi olmak üzere ‘turist rehberliği’ bölümü toplam 22 üniversitenin meslek yüksekokulunda verilmektedir. Lisans eğitimi olarak ‘turizm rehberliği’ bölümü ise turizm fakültesi altında 26 devlet, 1 vakıf üniversitesinde verilmektedir. Ayrıca ‘seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği’ bölümü olarak 3 devlet üniversitesinin turizm fakültesinde okutulmaktadır. Meslek yüksekokullarında verilen turizm rehberliği lisans programı eğitimi ise 4 devlet, 2 vakıf olmak üzere 6 üniversitede okutulmaktadır (WEB8, 2019). Türkiye’de yer alan turist rehberliği bölümleri devlet ve vakıf üniversiteleri olmak üzere Tablo 1.1’de sunulmuştur.

Tablo 1.1. Türkiye’de Turist Rehberliği Bölümleri

	Devlet Üniversitesi	Vakıf Üniversitesi
Önlisans	17	5
Lisans	26	1

Kaynak: YÖK, 2019

YÖK’ün 2019 yılında yayınlamış olduğu kontenjanlara bakıldığında lisans düzeyinde turizm rehberliği için üniversitelerin toplam kontenjan sayısı 2085’dir. Önlisans düzeyinde eğitim veren üniversitelerin toplam kontenjan sayısı ise; 1568’dir (WEB8, 2019). Turist Rehberliği Birliği’nin (TUREB) 2019 yılında yayınlamış olduğu rehber istatistiklerine göre Türkiye’de eylemli/eylemsiz olarak sektörde yer alan profesyonel turist rehberleri Tablo 1.2’de verilmiştir. Odalara göre rehber dağılımı tablosunda da görüldüğü gibi İstanbul ve Antalya Rehberler Odası en fazla eylemli rehberlere sahip olan odalardır. Aktif olarak sektörde yer alan rehber sayısı İstanbul ve Antalya bölgelerinin dışında Aydın ve Nevşehir illerinin de eylemli rehber sayısının yüksek olduğu görülmektedir (WEB6, 2020).

Tablo 1.2. Eylemli/Eylemsiz Rehberlerin Odalara Göre Dağılımı

Oda	Eylemli	Eylemsiz	Toplam
Adana Rehberler Odası- ADRO	123	48	171
Ankara Rehberler Odası- ANRO	471	345	816
Antalya Rehberler Odası- ARO	1284	421	1705
Aydın Rehberler Odası- ATRO	541	120	661
Bursa Rehberler Odası- BURO	98	32	130
Çanakkale Rehberler Odası-ÇARO	159	38	197
Gaziantep Rehberler Odası- GARO	122	43	165
İstanbul Rehberler Odası- İRO	3464	1252	4716
İzmir Rehberler Odası- İZRO	812	289	1101
Muğla Rehberler Odası- MUTRO	306	118	424
Nevşehir Rehberler Odası- NERO	639	101	740
Şanlıurfa Rehberler Odası- ŞURO	100	43	143
Trabzon Rehberler Odası-TRO	97	30	127
TOPLAM	8216	2880	11096

Kaynak: TUREB, 2019

Tablo 1.3’de dillere göre rehber sayılarının dağılımları verilmiştir. Tabloda en yüksek rehber sayısına sahip 10 dilin rakamları verilmiştir. İngilizce dilinden rehber enflasyonun diğer dillere göre oldukça fazla olduğu görülmektedir. Kuşluvan ve Çeşmeci’nin (2002) çalışmalarında da yer verdiği gibi; üniversitelerin İngilizce dilinden rehber yetiştirmeleri mezun olan gençlerin iş bulma olanağını azaltmaktadır. İngilizce dilinin ardından Fransızca, Almanca, İspanyolca ve Rusça dillerinde de rehber sayıları İngilizce kadar olmasa da yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 1.3. Dillere Göre Rehber Dağılımı

Dil	Sayı
Almanca	1642
Çince	292
Fransızca	1119
İngilizce	7094
İspanyolca	772
İtalyanca	550
Japonca	588
Portekizce	380
Rusça	700
Yunanca	144

Kaynak: TUREB, 2019

1.3. TURİST REHBERLERİNİN SAHİP OLMASI GEREKEN NİTELİKLER

Turist rehberlerinin tura katılan turistlere yol gösteren, kılavuzluk eden, bölge hakkında bilgi verip, yaşanan problemlere çözüm üreten, ziyaretçilerin eğlenceli ve kaliteli zaman geçirmesini sağlarken diğer yandan turun ilerleyişini kontrol altında tutan bir rolü bulunmaktadır. Bu nedenle rehberlerin birçok konuda bilgi sahibi olması dışında çeşitli becerilerinin de bulunması gerekmektedir.

Tur programında bulunan destinasyonlarla ilgili detaylı ve doğru bilgi aktarımı yapmanın dışında ziyaretçilerle doğru iletişim kurabilmek, beden diliyle ve anlatımıyla onlara hitap edebilmek, tur ile ilgili yaşanacak bir aksaklıkta iyi bir kriz yönetimi yapabilmek gibi çok sayıda niteliğin bulunması rehberlik mesleğinin sorumlulukları arasındadır. Bu nedenle turist rehberliğinde mükemmellik oldukça zor bir kavramdır. Rehberlerin sahip olması gereken nitelikler literatürde çeşitli başlıklar altında toplanmaktadır. Turist rehberinin rolleri olarak Pond'un (1993) yapmış olduğu çalışmada aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Pond, 1993 akt. Ap ve Wong, 2001);

- Sorumluluk sahibi bir lider
- Turistlere ziyaret ettikleri yerleri anlamalarında yardım olan bir eğitmen
- Turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etmelerini sağlayacak bir anlatım yapan ve misafirperverlik gösteren bir elçi
- Turistlerin rahat edebileceği ortam sağlayan bir ev sahibi
- Önceki dört rolün nasıl ve ne zaman yerine getirileceğini bilen bir yönetici

Yapılan çalışmada görüldüğü gibi turist rehberinin pek çok yönü bulunmalıdır. Turist rehberlerinin sahip olması gereken nitelikler incelendiğinde pek çok konu dikkat çekmektedir. Güzel'in (2007) yapmış olduğu çalışmada profesyonel turist rehberinin sahip olması gereken nitelikler; karakteristik özellikleri, beceri ve yetenekleri, fiziksel görünümü ve bilgi donanımı olmak üzere 4 ana başlık altında toplanmıştır.

1.3.1. Karakteristik Özellikleri

Turist ile uzun saatler iletişimde kalan hizmet personellerinden turist rehberleri, meslekleri gereği çok fazla sorumluluk taşımaktadırlar. Yarcın'ın (2007) çalışmasında da belirtildiği gibi turist rehberinin; turistin zihninde olumlu bir imaj oluşturmak, tatil

deneyiminin olumlu olmasını sağlamak, turistin beklentisini olabildiğince karşılamak, bilgi aktarımını doğru ve güvenilir kaynaklardan sunabilmek, temsil ettiği ülkesini detaylıca tanımak ve tanıtabilmek, iletişim becerinde yetkin olmak, kendisini yenileyebilmek, sorumluluk sahibi, adaletli, dürüst ve disiplinli olmak, liderlik vasıflarını barındırmak gibi çok sayıda sorumluluğu ve sahip olması gereken özelliği bulunmaktadır (İşçeli ve Kılıç, 2018).

Sorumluluk yükü fazla olan rehberlik mesleği yalnızca bilgi paylaşımı rolü taşımadığından dolayı berberinde pek çok niteliğe sahip olmayı gerektirmektedir. Bilgiyi sunmak, kabul ettirmek, saygı görmek, itimat edilmek gibi çok sayıda olumlu özelliği de taşımaya bağlıdır (Çolakoğlu ve diğerleri, 2014).

1.3.1.1. Dışa Dönük Olma ve Sosyalleşme: İnsan ilişkilerini hızlı ve kolayca kurabilme, dışa dönük ve sosyal biri olma rehberlerin sahip olması gereken önemli kişilik özelliklerinden biridir. İnsan faktörünün rolü emek-yoğun bir endüstri olan turizmin ve turizm ürününün temelinde yer almaktadır. Rehberlik mesleğinin temelinde de insan-insan ilişkisi olduğu düşünüldüğünde turist- rehber ilişkisi büyük önem taşımaktadır. Turistler ile kurulan iyi ilişkiler turun eğlenceli ve akıcı bir şekilde devam etmesi ve misafir memnuniyetine olumlu bir şekilde yansması beklenmektedir (Büyükkuru ve Aslan,2016).

1.3.1.2. Misafirperver, Kibar ve Pozitif Olma: Turist rehberleri; nazik, kibar, saygılı, sınırlarına hâkim olmasını bilen insan tipi olması beklenmektedir. Aynı zamanda rehberlerin pozitif enerjiye sahip olmaları ve gruba kılavuzluk eden profesyonel olarak misafirperver bir yaklaşım sergilemesi beklenen özellikler arasında yer almaktadır (Eker, 2015).

1.3.1.3. Özgüvenli ve Mizah Kabiliyetine Sahip Olma: Bir rehber mutlaka tur programına başlamadan önce hazırlığını ve planını yapmış olmalıdır. Rehberin anlatımının akıcı, etkileyici ve başarılı olabilmesi için kendine güvenli bir sunum yapması gerekmektedir. Önceden hazırlık yapması konuya hâkim olmasını ve heyecanını yenmesine neden olacaktır. Ayrıca bilgi aktarımını yaparken etkili ve güzel bir konuşma ile kendini dinletmesi gerekir. Espri yeteneği gelişmiş olmalı ancak politik fıkralar veya milletleri gıcınduracak espriler yapılmamalıdır. Olabildiğince misafirleri birbirine bağlayacak nazik davranışlarda bulunup grubun birbirleriyle bağ

kurmasını sağlaması gerekmektedir. Bir kültür elçisi olarak rehberin, farklı kültürler arasındaki iletişimi ve bağı kurması beklenmektedir (Çokal, 2015).

Scmidt'e (1979) göre, bir tur rehberinin elinde en önemli araç mizah yeteneğidir. Yapmış olduğu espriler grup üyelerini güldürmese bile grubun aynı fikirde olmasını ve birleşmesini sağlamaktadır.

1.3.1.4. Dürüst, Güvenilir ve Hoşgörülü Olma: Profesyonel bir turist rehberi dürüst, güvenilir ve hoşgörülü olmalıdır. Kimi zaman tur grubunda ziyaretçilerin beklentileri ve istekleri farklı olabilmektedir. Yaşanan bu durumlarda rehberin, turun seyrini ve grubun programını olumsuz etkilemeden misafirin problemini çözmesi beklenmektedir. Dolayısıyla tur rehberlerinin misafir memnuniyetine önem veren kişiler olması nitelikleri arasında önemli bir role sahiptir (Tetik, 2006).

1.3.1.5. Sorumluluk Bilinci ve İş Ahlakına Sahip Olma: Turist rehberleri yalnızca turistlere karşı sorumluluk almazlar aynı zamanda bağlı oldukları acentaya, kültürel varlıklara ve tura hizmet veren kuruluşlara karşı sorumlulukları da bulunmaktadır. Turistlere ziyaret edilen bölge veya şehirde rehberlik yapmak dışında Türkiye'yi doğası ve tarihi zenginlikleriyle sevdirmek, turu başarılı bir şekilde yönetmek ve yaşanan sorunlara (hırsızlık, tartışma, hastalık vb.) çözümler bulmak, kültürel varlıkların zara görmesine engel olmak gibi farklı pek çok sorumlulukları bulunmaktadır. Bu sorumluluk bilincine sahip olup bağlı olduğu seyahat işletmesinin kuralları nezdinde hareket etmesi beklenmektedir (Kılıçhan, 2019).

1.3.2. Fiziksel Görünüm

İletişimin başlangıcındaki ilk izlenim büyük önem taşımaktadır. Rehber ve grup üyelerinin ilk karşılaşmalarında dikkat edilecek ilk husus rehberin giyimi ve kişisel temizliği olmaktadır. Rehberin ilk andan itibaren yaratacağı imaj, turun ilerleyen kısımlarında liderlik vasfı için güzel bir başlangıç sağlamaktadır.

1.3.2.1. Kişisel Bakımına Önem Verme: Grup üyelerinin bir lider olarak daima takip ettiği ve gözlerin üzerinde toplandığı biri olarak rehber, kıyafetlerinin temiz ve ütülü olmasına önem vermesi gerekmektedir. Uzun turlar boyunca giyilecek kadar temiz kıyafet bulundurulmalı ve yapılacak turun türüne göre seçimler yapılmalıdır. Jeep Safari, rafting, trekking gibi tur programlarında rahat edebilecekleri kıyafetler tercih edilmesi

ve aynı zamanda konaklayacakları otellerin pazar bölümlendirmesine göre yanına kıyafet alması gerekmektedir. Zaman ve mekân koşullarına uygun giyinmek rehberler için de dikkat çekici hususlardan biridir. Turist rehberleri ülke insanını temsil eden bir meslek grubu olduğundan dolayı sergilenen her davranış, ülke ile ilgili bir imaj oluşmasına katkı sağlamaktadır (İrigüler ve Güler, 2016).

1.3.2.2. Fiziki Yeterliliğinin Olması: Rehberlerin fiziki olarak engelinin bulunmaması gerekmektedir. Alışılmışın dışında bir fiziki bozukluk grup üyelerinin üzerinde rahatsız edici bir etki bırakabilmektedir. Uzun yürüyüşler, uykusuzluk, yükseklik ve farklı iklim koşulları gibi fiziki yeterliliğin önemli olduğu durumlarda çalışmak zorunda kalabildikleri için rehberlerin fiziksel olarak herhangi bir engelinin bulunmaması ve zor koşullara dayanıklı olması gerekmektedir (WEB9, 2017).

1.3.3. Beceri ve Yetenekler

Turist rehberlerinin karakter özelliklerinin yanında çeşitli beceri ve yeteneklerinin bulunması gerekmektedir. Turistik ürünün heterojen yapısı, tur programının farklı işletme ve kuruluştan beslenmesi, rehberin pek çok yönüne ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır.

1.3.3.1. İletişim Becerisi: Grup ile rehberin iletişiminin başarılı olması öncelikle rehberin; grubun geldiği ülkeyi, geleneklerini, kültürel davranışlarını tanıması ve anlaması gerekmektedir. Turist rehberleri iletişimin tüm türlerini kullanmaktadır. Ziyaretçilerine yabancı dilde doğa, tarih, kültür gibi konularda bilgi aktarımı yaparken ses tonuna, göz temasına, kişisel alana, gülümsemesine, dış görünüşüne, el kol hareketlerine dikkat etmesi gerekmektedir. Bu davranışları turistin kültürüne hâkim olarak sergilemesi beklenmektedir (Büyükkuru ve Aslan, 2016). Onların kültüründe hoş karşılanmayacak davranışlardan kaçınması ve onlarla bağ kurarak iletişim kurması gruba hakim olmasına ve iyi ilişkiler kurabilmesine katkı sağlamaktadır.

1.3.3.2. Grup Önünde Konuşabilme ve Göz KONTAĞI Kurma: Rehber grubun önünde konuşacağı için bu korkusunu yenmiş ve kendine güvenmeli olması gerekmektedir. Grubun dikkatini kolayca üzerinde toplayıp anlatımını başarılı bir şekilde tamamlaması beklenmektedir. Göz kontağı kurarak dinleyicilerin tepkilerini anında görebilir ve anlatımını başarılı bir şekilde tamamlayabilir. Rehberin sunum

yapabilme yeteneđi bilgi aktarıcı rolü için son derece önemli ve gerekli bir husustur (Olcaý ve diđerleri, 2015).

1.3.3.3. Beden Dili: Beden dili; duruş, göz teması, jest ve mimikler ile güçlü iletişim araçlarından biridir. Doğal ve samimi bir beden dili ile rehberin sunuma yaptığı katkı dinleyicilerin dikkatin çekecek, rehberin anlatımına güvenmelerine katkı sağlamaktadır. Rehberler hem göze hem kulağa hitap etmektedirler. Bu nedenle sunumları sırasında diksiyonlarını ve el-yüz hareketlerine dikkat etmeli, bazı dikkat dağıtıcı hareket ve sözlerden kaçınmaları gerekmektedir. Tangüler (2002) yapmış olduğu çalışmada bazı detayları maddeler halinde sıralamıştır (Güzel, 2007);

- Rehberin sürekli takılarıyla veya saçıyla oynaması,
- Anlatım sırasında sıkça ‘ııı’ veya ‘eee’ seslerinin tekrarlanması,
- Kızgın bir göz ifadesinin bulunması,
- Sıklıkla argo veya günlük konuşma dilini kullanması
- ‘Biliyor musunuz?’ veya ‘inanılmaz’ gibi sözcüklerin tekrarlanması

1.3.3.4. Sesini Kullanımı: Anlatımın etkileyici olmasına etki eden faktörlerden diğeri ise ses unsurudur. Ziyaretçiler rehberin sesini gün içerisinde en az 8 saat dinlemektedirler. Dolayısıyla rehberin ses tonunun grup üyelerini rahatsız edecek derecede ne çok yüksek ne de çok alçak olmamasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Yüksek ses ile konuşmak hırslı, gergin, heyecanlı bir görünüm vereceği gibi alçak ses tonu dikkat dağınıklığına sebep olabilir. Dolayısıyla orta seviyede ses tonu anlatımlarda tercih edilerek grup üyelerinin dikkatinin rehberde toplanması sağlamak gerekmektedir (Çolakoğlu ve diğerleri, 2014).

1.3.3.5. Anlatım Becerisi: Rehberin sunumunda iletişim becerileri, kendine güvenli bir şekilde yaptığı sunum, beden dili ve sesini kullanma biçiminin yanında ziyaretçilere bilgi aktarımını yaparken rehber dikkat etmesi gereken diğer bir unsur ise grubun öğrenme şeklini anlamasıdır. Rehberin iletişim becerilerinin etkili olduğu bu faktörde, rehber grubun; görsel, işitsel veya duýusal öğrenme biçimlerinden hangisi ile öğrenme faaliyetini gerçekleştirdiklerini anlayarak sunumu sürdürmesi gerekmektedir. Böylelikle grubun dikkati dağılmadan bilgi aktarımı süreci, daha eğlenceli ve akıcı bir biçimde sunulmaktadır (Güzel, 2007).

1.3.3.6. Organizasyon Yapabilme ve Karar Verebilme: Tur esnasında kullanılacak ulaşım, yiyecek-içecek işletmesi, konaklama işletmesi gibi farklı endüstrilerden alınan hizmetler tur programı içerisinde önceden planlanmış bir şekilde yer almaktadır. Ancak hırsızlık, hastalık, otelde yaşanan bir sorun, ziyaretçilerin oluşan bir problem veya kaza gibi pek çok olumsuz olayla karşılaşılabilir. Bu nedenle turist rehberlerinin hızlı karar verme yeteneklerinin gelişmiş olması gerekmektedir. Olası bir krizi yönetmeyi iyi bilen rehber, sorunu hızlıca çözerek tur programını aksama yaşanmadan sürdürebilmektedir (Tetik, 2006).

1.3.4. Bilgi ve Donanım

Turist rehberi ülkeye gelen ziyaretçilere karşı kendi ülkesini ve ülkenin insanını temsil etmektedir. Dolayısıyla turist rehberinin bilgi sahibi olması gereken farklı pek çok disiplin bulunmaktadır. Bir turist rehberinin; rehberlik hizmeti verdiği ülkenin kültürüne, tarihine, kültürel ve doğal mirasına, dinine diline ve coğrafyasına hakim olması gerekmektedir. Bu bilgilerin yanı sıra arkeoloji, mitoloji, sanat tarihi, dinler tarihi ve ikonografi gibi konuları da bilmesi ve bu bilgileri aktaracak düzeyde yabancı dil bilgisinin gelişmiş olması gerekmektedir (Ön Esen ve Gülmez, 2018).

1.3.4.1. Yabancı Dil Yeterliliği: Turist rehberliği yerli turist ve uluslararası ziyaretçilerle iletişim halinde olunan bir meslek grubu olduğu için en az bir yabancı dil yetkinliğinin bulunması gerekmektedir. Ziyaretçilerin tercih ettikleri dili çok iyi anlıyor ve konuşabiliyor olması bilgi aktarımı açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de turist rehberliği çalışma kartı alabilmek için en az 1 dil yetkinliği şartı bulunmaktadır (WEB10, 2020).

1.3.4.2. Genel Kültür ve Yöre Bilgisi: Turist rehberinin; bölgenin tarihi ve kültürü hakkında bilgi vermesinin yanı sıra ziyaretçiler ülkenin sosyo-ekonomik durumu, ekonomisini, uluslararası ilişkilerini, felsefesi hakkında bilgi sahibi olmak isterler. Turlar interaktif olarak ilerlediğinden dolayı turistler ülke veya bölgeyle ilgili sorular sorabilmekte ve cevap beklemektedir. Bu nedenle rehber yalnızca bölge hakkında detaylı bir tarih bilgisi yanında geniş genel kültür bilgisine olması beklenmektedir (Dahles, 2002).

Grupta bir öğretmen rolü içinde olan turist rehberinin bilgili ve güvenilir bir kişi olması gerekmektedir. Grup üyeleri rehbera güven duymaktadırlar. Bu nedenle turist rehberinin sorulacak olan her soruya cevap vermesi ve vereceği bilgilere dikkat ve titizlikle hazırlanması gerekmektedir (Yıldız, 2008).

1.3.4.3. İlk Yardım Bilgisi: Rehber grup üyelerinin sorumluluğunu taşımaktadır. Olası bir acil durumda erken müdahale edebilmek adına rehberin ilkyardım bilmesi gerekmektedir. Grup üyelerini sakinleştirebilmeli ve soğukkanlılıkla karşılaşılan soruna müdahale edebilmelidir. Dolayısıyla rehberlerin ilkyardım eğitimi almış olması beklenmektedir (İrigüler ve Güler, 2016).

1.4. TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNİN ÖNEMİ

Turist rehberi turistleri havalimanından karşılamayla başlayarak tur programının sonuna kadar onlarla vakit geçiren günde en az 8 saat turistlerle birebir iletişimde olan turizm personelidir. Bu nedenle turist rehberinin kültürlerarası elçi rolüne sahip olması olası bir durumdur. Turist rehberlerinin ziyaret edecekleri destinasyonda edinecekleri deneyimlerin inşasında önemli rol oynaması ve turist ile yerel halk arasında arabuluculuk görevini üstlenmesi turizm endüstrisinin sınır birim elemanları olarak bilinmesine neden olmaktadır (Pelit ve Katırcıoğlu, 2018).

Gelen turist her ne kadar rehber kitaplara, online web kanallarındaki tanıtıcı bilgilere sahip olsa da ülkenin dilini, kültürünü ve geleneği bilmediği için turist rehberlerine ihtiyaç duymaktadır. Tarihi yerleri, anıtları, sanat eserlerini ve ören yerlerini gezdiren ve anlatan rehberler, birlikte oldukları süre içerisinde, ülke ve halkı tanıtabilecek, turistlerin zihinlerinde bulunan ön yargıları yok edecek, sahip oldukları yanlış bilgileri düzeltebilecek ve kısaca mensup oldukları ülke ve millet adına önemli alanlarda hizmet edecek kişilerdir. Özellikle turistlerin zihninde oluşan ülke imajı ilk kez ziyaret edilen ülke hakkındaki görüşleri, turiste tur esnasında eşlik eden rehber ile bütünleşmektedir ve aynı zamanda ülkenin toplumu ile özdeşleşmektedir. Dolayısıyla turist rehberlerinin ülkenin gerçeğini özümseyen kişilerden olması gerekmektedir. Tutum ve davranışları ile rehberlik ettiği turiste ülke ve toplum hakkında bilgi vermektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin önemli bir sorumluluğu bulunmaktadır. (Tosun ve Temizkan, 2004).

Cohen'in (1985) çalışmasında belirttiği gibi; turist rehberi yabancı bir kültürü ziyaretçi için tanıdık hale getiren, ziyaretçi ile yerli arasındaki kültürel boşluğu dolduran, Türk kültürünün başka kültürlerle aktarılmasını ve sürekliliğin sağlanmasına etki eden kişi olarak belirtilmiştir.

Rehber turu turistlerin kişisel ihtiyaç ve tercihlerine göre düzenleyici konumunda yer almaktadır. Turistler tur esnasında her ne kadar aktif rol oynasalar da onların motivasyonları, girişimleri, yetenekleri ve çabaları üzerinde turist rehberinin etkisi bulunmaktadır. Tur sırasındaki anlatım, yorumlar, rehber ile grubun iletişimi ve sosyal ilişkileri turizm imajı için kaliteli bir hizmet üretimine sağlamaktadır (Geva ve Goldman, 1991).

Turist rehberi turizm olgusu içinde yer alan tüm hizmetlerin bir araya getirilmesinde ve turistin tüketimine sunulmasında en önemli kişi olarak literatürde yer almaktadır. Çok detaylı bir şekilde hazırlanmamış olan bir tur programında bile rehberin yetenekleri doğrultusunda başarılı bir biçimde sürdürülebilmektedir. çok sayıda programın ve destinasyonun yer aldığı turizm sektöründe önemli bir bağlantı faktörü olarak bulunmaktadır (Kın, 2018).

Turist rehberleri bir bölgenin temsil edilmesi konusunda önemli bir etken olarak literatürde yer alan turist rehberi, turistin seyahat süresince edindiği turistik deneyimin kalitesine ve ziyaretçinin kalış süresine de etkisi büyüktür. Aynı zamanda yerli halkın ekonomik çıkarlarını gözetmek konusunda kilit rol oynamaktadır. Yerli halkın sağladığı turistik mal ve hizmetlere yönlendirme yaparak yerel ekonomiye katkı sağlayan bir oyuncudur (Dahles, 2002).

Zhang ve Chow'a (2004) göre, turist rehberleri turistlere "gerçek anı" ve yolculuklarının gerçekleşmesini sağlayan ve ön sırada bulunan turizm endüstrisi çalışanları olarak belirtilmiştir. Turistler için kaliteli bir hizmet üretmesi turizm endüstrisinin başarısı, itibarı ve imajı için önem teşkil etmektedir.

Turistin destinasyon unsurlarını en iyi şekilde deneyimleyebilmesi ve bağlantı kurabilmesi için turist rehberinin performansı oldukça önemlidir. Üstün bir turizm deneyimi için hazırlanmış bir destinasyon bile turist rehberinin etkisiyle olumsuz olarak algılanabilmektedir. Turistler destinasyonda verilen hizmetlerden memnun

olmadığı takdirde bu memnuniyetsizliklerinin sorumlusu olarak turist rehberlerini görmektedirler (Aksaray ve Ateş, 2019).

Moscardo'nun (1996) çalışmasına göre; turist rehberi, tur esnasında dikkatli turistler için kültürel varlıklar hakkında etkili bilgi kaynağı ve sorulan sorulara verdiği cevaplarla turist ile kültürel varlık arasında kişisel olarak bir ilişki kurabilen bir oyuncudur. Rehberler tur esnasında kurdukları iletişim sayesinde araştıran, sorgulayan, aktif, ilgilenen ve dünyaya bakış açılarını yeniden değerlendirme yeteneğine sahip turistler yetiştirmeyi sağlamaktadır. Geleceğin araştırmacı turistleri için turizm endüstrisinde önem teşkil etmektedirler.

Turist rehberinin performansının, turistlerin memnuniyet düzeyi üzerinde etkisi bulunmaktadır. Rehber grup üyelerinin gidecekleri, görecekleri yerler ve yerel kültürün hangi yönleriyle ilişki kuracakları konusunda da büyük bir etkiye sahiptir. Ayrıca yerel kültür ve turistler arasında da kültür elçisi görevi görmektedir. Turizm endüstrisinin; çevresel, toplumsal ve kültürel ihtiyaçlarıyla en fazla ilişki içinde olan meslek grubu olarak kabul edilmektedir. Turist rehberi yerel kültürü temsil etme sorumluluğu dışında kaynakların sürdürülebilirliği ve turist davranışlarının yönlendirilmesi konusunda da önemli bir rol oynamaktadır. Turistin doğaya zarar vermeden doğa ile iç içe olabilmesini sağlayan ve destinasyondaki yerli halkın ekonomik ve sosyal olarak desteklenmesini sağlayan turizm faaliyetlerinin oluşmasında turist rehberlerinin büyük sorumluluğu bulunmaktadır (Köroğlu, Köroğlu ve Alper, 2012).

BÖLÜM II TURİZMDE DİJİTALLEŞME VE ROBOTLAŞMA

2.1. ENDÜSTRİ DEVRİMİ ÖNCESİ VE SONRASI TURİZM

Turizmin insanlık tarihindeki gelişimi ve başlangıç süreci bilim insanları tarafından araştırılan konular arasında yer almaktadır. Turistik faaliyetlerin başlangıcından günümüze kadar uzanan süreç içerisinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Sosyal, siyasal, ekonomik, teknolojik nedenlerle yaşanan bu değişimler turizmin bugünkü endüstri haline gelmesine önemli katkılarda bulunmuştur.

Endüstri devrimi öncesi ve sonrasında turizmin gelişimi incelendiğinde sanayileşme süreciyle beraber turizmin ivmelendiği ve günümüzdeki endüstri halini aldığı görülmektedir. İlk çağlarda ticari ve dini seyahatler olarak gerçekleştirilen bu faaliyetler günümüzde uluslararası düzeyde her yaşta insanın katıldığı dini, ticari, boş zaman, iş, kültürel vb. aktiviteler amacıyla yapılan faaliyetlerden biri haline geldiği literatürde belirtilmektedir. İlk turizm faaliyetlerine bakıldığında ise; turizmi başlatan uygarlığın, yazıyı ve tekerleği bulan Sümerler olduğu bilinmektedir. Ticareti ilk başlatan uygarlık olan Sümerler ticari amaçla seyahat ederken, bugünkü anlamda ilk gezgin olarak yazılı kaynaklara geçen uygarlık Fenikeliler olarak belirtilmektedir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2018).

Eralp'in (1983) çalışmasına göre; tarih sahnesinin başlangıcından itibaren yer değiştirme faaliyetleri bulunmaktadır. Ancak bu faaliyetler, beslenme gereksiniminden kaynaklanan bir hareketlilik olarak belirtilmektedir. Yaşam için gerekli olan kaynakların fazla olduğu bölgelere yerleşim ilk çağlarda insanlık için önemli bir neden olarak yer almaktadır. Yaşam için tüm kaynakların aynı bölgede bulunmaması nedeniyle Sümerler ticaret yapmaya başlamışlardır. Böylelikle ticari hareketliliğin temelini atan Sümerler ticari ilişkiler kurmaya başlamış ancak ticari faaliyetler nedeniyle deniz aşırı topluluklara gidip-gelerek bugünkü anlamda ilk gezginler olarak tarihe geçen topluluk Fenikeliler olmuştur. Takip eden dönemlerde yapılan seyahatler ticari amaçlı olurken modern anlamda ilk turizm faaliyeti Eski Yunan'da görülmektedir. M.Ö. 700 yıllarında başlayan Olimpiyat Oyunları ile bu bölgeye seyahatler yoğun olarak gerçekleştirilmiştir. Eski Yunan ve Roma uygarlık

döneminde kara ve deniz yolu ulaşım şebekelerinin seyahate elverişli hale getirilmesi, birbirine uzak toplulukların hem ticari amaçla bir bağlantı kurulmasını sağlamış hem de gezi amaçlı seyahatlerin yaygınlaşmasına neden olduğu görülmektedir.

