

[illegible]



ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ

# KARADENİZ TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF KARADENİZ TOURISM RESEARCH



**e-ISSN: 3023-6347**

Volume/Cilt: 4 Issue/Sayı: 2

Temmuz/July 2026

**ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ  
KARADENİZ TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ**

e-ISSN: 3023-6347

2026 Cilt: 4 Sayı: 2

**Ondokuz Mayıs Üniversitesi Adına Sahibi /**  
Owner on behalf of Ondokuz Mayıs University  
Prof. Dr. Fatma AYDIN  
Rektör/Rector

**Bilimsel Yayın Koordinatörü/Science Publishing  
Coordinator**  
Doç. Dr. Hasan KIZILDAĞ

**Baş Editör/Editor in Chief**  
Doç. Dr. Mutlu KAYA

**Editör/Editor**  
Arş. Gör. Dr. Taner AKKOÇ

**Editör Yardımcısı/Assistant Editor**  
Arş. Gör. Dr. Mehmet KIZILELİ

**Sekreteryas/Secretary**  
Arş. Gör. Asena KURT DÜNDAR  
Arş. Gör. Gülsevdı ÖZTÜRK  
Arş. Gör. Yağmur TÜRKER

**YAYIN DANIŞMA KURULU/ADVISORY BOARD**

Prof. Dr. Ali YAYLI  
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof. Dr. Beykan ÇİZEL  
Akdeniz Üniversitesi  
Prof. Dr. Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ  
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi  
Prof. Dr. Celil ÇAKICI  
Mersin Üniversitesi  
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT  
Balıkesir Üniversitesi  
Dr. Cihan ÇOBANOĞLU  
University of South Florida  
Prof. Dr. Ebru İÇİGEN  
Akdeniz Üniversitesi  
Dr. Emrah ÖZKUL  
Kocaeli Üniversitesi

**ONDOKUZ MAYIS UNIVERSITY  
JOURNAL OF KARADENİZ TOURISM RESEARCH**

e-ISSN: 3023-6347

2026 Volume: 4 Issue: 2

Dr. Faizan Ali  
University of South Florida  
Dr. Öğr. Üyesi Faruk YÜKSEL  
Ordu Üniversitesi  
Doç. Dr. Gül ERKOL BAYRAM  
Sinop Üniversitesi  
Prof. Dr. Mahmut DEMİR  
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
Prof. Dr. Mehmet Onur GÜLBAHAR  
Batman Üniversitesi  
Prof. Dr. Muharrem TUNA  
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof. Dr. Oktay EMİR  
Anadolu University  
Prof. Dr. Onur KÖKSAL  
Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Serkan BERTAN

**Alan Editörleri/Field Editors**  
Arş. Gör. Dr. Gökhan ERŞEN

**İndeks Sorumlusu/Index Editor**  
Arş. Gör. Gülsevdı ÖZTÜRK

**Türkçe Dil Editörü/Turkish Language Editor**  
Arş. Gör. Gamze KAYAN  
Arş. Gör. Burak ARSLAN

**İngilizce Dil Editörü/English Language Editor**  
Öğretim Görevlisi Yaşar GÜLTEKİN  
Öğretim Görevlisi Karim FOROUTAN FAR

**Mizanpaj/Layout**  
OMÜ Yayın Koordinatörlüğü

**Mizanpaj Editörleri/Layout Editors**  
Kısmet AYDIN  
Özlem TEKİNER

**Yayın Yeri ve Tarihi/Publication Place and Date**  
Samsun, Temmuz/July 2026

**BU SAYININ HAKEMLERİ /**  
**REFEREES OF THE ISSUE**

Dr. Öğr. Üyesi Merve KALYONCU YOLAÇAN  
Dr. Öğr. Üyesi Emre KARADUMAN  
Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Ziya AKBAŞ

Dr. Öğr. Üyesi Güray KARACIL  
Dr. Arş. Gör. Duygu NURAL  
Dr. Arş. Gör. Hüseyin Ertan İNAN

**Karadeniz Turizm Araştırmaları Dergisi (KATAD);**

Yılda iki kez yayımlanan hakemli bilimsel süreli bir yayın organıdır. Dergide yayınlanan yazıların her türlü içerik sorumluluğu yazarlara aittir. Yazılar; yayıncı kuruluşun izni olmadan kısmen veya tamamen bir başka yerde yayınlanamaz.

**Yazışma Adresi / Corresponding Address**

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turizm Fakültesi (Dergi) Bafra / SAMSUN

**Tel:** +90 362 312 19 19/7401 **Fax:** +90 362 552 00 26

**e-mail:** turizmfakultesi@omu.edu.tr **web:** <https://dergipark.org.tr/tr/pub/katad>

**EDİTÖR NOTU**

Değerli Okurlarımız,

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turizm Fakültesi olarak ilk sayımızı çıkarmış olmaktan gurur ve onur duyuyoruz. 1975 yılında kurulmuş ve yaklaşık yarım asırlık tecrübesi olan Ondokuz Mayıs Üniversitesinin henüz yeni bir üyesi olarak böyle bir çalışmayı kazandırdığımız için çok mutluyuz. Kurtuluş Savaşı'nın başladığı ve bağımsızlık meşalesinin yakıldığı Samsun'da yayın hayatına başlayan Karadeniz Turizm Araştırmaları Dergisi inşallah Turizm bilim camiası için de yeni bir ışık, ses ve soluk olacak. Amacımız sadece bulunduğumuz şehre katkı vermenin ötesinde tüm Turizm bilim camiasına yön verecek ve herkes için referans olabilecek bir yayın çizgisine ulaşmaktır. Dergimiz Ocak ve Temmuz aylarında olmak kaydı ile yılda iki kez yayınlanacaktır.

Derginin kurulları oluşturulurken dünyanın çeşitli yerlerinden alanında uzman akademisyenler görev aldı. Bu bağlamda henüz ilk sayımız olsa da ulaşmak istediğimiz hedefi ortaya koyması bakımından tüm kurullarda görev alan akademisyenlerimizin çeşitliliği ve yetkinliği turizm çalışma alanları dikkate alındığında turizmin muhteviyatı ile paralellik gösterdiği görülmektedir.

Turizm camiasına katkı vereceği inancıyla ilk sayımıza makaleleri ile destek veren araştırmacılarımıza, hakemlerimize, yayın kurulu üyelerimize, dergide görev alan arkadaşlarımıza teşekkürlerimizi sunuyoruz. Önümüzdeki sayılara vereceğiniz katkılar için şimdiden teşekkür ediyor Dergimizin Turizm bilim camiasına hayırlı olmasını diliyorum.

Prof. Dr. Yetkin BULUT

**EDITOR'S NOTE**

Dear Readers;

As Ondokuz Mayıs University Faculty of Tourism, we are proud and honored to have published our first issue. As a new member of Ondokuz Mayıs University, which was established in 1975 and has nearly half a century of experience, we are very happy to have brought such a study. Journal of Karadeniz Tourism Research, which started its publication life in Samsun, where the War of Independence began and the torch of independence was lit, will also be a new light, sound and breath for the tourism scientific community. Our aim is not only to contribute to the city we are in, but to reach a publication line that will guide the entire tourism scientific community and be a reference for everyone. Our journal will be published twice a year, in January and July.

Expert academics from various parts of the world took part in the formation of the journal's boards. In this context, even though it is our first issue, it is seen that the diversity and competence of our academicians who take part in all the boards in terms of revealing the goal we want to achieve are in parallel with the content of tourism when the tourism field of study is taken into account.

To our researchers, referees, editorial board members and colleagues who supported our first issue with their articles in the belief that it will contribute to the tourism community. We offer our thanks. Thank you in advance for your contributions to the upcoming issues. I wish our journal to be beneficial to the tourism science community.

Prof. Dr. Yetkin BULUT

# İÇİNDEKİLER

## Derleme Makalesi/Review Article

**Sanal Yoksunluk Sendromu: Dijital Bağımlı; Turistlerde Bağlantısız Kalmanın Psikolojik Etkileri. .... 95-112**

*Virtual Deprivation Syndrome: The Psychological Effects of Disconnection Among Digitally Addicted Tourists*

**Semahat Göker ÖZYÜREK**

**User Discourse and Travel Desire in Game-Based VR Travel Experiences .. 113-134**

*Oyun Tabanlı VR Seyahat Deneyimlerinde Kullanıcı Söylemi ve Seyahat İsteği*

**Onur AŞKIN**

**Paket Turların Sürdürülebilirliği ile Turist Rehberleri Sorunları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi..... 135-167**

*Assessing the Relationship Between Package Tour Sustainability and the Professional Challenges of Tourist Guides*

**Mehmet GÜRLER, Şehnaz DEMİRKOL**



# Sanal Yoksunluk Sendromu: Dijital Bağımlı Turistlerde Bağlantısız Kalmanın Psikolojik Etkileri

## Virtual Deprivation Syndrome: The Psychological Effects of Disconnection Among Digitally Addicted Tourists

Semahat Göker ÖZYÜREK<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Bağımsız Araştırmacı

• semahatgkr08@gmail.com • ORCID > 0000-0002-1263-6271

### Makale Bilgisi/Article Information

**Makale Türü/Article Types:** Derleme Makalesi/Review Article

**Geliş Tarihi/Received:** 23 Kasım/November 2025

**Kabul Tarihi/Accepted:** 05 Mart/March 2026

**Yıl/Year:** 2026 | **Cilt-Volume:** 4 | **Sayı-Issue:** 2 | **Sayfa/Pages:** 95-111

**Atıf/Cite as:** Özyürek, S. G. "Sanal Yoksunluk Sendromu: Dijital Bağımlı Turistlerde Bağlantısız Kalmanın Psikolojik Etkileri"  
Ondokuz Mayıs Üniversitesi Karadeniz Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2), Temmuz 2026: 95-111.

## SANAL YOKSUNLUK SENDROMU: DİJİTAL BAĞIMLI TURİSTLERDE BAĞLANTISIZ KALMANIN PSİKOLOJİK ETKİLERİ

### ÖZ

Dijital teknolojilerin turizm deneyimini kökten değiştirdiği günümüzde, dijital bağımlılık ve bunun bir uzantısı olan Sanal Yoksunluk Sendromu (SYS), turistlerin psikolojik refahı ve tatil memnuniyeti açısından kritik bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu **kavramsal** çalışma, dijital bağımlılık düzeyi yüksek olan turistlerde, bağlantısız kalmanın yol açtığı SYS'nin psikolojik etkilerini incelemeyi ve bu durumun turizm sektörü için doğurduğu sonuçları tartışmayı amaçlamaktadır. Literatür taraması ve kavramsal analiz yöntemi kullanılarak, SYS'nin psikolojik temelleri, belirtileri ve turizm deneyimi üzerindeki teorik etkileri detaylıca ele alınmıştır. Analizler, SYS'nin turistlerin yenilenme ve otantik deneyim arayışlarını olumsuz etkilediğini ve genel tatil memnuniyetini teorik olarak düşürdüğünü ortaya koymaktadır. Ayrıca, SYS'nin yarattığı olumsuz deneyimin, Dijital Detoks Turizmi için güçlü bir pazar potansiyeli yarattığı sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar, turizm işletmelerinin hizmet tasarımıyla sadece fiziksel konfora değil, aynı zamanda turistlerin psikolojik refahına da odaklanması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, SYS kavramını turizm literatürüne entegre ederek teorik katkı sağlamak ve turizm paydaşlarına dijital detoks programları geliştirme, personel eğitimi ve pazarlama stratejileri konusunda pratik öneriler sunmaktadır. Gelecek araştırmalar için ampirik çalışmalar ve turizm bağlamına özgü ölçek geliştirme önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sanal Yoksunluk Sendromu, Dijital Bağımlılık, Dijital Detoks Turizmi, Psikolojik Etki.



## VIRTUAL DEPRIVATION SYNDROME: THE PSYCHOLOGICAL EFFECTS OF DISCONNECTION AMONG DIGITALLY ADDICTED TOURISTS

### ABSTRACT

In an era where digital technologies fundamentally transform the tourism experience, digital addiction and the related concept of Virtual Deprivation Syndrome (VDS), emerge as critical factors affecting tourists' psychological well-being and holiday satisfaction. This conceptual study aims to investigate the psychological effects of VDS resulting from digital disconnection on tourists with high levels of digital addiction, and to discuss the implications for the tourism industry. Using a literature review and conceptual analysis methods, the psychological foundati-

ons, symptoms, and theoretical impacts of VDS on the tourism experience are examined in detail. The analysis theoretically reveals that VDS undermines tourists' motivations for renewal and authentic experiences, thereby reducing overall holiday satisfaction. Furthermore, the findings suggest that the negative experience created by VDS generates a strong market potential for Digital Detox Tourism. These results suggest that tourism businesses must focus not only on physical comfort but also on the psychological well-being of tourists in their service design. The article contributes theoretically by integrating the VDS concept into tourism literature and offers practical recommendations to tourism stakeholders regarding the development of digital detox programs, staff training, and marketing strategies. Empirical studies and the development of a tourism-specific scale are suggested for future research.

**Keywords:** Virtual Deprivation Syndrome, Digital Addiction, Digital Detox Tourism, Psychological Effects.



## GİRİŞ

Teknolojinin turizm deneyimlerine entegrasyonu giderek artmakta; akıllı cihazlar turistlerin hem bilgiye erişimini kolaylaştırırken hem de tatilde bağlantıda kalma ihtiyacını artırmaktadır (Dickinson, Hibbert ve Filimonau, 2016). Ancak teknolojik bağımlılığın bir sonucu olarak ortaya çıkan “sanal yoksunluk sendromu” (SYS) gibi kavramlar, turistik deneyimde yeni zorluklar doğurmaktadır. Dijital teknolojilerin günlük yaşamın her alanına nüfuz etmesiyle birlikte, turizm sektörü de köklü bir dönüşüm sürecine girmiştir. Akıllı telefonlar, tabletler ve diğer mobil cihazlar, seyahat deneyiminin planlanmasından destinasyonda yaşanmasına ve sonrasında paylaşılmasına kadar her aşamada turistlerin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Tussyadiah, 2014). Bu durum, bir yandan turistlere eşi benzeri görülmemiş bir kolaylık ve bilgi erişimi sunarken, diğer yandan **dijital bağımlılık** olarak adlandırılan yeni bir davranışsal sorunun ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Griffiths, 2005). Dijital bağımlılık, bireyin dijital cihazları ve interneti aşırı ve kontrolsüz bir şekilde kullanması sonucu günlük yaşam aktivitelerinin, sosyal ilişkilerinin ve psikolojik durumunun olumsuz etkilenmesi olarak tanımlanmaktadır (Young, 1998). Turizm bağlamında bu bağımlılık, turistlerin tatil deneyimlerini “anlık” yaşamak yerine, sürekli olarak dijital dünyaya odaklanmalarına, deneyimlerini filtrelemelerine ve sosyal medyada paylaşma zorunluluğu hissetmelerine yol açmaktadır (Xu, Wang ve Jiang, 2023).

Dijital bağımlı turistlerin seyahat sırasında bağlantısız kaldıklarında yaşadıkları psikolojik rahatsızlıklar, literatürde geniş bir perspektifle ele alınmaktadır. Bu bağlamda Ueno, Dennis ve Dafoulas'ın (2023) genel nüfus verileriyle gerçekleş-

tirdiği çalışma, internet erişimindeki eksikliklerin bireylerde yarattığı gerilim ve sosyal kopukluk hissini anlamak adına önemli bir arka plan sunmaktadır. Ancak, genel nüfusta gözlemlenen bu yoksunluk tepkilerinin turistik bağlama doğrudan genellenmesi yerine, turistin ‘evinden uzakta olma’ (out-of-home) ve ‘yenilenme arayışı’ gibi özgün motivasyonları çerçevesinde değerlendirilmesi daha isabetli bir yaklaşım olacaktır. Nitekim, turizm literatüründe Pearce ve Packer (2013) gibi araştırmacıların vurguladığı üzere, turistik deneyim sırasındaki psikolojik tepkiler, bireyin günlük yaşam rutinlerinden sıyrıldığı ‘liminal’ bir alanda gerçekleşmektedir. Bu noktada, genel nüfustaki dijital yoksunluk bulguları ile turistik tepkiler arasındaki köprüyü kuran bir geçiş örneği olarak; destinasyonda teknolojik kısıtlamalarla karşılaşan turistlerin ‘bağlantısızlık kaygısı’ (disconnection anxiety) yaşadığını ve bunun anlık deneyim kalitesini zayıflattığını ortaya koyan çalışmalar (Örn: Tussyadiah, 2014) dikkat çekicidir. Dolayısıyla, genel nüfusta görülen yoksunluk belirtilerinin, turistik ortamın özgün dinamikleriyle birleşerek Sanal Yoksunluk Sendromu’nu (SYS) tetikleyebileceği öngörülmektedir.