Eski Yunanlar sportif ve ticari faaliyetler nedeniyle yapılan seyahatler dışında, günümüzde yaygınlaşmış olan sağlık turizminin temellerini atan uygarlık olarak tarihte yer almaktadır. Anadolu'da İzmir yakınlarında bulunan Asklepios tapınakları ilk sağlık merkezi olarak bilinmektedir. İnsanların sağlıklarını geri kazanmak amacıyla ziyaret ettikleri tedavi merkezidir. Asklepios gibi sağlık tapınakları M.Ö. 300 yıllarında yaygınlaşmaya başlamış ve hastalıklarına çare bulmak isteyen insanlar bu tapınaklara gitmeye başlamışlar. Roma döneminde ise sıcak su kaynaklarından elde edilerek oluşturulmuş ılıca denilen sıcak su banyoları; soyluları ve tedavi gören askerleri iyileştirmek amacıyla kullanılan bir merkez olarak bilinmektedir (Akar, 2020).

Taps ve Wells'e (2018) göre; Antik dönemde boş zaman aktivitelerine en uygun olan uygarlık Roma'dır. Yüzölçümü bakımından büyük bir alana yayılması ve fethedilen yerlerden alınan köleler ile Romalıların çalışmak için çok zaman ayırmalarına gerek kalmamıştır. Boş zamanı bulunması, büyük bir alana yayılmış olması ve geliştirilen ulaşım sistemleriyle Romalılar seyahat faaliyetlerine oldukça düşkün bir uygarlık olarak tarihte yer almaktadır. Dinlence amacıyla yapılan seyahatlerin yaygın olduğu Roma İmparatorluğu tarihten silindiğinde boş zaman ve dinlence amacıyla yapılan seyahat faaliyetlerinin hemen hemen ortadan kalktığı literatürde yer almaktadır.

Maviş, Ahıpaşaoğlu ve Kozak'a (2002) göre; Roma İmparatorluğu bugünkü anlamda turizm olayına büyük katılım göstermiştir. Olimpiyat oyunlarına, sağlık turizmi amacıyla gidilen kaplıcalara ve Mısır'daki piramitlere seyahatleri yoğun olarak gerçekleştirilmektedir. İmparatorluğun yüzölçümü bakımında büyük bir alanı egemenliğinde bulunduruyor olması seyahatleri elverişli hale getiren en önemli bir unsur olarak bilinmektedir. Romalıların tarihten silinmeleriyle seyahatlerde azalma yaşandığından söz edilmektedir. Romalıların ardından insanlık tarihinin karanlık döneme girmesi, Avrupa'da din adamlarının ve derebeylerin halk üzerindeki sıkı denetimi dini turizmin ön plana çıkmasına neden olmuştur.

İlk çağlarda ticari ve spor amaçlı yapılan seyahatlerin yerini orta çağda din amacıyla yapılan seyahatler almaya başlamıştır. Din turizminin özellikle Avrupa ve Ortadoğu'daki seyahatlerde belirgin olduğu görülmektedir. Dönemin en önemli turizm hareketliliği; İslamiyet'in hızlı bir şekilde yayılmasıyla beraber her yıl birçok insanın Mekke ve Medine'yi ziyaret etmesi, Hristiyan ve Müslüman topluluklar arasında Haçlı Seferlerinin başlamasıyla büyük kitlesel hareketlerin yaşanması, dini amaçlı seyahatler olarak literatürde yer almaktadır. Dinsel turizmin yaygınlaşmasının ardından 17. ve 18. yüzyıllarda dini amaçlı turizm popülerliğini korurken 18. yüzyılın sonlarına doğru şifalı sular ve kaplıcalara yönelik seyahatlerin yaygınlaşmasıyla doğal varlıklara elverişli bölgeler turizm amaçlı plaj ve kaplıca şehirlerine dönüşmeye başlamıştır (MEB, 2013).

Lickorish ve Jenkins'e (2007) göre; 16. yüzyılın sonlarına kadar orta çağ döneminde tarım toplumu kırsal alanlarda yaşamlarını sürdürmektedir. Yaşadıkları yerden çok nadiren merkez bölgelere seyahat etmektedirler. Endüstri devriminin başladığı ilk yıllarda dahi yalnızca toplumun elit kesiminin katılımı aktiviteler olan boş zaman ve turizm faaliyetleri, işçilerin yaşamlarında herhangi bir değişikliğe neden olmadığı düşünülmektedir.

Page'e (2007) göre; 14. yüzyılın sonlarında İtalya'da başlayan tüm dünyada sosyo-kültürel ve siyasi dönüşüme neden olan Rönesans hareketleri ile yerli turizm faaliyetlerinin çekirdeği oluşturulmuştur. 1400'lü yılların sonlarına gelindiğinde İtalya, Avrupa'nın ekonomi, kültür ve sanat merkezi haline gelmiştir. Tiyatro turnelerinin ve sanatın himaye alanının artması ile seyahat faaliyetlerinin gelişimi sağlanmıştır.

Modern öncesi dönemde turizm olgusu; sınıf farklılıkları ve bu sınıflara yönelik üretilen bireysel turistik ürünler olarak toplumda yer almaktadır. Turizm bilinci henüz oluşmamıştır. Yalnızca ticari, dini, spor ve sağlık gibi nedenlerle seyahat edildiği bu dönemde imparatorlar, krallar, aristokratlar gibi toplumun üst sınıfı olarak kabul edilen kesimin turizm etkinliklerine katılma hakkı ve gücü bulunmaktadır. Bu nedenle turizm faaliyetleri yalnızca üst sınıflarca yapılan bir rekreasyon faaliyeti olarak bilinmektedir. Toplumun aristokrat kesiminin prestij amaçlı Kıta Avrupa'sına yapmış olduğu seyahatler, bu dönemde son derece ünlü bir faaliyet olarak bulunmaktadır. 17. yüzyıla

gelindiğinde aydınlanma projesi olarak anılan Rönesans ve Reform hareketleriyle başlayan ve endüstri devrimiyle devam eden dönem Fransız İhtilali ile siyasallaşarak modern dönem öncesi din merkezli anlayışın ortadan kalkmasına neden olmuştur. Akıl, bilim ve insanın her şeyin merkezinde olduğu yeni toplumsal değerler sistemi oluşturulmuştur. Hızlı bir biçimde Avrupa'ya yayılan bu anlayış ile turizm olgusu üzerinde köklü değişimler yaşanmıştır. Bu dönem turizmin sınıfsal farklılıklardan kurtularak kitlesel bir nitelik kazandığı modern dönemin başlangıcı olarak kabul edilmiştir. (Kozak, Evren ve Çakır, 2013).

Endüstri devrimi Tutar'a (2013) göre; *“Teknolojinin hâkim olduğu makineleşmeye geçişin başlangıcı olan 18. yüzyılın ortalarında İngiltere’de ortaya çıkıp kısa zamanda Avrupa’ya yayılan, üretim teknolojisindeki köklü dönüşüm hareketi”* olarak tanımlanmaktadır. İktisadi büyümenin hız kazanması anlamında önemli bir gelişim olarak kabul edilen Sanayi Devrimi, iktisadi ve toplumsal dönüşüm olarak kabul edilmektedir (Aksoy, 2017).

Endüstri devrimi öncesi dönemde hayat düzeninin doğaya göre oluşturulduğu bilinmektedir. Mevsim ve hava koşullarına bağlı olarak işçiler, gün doğumundan gün batımına kadar çalışmaktadır. Önemli olan günlük işlerin bitirilmesidir. Sanayi Devrimi öncesinde çalışma düzeninde çalışma ve dinlenme saatleri arasında belirgin ayrımlar bulunmamaktaydı. Ancak endüstrileşmenin başlamasıyla birlikte üretimin fabrikalarda yapılmaya başlaması, çalışma saatlerinde düzenleme yapılmasına neden olmuştur. Çalışanların iş başı yapma, işi bırakma ve dinlenme süreleri belirlenmeye başlamıştır. Sanayi Devrimi başlarında işçilerin çalışma süreleri fazla iken ilerleyen dönemlerde yapılan düzenlemelerle süreler kısaltılmıştır. Çalışma saatleri günümüz koşullarına göre fazla olan işçiler 1800’lü yıllarda haftada ortalama 70 saat çalışırken 1980’lere gelindiğinde çalışma süreleri 39 saate kadar düşürülmüştür. Yapılan bu düzenlemenin amacı; işçilerin dinlenmesini ve sonrasında daha verimli çalışmalarını sağlamaktır. İlerleyen dönemlerde yapılan iki düzenlemenin turizmin gelişimine önemli bir katkısı olduğu düşünülmektedir. İki günlük hafta sonu tatili ve ücretli yıllık izin hakları ile işçilerin serbest zaman aktivitelerine ayıracak zamanlarının bulunması seyahat eğilimlerini arttırmış ve turizmin gelişimine olumlu katkı sağlamıştır (Roney, 2011).

18. yüzyılın sonlarına doğru başlayan endüstri devrimi küresel olarak değişime sebep olan gelişimlerden biri olarak tarihte yer almaktadır. 18. yüzyılın sonlarına doğru buharlı motorlar ilk olarak tren, tekne ve tarım makinelerinde kullanılmıştır. Endüstrileşmeyle birlikte birçok alanda gelişme yaşanmıştır. Mekanik güç ile buharlı makineler ve motorlar elde edilmiştir. İmalat el yapımından makineye ve ev yapımından fabrikaya dönüştürülmüştür. Atlar, katırlar ve öküzlerin kullanıldığı ulaşım, yerini buhar motorlar ile çalışan trenler ve buharlı gemilere, daha sonra otomobiller ve kamyonlara bırakmıştır. İletişim faaliyetleri ise insanlar tarafından taşınan mesajlar, telgraf, telefon ve daha sonra internet üzerinden anlık uzun mesafelere ulaşabilmeyi sağlamıştır. Temel olarak hayatı kolaylaştıran bu teknolojiler toplumun her kesiminde ani ve radikal bir dönüşümün başlangıcı olmuştur. İlk olarak üretimin fabrikalarda yoğunlaşmasına ve işçilerin çalışma ile dinlenme sürelerinin belirlenmesine neden olan endüstri devrimi hızlı kentleşmeye ve yaşam kalitesinde genel bir artışa neden olmuştur. Bu düzenleme sosyal düzenin değişiminin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Topsakal, Yüzbaşıoğlu ve Çuhadar, 2018).

Endüstri devriminden önce yalnızca aristokrat kesimin ve toplumun üst sınıflarının katılabildiği seyahatler orta sınıf için de uygun hale gelmiştir. Ortaya çıkan sosyal sınıf kavramı aristokratların hiyerarşisini bozmuştur. Toplumsal sınıf kavramı kaybolmaya başlayarak sosyal refah ve sosyal adalet gibi kavramlarla toplum giderek önem kazanmıştır. Endüstri devriminin sosyal ve ticari hayata getirdiği diğer bir değişiklik ise; üretim-nakliye-pazar ilişkilerindeki değişikliktir. Değişen piyasa olgusu ile ulaşım faaliyetleri daha önemli hale gelmiştir. Böylelikle altyapı ve üstyapı hizmetlerinin nitelikleri arttırılmaya başlanmıştır. Ticari nedenlerden dolayı hızlı bir gelişim gösteren ulaşım teknolojisi ile toplu taşıma getirilmiştir. Bu sayede kitle turizminin ilk örnekleri görülmeye başlanmıştır (Kozak ve diğerleri, 2018).

17. yüzyılda başlayıp 19. yüzyıla kadar devam eden Büyük Turlar (Grand Tour); kültür, ekonomi ve politik gelişmelerin odağında bir gelişim göstermiştir. Toplumun zengin ve iyi eğitilmiş kesimi tarafından tarih ve kültürel etkinlik nedenleriyle yapılan seyahat faaliyetleridir. Bu seyahatler, antik dönemde Romalıların Antik Yunan'a yaptıkları ziyaretler veya İngilizlerin Rönesans döneminde İtalya'ya yapmış oldukları seyahatler benzerlik göstermektedir. 1763- 1793 yılları arasında altın çağı yaşanan Büyük Turlar; aristokratlar, şairler, entelektüeller ve yazarlar tarafından tercih

edilmektedir. Sanat ve zanaat öğrenme, farklı kùltùrlere bakış açılarını genişletme gibi amaçlarla turlara katılan Büyük Turistler (Grand Tourist) 18. ve 19. yüzyıllarda gerçekleşen popüler turizm olgusunun öncüsü olarak kabul edilmektedirler (Bhatia, 2002).

1841 yılında günümüzde ilk turizm seyahat organizatörü olarak bilinen Thomas Cook, Leicester'den yaklaşık 19 km uzaklıktaki Loughborough kentinde düzenlenen bir festivale 570 kişilik bir grubu götürmüştür. Turistlere paket olarak hazırladığı tura demiryolu ulaşımı, çay molası ve çevre gezisi fiyatını da ekleyen Thomas Cook'un düzenlemiş olduğu bu gezi ticari amaçla yapılan ve reklam yoluyla halka duyurulan ilk toplu tren seyahati ve tarihte bilinen ilk paket tur olarak kabul edilmektedir. Turizmin modernleşmesi yönünde önemli bir adım atarak aynı zamanda seyahat acentacılığı sektörünün temelleri atılmıştır (Çuhadar, 2006).

Ulaşım teknolojisinde yaşanan gelişmelerin katkısı turizm endüstrisi açısından oldukça büyüktür. 20. yüzyılın başlarında hava yolu taşımacılığı doğmuştur. İlk uçuş deneyimi 1903 yılında yapılırsa da hava yolu taşımacılığının gelişimi 1918 yılında Paris-Brüksel ve Londra-Paris rotaları ile gerçekleşmeye başlamıştır. 1925 yılına gelindiğinde tüm kıtalarda havayolu taşımacılığı yaygınlaşmıştır ve 1939 yılında ilk Amerika- Avrupa yolcu hizmetine başlanmıştır. Havayolu taşımacılığının bu dönemlerde maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle tüm sınıflar açısından tercih edilebilirliği raylı sistemlere göre daha düşüktür. Özellikle 1920'ler ve 1930'larda oldukça popüler olan Paris-İstanbul rotasındaki lüks Doğu Ekspresi treni aristokratlar, askerler ve endüstriyel baronlar tarafından sıklıkla kullanılmıştır. 1940'lara kadar popülerliğini korumaya devam eden Doğu Ekspresi memur ve işçilerin de turizm faaliyetlerine katılmasını sağlamıştır (Gierczak, 2011).

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren I. Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde endüstri devriminin etkileri; teknik, demografik ve sosyal alanlarda belirgin bir biçimde görölmektedir. Yapılan yeni düzenlemeler toplumsal hayatta çalışma saatlerindeki değişiklik dışında ücretli izinler, istirahat ve hastalık izinleri gibi yeni sosyal güvenlik kavramlarını da kazandırmıştır. Bu yeniliklerle birlikte Avrupa'da kırsal kesimlerden kentlere göçler yoğun bir şekilde başlamıştır. Köylerden kentlere yapılan göçler, gelir düzeylerindeki artış ve çalışma sürelerindeki düzenleme ile boş zamanı bulunan

insanlar, turizm için potansiyel oluşturmaya başlamıştır. Kırsal kesimlerden kentlere göç eden insanlar boş zamanlarını değerlendirmek için seyahat faaliyetlerini tercih etmeye başlamışlardır. 1930’larda demiryollarının gelişmesi ve buhar gücü ile çalışan gemilerin hizmete girmesi dinlence ve zevk amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerin yaygınlaşmasına neden olmuştur. Yolcu kapasitelerinin arttırılmasıyla ulaşım masrafları düşürülmüş olması, düşük ücretle çalışan işçilerin de turizm faaliyetlerine katılmasını sağlamıştır. Kitle turizminin yaygınlaştığı bu dönem modern turizm hareketleri için önemli bir adım olarak görülmektedir. Ulaşım teknolojisinin turizmin gelişimine olan katkısı Eralp’in 1983 yılında yapmış olduğu çalışmada aşağıdaki gibi belirtilmiştir;

1. Araçların kısa zamanda uzak mesafedeki bölgelere ulaşabilmesi o zamana göre yalnızca yoğun nüfusa sahip yerleşim yerlerine özgü bir faaliyet çeşidi olan turizmin kırsal bölgelere taşınmasını sağlamıştır.
2. Araçların tek sefer çok sayıda insanı taşıyabilmesi, konaklama tesislerinin yapım sürecinin başlamasına neden olmuştur.
3. Araçların sahip olduğu hız nedeniyle konaklama tesislerinde kalış süreleri uzamaya başlamıştır. Böylelikle turist başına düşen harcama miktarı artmış ve hem konaklama tesisleri (geceleme sayısındaki artış ile) hem de yerel ekonomi (kalışların uzaması ile) daha çok fayda sağlamıştır.
4. Gelişim süreci sayesinde turizm ülke ekonomisine kaynak yaratan bir sektör olarak öncelik kazanmıştır.
5. Toplu taşımada yolcu taban ücretleri düşürülerek toplumun düşük gelirli kesimlerinin de seyahatlere katılması desteklenmiştir.
6. Kısa zamanda çok sayıda insanın denizaşırı ülkelere taşınabilmesi, turizmin uluslararası düzeyde kültürel, ekonomik ve siyasi ilişkilerde önemli bir öge olmasını sağlamıştır.
7. Ulaşım teknolojisinde yaşanan devrim ile taşıtların yolculuk dışında gezi ve konaklama olanağı sağlayan araç ve gereçlerle donatılması, konaklama tesislerinin yanında yalnızca ulaşım endüstrisine dayanan bir turizm çeşidinin oluşmasına neden olmuştur.

Turizm faaliyetlerindeki gelişimler 1939-1945 yılları arasında yapılan II. Dünya Savaşı nedeniyle durmuştur. Dünya siyasi yapısındaki değişiklik ve savaş dönemleri

turizm faaliyetlerini olumsuz etkileyen süreçlerdendir. I. Dünya Savaşı dönemlerinde durma noktasına gelen turizm savaşın ardında toparlanma süreci yaşamış, teknolojik gelişmelerin başlamasıyla beraber 1930'lara gelindiğinde ivme kazanmıştır. Ancak II. Dünya Savaşı ile beraber yeniden düşüşe geçmiştir. Savaş sonrası dönemde ise turizm, kalkış evresini yaşamaya başlayarak endüstri haline gelmeye başlamıştır (Çallı, 2015).

Endüstri devriminin ardından hızlanan şehirleşme faaliyetlerinin turizm olgusunun ilerleyişine 2 şekilde yön verdiği düşünülmektedir. Üretimin şehirlerde yapılmasıyla şehirlerin iş ve kültür merkezine dönüştürülmesi, ulaşım ağlarının merkezinde bulunması, sağlık kuruluşlarının ve eğitim merkezlerinin bulunması gibi nedenler şehirlere ve şehir hayatına turistik çekicilik katmıştır. Şehirlerin ziyaret edilmeye başlandığı görülmektedir. Endüstri devriminin ardından gerçekleşen ikinci boyut ise; şehirleşmenin olumsuz yanlarının ön plana çıkmasıdır. Şehir hayatının yorucu oluşu, nüfusun yoğunluğu, stres, çevre, hava ve gürültü kirliliği gibi nedenler şehirlerde ikamet eden insanların boş zamanlarında şehirden uzaklaşmalarına yol açmıştır. Çok sayıda insanın; gezip-görme, eğlenme, dinlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla izin günlerinde veya emeklilik dönemlerinde şehir hayatından uzaklaşarak turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlamıştır (Kozak ve diğerleri, 2013).

Mason'un 2015 yılında yapmış olduğu çalışmada 19. ve 20. yüzyılın başlarında turizmin gelişmesinin nedenleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır;

- Endüstri devrimi ile üretim anlayışının ve yaşam standartlarının yükselmesi
- Daha ucuz ve ulaşılabilir olan ulaşım teknolojilerinin gelişimi (19. yüzyılda demir ve deniz yolları kullanımı ile araba ve 20. yüzyılın başlarında hava taşıtlarının kullanımı)
- 19. yüzyılın sonlarına doğru ücretli yıllık izin anlayışının getirilmesi
- Çevreye olan algının değişmesi; önceden düşmanca görülen yerler çekicilik unsuru olarak algılanması
- Seyahat etme isteğinin artması; bu durumun nedeni ise eğitimdeki ilerlemeler ve savaş sonrasında merak edilen deniz aşırı bölgelerdir. Bu sayede yabancı bölgelere ve deniz aşırı iş seyahatlerine ilgi artmıştır.

Savaş öncesi dönemde endüstriyel anlamda yaşanan gelişmeler savaş sonrası dönemde de yeniden hızlanmaya başlamıştır. Savaş sonrasında maaşlarındaki düzenli artış ve

boş zamanları bulunan insanlar rekreasyon faaliyetlerine yönelmeye başlamışlardır. 1950'ler ve 1960'ların başlarında otoyol sistemleri Avrupa ve Kuzey Amerika'da ciddi gelişmeler kaydetmiş ve herhangi tanıtım veya özel bir kuruluşa dayanmadan çok sayıda turist kendi organizasyonunu yapıp uygulayabilmiştir (Mason, 2015).

II. Dünya Savaşı'nın 1945 yılında son bulmasının ardından turizmin günümüzdeki endüstri halini aldığı gelişim evresi olarak nitelendirilen dönem başlamaktadır. Savaşın ardından turizm endüstrisi gelişerek uluslararası düzeyde turizm faaliyetleri başlamıştır. Ticari hava endüstrisinin gelişmesi, savaşta kullanım fazlası olan jet uçakların özel taşımacılık şirketlerine verilmesi ile sivil hava yolcu taşımacılığının hızla gelişim göstermesi turizmin önemli bir ögesi olan ulaşımın; daha güvenli, hızlı ve konforlu bir biçimde gerçekleştirilmesini sağlamıştır (Çallı, 2015).

1940'ların başlarında Amerikan Havayollarının okyanus aşırı gerçekleştirdiği ilk uçuşu havayollarının kabul görmesini sağlamıştır. Ardından 1959 yılında kıtalararası ilk uçuşunu gerçekleştiren Amerikan Havayollarına air jet ve 1958 yılında Pan Amerikan Havayollarının Atlantik Okyanusu üzerinden Amerika- Avrupa arası günlük uçuşlara başlaması uluslararası seyahatlerin yaygınlaşmasını sağlamaktadır (Goeldner ve Ritchie, 2007).

Savaşın ardından Batı'da yaşanan toplumsal refah artışı ve teknolojik gelişmeler ile beraber 1950 ve 1960 yılları arasında kitle turizmi Avrupa ülkeleri arasında yaygınlaşan turizm faaliyeti olarak bilinmektedir. Gelişen teknoloji ile maliyetler düşürülerek turizm talebi arttırılmış ve ölçek ekonomilerine yol açarak maliyetler daha fazla düşürülmüştür. Böylelikle seyahat acentalarının konaklama, ulaşım, eğlence gibi turizm öğelerini tek bir paket halinde bir araya getirip turizm ürünü olarak geniş kitlelere ucuza satabilme olanağı kılınmıştır (Roney, 2011).

II. Dünya Savaşı'nın ülkelere yaşattığı ekonomik kayıplar dünya ekonomisini gelişime zorlamıştır. Dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri olan turizm, birçok ülke için bölgesel ve ulusal kalkınma amacıyla bir araç olarak kullanılan sektörlerden biridir. Gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke yaygın biçimde gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında, ödemeler dengesi problemlerinin hafifletilmesinde turizm sektöründen beslenmektedir. Dolayısıyla savaş sonrası

dönemde ülkelerin kalkınmasında lokomotif görevi üstlendiği söylenmektedir (Hepaktan ve Çınar, 2010).

Savaş sonrası dönemde hükümetlerin hemen hemen her siyasi politikanın ilerleyişini turizme yönlendirdiği görülmektedir. Savaştan sonra Doğu Avrupa’da Bulgaristan gibi komünist rejimin bittiği ülkeler Batı turistine kapılarını açmıştır. Ülkeler turizm hareketliliği için iki anahtar politika ile hareket etmişlerdir. Yerli halkı kendi ülkelerini keşfetmek için ikna etmek ve havayolu taşımacılığının gelişmesiyle yeni destinasyonları ulaşılabilir kılan ulaşım teknolojisi ile yabancı turistleri farklı bölgelere çekebilmek olmuştur. Seyahat acentalarının da desteği ile çok sayıda üretilen özel tur paketleri ve tatil fırsatlarıyla uluslararası turizm hareketliliğinde gelişim sağlanmıştır. Turizm ile ilgili tanıtımlar yapılması için bütçeler genişletilmiş ve reklam kampanyaları başlatılmıştır. 1955 yılında İngiltere televizyon reklamları başlatmıştır. Gazetelerde ve televizyonlarda turizmin tamamlayıcı öğelerine yer verilmiştir. Televizyonda ‘Holiday with Cliff Michelmores’ gibi seyahat programları yayınlanarak, yerli ve yabancı turistlerin farklı destinasyonlara seyahatleri için turistik çekicilik sağlanmaya çalışılmıştır (Yeoman, 2009).

1974 ve 1980 yılları arasında turizm endüstrisinde geçici bir durgunluk yaşanmıştır. Durgunluk döneminin ardından hızlı bir gelişim ile turizm faaliyetleri 1980-2000 yılları arasında ortalama yıllık 6,8 gibi yüksek bir oranla artış göstermiştir. 1990’lı yılların sonuna kadar turizm hızlı ve istikrarlı bir büyüme göstererek hizmet sektörleri içerisinde birinci sıraya yükselmiştir. Böylelikle hükümetler için önemli bir gelir kaynağı olarak dikkat çekmeye başlamıştır. Turizm sektörünün hızlı gelişimi ve globalleşme süreci beraberinde rekabet ortamını da getirmiştir. Doğu- Avrupa ülkeleri arasındaki siyasi rejimlerdeki seyahat faaliyetlerini kısıtlayacak engellerin kalkmasıyla ülkeler arasındaki rekabet ortamının arttığı düşünülmektedir. Enformasyon ve ulaşım teknolojilerinin hızlı bir şekilde ilerleme göstermesi ile farklı gelir gruplarındaki kişilerin de seyahat talebinde etki alanı oluşturmaya neden olduğu bilinmektedir. Teknolojik gelişmeler ile turizmin ulaşabildiği kitlenin gitgide büyüdüğü bilinmektedir (Çuhadar, 2006).

Tablo 2.1. Yıllara Göre Uluslararası Turizme Katılan Kişi Sayısı ve Turizm Gelirleri

Yıllar	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Artış Oranı (%)	Turizm Gelirleri (Milyar \$)	Artış Oranı (%)
1950	25,5	-	2,1	-
1960	69,3	173,9	6,8	223,8
1970	165,8	139,2	17,9	163,2
1980	285,5	73	105,4	588,8
1990	455,9	159,1	264,1	250,5
1995	550,4	2,7	404,6	13,6
2000	687,3	6,8	473,4	4
2004	763	10,7	622	18,4
2011	939	6	928	5
2015	1186	4,6	1260	4,4
2019	1500	4	1480	17,46

Kaynak: World Tourism Organization

II. Dünya Savaşı'nın ardından kalkınma evresi olarak bilinen döneme giren uluslararası turizm hareketliliğinin verileri 1950'den günümüze kadar Tablo 2.1'de verilmiştir. 1945 yılından savaşın sonlanmasının ardından havacılık teknolojisinin gelişimiyle 1950'li yıllar itibariyle turist varışlarında artışlar yaşanmıştır. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre; 1960 yılında 69 milyona ulaşırken 1970 yılında 165 milyona ve 1990 yılında 455 milyona ulaştığı görülmektedir. 2000'li yıllara gelindiğinde 1950'den itibaren 26 kat büyüyen turizm endüstrisi turizm gelirlerinin de aynı şekilde artmasıyla ülkelerin ekonomilerine büyük katkılar sağladığı görülmektedir. 1950 yılında 2,1 milyar dolar katkı sağlayan turizm gelirleri 2000 yılına gelindiğinde 473,4 milyar dolar ve 2015 yılına gelindiğinde 1260 milyar dolar katkı sağlamıştır. 65 yıl içerisinde 2.1 milyar dolardan 1260 milyar dolar artış göstererek büyük bir büyüme sağlanmıştır. Turist varışları ise 2019 yılı verilerine göre 1.5 milyar turist uluslararası turizm hareketliliğine katıldığını göstermektedir. Turizm endüstrisi 69 yıl içerisinde gösterdiği 58 kat büyüme oranı uluslararası turizm faaliyetlerinin yıllar boyunca gösterdiği gelişim görülmektedir.

2.2. TURİZMDE DİJİTALLEŞME VE ROBOTLAŞMA

Turizmin endüstrileşme sürecinde savaş sonrası dönemde ivmelenmesine etki eden çok sayıda unsur bulunmaktadır. Endüstri devriminin başlamasıyla yaşanan iktisadi ve toplumsal değişim turizm endüstrinin gelişiminde büyük rol oynadığı görülmektedir. Hızlı bir ilerleme gösteren teknolojik gelişmeler ile turizm arasında yakın bir ilişki bulunması nedeniyle, turizm endüstri teknolojik gelişmelerle beraber ivmelenmiştir.

Bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin turizmin yaygınlaşmasında önemli bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Sanayi Devrimi'nin ardından bilgi üretimi ve bilişim teknolojilerinin önem kazanmasıyla teknolojik gelişmeler ivme kazanmıştır. 1920'li yıllarda pazarlama faaliyetleri telefon veya posta yoluyla büyük müşteriler ile haftalık veya günlük olarak iletişime geçerek yapılırken, online sistemlerin kurulmasıyla doğrudan pazarlama yöntemleri yerine alıcı ile satıcı arasındaki paydaşların kaldırılarak doğrudan tüketiciyle alışverişin gerçekleştirilmesi sağlanmıştır. Böylelikle sunulan hizmet hızlı ve daha düşük maliyet ile tüketiciye ulaştırılmıştır (Walle, 1996).

Sarı ve Kozak'ın (2005) çalışmasına göre; bilgisayar ağlarının ortaya çıkmasıyla beraber turizm endüstrisinde bilgi teknolojileri 10'ar yıllık arayla üç dalga halinde kullanılmaya başlanmıştır. Kullanım sıraları aşağıdaki gibi belirtilmiştir;

- 1970'lerde kullanılmaya başlanan Merkezi Rezervasyon Sistemleri (CRS's),
- 1980'lerde ortaya çıkan Global Dağıtım Sistemleri (GDS's),
- 1990'lardan beri yoğun olarak kullanılmakta olan Internet.

Bilgi iletişim veya bilişim teknolojileri; basılı medya, görsel/işitsel, telefon ve elektronik medyanın tümünü kapsamaktadır. Endüstri devriminin ardından gelişim gösteren bu teknolojiler, tüketiciye daha kısa yoldan ulaşma imkanı veren yeni dağıtım kanalları olarak bilinmektedir. Turizm ve seyahat olgusunun temelini bilgi olması nedeniyle söz konusu teknolojilerin gelişme hızı ve boyutu turizm arzını oluşturan mal ve hizmet sağlayıcıları bakımından hayati önem taşımaktadır. Bu nedenle turizm sektörü bilgi teknolojilerinin en yoğun ve yaygın olarak kullanıldığı sektörlerden birisi olarak bilinmektedir (Sarı ve Kozak, 2005a).

Turizmin önemli unsurlarından biri olan ulaşım sektörü endüstri devrimi sonrasında hızlı ilerleme gösteren teknolojik gelişmelerden faydalanarak turizme katkı sağlamaktadır. Bir seyahatin güvenli ve konforlu geçmesi ulaşım teknolojilerinin gelişimiyle ilişkilendirilmektedir. 1950’li yıllarda popülerliği artan hava yolculuğunun yoğunluğu nedeniyle havayolları yeni sistemler geliştirmeye başlamıştır. Amerikan Havayolları tarafından; konaklama, aracı kuruluşlar, havayolu hizmeti gibi işletmelerin bilgisayar sistemlerinin birbirlerine bağlanarak merkezi bir rezervasyon programı olarak kullanımı sağlanan Merkezi Rezervasyon Sistemleri (Computerized Reservation Systems- CRS’s) bir bilgisayar ağı olarak geliştirilmiştir (Sarı ve Kozak, 2005b).

Modern bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinin temeli olan CRS 1950’li yılların sonlarına doğru kullanılmaya başlanmıştır. CRS, seyahat acentasından veya müşteriden telefon, telgraf veya posta yoluyla iletilen talepleri işleme koymaktadır. Büyük hacimli talepler gelmediğinden dolayı sistem kullanıldığı dönemde kullanışlı olmuş ve ilerleyen dönemlerde geliştirilen sistemlerin temelini oluşturmuştur. Sistemin sağladığı kolaylık nedeniyle Amerika’da Deltamatic ve Panamac gibi farklı birçok havayolu şirketi kendi sistemini geliştirmeye çalışsa da başarılı olamamıştır. 1980 yılının ikinci yarısına gelindiğinde bilgisayar sistemleri arasında bir rekabet ortamı oluştuğu görülmektedir. Amerikan Havayolları ve United Havayolları’nın geliştirdiği ‘Sabre’ ve ‘Apollo’ İngiliz pazarını etkisi altında bulundururken yeni Avrupa sistemleri olan ‘Galileo’ ve ‘Amadeus’ onlara karşı direnmekteydi. Geliştirilen bu yeni sistemler gelen yeni talepleri saniyeler içerisinde rezervasyon işlemi sağlayarak onaylayabilmektedir. Maliyet ve güvenilirlik açısından devrim niteliği yaratan bu sistemlerin kullanımının satışlarda büyük etkisi görülmektedir. Havayolları, uçak ve hava trafiğinin artması sonucunda bilgisayarlı rezervasyon sistemleri rezervasyon işlemlerinin ana unsuru haline gelmiştir. Çalışan sayısını, maliyeti, hizmet süresini ve hesaplamalardaki hata payını azaltarak havayollarının fiyatlandırma, geliri arttırma, müşteriye bilgilendirme gibi pazarlama stratejilerini sağladığı belirtilmektedir (Zavarika, 2016).

Merkezi Rezervasyon Sistemleri bilgi teknolojilerinin küresel çapta ilk uygulaması olarak kabul edilir. Bu yeni teknolojik gelişmenin turizm endüstrisine sağladığı çeşitlilik Werthner ve Klein’in (1999) çalışmasına göre aşağıdaki gibi belirtilmiştir;

- Küresel pazarlar ve destinasyonların dikkat çekmesi
- Yüksek işlem hacmi ve özelleştirilmiş ürünler
- Yapılandırılmış, standartlaştırılmış veriler ve çoklu ortam gösterimleri
- Örgüt içi ve örgütler arası sistemlerin önemi
- Farklı müşteri türleri (tüketiciler, KOBİ, büyük şirketler)
- Parçalı ve konsantre pazarlar

Farklı birçok alanda çeşitliliğe ve gereksinime yol açmıştır.

1980’li yılların ortalarında Merkezi Rezervasyon Sistemleri’nin kapsamı genişletilerek Küresel Dağıtım Sistemleri (Global Distribution Systems- GDS’s) geliştirilmiştir. Geliştirilen bu yeni sistem Merkezi Rezervasyon Sistemleri’nin yatay ve dikey entegrasyon ile büyümesi sağlanmıştır. Yeni geliştirilen sistemin içerisine çok sayıda havayolları, konaklama, araç kiralama, tren ve feribot bileti, eğlence ve diğer hükümler gibi tüm turizm mal ve hizmetlerini içeren unsurlar entegre edilmiştir. GDS sayesinde birçok turizm organizasyonu ve aracısı dünya çapında standardizasyon sürecine öncülük etmiştir. Böylece pazar payını kontrol altına alınmıştır. Küresel Dağıtım Sistemleri; tüketici ihtiyaçları ile turizm sağlayıcıları arasında köprü görevi görerek rezervasyonların küresel çapta yapılmasını ve dağıtımını sağlamaktadır. Güvenilirlik ve etkililik konusunda büyük başarı elde etmektedirler. Konaklama bilgileri, ulaşım detayları, transfer, gezginler için rehber gibi farklı öğelerin oluşum ve dağıtım maliyetleri geliştirilen bu sistem ile azaltılmıştır. Böylece tüketiciler ve turizm paydaşlarının memnuniyet düzeyi artırılmış ve üstün ürünler sunularak ortak karlılık sağlanmaya çalışılmıştır (Buhalis, 1998).

İlk olarak havayolları tarafından kurulan bilgisayarlı rezervasyon sistemleri geliştirilerek; seyahat acentaları, tur operatörleri, turist konaklama üniteleri, otel bağlantıları, araç kiralama şirketleri, kruvaziyer organizatörleri gibi çok sayıda turizm ögesini alarak internet aracılığıyla bağlantı kurulmasını sağlamıştır. Bu rezervasyon sistemleri bireysel kullanıcılar haricinde özellikle seyahat acentaları ve şirketlere, uygun mekanlar, tarifeler, rezervasyonlar ve bilet satışları hakkında bilgi vermektedir. Bu sayede oteller, havayolları, araç kiralama şirketleri, seyahat acentaları; tur operatörüne sormaksızın turistik ürün hakkında doğrudan bilgi sahibi olabilmektedirler. Online sistem aracılığıyla düzenlenen rezervasyonlar, elektronik

ortamda işleme alınan biletler ve programlar, maliyetleri azaltarak turizm faaliyetlerinin olumlu yönde gelişimine katkı sağladığı görülmektedir (Felicen ve Ylagan, 2016).

Endüstrinin hızlı büyümesi ve gelişmesi, bilişim teknolojilerinin gelişimine zemin hazırlamıştır. 1950'ler itibariyle teknoloji ve turizm arasında artan etkileşim sektörde köklü değişikliklere neden olmuştur. 1990'lı yılların başlarında internet teknolojisinin yaygınlaşması bu köklü değişimin başlangıcı olmuştur. İnternet teknolojisi; dünyanın dört bir yanındaki birçok kuruluş ve ülkeden bilgisayarlar arası aktarılan milyonlarca veriyi içeren bilgisayar ağı olarak tanımlanmaktadır. (William ve diğerleri, 1996).

İnternet; World Wide Web (WWW), Elektronik Mail (e-mail), Usenet, Gopher, Telnet, ve Dosya Aktarım Protokolü (File Transfer Protocol- FTP) gibi farklı birçok fonksiyonu desteklemektedir Web ise milyonlarca kitabın, kaydın ve görüntünün bulunduğu yılın her günü açık olan uluslararası bir kütüphaneye benzetilmektedir. 1990'lı yılların başları internetin yaygınlaşmaya başladığı ilk dönemlerde 40 milyon insan internet teknolojisinden faydalanmaktaydı. Bu sayı her dokuz ayda bir %100 artış göstererek günümüzde ciddi boyutlara ulaştığı görülmektedir. Turizm endüstrisi ise internet kullanımını ilk günden itibaren takip eden endüstrilerden biri olmuştur. 1990'lı yıllarda 20.000 web sitesi bulunurken ve bu sayının her ay 2000 web sitesi eklenerek artmakta olduğu bilinmektedir (Rimmington ve Kozak, 1997).

İnternetin büyüyen ve gelişen kısmı olarak World Wide Web ortaya çıkmıştır. World Wide Web sayesinde yazılı verilere, grafiklere, resimlere, video ve seslere kolayca erişilebilmektedir. World Wide Web kısa sürede bilişim teknolojilerindeki devrim olarak nitelendirilmiştir. Verimli, dinamik ve ürünler ile fikirlerin eş zamanlı etkileşim gösterdiği yenilikçi bir platform olarak bilinmektedir. 1990'lı yıllarda internet kullanımı yaygınlaşmaya başladığında sektördeki operasyonel ve stratejik uygulamaların keskin bir biçimde dönüştürülmesine neden olduğu düşünülmektedir. Bilişim teknolojileri turizm organizasyonları ve destinasyonlarının rekabetçilik düzeyi açısından kritik bir rol oynarken internet kullanımının yaygınlaşmasıyla arama motorlarında yeni gelişmeler; ağların taşıma kapasitesini ve hızını etkilemiştir. Bu gelişmeler nedeniyle seyahatlerini teknolojiyi kullanarak ve deneyimleyerek gerçekleştiren gezginlerin sayısında artış yaşanmıştır (Buhalis ve Law, 2008).

Etkili ve yüksek hızlı bilişim teknolojisi altyapısı ve yazılım uygulamaları turizmin gelişimi için oldukça önemlidir. Bilişim teknolojileri müşteri - yönetim ilişkileri ve tedarik zinciri yönetiminin, kullanımı kolay tek bir araçla gerçekleştirilecek ürün seçimi, sipariş verme, yerine getirme, izleme, ödeme ve raporlama gibi çeşitli işlemleri kolaylaştıran tek bir kaynaktan birleştirilmesini sağlamaktadır. Teknolojik gelişmelerle internet kullanımı tüketicilerin doğrudan turizm tedarikçileriyle etkileşime geçmesini ve araçların oluşturacakları ağın ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır. Tüketicilerin doğrudan tedarikçilerle ve destinasyonlarla iletişime geçmesi sayesinde ürünlerin taleplerine göre özelleştirilmesi ve kişiselleştirilmesi mümkün kılınmıştır. Böylelikle tüketicilerin daha sofistike ve seçici hale geldiği düşünülmektedir. Yüksek düzeyde hizmet almış olmaları ve yaşam standartlarının önemli ölçüde artmasının da etkisi bulunmaktadır. Turistlerin bu süreçte yüksek kaliteli ve fiyat açısından değer ürünler konusunda ve zamanları konusunda daha istekli olduğu düşünülmektedir. Çeşitli turizm ürünlerini ve destinasyonlarını deneyimlemiş, sofistike gezginler; bir destinasyon hakkında bilgi edinmek, istek ve ihtiyaçlarını doğrudan tedarikçiye iletebilmek adına elektronik medyayı kullanmaya başladığı görülmektedir (Bethapudi, 2013).

İnternet kullanımında; zaman, mekân ve ürün sınırı bulunmamaktadır. Herhangi bir ülkedeki bir kişi farklı bir ülkedeki özel, kamusal veya kişisel bir web sayfasına erişebilmekte, güncellenen bilgileri eş zamanlı olarak okuyabilmekte veya fotoğraflarına erişebilmektedir. Ülkeler arası sınırları kaldıran bu teknolojik gelişme; eğitim, iş, eğlence gibi farklı pek çok amaçla kullanılmaktadır. Rimmington ve Kozak'ın (1997) çalışmasına göre internet kullanımını diğer teknolojik gelişmelerden ayıran önemli özellikler aşağıdaki gibi sıralanmıştır;

- Erişim fırsatları teorik olarak herkes için eşittir.
- Ses paylaşımı eşittir; kimsenin sesi diğer sesleri bastırmaz.
- İnternet bir reklam aracı olarak kullanılırsa pazarlama iletişimi maliyet yapısı değiştirilir.

İnternet teknolojisini diğer teknolojik gelişmelerden ayıran önemli özellikler bulunması nedeniyle git gide kullanıcı sayısı artmış ve buna bağlı olarak fonksiyonları da arttırılmıştır. Bu iki olgunun birbirinden beslenmesi internetin günümüzdeki her

sektör tarafından kullanılan yaygın halini almasına neden olmaktadır (Demirdöğmez, Belli ve Taş, 2018).

Endüstri devriminin ardından ulaşım teknolojisinde de çeşitli gelişmeler yaşanmıştır. 1970’li yıllar itibariyle demiryolu ulaşımın daha hızlı, güvenli ve konforlu olması için deneysel çalışmalar yürütülmekteydi. 1981 yılında Paris-Lyon seferini gerçekleştiren tren maksimum 380 km/h hıza ulaşarak başarıyla sonuçlanmıştır. Konforlu büyük yolcu koltukları ile donatılmış, her koltuk için TV seti kurulmuş, bebeği olan anneler için özel odalar ve çocuklar için özel oyun odası yapılmıştır. Yolcular için konforlu ve güvenli ekipmanlarla düzenlenerek uygun hale getirilmiştir. İlerleyen dönemlerde hız geliştirme amaçlı deneysel çalışmalar devam etmiş 2003 yılında 581 km/h hıza ulaşılmıştır. Yapılan çalışmalarla gösterdiği büyük gelişimler yolcu kapasitesi ve sayısında artışa neden olduğu görülmektedir (Gierczak, 2011).

Turizm ürününün, fiziksel olarak görülebilir veya satın alınmadan önce denetlenebilir olmaması ve soyut bir ürün olması nedeniyle turizm endüstrisinin bilişim teknolojilerinin gelişim sürecinden etkilenmesi ve dijitalleşmeye hızlıca adapte olması kaçınılmaz bir seçenek olarak görülmektedir. Turizmin bilgi yoğun bir endüstri olması turistik ürünün basılı ve görsel-işitsel formdaki bilgilere bağımlı olmasına neden olmaktadır. Bilişim teknolojileriyle köklü bir değişime giden turizm; yeni dağıtım kanallarının büyümesine liderlik eden hedef pazarlarla daha geniş kitlelere ulaşmaya başlamıştır (Hadžić, 2004).

2.2.1. Turizmde Dijitalleşme

Teknoloji ve teknolojinin getirmiş olduğu yenilikler her endüstride olduğu gibi turizm endüstrisinde de büyük değişimlere neden olmuştur. Hizmet sunumunda teknolojinin etkisi sınırlı bulunsa da sektör hakkında bilgi toplanması, rakiplerin tanınması, promosyonların yapılması, turistik ürünlerin tanıtılıp pazarlanması ve dağıtımında teknolojinin yeri oldukça büyüktür. Teknolojik gelişmelerle birlikte işletmelerin tüketicilerle olan iletişimi köklü bir değişiklik yaşamıştır. Turizm endüstrisine doğrudan birçok fayda sağlarken sektörü değerlendirebilmek adına teknoloji; turizm işletmeleri tüketici davranışlarını analiz etmekte, işletmelerini bu bağlamda amaca yönlendirmede ve başarılı olmada önemli gelişmelere neden olmuştur (Çalimli, 2019).

Bağcı ve İçöz'e (2019) göre; dijitalleşme sürecine ilk dahil olan sektörden turizm endüstrisinde yeni teknolojik gelişmeler farklı birçok yerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Konaklama işletmeleri, müzeler, havalimanları, yiyecek-içecek işletmeleri gibi çeşitli işletmeler yeni teknolojik ürünlerin kullanımına elverişlidir. Servis robotları, 7/24 çalışan self servis kioskları, yapay zekâ destekleri chatbotlar gibi çok sayıda dijital destekli ürün turizm alanında hizmet vermektedir. İşletmeler açısından ise; ilk alımın ücretleri ve aralıklı servis bakım ücretleri dışında sürekli masraflarının bulunmaması ekonomik açıdan fayda sağlamaktadır.

Günümüzde teknolojik gelişmelerin turizm endüstrisi ile ilişkisi incelendiğinde, Dördüncü endüstri devriminin başlamasıyla robotik, analitik, yapay zekâ ve bilişsel teknolojiler, nano teknoloji, giyilebilir teknoloji ve nesnelerin interneti gibi yeni nesil teknolojiler toplumun ve işletmelerin hayatına girmeye başlamıştır. Dijitalleşme süreci bilgi yönetimi ve üretim- hizmet alanlarında iş yapma biçimlerini değiştirmeye başlamıştır. Tablet bilgisayarlar, sensörler, hafif robotlar gibi teknolojiler ile işletmeler hizmetlerini daha ekonomik olarak vermeye başlamışlardır. Özellikle internet kullanımının yaygınlaşmasının ardından Youtube, Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya uygulamaları aracılığıyla turistlere; turizm faaliyetleri öncesinde, sırasında ve sonrasında çevrimiçi hizmetlerle bilgiye kolay ulaşım imkânı sunulmaktadır (Topsakal ve diğerleri, 2018).

Turizm endüstrisini büyük ölçüde etkileyen bilişim teknolojileri özellikle yaygınlaşan akıllı telefonlar gibi özel bilgi arama, sosyal ağlar, navigasyon, döviz kuru hesaplama, uçak ve otel rezervasyonu gibi geniş uygulama seçenekleri ile turizm faaliyetlerini kolaylaştıran hizmetler sunmaktadır. Binlerce uygulama fonksiyonunu içerisinde barındıran akıllı telefonlar ile turistler bilgiye kolayca erişebilmektedir (Wang, Park ve Fesenmaier, 2012).

Wang, Park ve Fesenmaier'e (2011) göre; akıllı telefonlar ve akıllı telefon uygulamaları turistlerin sadece turizm tüketimi aşamasında bağlantı ve navigasyon gibi bilgi işleme faaliyetlerini değil, aynı zamanda tüketim öncesi ve tüketim sonrası aşamalarındaki faaliyetleri de desteklemektedir. Mobil uygulamalar turistin deneyimlerini zaman ve mekân sınırı olmadan paylaşabilmesini sağlamaktadır. Deneyim paylaşımını destekleyen uygulamalar aynı zaman turistin ziyaret ettiği

destinasyonda köpek parkları, ucuz benzin istasyonları gibi kişisel aramalarını da destekleyerek turistlerin ihtiyaçları için hizmet vermektedirler. Bu gibi nedenlerle mobil uygulamaların turistler için daha iyi bir seyahat deneyimi sunduğu düşünülmektedir.

Konaklama işletmeleri teknolojik gelişmelerden etkilenen diğer bir turizm paydaşıdır. Teknolojik ilerlemeler ile beraber konaklama işletmelerine otomasyon sistemleri kullanılmaya başlanarak maliyetler düşürülmüştür (Tutar, Kocabay ve Kılınç, 2007).

Günümüzde konaklama işletmeleri geleneksel rezervasyon yöntemlerini kullanmak yerine online rezervasyon yöntemi ile hizmet sunumu yapmaktadırlar. Oteller bir web sayfası açarak işletmelerini tanıtımını yapmaktadırlar. Sosyal medya kullanımının artmasıyla oteller tanıtım faaliyetlerini sosyal medya ile yürütmektedirler. (Çalıklı, 2019).

Turizm paydaşlarının çeşitliliği teknolojik gelişmelerin de farklı alanlarda turizme hizmet etmesini sağlamaktadır. Bilgisayar altyapısı bulunan sistemlerden kiosklar günlük hayatta sıklıkla kullanılan çeşitli mekanlarda yer almaktadır. Tren istasyonlarında, otobüs terminallerinde bilet işlemi yapan, hastanelerde bilgi alınabilen, banka şubelerinde işlem yapılan, toplu taşıma araçlarına binmek için jeton temin edilen bilgisayarlı sistemdir. Temelde bir bilgisayar ile çıktı ünitesi olarak bir ekran ve kullanıcının veri girişi yapabileceği, dokunmatik ekran, klavye veya tuşlardan oluşan bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Müzelerde de aktif olarak kullanılan kiosklar ziyaretçilere sergilenen eserler, nesneler hakkında bilgi vermenin yanı sıra müzede yer alan işletmelerin konumlarına dair bilgi verebilmektedir. Hazırlanacak içeriğe göre farklı dil seçeneklerini destekleyebildiği için turistler tarafından dil tercihlerine göre kullanılabilir (Harmankaya, 2010).

Müzelere fiziksel olarak yapılan ziyaretler turizm faaliyetlerinin bir sonucu olarak bilinmektedir. Fiziksel olarak ziyaret etmenin yanı sıra teknolojik gelişmeler aracılığıyla dünyanın farklı yerlerindeki müze ziyaretlerini yer değiştirmeden gerçekleştirmek mümkün kılınmıştır. Üç boyutlu görüntü izlenimi vererek, son teknoloji yazılım ve görsel medya uygulamalarının fotoğraflar üzerine aktarılması ile internet ortamında ziyaretçiye mekânın içinde gezinme hissi yaratılarak rahatça dolaşmasını sağlayan sanal turların gelişmesi turların sanal ortamlar aracılığıyla

gerçekleşmesini sağlamıştır. Sanal tur uygulamaları öncelikle müzecilik ile başlamıştır. Sanal turlar aracılığıyla günümüz modern teknolojilerini kullanan Londra British Museum ve New York Metropolitan Museum gibi müzeler, dünyanın çeşitli milletlerinden ziyaretçilere ulaşarak sahip oldukları değerleri daha geniş kitlelere yaymayı başarmışlardır (Arat ve Baltacıoğlu, 2016).

İki boyutlu ve üç boyutlu olarak sunulan sanal turlar, ziyaretçilere kolaylıkla ulaşabilmektedir. Çeşitli amaç ve içerikleri bakımından kullanım alanları farklılık göstermektedir. İki boyutlu sanal turlar, bilgisayar ortamında çevrimiçi olarak sunulan nesne merkezli uygulamadır. Web ortamında bulunan ziyaretçinin içinde gezinme hissiyatı yaratılarak sanal ortamdaki mekânı dolaşmaları sağlanmaktadır. İki boyutlu sanal turlar; belirli bir uzmanlık alanına hitap eden içeriksel sanal turlar, eğitim amacı içeren eğitsel sanal turlar ve tanıtım amacı güderek ziyaretçinin ziyaret isteğini uyandırmayı amaçlayan broşür sanal turlar olmak üzere üç şekilde sunulmaktadır. Üç boyutlu sanal turlar ise gerçeği ile birebir tasarlanan modeller ile ziyaretçilere sunulmakta olan uygulamadır. Gerçeklik hissi yaratmasından dolayı görsel seyir zevki sunmaktadır (Derman, 2011).

Türkiye’de birçok müzeyi sanal olarak seyahat etmek mümkün kılınmıştır. Ankara’daki Kurtuluş Savaşı Müzesi, Cumhuriyet Müzesi, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, İzmir’de Efes Müzesi, Çanakkale’de Troya Müzesi, Şanlıurfa’da Göbeklitepe, Antalya Müzesi, Gaziantep’de Arkeoloji Müzesi, Zeugma Müzesi gibi çok sayıda müzenin sanal turları bulunmaktadır (WEB11, 2020).

Dünya çapında birçok örneği bulunan sanal turlara Fransız Devrimi sonrasında yok edilen The Abbey Of Cluny Manastırı’nın sanal gerçeklik teknolojisiyle (VR) bilgisayar ortamında yeniden canlandırılması verilebilmektedir. Seyahat acentalarının anlaşmalı olduğu konaklama tesislerinin sanal gerçeklik ile yaratılmış görüntülerini tüketiciye sunması ile turistik ürünün henüz gitmeden deneyimlenmesi mümkün kılınmıştır. Böylelikle tüketiciye turistik üründe daha önce mümkün olmayan ön deneyimin yaşatılması, potansiyel müşterilerin oluşturulması, tüketicilerin teknolojisi kullanan şirketlere yönelmesi sonuçları elde edilmiştir (Durmaz, Bulut ve Tankuş, 2018).

Teknolojik gelişmelerin yaşandığı dönemlerde havayollarının ilk olarak geliştirdiği Merkezi Rezervasyon Sistemlerinin ardından yaygınlaşan internet teknolojisiyle turizm endüstrisine birçok kolaylık sağlanmıştır. Seyahat acentalarının görevini üstlenen online dağıtım kanalları ile paket tur, uçak bileti, otel rezervasyonu, rehberlik hizmeti, transfer aracı gibi pek çok turizm unsuruna ulaşmak mümkün kılınmıştır. Günümüz turizm endüstrisinde tüketiciler sayısız tatil destinasyonunu internet aracılığıyla inceleyebildiği gibi aynı zamanda ulaşım, konaklama ve tur paketlerini evlerinden çıkmadan satın alabilmektedirler. Expedia, Tripadvisor, Hotels, Booking gibi siteler seyahat acentalarının sundukları hizmeti sağlarken acentaların gelir kalemlerini tehdit ettiği düşünülmektedir (Dinçer ve Çakmak, 2018).

Kamu turizm otoriteleri açısından da dikkat geçen hususlardan biri olan turizmde dijitalleşme konusu Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2017 yılında gerçekleştirilen Üçüncü Turizm Şurası'nda "Dijital Turizm ve İnovasyon Komisyonu" yer almıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda her yıl uluslararası katılım içeren "Dijital Turizm ve İnovasyon Zirvesi" düzenlenmesi ve ülke çapında turizm sektörüne yapılacak olan teknolojik yatırımların ve dijital kampanyaların kısa, orta ve uzun vadedeki stratejilerinin, hedeflerin ve uygulamaların geliştirilmesi kararları alınmıştır (WEB12, 2017).

2.2.2. Turizmde Robotlaşma

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle başlayan dördüncü endüstri devrimi teknoloji temelli ve siber-fiziksel sistemlerin akıllı otomasyonu olarak bilinmektedir. Endüstri 4.0 kavramı ilk olarak 2011 yılında Hannover fuarında kullanılmıştır. Robotik, analitik, yapay zekâ, bilişsel teknolojiler, nanoteknoloji, kuantum bilişim, giyilebilir teknolojiler ve nesnelerin interneti gibi yeni nesil teknolojileri içeren Endüstri 4.0 başlamasıyla beraber toplumun ve işletmelerin hayatına entegre olmuştur (Topsakal ve diğerleri, 2018).

Robotik kavramı ilk olarak 1938-1942 yılları arasında Isaac Asimov tarafından kullanılmıştır. Yayınlanan kısa öyküler koleksiyonu ile robot bilimi popülerleşmeye başlamıştır. Asimov'a göre robot biliminin üç yasası şöyledir (Hockstein ve diğerleri, 2007);

1. Bir robot insana zarar vermez
2. Bir robot birinci yasa ile çelişkiler dışında insanlar tarafından verilen emirlere uymak zorundadır.
3. Bir robot birinci ve ikinci yasa ile çelişmediği sürece kendi varlığını korumalıdır.

Robot kavramıyla ilgili literatürde çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Türk Dil Kurumu'nun yapmış olduğu tanıma göre robot; *“Belirli bir işi yerine getirmek için manyetizma ile kendisine çeşitli işler yaptırılabilen otomatik araç”* olarak belirtilmiştir (WEB13). Amerika Robot Enstitüsü'nün (1979) tanımına göre; *“eşitli işleri yapabilmek için programlanmış hareketlerle malzeme, parça, alet veya özel cihazları taşımak için tasarlanmış çok işlevli, tekrar programlanabilir düzenek”* şeklindedir (WEB14).

Robot kelimesine ait ilk kullanım 1920 yılında gerçekleşmiştir. Ancak robotlara benzer makineler M.. 3000 yılına kadar uzanmaktadır. Eski Mısır, Eski Yunan ve Anadolu Medeniyetlerinde otomatik su saatleri ve benzeri makinelerin geliştirildiği bilinmektedir. M.. 1000 yıllarında yaşamış olan İskenderiyeli bir mühendisin otomatik açılan kapılar, fiskiyeler gibi düzenekleri su ve buhar gücü ile çalıştırdığı eski eserlerde anlatılmakta olduğu bilinir. Robot kavramının 1920 yılında ortaya atılmasının ardından günümüze kadar geldiği süreçte; ilk ticari amaçlı robot retimi, Japonya'da ve Amerika'da robot alanın çalışmalar yapan firmaların kurulması, gezer robot üretimi, oyuncak robotun piyasaya sunulması gibi çeşitli gelişmeler yaşanmıştır. İnsanların yaşamını kolaylaştırmak amacıyla gelişimi yüzyıllardan beri devam eden robot teknolojisi günümüzde turizm endstirisine de entegre olmuştur (Poyraz, 2010).

Uluslararası Robot Federasyonu (International Federation of Robots- IFR) tarafından yapılan servis robotu sınıflandırması ve Piesk ve diğerlerinin (2012) yapmış oldukları çalışmada robotlar; sosyal ve hizmet alanlarındaki faaliyetlerine göre sınıflandırılmıştır.

Hizmet robotu; kişisel hizmet ve profesyonel hizmet robotu olarak ikiye ayrılırken sosyal robotlar; yardımcı robot, sosyal interaktif robot ve sosyal yardımcı robot olarak e ayrılmaktadır.

1. Hizmet Robotu: Endüstriyel otomasyon uygulaması hariç, insanlar veya ekipman için faydalı görevleri yerine getiren robotlara denilmektedir.

a. Kişisel hizmet robotu: Kişisel hizmet robotu veya kişisel kullanım robotu denilmektedir. Bu robot türü ticari amaç dışında ve çoğunlukla hareket kabiliyeti az olan hastalar için kullanılmaktadır.

- Hizmet amaçlı; vakumlama, zemin temizleme, çim biçme, havuz temizliği, pencere temizliği vb.
- Eğlence robotları; oyun ve hobi amaçlı kullanılan robotlar, eğitim ve araştırma robotları gibi
- Yaşlı ve engellilere yardım amaçlı; robot tekerlekli sandalyeler, kişisel yardım ve yardımcı cihazlar, diğer yardım fonksiyonları
- Diğer; kişisel ulaşım robotları, ev güvenliği ve gözetimi, diğer kişisel/hizmet ev robotları gibi

b. Profesyonel hizmet robotu: Çoğunlukla robotlar ile ilgili eğitim almış bir operatör tarafından ve ticari amaç için kullanılan robotlar olarak tanımlanmaktadır.

- Saha robotları; tarım, hayvancılık, madencilik, uzay robotları gibi
- Profesyonel temizlik robotları; zemin temizliği, pencere ve duvar temizliği, tekne temizliği ve diğer temizleme görevleri gibi
- Denetleme ve bakım amaçlı; tesisler, fabrikalar, tank, kanalizasyon diğer kontrol ve bakım sistemleri gibi
- Yapı ve yıkım amaçlı; nükleer yıkım ve demontaj, binaların inşaatı, ağır/sivil inşaat için robotlar, diğer inşaat ve yıkım sistemleri gibi
- Lojistik amaçlı; dış lojistik ve diğer lojistik sistemleri gibi
- Tıbbi amaçlı; cerrahi işlemlerde kullanılan robotlar gibi
- Kurtarma ve güvenlik amaçlı; yangın ve afetle mücadele, gözetim/güvenlik robotları gibi

- Savunma amaçlı; mayın temizleme robotları, insansız hava aracı, diğer savunma uygulamaları gibi
- Diğer; otel ve rezervasyon amaçlı robotlar, mobil rehberlik ve bilgi robotları, pazarlama amaçlı kullanılan robotlar gibi (IFR, 2016).

2. Sosyal Robot: Diğer robot türlerinden ayırt edilen en belirgin özelliği insanlar ve robotlar ile sosyal etkileşim içinde olan robot türü olmasıdır. Feil-Seiler ve Mataric'e (2005) göre üç farklı grupta sınıflandırılmıştır.

- a. Yardımcı robot:** Büyük ölçüde fizik engeli olan kullanıcılara yardım etmek amacıyla kullanılan robot türüdür.
- b. Sosyal interaktif robot:** temel görevi etkileşim olan robot türleridir. Arkadaşlık kurma, hastalara refakat etme gibi kullanım alanları mevcuttur.
- c. Sosyal yardımcı robot:** Kullanıcıya iyileşme, rehabilitasyon ve refakat etme amacıyla etkili ve yakın etkileşim yaratan robot türüdür.

Robot türlerine ait yapılan sınıflandırmada belirtildiği gibi profesyonel hizmet robotu kategorisinde yer alan mobil rehber robotlar günümüzde kapalı alanlarda faaliyet göstermektedir. Müze ve ören yerlerinde, sergi salonlarında kullanılan bu robotların gelecekte turist rehberlerinin faaliyetlerini kısıtlandıracağı konusunda düşünceler yer almaktadır. Açık alanlarda da faaliyet göstermeye başlayan bazı robot türleri ile turist rehberliği hizmetinin gittikçe sınırlandırılacağı konusunda öngörüler bulunmaktadır (Yıldız, 2019).