Dijital bağımlılığın bir uzantısı olarak, bireyin dijital cihazlarına erişiminin engellenmesi veya bağlantısının kesilmesi durumunda ortaya çıkan psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıklar bütünü olan Sanal Yoksunluk Sendromu (SYS), özellikle turizm deneyimi sırasında kritik bir öneme sahiptir (Yetgin, 2019). Turizm, doğası gereği bireyleri günlük rutinlerinden ve dolayısıyla dijital bağlantılarından bir süreliğine uzaklaştırmayı amaçlar. Ancak dijital bağımlılığı yüksek olan turistler için bu “bağlantısız kalma” durumu, beklenen rahatlama ve yenilenme hissi yerine, yoğun bir kaygı, huzursuzluk, öfke ve hatta panik atak gibi yoksunluk belirtileriyle karakterize edilen SYS’yi tetikleyebilir (King, Valença ve Nardi, 2010). Bu sendrom, turistin tatil motivasyonunu, destinasyonla etkileşimini ve genel memnuniyetini ciddi şekilde düşürerek, turizm deneyiminin temel amacına ulaşmasını engellemektedir.

Literatürde dijital bağımlılık ve turizm ilişkisine dair çalışmalar bulunmakla birlikte (Aydınlı ve Akgöz, 2024), Sanal Yoksunluk Sendromu’nun (SYS) dijital bağımlı turistler üzerindeki spesifik psikolojik etkilerini derinlemesine inceleyen ve bu etkilerin turizm işletmeciliği ve pazarlaması açısından sonuçlarını tartışan kapsamlı bir çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma, dijital bağımlılığın turizm deneyimini nasıl dönüştürdüğünü ve bağlantısız kalmanın yarattığı psikolojik yükün boyutlarını ortaya koyarak bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı, dijital bağımlı turistlerde bağlantısız kalmanın yol açtığı Sanal Yoksunluk Sendromu’nun (SYS) psikolojik etkilerini derinlemesine incelemek ve elde edilen bulgular ışığında turizm sektörü paydaşlarına yönelik teorik ve pratik öneriler geliştirmektir. Bu kapsamda, SYS’nin belirtileri, turizm deneyimi memnuniyeti üzerindeki etkileri ve dijital detoks turizmüne yönelik tutumlar gibi konular ele alınacaktır.

Araştırmanın önemi, dijitalleşmenin turizmdeki kaçınılmaz etkilerini psikolojik bir perspektifle ele alarak, turist davranışlarının anlaşılmasına yeni bir boyut kazandırmasından kaynaklanmaktadır. Elde edilecek bulgular, turizm işletmelerinin ve destinasyon yönetimlerinin, dijital bağımlılığı olan turistlere yönelik daha bilinçli hizmetler ve ürünler (örneğin, dijital detoks programları) geliştirmesine rehberlik edecektir. Ayrıca, makale, turizm psikolojisi ve davranışsal turizm alanındaki literatüre önemli bir katkı sağlayacaktır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, araştırmanın temelini oluşturan dijital bağımlılık, Sanal Yoksunluk Sendromu (SYS) ve dijital detoks turizmi kavramları, turizm literatürü ve ilgili disiplinler (psikoloji, sosyoloji) ışığında detaylı bir şekilde incelenecektir.

### Dijital Bağımlılık ve Turizm

Dijital yoksunluk, bireylerin bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve kullanımındaki eşitsizliklerini ifade eden çok boyutlu bir sosyo-ekonomik olgudur (OECD, 2001; Venkatesh ve Sykes, 2013). Literatürde bu olgu; erişim farklarını içeren birinci düzey, dijital becerilerle ilişkili ikinci düzey ve internet kullanımından elde edilen sonuçlardaki eşitsizlikleri kapsayan üçüncü düzey dijital uçurum biçiminde sınıflandırılmaktadır (Scheerder, Van Deursen ve Van Dijk, 2017; Gladkova ve Ragnedda, 2020). Dijital yoksunluğun temel nedenleri arasında düşük dijital okuryazarlık (Vasilescu, Serban, Dimian, Aceleanu ve Picatoste, 2020), ileri yaş (Huxhold, Hees ve Webster, 2020; Walker, Hefner, Fareed, Huerta ve McAlearney, 2020), yoksulluk (Witte ve Mannon, 2010; Goedhart, Broerse, Kattouw, ve Dedding, 2019) ve altyapı yetersizliği (Tranos, Kourtiti ve Nijkamp, 2014; Balcerzak, 2017; Balcerzak ve Pietrzak, 2017a, 2017b) yer almaktadır. Araştırmalar dijital mahrumiyetin bireyler ve toplum düzeyinde sosyal, kültürel ve ekonomik dışlanmaya yol açtığını ortaya koymaktadır (Robinson, Cotten, Ono, Quan-Haase, Mesch, Chen, Schulz, Hale ve Stern, 2015; Loktieva, 2016; Helsper, 2017; Seda, Setyawati, Pera, Febriani, ve Pebriansyah, 2018; Polat, 2012; Wamuyu, 2017). Bu bağlamda dijital yoksunluk, yalnızca erişim temelli bir eşitsizlik değil, aynı zamanda bireylerde psikolojik kırılganlık ve stres yaratabilen bir deneyimdir. Turistik bağlama uyarlandığında ise dijital bağımlılığı yüksek bireylerin bağlantısız kaldıklarında bu dijital mahrumiyet hissinin tetiklenmesiyle anksiyete, huzursuzluk ve çekilme benzeri tepkiler göstermesi beklenmektedir. Bu nedenle dijital yoksunluk kavramı, “Virtual Deprivation Syndrome” kapsamında dijital bağımlı turistlerin bağlantı kesildiğinde yaşadığı psikolojik etkileri açıklamak için güçlü bir teorik temel sunmaktadır.

## Dijital Bağımlılığın Tanımı, Boyutları ve Ölçülmesi

Dijital bağımlılık, geniş bir yelpazede ele alınan ve genellikle İnternet Bağımlılığı, Akıllı Telefon Bağımlılığı veya Teknoloji Bağımlılığı gibi terimlerle ifade edilen bir davranışsal bağımlılık türüdür (Kuss ve Griffiths, 2017). Literatürde kabul gören genel tanıma göre dijital bağımlılık, bireyin dijital cihazları ve interneti aşırı, kompulsif ve kontrolsüz bir biçimde kullanması sonucu, bu kullanımın kişinin sosyal, mesleki ve psikolojik işlevselliğinde önemli bozulmalara yol açması durumudur (Brand, Young ve Laier, 2014).

Dijital bağımlılığın temel boyutları, genellikle madde bağımlılığının kriterlerine benzer şekilde ele alınır ve şunları içerir (Shah, Banner, Heginbotham ve Fulford, 2014):

- *Tolerans:* İstenen etkiyi elde etmek için giderek daha fazla zaman harcama ihtiyacı.
- *Yoksunluk Belirtileri:* Kullanım kesildiğinde veya azaltıldığında ortaya çıkan huzursuzluk, kaygı, sinirlilik gibi psikolojik ve fizyolojik semptomlar.
- *Kontrol Kaybı:* Kullanımı azaltma veya durdurma yönündeki başarısız girişimler.
- *Olumsuz Sonuçlara Rağmen Kullanım:* Kullanımın yol açtığı sorunlara rağmen devam etme.
- *Önemli Aktivitelere İlginin Azalması:* Sosyal, mesleki veya eğlence aktivitelerinin ihmal edilmesi.

Dijital bağımlılığın ölçülmesinde Young'ın İnternet Bağımlılığı Testi (IAT) (Young, 1998) ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği (SAS) (Kwon, Lee, Won, Park, Min, Hahn, Gu, Choi, ve Kim, 2013) gibi standartlaştırılmış psikometrik araçlar kullanılmaktadır. Bu araçlar, bireylerin dijital cihazlarla kurduğu ilişkinin patolojik boyutunu belirlemede kritik rol oynamaktadır.

## Turist Davranışları Üzerindeki Dijital Etkileşimler: Planlama, Deneyimleme ve Paylaşım

Dijital teknolojilerin turizm deneyimine nüfuz etmesi, turist davranışlarını yalnızca biçimsel olarak değil, aynı zamanda bilişsel, algısal ve duygusal düzeyde de dönüştürmüştür. Bu dönüşüm, özellikle turistlerin destinasyonu algılama biçimlerinin 'doğrudan gözlem'den 'ekran aracılı (mediated) gözlem'e evrilmesi ve seyahat kararlarının algoritmik önerilerle şekillenmesi süreciyle somutlaşmaktadır (Gretzel, 2011). Literatürde 'medyatikleşmiş turizm' (mediatized tourism) olarak

tanımlanan bu süreç, turistin fiziksel çevreyle kurduğu bağı dijital bir katman üzerinden yeniden yapılandırarak, deneyimin duygusal derinliğini ve bilişsel işleme süreçlerini kökten değiştirmektedir (Månsson, 2011). Dijital teknolojiler, turist davranışlarını üç ana aşamada kökten değiştirmiştir (Xiang ve Gretzel, 2010):

1. *Planlama Aşaması*: Turistler, destinasyon seçimi, konaklama ve ulaşım rezervasyonları, aktivite planlamaları gibi süreçleri büyük ölçüde çevrimiçi platformlar (TripAdvisor, Booking.com, Google Maps) üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu durum, bilgiye erişimi kolaylaştırırken, aynı zamanda aşırı bilgi yüklemesi ve karar verme yorgunluğu gibi yeni sorunları da beraberinde getirmektedir (Gretzel, Fesenmaier, Formica ve O'Leary, 2006).
2. *Deneyimleme Aşaması*: Destinasyonda iken, mobil cihazlar navigasyon, çeviri, yerel bilgi edinme ve anlık paylaşım aracı olarak kullanılmaktadır. Ancak, sürekli fotoğraf çekme ve sosyal medyada paylaşma zorunluluğu, turistin "an"ı deneyimleme kalitesini düşürmekte, otantik deneyimden uzaklaşmaya neden olmaktadır (Månsson, 2011).
3. *Paylaşım Aşaması*: Tatil sonrası deneyimlerin sosyal medyada (Instagram, TikTok) paylaşılması, modern turizmin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu paylaşım kültürü, bir sonraki seyahat kararlarını etkileyen bir döngü yaratırken, aynı zamanda turistler üzerinde "mükemmel tatil" imajını sürdürme baskısı oluşturmaktadır (Wang ve Fesenmaier, 2004).

## Nomofobi (No Mobile Phone Phobia) ve Turizm

Nomofobi, "No Mobile Phone Phobia" teriminin kısaltması olup, bireyin cep telefonundan veya mobil cihazından uzak kalma korkusu olarak tanımlanır (Yıldırım ve Correia, 2015). Bu fobi, dijital bağımlılığın bir alt boyutu olarak kabul edilmekte ve özellikle turizm ortamında kendini daha belirgin bir şekilde göstermektedir. Turistler, yabancı bir destinasyonda mobil cihazlarının olmaması durumunda güvenlik, iletişim ve bilgiye erişim konularında yoğun kaygı yaşayabilirler (Gezgin, Hamutoğlu, Sezen-Gültekin ve Gemikonaklı, 2018). Nomofobik turistler için tatil, bir kaçış ve rahatlatma deneyimi olmaktan çok, sürekli cihazlarının şarjını, internet bağlantısını ve sinyal gücünü kontrol etme zorunluluğu nedeniyle stresli bir deneyime dönüşebilir.

## Sanal Yoksunluk Sendromu (SYS)

Dijital bağımlılığın turizm deneyimini şekillendiren temel unsurlardan biri hâline gelmesiyle birlikte, bağlantısız kalma durumunda ortaya çıkan psikolojik tepkiler giderek daha görünür bir hâl almıştır. Özellikle dijital cihazlara aşırı bağımlılık geliştiren turistlerde, internet erişiminin kesilmesi ya da cihaz kullanımı-

nın kısıtlanması, yalnızca teknolojik bir engel olarak değil, aynı zamanda yoğun stres, kaygı ve kontrol kaybı hissi yaratan bir psikolojik yoksunluk durumu olarak deneyimlenmektedir. Literatürde “Sanal Yoksunluk Sendromu (SYS)” olarak tanımlanan bu olgu, davranışsal bağımlılıkların temel dinamiklerini yansıtan çok boyutlu bir stres tepkisi olup, turistik ortamda bireyin deneyim kalitesini, duygu durumunu ve sosyal etkileşimlerini doğrudan etkileyen kritik bir değişken hâline gelmiştir. Bu nedenle SYS’nin bilişsel, nörolojik ve davranışsal temellerinin anlaşılması, dijital bağımlı turistlerin seyahat sırasında karşılaştıkları psikolojik kırılganlıkların kapsamlı biçimde açıklanması açısından büyük önem taşımaktadır.

### **SYS’nin Psikolojik Temelleri: Bilişsel ve Davranışsal Perspektifler**

Sanal Yoksunluk Sendromu (SYS), dijital bağımlılığı olan bireylerin, dijital cihazlarına veya internet bağlantılarına erişimlerinin kısıtlandığı veya tamamen kesildiği durumlarda yaşadıkları psikolojik ve fizyolojik stres tepkileri bütünüdür (Billieux, Van der Linden ve Rochat, 2008). Bu sendrom, davranışsal bağımlılıkların temelini oluşturan ödül sistemi (dopamin salınımı) ve koşullanma mekanizmalarıyla yakından ilişkilidir (Koob ve Volkow, 2010).

- *Bilişsel Perspektif:* Bilişsel açıdan, SYS, bireyin dijital cihazı bir uzantısı olarak görmesi ve bağlantısız kalmayı bir “bilgi ve sosyal kontrol kaybı” olarak algılamasıyla ilişkilidir. Birey, çevrimiçi varlığını sürdürmediği için sosyal çevresinden dışlanma (FOMO-Fear of Missing Out) ve önemli gelişmeleri kaçırma korkusu yaşar (Przybylski, Murayama, DeHaan ve Gladwell, 2013).
- *Davranışsal Perspektif:* Davranışsal olarak, dijital cihaz kullanımı bir alışkanlık döngüsü haline gelmiştir. Bu döngünün kırılması (bağlantısız kalma), öğrenilmiş davranışın engellenmesi anlamına gelir ve bu da klasik yoksunluk tepkilerini (sinirlilik, huzursuzluk) tetikler.

### **SYS’nin Belirtileri ve Turizm Deneyimine Yansımaları**

Sanal Yoksunluk Sendromu’nun (SYS) ortaya çıkardığı tepkiler, yalnızca dijital cihazlara erişimin kesilmesine verilen basit bir rahatsızlık yanıtı değil; bilişsel, fizyolojik ve davranışsal süreçlerin birlikte tetiklediği çok katmanlı bir yoksunluk dinamiğidir. Dijital bağımlılığı yüksek bireylerde bağlantısız kalma durumu, beynin ödül sistemindeki ani dengesizlikler, bilişsel kontrol kaybı algısı ve yerleşik kullanım alışkanlıklarının kesintiye uğraması nedeniyle yoğun stres tepkilerine yol açar. Bu tepkiler, psikolojik kaygı belirtilerinden fizyolojik rahatsızlıklara ve kompulsif davranışlara kadar geniş bir yelpazede kendini göstererek, turistlerin destinasyon deneyimini doğrudan zayıflatır. Dolayısıyla SYS belirtilerinin sistematik bir şekilde sınıflandırılması, sendromun turizm bağlamında nasıl bir deneyim bozulmasına yol açtığını anlamak açısından kritik bir önem taşımaktadır. Bu çok boyutlu belir-

tileri ve bunların turistik deneyime yansımaları Tablo 1’de sunulmaktadır. SYS’nin belirtileri hem psikolojik hem de fizyolojik düzeyde kendini gösterir ve turizm deneyiminin kalitesini doğrudan etkiler (Ören ve Mutlu, 2022):

**Tablo 1.** SYS’nin Belirtileri ve Turizm Deneyimine Yansımaları

| Belirti Türü | Belirtiler                                                                                                                             | Turizm Deneyimine Yansıması                                                                                                                   |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Psikolojik   | Anksiyete, panik atak, huzursuzluk, sinirlilik, öfke, depresif ruh hali, odaklanma güçlüğü, boşluk hissi.                              | Tatil motivasyonunun düşmesi, destinasyon aktivitelerinden keyif alamama, sosyal etkileşimden kaçınma, tatil partnerleriyle çatışma.          |
| Fizyolojik   | Baş ağrısı, mide bulantısı, terleme, kalp çarpıntısı, titreme, uyku bozuklukları.                                                      | Fiziksel rahatsızlık nedeniyle gezi programının aksaması, dinlenememe, tatilin sağlık sorunlarıyla ilişkilendirilmesi.                        |
| Davranışsal  | Sürekli olarak cihazı kontrol etme (hayalet titreşim sendromu), bağlantı arama, cihazı geri alma veya kullanma konusunda ısrarcı olma. | Destinasyonun güzelliklerini gözlemlemek yerine sürekli telefon ekranına bakma, yerel kültürle etkileşim kuramama, tatilin amacından sapması. |

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

### Bağlantısız Kalmanın Nörolojik ve Sosyolojik Boyutları

Dijital bağımlılığın çok boyutlu yapısı, bağlantısız kalma durumunda ortaya çıkan stres tepkilerinin yalnızca psikolojik düzeyde değil, aynı zamanda nörolojik ve sosyolojik mekanizmalar tarafından da şekillendirildiğini göstermektedir. Dijital etkileşim, bir yandan beynin ödül devrelerini sürekli uyarak biyolojik bir bağımlılık döngüsü yaratırken, diğer yandan bireyin sosyal kimliğini, görünürlüğünü ve aidiyet hissini belirleyen bir toplumsal pratik hâline gelmiştir. Bu nedenle bağlantının kesilmesi, hem nörokimyasal dengede ani bir kırılmaya hem de bireyin sosyal konumlanışında geçici bir boşluğa yol açarak Sanal Yoksunluk Sendromu’nun (SYS) şiddetini artırmaktadır. Aşağıda, bağlantısız kalma deneyiminin bu iki temel boyutu nörolojik ve sosyolojik perspektiflerden ayrıntılı biçimde ele alınmaktadır.