Turizm endüstrisinde kullanılmaya başlanan robotlar hizmet robotu kategorisinde yer almaktadır. 1994 yılında Türkiye'de üretilen ilk hizmet robotu Konya'da kullanılmaya başlanmıştır. Bazı yiyecek-içecek işletmelerinde garsonluk hizmeti vererek hizmet sektöründe yer alan bu robotlar, günümüze kadar olan süreçte çeşitli kullanım alanlarına dahil olmuştur. Otellerde bilgi aktarımı yapmak, turistlere yardımcı olmak gibi sosyal ve pratik davranışlarda bulunan robotlar turizm endüstrisinde hizmet robotu olarak bulunmanın yanı sıra sosyal robot olarak da yer almaya başlamıştır. Royal Caribbean Otel'i'nin Biyonik Bar bölümünde robotlardan oluşturulan garson

ekibi, Starwood Alof Otelinde misafirlere konfor sağlamak ve yardımcı olmak amacıyla hizmet veren robot kahya Boltr, Savioke Relay isimli bir robotun katlara çıkarak misafirlerin istediği eşyaları getirip götürme işlerine yardımcı olması, Çin Havaalanlarında yer alan robot Sanbot'un turistlere uçuş bilgilerini aktarması, turistleri gidecekleri güzergaha yönlendirmesi gibi hizmetler sunan robotlar bunlara örnek olarak gösterilmektedir (Yalçın Kayıkçı ve Kutluk Bozkurt, 2018).

Japonya'da bulunan bazı otellerin resepsiyon bölümünde insan görünümlü robot çalışanlar yer almaktadır. Bu robotlar misafirlerin otele giriş yapması esnasında yardımcı olmakta ve otelle ilgili bilgilendirme yapmaktadır. Ayrıca bazı otellerinde odalarında da yer alan robotlar ile misafirlere kolaylık sağlanmaktadır. Odalarda bulunan bu robotlar misafirlere rehberlik etmekte, sesle ışık komutlarını algılayabilmekte, bir sonraki günün hava durumu, odanın sıcaklığı gibi temel bilgileri verebilmektedir (WEB15).

Dünyanın çeşitli yerlerinde yer alan havalimanlarında robot görevlilerden faydalanılmaktadır. Yolcuları karşılama, danışmanlık yapma, bilgi aktarımda bulunma, tercümanlık yapma, gümrüksüz alışveriş için tavsiyelerde bulunma gibi çeşitli konularda robot görevliler fayda sağlamaktadır. Güney Kore Seul Incheon Havalimanında Troika isimli robot yolculara seyahat edecekleri destinasyon ile ilgili bilgi vermekte, kapı numaralarına yönlendirmekte, uçuş gecikmeleri ve havalimanı haritası hakkında bilgi sağlamaktadır. Çin'de detektör ve kamera ile donatılan çok sayıda robot ise havalimanında güvenliği sağlayabilmek adına devriye gezmektedir. Bu robotlar ise, insan yüzlerini algılayarak hatırlayabilmekte ve potansiyel suçluların tespitinde, şüpheli kişilerin takip edilerek kayıtlarının tutulmasında önemli rol oynamaktadır. Schiphol Havalimanı'nda ise yolcuların dil engelinden dolayı ortaya çıkan yollarını kaybetme sorunları nedeniyle Spencer isimli robot geliştirilmiştir. Robot; yolcuları uçuş kapılarına yönlendirerek kaybolma problemine çözüm bulunmuştur (İbiş, 2019).

2.2.3. Profesyonel Turist Rehberliğinde Dijitalleşme ve Robotlaşma

Profesyonel turist rehberliği mesleği ortaya çıktığı ilk günden itibaren çeşitli değişikliklere uğramıştır. Sanayileşme ile beraber turizmde değişen dengeler turist rehberliği mesleğinin ilerleyişini de değiştirmiştir. Teknoloji kullanımının artması ve mobil cihazlara indirgenmesi turist profilini farklılaştırmış, turistlerin beklentilerini, bilgi ve ilgi düzeyini değiştirmiştir. Dijitalleşme ve robot teknolojisinin kullanımıyla dönüşüme giren meslekler içerisinde yer alan turist rehberliği mesleğinde de çeşitli yenilikler görülmektedir.

2.2.3.1. Profesyonel Turist Rehberliğinde Dijitalleşme

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından yaşanan gelişmeler ve Sanayi Devrimi ile gerçekleşen köklü değişiklikler ile her geçen gün artan turizm hareketliliği küresel bir boyut kazanmıştır. Turizm endüstrisi ve alt sektörleri ile beraber bu değişikliğe hızlı bir biçimde ayak uydurarak bilgi toplumuna geçiş sürecinde teknoloji kullanımına hızlıca entegre olmuştur. Bu geçiş döneminde yalnızca turist sayısında artış görülmemekle birlikte turistlerin bilgi ve birikim olarak artması da önemli bir unsur olarak yer almaktadır. Her geçen gün teknoloji kullanımı konusunda ileri giden toplum, tatile karar veriş sürecinden, tatil dönüşü geri bildirim sürecine her alanda her ortamda teknolojiden, iletişim kanallarından ve yenilik unsurlarından faydalanmaktadır. Emek- yoğun endüstrilerden biri olan turizm endüstrisi de bu hususta turist beklentilerini karşılamak amacıyla seyahatten, konaklamaya, ulaşımdan, tur rehberliği hizmetlerine kadar teknoloji kullanımını destekleyerek gelişmeleri endüstriye entegre etmektedir. Teknolojik gelişmelerle turizmin daha büyük kitlelere ulaşılabilir olması ve turistler için bilgiye ulaşmanın zorluklarının ortadan kalkması ile yoğun bir rekabet ortamı oluşmuş ve olumsuz etkilerle karşılaşmamak amacıyla çok sayıda sektör ve meslek grubu yenilikleri yakalamaya çalışmıştır (Çakmak ve Demirkol, 2017).

Teknolojide yaşanan hızlı gelişmelerle her sektör ve meslek grubunda değişiklik yaşandığı gibi turist rehberliğinde de bazı değişiklikler yaşanmıştır. Turist rehberliği mesleği genellikle turist rehberinin turiste tur esnasında yapmış olduğu anlatımları temel alsa da çeşitli teknolojik cihazlarla bu hizmet desteklenmeye başlanmıştır. Profesyonel turist rehberlerinin kullandığı araç, gereç ve ekipmanlar; Mesleki

Yeterlilik Kurumu'nun (2010) 27643 sayılı Resmî Gazete'de yayınlanan Profesyonel Turist Rehberi (Seviye 5) Ulusal Meslek Standardına göre turist rehberlerine bildirilmiştir. Bu araç, gereç ve ekipmanlar arasında bilgisayar, CD, el feneri, fotoğraf makinesi, GPS cihazı, hesap makinesi, iletişim araçları (telsiz, telefon vb.), kamera, kapalı devre konuşma cihazı, mikrofon, harita, pusula, sözlük gibi teknolojiler yer almaktadır.

Günümüzde kullanımı yaygınlaşan akıllı telefonlar ve tabletler aracılığıyla indirilebilen uygulamalar ile rehberlerin ihtiyaç duyduğu pek çok uygulamaya modern iletişimin İsviçre çakısı olarak tanımlanan akıllı telefonlar ile ulaşılabilmektedir. Turist rehberlerinin kamera, pusula, GPS navigasyonu, hesap makinesi, harita, el feneri gibi Ulusal Meslek Standardında da belirtilen araç, gereç ve ekipmanlarının birçoğu akıllı telefonlar veya tabletler ile sağlanabilmektedir. Ayrıca web tarayıcı, e-posta, hava durumu verileri, not defteri gibi rehberlerin bir bilgiye ihtiyaç halinde kolaylıkla ulaşabilmesini sağlayan uygulamalar tur esnasında turist rehberlerine büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Sürekli seyahat halinde olan turist rehberleri yanlarında sınırlı sayıda eşya taşıyabilmeleri nedeniyle tur ile ilgili kitap dokümanlarının hepsini taşıyamamaktadırlar. Ancak mobil cihazlar sayesinde kitaplara elektronik ortamda ulaşılabilir olması turist rehberlerine büyük kolaylık sağlamaktadır (Şalk ve Köroğlu, 2020).

Eser ve diğerlerine (2019) göre; teknolojik gelişmelerle beraber turist rehberleri tur sırasında mikrofon sistemi (head set) kullanmaya başlamıştır. Head set sistemi, rehberde bulunan mikrofon ve turist grubunda bulunan alıcı ile kulaklık aracılığıyla sağlanmaktadır. Bu cihazlar ile rehberler normal ses düzeyleri ile anlatımlarını gerçekleştirebilmektedir. Mikrofon sistemi rehberin anlatım yaparken yüksek sesle anlatım yapmak zorunda kalmaması, yürürken anlatımın yapılabilmesi, rehberin anlatım yaparken diğer grupları rahatsız etmemesi gibi pek çok fayda sağlamaktadır. Özellikle kalabalık grup olarak yapılan turlarda etkisi son derece olumlu olan mikrofon sistemi, turistlerin kalabalık alanlarda rahat hareket edebilmesini sağlamaktadır. Mikrofon sistemiyle turistler rehberine bağımlı veya bağımsız olarak kaliteli zaman geçirebilmektedirler. Mikrofon sistemlerinin uygun fiyatlı hale getirilmesiyle acentalar tarafından daha çok tercih edilebilir hale gelmesi bu teknolojinin yaygınlaşmasını sağlamıştır. Çok sayıda turist rehberi bu teknolojik gelişmelerden

faydalanarak turları daha verimli hale getirmektedir. Özellikle hızlı karar verebilme adına akıllı telefon ve tabletlerden yararlanan turist rehberleri açısından; feribot, uçuş saatleri kontrolü, hava durumu, haritalardan faydalanma gibi akıllı telefon desteğiyle turların kolaylaştığı düşünülmektedir.

Dinçer ve Çakmak'a (2018) göre; turist rehberliği mesleği gelişmiş teknoloji ve yeniliklerden fazlasıyla etkilenmiştir. Gelişmiş GPS destekli harita uygulamaları ile müze ve ören yerlerinde ayrıntılı yazılı ve sesli anlatımlarla turistlerin ilk defa gittikleri destinasyonda yön bulamama problemi ortadan kaldırılmıştır. Teknolojik gelişmelerin turist rehberliği mesleğine olumlu etkisinin yanı sıra olumsuz etkilerinin bulunduğu da düşünülmektedir.

Weiler ve Black'e (2015) göre; dijital dönüşüm ile gelişim gösteren ve yaygınlaşan web tabanlı servislere erişim sağlayan akıllı telefon ve tabletler turistik deneyimde önemli bir yer edinmiştir. İnteraktif ve son derece kişiselleştirilmiş elektronik rehberler akıllı telefonlar aracılığıyla tüketiciyle buluşmaktadır. Kullanımı git gide yaygınlaşan elektronik rehberler; herhangi bir turistik destinasyonu yerinde veya başka bir yerde ziyaretçinin tercih ettiği dilde podcast'ler, telefon uygulamaları gibi teknoloji destekli uygulamalar ile aktarmaktadır. Özellikle GPS destekli multimedya rehberli turlar ile turistlerin seyahatlerinin kontrolünü ellerine alarak turistik deneyime kendileri ulaşabilmişlerdir. Ayrıca bilgi paylaşımına olanak sağlayan sosyal medya ağları sayesinde gerçekleştirdikleri deneyimleri paylaşarak bilgi paylaşımında da bulunabilmişlerdir. Özellikle teknolojiyi ve yeni deneyimleri kullanma arzusu üst düzeyde olan Y kuşağı tarafından dijital medya tur öncesi, tur sırası ve tur sonrasında kullanılmaktadır. Geleneksel turist anlayışına göre daha anlamlı, maceracı, etkileyici deneyimler arayan Y kuşağı için interaktif ve anlam yaratan kişiselleştirilmiş turistik deneyimler sunan uygulamalar ilgili turist grubu tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Turistlere kişiselleştirilmiş deneyimler sunabilen bu elektronik rehber uygulamaları ile kısmen turist rehberliği hizmeti sunabilen bu uygulamaların rehberlik mesleğini olumsuz olarak etkilediği düşünülmektedir.

Mobil turist rehberi uygulamaları son yıllarda turistlerin yoğun olarak tercih ettiği destinasyonlarda sıklıkla kullanılan uygulamalar arasında yer almaktadır. Özellikle GPS destekli uygulamaların geliştirilmesiyle bu sayı artmaya başlamıştır. Geliştirilen

uygulamaların içeriği; konumlandırma servisiyle iç ve dış mekânı destekleme, kullanıcının kişisel içerik ve profil oluşturabildiği, içerik paylaşımı, sosyal ağlara aktarım gibi bilgi paylaşım platformlarına ulaşılabilirliği, çoklu dil seçeneği, destinasyon hakkında mimari, tarihi, kültürel bilgi aktarımı gibi önemli özellikler dikkate alarak oluşturulmaktadır. Mobil cihazlar aracılığıyla tüketiciye ulaşan uygulamalar turizm danışma platformu ve çeşitli biçimlerde turizme hizmet etmektedir (Kenteris, Gavalas ve Economou, 2011).

Günümüzde geliştirilmiş birçok web tabanlı mobil turist rehberi uygulaması örneği bulunmaktadır. Her yerden erişimin mümkün olduğu bu uygulamaların birçoğu harita tabanlı olarak sunulmaktadır. COMPASS, CRUMPPET, SmartGuide, Gullivers Genie, Lol@, MobiDENK, m-To Guide, PocketSight, Sightseeing4U kullanılan mobil turist rehberi uygulamalarından bazılarıdır. Uygulamaların çoğu GPS tarafından desteklenmektedir. Turistik destinasyonların güncel bilgilerle gezilmesini ve multimedya bilgi desteğini sağlamaktadır. Bazı uygulamalarda yer alan ek hizmetler ile tur programı, müze ve ören yerlerine ait bilet satın alma veya açılış/kapanış saatlerine ait bilgi edinme gibi farklı hizmetler de sunulmaktadır. Kullanıcının dil tercihinine göre sunulan anlatımlar ile ziyaret edilen destinasyonlar tercihe göre gruplandırılabilir (Ercan ve Önal, 2007).

Dijital dönüşüm sürecinde değişen turizm algıları sonucunda dijitalleşme yalnızca tur süresince kullanılan teknolojik gelişmelerden oluşmamaktadır. Profesyonel turist rehberinin tur öncesinde turistler ile iletişime geçebilmesi teknolojik gelişmeler ile mümkün kılınmıştır. Rehberler önceleri bu iletişimi elektronik posta ile sağlarken günümüzde yerini Instagram, Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformlarına veya WhatsApp ve benzeri yazılımlar ile sağlamaya bırakmıştır. Bu sayede turist rehberi tur gerçekleşmeden önce turistler ile iletişim kurarak onlara tur programı hakkında detaylı bilgi verebilir ve onları yönlendirebilmektedir (Ersu, 2018).

İnovasyon turizm endüstrisinin servis kalitesinde hayati rol oynamaktadır. Teknolojik gelişmelerin takip edilmesi sektördeki rekabetçi ortam için son derece önemli hususlardan biridir. Teknolojik gelişmelerle 1990 yılının sonlarına doğru turizmde tanıtılan sanal gerçeklik teknolojisi (VR), turist rehberlerine tur esnasında turistlerin zihninde canlandırmakta zorlandığı, günümüze ulaşamamış eser veya yapılar

hususunda son derece yardımcı olan bir teknolojik gelişme olarak bilinmektedir (Chiao, Chen ve Huang, 2018).

Sanal gerçeklik teknolojisi zamanın yok ettiği veya zarar görmüş sanat eserlerini veya sanatsal, tarihi ortamları koruma ve restorasyon amacını taşımaktadır. Bu doğrultuda sanal gerçeklik orijinal örnekleri etkilemeden sanat eserlerinin hasarlı alanlarında sanal restorasyon yapmaktadır. (Carrozzino ve Bergamasco, 2010).

Sanal gerçeklik teknolojisi, insan-bilgisayar etkileşimi için sensörlerin bulunduğu DataGlove ve başa takılan ekranları içermektedir. Başa takılan ekran, kullanıcının her bir gözü için ayrı görüntüler sağlar ve böylece üç boyutlu bir ortamın doğal stereo görüntüsünü vermektedir. Bu cihazlar yardımıyla kullanıcı üç boyutlu bir ortama yerleşmiş olmaktadır (Green, 1990). Bu teknolojik kullanım Türkiye’de rehber destekli olarak bulunmasa da VR cihazı ile turları gerçekleştirme projeleri gündemde yer almaktadır.

Günümüzde yaygın olarak kullanımı bulunmasa da gelişim süreci devam eden uygulamalardan biri olan artırılmış gerçeklik (AR) teknolojisi turizm endüstrisinde her geçen gün kullanımı artan uygulamalar arasında yer almaktadır. Gerçek ya da hayali bir dünyanın bilgisayar yardımıyla simüle edilmesi olarak tanımlayabileceğimiz sanal gerçekliğin bir türevi olan artırılmış gerçeklik kısaca, bilgisayar tarafından canlandırılan dünya ile gerçek dünyanın örtüştürülmesi olarak tanımlanmaktadır. Artırılmış gerçekliği ören yerleri ve açık hava müzelerinde ziyaretçilerin bu yerlerin veya harabelerin orijinal formlarını deneyimleyebilmeleri için çalışmalar yürütülmektedir. Rehberlik amacıyla gerçekleştirilecek bu uygulama Yunanistan’da Olympia, ve Türkiye’de Sagalassos, İtalya’da Pompeii gibi çeşitli bölgelerde ziyaretçilerin tur esnasında gördükleri kalıntı veya harabeleri ellerindeki renkli ekran, dijital kamera, GPS, kablosuz bağlantı ile donanmış cihazlar yardımıyla çeşitli dönemlerdeki veya ilk yapıldıkları özgün, halleriyle de görebilmeleri amaçlanmaktadır (Harmankaya, 2010).

Taşınabilir ve giyilebilir cihazlar ile sağlanan artırılmış gerçeklik teknolojisi, kültürel miras alanlarını ilk haliyle turiste sunan önemli teknolojik gelişmelerden biri olmuştur. Kültürel miras alanında eser ve kalıntılar üzerinden yapılan anlatımlarda hasar görmüş yapıları turistin gözünde canlandırma bu teknolojiyle sağlanabilmektedir. Bu

alışmalar ile somut ve somut olmayan kültürel mirasın aktarımı amaçlanmaktadır. Olimpiyat oyunlarının yerinde canlandırılması, Pompeii kentinde ayaküstü yeme-içme mekanlarının fresk ve boyamalarla birlikte döneme ait kıyafetler giymiş bir kadının çalışırken görülebilmesi gibi faaliyetleri içermektedir. Yalnızca kalıntıların üç boyutlu orijinal formlarını görmeyi sağlamazken eserin dönemine ait faaliyetleri de günümüze aktarmaktadır. Rehber anlatımlarıyla destekli bu uygulamanın turist ile kültürel miras arasındaki bağın kurulmasını kolaylaştıracaağı düşünülmektedir (Sürücü, 2017).

Arttırılmış gerçeklik teknolojisi ile Basel, Dublin ve Toscana bölgelerinde bir arttırılmış gerçeklik turist rehberi oluşturulmuştur. Bu teknoloji ile turistler İngilizce, Almanca, Fransızca, İşpanyolca, İtalyanca vb. dillerde hizmet alabilmekte ve konaklama, yeme-içme, şehir hayatı, destinasyon kültürü, yerli halk, restoranlar, etkinlikler, tarihi yerler vb. hakkında bilgi alabilmektedirler. Urban Sleuth adında bir başka uygulama; arttırılmış gerçeklik uygulaması ile şehri ve tarihi yerleri keşfetme, tanıma imkânı sunmaktadır. StreetMuseum adında Londra Müzesi için geliştirilen başka bir arttırılmış gerçeklik uygulaması, Londra şehrinin tarihi noktalarını görselleştirme fırsatı sunmaktadır. Aynı zamanda müzenin geniş koleksiyonundan çekilmiş gerçek görüntüler üzerinde yer alan bilgi düğmeleri ile eserler hakkında bilgi verilmektedir. Kore'deki Ulusal Saray Müzesi için geliştirilen bir rehber uygulamasında ise müzeyi ziyaret eden turistlere arttırılmış gerçeklik uygulamasıyla bilgi verilmesinin dışında ziyaret sürelerinde; karar verme sürecinde yardımcı olmak, daha düşük fiziksel efor ve daha fazla güvenlik sağlamak, görsel dikkat sağlamak gibi çeşitli faydalar sağlamaktadır (Demirezen, 2019).

İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından geliştirilen IBB AR "İstanbul Büyükşehir Belediyesi Arttırılmış Gerçeklik Tarihi Meknlar Kartları" uygulaması turistik amaçlı geliştirilmiştir. İstanbul'da bulunan turistik destinasyonların bilgisayar ortamında oluşturulan görüntüleri ile kullanıcıların mobil cihazlarında yer alan kamera sistemlerine basılı kartların gösterilmesi aracılığıyla arttırılmış gerçeklik oluşmaktadır (Akkoç ve Coşkun, 2019).

Turizmin önemli unsurlarından olan müzelerin etkinlik alanının toplumun her kesimine hitap etmesi gerekmektedir. Çağdaş müzecilik anlayışına göre müzelerin ziyaretçinin ilgisini çekmesi ve onunla bütünleşmesi büyük önem taşımaktadır. Rehber

eşleğinde müze ziyaretleri, dia-film gösterileri, atölye eğitimleri gibi çeşitli faaliyetler müzeleri eğitici ve eğlendirici bir hale getirmektedir (Dönmezoğlu, 2013). Bu doğrultuda müzelerde ve kültürel miras alanlarında kullanılan teknolojik uygulamalar ile ziyaretçinin eserler ile bağ kurması sağlanabilmektedir. Müzelerde bir sergileme yöntemi olarak kullanılan arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojileri ziyaretçilere metinsel veya resimsel bilgiler gibi herhangi bir multimedya bilgisi türü veya üç boyutlu nesneler gibi sanal veriler ile kültürel eserlerin gerçek ortamda var olduğu izlenimini vermektedir. Sanal gerçeklik uygulamasının ilk örnekleri ise müzelerde yer alan kırılmış veya kaybolmuş parçalar ile sergilenen eserler üzerinedir. Bu eserleri sanal ortamda orijinal parçaları eklenerek eski formu ile görselleştirme mümkün kılınmıştır (Styliani ve diğerleri, 2009).

Müzelerde kullanılan çeşitli teknolojik yenilikler ziyaretçinin müzede kaliteli zaman geçirmesine neden olmaktadır. Katmanlı hologram ile eserlerin üç boyutlu görüntüleri ile sanal bir görünüm yaratılmaktadır. Ziyaretçilerin eserlerle olan sınırlı etkileşimi ve tek bir açıdan inceleyebildikleri eserler katmanlı hologram teknolojisi sayesinde üç boyutlu hale gelerek eserin her açıdan incelenmesini sağlamaktadır. Müzelerde kullanılan üç boyutlu dokunmatik ekranlar ile eseri incelemek ve eserle ilgili ayrıntılı bilgi alabilmek mümkündür. Müzelerin bulundukları bölgelere ait önemli tarihi olayları aktarabilmek için üç boyutlu dijital bir kitap oluşturulup ziyaretçilere sunulmaktadır. Müzelerde bulunan eserlerin yanında eklenen karekodlar aracılığıyla ziyaretçiler akıllı telefon, tablet gibi araçlar ile eserler hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Rehberlerin anlatımları esnasında arazi bilgi sistemlerinden destek olarak üç boyutlu topografik haritalar üzerinden anlatımlarını gerçekleştirmesi öğren yerlerindeki antik yerleşimlerin daha kolay anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu teknolojiler günümüzde birçok müzede kullanılmaktadır. Eskişehir Eti Arkeoloji Müzesi, Antalya Arkeoloji Müzesi, Kaman Kalehöyük Müzesi vb. birçok müze yeni teknolojik gelişmeleri kullanmaktadır (WEB16).

Müzeler ile insanlar arasındaki engelleri, kısıtlamaları ortadan kaldıran sanal gerçeklik ve arttırılmış gerçeklik teknolojisini kullanan çok sayıda müze bulunmaktadır. Arttırılmış gerçeklik ile sanal dünyayı aktif olarak kullanan dünya çapındaki önemli müzelere; Singapur Ulusal Müzesi, Kahramanlar ve Efsaneler/Kennedy Uzay Merkezi (Florida), Jinsha Sit Alanı Müzesi (Chengdu, Çin), Smithsonian Ulusal Doğal Tarih

Müzesi (Washington, DC), İngiltere'nin Tarihi Şehirleri, İngiltere, Helsinki Şehir Müzesi, Heureka Bilim Merkezi, Norveç Denizcilik Müzesi, Danimarka Kale Merkezi, Kremer Müzesi, Eski Mısır Koleksiyonları, Isabella Stewart Gardner Müzesi, Metropolitan Sanat Müzesi ve İngiliz Müzesi (British Museum) örnek gösterilmektedir (Demirezen, 2019).

Müzeler dışında ören yerlerine yerleştirilen üç boyutlu dokunmatik ekranlar aracılığıyla turistlerin antik kentin kuş bakışı konumunu görmek ve antik şehir içinde yer alan pek çok yapıyı yakından 3 boyutlu olarak inceleyebilme olanağı sağlanmıştır (WEB17).

Ayyıldız ve Yazıcı Ayyıldız'ın (2020) çalışmasına göre; turist rehberlerinin teknoloji kullanımlarından yoğun olarak faydalandığı görülmektedir. Rehberlerin turlardan önce yapılan drone çekimleri ile bölgenin görüntüsünü turist grubunun cep telefonlarına göndererek bölgeyi anlamalarını kolaylaştırmakta olduğu, serbest zaman verildiğinde mobil uygulamalar aracılığıyla turist grubunun kaybolma riskini azaltma ve buluşma noktasında kolayca buluşabilme olanaklarından faydalandıkları görülmektedir.

Dijital dönüşüm ile başlayan bu sürecin profesyonel turist rehberliği görevini üstlenmesinin meslek için tehdit oluşturduğu yönünde düşünceler bulunmaktadır. Müzelerde kullanılan bilgi verici uygulamalar, arttırılmış gerçeklik ile turist rehberi gibi hizmet veren teknolojik gelişmelerin rehber maliyetinin altında olması rehberlik mesleği ile yapay zekâ teknolojilerinin rakip olacağı yönündedir (Ersu, 2018).

Fritz ve diğerlerine (2010) göre; dijital teknolojileri ve yapay zekâ teknolojisini müze ve sanat galerilerinin koleksiyonlarını korumak, sanat ve kültürel mirası geniş kitlelerin keşfedebilmesi için olanak sağlamak gibi amaçlarla yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu şekilde ilerleyen dönüşüm süreci oldukça önemli yapısal değişikliklere neden olmaktadır. Gelecekte sergi, müze, tarihi alanlar, çevreyi keşfetme, kişisel ilgi alanlarına göre bilgi alabilme gibi hizmetleri yerine getiren kullanıcı dostu uygulamalar sayesinde tur rehberi olmadan bir şehri gezmenin mümkün olacağı düşünülmektedir.

Olçay ve diğerlerine (2017) göre; teknolojik gelişmelerin ardından turistler tur öncesinde gezi blogları, gezi platformları, sosyal medya gibi mecralarda ziyaret edecekleri bölge ile ilgili bilgi edinmekte ve gidilen ülkenin sosyal, siyasi, politik yapısı, coğrafi şartlarına dair daha ayrıntılı bilgiye sahip olmaktadır. Yalnızca destinasyona ait bilgiye değil aynı zamanda rehberlerin bloglarını okumuş olup rehber hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler. Aktif blog kullanıcısı olan rehberlerin daha önce farklı coğrafyalarda yapmış oldukları turlar hakkında bulunan yazıları ve resimlerine dair sorular sorabilmektedirler. Rehberlerin daha önce yapmış oldukları turlarda önceki müşterileri tarafından puanlanıp değerlendirildiği siteler aracılığıyla ise rehber hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler. Bu gelişmeler de rehberlerin tur esnasında yanlış kaynaklardan edinilmiş ve destinasyon ile ilgili ayrıntılı sorularla karşılaşmalarına neden olabilmektedir. Bu durum rehberlerin tur öncesinde yaptıkları hazırlığı, turun gidişatını, tur sonrasında iletişim araçları sayesinde bağlantının kopmaması ile turist grubuyla uzun süre iletişimde kalınmasını sağlamaktadır.

Çakmak ve Demirkol'un (2017) teknolojik gelişmelerin turist rehberliği mesleğine etkilerini bir SWOT analiz ile ele alan çalışmada ulaşılan sonuçlar Tablo 2.2'de sunulmuştur.

Tablo 2.2. Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliğine Etkileri

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Ulaşımda yolcu ve rehber için güvenlik unsurlarının gelişmesi • Ulaşımın gelişmesiyle tur katılım sayılarının artması • Yer-yön bulma sorununun navigasyonun gelişmesi ile son bulması • Tur öncesi ve tur sonrası turistin rehber ile iletişim kurabilme imkanı • Online dökümanlar sayesinde rehberlerin yanlarında kaynak taşımak zorunda kalmaması	• Teknolojik ürünlerin sürekli yenilenmesi ve yüksek maliyetlere neden olması • Teknolojik ürünlerin performansı karşılamaması ve arıza sorunu ile turda aksamalar yaşanması • Rehberin veya turistin teknoloji kullanımında yetersizliği • Teknolojik uygulamaların bilgi kirliliğine yol açması • Teknolojik ürünleri hatalı kullanım ve soruna yol açma

Fırsatlar	Tehditler
• Rehberlerin daha önce ziyaret etmediği veya unuttuğu destinasyonlar hakkında kısa zamanda bilgi sahibi olabilmesi konusunda teknolojinin etkili olması • Rehberlerin online platformlar veya mobil iletişim cihazları aracılığıyla turistler ile bağlantıya geçebilmesi ek tur satışı yapabilme şansı oluşması • Teknolojik unsurlar sayesinde rehberlerin bilgiye ulaşması ve bilgi sahibi olmasının kolaylığı	• Rehberlik tabanlı mobil uygulamalar ile rehberlik mesleği için tehdit oluşması • Rehberlerin teknolojiye entegre olamaması sonucu pazarda geri planda kalması

Kaynak: Çakmak ve Demirkol, 2017

Yeni medya uygulamalarının, kültürel mirasın korunmasında ve kültürel değerlerin görsel, işitsel ve yazılı olarak sergilenmesinin dışında bunların sanal-gerçek platformda izleyiciye ve araştırmacıya ulaştırılması için günümüz teknolojilerinin sağladığı olanaklar göz önüne alındığında oldukça büyük bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Dijital yeniden yapım maliyetlerinin gerçeğine göre daha az olması, reklam, tanıtım, pazarlama, ulaşılabilirlik gibi faaliyetlerin kolaylaşması gibi çeşitli faydalar sağlamaktadır (Muşkara, 2017).

2.2.3.2. Profesyonel Turist Rehberliğinde Robotlaşma

Robot teknolojisinin gelişiminden bu yana robotlar günlük hayatın çeşitli alanlarında yer almaktadır. Robot teknolojisinin gelişimi, turizm endüstrisinin de içerisinde bulunduğu çok sayıda endüstrinin köklü değişime uğramasına neden olmuştur. Turist rehberliği mesleği de bu değişimden etkilenen meslek gruplarından biridir.

Günümüzde kapalı alanlarda turistlere rehberlik hizmeti veren elektronik rehber uygulamaları bulunmaktadır. Bunlardan sesli rehberlik cihazları müze, sergi, kongre ve daha pek çok alanda kullanılmakta ve birçok firma tarafından üretilip geliştirilmektedir. Ziyaretçilerin boynuna veya kemerine asarak kullandığı cihazlar bir kulaklığa bağlıdır. Önceden oluşturulmuş kayıtlar sayesinde müze ziyaretçisi ve müze

sergilemesi arasında kolaylıkla etkileşim sağlanmaktadır. Ziyaretçinin müzedeki eserler, nesneler hakkında etiketler veya bilgi panolarında yer alan numaraları, cihazların üzerlerindeki tuş takımları ya da dokunmatik ekranları sayesinde tuşlayarak içeriği oynatabilecekleri basit modelleri olduğu gibi, kablosuz haberleşme teknolojileri kullanan ve esere, objeye veya bilgi panosuna belirli bir mesafeye yaklaşıldığında otomatik olarak içeriği çalıştıran modelleri de mevcuttur. Çeşitli modelleri bulunan bu cihazların üretimi dünyada ve Türkiye’de çok sayıda firma tarafından yapılmaktadır. Türkiye’deki müzelerde kullanılan sesli rehberlik cihazları Tonwelt, Sennhuaser, Espro, Orpheo, Antenna Audio firmalarına aittir (Harmankaya, 2010).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Sesli Rehberlik Projesi” kapsamında müze ve ören yerlerinde seyyar mikrofon ve kulaklık düzeneği ile müzede bulunan eserler hakkında kapsamlı bilgi veren cihazlar bulunmaktadır. Sesli rehberlik sistemi turistin tercih ettiği dil seçeneğine göre sunularak ziyaret edilen mekan hakkında turist bilgilendirilmesini ve kaliteli zaman geçirmesini sağlamaktadır. Günümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı; Antalya Arkeoloji Müzesi, Antalya Myra Ören yeri, Antalya Aziz (St.) Nikolaos Anıt Müzesi, İstanbul Kariye Müzesi, Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi, İzmir Arkeoloji Müzesi, İzmir Efes Ören yeri (Yamaçevler Dahil), İzmir Bergama Akropol Ören yeri, Çanakkale Troia Ören yeri, Denizli Laodikeia Antik Kenti, Aydın Afrodisias Müzesi Ve Ören yeri, Aydın Milet Ören yeri, Aydın Didim Ören yeri, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi, İstanbul Galata Mevlevihane’si Müzesi, Nevşehir Hacıbektaş Müzesi, Gaziantep Zeugma Müzesi, Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi, İstanbul Ayasofya Müzesi, Konya Mevlana Müzesi, Nevşehir Göreme Açık Hava Müzesi, İstanbul Topkapı Müzesi Ve Harem Dairesi olmak üzere toplam 22 müzede kullanılmaktadır. Kiralık olarak hizmete sunulan elektronik rehber düzeneği müzeler için önemli bir gelir kaynağı konumunda bulunmaktadır (WEB18).

Ayyıldız ve Yazıcı Ayyıldız’ın (2020) yapmış olduğu çalışmaya göre; sesli rehberlik hizmeti sunan cihazların turist rehberliği mesleğine zarar veremeyeceği düşünülmektedir. Türkiye’nin derin tarih ve kültüre sahip olması, teknolojik uygulamaların sahip olamayacağı kadar yoğun bir bilgi birikimine neden olmaktadır. Teknolojik aletlerin bu bilgiler arasında yeterli bağlantıyı kurup turiste aktaramayacağı düşünülmektedir. Rehberlerin yalnızca tur sırasında bilgi aktarımı yapmadığı aynı zamanda turda sorulan sorulara yanıt verdiği, turun eğlenceli geçmesi için grubun anlık

duygularına göre hareket ettiği bu nedenle rehberler tarafından sesli rehberlik cihazlarının turist rehberliği mesleğine zarar vereceği düşünülmemektedir.

Ersu'nun (2018) yapmış olduğu çalışmaya göre; ses kayıt tabanlı rehberlik hizmeti bilgi açısından güvenilir kaynaklar sunmaktadır. Doğruluğu onaylanmış bilgileri içeren sesli rehberlik cihazları aynı zamanda turistlere farklı dillerde hizmet verebilmektedir. Nadir dil desteği açısından önemli bir adım olarak görülmektedir. Maliyet açısından turist rehberliği hizmetine oranla daha ekonomik olması nedeniyle turistler tarafından tercih edilmektedir. Ancak sesli rehberlik cihazlarının tek yönlü mekanik iletişim kurması ve yalnızca kapalı alanlarda hizmet vermesi başta olmak üzere çeşitli dezavantajları bulunmaktadır. Güncelleme zorlukları, içeriğinin sabit olması ve kişisel etkileşimine uygun olmayışı olumsuzluklar arasında yer almaktadır. Dolayısıyla sesli rehberlik uygulamalarının turist rehberliği mesleğine olumsuz etkisinin olmayacağı düşünülmektedir.

Endüstri 4.0 ile başlayan robot teknolojisi, insansı robotlarda yaşanan gelişmelerle birlikte dünya genelinde ve işletmelerde yaygınlaşmaya başlamıştır. İnsansı robotlarda yaşanan gelişmeler, insanların meslek alanlarına girmeye başlayan robot örneklerini ortaya çıkarmıştır. Geliştirilen insansı robotlar yapılması istenen işi bir kez görüp hafızasına aldıktan sonra her defasında bu işlemi gerçekleştirebilmektedir (Bahar, Yüzbaşıoğlu ve Topsakal, 2019). İnsansı robotlar bir kişinin yardım edebileceğinden daha etkili yardım edebilmektedir. İnsanlara benzerler, insan gibi iletişim kurarlar, insan gibi yürürler, insanların gerçekleştirdiği basit eylemlerin hepsini gerçekleştirebilmektedirler. İsminden de anlaşılacağı gibi insan doğasının türevi olarak geliştirilmiştir (Denny ve diğerleri, 2016). Yıldırım ve diğerlerinin (2014) çalışmasına göre; etkileşimde en önemli unsurlardan biri robotların fiziksel görüntüsüdür. Robotların insanlara benzemesinin sosyal etkileşimi arttırdığı düşünülmektedir. Sosyal becerilere sahip robotlar insanlar ile daha etkili iletişim kurmaktadır.

Rehber robotların çoğu mobil çeşitli bilgisayarlar, sensörler ve üzerine monte edilmiş diğer bileşenler içeren mobil platformlardan oluşmaktadır. Ancak yaşanan gelişmelerle birlikte hem kol yetkinliği hem de insanlarla etkileşime geçen robot bir yüz kazandırılmıştır. İlk başlarda geliştirilen robotların sınırlı etkileşim olanaklarından

dolayı yeterli verim alınamamıştır. Komutlar kullanıcı tarafından sıklıkla klavyeyle robota gönderilmektedir. Bu nedenle çeşitli olası hedeflere sahip bir ekran ve birkaç düğme ekleyerek önceki robotların yetenekleri genişletilmiştir. Nitelikleri geliştirilen robotların kimileri iç mekân kimileri ise dış mekân için tasarlanmıştır. Belirli bir mekân içerisinde yön bulabilme yetenekleri bulunan insansı robotlar, insanlarla sezgisel iletişim ve multimodal (çok modlu) etkileşim gerçekleştirebilmektedirler. Bu özellikleri içermesi nedeniyle insansı robotların tur rehberi projeleri için ideal bir platform olarak görülmesine neden olduğu düşünülmektedir (Boboc, Horațiu ve Talabă, 2013).

İlk seviye robot yeteneği insan tanıma özelliği olarak bilinmektedir. Robotun etrafındaki insanları tanıması gerekmektedir. Ardından robotun kullanıcıyı takip etmesi ve geçici olarak kaybedilmesi durumunda onu tanıması gerekmektedir. Bu gelişmelerin ardından robotun insan-robot etkileşiminin gelişiminin önemi ortaya çıkmıştır. İnsan-robot etkileşimin literatürde yer alan geniş araştırma alanlarından biridir. Yaşlılar ile ilgilenmek için, yardımcı bir robota komut vermek için veya yol tarifleri verebilmek için iletişim önemli bir etkidir. İnsan-robot etkileşiminde birçok farklı etkileşim türü olduğu için çeşitli araştırma alanını kapsamaktadır. Bu alanlar şöyle sıralanmaktadır (Alvarez-Santos ve diğerleri, 2014);

1. Konuşma tabanlı etkileşim; Hem konuşma tanıma hem de metinden sese çevrilen etkileşimi içerir.
2. Yüz ifadeleri ile etkileşim; Birçok çalışma duyguları ifade etmek ve kullanıcı ile iletişim kurmak için yüz ifadeleri kullanmaktadır.
3. Jest tabanlı etkileşim; Statik olan el sembollerini ve dinamik olan el ve kol hareketlerini içeren etkileşim türü kullanılmaktadır.

Gretzel ve Murphy'in (2019) çalışmasına göre; robot kullanımlarında önemli konulardan biri insan- robot etkileşimidir. İnsan-robot etkileşimi; kullanılabilirlik, sosyal kabul, kullanıcı deneyimi ve toplumsal etki gibi hususlar ile değerlendirilmektedir. Robotları kullanmaya yönelik olumlu, olumsuz tüm duygu tutumları değerlendirilmektedir. Bu çerçevede tüketicilerin robot algıları korkudan güvene, heyecandan hayal kırıklığına kadar çeşitli tepkiler üzerinden kontrol edilmektedir.

Çoğu çalışma robot teknolojinde insanların iletişim kurma şeklini taklit ederek bir etkileşim türü yaratmaya çalıştığını belirtmektedir. Örneğin bir robot konuşmayı el hareketleriyle, yüz ifadeleriyle ve hatta bir grafik kullanıcı arabirimiyle birleştirmektedir. Bu kombinasyonlarla daha doğal ve insan dostu bir etkileşim amaçlanmaktadır (Alvarez-Santos ve diğerleri, 2014).

Robotların gelişim süreçlerinde insansı özelliklerin bir araya getirilmesi karmaşık kısımlardan biri olarak görülmektedir. İşitme ve konuşma kabiliyeti ile beraber başkalarıyla gerçek zamanlı olarak iletişime geçmesi önemli yeteneklerinden biri olarak yer almaktadır. Konuşmayı iletmek için çok çeşitli konuşmacılar bulunduğundan, konuşma zor bir iş olarak görülmemektedir. Ancak bir sonraki zorluk neyi ileteceğini bilmektir. İnsansı robot, girişi mikrofona aracılığıyla ortamdan alır ve alınan sinyali işler ve sonra konuşmayı buna göre iletmek amacıyla bir karar alması ve geribildirimde bulunması gerekmektedir. Böylelikle iletişim sağlanacaktır. Geribildirimde bulunabilmesi etkileşim sürecinde gerekliliklerden biridir. Tüm gelişmelere rağmen robotlar, insanlar ile kıyaslanamayacak kadar sınırlı özellikler taşımaktadır (Denny ve diğerleri, 2016).

İnsansı robotlar müzelerden, sergi alanlarına çeşitli alanlarda portreler heykeller hakkında yorum yapabilmekte, kapalı alanlarda tur rehberi olarak hizmet verebilmektedir. Uzun yıllardan bu robot türlerinin hizmetlerini geliştirebilmek adına çalışmalar sürdürülmektedir. En ünlü örnekleri; Smithsonian Müzesinde hizmet veren Minerva isimli sosyal robot, Bonn Alman Müzesinde hizmet veren Rhino ve Carnegie Doğal Tarih Müzesinde hizmet veren SAGE'dir. Bunların dışında geliştirilmiş çok sayıda kapalı alanlarda hizmet veren robotlar bulunurken Japonya'nın Kyoto kentinde hizmet veren ilk açık alan robotu olan Robohon ise 2017 yılında geliştirilmiştir (Vásquez ve Matía, 2020).

a. Minerva: Belirli bir lokasyonda insanları eğitmek ve eğlendirmek için tasarlanmış olan Minerva isimli mobil robot, yol boyunca gördüklerini açıklayarak insanları bir müze boyunca yönlendirmektedir. Smithsonian Ulusal Amerikan Tarih Müzesi'nde 1998 yılının sonlarına doğru başarıyla kurulan Minerva, binlerce ziyaretçiye müze sınırları içerisinde rehberlik hizmetinde bulunmuştur. Minerva'nın haritalama, yerleştirme, çarpışmadan kaçınma ve yol planlama gibi navigasyon modülleriyle geliştirilen güçlü

altyapısı ile kalabalık içerisinde etkili navigasyon sağlanmaktadır. Rhino'dan farklı olarak Minerva haritayı sensör verilerinden öğrenmeyi sağlamaktadır. Ayrıca, Minerva yerelleştirme amaçlı bir kamera ile donatılmıştır ve geçmişte kaydedilen verileri kullanarak anında basit tur oluşturabilmektedir (Allegra, Alessandro, Santoro ve Stanco, 2018).

Gelişmiş navigasyon teknolojisi dışında, kısa süreli insan-robot etkileşimi sağlanmaktadır Minerva insanlar birbirleriyle etkileşime girdiklerinde yaygın olarak kullanılan sosyal etkileşim modlarını kullanmaktadır. Müze içerisinde gerçekleştirilen turlarda Minerva yüzünü, kafa yönünü ve sesini insanlarla iletişim kurmak için kullanmaktadır. Minerva'nın duygusal durumlarının ziyaretçiye aktarılması için mutludan öfkeye kadar ruh halleri modellenmiştir. Mutlu olduğunda gülümsemesi kızgın olduğunda kaşlarını çatarak sesini kızgın bir tona ayarlaması sağlanmıştır. Böylelikle müze ziyaretçileri robotun duygusal durumunu anlamakta zorluk çekmemektedir (Thrun ve diğerleri, 1999).

b. Rhino: Birincil görevi müze ziyaretçilerine interaktif turlar düzenlemek olan robot Bonn Alman Müzesinde kurulmuştur. 1997 yılının ortalarında kurulan robot Rhino müzelerde bulunan ilk robot rehber olarak literatürde yer almaktadır. Bonn Alman müzesinde tur gerçekleştirmenin yanında tüm dünyada insanların robotun çalışmasını izleyebilecekleri ve belirli hedef yerlere gönderebilecekleri bir Web arayüzü kullanılarak müzede bir “sanal varlık” oluşturulmuştur. Rhino'nun yazılım altyapıları arasında kalabalık içerisinde gezilemek ve insanlarla etkili iletişim kurabilmek konularına önem verilmiştir. (Burgard ve diğerleri, 1998).

Kalabalıkta insanlara ve sergi alanında bulunan materyallere çarpıpması için gelişmiş bir navigasyon, haritalama ve konumlama yazılımları bulunmaktadır. Yön bulma yeteneğinin ardından insanlarla etkili iletişim kurabilme yeteneği büyük önem taşımaktadır. Her eğitim seviyesinde kullanıcıya hitap edebilmesi adına sezgisel kullanım geliştirilmiştir. Kullanıcılar robotla etkileşime geçerek tur programını gerçekleştirebilmektedir. Kullanıcıların bu tur programını anlık veya sonradan izleyebilecekleri bir platform oluşturulmuş ve bu platform web aracılığıyla dünyanın her yanından erişime açılmıştır (Burgard ve diğerleri, 1999).

c. Robox: 2001 yılında çalışmalarına başlanan ve 2003 yılında kullanım için uygun olan turist rehberi robotlardan Robox İsviçre Ulusal Fuar 02’de kullanılmaya başlanmıştır. Robot rehberin önemli üç ana bileşeni bulunmaktadır. Bunlar hareketlilik, etkileşim ve güvenlik unsurları üç önemli bileşendir. Tekerlek sistemiyle hareket kabiliyetini kullanan Robox lazer ışınları ile yön bulmaktadır. Yüzünde iki gözü bulunan Robox’un gözleri birbirinden bağımsız olarak işlevsellik göstermektedir. Sağ gözü insanları izlemek için renkli bir kamera ile donatılmıştır. Sol göz ise sembolleri ve simgeleri görüntülemek için bir LED matrisi içermektedir. Ziyaretçilerle iki yönlü iletişim sağlanabilmesi için geliştirilen yüksek kaliteli konuşma sentezleyicisi robotun dört dilde konuşabilmesini sağlamaktadır. Ziyaretçilerin dil seçimini yapabilmesi gibi temel özellikleri kolaylaştırabilmek adına düğmeler ile desteklenmektedir (Siegwart ve diğerleri, 2003).

d. Pepper: 2018 yılında geliştirilen robot Pepper Smithsonian Müzesi’nde turda kendilerine eşlik eden bir müzenin ziyaretçilerine rehberlik etme, müze çalışmalarını açıklama ve geri bildirim toplamak için onlarla etkileşim kurma görevlerini sağlamaktadır. Hareket etme, navigasyon, görme algılama, konuşma tanıma vb. gibi özellikleri bulunan Pepper’ın vücudunun üst kısmı insana benzer bir şekilde tasarlanırsa da alt kısmı tekerlekler ile desteklenmiştir. İletişim yetenekleri de hem konuşma, yüz tanıma, kol hareketleri gibi insani özellikler ile sağlanmış hem de tablet bilgisayar ekranı eklenerek kullanıcıların iki farklı kullanımı sağlanmıştır (Sudrey, Jacobson ve Ward, 2018).

Turistik kültürel rehber aracı olarak hizmet verebilmesi amacıyla uygulama geliştirilmiş ve müzedeki bir ziyaretçiyi takip etmek, çeşitli müze öğeleri hakkında doğru açıklama vermek, diğer turistik kaynaklar hakkında yararlı bilgiler sağlamak, sorulara cevap vermek, geri bildirim toplamak gibi bazı rehberlik görevlerini yerine getirmesi sağlanmıştır. Pepper’ın görevleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Allegra ve diğerleri, 2018);

- Ziyaretçiyi karşılamak ve tur sırasında iyi hizmet sunabilmesi için ziyaretçi hakkında bilgi toplamak
- Turun planını ve programını düzenlemek ve seyahat programı boyunca ziyaretçilere eşlik etmek

- Çeşitli müze eserlerinin tarihi, kültürü ve bağlamı hakkında bilgi vermek, ayrıca ek resimler veya video içerikleri göstermek
- Müze öğeleri ile ilgili soruları cevaplamak
- Ziyaretçilerin kendisinin ve müzenin sunduğu hizmetin kalitesi hakkında geri bildirim toplamak gibi görevler tanımlanmıştır.

e. RoBoHon: Tokyo’da Sharp isimli şirkete ait olan yapay zeka özelliklerine sahip küçük insansı bir robot olan RoBoHon, 2018 yılından itibaren Kyoto kentinde turistlere Japonca, Çince ve İngilizce olarak turist rehberliği hizmeti vermektedir. Öncelikle taksilerde müşterilere eşlik eden ve yol boyunca şehirle ilgili bilgi veren bir robot olarak kullanılan RoBoHon, daha sonraları turistik destinasyonlarda da kullanılmaya başlanmıştır (WEB19, 2018).

RoBoHon 19.5 cm uzunluğa ve bir kilonun altında ağırlığa sahiptir. Taşımak için oldukça uygun olan minimal formdaki insansı robot aynı zamanda kendisi de iki ayağı üzerinde yürüyebilmektedir. JR Kyoto İstasyonunun önünden başlatılan tur programı ile 6 saatlik tur için 55 dolar olarak ücretlendirilmektedir (WEB20, 2018).

Planladığı tur programında yer alan ünlü turistik destinasyonlardan az bilinen destinasyonlara kadar bilgi veren RoBoHon turistlere özel tur imkanı sağlamaktadır. Arkasında bulunan telefon ekranı sayesinde turistlerin yazarak işlem yapabilmesi de sağlanmaktadır. Arkasındaki ekran ile herhangi bir ihtiyaç durumunda turistler internet aracılığıyla bilgiye ulaşabilmekte veya arama yapabilmektedir. (WEB21, 2019).

Günümüzde sergiler, müzeler ve üniversiteler gibi kapalı mekanlar kullanılan robotlar ile açık alanlarda kullanılan robotlar Boboc ve diğerlerinin (2014) yapmış oldukları çalışma ve Yıldız’ın (2019) yapmış olduğu çalışma ile bir tabloda derlenmiştir. Tablo 2.3’de yer alan bilgilerde; geçmişten günümüze robotların kullanıldıkları yer, kullanılmaya başlanılan tarih, akademik açıdan inceleyen bilim insanları ve kullanıldığı şehirler detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 2.3. Geçmişten Günümüze Rehber Robotlar

Robotun Adı	Akademik Açıdan İnceleyen/ler	Hizmet Verdiği Müze	Ülke
Müzelerde Rehberlik Hizmeti Veren Robotlar			
Rhino	Burgard ve diğerleri, 1998.	Bonn Alman Müzesi	Almanya
Minerva	Thrun ve diğerleri, 1999.	Smithsonian Ulusal Amerikan Tarih Müzesi	Birleşik Devletler
Sage	Nourbaksh ve diğerleri, 1999.	Carnegie Doğal Tarih Müzesi	Birleşik Devletler
Chips	Willeke vd., 2001.	Carnegie Doğal Tarih Müzesi	Birleşik Devletler
Sweetlips	Willeke vd., 2001.	Kuzey Amerika Vahşi Yaşam Merkezi	Birleşik Devletler
Joe Historybot	Willeke vd., 2001.	Heinz Tarih Merkezi	Birleşik Devletler
Care-o-bot	Schraft ve diğerleri, 2001.	İletişim Müzesi	Almanya
Hermes	Biscoff ve Graefe, 2002.	Heinz Nixdorf Müzeleri	Birleşik Devletler
Jinny	Gunhee ve diğerleri, 2004.	Ulusal Bilim Müzesi	Kore
Robovie	Shiomi ve diğerleri, 2006.	Osaka Bilim Müzesi	Japonya
Enon	Frontech, 2007.	Kyotaro Nishimura Müzesi	Japonya
Urbano	Rodriguez-Losada ve diğerleri, 2008.	Prens Felipe Müzesi	İspanya
Indigo	Vogiatzis ve diğerleri, 2008.	Helenistik Dünya Vakfı	Yunanistan
Cicerobot	Chella ve Macaluso, 2009.	Agrigento Arkeoloji Müzesi	İtalya
Tawabo	Mogg, 2012.	Tokyo Kulesi	Japonya
Unnamed	Kennedy, 2014.	Tate Brtiatin	İngiltere

Frog	Karreman ve diğerleri, 2014.	The Royal Alcazar	İspanya
Asimo	Al-Wazzan ve diğerleri, 2016.	Miraikan Ulusal Bilim ve İnnovasyon Müzesi	Japonya
Aggie	Wynne, 2016.	Batı Avusturalya Sanat Galerisi	Avusturalya
Unnamed	Carjaval, 2017.	Büyük Savaş Müzesi	Fransa
Pepper	Burton, 2018.	Smithsonian Müzesi	Birleşik Devletler
Unnamed Humanoid Robot	Chaudhary, 2018	Jaipur Balmumu Müzesi	Hindistan
Sergilerde Rehberlik Hizmeti Veren Robotlar			
Robox	Siegwart ve diğerleri, 2003.	İsviçre Ulusal Fuar 02.	İsviçre
Toyota	McKeegan, 2007.	Toyota Kaikan Fuar Alanı	Japonya
Mona, Oskar	Stricker ve diğerleri, 2012.	Berlin Opel Fuarı	Almanya
Üniversitelerde Rehberlik Hizmeti Veren Robotlar			
Virgül	Thrapp ve diğerleri, 2001.	Rice Üniversitesi	Birleşik Devletler
Bryn Mawr	Chiu, 2004.	Bryn Mawr Koleji	Birleşik Devletler
NTU-I	Kuo-Hung ve diğerleri, 2008.	Ulusal Tayvan Üniversitesi	Tayvan
GOAT	LeBlanc, 2012.	Worcester Polytechnic Enstitüsü Kampüsü	Birleşik Devletler

Konrad, Suse	Stricker ve diğerleri, 2012.	Konrad Zuse Binası, Ilmenau Teknoloji Üniversitesi	Almanya
Cate	Beckwith ve diğerleri, 2012.	Mühendislik ve Teknoloji Binası Orta Michigan Üniversitesi	Birleşik Devletler
Roslyn	Yadav, 2014.	Scrugham Mühendislik ve Madencilik Binası Nevada, Reno Üniversitesi	Birleşik Devletler
Açık Alanlarda Rehberlik Hizmeti Veren Robotlar			
RoBoHon	Kyodo,2017.	Kyoto	Japonya

Kaynak: Boboc ve diğerleri, 2014; Yıldız, 2019.

Tablo 2.3’de belirtildiği gibi 1998 yılı itibariyle hayata geçen robot turist rehberi kullanımları günümüze kadar büyük gelişim göstermiştir. İnsan-insan ilişkisine insan-makine ilişkisinin eklenmesi dijital dönüşümün başlamasına neden olmuştur. Müze ve sergi salonlarına gelen ziyaretçilere tur süresince refakat eden ve sergilenen objeler hakkında bilgi vererek soruları yanıtlayan robot rehberler, turist rehberliği mesleğinde insan-makine ilişkisinin öncüsü olarak yer almaktadır. Turist rehberliği mesleğinin yalnızca belirli bir mekanda bilgi vermekle sınırlandırılmaması nedeniyle turist rehberlerinin yerini alamadığı düşünülmektedir. Turist rehberlerinin açık veya kapalı alanlarda, farklı hava koşulları ve şartlarda, bir bölgenin tarihi, kültürel ve sosyal mirası hakkında bilgi aktarımında bulunması düşünüldüğünde literatürde bazı kaynaklar tarafından Tablo 2.3’de yer alan robotların yetersiz kaldığı düşünceleri yer almaktadır. Ancak teknolojik gelişmelerin seyrinin aynı hızla devam ettiği düşünüldüğünde yakın gelecekte farklı iklim ve zemin koşullarına uyum sağlayabilen, açık alanlarda faaliyet gösteren ve yapay zeka destekli robot turist rehberlerinin geliştirileceği ve insan turist rehberlerinin yerini alabileceği riskini ortaya çıkaracağı düşünülmektedir (Yıldız, 2019).

Lin, Abney ve Bekey’in (2011) çalışmasına göre; Robotik Devrimi ile çeşitli faydalar sağlanırken toplumun karşı karşıya kalacağı yeni riskler ve sorunlar bulunmaktadır. Robot kullanımında ortaya çıkan üç etik sorun alanı bulunmaktadır. Bunlar;

1. **Güvenlik ve Hatalar:** İnsan-robot etkileşimi sırasında; programlama, insan sesi ve dış sesler arasından farkı anlama, güçlü yazılımlar oluşturularak hacklenme risklerini azaltma gibi önlemlerin gerekli olduğu düşünülür. Programlama hatalarından doğan güvenlik açıkları ile ziyaretçiler için tehdit unsuru oluşturabilecek olayların yaşanabileceği düşünülmektedir.
2. **Hukuk ve Etik:** Robotik hata riskine bağlı olarak ortaya çıkan zararlardan kimin sorumlu olduğu belirsizlik gösterebilmektedir. Ürün sorumluluk yasalarının test edilmesi bu husustan dolayı son derece önemlidir. Programcı, üretici, yasal inceleme ekibi, tedarik görevlisi gibi tedarik zincirinde sorumlu tutulacak bir karakter listesi bulundurmanın hataları aza indireceği düşünülmektedir.
3. **Sosyal Etkiler:** Endüstriyel Devrim'in başlamasıyla beraber gündeme gelen konulardan biri çalışanların işini kaybetmesi olmuştur. İş daha hızlı ve etkili yapan otomasyon sistemlerine bırakan iş yerlerinde insanların yerini robotlar almaya başlamıştır. İnsan çalışanların yerini alamamasının nedeni ise insanların robotlara göre daha büyük bir etki yarattığı algısı olmuştur. Ancak bu sorunun robot kullanımlarının başlamasıyla beraber başlayarak günümüze kadar ulaştığı düşünülmektedir.

Tussyadih'in (2020) çalışmasına göre; robot teknolojisi kullanımının başlaması servis sağlayıcıları açısından artan verimlilik, maliyet tasarrufu, verimli karar verme, güvenliği artırma, çalışanlar ve akıllı sistemler arasında güçlü iş birliği sağlama gibi çeşitli faydalar sağlamaktadır. Ancak robot teknolojisinin getirdiği bazı riskler bulunmaktadır. Düşük teknoloji işlerin kaybı, robotların özerkliği nedeniyle kontrol kaybı, güvenlik ve gizlilik sorunları gibi riskler turist rehberliğinde robot teknolojisinin kullanılmasında bulunan riskler arasında yer almaktadır. Önemli riskler barındırması nedeniyle riskleri azaltmak faydalarını arttırmak için çalışmalar yapılması gerektiği düşünülmektedir. Bu esnada mevcut rehberlerin yeni becerilerle eğitilmesi, eğitim yapılarında reform uygulanması, akıllı otomasyon için yeni güvenlik standartları oluşturulması ve turistlere gizlilik sorunları hakkında bilgilendirme yapılması, turist verilerinin şeffaf ve sorumlu kullanımı için standartlar oluşturulması gibi çözümlere ulaşmak gerekmektedir.

Ivanov, Webster ve Berezina'nın (2017) çalışmasına göre; müzeler ve sanat galerileri gibi turistik destinasyonlarda kullanılan kiosklar, sesli rehberlik cihazları, ekranlar ve robot rehberler bilgi sağlama açısından robotik teknolojisiyle birlikte ivme kazanmıştır. Ziyaretçilerin mobil uygulamalar ve QR kodlar aracılığıyla müzelerde kendi gezi rotalarını oluşturma, ziyaretçinin akıllı telefon aracılığıyla eserler hakkında bilgi almasını sağlama gibi teknolojilerle desteklenmiştir. Artan robot özellikleri, azalan satın alma ve bakım maliyetleri, turistlerin yeni gelişmelere olan ilgisi robotların turist rehberliği mesleğinde uygun bir alternatif olarak yer almasına neden olmaktadır. Robotik teknolojileri ve yapay zekâ kullanımının artması turistler için çekicilik unsuru olarak yer almaktadır. Ancak bu etkileşimleri keyifli ve etkili hale getiren unsur yeniliklerin ardışık dalgalarıdır.

Teknolojik gelişmelerin hızlı bir biçimde ilerlemesi; günlük hayatta, işletmelerde ve endüstrilerde büyük değişimlere neden görülmektedir. Dijital dönüşüm ile başlayan bu süreç ile bilgiye ulaşımın mobil cihazlara indirgenmesi turist profilinde, turistik faaliyetlerde, uluslararası turizmde vb. hususlarda önemli değişikliklere yol açmıştır. Dijitalleşme döneminin ardından hızla ilerleyen teknolojik gelişmeler ile robot ve yapay zeka teknolojisi gelişim göstermiştir. Turizmin emek yoğun bir endüstri olması ve büyük bir kısmının insan gücüne dayalı olması yerini kimi zaman insan-robot etkileşimine bırakmaya başlamıştır. Teknoloji kullanımına kolayca adapte olabilen kuşaklar bu değişimi olumlu ve ilgi çekici olarak karşılarken teknolojik gelişmelere kolay adapte olamayan kuşaklar için bu değişim olumsuz olarak görülmüştür.

Teknolojik gelişmelerin turizm hareketliliğinde yarattığı etkiye bakıldığında büyük bir değişimin olduğu görülmektedir. Literatürde bulunan çalışmaların kimileri bu değişimi olumlu kimileri ise olumsuz olarak nitelendirmiştir. Turizm endüstrisinde dijitalleşme ile gelen yeniliklerin turistik faaliyetleri kolaylaştırdığı düşünülürken, robotlaşma ile birlikte insan gücünün yerini yapay zeka ve robot teknolojisinin alması literatürde tartışılan konular arasında yer almaya başlamıştır. Maliyetleri her geçen gün düşürülen robot teknolojisinin yaygınlaşması ile turist rehberliği mesleğinin geleceği tartışılan konular arasında yer almaktadır.

BÖLÜM III PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA TURİZMDE DİJİTALLEŞME VE ROBOT TEKNOLOJİSİ KULLANIMININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Profesyonel turist rehberlerinin bakış açısıyla turizm endüstrisindeki dijitalleşme ve robot teknolojisinin kullanımını değerlendirmeyi amaçlayan çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın problemi, amacı ve önemi, araştırmanın yöntemi, veri toplama tekniği, veri analiz süreci ve elde edilen bulgular sunulmaktadır.