*Nörolojik Boyut:* Dijital cihaz kullanımı, beyindeki ödül merkezi olan nükleus akumbens bölgesinde dopamin salınımını tetikler (Volkow, Wang, Fowler, Tomasi ve Telang, 2011). Bu, haz ve ödül hissi yaratır. Bağlantı kesildiğinde, dopamin seviyesindeki ani düşüş, tıpkı madde bağımlılığında olduğu gibi, yoksunluk belirtilerine yol açar. Turizmde bağlantısız kalma, bu nörokimyasal dengesizliği tetikleyerek SYS’yi derinleştirir.

*Sosyolojik Boyut:* Modern toplumda dijital cihazlar, sadece bir iletişim aracı değil, aynı zamanda bir sosyal kimlik ve statü sembolü haline gelmiştir (Turkle, 2011). Turizmde, deneyimlerin anında paylaşılması, bireyin sosyal çevresindeki

“görünürlüğünü” ve “kabulünü” pekiştirir. Bağlantısız kalmak, bu sosyal kimliğin ve görünürlüğün geçici olarak askıya alınması anlamına gelir, bu da sosyolojik bir kaygı ve dışlanma hissi yaratır.

### Dijital Detoks Turizmi: Bir Çözüm Olarak

Dijital bağımlılık ve bunun turistik deneyim üzerinde yarattığı Sanal Yoksunluk Sendromu (SYS), modern turistin psikolojik ihtiyaçları ile dijital dünyaya sürekli bağlı olma eğilimi arasındaki çelişkiyi giderek derinleştirmektedir. Bu durum, turizmin temel fonksiyonlarından biri olan zihinsel yenilenme ve gündelik streslerden uzaklaşma amacını zayıflatmakta; özellikle dijital bağımlı bireylerde tatilin beklenen rahatlatıcı etkisinin tersine, yoğun kaygı ve huzursuzluk yaratmaktadır. Bu bağlamda dijital detoks turizmi hem psikolojik bir iyileşme alanı hem de dijital bağımlılığın olumsuz etkilerini sistematik biçimde azaltmayı hedefleyen alternatif bir turizm türü olarak önem kazanmaktadır. Dijital cihazlardan kontrollü veya tamamen uzaklaşmayı teşvik eden bu yaklaşım, turistlere bilişsel yeniden odaklanma, sosyal bağları güçlendirme ve gerçek çevreyle daha otantik bir ilişki kurma fırsatı sunmaktadır (Aslantürk, 2021; Aydınlı ve Akgöz, 2024).

### Dijital Detoks Turizminin Tanımı ve Türleri

Dijital Detoks Turizmi, bireylerin gönüllü olarak dijital cihazlarından ve internet bağlantılarından uzak durmayı amaçladıkları, zihinsel ve fiziksel yenilenmeyi hedefleyen özel bir turizm türüdür (Göktaş ve Ülkü, 2021). Bu turizm türü, dijital bağımlılığın ve SYS'nin olumsuz etkilerine karşı bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır.

Dijital detoks turizmi, uygulanan kısıtlamanın derecesine ve sunulan deneyimin türüne göre farklılaşır:

- *Tam Detoks:* Katılımcıların tüm dijital cihazlarını (telefon, tablet, dizüstü bilgisayar) girişte teslim ettikleri ve tatil boyunca kesinlikle kullanmadıkları programlar (örneğin, bazı yoga veya meditasyon inzivaları).
- *Kısmi Detoks:* Cihaz kullanımının belirli saatlerle veya belirli alanlarla sınırlandırıldığı programlar (örneğin, sadece acil durumlar için izin verilen kullanım).
- *Tematik Detoks:* Doğa yürüyüşleri, sanat atölyeleri veya gastronomi turları gibi, dikkati dijital cihazlardan uzaklaştıracak yoğun ve sürükleyici aktiviteler sunan programlar.

## Detoks Sürecinin Turist Psikolojisi Üzerindeki Terapötik Etkileri

Dijital detoks süreci, dijital bağımlılık davranışlarının turistik bağlamda yarattığı zihinsel yükü hafifletmeyi amaçlayan, dolayısıyla Sanal Yoksunluk Sendromu'nun (SYS) tetiklediği psikolojik gerilimi dengeleyici bir işlev üstlenen önemli bir müdahale alanıdır. Sürekli uyarı, dikkat bölünmesi ve sosyal karşılaştırma baskısının hâkim olduğu dijital ortamdan uzaklaşmak; bireyin bilişsel kapasitesini, duygusal dengesini ve sosyal etkileşim kalitesini yeniden yapılandırmasına olanak tanımaktadır. Bu nedenle dijital detoks yalnızca bir cihaz kısıtlaması değil, turist psikolojik refahını artırmayı hedefleyen terapötik bir deneyim olarak değerlendirilmelidir. Aşağıda dijital detoksun turist psikolojisi üzerinde yarattığı bu çok boyutlu iyileştirici etkiler sistematik biçimde ele alınmaktadır. Dijital detoks süreci, SYS'nin etkilerini tersine çevirmede ve turist psikolojisi üzerinde pozitif etkiler yaratmada önemli bir terapötik potansiyele sahiptir (Syvertsen, 2020):

- *Stres ve Anksiyete Azalması:* Sürekli bildirim ve sosyal medya baskısından uzaklaşmak, kortizol (stres hormonu) seviyelerini düşürerek genel kaygı düzeyini azaltır.
- *Odaklanma ve Dikkat Gelişimi:* Dijital uyaranların kesilmesi, bireyin dikkatini anlık deneyime ve çevreye yöneltmesini sağlayarak odaklanma yeteneğini artırır.
- *Sosyal Bağların Güçlenmesi:* Yüz yüze iletişime odaklanılması, tatil partnerleri ve yerel halkla daha derin ve otantik sosyal bağlar kurulmasına olanak tanır.
- *Öz-Farkındalık ve Refah:* Bireyin kendi iç dünyasına dönmesi, öz-farkındalığı artırır ve tatil sonrası genel refah düzeyini yükseltir.

## Turizm İşletmeleri İçin Yeni Pazar Olanakları

Dijital bağımlılığın giderek yaygınlaşması ve Sanal Yoksunluk Sendromu'nun (SYS) turistik deneyim üzerindeki olumsuz etkilerinin daha görünür hâle gelmesi, turizm sektöründe yeni bir pazar dinamiğinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle modern turistlerin dijital baskılardan uzaklaşma, zihinsel yenilenme ve otantik deneyim arayışları, dijital detoks odaklı ürün ve hizmetlere yönelik talebi belirgin biçimde artırmaktadır. Bu durum, turizm işletmeleri açısından hem rekabet avantajı sağlayan hem de yüksek katma değer yaratan yeni bir stratejik fırsat alanı yaratmaktadır. Bu bağlamda, otellerden seyahat acentelerine kadar farklı turizm paydaşları, dijital detoks temelli yenilikçi uygulamalar geliştirerek hem dijital bağımlı turistlerin ihtiyaçlarına cevap verebilmekte hem de destinasyonun marka değerini güçlendirmektedir. Aşağıda, turizm işletmelerinin bu yükselen pazardan yararlanabilmek için geliştirebileceği temel ürün ve hizmet türleri ele alınmakta-

dır. Dijital detoks turizmi, turizm işletmeleri için hızla büyüyen ve yüksek katma değerli bir niş pazar sunmaktadır (Aslantürk, 2021). Oteller, tatil köyleri ve seyahat acenteleri, bu talebe cevap verecek özel ürünler ve hizmetler geliştirebilirler:

- *Detoks Odaları/Katları*: Wi-Fi erişiminin kasıtlı olarak zayıflatıldığı veya tamamen kesildiği, cihaz saklama kasalarının bulunduğu özel konaklama birimleri.
- *Tematik Detoks Paketleri*: Meditasyon, yoga, doğa terapisi, el sanatları gibi dijital olmayan aktivitelere odaklanan kapsamlı tatil paketleri.
- *“Bağlantısız Kalma” Pazarlaması*: Tatilin huzur, sükûnet ve otantik deneyim vaadi üzerine kurulu, dijitalden uzaklaşmayı bir lüks olarak konumlandıran pazarlama stratejileri.

Bu kavramsal çerçeve, makalenin ilerleyen bölümlerinde ele alınacak olan var-sayımsal araştırma bulgularının ve tartışmaların teorik zeminini oluşturmaktadır. Özellikle SYS'nin psikolojik etkileri, turizm deneyiminin kalitesi ve dijital detoks turizminin potansiyeli arasındaki ilişkiler, bu çerçevede detaylıca incelenecektir.

## YÖNTEM

Bu çalışma, Sanal Yoksunluk Sendromu'nun (SYS) dijital bağımlı turistler üzerindeki psikolojik etkilerini incelemeyi amaçlayan kavramsal bir araştırmadır. Çalışmada, ampirik bir veri toplama süreci yerine, mevcut literatürün sistematik bir şekilde taranması ve sentezlenmesine dayalı kavramsal analiz yöntemi benimsenmiştir (MacInnis, 2011). Kavramsal makaleler, belirli bir olguyu yeni bir perspektifle açıklamak ve mevcut teoriler arasında köprü kurmak amacıyla literatürdeki boşlukları belirlemede kritik öneme sahiptir (Xin, Tribe ve Chambers, 2013).

Makalenin araştırma modeli, literatür taraması ve kavramsal analiz yöntemlerine dayanmaktadır. Bu yaklaşım, belirlenen anahtar kavramların (Dijital Bağımlılık, Sanal Yoksunluk Sendromu, Nomofobi, Dijital Detoks Turizmi) mevcut akademik çalışmalarda nasıl ele alındığını, aralarındaki teorik ilişkileri ve turizm bağlamındaki yansımalarını derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır.

- *Belge Taraması*: Turizm, psikoloji, sosyoloji ve iletişim bilimleri alanlarında yayımlanmış bilimsel makaleler, kitaplar, tezler ve konferans bildirileri taranmıştır.
- *Literatür Taraması*: “Sanal Yoksunluk Sendromu”, “dijital bağımlılık turizm”, “nomofobi”, “dijital detoks turizmi” gibi anahtar kelimeler kullanılarak ulusal ve uluslararası akademik veri tabanlarında (Web of Science, Scopus, TR Dizin, Google Scholar) sistematik bir tarama yapılmıştır.

- *İçerik Analizi:* Toplanan literatür, makalenin ana temaları (SYS'nin psikolojik temelleri, belirtileri, turizm deneyimine etkileri) doğrultusunda tematik olarak sınıflandırılmış ve analiz edilmiştir.
- *Sentez ve Kavramsal Çerçeve Oluşturma:* Farklı disiplinlerden elde edilen bulgular ve teorik yaklaşımlar bir araya getirilerek, Sanal Yoksunluk Sendromu'nun dijital bağımlı turistler üzerindeki psikolojik etkilerini açıklayan bütüncül bir kavramsal çerçeve oluşturulmuştur.

Bu çalışmanın temel kısıtı, ampirik veri toplamaya dayanmamasıdır. Sunulan tüm bulgular ve tartışmalar, mevcut literatürün yorumlanması ve sentezlenmesi yoluyla elde edilen teorik çıkarımlardır. Bu nedenle, ileriye dönük ampirik araştırmalara zemin hazırlamaktadır.

## TARTIŞMA

Kavramsal çerçevede ele alınan Sanal Yoksunluk Sendromu (SYS) ve dijital bağımlılık kavramlarının, turizm literatürü ve sektör uygulamaları açısından doğurduğu sonuçlar derinlemesine tartışılacaktır. Ampirik bir veri seti olmaksızın, mevcut literatürdeki teorik ve ampirik bulgular sentezlenerek, SYS'nin turist davranışları ve turizm işletmeciliği üzerindeki etkileri yorumlanacaktır.

### SYS'nin Turist Psikolojisi ve Deneyimi Üzerindeki Teorik Etkileri

Literatür taraması, dijital bağımlılığın temel bir uzantısı olan SYS'nin, turistlerin tatil deneyimini temelden tehdit ettiğini göstermektedir. Turizm, bireyin günlük stres ve rutinlerinden uzaklaşarak yenilenme ve otantik deneyim arayışını temel alır (Gretzel, Fesenmaier, Formica, ve O'Leary, 2006). Ancak SYS, bu temel motivasyonları iki ana yolla baltalamaktadır:

- *Hedonik Çatışma:* Turistin tatilden beklediği haz (hedonik değer), bağlantısız kalmanın yarattığı yoksunluk stresi (anksiyete, huzursuzluk) ile çatışmaktadır. Bu çatışma, tatil deneyiminin genel memnuniyetini düşürmektedir (Kim ve Ritchie, 2014).
- *Otantiklik Engeli:* Sürekli dijital bağlantı arayışı ve FOMO (Gelişmeleri Kaçırma Korkusu), turistin destinasyonun kültürel ve doğal unsurlarıyla derinlemesine etkileşim kurmasını engeller (Przybylski, Murayama, DeHaan ve Gladwell, 2013). Turist, "an"ı yaşamak yerine, "an"ı kaydetme ve paylaşma zorunluluğu hissettiği için deneyimin otantikliği azalır (Månsson, 2015).

## Turizm İşletmeciliği ve Pazarlaması Açısından Çıkarımlar

SYS'nin varlığı, turizm sektörünün pazarlama ve işletmecilik stratejilerini yeniden gözden geçirmesini gerektirmektedir. Dijital bağımlılığın yaygınlaşması, paradoksal olarak Dijital Detoks Turizmi pazarını güçlendirmektedir (Aslantürk, 2021). Bu pazar, SYS'nin olumsuz etkilerini deneyimleyen ve bu durumdan kurtulmak için bilinçli olarak “bağlantısız” tatil arayan bireylerden oluşmaktadır. Turizm işletmeleri, bu segmenti hedefleyerek yüksek katma değerli ve niş ürünler geliştirebilirler. Oteller ve destinasyonlar, sadece fiziksel konfor (Wi-Fi hızı, oda temizliği) değil, aynı zamanda turistlerin psikolojik refahını da hizmet kalitesinin bir parçası olarak görmelidir. Bu, aşağıdaki uygulamaları içerebilir:

- *Dijital Kısıtlama Alanları:* Restoranlar, havuz başları veya spa alanları gibi yerlerde “Dijital Cihaz Yasak” uygulamaları ile turistlerin sosyalleşmesi ve rahatlaması teşvik edilmelidir.
- *Detoks Programları:* Cihazların güvenli bir şekilde saklandığı, doğa yürüyüşleri, meditasyon veya yerel el sanatları gibi dijital olmayan aktivitelere odaklanan paketler sunulmalıdır.

Kavramsal analiz, Sanal Yoksunluk Sendromu'nun modern turizm deneyiminin bir yan ürünü olduğunu ve turizm sektörünün bu psikolojik zorluğa karşı hazırlıklı olması gerektiğini göstermektedir. SYS, sadece bireysel bir sorun değil, aynı zamanda turizm destinasyonlarının rekabet gücünü ve sürdürülebilirliğini etkileyen önemli bir yönetim sorunudur.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu kavramsal çalışma, dijitalleşmenin modern turizm deneyimi üzerindeki güçlü etkilerini ve dijital bağımlılık davranışlarının seyahat esnasında ortaya çıkardığı psikolojik sonuçları ele alarak, Sanal Yoksunluk Sendromu'nun (SYS) turizm literatüründeki yerini teorik bir perspektifle tartışmıştır. Dijital teknolojilerin turizme entegrasyonu, seyahat planlamasından destinasyon deneyimine ve tatil sonrası paylaşım süreçlerine kadar tüm aşamalarda turistlerin davranışlarını köklü biçimde dönüştürmüştür. Bununla birlikte, dijital cihazların aşırı ve kontrolsüz kullanımına bağlı olarak gelişen dijital bağımlılık, bağlantısız kalma durumunu sıradan bir geçici rahatsızlık olmanın ötesine taşıyarak, turistik ortamlarda önemli bir psikolojik stres kaynağı hâline getirmiştir. Bu bağlamda SYS, turizm davranışı üzerinde ciddi etkileri olan yeni bir kavramsal çerçeve olarak ortaya çıkmaktadır.