3.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Turizm endüstrisinin ülkelerin ekonomisine önemli katkıda bulunması, ülkeler arası turizm rekabetini arttırmıştır. Rekabet sürecinde ülkeler; turistin tatilden beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayacak, ülke hakkında fikir sahip olmalarını sağlayacak, yerli halk ile turist arasında kültür elçisi olacak olan turist rehberlerine yönelmektedir. Turistlerin ülkeye giriş yaptıkları andan tur programı sonlana kadar onlarla vakit geçiren, birebir temas halinde bulunan kişiler turist rehberleridir. Bu nedenle turistlerin üzerinde ülkeye dair en fazla etkiyi bırakacak kişiler yine turist rehberleri olacaktır (Güzel, 2007).

Teknolojik gelişmelerin başlamasıyla beraber çeşitli meslek dallarında ve sektörlerde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Turizm endüstrisi de farklı alt meslek gruplarını içeren heterojen bir yapıdan oluştuğundan dolayı bu gelişmelerin etkisi zamanla görülmeye başlamıştır. Turizmin alt meslek dallarından turist rehberliği mesleği genel olarak insan-insan ilişkisi üzerine kurulmuş bir meslek yapısına sahip olması nedeniyle teknolojinin bu etkilerinin düşük oranda yansması beklenmektedir. Ancak mobil iletişim cihazlarının kullanımının yaygınlaşması ve gelişen robot teknolojisi ile müze ve sergi salonları gibi kapalı alanlarda rehberlik hizmeti sağlayan robotların kullanımı turist rehberliği mesleğinde değişime neden olmuştur. Türkiye’de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı olan müze ve öğrenim yerlerinde bu teknoloji gelişmemiş olsa da farklı dil seçenekleriyle hizmet veren ‘audio guide- sesli rehber’ uygulamaları, grup turlarından sıklıkla kullanılan mikrofon ve kulaklık ile çalışan ‘head-set’ teknolojisi, artırılmış gerçeklik uygulamaları ile verilen turist rehberliği hizmeti gibi rehberlik

mesleğine etki eden teknolojik uygulamaların kullanımı oldukça fazladır (Yıldız, 2019).

Her sektörün yaşadığı gibi turizmin de teknoloji ile birlikte yaşadığı değişim oldukça büyüktür. Turist rehberliği mesleği de bu gelişmeler sonucunda farklılaşan meslek grupları arasında yer almaktadır. Dijitalleşme ile turist rehberliğinde kullanılan teknolojilerin değiştiği görülmektedir. Dijitalleşmenin ardından yapay zeka ile desteklenen yazılımlar ile turist rehberliği mesleğinde farklı düşünceler ortaya çıkmaktadır. Teknolojik gelişmelerin turist rehberliği mesleğini sonlandıracağına dair ortaya çıkan bu düşünceler, turist rehberlerinin işsizlik sorunu ile karşılaacağı düşüncesine odaklanmaktadır. Yapılan literatür taramasında, turizmde ve turist rehberliği mesleğinde teknolojik gelişmelerin sağlamış olduğu değişimi turist rehberleri tarafından değerlendiren bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla araştırmanın problemi, dijitalleşme ve robotlaşma ile değişime giden dünya ve meslek grupları içerisinde bu teknolojik yeniliklerin profesyonel turist rehberlerini mesleklerini icra ederken nasıl etkilediğini tespit etmek araştırmanın problemi olarak belirlenmiştir.

3.2.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Dünyada ve Türkiye’de yaşanan dijitalleşme ve robot teknolojisi kullanımı günümüzde oldukça yaygın bir konumdur. Bu teknolojik unsurların turizme ve profesyonel turist rehberliği mesleğine olumlu etki etmesinin yanı sıra çeşitli sorunları da beraberinde getirmesi beklenmektedir. Yapay zeka teknolojisinin profesyonel turist rehberleri yerine kullanılması rehberlik mesleğinin geleceğine etki edebileceğini ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla teknolojik gelişmelerin rehberlik mesleğinde yarattığı değişimler olumsuz etkilere neden olabilecektir.

Yapılan çalışma; günümüzde hala değişim ve gelişim süreci devam etmekte olan teknolojik gelişmelerin, profesyonel turist rehberleri bakış açısıyla değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Aynı zamanda dijitalleşme ve robot teknolojileri ile yaşanan değişikliklerin mesleğe sağlamış olduğu avantaj ve dezavantajların profesyonel turist rehberleri tarafından tespit edilmesi çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Robot rehberlerin sektörde profesyonel turist rehberleri yerine görev alması; meslek için tehdit oluşturma, turist ile iletişim sorunu, doğru bilgi aktarımı, teknik arızalarda tur programının işleyişi, karşılaşılabilecek hastalık, siyasi olaylar, saldırı vb. gibi olası sorunlara neden olabilecektir. Dolayısıyla bu sorunlar robot rehberlerin veya rehberlik hizmeti veren online uygulamaların turist rehberi olarak görev yapma sürecine etki edebilecektir. Buradan hareketle robot rehber teknolojisinin yaygınlaşmasına karşın turist rehberliği mesleği kapsamında yaşanacak olumlu ve olumsuz değişimler değerlendirilecektir. Böylece turist rehberliği mesleğinin gelecekte karşılaşacağı muhtemel sorunlar belirlenerek literatüre kazandırılması çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Turizmdeki teknolojik gelişmeler yabancı ve Türkçe literatürde önemli çalışmalara konu olmuştur. Turist rehberliğinde kullanılan teknolojik gelişmeler ile ilgili çalışmalara yabancı literatürde ulaşılmıştır. Ancak Türkçe literatürde sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmaktadır. Dijitalleşme ve robot teknolojisi kullanımının profesyonel turist rehberleri tarafından değerlendirildiği bir çalışmaya ise rastlanmamıştır. Böylece çalışma; turizm endüstrisinde dijitalleşme ve robot teknolojisi kullanımının profesyonel turist rehberleri tarafından değerlendirilmesi boşluğunu doldurması açısından önemlidir.

Çalışmanın öncelikli amacı; eylemli turist rehberlerinin dijitalleşme ve robot teknolojisi kullanımına bakış açılarının tespit edilmesi, turist rehberleri yerine gelebilecek olan robot rehberler ile ilgili sorunların tespit edilmesi, sanal gerçeklik, arttırılmış gerçeklik, 3 boyutlu hologramlar gibi dijital dönüşümlere karşı turist rehberlerinin bakış açılarının ortaya koyulması olarak belirlenmiştir.

Çalışma profesyonel turist rehberliği mesleğinin dijitalleşme ve robot teknolojisi kullanımıyla yaşadığı ve yaşayacağı değişimlerin turist rehberleri tarafından nasıl değerlendirildiğini ortaya koymayı amaçlamıştır.

3.3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma disiplinler arası bütüncül bir bakış açısının sonucunda araştırma problemini yorumlayarak analiz eden bir yöntem olarak bilinmektedir. Literatürde nitel araştırma; “gözlem, görüşme ve

doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimsek, 2008 akt. Karataş, 2015).

Nitel araştırma içerisinde çok sayıda disiplini barındıran ve ilişkilendirildiği kavramlar ile farklı disiplinlerle yakından ilişkilendirilen bir yöntemdir. Nitel araştırma, teori oluşturmayı temel alan bir anlayış ile sosyal olguları bağlı oldukları çevre ile araştırmakta ve incelemektedir. Toplanan verilerden yola çıkarak araştırmanın problemi kapsamında daha önceden bilinmeyen sonuçları birbiri ile ilişki içerisinde bir modele dönüştürmektedir. Dolayısıyla nitel araştırma yöntemleri araştırmacının; esnek olmasını, elde edilen verilere göre araştırmanın yeniden şekillenmesini ve gerek araştırma deseninin oluşmasında gerekse elde edilen verilerin analiz sürecinde tümevarıma dayalı bir yaklaşımı benimsemesini beklemektedir (Yıldırım, 1999).

Nicel araştırmada gerçeklik nesneldir. Araştırma deney, gözlem ve denemeye dayanılarak niceliksel yöntemler ile sonuçlandırılmaktadır. Nitel araştırmalarda kelimelerle, imajlarla ve tasvirlerle değerlendirme eğilimi bulunurken, nicel araştırmalar sayısal değerlere, bilgisayarlara dayalı ampirik araştırma yaklaşımıyla analiz edilmektedir. Nicel araştırma istatistiksel veri analizine dayanırken nitel araştırmalar insanların olaylara ne tür anlamlar yükledikleri ve nasıl niteledikleri sorularına cevap aramaktadır (Lune ve Berg, 2016).

Nitel araştırmada araştırmacının öncelikli amacı problem hakkında derin bir kavrayışa ulaşmaktır. Bu doğrultuda en kapsamlı sonuca ulaşabileceği veri toplama yöntemi seçerek öznel bir bakış açısıyla verileri toplama işlemini gerçekleştirmektedir. Nitel araştırmalarda kullanılan üç tür veri toplama yöntemi bulunmaktadır. Bunlar; gözlem, görüşme (mülakat) ve doküman analizi olarak belirlenmiştir. Araştırmacı bu veri toplama yöntemlerini ayrı ayrı kullanabildiği gibi aynı çalışmada da kullanılabilir. Gözlem tekniğinde; araştırmacının üzerinde çalıştığı probleme ait davranışı incelemek ve ayrıntılı olarak tanımlamak amacıyla kullanılan yöntemdir. Araştırmacı bu teknik ile gerçekleşen davranışı tarafsız bir şekilde gözlemleyerek detaylandırabilmektedir. Araştırmanın konusu ile ilgili olan olayların, davranışların sistematik olarak kayıt altına alınması gerekmektedir. Doküman analizi tekniğinde

araştırma konusu ile ilgili olan tüm belgeler, kayıtlar, mektup, anı defteri, notlar, grafik sunumlar vb. çeşitli kaynaklar incelenmektedir. Toplanan bilgiler sistematik bir şekilde analiz edilerek yorumlanmaktadır(Karataş, 2017).

Görüşme tekniği; katılımcıların düşüncelerini, konuya bakış açılarını, deneyimlerini ve duygularını algılamayı sağlayan güçlü bir veri toplama yöntemi olarak görülmektedir. Katılımcının olay ya da olayları nasıl algıladığı, kavramlaştırdığı ve değerlendirdiğini ortaya çıkarmak temel amaçları arasında yer almaktadır. Görüşme tekniğinde kullanılan yöntem sözlü iletişim olarak belirlenmiştir. Bu teknik, önceden hazırlanan görüşme formları, görüşme formlarının test edilmesi, görüşmelerin ayarlanması ve yapılması gibi aşamalar ile gerçekleştirilmektedir. Görüşmelerde elde edilen bilgiler analizler derinleyici olabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle açık, anlaşılabilir ve odak sorular hazırlanması, açık uçlu sorular sorulması, yönlendirmelerden kaçınılması, farklı türde ve alternatif sorular hazırlanması görüşme tekniği için önem arz etmektedir. (Yıldırım, 1999).

Görüşme tekniği Karasar'ın 2013 yılında yapmış olduğu çalışmaya göre 3 farklı grupta sınıflandırılmıştır. Bunlar; bireysel ve grupça yapılmak üzere katılanların sayısına göre görüşme türleri, önderler, uzmanlar ve halkla yapılmak üzere görüşülmek istenilen kişiye göre görüşme türleri ve yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmeler olmak üzere kuralların katılığına göre görüşme türleri olarak sınıflandırılmıştır.

Katılımcı ile görüşmeden önce sorulacak soruların belirlendiği ve görüşme planının en ayrıntılı şekilde önceden hazırlandığı teknik yapılandırılmış görüşme tekniği olarak tanımlanmaktadır. Yapılandırılmış görüşme tekniğine göre daha esnek bir şekilde gerçekleştirilen ve önceden hazırlanan görüşme sorularına ek olarak araştırmacının detaylandırılmasını istediği konuları görüşme esnasında sorabildiği teknik yarı yapılandırılmış görüşme tekniği olarak tanımlanmaktadır. Yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme tekniğine göre araştırmacı için oldukça esnek hareket ve düşünce özgürlüğü sağlayan teknik yapılandırılmamış görüşme tekniği olarak literatürde yer almaktadır. Araştırmacı önceden ana hatları belirlenmiş sorular ile görüşmeyi gerçekleştirirken görüşme sürecine göre yeni sorular belirleyerek devam

edilebilmektedir. Bu teknik ile araştırma konusuna dair öznel görüş ve yargıların derinlemesine incelenmesi sağlanmaktadır (Yüksel,2019).

Turizmde dijitalleşme ve robot teknolojisi kullanımını turist rehberlerinin bakış açısıyla değerlendiren bu çalışmada katılımcıların konu ile ilgili deneyimlerini, bakış açılarını, düşüncelerini detaylandırmak amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşmelerde katılımcıların konu ile ilgili vereceği cevapların detaylandırılması amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak katılımcı turist rehberlerinin dijitalleşme ve robot teknolojilerine yönelik algıları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Görüşme formu 2 ayrı bölümden oluşmaktadır. Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, rehberlik mesleğini icra ettiği dil, mesleki deneyim süresi ve çalıştığı kurum gibi sorular oluşturulmuştur. Görüşme formunun 2. bölümünde ise katılımcıların teknolojik gelişmeler ile ilgili bakış açılarını değerlendirmek amacıyla dijitalleşme ve robot teknolojisiyle ilgili toplam 9 soru sorulmuştur.

3.3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Evren, gözlem alanında yer alan bireylerin oluşturduğu topluluğa denilmektedir. Örneklem ise araştırma evreni içinden amaca uygun olarak seçilen bir yöntem ile evreni temsil etme yeteneğine sahip birimler veya elemanlar kümesine denilmektedir. Çalışmaların uygulama esasında yer alan evren ve örneklem; araştırmanın amacı, problemi ve değişkenleri dikkate alınarak belirlenmektedir. Evrene göre örneklem ile çalışmanın daha ucuz ve hızlı olması, ayrıntılı bilgi elde edilebilmesi ve elde edilen sonuçların evreni temsil edebilmesi nedeniyle, uygulamalar örneklem üzerinden gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla araştırmalarda örneklem seçimi önem hususlar arasında yer almaktadır (Toy ve Tosunoğlu, 2007).

Araştırmanın evrenini T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak çalışan eylemli profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. Teknolojik gelişmelerin yaşandığı ve kullanıldığı dönemlerde sektörde ve sahada aktif olarak görev alan rehberlerin araştırmanın evrenini oluşturması gerektiği düşünülmüştür. Araştırmanın örneklemini ise; amaçlı örnekleme olarak belirlenmiştir. Olasılı olmayan bir örnekleme yaklaşımı

olan amaçlı örnekleme, çalışmanın amacı bağlamında detaylı bir veri toplama ve bilgi zenginliğine olanak tanımaktadır. Bu nedenle bilgi zenginliğine sahip konuların çalışılmasında amaçlı örnekleme tercih edilmektedir. Amaçlı örnekleme 6 farklı örnekleme türüne ayrılmaktadır. Bunlar; aykırı durum, maksimum çeşitlilik, benzeşik, tipik durum, tabaklı amaçsal ve ölçüt olarak sınıflandırılmaktadır. Araştırmanın problemi ile ilgili olarak örneklemin kendi içerisinde benzer ve farklı durumlardan oluşturulması olarak tanımlanan maksimum çeşitlilik örnekleme araştırmanın örnekleme yöntemi olarak belirlenmiştir. Araştırma evreninin değerleri hakkında önemli ipuçları verecek olan maksimum çeşitlilik örnekleme çalışmaya en uygun örnekleme yöntemi olarak düşünülmüştür (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün ve Karadeniz, 2017).

Uygulama aşamasında evrenin tamamına ulaşmak zaman ve maliyet açısından mümkün olmadığından dolayı evreni temsil etmesi amacıyla İstanbul Rehberler Odasına kayıtlı 20 profesyonel turist rehberi çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunun uygulandığı örneklemin İstanbul’da çalışmakta olan turist rehberlerinden oluşmasının nedeni ise; Türkiye’nin en fazla turist akışının yaşandığı, ziyaret eden turistlerin milliyetlerinin çeşitliliği, teknolojik yeniliklerin turizmde yoğun olarak kullanıldığı, en yüksek rehber nüfusuna sahip rehber odası İstanbul Rehberler Odası-İRO’da 3464 eylemli rehberin bulunmasıdır. İstanbul’u ziyaret eden turist gruplarının çeşitliliği, turist akışının dört mevsim yaşandığı ve en fazla akışın olduğu şehir olması nedeniyle araştırmaya katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Katılımcı rehberlerin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla bazı sorular yöneltilmiştir. Bunlar; katılımcının cinsiyeti, yaşı ve eğitim düzeyi, mesleğini icra ettiği dil, sektördeki deneyim süresi olarak belirlenmiştir. Demografik özellikler dikkate alınarak eşit dağılım yapılmasına dikkat edilmiştir ve kadın- erkek katılımcı sayılarının eşit olmasına özen gösterilmiştir. Görüşme yapılan toplam 20 turist rehberinin %50’sinin kadın, %50’sinin erkek olmasına dikkat edilmiştir. Tablo 3.1.’de katılımcıların demografik özellikleri detaylı olarak sunulmaktadır.

Tablo 3.1. Demografik Özellikler

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Dil	Deneyim Süresi	Acenta/Serbest
K1	K	50	Lisans	İngilizce/İtalyanca	21	Serbest
K2	E	44	Lisansüstü	İngilizce	3	Acenta
K3	E	41	Lisans	Almanca/İngilizce	21	Serbest
K4	E	56	Lisansüstü	İngilizce	20	Serbest
K5	K	35	Lisansüstü	İngilizce	3	Acenta
K6	K	34	Lisans	İngilizce/İtalyanca	8	Serbest
K7	E	39	Lisans	İtalyanca/İngilizce	19	Acenta
K8	E	33	Lisansüstü	İngilizce	4	Serbest
K9	E	40	Lisans	İngilizce/İtalyanca	19	Serbest
K10	K	36	Lisans	İngilizce/Bulgarca	14	Acenta
K11	E	30	Lisans	Arapça	2	Serbest
K12	K	49	Lisans	Arapça	11	Serbest
K13	K	37	Lisans	Arapça	2	Serbest
K14	K	38	Lisans	İngilizce	2	Serbest
K15	E	29	Lisansüstü	İngilizce	6	Acenta
K16	K	56	Lisans	Fransızca	33	Serbest
K17	E	34	Lisans	İngilizce	5	Serbest
K18	K	42	Lisans	İngilizce	4	Serbest
K19	E	27	Lisans	İngilizce/İspanyolca	4	Serbest
K20	K	26	Lisans	İngilizce	2	Serbest

Tablo 3.1’de katılımcıların demografik özellikleri verilmiştir. İstanbul’da İRO’ya kayıtlı 20 profesyonel turist rehberi ile yapılan görüşmelerde örneklemin %50’sinin kadın, %50’sinin erkek olmasına dikkat edilmiştir. Katılımcıların yaşları 26 ile 56 arasındadır ve yaş ortalamaları 38 olarak elde edilmiştir. Katılımcıların %75’i lisans düzeyinde eğitime, %25’i lisansüstü eğitime sahiptir. Katılımcıların ortalama mesleki

deneyimi 10 yıldır ve %75'i serbest olarak çalışırken %25'i acenta ile beraber çalışmaktadır.

3.3.2. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın veri toplama sürecinde İstanbul ilinde rehberlik yapan eylemli 20 profesyonel turist rehberi ile görüşülmüştür. Nitel araştırma yöntemlerinin yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. İlgili literatür incelendikten sonra nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formu oluşturulurken öncelikle katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla 5 soru sorulmuştur. Dijitalleşme ve robotlaşma ile ilgili sorular hazırlanarak ilgili literatür taraması ile ilişkilendirilerek görüşme formu geliştirilmiştir. Görüşme formunun geçerlilik ve güvenilirliği için uzman görüşüne başvurulmuştur. Turizm endüstrisinde robotlaşma üzerine çok sayıda çalışması bulunan Prof. Dr. Stanislav Ivanov ve Dr. Ulrike Gretzel ile çoğunlukla nitel araştırma yapan Doç. Dr. Selda Uca'ya görüşme soruları için danışılmıştır. Uzmanlar tarafından yapılan geri bildirimler doğrultusunda görüşme soruları dijitalleşme ile ilgili 3 soru, robotlaşma ile ilgili 6 soru olmak üzere yarı yapılandırılmış görüşme formu toplam 9 soru olarak son halini almıştır.

Uzman görüşlerine göre son halini alan görüşme formu 11 Kasım 2020-19 Aralık 2020 tarihleri arasında Covid-19 virüsü bulaşma riski nedeniyle online platform üzerinden video arama ile gerçekleştirilmiş ve katılımcıların onayı ile ses kaydı alınmıştır. Ortalama 35 dakika süren görüşmeler sonucunda elde edilen ses kayıtları döküman haline getirilmiştir. Görüşmeler sırasında 4 sayfa not alınmıştır ve görüşmelere ait 35 sayfa yazılı döküman elde edilmiştir.

3.3.3. Veri Analizi Süreci

Nitel araştırma yöntemlerinin yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilen verilerin çözümlenmesinde tema analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu analiz türünde araştırmacının ham veriden anlam çıkarması beklenmektedir. Analiz süreci öncelikle veriyi tanımlama, sınıflandırma ve sınıflandırılan kavramların birbirleriyle nasıl ilişkilendirildiğini ortaya koyabilme sürecini içermektedir (Çelik, Baykal ve Memur, 2020).

Çalışmanın veri analizi süreci tema analizi aşamalarının gereklerine uygun olarak incelenmiştir. Braun ve Clarke'in (2006) çalışmasında yer alan tema analizi süreci aşamalarına göre tamamlanan süreç 6 adımda gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler tema analizinin ilk aşaması için incelenmiştir. Veriyi tanımlama aşaması gerçekleştirildikten sonra analizin ikinci aşaması için veriler incelenerek araştırma ile anlamsal olarak değerlendirilebilecek ilk kodlar üretilmiştir. Üçüncü aşama için potansiyel verilerin tamamını kodlarla bir araya getirilerek araştırılmıştır. Oluşturulan temalar gözden geçirilerek analiz sürecinin dördüncü aşaması tamamlanmıştır. Beşinci aşamada belirlenen temalar tanımlanarak kodlar ile beraber bir harita oluşturulmuştur. Veri analizinin son aşamasında ise belirlenen tema ve kodların son analizleri gerçekleştirilmiş ve araştırma raporu oluşturulmuştur.

3.4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, İstanbul'da çalışan ve İRO'ya kayıtlı olarak profesyonel turist rehberliği mesleğini eylemli olarak yapan 10 kadın, 10 erkek toplamda 20 profesyonel turist rehberi ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular analiz edilmiş ve ayrı ayrı tablolar halinde değerlendirilmiştir.

Tablo 3.2. Bilişim Teknolojilerini Kullanma

Kategori	Tema	Alt temalar	n
Bilişim Teknolojilerini Kullanma	Kullanım alanları	Navigasyon uygulamaları	9
		Haberleşme	8
		Bilgi paylaşım siteleri	6
		Anlık mesajlaşma uygulamaları (WhatsApp, WeChat, vb.)	5
		Online kitap, dergi, döküman, vb. kullanımı	3
		3d ve 2d görsellere ulaşım	3
		E-posta uygulamaları	3
		Mikrofon sistemi (head set)	2
		Trafik yoğunluğu bilgisi	2

Araştırmanın profesyonel turist rehberlerinin tur öncesinde, tur esnasında ve tur sonrasında bilişim teknolojilerini kullanma alanları teması Tablo 3.2’de sunulmuştur. Bu tema “Profesyonel turist rehberliği mesleğini icra ederken (öncesinde/sırasında/sonrasında) bilişim teknolojilerinden nasıl faydalanmaktasınız?” sorusu aracılığıyla oluşturulmuştur. Bilişim teknolojilerini kullanma alanları teması altında ise; navigasyon uygulamaları, haberleşme, bilgi paylaşım siteleri, anlık mesajlaşma uygulamaları (WhatsApp, WeChat, vb.), online kitap, dergi, döküman vb. kullanımı, 3d ve 2d görsellere ulaşım, e-posta uygulamaları, mikrofon sistemi (head set), trafik yoğunluğu bilgisi olarak 9 alt tema yer almaktadır. Bu temayı en sık destekleyen alt temalar incelendiğinde profesyonel turist rehberlerinin bilişim teknolojilerinde en çok kullandığı uygulamalar; navigasyon uygulamaları olmuştur. Bu alt temayı destekleyen katılımcıların verdiği öne çıkan bazı yanıtlar şu şekildedir; K6: *“Tur sırasında harita, GPS vb. uygulamalardan yararlanıyorum.”*; K10: *“Misafirimiz kaybolduysa ya da bir yer soruyorsa konum atarak işimizi kolaylaştırabiliyoruz. Aksi halde misafirin hiç bilmediği bir ülkede yol bulması çok büyük bir sorun haline gelebiliyor. Kaybolması durumunda aynı zamanda güvenlik sorunun da ortaya çıkması durumun ciddiyetini arttırıyor. Bu gibi durumlarda lokasyon paylaşımı ile sorunu hızıca çözebiliyoruz. Aynı zamanda yolu bilmeyen kaptanla bile navigasyon sayesinde tur yapılabiliriz. Ya da trafik sıkışıklığında bu tür uygulamalar bize oldukça faydalı oluyor.”*; K18: *“Genellikle cep telefonumu ve uygulamaları kullanıyorum. Özellikle haritalar programını sıklıkla kullanıyorum. O kadar çok yer geziyoruz ki herkesin bildiği güzergahlardan ziyade farklı haritalar çıkarmamız gerekiyor. Kimi zaman kalabalıktan uzaklaşmak kimi zaman güvenlik açısından farklı yollar gerekiyor. Yolların tamamını aklımında tutmak pek mümkün olmadığı için GPS teknolojilerinden sık sık faydalanmak durumunda kalıyorum. Kestirme yollar güvenli yollar olmalı. Aksi halde turun güvenliği tehliye girer veya herhangi aksaklıkta program bir noktada takılırsa tüm gün aksayabilir. Bu nedenle haritalar uygulamasından en fazla desteği aldığımı söyleyebilirim.”*.

Tablo 3.3. İnternet Kullanımının Etkisi

Kategori	Tema	Alt temalar	n
İnternet Kullanımının Turist Rehberliği Mesleğine Etkisi	Olumlu etkisi	Turist profilinde bilincin artması	4
		Bilgiye ulaşım kolaylığı	3
		Haberleşme kolaylığı	1
	Olumsuz etkisi	Bilgi kirliliği	6
		Rehberin anlatımını sorgulama	5
		Rehbersiz seyahatlerde artış	4
		Ekstra tur satışlarında düşüş	4
		Turistin dikkat dağınıklığı	1
		Kaçak rehberlik faaliyetlerinde artış	1

Tablo 3.3’de internet kullanımının etkisi kategorisinde “Turistlerin yaygın internet kullanımı profesyonel turist rehberliği mesleğini icra ederken sizi ve profesyonel turist rehberliği mesleğini nasıl etkilemektedir?” sorusu aracılığıyla oluşturulmuştur. Bu soru aracılığıyla oluşturulan internet kullanımının turist rehberliği mesleğine etkisi kategorisinde 2 alt tema belirlenmiştir. İnternet kullanımının turist rehberliği mesleğine olumlu etkisi temasının alt temaları; turist profilinde bilincin artması, bilgiye ulaşım kolaylığı, haberleşme kolaylığı alt temaları olmuştur. En sık tekrarlanan alt tema turist profilinde bilincin artması alt teması olmuştur. Bu alt temayı destekleyen bazı katılımcı ifadeleri şöyledir; K11: “*Turistlerin araştırma yapıp gelmesini sağlıyor bu da daha kaliteli turların olmasına olanak sağlıyor.*”; K12: “*Olumlu yönde etkilemektedir. Eskiye oranla artık daha bilinçli turistler ile çalışmaktayız. Turist profilimiz bu sayede değişti. Daha meraklı, daha çok bilgi isteyen bir kitleye dönüştüler.* ”; K14: “*Yaygın internet kullanımı eğer yapılacak tur - seyahat – transfer – tatil vs ile ilgili ise olumlu etkiler. Bizlerin anlattıklarını bilerek gelmeleri ve bizden de gidilen görülen yaşanan faaliyetleri canlı dinleyip onun ruhunu havasını kokusunu almaları turun amacına ulaşmasını sağlar.* ”

İnternet kullanımının turist rehberliği mesleğine olumsuz etkisi temasının alt temalarında; bilgi kirliliği, rehberin anlatımını sorgulama, rehbersiz seyahatlerde artış, ekstra tur satışlarında düşüş, turistin dikkat dağınıklığı, kaçak rehberlik faaliyetlerinde artış olmak üzere 6 alt tema olarak belirlenmiştir. Alt temalar arasında en sık tekrarlanan alt tema ise; bilgi kirliliği alt teması olmuştur. Bu alt temayı destekleyen

bazı katılımcı ifadeleri ise; K1: “Kimi zaman internet ortamında doğru olmayan bilgilere ulaşılabilir. Rehberin anlatımıyla çelişebiliyor. Çok sık olmamakla beraber yaşanabilen bir durum. ”; K6: “İnternette her şey (doğru ya da yanlış) bulunduğu için oradan bakıp soru sormaya, yanlış bulmaya çalışabiliyorlar. Alışveriş yaparken sizin sunduğunuzdan daha uygun buldukları bir şeyi tercih edebiliyorlar. Ya da farklı bir tur programı bulup satın alabiliyor.” K15: “Ama zaman zaman internette yer alan bilgi kirliliğinden kaynaklı insanların algılarını değiştirmek zor olabiliyor.”.

Tablo 3.4. Rehberlik Tabanlı Mobil Uygulamaların Etkisi

Kategori	Tema	Alt temalar	n
Rehberlik Tabanlı Mobil Uygulamaların Etkisi	Turist rehberliği mesleğine etkisi	Mesleği etkilememektedir	6
		Turlara katılımda azalma	5
		Rehbersiz turların artışı	3
		Tur kalitesinde artış	3
		Rehberlerin kendini geliştirmesini sağlar	1
		Mesleğin gelişmesini sağlama	1

Tablo 3.4’de “QR, arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojisi ile desteklenen rehberlik tabanlı mobil uygulamaların kullanımı profesyonel turist rehberi olarak sizi ve profesyonel turist rehberliği mesleğini nasıl etkilemektedir?” sorusu aracılığıyla mobil uygulamaların etkisi kategorisinde 1 tema oluşturulmuştur. Rehberlik tabanlı mobil uygulamaların turist rehberliği mesleğine etkisi üzerine oluşturulan tema 6 alt tema ile desteklenmiştir. Bu tema için oluşturulan alt temalar; mesleği etkilememektedir, turlara katılımda azalma, rehbersiz turlarda artış, tur kalitesinde artış, rehberlerin kendilerini geliştirmesini sağlar, mesleğin gelişimini sağlar olarak belirlenmiştir. Bu alt temaların arasında en sık tekrarlanan alt tema mobil uygulamaların turist rehberliği mesleğine mesleği etkilememektedir alt teması olmuştur. Bazı katılımcıların bu alt temayı destekleyen ifadeleri ise şöyledir; K6: “Yaygınlaşmadığı için henüz çok fark etmiyoruz. Bir rehberle tur yapmak demode bir uygulamaya dönüşebilir. Her zaman tercih edenler olacaktır. Şimdi de bütün turistlerin tercih

ettiği bir yöntem olmadığını düşünürsek çok etkili bir değişim yaşamamıza sebep olacağını düşünmüyorum.”; K7: “Şimdilik pek etkilemiyor çünkü bu teknolojiler tam oturmuş değil ama ilerde etkileyebilir ama kesinlikle yerine geçemez.”; K9: “Bu henüz etkilemiyor. Çoğu kişi kullanmayı tercih etmiyor.”

Tablo 3.5. Rehber Robotların Sahip Olması Gereken Özellikler

Kategori	Tema	Alt temalar	n
Rehber Robotların Sahip Olması Gereken Özellikler	Rehber robotların sahip olması gereken özellikler	İnsani özelliklere sahip olabilme	7
		Duygusal zeka	7
		İletişim kurma	5
		Sorun çözme yeteneği	5
		İlişki kurma yeteneği	3
		Empati kurabilme	2
		Doğru/yanlış bilgiyi ayırt edebilme	2
		Talepleri-soruları doğru anlayabilme	2
		Sosyalleşebilme	2
		Mizah anlayışı	2
		Grupta lider olabilme	1

Araştırmanın rehber robotların sahip olması gereken özellikler olarak oluşturulan teması Tablo 3.5’de “Yapay zeka ile desteklenen rehber robotların turist rehberlerinin yerini alabilmeleri için sizce ne gibi özelliklere sahip olması gerekmektedir?” sorusu aracılığıyla oluşturulmuştur. Rehberlerin sahip olması gereken özellikler temasının alt temaları ise; insani özelliklere sahip olabilme, duygusal zeka, iletişim kurma, sorun çözme yeteneği, ilişki kurma yeteneği, empati kurabilme, doğru/yanlış bilgiyi ayırt edebilme, talepleri-soruları doğru anlayabilme, sosyalleşebilme, mizah anlayışı, grupta lider olabilme olmak üzere 11 alt tema olarak belirlenmiştir. Katılımcıların bu alt temalar arasında en sık tekrarladığı alt temalar; insani özelliklere sahip olabilme ve duygusal zeka olmuştur. Robotların insani özelliklere sahip olması gerektiğini destekleyen katılımcı ifadeleri şöyledir; K1: “İnsani özellikleri olmazsa insan rehberlerin yerini almalarına olanak yoktur.”; K4: “Bilgisayar, insan gibi canlı ve beyni olan bir varlık

olmadığı sürece, bir bilgisayar muamelesi görecektir. Yani insan olması gerekir.”; K16: “Rehberlerin insanlarla arkadaş olabilmesi ve turda anlatımdan ziyade turisti keşfederek programı icra etmesi önemli bir kıstas. Robotların insani duygularının bulunmaması bu durumda büyük eksiklik”.

Duygusal zeka alt temasını destekleyen ifadelerden bazıları şöyledir; K8: “Eger bir gün duygu özelliğini de rehber robotlara eklemeyi başarabilirlerse belki o gün bu robotlar turist rehberlerinin yerini almaya aday olabilirler.”; K9: “Alamazlar, turist rehberliği sadece insanın yapabileceği bir iştir. Duygusal zekaları bulunmayan robotlar yetersiz kalır. İnsani dokunuş kaybedilir. Sadece yavan bir bilgi aktarımı gerçekleştirilir.”; K11: “Karşıdaki misafiri analiz edemedikten sonra o misafiri memnun etmek zordur.”.

Tablo 3.6. Robotlar ve Rehberler Arasındaki İletişim Farklılıkları

Kategori	Tema	Alt temalar	n
Robotlar ve Rehberler Arasındaki İletişim Farklılıkları	Robotların rehberlerden farklılıkları	İnteraktif iletişim kuramama	5
		Sorun çözme eksikliği	4
		İlişki kurma sorunu	3
		Durağan anlatım yapılması	3
		Misafir memnuniyeti sağlayamama	3
		Duyguların eksikliği	2
		Bilgi aktarımlarının güncel bilgilerle yapılması	1

Araştırmanın robotlar ve rehberler arasındaki iletişim farklılıkları olarak belirlenen teması Tablo 3.6’de verilmiştir. Tema “Turistlerin profesyonel turist rehberiyle iletişimi ile ileride hizmet vermesi beklenen robot rehberlerle iletişimi arasında sizce nasıl farklılıklar olacaktır?” sorusu aracılığıyla oluşturulmuştur. Robotların rehberlerden farklılıkları temasına ait 7 alt tema belirlenmiştir. Bu alt temalar; interaktif iletişim kuramama, sorun çözme eksikliği, turist ile ilişki kurmada sorun, durağan anlatım yapılması, misafir memnuniyeti sağlayamama, duyguların eksikliği, bilgi aktarımlarının güncel bilgilerle yapılması olarak belirlenmiştir. Katılımcıların cevapları arasında en sık tekrarlanan alt tema; interaktif iletişim kuramama olmuştur. İnteraktif iletişim kuramama alt temasını destekleyen bazı katılımcı ifadeleri; K2: “İletişim elbetteki yeterli olmayacaktır. İnternaktif bir iletişim sağlanamayacaktır.”; K15:

“Tek taraflı bir iletişim söz konusu olacak. Robotların verdiği yanıtlar ve kurduğu iletişim kodlanmış bir cevap olacağı için karşılıklı bir iletişim olmayacak. Samimiyetten uzak, soğuk ve durağan sosyal bir etkileşim olacak.”; K16: “Rehber turu eğlenceli hale getirirken bir yandanda tur programını gerçekleştirmektedir. Robot sadece anlatım yapacaktır. Bu durum da iletişimin tekdüze kalmasına neden olur. Sıkıcı yalın düz bir tur yapılır. Rehberle olan ise turistin beklentisine göre şekillenir.”

Tablo 3.7. Robot Rehberlerin Muhtemel Avantaj ve Dezavantajları

Kategori	Tema	Alt temalar	n
Robot Rehberlerin Muhtemel Avantaj ve Dezavantajları	Avantajlar	Bilgi kaynaklarının zenginliği	8
		Bilgi kaynaklarının güvenilirliği	4
		Maliyetlerin düşmesi	3
		Çok dilde hizmet vermek	2
		Standardizasyon sağlamak	1
	Dezavantajlar	İnisiyatif alamama	5
		Acil durum müdahasında eksiklik	4
		Programın monoton hale gelmesi	4
		İnsani duyguların eksikliği	3
		Mizah anlayışında eksiklik	2
		Turistin beklentisini öngörememe	2
		Kültür elçisi olamama	2
		Empati eksikliği	1

Robot rehberlerin muhtemel avantaj ve dezavantajları kategorisinde 2 tema oluşturulmuştur. Tablo 3.7’de sunulan tema “Robot rehberler ile profesyonel turist rehberlerinin turistler için olası avantaj ve dezavantajları sizce nelerdir?” sorusu aracılığıyla oluşturulmuştur. Robot rehberlerin muhtemel avantaj ve dezavantajları teması için 13 alt tema belirlenmiştir. Avantaj teması altında yer alan alt temalar; bilgi kaynaklarının zenginliği, bilgi kaynaklarının güvenilirliği, rehberlik hizmeti maliyetlerinin düşmesi, çok dilde rehberlik hizmeti verebilmek, hizmette standardizasyon sağlamak olarak belirlenmiştir. Bu alt temalar arasında en sık tekrarlanan alt tema; robot rehberin bilgi kaynaklarının zenginliği alt teması olmuştur. Katılımcıların bu alt temayı destekleyici ifadeleri ise; K1: “Robot rehberin her soruda turiste cevap verebilmesi avantajdır.”; K5: “Güncel bilgileri kolaylıkla internet akışıyla takip

edeceği için misafire doğru bilgi aktaracaktır. Dolayısıyla paylaştığı bilgilerin güvenilirliği de oldukça yüksek olacaktır.”; K13: “Turist açısından istenilen bilgiye çok yönlü ve hızlı ulaşmak bir avantaj olacaktır.”.

Dezavantaj teması için belirlenen alt temalar; inisiyatif almada eksiklik, acil durum müdahalesinde eksiklik, programın monoton hale gelmesi, insani duyguların eksikliği, mizah anlayışında eksiklik, turistin beklentisini öngörememe, kültür elçisi olamama, empati eksikliği olarak belirlenen 8 alt tema olmuştur. Bu alt temalar arasında en sık tekrarlanan alt tema; inisiyatif almada eksiklik alt teması olmuştur. Katılımcıların bu alt temayı destekleyen bazı ifadeleri ise şöyledir; K13: “Robot rehberler inisiyatif almak gibi konularda eksik oldukları için büyük bir dezavantaj diye düşünüyorum.”; K19: “Esneklik olgusu robotlarca uygulanamaz. Seyahat özgürlük temellidir, esnetilebilir, eklenebilir, çıkarılabilir, değiştirilebilir olduğu için turist rehberleri bu konuda avantajlıdır.”; K20: “Profesyonel turist rehberleri olası zor durumlarda hızlı karar verme yetkisine sahip olduğu için getirdiği artı ve avantajlar belirgin bir şekilde ortadır.”

Tablo 3.8. Robot Rehberlerin Olası Problemlere Etkisi

Kategori	Tema	Alt temalar	n
Robot Rehberlerin Olası Problemlere Etkisi	Olumlu etkisi	Acil yardım merkezleriyle bağlantı kurma	8
		Turist ile acil yardım merkezleri arasında iletişim sağlayabilme	1
	Olumsuz etkisi	Kriz yönetimi yapamama	6
		İlk yardım müdahalesi yapamama	3
		Sorunu kavrayamama	2
		Grup içi anlaşmazlıklara müdahale edememe	2
		Sorumluluk almada eksiklik	1
		Grubun güvenliğini sağlamada eksiklik	1

Araştırmanın robot rehberlerin olası problemlere karşı etkisinin turistler açısından olumlu ve olumsuz etkisi olarak belirlenen tema Tablo 3.8’de verilmiştir. Bu tema “Tur sırasında yaşanabilecek olası problemlerde (hastalık, turistler arasında

anlaşmazlık, kaza vb.) robot turist rehberlerinin etkinliğinin nasıl olacağını düşünüyorsunuz?” sorusu aracılığıyla oluşturulmuştur. Turistler açısından robot rehberlerin olası problemlere olumlu etkisi teması altında 2 alt tema oluşturulmuştur. Bu alt temalar; acil yardım merkezleriyle bağlantı kurma, turist ile acil yardım merkezleri arasında iletişim sağlayabilme olarak belirlenmiştir. Katılımcıların yanıtları incelendiğinde en sık tekrarlanan alt tema, acil yardım merkezleriyle bağlantı kurma alt teması olmuştur. Bu alt temayı destekleyen bazı katılımcı ifadeleri ise şöyledir; K5: *“Yaralanma kaza gibi durumlarda hastane ve polisle bağlantıya geçebilir. Böylelikle sorunun hızlıca çözülmesini sağlayabilir.”*; K11: *“Duruma göre gerekli yerlere hastane, karakol ya da acenta gibi yerlere sinyal göndererek müdahale edilmesini sağlayabilir.”*; K18: *“Acenta ya da polis ve ambulansla iletişime geçebilecektir. Konum bilgisi, video gibi detay paylaşarak olayların çözüme hızlıca kavuşmasını sağlayabilir”*.

Olumsuz etkisi teması altında; kriz yönetimi yapamama, ilk yardım müdahalesinde bulunamama, sorunu kavrayamama, grup içi anlaşmazlıklara müdahale edememe, sorumluluk almada eksiklik, grubun güvenliğini sağlamada eksiklik olmak üzere 6 alt tema belirlenmiştir. Bu alt temalar arasında en sık tekrarlanan robot rehberlerin kriz yönetimi yapamaması alt teması olmuştur. Bazı katılımcıların bu alt temayı destekleyen ifadeleri; K10: *“Hasta veya yaralıyı teselli etmeli ve acil durum organizasyonu yapmalıdır. Bu organizasyon sırasında misafiri anlayıp sorunu bilmeli ve empati kurabilmedir. Muhtemelen robot rehber olası problemlerde çok etkin olamayacaktır. Misafirin panik anında ona yardımcı olamayacaktır”*; K16: *“İnsan-insan teması bu noktada çok önemlidir ve robotlar bunu sağlayamazlar. Panik anında misafire müdahale edebilecek en profesyonel kişi rehber olcaktır. Tanımadığı bir kültürün içinde bir sorun yaşayan misafir paniğe kapılıp ciddi zararlar verebilir. Buna müdahale eden güven verebilecek ve yol gösterecek tek kişi rehberdir.”*; K19: *“İnsan-insan teması bu noktada çok önemlidir ve robotlar bunu sağlayamazlar. Panik anında misafire müdahale edebilecek en profesyonel kişi rehber olcaktır. Onun dilinden anlaması sakinleştirmesi gerekmektedir. Tanımadığı bir kültürün içinde bir sorun yaşayan misafir paniğe kapılıp ciddi zararlar verebilir. Robotun bu noktada müdahalesi etkili olamayacaktır. Buna müdahale eden güven verebilecek ve yol gösterecek tek kişi rehberdir. İnsan olduğu için onu anlayacak onun gibi düşünebilecek ve zararı en aza indirecektir.”*

Tablo 3.9. Robotlar ile Rehberlerin Birlikte Çalışması

Kategori	Tema	Alt temalar	n
Robotlar ile rehberlerin çalışması	Olumlu etkisi	İş kolaylaştırma	9
		Turistler ile birebir ilgilenebilme	4
		Bilgi desteği sağlama	3
		İlgi çekici bulunma	2
		Misafir memnuniyetinde artış	2
		Çoklu dil desteği	2
		Güvenlik artışı	1
		Programda yaşanan aksaklıklarda azalma	1
	Olumsuz etkisi	Beraber çalışmak istemem	4

Tablo 3.9’da araştırmanın robotlar ile rehberlerin beraber çalışması olarak belirlenen tema verilmiştir. Bu tema “Profesyonel turist rehberi ile robot rehberlerin birlikte çalışma ihtimalini nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu aracılığıyla oluşturulmuştur. Robotlar ile rehberlerin beraber çalışmasının olumlu ve olumsuz etkileri temasının altında 9 alt tema yer almaktadır. Olumlu etkileri temasının alt temaları; iş kolaylaştırma, turist ile birebir ilgilenebilme, bilgi desteği sağlama, ilgi çekici bulunma, misafir memnuniyetinde artış, çoklu dil desteği, güvenlik artışı, programda yaşanan aksaklıklarda azalma olarak belirlenmiştir. Bu alt temalardan en sık tekrarlanan ise, rehberin işini kolaylaştırma alt teması olmuştur. Katılımcıların bu alt temayı destekleyici ifadeleri ise şöyledir; K1: “*Beraber çalışma fikri güzel olur. Sonuçta komuta rehberde olduğu sürece gerek bilgi birikim desteği gerek turun akışıyla ilgili yardım veya trafik sorunu, kaza gibi durumlarda alternatif bir yol, güvenlik sorunu için doğrudan yapay zekadan destek almak güzel olabilir. İşler bir hayli kolaylaşır.*”; K10: “*Beraber çalışılıyorsa robottan yol takibi, misafirlerin otobüste olup olmadıklarının kontrolü, onların kaybolmamaları için göz kulak olunması, restoranda siparişlerinin verilmesi, misafirin ana dilinde tercümanlık yapması gibi işler kendilerine verilip iş bölümü ya da rehberin yükünü hafifletilmesi sağlanabilir.*”; K8: “*Bence gayet olabilir, belirli noktalarda kullanılması*

rehberin üzerindeki yükü alacaktır diye düşünüyorum. Çünkü özellikle uzun Anadolu turlarında organizasyon ve zamanlama rehberin en büyük yüküdür.”.

Olumsuz etkileri teması altında ise beraber çalışmak istemem alt teması olmak üzere 1 alt tema yer almaktadır. Bu alt temayı destekleyen bazı katılımcı ifadeleri; K3: “*Yakın zamanda böyle bir şeyin mümkün olmadığını düşünüyorum. Beraber çalışmak istemezdim.*”; K4: “*Şahsım adına böyle bir ihtimali görmek istemezdim.*”; K12: “*Yanımda biri ile çalışmayı pek sevmiyorum doğrusu tercih etmezdim.*”.

Tablo 3.10. Robot Rehberlerin Turist Rehberliği Mesleğine Muhtemel Etkileri

Kategori	Tema	Alt temalar	n
Robotların Rehberlik Mesleğine Muhtemel Etkileri	Mesleğe etkisi	Mesleğe etkisi olmayacaktır	7
		İşsizliğe neden olma	6
		Temalı turlarda artış	2
		Olumsuz etki	2
		Bir dönem popüler olup sonra yok olma	2
		Turlara katılımında artış	1
		Mesleğin yapısında değişim	1

Robotların rehberlik mesleğine muhtemel etkileri kategorisinde 1 tema oluşturulmuştur. Robotların rehberlik mesleğine muhtemel etkileri olarak belirlenen tema Tablo 3.10’da verilmiştir. Bu tema “Rehber robotların kullanımının profesyonel turist rehberliği mesleğini sizce nasıl etkilemektedir/etkileyecektir?” sorusu aracılığıyla oluşturulmuştur. Robotların rehberlik mesleğine muhtemel etkileri olarak belirlenen tema için 7 alt tema oluşturulmuştur. Bu alt temalar; mesleğe etkisi olmayacaktır, işsizliğe neden olma, temalı turlarda artış, olumsuz etki, bir dönem popüler olup sonra yok olma, turlara katılımında artış, mesleğin yapısında değişim olarak belirlenmiştir. Bu alt temalar arasından en sık tekrarlanan alt tema; robotların rehberlik mesleğine etkisi olmayağı alt teması olmuştur. Katılımcıların bu alt temaları destekleyici bazı ifadeleri şunlar olmuştur; K6: “*Uzunca bir süre etkilemeyecektir. Sonra*

rehberler için sorun olabilir. İşsizliğe neden olur. Muhtemelen temalı turlar gibi yeni iş alanları oluşturulur.”; K8: “Büyük turist gruplarıyla çalışan rehberleri ve acenteye gelen turist gruplarını pek etkilemiyor. Etkileyeceğini de düşünmüyorum.”; K10: “İnsanların ihtiyacı olan şey anlaşılmaq, hissedilmek, sevgidir. Bir robotun işini severek yapabileceğini düşünmüyorum. O yüzden robot rehberlerin bu sektörde başarılı olabileceğini düşünmüyorum.”.

SONUÇ

Turist rehberleri; turistlere seyahatleri boyunca kılavuzluk eden, ziyaret edilen bölge hakkında tarihi ve kültürel bilgi aktarımında bulunan, turistlerin yerli halk ile etkileşiminde önemli rol oynayan, ülke imajını temsil eden, kültürler arasında elçi olan, tur sırasında yaşanan problemlere çözüm üreten, turistlerin seyahatlerini eğlenceli ve kaliteli bir şekilde tamamlamasına yardımcı olan önemli turizm elemanları arasında yer almaktadır. Dolayısıyla turist rehberlerinin sahip olması gereken çok sayıda nitelik bulunmaktadır. Tur akışı esnasında destinasyona ait bilgi aktarımında bulunmanın yanı sıra gündemi takip eden, turistin sorduğu sorulara cevap vermesi beklenen, tarihten veya günümüzden olaylar hakkında bilgi sahibi olması gereken ve daima güncel olayları, yenilikleri, gelişmeleri takip etmesi beklenen meslek grubudur.

Turizmde dijitalleşme ve robot teknolojilerinin kullanımının turist rehberlerinin bakış açısıyla değerlendirilmesine yönelik yapılan araştırmadan elde edilen sonuçların değerlendirilmesi sonucu ilk olarak profesyonel turist rehberlerinin mesleklerini icra ettikleri sırada bilişim teknolojilerinden faydalandığı görülmektedir. Turun güvenli bir şekilde akışının sağlanması, yaşanan sorunlara hızlı bir şekilde çözüm getirebilme, tur programında yaşanan herhangi bir aksaklıkta yeni alternatifleri programa dahil edebilme gibi pek çok faydanın bilişim teknolojilerini kullanma ile olduğu düşünülmektedir. Özellikle navigasyon uygulamaları sayesinde turisti kaybetme olasılıklarının azaldığını ve tur esnasında verilen boş zaman daha verimli değerlendirilmektedir.

Mesleki deneyim süresi veya turist rehberinin yaşı fark etmeksizin turist rehberlerinin başta akıllı telefonlar olmak üzere bilişim teknolojilerini kullandığı tespit edilmiştir.

Özellikle 26-34 yaş arası turist rehberlerinin 3d ve 2d görsel paylaşımı, elektronik kaynak kullanımı gibi teknolojinin kolaylaştırıcı gelişmelerinden faydalandığı görülmektedir. 34- 56 yaş arasındaki turist rehberleri ise yer konum bilgilerini paylaşma, anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanarak grup ile iletişim kurma gibi haberleşme amacıyla teknolojiden daha sık faydalandığı tespit edilmiştir.

Bilişim teknolojilerinin günlük hayatta yaygınlaşmasının turizm rehberliği mesleğine etkisi tartışılmaz bir gerçektir. Özellikle internet kullanımının yaygınlaşması hem turistleri hem de turist rehberliği mesleğini etkilediği düşünülmektedir. İnternet teknolojisiyle bilgi kirliliğine maruz kalan turistin rehberin anlatımını sorgulaması, edinilen yanlış bilgiler ile rehberlere sorular yöneltilmesi turist rehberlerinin sıklıkla karşılaştığı bir durum olarak görülmektedir. Görüşmeler sonucunda elde edilen diğer bir bulgu turist profilinin internetin yaygınlaşmasıyla beraber değişime uğraması olduğu söylenmektedir. Bilgiye ulaşım kolaylığı sağlayan turistler gidecekleri yerleri önceden araştırarak, satın aldıkları tur programının içeriğine ve detaylarına hakim olarak, daha önce destinasyonu ziyaret eden sosyal medyadaki kişilerin önerilerini dikkate alarak turlara katılmaktadır. Ayrıca internet kullanımının yaygınlaşmasıyla turistlerin araştırmalarını bilgi paylaşım platformlarından sağlayarak rehberlere ihtiyaç duymaksızın seyahat ettiği düşünülmektedir. Dolayısıyla internet kullanımının yaygınlaşmasıyla beraber turistlerin bilinç düzeylerinin değişime uğradığı ve rehbersiz seyahatlerin yaygınlaştığı söylenilmektedir. Turist rehberlerinin internet teknolojisinin olumsuz etkisine maruz kalmaması için mesleki yönlerini ve tur programlarını farklılaştırarak turistlere hizmet vermeleri internet desteğini turlarda yansıtarak bu alandaki olumsuzluğu gidermesi gerekmektedir.

Araştırmada, acentaya bağlı olarak çalışan rehberlerin anlaşmalı olduğu ekstra tur programları ve alışveriş olanaklarına yapmış oldukları yönlendirmelerle gerçekleşen satışların, internet teknolojisinin yaygınlaşmasıyla azaldığı ve turistlerin farklı alternatifleri internet aracılığıyla ile bularak satın aldığı sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla rehberler için gelir olan ekstra tur ve alışveriş imkanı sağlayan satışların internetin yaygınlaşmasıyla azalması, olumsuz bir etki olarak görülmektedir.

Dördüncü endüstri devriminin başlamasıyla toplumun ve endüstrilerin hayatına giren yeni nesil teknolojilerden QR, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi rehberlik

tabanlı mobil uygulamalar turist rehberliği mesleğinde çok sık olmamakla birlikte kullanılan teknolojiler arasına girdiği görülmektedir. Ziyaret edilen destinasyonla ilgili bilgi verici içerikler sunmanın yanı sıra turistin kişisel ihtiyaçları için de hizmet veren rehberlik tabanlı mobil uygulamaların henüz turist rehberlerinin yerini alabilecek düzeyde olmadığı düşünülmektedir. Ancak ilgili teknolojilerin turist rehberliği mesleğinde olduğu gibi turistin tur esnasındaki tüm ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ile rehberlik mesleğini etkileyeceği kanısına varılmıştır. Günümüzde yaygın olmamasına rağmen bu uygulamalar, turistin rehbersiz tur yapmasına ve turlara katılım sayılarında küçük bir oranda düşüşe neden olduğu, turist rehberleri tarafından gözlemlenmektedir. Gelecekte bu uygulamaların teknolojiyle birlikte büyümekte olan Z kuşağı ve sonrası için kullanışlı olacağı ve rehberlerin yerini alabileceği söylenilebilmektedir.

Turist rehberlerinin robot rehber teknolojisine yaklaşımı olumsuz olarak tespit edilmiştir. Rehberlerin yerlerini almak için yetersiz olarak görülen robot rehberler çeşitli özellikler bakımından eksik olarak nitelendirilmektedir. Robot rehberlerin turist rehberi olarak hizmet verebilmesi için yapay zeka teknolojisinin gelişmesi gerektiği düşünülmektedir. Katılımcılar genel olarak robot rehberlerin insani özellikler ve duygusal zeka bakımından eksik olacağını düşündükleri için robotların rehberlik hizmeti vermesini doğru bulmamaktadırlar. Rehberlik hizmetinin turisti analiz ederek, beklentisine göre bilgi aktarımı yapmak, tur akışındaki organizasyonları bu bağlamda yönetmek, mizah unsurlarını turiste göre organize etmek gibi kişisel alanlar üzerine yönelerek icra edilmesi gerektiğini düşünmeleri nedeniyle robot rehberlerin insani özelliklere ve duygusal zekaya sahip olması gerektiği düşünülmektedir. Her turist grubunun ilgi alanlarını tespit edip bilgi yoğunluk düzeyini, boş zaman aktivitelerini, sohbet konularını, mizahi unsurları turisti analiz ederek kullanan rehberler için robot rehberlerin hizmet sunumu eksik olarak görülmektedir. Turist rehberliği mesleği için duygusal zeka yetilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla rehberler tarafından eksik olarak nitelendirilmektedir.

Robot rehberlerin turist rehberlerinin yerini alamamalarındaki önemli eksikliklerden biri turistin rehber ile iletişimi ve robot ile iletişimi arasında farklılıklar olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Günümüzde hali hazırda kapalı alanlarda kullanılan audio guide (sesli rehber) teknolojisinden farklı olarak interaktif bir şekilde turist ile iletişim kurması beklenmektedir. Soruları doğru anlayabilme ve güvenilir bilgileri

tarayarak turiste doğru kaynaktan bilgi aktarımı yapması gerekmektedir. Robot rehberlerin interaktif iletişim kurma konusunda gelişmemiş olması ve talepleri doğru anlayamaması önemli bir sorun olarak görülmektedir. Tur esnasında tek taraflı iletişim kurmayan rehberler soru-cevap şeklinde veya sohbet eşliğinde bilgi aktarımında bulunabilmektedir. İnteraktif iletişim kurma eksikliğinin rehberlik mesleği için bir sorun olduğu sonucu tespit edilmiştir. Turistlerin sordukları soruları doğru algılayıp doğru ve güvenilir yanıtlar vermeleri, turist rehberlerinin yaptığı gibi durağan bir anlatımdan kaçınmaları gerekmektedir. Robot - insan iletişiminde hissedilen bu farklılıkların turistler için sorun olacağı öngörüsünde bulunan turist rehberleri robot rehberlerin iletişim yönünün eksik olduğunu savunmaktadır. İnteraktif iletişimin sağlanması, sorun çözme yeteneklerinin geliştirilmesi, duygusal zeka ile turistleri analiz edebilme, insani özelliklerin geliştirilmesi gibi unsurların sağlanmasıyla robot rehberlerin eksikliklerinin giderilebileceği düşünülmektedir. Robot rehber teknolojisinin günümüzde bu özelliklerin tamamına sahip olmaması nedeniyle turist rehberleri açısından yetersiz olduğu gözlemlenmektedir.

Rehberlerin görüşmelerde tur esnasında yaşanan sorunlara ilişkin verdikleri örneklerde olduğu gibi turist rehberliği mesleği kriz yönetimine oldukça ihtiyaç duyan bir meslek grubudur. Rehberlerin yanıtlarına göre kriz yönetimi, sorun çözme kabiliyeti veya sorunu kavrama gibi konularda robot rehberler yetersiz görülmektedir. Turistlerin yaşayacağı bir sorunda rehberden yardım alması ve dilini bilmediği bir ülkede turist rehberleri aracılığıyla sorunu çözmeleri turlarda sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Robot rehberlerin böyle bir durumda etkin olmayacağı düşünülmektedir. Talepleri veya istekleri doğru algılayarak inisiyatif kullanma ve muhakeme yetenekleri gelişmediği için sorun çözme yeteneği yetersiz bulunmaktadır. Ancak kaza, hastalık, saldırı gibi olağanüstü bir durumda yazılımlarına tanımlanan acil yardım merkezleriyle bağlantı kurarak hızlı bir şekilde müdahale edilmesini sağlayabilmektedir. Turist rehberleri bu özellik açısından robot rehberleri avantajlı olarak görmektedir. Ancak sorunları kavrama yeteneğinin gelişmemiş olması nedeniyle basit bir şekilde çözülebilecek problemler için acil yardım merkezleriyle iletişime geçerek tur programının aksamasına neden olabileceği de olası sorunlar arasında görülmektedir.

Olası problemde robot rehberlerin panik anında sakinliği koruması veya ilk yardım müdahalesi yapılması gereken durumlarda başarısız olacağı düşünülmektedir. Turist

rehberleri panik anında turistin güvenliğini sağlanması yaralanma durumunda yapılan ilk yardım müdahalesi gibi problemlerde robot rehberlerin katkısının bulunmayacağı söylenilmektedir. Dolayısıyla robot rehber teknolojisinin ilgili yönünün geliştirilmeden rehberlik hizmeti sunması turist rehberleri açısından mesleki bir risk oluşturmayacağı düşünülmektedir.

Robot rehberlerin yapay zeka teknolojisiyle donatılmasının bazı avantajlarının bulunduğu düşünülmektedir. Turist rehberleri robotların sahip olduğu en önemli avantajın bilgi zenginliği olduğunu düşünmektedir. Yapay zeka ile desteklenmiş olması nedeniyle bilgi kaynaklarının zengin olması ve aktarımlarının güncel bilgilerle yapılması robot rehberlerin önemli özellikleri arasında görülmektedir.

Tarih ve coğrafya bilgisi, siyasi, sosyal bilgiler, gündem bilgileri, dil yetkinliği, gastronomi bilgisi, arkeoloji, dinler tarihi ve sanat tarihi gibi birçok alanda yetkinlik kazanması beklenen turist rehberlerinin aksine robot rehberlerin bilgi ve doküman zenginliği konusunda büyük bir avantaja sahip olduğu düşünülmektedir. İnternet bağlantısı sayesinde veri tabanına farklı çok sayıda bilgiyi ekleyebilen robot rehberler turistler tarafından sorulan her soruya yanıt verebilmektedirler. Bu nedenle bilgi zenginliği ve her konuya olan hakimiyeti nedeniyle robot rehberlerin bilgi düzeyi turist rehberleri açısından önemli bir avantaj olarak görülmektedir.

Turizm endüstrisi emek yoğun bir endüstridir ve hizmette standardizasyon sağlamak güçtür. Turist rehberliği hizmetinde de bu etki bulunmaktadır. Ancak robot rehberlerin vereceği hizmet ile turist rehberliği mesleğinde standardizasyon sağlanabileceği düşünülmektedir. Her turist grubuna sağladığı hizmetin kalitesi aynı olan robot rehberler hizmet sunumunda standardizasyon sağlayabilmektedir. Turist rehberlerine oranla daha düşük maliyetli olarak verilebilecek olan robot rehberlik hizmetinin acentalar için önemli bir fark yaratacağı düşünülmektedir. Standardizasyon sağlanması ve maliyetlerin düşürülmesi robot rehberlerin tercih edilebilir olmasına zemin hazırlamaktadır.

Robot rehberlerin dil seçeneklerinin bulunması ile turistlerin anadilinde rehberlik hizmeti alabilmesi turistlerin tur esnasındaki iletişimlerini için önemli bir avantaj olarak görülmektedir. Böylelikle anadilinde hizmet alabilen turist için dil kısıtının ortadan kalkmasıyla turun daha verimli geçeceği düşünülmektedir.