Çalışmanın temel bulgularından ilki, SYS'nin dijital bağımlılığın doğal bir uzantısı olarak değerlendirilmesi gerektiğidir. Dijital bağımlı bireylerde bağlantı kesildiğinde ortaya çıkan anksiyete, huzursuzluk, odaklanma güçlüğü ve fizyolojik

belirtiler (örneğin çarpıntı, terleme, baş ağrısı), bağımlılık literatürünün öngördüğü yoksunluk belirtileriyle büyük ölçüde paralellik göstermektedir. Bu durum, turistik bağlamda bağlantı kopukluğunun yalnızca teknik bir sorun olmadığını; aksine turistin deneyim kalitesini doğrudan ve derinlemesine etkileyen psikolojik bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

İkinci önemli sonuç, SYS'nin turizm deneyiminin özünü oluşturan yenilenme, kaçış ve otantik deneyim motivasyonlarını teorik olarak zayıflatmasıdır. Turistler tatilden zihinsel bir rahatlama, stresin azalması, doğal ve kültürel unsurlarla derin bir temas ve günlük yaşam rutinlerinden uzaklaşma gibi beklentiler taşımaktadır. Ancak SYS, dijital bağımlı turistlerin bu deneyimi tam anlamıyla yaşamasına engel olmakta; bireyin zihnini seyahat deneyiminden uzaklaştırarak bilişsel bölünme, dikkatin parçalanması ve sürekli bağlantı arayışı gibi olumsuz süreçleri tetiklemektedir. Bu durum, tatil memnuniyetinin düşmesine, destinasyon algısının olumsuz etkilenmesine ve turistin tekrar ziyaret etme niyetinin zayıflamasına yol açabilecek teorik bir risk ortaya koymaktadır.

Üçüncü olarak çalışma, SYS'nin turizm işletmeleri açısından yeni bir pazar potansiyeli oluşturduğunu göstermektedir. Dijital detoks turizmine yönelik artan ilgi, dijital bağımlılığın toplumsal ölçekte yaygınlaştığını ve bu bağımlılığın zararlarından uzaklaşma niyetinin güçlendiğini göstermektedir. Özellikle yüksek stres düzeyine sahip, yoğun dijital cihaz kullanan ve sürekli çevrimiçi olma baskısı yaşayan bireyler, bağlantıdan uzaklaştırılmış tatil deneyimlerine yönelmeye başlamıştır. Bu durum, otel işletmeleri, doğa temelli turizm ürünleri, wellness merkezleri ve seyahat acenteleri için yeni, yüksek katma değerli bir pazar alanı yaratmaktadır.

Dördüncü sonuç, SYS'nin sosyolojik bir boyutunun da bulunduğunu ve dijital yoksunluk kavramıyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Çalışmada değerlendirilen literatür, dijital erişimin kesilmesinin yalnızca ruhsal değil, aynı zamanda sosyal dışlanma, aidiyet kaybı ve görünürlük azalması gibi duygulara yol açabileceğini ortaya koymaktadır. Özellikle sosyal medya kültürü içinde görünürlük kazanmayı önemseyen turistlerde, bağlantı kesintisi sosyal kimliğin geçici bir "askıya alınması" anlamına gelmekte; bu durum SYS'nin sosyolojik bileşenlerini güçlendirmektedir.

Beşinci ve son temel sonuç, turizm sektörünün SYS konusuna yönelik farkındalığının artırılması gerektiğidir. Mevcut turizm hizmet tasarımları büyük ölçüde fiziksel konfor (konaklama kalitesi, ulaşım, hizmet hızı) üzerine kuruludur. Ancak günümüz turistleri için psikolojik konfor giderek daha önemli hâle gelmektedir. Dijital bağımlılık ve SYS'nin yükselişi, turizm işletmelerinin hizmetlerini dijital bağlantı yükünü azaltacak, psikolojik rahatlama destekleyecek ve turistin zihinsel iyilik hâlini güçlendirecek şekilde yeniden tasarlama gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu bulgular doğrultusunda, turizm işletmeleri ve destinasyon yönetimleri için çeşitli pratik öneriler geliştirilmiştir. Öncelikle, turistlerin dijital bağımlılık düzeylerini dikkate alan bir hizmet tasarımı benimsenmelidir. Otellerin ve diğer turizm işletmelerinin, misafirlerinin dijital yükünü azaltacak uygulamalar geliştirmesi; örneğin cihazların gönüllü olarak bırakılabildiği güvenli saklama alanlarının oluşturulması veya odalarda dijital farkındalık uygulamalarını teşvik eden küçük bilgilendirme materyallerine yer verilmesi, turistlerin bağlantısız kalma kaygısını azaltarak daha sağlıklı bir tatil deneyimi yaşamalarına yardımcı olabilir. Bunun yanında, dinlenme ve sosyalleşmenin ön planda olduğu restoran, havuz ve SPA gibi alanlarda dijital cihaz kullanımını sınırlandıran “dijital sakinlik bölgeleri” oluşturulması hem sosyal etkileşimi artıracak hem de turistlerin psikolojik rahatlamasını destekleyecektir.

Turizm işletmeleri açısından yükselen dijital detoks eğilimi önemli bir pazar fırsatı sunmaktadır. Bu nedenle işletmeler, doğa yürüyüşleri, meditasyon, yoga, el sanatları veya gastronomi gibi dijitalden uzaklaştırıcı temalara dayanan deneyim odaklı tatil paketleri geliştirebilirler. Bu tür paketler, özellikle yoğun iş temposunda çalışan ve sürekli çevrimiçi olmanın yarattığı baskıdan uzaklaşmak isteyen turistler için güçlü bir çekim unsuru oluşturacaktır. Pazarlama stratejilerinin de bu doğrultuda yeniden şekillendirilmesi, destinasyonların “huzur”, “sessizlik”, “otantiklik” ve “bağılantısız kalma” gibi unsurları vurgulayan mesajlarla konumlandırılmasını mümkün kılabilir. Böylece turistik ürünler, modern dünyanın dijital yorgunluğuna karşı bir alternatif olarak sunulabilir.

Turizm sektöründe hizmet sağlayan personelin SYS belirtilerini tanıması ve bu durumlara uygun şekilde tepki verebilmesi de önemli görülmektedir. Turistlerin bağlantı sorunları nedeniyle yaşadıkları panik, huzursuzluk veya öfke anlarında çalışanların empatik ve sakin bir yaklaşım sergilemesi, olası şikâyetleri azaltarak genel memnuniyeti artıracaktır. Bu bağlamda, işletmelerin personeline dijital bağımlılık ve SYS konusunda kısa eğitimler vermesi faydalı olacaktır. Ayrıca destinasyon yönetimlerinin, bölgesel ölçekte dijital detoks temalı etkinlikler, doğa bazlı aktiviteler ve sessiz alanlar oluşturarak destinasyon marka değerini güçlendirmesi mümkündür.

Gelecek araştırmalar açısından ise SYS’nin turizm bağlamında ölçülmesine yönelik özgün bir ölçeğin geliştirilmesi önemli bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Böyle bir ölçek, sendromun psikolojik, fizyolojik ve davranışsal boyutlarını kapsayarak hem akademik araştırmalara hem de sektör uygulamalarına bilimsel temel sağlayacaktır. Bunun yanı sıra, SYS’nin turist memnuniyeti, destinasyon imajı ve tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkilerini inceleyen nicel çalışmalar, teorik modelin ampirik olarak test edilmesine imkân verecektir. Dijital bağımlı turistlerin deneyimlerini daha derinlemesine anlamak için nitel araştırmaların yapılması da önem taşımaktadır. Bu tür çalışmalar, SYS’nin duygusal ve fenomenolojik yönlerini açığa çıkararak literatüre nitelikli katkılar sağlayabilir. Son olarak, farklı kültürel bağlamlarda SYS’nin nasıl ortaya çıktığını karşılaştırmalı biçimde incelemek, kavramın evrenselliğini ve kültürel farklılıklarını değerlendirmek açısından değerli olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Aslantürk, E. (2021). Teknoloji bağımlılığının turizm deneyimlerine etkisi ve dijital detoks turizminin tercih edilebilirliği. *Journal of Eurasia Tourism Research*, 2(2), 54-66.
- Aydınli, F. ve Akgöz, E. (2024). Teknoloji Bağımlılığı ve Dijital Detoks Turizmine Karşı Tutum ve Motivasyonlar: Turizm Akademisyenleri Tarafından Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 27(1), 357-370.
- Balcerzak, A. P. (2017). Digital economy in Czech Republic, Slovakia and Hungary. Measurement with TOPSIS based on entropy measure for objective weighting. In T. Loster & T. Pavelka (Eds.). *The 11th international days of statistics and economics. Conference proceedings. September 8-10. Prague*: Libuse Macakova, Melandrium.
- Balcerzak, A. P. and Pietrzak, M. B. (2017a). Digital economy in Visegrad countries. Multiple criteria decision analysis at regional level in the years 2012 and 2015. *Journal of Competitiveness*, 9(2). DOI: 10.7441/joc.2017.02.01.
- Balcerzak, A. P. and Pietrzak, M. B. (2017b). Digital economy in Polish regions. Proposal of measurement via TOPSIS with generalized distance measure GDM. In M. Papież & S. Śmiech (Eds.). *The 11th professor Aleksander Zelias international conference on modelling and forecasting of socio-economic phenomena. Conference proceedings*. Cracow: Foundation of the Cracow University of Economics.
- Billieux, J., Van der Linden, M. and Rochat, L. (2008). The role of impulsivity in actual and problematic use of the mobile phone. *Applied Cognitive Psychology: The Official Journal of the Society for Applied Research in Memory and Cognition*, 22(9), 1195-1210.
- Brand, M., Young, K. S. and Laier, C. (2014). Prefrontal control and Internet addiction: a theoretical model and review of neuropsychological and neuroimaging findings. *Frontiers in human neuroscience*, 8, 375.
- Dickinson, J. E., Hibbert, J. F., & Filimonau, V. (2016). Mobile technology and the tourist experience: (Dis) connection at the campsite. *Tourism management*, 57, 193-201.
- Gezgin, D. M., Hamutoglu, N. B., Sezen-Gultekin, G. and Gemikonakli, O. (2018). Relationship between Nomophobia and Fear of Missing out among Turkish University Students. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 13(4), 549-561.
- Gladkova, A. and Ragnedda, M. (2020). Exploring digital inequalities in Russia: an interregional comparative analysis. *Online Information Review*, 44(4). doi DOI 10.1108/OIR-04-2019-012.
- Goedhart, N. S., Broerse, J. E. W., Kattouw, R. and Dedding, C. (2019). Just having a computer doesn't make sense: the digital divide from the perspective of mothers with a low socio-economic position. *New Media and Society*, 21(11-12). DOI: 10.1177/1461444819846059.
- Göktaş, L. S. ve Ülkü, A. (2021). Dijitalleşme sürecinde ortaya çıkan bir kavram: Dijital detoks tatili. *Co-Editors*, 292.
- Gretzel, U., Fesenmaier, D. R., Formica, S. and O'Leary, J. T. (2006). Searching for the future: Challenges faced by destination marketing organizations. *Journal of travel research*, 45(2), 116-126.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197.
- Helsper, E. J. (2017). The social relativity of digital exclusion: applying relative deprivation theory to digital inequalities. *Communication Theory*, 27(3). DOI: 10.1111/comt.12110.
- Huxhold, O., Hees, E. and Webster, N. J. (2020). Towards bridging the grey digital divide: changes in internet access and its predictors from 2002 to 2014 in Germany. *European Journal of Ageing*. Advance online publication. DOI: 10.1007/s10433-020-00552-z.
- Kim, J. H. and Ritchie, J. B. (2014). Cross-cultural validation of a memorable tourism experience scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 53(3), 323-335.
- King, A. L. S., Valença, A. M. and Nardi, A. E. (2010). Nomophobia: the mobile phone in panic disorder with agoraphobia: reducing phobias or worsening of dependence?. *Cognitive and Behavioral neurology*, 23(1), 52-54.
- Koob, G. F. and Volkow, N. D. (2010). Neurocircuitry of addiction. *Neuropsychopharmacology*, 35(1), 217-238.
- Kuss, D. J. and Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International journal of environmental research and public health*, 14(3), 311.
- Kwon, M., Lee, J. Y., Won, W. Y., Park, J. W., Min, J. A., Hahn, C., Gu, X., Choi, J. H. and Kim, D. J. (2013). Development and validation of a smartphone addiction scale (SAS). *PloS one*, 8(2), e56936.
- Loktjeva, I. (2016). Approaches to empirical analysis of social exclusion: international comparison. *Economics and Sociology*, 9(2). DOI: 10.14254/2071-789X.2016/9-2/10.
- MacInnis, D. J. (2011). A framework for conceptual contributions in marketing. *Journal of Marketing*, 75(4), 136-154.
- Månsson, M. (2011). Mediatized tourism, *Annals of Tourism Research*, 38 (4): 1634-1652.
- OECD (2001). *Information and communication technologies and rural development*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264193079-en.

- Ören, T. Ş. ve Mutlu, Ç. (2022). Ön Lisans Eğitimi Alan Turizm ve Otel İşletmeciliği Öğrencileri Açısından Nomofobi-nin Etkisi Üzerine Bir Araştırma: İzmir Meslek Yüksekokulu Örneği (A Research on the Effect of Nomopho-bia in Terms of Tourism and Hotel Management Students with Associate Degree Education: The Example of İzmir Vocational School). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 2006-2029.
- Polat, R. K. (2012). Digital exclusion in Turkey: a policy perspective. *Government Information Quarterly*, 29(4). DOI: 10.1016/j.giq.2012.03.002.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. and Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in human behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Robinson, L., Cotten, S. R., Ono, H., Quan-Haase, A., Mesch, G., Chen, W., Schulz, J., Hale, T. M. and Stern, M. J. (2015). Digital inequalities and why they matter. *Information Communication and Society*, 18(5). DOI: 10.1080/1369118X.2015.1012532.
- Scheerder, A., Van Deursen, A. and Van Dijk, J. (2017). Determinants of internet skills, uses and outcomes: a syste-matic review of the second- and third-level digital divide. *Telematics and Informatics*, 34(8). DOI: 10.1016/j.tele.2017.07.007.
- Seda, F. S., Setyawati, L., Pera, Y. H. T., Febriani, R. and Pebriansyah (2018). Social policies, social exclusion & so-cial well-being in Southeast Asia: a case study of Papua, Indonesia. *Economics and Sociology*, 11(3). DOI: 10.14254/2071-789X.2018/11-3/9.
- Shah, A., Banner, N., Heginbotham, C. and Fulford, B. (2014). 7. American Psychiatric Association (2013) Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 5th edn. American Psychiatric Publishing, Arlington, VA. 8. Bechara, A., Dolan, S. and Hindes, A. (2002) Decision-making and addiction (Part II): myopia for the future or hypersensitivity to reward? *Neuropsychologia*, 40, 1690-1705. 9. Office of Public Sector Information (2005) The Mental Capacity Act 2005. *Substance Use and Older People*, 21(5), 9.
- Syvvertsen, T. (2020). *Digital detox: The politics of disconnecting*. Emerald Group Publishing.
- Tranos, E., Kourtiti, K. and Nijkamp, P. (2014). Digital urban network connectivity: global and Chinese internet pat-terns. *Papers in Regional Science*, 93(2). DOI: 10.1111/pirs.12097.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
- Tussyadiah, I. (2014). Expectation of Travel Experiences with Wearable Computing Devices. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (pp. 539-552). Springer.
- Ueno, A., Dennis, C. and Dafoulas, G. A. (2023). Digital exclusion and relative digital deprivation: Exploring factors and moderators of internet non-use in the UK. *Technological Forecasting and Social Change*, 197, 122935.
- Vasilescu, M. D., Serban, A. C., Dimian, G. C., Aceleanu, M. I. and Picatoste, X. (2020). Digital divide, skills and per-ceptions on digitalisation in the European Union- towards a smart labour market. *PLOS ONE*, 15(4). DOI: 10.1371/journal.pone.0232032.
- Venkatesh, V. and Sykes, T. A. (2013). Digital divide initiative success in developing countries: a longitudinal field study in a village in India. *Information Systems Research*, 24(2), DOI: 10.1287/isre.1110.0409.
- Volkow, N. D., Wang, G. J., Fowler, J. S., Tomasi, D. and Telang, F. (2011). Addiction: beyond dopamine reward circu-ity. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108(37), 15037-15042.
- Walker, D. M., Hefner, J. L., Fareed, N., Huerta, T. R. and McAlearney, A. S. (2020). Exploring the digital divide: age and race disparities in use of an inpatient portal. *Telemedicine and E-Health*, 26(5). DOI: 10.1089/tmj.2019.0065.
- Wamuyu, P. K. (2017). Bridging the digital divide among low income urban communities. *Telematics and Informa-tics*, 34(8). DOI: 10.1016/j.tele.2017.08.004.
- Wang, Y. and Fesenmaier, D. R. (2004). Modeling participation in an online travel community. *Journal of Travel Research*, 42(3), 261-270.
- Witte, J. and Mannon, S. (2010). *The Internet and social inequalities*. New York, Routledge.
- Xiang, Z. and Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism manage-ment*, 31(2), 179-188.
- Xin, S., Tribe, J., & Chambers, D. (2013). Conceptual research in tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 66-88.
- Xu, J., Wang, Y. and Jiang, Y. (2023). How do social media tourist images influence destination attitudes? Effects of social comparison and envy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 40(4), 310-325.
- Yengin, D. (2019). Teknoloji bağımlılığı olarak dijital bağımlılık. *Turkish Online Journal of Design Art and Commu-nication*, 9(2), 130-144.
- Yıldırım, C. and Correia, A. P. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49:130-137. 10.1016/j.chb.2015.02.059
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & behavi-or*, 1(3), 237-244.





# User Discourse and Travel Desire in Game-Based VR Travel Experiences

Oyun Tabanlı VR Seyahat Deneyimlerinde Kullanıcı  
Söylemi ve Seyahat İsteği

Onur AŞKIN<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Doğuş Üniversitesi, İstanbul

• oaskin@dogus.edu.tr • ORCID • 0000-0002-1928-474X

## Makale Bilgisi/Article Information

**Makale Türü/Article Types:** Derleme Makalesi/Review Article

**Geliş Tarihi/Received:** 10 Mayıs/May 2026

**Kabul Tarihi/Accepted:** 08 Temmuz/July 2026

**Yıl/Year:** 2026 | **Cilt-Volume:** 4 | **Sayı-Issue:** 2 | **Sayfa/Pages:** 113-133

**Atrf/Cite as:** Aşkın, O. "User Discourse and Travel Desire in Game-Based VR Travel Experiences"  
Ondokuz Mayıs Üniversitesi Karadeniz Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2), Temmuz 2026: 113-133.

## USER DISCOURSE AND TRAVEL DESIRE IN GAME-BASED VR TRAVEL EXPERIENCES

### ABSTRACT

In game-based VR travel experiences, what kind of mental journey do users take before traveling to a destination, and to what extent does this journey shape their travel intentions? This paper seeks to answer this question by analyzing 7,372 public user reviews from Steam for VRChat, BRINK Traveler, and Blueplanet VR Explore. Comments were processed using Python-based Natural Language Processing techniques and then semi-automatically coded on a 0-3 scale in terms of VR design features (stimulus), immersion/sense of presence (organism), and expressed travel intention (reaction) based on the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model. LDA topic modeling and interpretive netnography were additionally applied to VRChat. The findings suggest that in BRINK Traveler, and especially Blueplanet VR Explore, immersive experiential narratives emerge, reinforcing destination image and travel intention. In contrast, discourse related to VRChat emphasizes social escape and digital belonging rather than physical travel.

**Keywords:** Game-Based Virtual Reality (VR), User Discourse, Natural Language Processing (NLP), Immersive Experience, Social VR.



## OYUN TABANLI VR SEYAHAT DENEYİMLERİNDE KULLANICI SÖYLEMİ VE SEYAHAT İSTEĞİ

### ÖZ

Oyun tabanlı VR seyahat deneyimlerinde kullanıcılar, bir destinasyona gitmeden önce nasıl bir zihinsel yolculuğa çıkıyor ve bu yolculuk gerçek seyahat isteğini ne ölçüde etkiliyor? Bu makale, Steam'deki VRChat, BRINK Traveler ve Blueplanet VR Explore uygulamalarına ait 7.372 herkese açık kullanıcı yorumunu inceleyerek bu soruya yanıt aramaktadır. Yorumlar Python tabanlı Doğal Dil İşleme teknikleriyle işlenmiş, ardından Stimulus–Organism–Response (S–O–R) modeli temelinde VR tasarım özellikleri (uyarıcı), sürükleyicilik/varlık hissi (organizma) ve ifade edilen seyahat niyeti (tepki) açısından 0–3 aralığında yarı otomatik olarak kodlanmıştır. VRChat için ek olarak LDA konu modellemesi ve yorumlayıcı netnografi uygulanmıştır. Bulgular, BRINK Traveler ve özellikle Blueplanet VR Explore'da sürükleyici deneyim anlatılarının güçlenen destinasyon imajı ve gerçek ziyaret niyetiyle birlikte ortaya çıktığını; VRChat söyleminin ise fiziksel seyahatten çok sosyal kaçış ve dijital aidiyete işaret ettiğini göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Oyun Tabanlı Sanal Gerçeklik (VR), Kullanıcı Söylemi, Doğal Dil İşleme (NLP), Sürükleyici Deneyim, Sosyal VR.

## INTRODUCTION

As one of the most dynamic and rapidly changing sectors of the global economy, the tourism industry has undergone a substantial transformation in recent years, driven by digitalization and interactive media technologies. As one of the most visible tools of this transformation, game-based Virtual Reality (VR) applications are reshaping the way destinations are promoted and the experiences and decision-making processes of potential tourists (Pratisto et al., 2022; Shang, 2022, p. 3). Applications such as VRChat, BRINK Traveler, and Blueplanet VR Explore, which are offered on online gaming platforms such as Steam, offer fully immersive virtual previews of destinations that are socially, aesthetically, and culturally rich, thereby occupying a hybrid position at the intersection of entertainment and travel planning. These virtual experiences allow users to form cognitive and emotional bonds by interacting with a destination before physically visiting it, and can meaningfully shape travel intentions (Morrison et al., 2024, p. 361).

These three applications provide an important sample set that embodies the study's "game-based" emphasis. VRChat interweaves classic tourism content with game mechanics and social gaming culture through avatar representations, user-created worlds, role-play communities, and task-like activities based on social interaction. BRINK Traveler and Blueplanet VR Explore, on the other hand, offer gamified 360° destination tours with sequential viewpoints highlighting destination scenery, guided experiential pathways that encourage users to follow specific routes, moments of discovery that create a sense of achievement, and interactive interfaces. In this way, users become not just "tourists watching a place" but players who actively navigate, decide, and explore the virtual space, transforming the VR experience into a hybrid platform for both entertainment and travel planning.

In the literature, the potential of VR technology to increase emotional attachment, strengthen perceived destination image, and positively influence travel intentions is frequently emphasized (Kieanwatana & Vongvit, 2024). However, most existing studies measure these effects primarily through experimental designs and quantitative surveys, leaving secondary how users articulate their VR experiences in their own words, how they reframe perceived risk, and the discursive strategies through which they legitimize acceptance of the technology. Steam reviews of game-based VR travel apps, on the other hand, serve as a naturally generated data source that sheds light on how these experiences are articulated in everyday language, which elements are perceived as immersive, and how VR experiences are associated with travel intention.

In this context, examining how VR technology transforms tourists' decision-making processes and risk perceptions, as reflected in user narratives about game-based VR travel experiences, helps fill an important gap. More specifically,

while existing studies model the S-O-R stimulus primarily through visual-aesthetic quality and TAM dimensions, the role of game mechanics including avatar interaction, goal structures, progression systems, and reward logic in shaping tourism-related decision-making has not been systematically examined. This study addresses that gap by operationalising the S-O-R stimulus component through a game mechanics lens. In particular, comparing a social interaction-oriented environment such as VRChat with more guided, aesthetically intensive experiences such as BRINK Traveler and Blueplanet VR Explore in terms of travel intention, destination image, and VR as a travel decision-support tool provides a more layered understanding of the role of game-based VR applications in tourism.

The primary purpose of this study is to analyze the effects of game-based VR travel applications on tourists through naturally occurring user reviews on the Steam platform. Using a qualitative approach, the present study systematically examines the design features of the VR environment, users' immersive reactions including sense of presence and emotional engagement and their association with travel intention. The findings are expected to generate strategic insights for tourism businesses and destination marketing organizations to use game-based VR applications as more effective promotional and experience design tools, thereby demonstrating that VR is not only a technological innovation but also a powerful marketing and decision-support tool centered on user discourse and experience. This study makes three main contributions. First, comparing the S-O-R model with social VR and destination-oriented VR travel experiences within the same framework shows that immersive experiences do not always translate linearly into travel intention; depending on the application context, they may function as a travel incentive or as a form of social substitution. Second, the computational-netnographic approach, grounded in Steam comments, offers a new methodological alternative to empirical and survey-based studies in the VR tourism literature, drawing on natural user discourse. Third, it offers concrete strategic implications for game-based VR design for tourism stakeholders by addressing the dimensions of game-based VR travel applications, such as social escape, digital belonging, and destination image, through the examples of VRChat, BRINK Traveler, and Blueplanet VR Explore.

### Scope and Limitations of the Study

The study aims to examine how dimensions such as aesthetic quality, interactivity, sense of presence, and immersion affect users' travel intention, destination image, and perceived risk in destination experiences offered by fully immersive VR systems. The dataset consists of large-scale user discourse (Steam comments) from VRChat, a social VR-based travel and exploration experience. BRINK Traveler and Blueplanet VR Explore, with fewer comments, are treated as supporting cases to illustrate how specific themes emerge across different types of game-based VR travel

experiences. This choice was made to increase ecological validity by examining large-scale, naturally occurring user discourse and to identify both similar and divergent patterns across different forms of VR travel within a comparative framework.

This approach comes with some limitations. First, the analyzed data consists of users who voluntarily comment on online platforms and have the necessary VR hardware, which may lead to an overrepresentation of a more tech-savvy user group with relatively high levels of access to hardware. Second, the subjective and spontaneous nature of user discourse means that variables such as the intensity of the experience, perceived risk, or trust in the technology are not always expressed directly and systematically, leading to interpretive limitations in coding, categorization, and generalization of comments. Thirdly, although a large-scale dataset was obtained for VRChat, the lower number of comments on BRINK Traveler and Blueplanet VR Explore suggests that the findings for these two applications should be interpreted in an exploratory, qualitative manner rather than quantitatively. Finally, because the study was limited to specific games, a single platform (Steam), and mostly English-language reviews, direct generalization of the results to all VR tourism practices and tourism segments should be approached with caution.

### Research Questions

**RQ1:** How do users' accounts of the VR experience shape their intention to travel?

**RQ2:** How do users' emotional responses to the VR experience reflect their perceptions of destination image after the VR experience?

**RQ3:** How do users' discourses about the prior experience with VR change perceived risk and influence trust in the technology?

**RQ4:** How are users' discourses on their intentions to use VR as a travel planning tool explained by their views on the perceived usefulness and ease of use of the technology?

### Theoretical Framework

The Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model, developed in environmental psychology, provides an important framework for explaining how environmental stimuli affect individuals' internal states (organization) and how these internal states, in turn, lead to behavioral responses (Morrison et al., 2024, p. 355). This model provides a robust analytical framework for understanding the effects of experiences created with virtual reality technologies on tourist behavior, especially in the context of tourism (Morrison et al., 2024, p. 359). Applications of VR in tou-

rism can strongly influence consumer behavior by offering previews of real-world experiences, enriching those experiences, or even serving as a complement to the physical trip (Baker et al., 2023). This process may heighten travel intention by sharpening mental imagery and generating hedonic anticipation (Skard et al., 2021). The theoretical basis of this study is accordingly grounded in the S-O-R model, which traces how sensory inputs from VR shape users' cognitive and emotional states and how those states translate into travel-related behavioral responses (Skard et al., 2021).

In the context of game-based VR travel experiences, the stimulus component of the S-O-R model encompasses not only visual-aesthetic qualities but also game mechanics. Free roaming, exploration-oriented map structure, avatar customization options, task/quest logic, achievement systems, multiplayer interactions, and instant feedback (e.g., user interface markers, audio alerts, achievement messages) are considered as design sub-dimensions of the stimulus (S) component in this study. The organism (O) component focuses on the internal states that these gamified stimuli produce in the user, such as immersion, sense of presence, escape, emotional intensity, and trust in the technology. In contrast, the response (R) component is extended to encompass both the intention to visit the physical destination and the player's tendency to view the VR environment as a social escape, a sense of digital belonging, or a substitute for travel. In this way, the conceptual bridge between game design and tourism-related decision-making is established through the S-O-R framework.

In addition to the S-O-R model, the technology acceptance literature provides a strong theoretical foundation for this study. Perceived utility, ease of use, and entertainment are frequently used to explain intention to use VR for travel planning. In this study, although TAM variables are not included in a structural model, statements about perceived usefulness and ease of use in user discourses are interpreted as the cognitive dimension of the organism component of the S-O-R model. Together, the S-O-R and technology acceptance frameworks are used in a complementary way to explain game-based VR travel experiences.

## Literature Review

The literature review is structured around game-based VR travel applications. In this framework, primarily based on Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory, the ways in which virtual reality environments (stimulus) shape users' cognitive and emotional states (organism) and ultimate behavioural intentions (response) are discussed (Manca et al., 2021; Morrison et al., 2024, p. 358). In this framework, VR is understood not merely as a presentation medium but as a holistic stimulus that transforms users' internal experiences and influences their travel decisions.

VR technology is increasingly recognised in the tourism and hospitality sector as a transformative force that substantially reshapes destination marketing, consumer behaviour, and travel intentions (González-Rodríguez et al., 2020; Séraphin et al, 2016). Research shows that VR creates more interactive and fully immersive experiences for tourists (Banerjee et al., 2023; Beck et al., 2019), generating stronger positive emotions and vivid images of the destination (Griffin et al., 2017; Adachi et al., 2022). These cognitive and affective processes increase travel intentions towards the destination (Sukmana & Kim, 2024) by strengthening mental images and happiness expectations (Skard et al., 2021), thereby forming the bridge between emotional response and behavioural intention within the S-O-R framework. The “pre-experiencing” offered by VR also reduces perceived risk for tourists before booking (Jerez-Jerez & Foroudi, 2024) and supports decision-making.

In the technology adoption dimension, the Technology Acceptance Model (TAM) and similar frameworks are frequently used to explain behavioural intention to use VR in travel planning. In these studies, factors such as perceived utility, interest, entertainment, and immersion have been shown to strongly influence the intention to use VR (Disztinger, Schlögl, & Groth, 2017; Yersüren, 2022). These studies suggest that VR functions not only as a promotional tool but also as an innovative approach that enhances the quality of tourists’ experience and directs destination marketing towards technology-based strategies (Rudnik, 2023).

Within this general framework, it is stated that 360-degree virtual tours have been met with growing demand and heightened travel intentions, especially in destination marketing, as they offer a “try before you go” experience (Liu et al., 2024). Empirical studies in tourism have consistently shown that the use of VR is associated with higher travel intention in general (Skard et al., 2021), suggesting that VR-based destination previews elicit more positive evaluations and stronger behavioural intentions than traditional 2D media and websites. This effect is driven by the increased levels of presence and telepresence that users experience during the experience (Anaya-Sánchez et al., 2024; Bigne & Maturana, 2023; Hoang et al., 2023; Yung et al., 2021).

These general findings are further deepened by a smaller number of studies focusing on game-based or game-like VR travel experiences. Yung (2021) illustrates the potential of VR in tourism marketing in a mixed-methods study of computer-generated, synthetic VR environments used to promote cruise tourism. The study considers presence, immersion, and engagement as key experiential dimensions; in particular, emotional immersion, defined by users’ perceived control and agency, is closely related to positive affect and increased visit intention. The findings suggest that such interactive VR environments transform emotions and intentions towards cruise tourism more strongly than still images and video (Yung, 2021).

However, much of the existing literature primarily focuses on VR technology as a destination preview tool, leaving the specific effects of game mechanics, social gaming practices, and gamified interactions on travel intentions secondary. While interactivity, televisuality, and user control are often emphasized, elements specific to game design, such as goal structures, progression systems, reward mechanics, avatar representations, and social interaction between players, are not systematically modeled. This study aims to address this gap by reconceptualizing the stimulus component of the S-O-R model through a game mechanics lens and examining immersive tourism applications, specifically VRChat, BRINK Traveler, and Blueplanet VR Explore, as illustrative cases.

Hoang et al. (2023) test a similar mechanism by comparing VR headsets and 2D displays for a destination in Vietnam in the context of nature-based sustainable tourism. The experimental study with 512 participants shows that VR tours elicit higher televisuality and perceived enjoyment than 2D presentations, thereby strengthening both the desire to use VR in the future and the intention to visit the destination in real life. The authors emphasize that VR is a promotional tool that supports sustainable travel intentions, not a substitute for physical travel, thus positioning VR as a powerful but “complementary” stimulus in the S-O-R model (Hoang et al., 2023).

Bigné and Maturana (2023) examine whether VR triggers behavioural outcomes, such as visitation and package tour bookings, in the context of urban and leisure travel. In a laboratory experiment in a hotel setting, Oculus VR goggles were compared to a traditional web-based 2D platform; a stronger sense of presence and more positive attitude change was observed in the VR condition, which was found to increase visit and booking intentions. However, in the structural model, the relationships among certain psychological variables were stronger in the website condition, suggesting that the presence-intention chain may operate differently across media types and that VR is not “automatically superior” in all dimensions of the persuasion process (Bigné & Maturana, 2023).