Araştırmada turist rehberlerinin robot rehberler ile beraber çalışmasına ilişkin rehberler genel olarak olumlu yaklaşım sergilemişlerdir. Endüstri 4.0 ile günümüzde sıklıkla karşılaştığımız insan-robot işbirliğine turist rehberleri de olumlu bir yaklaşım sergilemektedir. Olası bir durumda robotlar ile rehberlerin beraber çalışmasının hem tur akışı için hem de mesleki değerler için olumlu olacağı yönünde düşünceler yer almaktadır. Ancak yaş ortalaması 40 yaşın üzerinde olan turist rehberleri robot rehberler ile çalışma fikrini olumsuz olarak değerlendirmektedir. Bireysel çalışmayı tercih eden turist rehberleri robot rehberler ile çalışma fikrine olumsuz bir yaklaşım sergilemektedir.

Turist rehberlerinin genel olarak robot rehberler ile beraber çalışma fikrine yaklaşımı iş yükünü hafifleteceği yönünde olduğu tespit edilmiştir. Tur sırasında misafirlerin kaybolmamaları için kontrol sağlama, seyir halindeyken yol durumunu ve trafik yoğunluğu kontrol etme ve alternatif güzergahlar bulma, müze ve ören yeri giriş biletlerini temin etme gibi zaman alan pek çok iş için turist rehberlerine destek olabileceği düşünülmektedir. Robot rehberleri ile beraber çalışmayı düşünen turist rehberleri, bu durumun misafir memnuniyetine yansıyacağını düşünmektedir. Turistler ile ilgilenmek için daha fazla zaman ayırabilecekleri için misafir memnuniyetine olumlu etki edeceği öngörülmektedir. Aynı zamanda robotlarla beraber çalışmanın tur programlarını ilgi çekici hale getireceği sonucuna varılmıştır. Yapılacak olan tanıtma faaliyetleri ile tur katılım sayılarında artış olacağı düşünülmektedir.

Araştırmada robot rehber teknolojisinin turist rehberliği mesleğine etkileri değerlendirildiğinde, rehberler, robot rehber teknolojisinin rehberlik mesleği için tehdit oluşturmayacağı yönünde değerlendirmelerde bulunmaktadır. Özellikle deneyim süresi 10 yılın üzerinde olan rehberlerin yaklaşımı robot rehber teknolojisinin turist rehberliği mesleğini etkilemeyeceği yönünde olduğu tespit edilmiştir. Ancak gelecek yıllarda rehberler için işsizlik sorununu ortaya çıkarabileceği düşüncesi bulunmaktadır. İlerleyen yıllarda robot rehber teknolojisinin insani özelliklerinin geliştirilerek düşük maliyetli olarak piyasaya sunulacağı düşünülmektedir. Teknoloji ile daha yakın olan Z kuşağının ve gelecek kuşakların ilgisini çekmesi beklenmektedir. Yakın dönemde etkisinin olmayacağı ancak ilerleyen dönemlerde robot rehber teknolojisinin turist rehberleri için sorun olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle

rehberlerin temalı turlara yönelmesi veya bölgesel uzmanlaşma eğitimleri alması ile yaşanabilecek olumsuz etkinin azaltılması sağlanabilmektedir.

Yapılan çalışmanın sonucunda turist rehberlerinin dijital uygulamalardan faydalandıkları ancak yaşlarına ve mesleki deneyim sürelerine bağlı olarak teknolojik yeniliklerden faydalanma derecelerinin değişiklik gösterdiği sonucuna varılmıştır. Turist rehberleri dijital geliştirmelerin turizme ve turist rehberliği mesleğine olumlu etki sağladığını düşünmektedir. Robot teknolojisi kullanımına bakış açıları ise turist rehberi olarak kullanımına olumsuz yaklaşım sergilerken, rehberler ile beraber çalışarak verimli bir akış sağlanacağı sonucuna varılmıştır. Turist rehberleri yerine kullanılabilecek robot rehber teknolojisinin turist rehberi olabilmek için uygun olmadığı, turist rehberliği mesleğini gerçekleştirmek için çeşitli eksikliklerinin bulunduğu sonuçlarına varılmıştır. Ancak ilerleyen yıllarda robot rehber teknolojisindeki gelişmeler tamamlandığında, rehberlik mesleği için işsizlik sorununa yol açabileceği ve rehberlik mesleğinde bir değişime neden olabileceği düşünülmektedir.

ÖNERİLER

Turizmde dijitalleşme ve robot teknolojisini turist rehberleri bakış açısıyla değerlendiren bu çalışmanın sonucunda çeşitli öneriler sunmak mümkündür. Söz konusu öneriler “Turist Rehberleri Birliği (TUREB) ve Rehberlik Odalarına Öneriler ve Turist Rehberlerine Öneriler ve İleride Yapılabilecek Araştırmalara Öneriler” olarak gruplandırılmıştır.

Turist Rehberleri Birliği (TUREB) ve Rehberlik Odalarına Öneriler

- Turist rehberlerinin rehberlik hizmeti için kullandıkları ekipmanlar ve uygulamaların envanteri birlik tarafından çıkarılmalıdır. Teknolojik ekipmanlar için bir standart oluşturulup rehberlerin tamamının tur esnasında teknolojik unsurlardan faydalanabilmeleri için eğitim, seminer vb. teşvik edici organizasyon düzenlenmelidir.
- Her rehberin teknolojiden aynı şekilde destek alması için eğitimler verilmelidir.

- Rehberlerin kayıtlı oldukları odaların verebileceği eğitimler ile bilişim teknolojilerinden faydalanma alanları genişletilebilir ve bu teknolojilerin kullanımındaki eksiklik giderilebilir.
- Dünyadaki yeni turizm trendleri, gelişen teknolojiler ve potansiyel destinasyonlar ile ilgili rehberlere düzenli olarak seminerler verilmeli ve bilgilerinin güncel olması sağlanmalıdır.
- Teknolojik unsurların kullanımı için rehberlere verilecek eğitim, kurs ve seminerler için bir komisyon oluşturulmalıdır.
- Her turist rehberi için eğitim bilgileri, yetenekleri, daha önce tur yaptığı güzergahlar, uzmanlık alanları, misafir yorumlarının olduğu turistlerin ziyaret edebileceği bir platform oluşturulmalı ve bilgilerin güncelliği sağlanmalıdır.
- Gelişmiş ülkelerde rehberlerin kullandığı teknolojilerin envanteri komisyon tarafından çıkarılmalı ve eksikler giderilmelidir.

Turist Rehberlerine Yönelik Öneriler

- Turizm endüstrisinde kullanılan teknolojik gelişmeler yakından takip edilmelidir.
- Tur akışı boyunca teknolojiden destek alınmalı, anlatım yapılan destinasyonlar görseller, hologramlar gibi teknolojik unsurlar ile desteklenmelidir.
- Sanal gerçeklik artırılmış gerçeklik, QR teknolojileri hakkında yetkinlik kazanılmalı ve tur programlarında kullanılmalıdır.
- Sosyal medya paylaşım platformlarında yenilikçi yaklaşımlar ile aktif olunmalıdır.

İleride Yapılabilecek Araştırmalara Öneriler

- Turizm endüstrisinde robotlaşma ile ilgili daha çok araştırma yapılmalıdır.
- Robot rehber teknolojisiyle ilgili farklı milletlerden turistlerin tutumunun nasıl olduğu incelenebilir.
- Robot rehber modelleriyle ilgili projeler gerçekleştirilmelidir.
- Robot rehber teknolojisiyle ilgili rehberlik odalarının tutumunun nasıl olduğu incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, V. (2014). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Liderlik Yönelimleri: Aydın Turist Rehberleri Odası'na Kayıtlı Olan Profesyonel Turist Rehberleri Örneği*. Yüksek Lisans Tezi Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ahipaşaoğlu, H.S. (2001). *Turizmde Rehberlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akar, A. (2020). *Sağlık Turizmi Kapsamında Termal Oteller Ve Dış Turizm Talebinin Yapısal Analizi: Aydın İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Akkoç, İ. T., ve Coşkun, E. (2019). Artırılmış Gerçeklik Teknolojisinin Müzecilik Faaliyetlerine Uygulanması: Eskişehir'de Modern Müze Ziyaretçilerine Yönelik Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2513-2535
- Aksaray, M. ve Ateş, A. (2018). Turist Rehberlerinin Hizmet Kalitesinin Destinasyon İmajına Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(1), 112-132.
- Aksoy, A. (2017). Geleneksel Devletten Modern Devlete: Sanayi Devrimi ve Kamu Yönetimi Düşüncesinde Değişim. *Uluslararası Politik Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 31-37.
- Alvarez-Santos, V., Iglesias, R., Pardo, X. M., Regueiro, C. V., ve Canedo-Rodriguez, A. (2014). Gesture-based Interaction With Voice Feedback For a Tour-guide Robot. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 25(2), 499–509.
- Alvarado Vásquez, B. P. E., ve Matía, F. (2020). A Tour-Guide Robot: Moving Towards Interaction With Humans. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 88.
- Ap, J., ve Wong, K. K., (2001). Case Study On Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Arat, T., ve Bulut, H. Ç. Turist Memnuniyetinde Turist Rehberinin Rolü: Konya'da Bir Araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2(1), 31-43.

Arat, T., ve Baltacıoğlu, S. (2016). Sanal Gerçeklik ve Turizm. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 19(1), 103-118.

Ayyıldız, A. Y., ve Ayyıldız, T. (2020). Pazarlama Fırsatı Olarak Akıllı Turizm: Kuşadası Örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 599-623.

Bahar, M., Yüzbaşıoğlu, N., ve Topsakal, Y. (2019). Akıllı Turizm ve Süper Akıllı Turist Kavramları Işığında Geleceğin Turizm Rehberliğine Bakış. *Journal of Travel and Tourism Research*, 14, 72-93.

Başol, K. (2012). *Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Bağcı, E., ve İçöz, O. Z ve Alfa Kuşağı ile Dijitalleşen Turizm. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 232-256.

Bethapudi, A. (2013). The Role of ICT in Tourism Industry. *Journal of Applied Economics And Business*, 1(4), 67-79.

Bhatia, A.K. (2002). *Tourism Development: Principles, Practices*. New Delhi: Sterling Publishers Pvt. Ltd.

Braun, V., ve Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

Boboc, R. G., Horaşiu, M., ve Talabă, D. (2014). An Educational Humanoid Laboratory Tour Guide Robot. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 141, 424-430.

Bozkurt, O. C. (2020). *Konya İlinin Kongre Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: Sektör Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Buhalis, D. (1998). Strategic Use Of Information Technologies in The Tourism Industry. *Tourism Management*, 19(5), 409–421.

Buhalis, D., ve Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years On and 10 Years After The Internet—The State Of eTourism Research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

- Burgard, W., Cremers, A. B., Fox, D., Hähnel, D., Lakemeyer, G., Schulz, D., Steiner, W., ve Thrun, S. (1998). The Interactive Museum Tour-Guide Robot. *AAAI-98 Proceedings*, 11-18.
- Burgard, W., Cremers, A. B., Fox, D., Hähnel, D., Lakemeyer, G., Schulz, D., Steiner, W., ve Thrun, S. (1999). Experiences With An Interactive Museum Tour-Guide Robot. *Artificial Intelligence*, 114(1-2), 3-55.
- Büyükkuru, M., ve Aslan, Z. (2015). Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34), 338-354.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2017). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Atıf İndeksi.
- Carrozzino, M., ve Bergamasco, M. (2010). Beyond Virtual Museums: Experiencing Immersive Virtual Reality in Real Museums. *Journal of Cultural Heritage*, 11(4), 452-458.
- Chiao, H.-M., Chen, Y.-L., ve Huang, W.-H. (2018). Examining The Usability Of an Online Virtual Tour-Guiding Platform For Cultural Tourism Education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 23, 29-38.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of A Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Cruz, Z. (1999). *Principles and Ethics Of Tour Guiding*. Florentino St. Quezon City: Rex Bookstore, Inc.
- Çakmak, T. F., ve Dinçer, F. İ. (2018). Gözetim Toplumu Yönetimi ve Turizm Endüstrisi Açısından Değerlendirilmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 551-558.
- Çakmak, T. F., ve Demirkol, Ş. (2017). Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliği Mesleğine Etkileri Üzerine Bir Swot Analizi. *Journal of Social Sciences Institute/Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(7), 221-235.

- Çallı, D. S. (2015). Uluslararası Seyahatlerin Tarihi Gelişimi ve Son Seyahat Trendleri Doğrultusunda Türkiye'nin Konumu. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 4(1), 4-28.
- Çalımlı, Y. (2019). *Turizm İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri ve Dijital Dönüşüm: Konya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, H., Baykal, N. B., ve Memur, H. N. K. (2020). Nitel Veri Analizi ve Temel İlkeleri. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 379-406.
- Çolakoğlu, O. E., Epik, F., ve Efendi, E. (2014). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Çokal, Z. (2013). *Bir Kültür Elçisi Olarak Profesyonel Turist Rehberinin Turistlere Aktarılan Kültürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çuhadar, M. (2006). *Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama)*. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dahles, H. (2002). The Politics of Tour Guiding: Image Management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (1998). *Türkiye'de Turizm Rehberliği Eğitimi Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye'de Turizm Rehberliği Eğitimi Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 189-196.
- Demirdöğmez, Ö. G. M., Belli, Ö. G. S., ve Taş, H. Y. (2018). Turizm İşletmelerinin Gelişmesinde İnternetin Rolü Üzerine Bir Çalışma: Gaziantep Örneği. *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 10(39), 135-140.
- Demirezen, B. (2019). Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-26.

Denny, J., Elyas, M., D'costa, S. A., ve D'Souza, R. D. (2016). Humanoid Robots—Past, Present and The Future. *European Journal of Advances in Engineering and Technology*, 3(5), 8-15.

Derman, E. (2012). *360 Derece Panoramik Sanal Tur Uygulaması (Dumlupınar Üniversitesi Örneği)*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dönmezoğlu, D. (2013). *Günümüz Müzeciliğinde Sergileme Tekniklerinin Sanal Teknolojiler İle Desteklenmesi Ve Uygulama Örnekleri*. Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı/Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü.

Durmaz C., Bulut Y., ve Tankuş E., (2018). Sanal Gerçekliğin Turizme Entegrasyonu: Samsun'daki 5 Yıldızlı Otellerde Uygulama. *Turkish Journal of Marketing*, 3(1), 32-49

Eker, N., (2015). *Profesyonel Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Turizm Rehberliği Eğitim Müfredatlarının Uygulama Yeterliliği*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu.

Ercan, Elif ve Ata Önal. ((31 Ocak - 2 Şubat 2007). Mobil Turist Rehberlerine Karşılaştırmalı Bakış. *Akademik Bilişim '07 – IX. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.

Erdoğan, S. B., ve Yılmaz, G., (6-9 Aralık 2012). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilere Yönelik Betimleyici Bir Araştırma: Turizm, Turist ve Antalya İle İlgili Görüşleri. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, Antalya, Türkiye, 833-844.

Erdoğan, H. (1996). Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm. *Uludağ Üniversitesi Yayınları*.

Ersu, Ö. (01 – 04 Kasım 2018). Mesleğin Yakın Geleceği · Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Uygulamaları. *2. Uluslararası Turizm Ekonomi ve İş Bilimleri Kongresi*, Kocaeli.

Eser, S., akıcı, A. C., Babat, D., ve Kızılırmak, İ. (2019). Turlarda Teknoloji Kullanımı: Turistler ve Turist Rehberleri Gözüyle Bir Değerlendirme. *Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute*, 22(41), 465-480.

Felicen, S. S., ve Ylagan, A. P. (2016). Effects of Computer Reservation System in the Operations of Travel Agencies. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 4(4).

Feil-Seifer, D., ve Mataric, M. J. (28 Haziran- 1 Temmuz 2005). Defining Socially Assistive Robotics, *In 9th International Conference on Rehabilitation Robotics 2005*, Chicago, 465-468.

Fritz, F., Susperregui, A., ve Linaza, M. T. (8- 11 Kasım 2005). Enhancing Cultural Tourism Experiences With Augmented Reality Technologies. *6th International Symposium on Virtual Reality, Archaeology and Cultural Heritage (VAST)*, Italy, Pisa.

Gierczak, B. (2011). The History of Tourist Transport After The Modern Industrial Revolution. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 18(4), 275-281.

Geva, A., & Goldman, A. (1991). Satisfaction Measurement in Guided Tours. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 177–185.

Goeldner, C. R., ve Ritchie, J. B.(2007). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Sons.

Green, M. (1990). Virtual Reality User Interface: Tools and Techniques. *In CG International'90*, 51-68.

Gretzel, U., ve Murphy, J. (2019). Making Sense of Robots: Consumer Discourse On Robots In Tourism and Hospitality Service Settings. In Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, *Tourism and Hospitality*.

Güzel, F. Ö. (2007). *Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma)*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Harmankaya, M. B. (2010). *Müzelerde Elektronik Rehberlik Uygulamaları*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü.
- Hadžić, O. (2004). Tourism and Digitization of Cultural Heritage. *Pregled Nacionalnog Centra Za Digitalizaciju*, 74-79.
- Hepaktan, C. E., ve Çınar, S. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. *Celal Bayar Üniversitesi SBE Dergisi*, 8(2), 135-154.
- Hockstein, N. G., Gourin, C. G., Faust, R. A., & Terris, D. J. (2007). A History of Robots: From Science Fiction to Surgical Robotics. *Journal of Robotic Surgery*, 1(2), 113-118.
- Ivanov, S. H., Webster, C., ve Berezina, K. (2017). Adoption of Robots and Service Automation By Tourism and Hospitality Companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27(28), 1501-1517.
- İbiş, S. (2019). Turizm Endüstrisinde Robotlaşma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 403-420.
- İrigüler, F., ve Güler, M. E. (2016). Tourist Guiding: “Cinderella” of the Tourism. *Global Issues and Trends in Tourism*, 203.
- İşçeli, Z., ve Kılıç, G. (2018). Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Fakültelerin Müfredatlarının İncelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1(1), 41-56.
- Karaküçük, S.(2014). *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Karataş, Z. (2017). Sosyal Bilim Araştırmalarında Paradigma Değişimi: Nitel Yaklaşımın Yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68-86.

Kenteris, M., Gavalas, D., ve Economou, D. (2011). Electronic Mobile Guides: A Survey. *Personal And Ubiquitous Computing*, 15(1), 97-111.

Kılıçhan, B. (2019). Profesyonel Turist Rehberliği Mesleği: Mevcut Durum, Meslek Sorunlarının Tespiti ve Çözüm Önerileri. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kın, S. (2018). *Turistlerin Mobil Turist Rehberi Uygulamalarına İlişkin Memnuniyetlerin Belirlenmesi: Muğla İlinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Köroğlu, Ö., Köroğlu, A., ve Alper, B. (2012). Doğaya Dayalı Gerçekleştirilen Turizm Faaliyetleri İçerisinde Turist Rehberlerinin Rollerine Üzerine Bir İnceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 131-139.

Kuşlivan, S., Çeşmeci, N. (11-13 Aralık 2002). Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitiminin Sorunları ve Yeniden Yapılandırılması, *Turizm Eğitimi Konferansı*, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 235-242.

Kozak, M. A., Evren, S., ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.

Kozak N., Akoğlan Kozak M. ve Kozak M. (2018). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Libreros, M. (1998). A Conceptual Framework For A Tourism Satellite Account. <http://www.oecd.org/sdd/na/2681900.pdf> adresinden erişilmiştir.

Lickorish, L. J., ve Jenkins, C. L. (2007). *Introduction to Tourism*. Routledge.

Lune, H., ve Berg, B. L. (2017). *Qualitative Research Methods For The Social Sciences*. Pearson.

Mason, P. (2015). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Routledge.

Lin, P., Abney, K., ve Bekey, G. (2011). Robot Ethics: Mapping the Issues For a Mechanized World. *Artificial Intelligence*, 175(5-6), 942-949.

Maviş, F., Ahıpaşaoğlu, H. S., ve Kozak, N. (2002). *Genel Turizm Bilgisi*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

https://books.google.com.tr/books?id=O87_6w5ctEcC&pg=PA29&dq=Turizm:+Turizm+Olay%C4%B1na+Genel+Yakla%C5%9F%C4%B1m&hl=tr&sa=X&ved=0ahUKEwirqoDszKrpAhUuw8QBHRWlAU0Q6AEINDAC#v=onepage&q=Turizm%3A%20Turizm%20Olay%C4%B1na%20Genel%20Yakla%C5%9F%C4%B1m&f=false adresinden erişilmiştir.

Muşkara, Ü. (2017). Yeni Medyanın Kültürel Miras Konulu Uygulamaları. *Erdem*, (73), 89-110.

Milli Eğitim Bakanlığı, (2013). *Konaklama ve Seyahat Hizmetleri: Turizm ve Rehberlik*. Ankara: MEB.

Mohammed, M. (2017). History of Tour Guiding. https://kupdf.net/download/history-of-tour-guiding_59ba8f4e08bbc58627894d64_pdf adresinden erişilmiştir.

Moscardo, G. (1996). Mindful Visitors. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 376–397.

Olçay, A., Bozgeyik, Y., Akküz, H., ve Sürme, M. (2015). Profesyonel Turist Rehberlerinin Performanslarının Yerli Turistler Tarafından Değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 349-374.

Ön Esen, F., ve Gülmez, M. (2018). Turist Rehberliği Yurtiçi Uygulama Gezilerinin Öğrenciler Açısından Önemi: Akademisyenler ve Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(2), 320-335.

Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsali Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.

Özen, S. (2009). *Dünya Turizminde Tüketici Tercihlerinde Yaşanan Değişimlerin Konaklama İşletmelerine Yansımaları: Antalya’da Temalı Otel Örnekleri*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi.

Page, S. (2007). *Tourism Management: Managing For Change*. Oxford: Routledge.

Pelit, E., ve Katırcıoğlu, E. (2018). Turist Rehberliği Mesleğinde Taraflar Açısından Yaşanan Sorunlar Üzerine Bir Değerlendirme. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1(2), 74-94.

- Pieskä, S., Luimula, M., Jauhiainen, J., ve Spiz, V. (2012). Social Service Robots in Public And Private Environments. *Recent Researches in Circuits, Systems, Multimedia and Automatic Control*, 190-196.
- Polat, T. (2001). *Seyahat İşletmelerinde Profesyonel Turist Rehberliği, Rehberlik Mesleğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Alan Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Poyraz, S. B. (2010). *Pnömatik İki-Eksenli Bir Kartezyen Robot Sistemi İle Malzeme Taşıma Otomasyonu*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Rimmington, M., ve Kozak, M. (1997). Developments in Information Technology: Implications for the Tourism Industry and Tourism Marketing. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 59–80.
- Roney, S. A. (2011). *Turizm: Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Sarı, Y., ve Kozak, M. (2005). Turizm İşletmelerinde Doğrudan Pazarlama Çabaları Kapsamında Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(1), 359-383.
- Sari, Y., ve Kozak, M. (2005). Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi. *Akdeniz İİ BF Dergisi*, 9, 248-271.
- Schmidt, C. J. (1979). The Guided Tour. *Urban Life*, 7(4), 441–467.
- Siegwart, R., Arras, K. O., Bouabdallah, S., Burnier, D., Froidevaux, G., Greppin, X., Jensen, B., Lorotte, A., Mayor, L., Meisser, M., Philippsen, R., Piguet, R., Ramel, G., Terrien G. ve Tomatis, N. (2003). Robox at Expo. 02: A Large-scale Installation of Personal Robots. *Robotics and Autonomous Systems*, 42(3-4), 203-222.
- Styliani, S., Fotis, L., Kostas, K., ve Petros, P. (2009). Virtual Museums, A Survey And Some Issues For Consideration. *Journal of Cultural Heritage*, 10(4), 520-528.
- Suddrey, G., Jacobson, A., ve Ward, B. (April 2018). Enabling A Pepper Robot To Provide Automated And Interactive Tours Of A Robotics Laboratory. *IEEE International Conference. Kansas City*.

- Sürücü, O. (2017). *Sanal Gerçekliğin Kültürel Mirası Korumada Kullanımı, Salih Bozok Villası Örneği*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Şalk, S., ve Köroğlu, Ö. (2020) Turist Rehberlerinin Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarına Yönelik Algılarının Belirlenmesi. *Journal of Yasar University*, 15(58), 313-328.
- Tanrısever, C., Bektaş, İ. ve Koç, D. E. (2019). Dünyada Turist Rehberliği Eğitimi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2(1), 44-56.
- Tapps, T., ve Wells, M. S. (2018). *Introduction to Recreation and Leisure*, 3E. United States of America; Human Kinetics.
- Thrun, S., Bennewitz, M., Burgard, W., Cremers, A. B., Dellaert, F., Fox, D., ve Schulz, D. (1999). MINERVA: A Second-Generation Museum Tour-Guide Robot. http://robot.cc/papers/thrun.icra_minerva.pdf adresinden erişilmiştir.
- Tosun, C., ve Temizkan, R. (15-16 Nisan 2004). Türkiye'nin Dış Tanıtım Ve Ülke İmajında Turist Rehberlerinin Rolü. *1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri*. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Toy, B. Y., ve Tosunoğlu, N. G. (2007). Sosyal Bilimler Alanındaki Araştırmalarda Bilimsel Araştırma Süreci, İstatistiksel Teknikler ve Yapılan Hatalar. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 1-20.
- Tussyadiah, I. (2020). A Review of Research Into Automation In Tourism: Launching The Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 81.
- Tutar, F., Kocabay, M. ve Kılınç, N. (2007). Turizm Sektöründe e-Ticaret Uygulamaları: Nevşehir Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(12), 196-206.
- Tetik, N. (2006). *Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N., ve 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.

T.C. Resmi Gazete. (2010). Ulusal Meslek Standardı Profesyonel Turist Rehberi Seviye 5. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/07/20100716-10.htm> adresinden erişilmiştir.

Uluslararası Robot Federasyonu (IFR). (2016). Classification of service robots by application areas. https://ifr.org/img/office/Service_Robots_2016_Chapter_1_2.pdf adresinden erişilmiştir.

United Nations and World Tourism Organization, (1994). *Recommendations On Tourism Statistics*. New York: United Nations.

Vatan, A., ve Türkbaş, S. (2018). Vejetaryen Turist ve Vegan Turist Kimdir? (Who is Vegetarian Tourist and Vegan Tourist?). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 24, 39.

Walle, A. H. (1996). Tourism and the Internet. *Journal of Travel Research*, 35(1), 72–77.

Wang, D., Park, S., ve Fesenmaier, D. R. (2012). The Role of Smartphones in Mediating the Touristic Experience. *Journal of Travel Research*, 51(4), 371-387.

Wang, D., Park, S., ve Fesenmaier, D. (2011). An Examination of Information Services and Smartphone Applications. https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1179&context=gradconf_hospitality adresinden erişilmiştir.

WEB1. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://testsite.ktb.gov.tr/ktmordu/TR-249710/metaveri.html> adresinden 29.04.2007 tarihinde erişilmiştir.

WEB2. (2015). T.C. Resmi Gazete (19152). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/11/20051125-4.htm> adresinden 08.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB 3. World Federation of Tourist Guide Associations, <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> adresinden 29.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB4. (2014). Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM), https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/ab_komisyonu_web.birlesim_baslangic_ab2?P4=21201&P5=H&page1=29&page2=29 adresinden 29.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB5. (2017). İstanbul Rehberler Odası, <https://iro.org.tr/tr/53-page-rehberligin-tarihcesi.aspx> adresinden 08.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB6. (2020). Turist Rehberleri Birliği, <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/> adresinden 14.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB7. (2013). T.C. Resmi Gazete (28568), <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/02/20130223-10.htm> adresinden 09.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB8. (2019). Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK), <https://yokatlas.yok.gov.tr/meslek-anasayfa.php> adresinden 02.05.2020 erişilmiştir.

WEB9. (2017). İstanbul Rehberler Odası (IRO), <https://iro.org.tr/tr/56-page-turist-rehberlerinin-sahip-olmasi-gereken-ozellikler-ve-islevleri.aspx> adresinden 12.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB10. (2020). Antalya Rehberler Odası (ARO), <http://www.aro.org.tr/rehberin-rehberi-detay.asp?id=44> adresinden 03.05.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB11. (2020). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://sanalmuze.gov.tr/> adresinden 09.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB12. (2017). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/Eklenti/57391,dijitalturizminovasyonkomisyonraporupdf.pdf?0> adresinden 11.04.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB13. Türk Dil Kurumu (TDK), <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 09.06.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB14. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), <http://bilimteknik.tubitak.gov.tr/sites/default/files/bilgipaket/robotik/tanimlar.html> adresinden 09.06.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB15. <https://www.log.com.tr/japonyadaki-bu-otelin-tum-calisanlari-robot-video/> adresinden 21.07.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB16. Reo-tek, <https://www.reo-tek.com/etkilesimli-muze-sergi> adresinden 04.06.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB17. Reo-tek, <https://www.reo-tek.com/afrodisias-muzesi> adresinden 04.06.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB18. Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü, <http://www.dosimm.gov.tr/sesli-rehberlik-projesi> adresinden 28.05.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB19. (2018). Kyodo News, <https://english.kyodonews.net/news/2018/09/7315f553b06a-sharps-humanoid-robot-to-guide-tourists-in-taxis-in-kyoto.html>, adresinden 18.06.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB20. (2018). Yell Robot, <https://yellrobot.com/kyoto-robot-tour-guide/> adresinden 18.06.2020 tarihinde erişilmiştir.

WEB21. (2019). Sharp Be, <https://global.sharp/blog/2019/03/29/18809/> adresinden 19.06.2020 tarihinde erişilmiştir.

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.

Werthner, H., ve Klein, S. (1999). ICT and The Changing Landscape Of Global Tourism Distribution. *Electronic Markets*, 9(4), 256-262.

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.

- Yalçın Kayıkçı, M., ve Kutluk Bozkurt, A. (2018). Dijital Çağda Z ve Alpha Kuşağı, Yapay Zeka Uygulamaları ve Turizme Yansımaları, *Sosyal Bilimler Metinler*, 01, 54,64.
- Yenipınar, U., Bak, E. ve Çapar, G. (2014). Turist Rehberliği Meslek Kanununun, Meslek Örgütleri Ve Öğretim Elemanlarının Bakış Açısı İle Değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 86-114.
- Yenipınar, U., ve Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi. *Cag University Journal of Social Sciences*, 10(2),111-136.
- Yeoman, I. (2009). *Tomorrow's Tourist: Scenarios & Trends*. Oxford: Routledge.
- Yıldız, S. (2008). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Eğitimi Bağlamında Kültür ve Turizm Bakanlığı Kurs Programının İncelenmesi <https://www.yumpu.com/tr/document/read/55962600/turkiyede-profesyonel-turist-rehberligi> adresinden erişilmiştir.
- Yıldız, S. (2018). Turist Rehberliği Mesleğinde Robot Rehberlerin Yükselişi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(23), 164-177.
- Yıldırım, Y., Asık, O., Görür, B., Özkucur, N. E., ve Akın, H. L. (2014). Tur Rehberi Çoklu Robot Sistemi. <https://pdfs.semanticscholar.org/fd87/7c948fd59772538c4485f7c54d3e093dbfaa.pdf> adresinden erişilmiştir.
- Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi. *Eğitim ve Bilim*, 23(112).
- Yüksel, Ayşenur. (2019) Nitel Araştırma Yöntemi Olarak: Görüşme. *Social Sciences Studies Journal*, 6(56), 547-552.
- Zavarika, G. (2016). *The Evolution Of Computer Reservation Systems in Tourism*. Doktora Tezi, Volodymyr Dal East Ukrainian National University.
- Zhang, H. Q., ve Chow, I. (2004). Application Of Importance-Performance Model In Tour Guides’ Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors In Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81–91.S