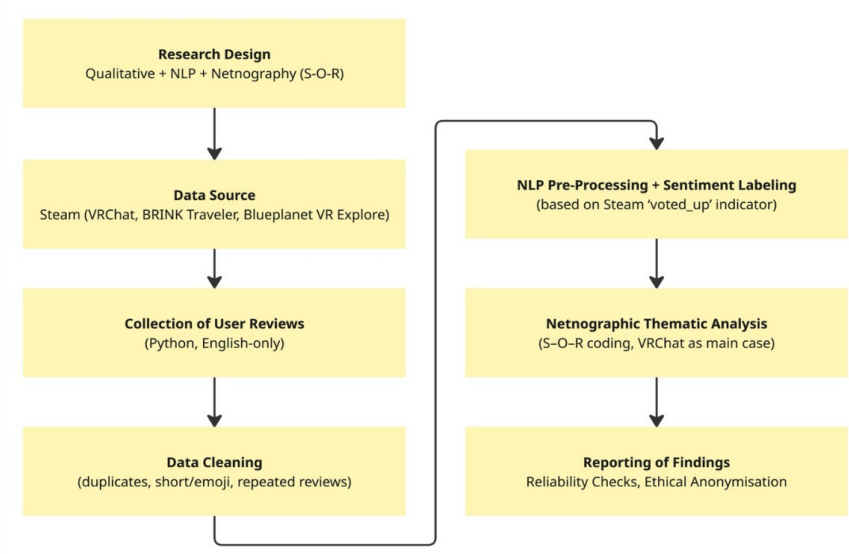
Anaya-Sánchez et al. (2024) examine the concept of immersion in more detail by comparing high-immersion Google Earth VR with lower-immersion 360° video conditions for urban destinations such as Singapore and Paris. In the experiment conducted with Meta Quest 2 titles, the sense of presence was conceptualized as physical presence, self-presence, and sensory experience, and manipulation controls confirmed significant differences in immersion across VR formats. The structural model reported significant pathways from sense of presence to customer experience to visit intention; destination image also had an additional positive effect on intention. The study identifies VR sickness (cybersickness) as a technical moderator that weakens the presence-experience relationship, especially at low

immersion levels, suggesting that high-immersion VR experiences can partially mitigate this adverse effect (Anaya-Sánchez et al., 2024).

Taken together, these four studies converge on a sequential mechanism that suggests that immersive VR technology increases the level of presence and televisuality, which translates into higher travel intentions by strengthening emotional responses, feelings of pleasure, and overall customer experience (Anaya-Sánchez et al., 2024; Bigné & Maturana, 2023; Hoang et al., 2023; Yung, 2021). Especially in fully interactive VR environments, engagement and perceived agency stand out as the main determinants of presence, and the superiority of immersive VR over 360° video or 2D interfaces is explained through interaction design and user control rather than photorealistic visualization (Yung, 2021). The fact that VR can better convey experiences that are difficult to preview with traditional media in closed/most-inclusive products such as cruises and all-inclusive resorts (Yung, 2021), and that similar advantages are observed in nature-based, sustainable destinations (Hoang et al., 2023), suggests that contextual factors can also strengthen this mechanism. In contrast, individual factors such as sociodemographic characteristics and destination familiarity were not identified as significant moderators by Anaya-Sánchez et al. (2024), suggesting that the asset-experience-intention chain operates relatively consistently across user profiles.

## Methodology

In this study, a qualitative research design combining interpretive netnography and Natural Language Processing (NLP) techniques was adopted to examine user-generated reviews of game-based virtual reality (VR) travel applications. The thematic patterns obtained were interpreted within the framework of the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model; the characteristics of the VR environment were considered as “stimulus”, users’ accounts of immersion, sense of presence, and emotional response were categorised as “organismic state”, and expressions of travel intention, destination image, and perceived risk were considered as “reaction” components. The research stages are briefly summarized in Figure 1. It should be noted that the netnographic component of this study is limited to the contextual reading and interpretive coding of publicly available user reviews; it does not encompass extended participant observation or community immersion as prescribed in classical netnographic methodology (Kozinets, 2010). The approach is therefore best characterised as a computational-interpretive discourse analysis informed by netnographic sensibilities.



**Figure 1.** Research process combining NLP-based processing of Steam user reviews with S-O-R-guided netnographic analysis.

The Steam platform, which contains users’ post-experience reviews of game-based VR travel experiences, was chosen as the data source. Reviews were collected between January and March 2024 using the Steamreviews library (v0.8.0). Prior to cleaning, the raw dataset comprised 9,841 reviews (VRChat: 9,012; BRINK Traveler: 412; Blueplanet VR Explore: 417). Public user reviews were extracted from the Steam pages of the VRChat, BRINK Traveler, and Blueplanet VR Explore applications; only English-language reviews were included in the study. The collected raw data were first subjected to data cleaning and pre-processing stages. In this context, repetitive comments, empty or single-character comments, emoji-only or otherwise meaningless comments, and duplicate comments from the same user for the same game were removed from the dataset, and a comment pool consisting of unique texts for each application was created. The cleaned dataset was structured as a large-scale text set for VRChat, along with two smaller but thematically rich auxiliary case sets for BRINK Traveler and Blueplanet VR Explore.

During data preprocessing, the comment texts were prepared for NLP analysis. For this purpose, the texts were converted to lower case, punctuation marks and URLs were removed, stopwords without meaning were removed, words were reduced to their base forms using lemmatization (SpaCy en\_core\_web\_sm v3.5; stemming was tested but discarded as it produced excessive conflation of domain-spe-

cific terms), and token lists were created for each comment (De Paoli, 2024). The “voted\_up” indicator provided by the Steam platform was converted into “positive” and “negative” emotion labels to use as a rough marker of the overall emotional valence of the comments; this information was used as a contextual variable during thematic analysis to understand which types of experience narratives emerged with positive or negative travel intentions. To make sense of the large-scale text structure, descriptive NLP outputs were generated that showed word frequencies, co-occurrence relations, and key phrase patterns.

To calculate scores based on the S-O-R model, three separate lists of keywords and phrases were created in line with the relevant literature and pilot readings. For the stimulus (S), expressions describing the visual-aesthetic and spatial qualities of the VR environment (e.g., *view, scenery, environment, graphics, location, place*), for the organism (O), expressions reflecting narratives of immersion, sense of presence, escape, and emotional intensity (e.g., *immersive, presence, feel like, escape, and emotional intensity*) were used. *Immersive, presence, feel like being there, escape, relaxing, emotional*), and for the reaction (R), we focused on statements expressing desire to visit the destination in real life, destination image formation, and intention to use VR as a travel planning tool (e.g. *visit in real life, go there, book a trip, travel, added to my bucket list*). Each comment was coded with an S\_score, O\_score, and R\_score on a 0-3 scale according to the use of these statements in context (0 = no reference to the relevant dimension; 1 = indirect or singular reference; 2 = unambiguous statement; 3 = strong, repeated emphasis). The coding process was semi-automatic: first, a preliminary keyword-based labelling was performed using a Python script (NLTK v3.8.1); then the researcher read the full sample and made contextual corrections (Gupta et al., 2017). To assess reliability, a randomly selected sub-sample of 200 reviews (100 VRChat, 50 BRINK Traveler, 50 Blueplanet VR Explore) was independently coded by a second researcher. Inter-coder agreement was calculated using Cohen’s Kappa ( $\kappa$ ), yielding  $\kappa = 0.76$  for S-scores,  $\kappa = 0.74$  for O-scores, and  $\kappa = 0.71$  for R-scores, indicating substantial agreement (Landis & Koch, 1977). Discrepancies were resolved through discussion. Annotated coding examples are provided in Appendix A. The S\_mean, O\_mean, and R\_mean values reported on a practice-by-practice basis reflect the average of these scores across all comments for each game.

Latent Dirichlet Allocation (LDA) topic modeling was applied to VRChat comments to examine the discursive structure of the texts more systematically. The analysis was conducted in Python using the *Gensim library* (v4.3.2); topic solutions from  $K = 4$  to  $K = 12$  were systematically tested. The  $K = 8$  solution was selected based on the highest coherence score ( $c_v = 0.512$ ) combined with thematic interpretability. Solutions with  $K < 8$  produced overly broad themes;  $K > 8$  yielded fragmented clusters. Based on a combination of topic coherence and researcher interpretability. Due to the relatively low number of comments for BRINK Traveler

and Blueplanet VR Explore, the topic structures for these two applications were examined only at an exploratory level; the primary discourse analysis of the study was carried out using the LDA results for VRChat and its netnographic reading.

In the interpretive analysis phase, the texts selected in line with the netnographic approach were evaluated using both automatically generated thematic clues and the researcher's detailed reading and coding. The coding scheme was developed by taking into account the main components of the S-O-R model; expressions regarding the visual-aesthetic and interactive features of the VR environment were categorized as "stimulus"; immersion, sense of presence, emotional intensity and escape narratives were categorized as "organismic"; the desire to travel for real, discourses on whether the VR experience is a substitute for physical travel, evaluations of the destination image, and perceived risk or trust were categorized as "response". At the same time, VRChat comments were analyzed in depth as the main case; BRINK Traveler and Blueplanet VR Explore comments were evaluated in the second stage to make themes related to aesthetic intensity, cultural content, and exploration-oriented experiences more visible for comparison.

A key structural limitation of this study is the substantial size disparity across the three datasets: VRChat (n = 7,229), BRINK Traveler (n = 102), and Blueplanet VR Explore (n = 41). Direct numerical comparison of S-O-R mean scores should therefore be interpreted with caution. The scores for BRINK Traveler and Blueplanet VR Explore are best understood as exploratory, discourse-based indicators rather than statistically robust estimates, and their findings are framed as illustrative and tentative throughout. Due to the qualitative nature of the study, the contextual meanings and thematic intensities of the patterns were emphasized in interpreting the findings rather than in statistical generalizations. In contrast, the number of comments, positive/negative evaluation ratios, and the relative frequency of specific theme labels were reported descriptively to support the strength of the patterns. The coding scheme was reviewed iteratively throughout the process; themes were checked for consistency by comparing them with the theoretical expectations in the S-O-R model. Since all data used in the study consisted of publicly available user comments, no additional participant consent was required; however, usernames and potentially personally identifying statements were anonymized or indirectly expressed in the analysis to comply with ethical principles.

## FINDINGS

### *Comment Profile and General Sentiment Breakdown*

Before presenting the findings, it is important to reiterate that all results are based on publicly available user reviews collected from Steam. The analysis is interpretive and exploratory in nature; findings reflect discursive patterns in user-generated text rather than statistically generalizable behavioural outcomes. Comparisons between applications should be read as indicative rather than definitive, given the dataset size imbalance discussed above. The vast majority of the 7,372 unique comments analyzed in the study were evaluations of VRChat. As seen in Tables 1 and 7,229 reviews were collected for VRChat (Social), of which approximately two-thirds (67.9%) had positive sentiment and one-third (32.1%) had negative sentiment. Although the number of comments for BRINK Traveler (Aesthetic) and Blueplanet VR Explore (Cultural) is relatively limited, the favorable rates are notably high in both applications (89.2% and 87.8%). This pattern suggests that in the context of social VR, the experience is positioned as both attractive and controversial/controversial at the same time. In contrast, a more homogeneous positive experience is perceived in aesthetic and cultural VR travel apps.

Comment lengths also support this distinction. The notably higher average character and word counts for BRINK Traveler and, especially, Blueplanet VR Explore compared to VRChat suggest that these two apps offer more intense, scene-by-scene experiences that are “worth telling” to users. In contrast, VRChat comments are shorter, casual, and often quick assessments of the platform’s social nature.

**Table 1.** Comment Profile and Basic Descriptive Statistics by Practices

| Application                      | Total Comments (n) | Positive (n) | Negative (n) | Average Character Length | Average Word Count | Positive Rate (%) | Negative Rate (%) |
|----------------------------------|--------------------|--------------|--------------|--------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| BRINK Traveler (Aesthetic)       | 102                | 91           | 11           | 481,2                    | 42,8               | 89,2              | 10,8              |
| Blueplanet VR Explore (Cultural) | 41                 | 36           | 5            | 765,8                    | 68,3               | 87,8              | 12,2              |
| VRChat (Social)                  | 7.229              | 4.907        | 2.322        | 178,9                    | 16,8               | 67,9              | 32,1              |

### *S-O-R Scores: Differentiation between Ambient Design and Travel Intention*

Scores based on the S-O-R model make the structural differences of game-based VR travel experiences more systematically visible (Table 2). Stimulus ( $S_{mean}$ ) scores were 1.76 for Blueplanet VR Explore and 0.86 for BRINK Traveler, while VRChat scores were as low as 0.17. This finding suggests that applications with a

strong aesthetic composition, prominent spatial scene design, and “destination-oriented” content lead to much more intense references to design elements in user discourse.

Organism (O\_mean) scores also show similar differentiation. Blueplanet VR Explore (0.71) and BRINK Traveler (0.45) stand out as apps in which experiential expressions such as immersion, sense of presence, admiration, and emotional intensity are more frequently mentioned in user comments than in VRChat (0.30). This pattern indicates that culturally and aesthetically “targeted” VR travel experiences produce a more holistic sensory-emotional response.

One of the most critical differences emerges in Response (R\_mean) scores. R\_mean values of 0.63 for Blueplanet VR Explore and 0.30 for BRINK Traveler indicate that the VR experience is more frequently associated with statements such as the desire to visit the real destination, destination image formation, and intention to use VR as a travel planning tool. In VRChat, the R\_mean value is negligible at 0.02. This pattern suggests that social VR platforms are oriented primarily around socialisation, escapism, and identity expression. In contrast, aesthetic and cultural VR travel applications are more directly linked to physical travel intentions.

**Table 2.** Comparison of S-O-R Scores According to Interventions (Mean Values)

| Application                         | S_mean<br>(Stimulus) | O_mean<br>(Organism) | R_mean<br>(Response) |
|-------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| BRINK Traveler (Aesthetic)          | 0,86                 | 0,45                 | 0,30                 |
| Blueplanet VR Explore<br>(Cultural) | 1,76                 | 0,71                 | 0,63                 |
| VRChat (Social)                     | 0,17                 | 0,30                 | 0,02                 |

### ***LDA Topic Models: The Discursive Divergence between Social VR and Travel VR***

LDA topic analysis was used to parse the discursive structure specifically concentrated within VRChat comments (Table 3). The resulting eight topics produce thematic clusters that illustrate how social VR is perceived and made sense of by players. The first group of topics (Topics 0, 2, 4, and 5), centered around words such as “world, avatar, community, friend, people, fun”, positions VRChat as a social “world” and community space rather than a game. For users, avatar design, meeting new people, friendships, and everyday interactions are central to the experience.

In contrast, clusters such as Topic 6 reflect tense debates around technical infrastructure, developer decisions, and anti-cheat policies, with terms such as “mod,

eac, anticheat, devs, update”. This discourse suggests that social VR is a space that generates not only positive social engagement but also intense criticism and frustration with platform policies.

Location- and scene-focused discourses are particularly concentrated in Topic 7 (“location, scene, place, around, look, app”) and show a stronger intersection with spatial-experience narratives in applications such as BRINK/Blueplanet. This suggests that travel-oriented VR applications produce a narrative that overlaps with the more classical tourism language on the axis of “location”, “scene”, and “view”.

**Table 3.** LDA Topic Models: Major Keywords and Thematic Commentary for Each Topic

| Subject No | Major Keywords                                                                                                         | Short Thematic Commentary                                                                    |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0          | VRChat, world, avatar, user, platform, social, player, experience, community, content, game, many, hate, place, create | Discussion of VRChat as a social platform/“world”, community, and content-driven discourse   |
| 1          | game, avatar, cannot, even, do not, like, play, still, review, thing, need, vrchat, actually, time, want               | Playability, avatars, technical/ergonomic issues, and satisfaction/dissatisfaction           |
| 2          | game, people, fun, like, lot, anime, friendly, good, cool, avatar, weird, world, really, girl, got                     | The discourse of everyday experience is built around entertainment, people, and avatars      |
| 3          | game, play, hour, do not, get, played, would, got, life, ever, fucking, shit, like, best, edit                         | Playtime, intense play, and emotional narratives mixed with praise and harsh criticism       |
| 4          | game, friend, fun, people, great, good, new, play, make, meet, let, time, really, way, world                           | Friendship, meeting new people, socializing, and playing together                            |
| 5          | game, people, like, time, friend, dont, world, get, year, make, find, vrchat, one, ive, thing                          | Long-term usage, friendship, “world” exploration, and time spent on the platform             |
| 6          | game, mod, eac, community, devs, update, anticheat, people, easy, vrchat, do not, vrc, feature, anti, cheat            | Mods, anti-cheat (EAC), developer policies, and tension with the community                   |
| 7          | location, like, would, experience, also, well, get, one, time, work, scene, around, place, look, app                   | Spatial/aesthetic VR experience discourse centered on location, scene, place, and appearance |

### *Netnographic Examples: The Fine Line Between Wanderlust and Escape*

When the S-O-R scores and topic models are read alongside the netnographic comments, two distinct functions of the game-based VR experience become apparent. The VRChat comments in Table 4A with R\_score  $\geq 1$  associate social VR with travel on a metaphorical level, primarily referring to “traveling between worlds”, “short experiences that feel like a trip”, or visiting multiple “worlds”. However, in these comments, there is often no explicit intention to visit a physical destination; travel is more a metaphor for moving between virtual worlds. This distinction calls for a careful separation of two types of travel discourse: (1) virtual mobility language in VRChat (R\_score = 1), reflecting movement between virtual spaces rather than physical destination intention; and (2) explicit travel intention in Blueplanet VR Explore and BRINK Traveler (R\_score  $\geq 2$ ), directly referencing real-world destinations and travel planning. This distinction is maintained throughout the analysis.

The comments in Table 4B with O\_score  $\geq 2$  and R\_score = 0 indicate that VRChat functions as a powerful social escape and substitution space. The statement “extremely lonely and need friends” suggests that social VR serves as a space that compensates for loneliness and isolation in the physical world. The emphasis on “this is not a game, it is a social platform” shows that the platform has shifted from being seen as a game to a communication and community medium. References to RP communities and subcultural networks discovered on Twitch also indicate that the VR experience produces a continuous, identity-based “virtual spatial belonging” that replaces physical travel.

When these two groups of comments are read together, it becomes clear that game-based VR travel experiences function not only as tools that reinforce intention towards physical destinations, but also as digital environments that fulfill social needs, accommodate identity experiences, and, in some cases, partially substitute for real travel.

**Table 4 A.** Selected VRChat Reviews with High Travel Intention (R\_score  $\geq 1$ )

| Application     | Sample comment (abbreviated)                                        | S_score | O_score | R_score |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|
| VRChat (Social) | First day. Travel between worlds to find myself..”                  | 0       | 0       | 1       |
| VRChat (Social) | “The half hour felt like a trip.”                                   | 0       | 0       | 1       |
| VRChat (Social) | “Many different worlds to visit within the game, lots of places...” | 0       | 0       | 1       |
| VRChat (Social) | “YES, easier than talking IRL XD.”                                  | 0       | 0       | 1       |

**Table 4 B.** Selected VRChat Comments Containing Escape / Social Platform Discourse (O\_score ≥ 2, R\_score = 0)

| Application     | Sample Comment (abbreviated)                                                  | S_score | O_score | R_score |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|
| VRChat (Social) | “Amazing if you are extremely lonely and need friends.”                       | 0       | 2       | 0       |
| VRChat (Social) | “Okay, this is not a game, it is a social platform...”                        | 0       | 2       | 0       |
| VRChat (Social) | “Because of an RP community I found through Twitch... decided to get a VR...” | 0       | 7       | 0       |
| VRChat (Social) | “This game is amazing and very social, good to meet new people...”            | 0       | 2       | 0       |

### DISCUSSION

In the context of the four research questions of the study, the findings can be summarized as follows: (1) for RQ1, user discourses are more directly linked to travel intentions in destination-oriented VR applications; (2) for RQ2, emotional responses and experience quality perceptions appear to be accompanied by a strong destination image narrative, especially in Blueplanet VR Explore; (3) For RQ3, perceived risk reduction and increased trust were prominent in guided and aesthetic VR experiences, whereas in social VR, the risk/trust discourse was shaped more around community norms and platform policies; (4) For RQ4, expressions of intention to use VR as a travel planning tool emerged predominantly in destination VR applications, whereas in the context of social VR, the technology was legitimized more through social interaction and identity performance.

This study examined user-generated discourse about game-based VR travel applications on Steam and analyzed these discourses within the framework of the S-O-R model. The findings are broadly consistent with prior work on VR’s role in “enhancing destination image” and “increasing travel intentions”. However, rather than confirming these as causal outcomes, the present analysis reveals them as discourse-level tendencies that vary substantially by application type. The data point to a clear divergence between social VR and destination-oriented VR experiences.

First, the comment profile and sentiment distribution (Table 1) indicate that the social VR context is more emotionally polarized. Despite the predominance of positive comments about VRChat, there is also a significant proportion of negative ones. In contrast, comments on BRINK Traveler and Blueplanet VR Explore are both fewer in number and largely positive in sentiment, suggesting that VR travel experiences focused on aesthetic and cultural content are perceived as more homogeneous and ‘seamless’. In addition, the longer, more detailed comments in these two applications suggest that users tend to describe places, landscapes, and

cultural content scene by scene, thereby associating these experiences more with mental imagery of travel.

The S-O-R scores (Table 2) support this qualitative distinction more systematically. Blueplanet VR Explore and BRINK Traveler have higher values than VRChat at both stimulus (S\_mean) and organism (O\_mean) levels. This pattern suggests that visual-aesthetic quality, spatial composition, and scene organization strongly trigger users' experiences of immersion, sense of presence, and emotional intensity in destination-oriented VR applications. The most striking difference emerges in the response component (R\_mean): For Blueplanet VR Explore and BRINK Traveler, the statements that correlate with travel intention, destination image formation, or intention to use VR as a travel planning tool are significant, whereas the R\_mean value for VRChat is almost zero, suggesting that the social VR experience is not directly linked to the intention to visit a real destination. These patterns offer a tentative response to the study's central question — "Is VR a travel incentive or a social substitute?" suggesting substitution in the context of social VR and incentivisation in the context of destination-oriented VR.

From the perspective of game and VR designers, the findings also illuminate the relationship between game design features and travel intention. In destination-oriented VR experiences, lightweight task structures that support exploration routes (e.g., "completing" certain scenic spots, finding cultural objects), short, segmented scenes, micro-feedback at the end of scenes, and a sense of accomplishment are all found to reinforce travel intentions. In the context of social VR, destination-themed events, time-limited "in-game events" such as festivals or exhibitions, quest chains references to specific destinations, and in-game rewards linked to real-world travel opportunities (e.g., discount coupons, virtual guidance experiences) may help build connections between social escapism and travel intention. In this way, destination-oriented VR applications have the potential to evolve beyond passive viewing experiences into interactive design tools that support real-world touristic mobility through purposeful game design.

The LDA topic models (Table 3) provide an explanatory framework for understanding the nature of VRChat discourses. While some topics (0, 2, 4, and 5) point to a narrative of social experience woven around avatars, friendship, community, entertainment, and "world" exploration, other topics (especially topic 6) make visible tensions around developer decisions, mods, anti-cheat systems, and platform policies. Together, these topics portray social VR as both a space of intense community engagement and belonging, and a contested arena shaped by platform norms, rules, and power dynamics. In contrast, topic structures dominated by location, scene, and place-oriented words overlap with the more classical "touristic" discourse found in destination VR applications, thereby strengthening the link between aesthetic/cultural VR experiences and the language of tourism.

The netnographic examples (Tables 4A and 4B) elaborate these quantitative and semi-quantitative patterns through concrete user discourses. Comments with  $R\_score \geq 1$  often refer to the VR experience as a kind of travel, often with metaphors such as “traveling between worlds”, “feeling like a trip”, or multiple “world” visits. However, this travel often refers to movement between virtual spaces rather than a destination in the physical world. In contrast, comments with high  $O\_score$  and  $R\_score = 0$  describe VRChat as a space of escape from loneliness, social needs, and identity performance. The emphasis on “it is not a game, it is a social platform” suggests that social VR is moving away from the classical “destination pre-experience” function in the tourism context; instead, it serves as a continuous, space-independent digital socializing space.

Overall, this study makes a twofold contribution by applying the S-O-R model to game-based VR travel experiences. On the one hand, it adds a computational-netnographic approach, based on naturally generated user discourse, to the largely empirical, survey-based study of VR tourism. On the other hand, it suggests that immersive VR experiences do not always translate directly into travel; depending on the context, they can serve different functions, such as social substitution, escape, and digital belonging. This finding extends the role of VR in tourism beyond a mere “promotional tool”. It offers a more nuanced understanding of the complex relationships between digital and physical spaces.

## CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

The results point to three main points. First, aesthetic and culture-driven VR travel apps (BRINK Traveler and Blueplanet VR Explore in particular) produce visually and emotionally intense experiences that are directly associated with destinations in users’ minds and contribute to stronger destination image and higher travel intention. Second, although the social VR platform VRChat produces intense immersion and emotional intensity, this intensity is often woven around social bonding, escape, and identity performance, and does not often translate into an intention to visit a specific destination in the physical world. Third, the relationships between VR experiences and perceived risk, trust, and technology acceptance vary across applications, with destination-oriented VR characterized by experience quality and utility, and social VR by community dynamics and platform politics.

For the tourism industry and practitioners, these findings offer several concrete recommendations:

Destination marketing organizations and tourism businesses should invest in high-quality visual design, spatial coherence, and scene composition when designing VR content. In particular, experiences that emphasize cultural elements, spatial atmosphere, and landscape details have the potential to strengthen destination image and increase travel intention.

---

The VR experience should be supported by short scenarios, guided discovery routes, and interactive elements that allow the user to emotionally connect with the destination, rather than being constructed as a promotional “promotional video”.

Although social VR platforms do not directly trigger travel intention, the present findings suggest they may serve as a complementary channel for early-stage destination awareness-building through destination-themed events, virtual tours, and cultural programming. Whether such awareness translates into long-term destination loyalty cannot be determined from cross-sectional discourse data alone and would require longitudinal investigation. Especially for young, tech-savvy user groups, such social VR activities can help establish an emotional connection with the destination early on.

It is also important to acknowledge the inherent limitations of cross-sectional, platform-specific discourse data: the study captures user perceptions at the moment of review writing and cannot establish causal relationships, track longitudinal behavioural change, or represent users who do not write reviews. Finally, since the study is based on discursive data, the relationships between S-O-R components can be discussed at a correlational level; experimental or longitudinal designs are needed to establish causal relationships.

In terms of future research, an important step would be to extend this study with more diverse datasets, including comments from different platforms (e.g., Meta, PlayStation VR) and in different languages. By combining netnographic text analysis with survey and experimental designs, the relationships between immersion, sense of presence, perceived risk, and travel intention can be tested more thoroughly. It is also worth exploring the effects of destination-themed events organized on social VR platforms on users’ medium- and long-term travel plans, destination loyalty, and perceptions of sustainable tourism. Such studies will move the role of VR technology in tourism beyond short-term promotional tools to a more holistic framework for understanding the complex webs of experiences between digital and physical spaces.

---

## REFERENCES

- Adachi, R., Cramer, E. M., & Song, H. (2022). Using virtual reality for tourism marketing: A mediating role of self-presence. *The Social Science Journal*, 59(4), 657–670. <https://doi.org/10.1080/03623319.2020.1727245>
- Anaya-Sánchez, R., Rejón-Guardia, F., & Molinillo, S. (2024). Impact of virtual reality experiences on destination image and visit intentions: The moderating effects of immersion, destination familiarity, and sickness. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(11), 3607–3627. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2023-1488>
- Baker, J., Nam, K., & Dutt, C. S. (2023). A user experience perspective on heritage tourism in the metaverse: Empirical evidence and design dilemmas for VR. *Information Technology & Tourism*, 25(3), 265–306. <https://doi.org/10.1007/s40558-023-00256-x>
- Banerjee, S., Chowdhury, A., & Yein, N. (2023). User experience evaluation of a virtual reality tool for 3D modeling in industrial design education: A study in the Indian context. *Designs*, 7(5), 105. <https://doi.org/10.3390/designs7050105>
- Beck, J., Rainoldi, M., & Egger, R. (2019). Virtual reality in tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Review*, 74(3), 586–612. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0049>
- Bigne, E., & Maturana, P. (2023). Does virtual reality trigger visits and booking holiday travel packages? *Cornell Hospitality Quarterly*, 64(2), 226–245. <https://doi.org/10.1177/19389655221102386>
- De Paoli, S. (2024). Performing an inductive thematic analysis of semi-structured interviews with a large language model: An exploration and provocation on the limits of the approach. *Social Science Computer Review*, 42(4), 997–1019. <https://doi.org/10.1177/08944393231220483>
- Disztinger, P., Schlögl, S., & Groth, A. (2017). Technology acceptance of virtual reality for travel planning. In R. Schegg & B. Stangl (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2017* (pp. 255–268). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-51168-9\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-319-51168-9_19)
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pino-Mejías, M. Á. (2020). The impact of virtual reality technology on tourists' experience: A textual data analysis. *Soft Computing*, 24(18), 13879–13892. <https://doi.org/10.1007/s00500-020-04883-y>
- Griffin, T., Giberson, J., Lee, S. H., Guttentag, D. A., Kandaurova, M., Sergueeva, K., & Dimanche, F. (2017). *Virtual reality and implications for destination marketing*. Paper presented at the 2017 TTRA International Conference, Québec City, QC, Canada. <https://scholarworks.umass.edu/entities/publication/0f93146a-82e8-4f58-bdc6-fb0f18c6a9ba>
- Gupta, B., Negi, M., Vishwakarma, K., Rawat, G., & Badhani, P. (2017). Study of Twitter sentiment analysis using machine learning algorithms on Python. *International Journal of Computer Applications*, 165(9), 29–34. <https://doi.org/10.5120/ijca2017914022>
- Hoang, S. D., Dey, S. K., Tučková, Z., & Pham, T. P. (2023). Harnessing the power of virtual reality: Enhancing telepresence and inspiring sustainable travel intentions in the tourism industry. *Technology in Society*, 75, 102378. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102378>
- Jerez-Jerez, M. J., & Foroudi, P. (2024). *Entrepreneurial innovation in the international business of tourism* (1st ed.). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/9781003369967>
- Kieanwatana, K., & Vongvit, R. (2024). Virtual reality in tourism: The impact of virtual experiences and destination image on travel intention. *Results in Engineering*, 24, 103650. <https://doi.org/10.1016/j.rineng.2024.103650>
- Liu, B., Kralj, A., Moyle, B., & Li, Y. (2024). Developing 360-degree stimuli for virtual tourism research: A five-step mixed measures procedure. *Information Technology & Tourism*, 26(3), 485–519. <https://doi.org/10.1007/s40558-024-00287-y>
- Manca, F., Pawlak, J., & Sivakumar, A. (2021). *Impact of perceptions and attitudes on air travel choices in the post-COVID-19 era: A cross-national analysis of stated preference data* [Preprint]. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4106695>
- Morrison, A. M., Bag, S., & Mandal, K. (2024). Virtual reality's impact on destination visit intentions and the moderating role of amateur photography. *Tourism Review*, 79(2), 355–377. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2022-0621>
- Pratisto, E. H., Thompson, N., & Potdar, V. (2022). Immersive technologies for tourism: A systematic review. *Information Technology & Tourism*, 24(2), 181–219. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00228-7>
- Rudnik, Y. (2023). The use of augmented reality and virtual reality technologies in teaching foreign languages. *Educological Discourse*, 43(1), 165–183. <https://doi.org/10.28925/2312-5829.2023.110>
- Séraphin, H., Ambaye, M., Gowreesunkar, V., & Bonnardel, V. (2016). A marketing research tool for destination marketing organizations' logo design. *Journal of Business Research*, 69(11), 5022–5027. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.074>

- 
- Shang, D. (2022). *Examining the influence of user engagement on tourist virtual reality behavioural response from the human-computer interaction perspective: A PLS-SEM-IPMA-ANN hybrid machine learning approach* [Preprint]. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/hp259>
- Skard, S., Knudsen, E. S., Sjøstad, H., & Thorbjørnsen, H. (2021). How virtual reality influences travel intentions: The role of mental imagery and happiness forecasting. *Tourism Management*, 87, 104360. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104360>
- Sukmana, H. T., & Kim, J. I. (2024). Exploring the impact of virtual reality experiences on tourist behavior and perceptions. *International Journal Research on Metaverse*, 1(2), 94–112. <https://doi.org/10.47738/ijrm.v1i2.8>
- Yersüren, S. (2022). *The effect of virtual reality experience quality on destination visit intention and virtual reality travel intention* [Doctoral dissertation, Anadolu University Institute of Social Sciences]. Council of Higher Education National Thesis Center.
- Yung, R., Khoo-Lattimore, C., & Potter, L. E. (2021). Virtual reality and tourism marketing: Conceptualizing a framework on presence, emotion, and intention. *Current Issues in Tourism*, 24(11), 1505–1525. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1820454>
-





## Paket Turların Sürdürülebilirliği ile Turist Rehberleri Sorunları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

### Assessing the Relationship Between Package Tour Sustainability and the Professional Challenges of Tourist Guides

Mehmet GÜRLER<sup>1</sup>, Şehnaz DEMİRKOL<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Istanbul Üniversitesi, İstanbul

• mehmetgurler91@hotmail.com • ORCID > 0000-0003-4622-3165

<sup>2</sup>Istanbul Üniversitesi, İstanbul

• sehnazdemirkol@gmail.com • ORCID > 0000-0002-2122-4551

#### Makale Bilgisi/Article Information

**Makale Türü/Article Types:** Derleme Makalesi/Review Article

**Geliş Tarihi/Received:** 18 Mayıs/May 2026

**Kabul Tarihi/Accepted:** 19 Temmuz/July 2026

**Yıl/Year:** 2026 | **Cilt-Volume:** 4 | **Sayı-Issue:** 2 | **Sayfa/Pages:** 135-167

**Atf/Cite as:** Gürler, M., Demirkol, Ş. "Paket Turların Sürdürülebilirliği ile Turist Rehberleri Sorunları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi"

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Karadeniz Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2), Temmuz 2026: 135-167.

**Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Mehmet GÜRLER

## PAKET TURLARIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ İLE TURİST REHBERLERİ SORUNLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

### ÖZ

Bu araştırma, İstanbul Tarihi Yarımada'da paket tur rehberlerinin yaşadığı sorunlar ile sürdürülebilirlik uygulamaları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada fenomenolojik perspektif temel alınmış; veriler Braun ve Clarke'ın (2006) tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Maksimum çeşitlilik örnekleme ile belirlenen 15 profesyonel turist rehberi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veriler Braun ve Clarke (2006) tarafından geliştirilen altı aşamalı tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sonucunda dört ana tema belirlenmiştir: (1) rehberlerin yaşadığı sorunlar, (2) sorun-sürdürülebilirlik etkileşimi, (3) başa çıkma stratejileri ve (4) dönüşüm vizyonu. Katılımcıların bireysel, operasyonel, ekonomik, sistemik ve sosyal düzeylerde çok boyutlu sorunlar yaşadıkları belirlenmiştir. Bulgular, söz konusu sorunların sürdürülebilirlik uygulamalarını dört mekanizma aracılığıyla engellediğine işaret etmektedir: kapasite tükenmesi, öncelik kayması, değer erozyonu ve iletişim kopukluğu. Pandemi sonrası dönemde ekonomik baskının yoğunlaştığı ve sürdürülebilirlik için bir dönüşüm fırsatının kaçırıldığı algısının katılımcılar arasında yaygın olduğu saptanmıştır. Araştırmanın en önemli kavramsal katkısı "rehber sürdürülebilirliği" kavramının ortaya konmasıdır. Rehberlerin kendi sürdürülebilirlikleri sağlanmadan çevresel ve kültürel sürdürülebilirlik mesajlarının etkili bir şekilde aktarılamayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Mental sağlık destek programları, mentorluk sistemleri, kadın odaklı politikalar ve ekonomik güvence düzenlemeleri önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberleri, Sürdürülebilir Turizm, Paket Turlar, Tematik Analiz, İstanbul Tarihi Yarımada, Mesleki Tükenmişlik, Rehber Sürdürülebilirliği.



## ASSESSING THE RELATIONSHIP BETWEEN PACKAGE TOUR SUSTAINABILITY AND THE PROFESSIONAL CHALLENGES OF TOURIST GUIDES

### ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between the challenges experienced by package tour guides in Istanbul's Historical Peninsula and the implementation of sustainability practices. A phenomenological perspective was adopted, and the data were analyzed using Braun and Clarke's (2006) six-phase thematic analysis approach. Semi-structured interviews were conducted with 15 professional tourist guides selected through maximum variation sampling. The analysis identified four main themes: (1) challenges faced by guides, (2) the interaction between professional problems and sustainability practices, (3) coping strategies, and (4) a transformation-oriented vision. Findings indicate that participants experience multi-dimensional challenges at individual, operational, economic, systemic, and social levels. These challenges were found to hinder sustainability practices through four primary mechanisms: capacity depletion, shifting priorities, value erosion, and communication breakdown. The post-pandemic period has intensified economic pressures, and a widespread perception emerged among participants that a critical opportunity for sustainability-oriented transformation was missed. The most significant conceptual contribution of this study is the introduction of the notion of "guide sustainability." The findings suggest that, without ensuring the professional, economic, and psychological sustainability of tourist guides themselves, environmental and cultural sustainability messages cannot be effectively communicated. Accordingly, mental health support programs, mentorship systems, gender-sensitive policies, and economic security regulations are proposed as structural measures to strengthen sustainable tourism implementation.

**Keywords:** Tourist Guides, Sustainable Tourism, Package Tours, Thematic Analysis, Istanbul Historical Peninsula, Professional Burnout, Guide Sustainability.



### GİRİŞ

Turizm, son on yıllarda büyüme ile sürdürülebilirlik arasındaki dengeyi kurmanın güçlüğüyle giderek daha fazla yüzleşmektedir. Paket turlar bu gerilimin odak noktalarından birini oluşturmaktadır: organize grup deneyimleri sunarak erişilebilirlik sağlarken çevresel, sosyal ve ekonomik baskılar da yaratmaktadır (UNWTO, 2020). Bu sürecin sahadaki sürdürülebilirliği büyük ölçüde saha aktörlerine, başta tur rehberlerine bağlıdır; rehberler turist eğitimi ve yerel kaynak yö-

netimi açısından kilit bir rol üstlenmektedir (Lee vd., 2013). Bununla birlikte, uzun çalışma saatleri, turist talepleri ve operasyonel baskılar gibi etkenler rehberlerin bu rolü etkili biçimde yerine getirmesini zorlaştırmaktadır (Tsauro ve Tang, 2012).

Paket turların sürdürülebilirliği ile rehber sorunları arasındaki bağlantı akademik literatürde yeterince ele alınmamıştır. Mevcut çalışmalar sürdürülebilir turizmin genel avantajlarını ön plana çıkarırken rehber odaklı dinamikleri büyük ölçüde göz ardı etmektedir (Ballantyne vd., 2009). Pandemi sonrası toparlanma sürecinde bu boşluk daha da belirgin hale gelmiştir; ekonomik baskıların yoğunlaştığı bu dönemde rehber sorunlarının sürdürülebilirlik çabalarını nasıl etkilediği henüz yeterince araştırılmamıştır (UNWTO, 2020). Bu çalışma söz konusu ilişkiyi nitel bir bakış açısıyla inceleyerek literatürdeki boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

### **Paket Turlar ve Turizm Endüstrisindeki Yeri**

Paket turlar, ulaşım, konaklama ve rehberlik hizmetlerini bir araya getiren organize deneyimler olarak turizm sektörünün temel bileşenlerinden birini oluşturmaktadır (Weaver, 2001). Maliyet ve erişilebilirlik avantajları sunan bu turlar, standartlaşmış programları nedeniyle yerel kaynaklar üzerinde aşırı baskı yaratabilmekte ve destinasyonlarda dengesizliklere yol açabilmektedir (Gössling vd., 2002). Karbon ayak izi başta olmak üzere çevresel etkileri literatürde giderek daha fazla irdelenmektedir (Butler, 1999). Özellikle tarihi ve kültürel çekim merkezlerinde, yoğunlaşan turist akışı yönetim güçlüklerini artırmaktadır. Bu nedenle paket turlar sürdürülebilirlik tartışmalarının odak noktalarından biri haline gelmiş; bu bağlamda saha aktörü olarak rehberlerin rolü kritik önem kazanmıştır (Cohen, 1985).

Bu turların tarihsel gelişimi, 20. yüzyılın ortalarından itibaren kitlesel turizmin yükselişiyle örtüşmektedir; örneğin, Thomas Cook'un öncülüğünde başlatılan organize geziler, günümüzde dijital platformlar ile dönüşüm geçirmiştir (Bramwell, 2004). Ancak bu dönüşüm bazı sorunları da beraberinde getirmiştir; paket turların standartlaşması, yerel kültürlerin yüzeyselleşmesine ve turistlerin otantik deneyimler yerine tüketim odaklı yaklaşımlar geliştirmesine yol açmaktadır (Urry, 1990). Araştırmalar, paket turların ekonomik yararlarını (istihdam oluşturma) kabul etmekle birlikte, sosyal etkilerini (yerel toplulukların dışlanması) eleştirmektedir (Milano vd., 2019). Özellikle pandemi sonrası dönemde, paket turlar esneklik kazanmış olsa da sürdürülebilirlik entegrasyonu hala yetersizdir ve bu durum turizm endüstrisinin genel dengesini etkilemektedir (Higgins-Desbiolles, 2020). Sonuç olarak, paket turlar, turizm sisteminin dinamik bir unsuru olarak, hem büyüme motoru hem de olası risk kaynağı niteliğindedir; bu unsurların rehber sorunları ile ilişkisi, daha kapsamlı bir analiz yapılmasını gerektirmektedir. Ayrıca, paket turların dünya genelindeki etkisi, gelişmekte olan ekonomilerde açıktır; örneğin, Türkiye'de bu turlar, turizm gelirlerinin önemli bir kısmını oluştururken, altyapı yetersizlikleri yüzünden çevresel bozulmalar meydana getirmektedir

(Tosun, 2001). Kaynaklar, paket turların turistlerin davranışlarını şekillendirdiğine dikkat çekmektedir; grup dinamikleri, bireysel sorumluluğu azaltarak sürdürülebilir uygulamaların önünü kesmektedir (Jafari, 2001). Bu doğrultuda, paket turların turizm sektöründeki rolü, yalnızca ekonomik bir araç olmanın ötesinde, sosyal ve çevresel değişimlerin tetikleyicisi olarak değerlendirilmelidir.

Güncel veriler bu tartışmanın aciliyetini ortaya koymaktadır. Türkiye, 2020-2023 döneminde turizm varışlarında %247'lik bir artış kaydetmiş ve 2023 yılında 56 milyon ziyaretçi ile rekor kırmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Bu hızlı toparlanma sürdürülebilirlik sorunlarını derinleştirmiştir; İstanbul ve Atina, Doğu Akdeniz havzasının yeni aşırı turizm odakları olarak öne çıkmıştır (Wasudawan, 2026). Butler ve Dodds (2022), aşırı turizmin üstesinden gelinmesindeki başarısızlıkları sistematik biçimde ele alarak hem talep yönetimi hem de saha aktörü kapasitesinin geliştirilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

### Sürdürülebilir Turizm Kavramı

Sürdürülebilir turizm, çevrenin korunması, sosyal adaletin sağlanması ve ekonomik sürdürülebilirliğin desteklenmesi amacıyla bir denge oluşturma yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır (Butler, 1999). Bu kavram, 1990'lı yıllarda uluslararası düzeyde ön plana çıkmış olup, turizm etkinliklerinin uzun vadeli olumsuz etkilerini en aza indirmeyi amaçlamaktadır (UNWTO, 2020). Paket turların sürdürülebilirliği, atık yönetimi, yerel toplulukların katılımı ve ekoturizm gibi uygulamaları kapsamaktadır; ancak yoğun grup dinamikleri bu çabaları zorlaştırabilmektedir (Lee vd., 2013). Mevcut literatürde, sürdürülebilir turizmin getirileri (örneğin, yerel ekonominin desteklenmesi) ön plana çıkarılmakta; buna karşılık karşılaşılan zorluklar (kaynakların tükenmesi) üzerinde de durulmaktadır (Walker ve Moscardo, 2014). Pandemi sonrası dönemde sürdürülebilirlik, toparlanma stratejilerinin temelini oluşturmakta; fakat, saha uygulamalarında aktör odaklı analizlerin eksik olduğu gözlemlenmektedir (UNWTO, 2020). Bu noktada, sürdürülebilir turizm, paket turların geleceğini şekillendiren bir çerçeve işlevi görmek ve rehber gibi saha unsurlarının karşılaştığı sorunlarla iç içe bir durum sergilemektedir.

Sürdürülebilir turizmin teorik modelleri, üçlü alt çizgi (triple bottom line) yaklaşımını esas almakta; bu model, ekonomik kazançları çevresel ve sosyal maliyetlerle dengelemeyi önermektedir (Elkington, 1997). Araştırmalar, bu modellerin paket turlar içindeki uygulanabilirliğini tartışmakta; örneğin, kısa süreli gezilerde turistlerin sürdürülebilir davranışlarının sınırlı kaldığı görülmektedir (Dolnicar vd., 2008). Ayrıca, küresel iklim değişikliği bağlamında sürdürülebilir turizm, karbon nötr stratejilerini ön plana çıkarmaktadır; ancak, paket turların yoğun ulaşımı bu hedeflerin gerçekleşmesini zorlaştırmaktadır (Scott vd., 2010). Sonuç olarak, bu kavramın gelişimi, turizm endüstrisini dönüştürmekte olup rehberlerle ilgili sorunların bu dönüşümdeki rolü daha fazla dikkat gerektirmektedir.

Agarwal vd. (2024), dört on yılı kapsayan sürdürülebilir turizm araştırmalarını gözden geçirdikleri kapsamlı çalışmada, gelecek araştırma önceliklerinden birinin saha aktörlerinin refahı ile destinasyon sürdürülebilirliği arasındaki ilişkinin incelenmesi olduğunu saptamıştır. Bu tespit, araştırmamızın odaklandığı boşluğun uluslararası literatürde de kabul gördüğünü doğrulamaktadır.

### **Tur Rehberlerinin Rolü ve Karşılaştıkları Sorunlar ile İlişki ve Literatür Boşluğu**

Tur rehberleri, paket turların önemli bileşenleri olarak, turist deneyimini şekillendirmekte ve sürdürülebilirlik ile ilgili mesajlar iletmektedir (Cohen, 1985). Literatürde rehberlerin rolleri eğitimci, yönetici ve kültürel araçlar olarak tanımlanmaktadır; ancak bu roller, iş stresi ve tükenmişlik gibi sorunlarla gölgelenmektedir (Tsaur ve Tang, 2012). Yoğun programlar ve turist talepleri, rehberlerin motivasyonunu olumsuz yönde etkilemekte ve performanslarını düşürmektedir (Black ve Ham, 2005). Özellikle tarihi yerlerde, rehber sorunları operasyonel (zaman yönetimi) ve psikolojik (anksiyete) boyutlar üzerinden kendini göstermekte, bu durum da genel turizm kalitesine etki etmektedir (Ballantyne vd., 2009). Pandemi sürecinde, sağlık riskleri ve dijital uyum sağlama gibi yeni sorunlar ortaya çıkmıştır (Zenker ve Kock, 2020). Genel olarak, rehberlerin yaşadığı sorunlar bireysel düzeyde kalmayıp, turizm sisteminin tamamını etkilemekte; bu da sürdürülebilirlik gibi daha geniş kavramlarla bağlantı kurmayı gerektirmektedir.

Son dönem çalışmalar, rehber rolünün dönüşümünü de belgelemektedir. Ren vd. (2024), rehberlerin geleneksel “hizmet aracı” konumundan “değişim aktörü” rolüne geçiş potansiyelini tartışmış; ancak bu geçişin ancak yeterli mesleki ve psikolojik kaynaklara sahip olunduğunda gerçekleşebildiğini vurgulamıştır. Benzer biçimde, Öğretmenoğlu vd. (2025), Türkiye’deki kültürel miras alanlarında rehber performansının turistlerin yeşil tüketim niyetini doğrudan etkilediğini ve turistlerin öznel iyi oluşunun bu ilişkide aracı rol oynadığını ortaya koymuştur. Bu bulgular, rehber performansının bireysel bir mesele olmaktan öte, destinasyon düzeyinde ölçülebilir sürdürülebilirlik sonuçları doğurduğunu göstermektedir.

Rehberlerin sorunları, mesleki eğitim eksikliği ile ilişkilendirilmektedir; örneğin, yetersiz hazırlık, kriz yönetimini zorlaştırmakta ve tükenmişlik oranlarını artırmaktadır (Ham ve Weiler, 2002). Literatür, bu sorunların cinsiyet ve deneyim düzeyine göre değişiklik gösterdiğini ortaya koymaktadır; kadın rehberler duygusal yükü daha fazla hissederken, yeni başlayan rehberler operasyonel zorluklarla başa çıkmakta sıkıntı yaşamaktadır (Jordan, 1997). Ayrıca, küresel turizm eğilimleri (örneğin, aşırı turizm) rehber sorunlarını artırmakta ve bu durum mesleğin cazibesini azaltmaktadır (Milano vd., 2019). Bu unsurlar, rehberlerin rolünü yalnızca bir hizmet sağlayıcı olmanın ötesine taşıyarak, turizm ekosisteminin hassas bir parçası haline getirmektedir.

Yukarıda belirtilen unsurlar arasındaki bağlantı, akademik kaynaklarda sınırlı bir şekilde ele alınmıştır. Rehberlik sorunlarının sürdürülebilirliği olumsuz etkilediği (örneğin, stres sebebiyle çevre eğitiminin yeterince önemsenmemesi) ifade edilmiştir; buna karşılık, sürdürülebilirlik gereksinimlerinin rehberlerin üzerindeki yükü artırdığı gözlemlenmektedir (Lee vd. , 2013). Ballantyne vd. (2009), rehber eğitiminin bu ilişkide olumlu bir etki yaratabileceğini ileri sürmektedir; ancak, paket turlara yönelik nitel çalışmaların sayısı oldukça kısıtlıdır (Walker ve Moscardo, 2014). Bu eksiklik, özel destinasyonlar (örneğin, İstanbul Tarihi Yarımada) söz konusu olduğunda daha belirgin bir hal almakta. Bu araştırmanın amacı, ilişkiyi empirik verilerle inceleyerek mevcut literatürü zenginleştirmektir.

Literatürdeki boşluk, özellikle belirli destinasyonlar için net bir şekilde görülmektedir; genel modeller yerel dinamikleri göz ardı etmektedir (Sharpley, 2000). Örneğin, tarihi alanlardaki turist yoğunluğu, bu ilişkiyi daha karmaşık hale getirmekte, fakat bu konu yeterince incelenmemiştir (Dodds ve Butler, 2019). Bu çalışma, ilişkiyi empirik verilerle değerlendirerek, teorik çerçevenin genişletilmesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Sonuç olarak, paket turlar sürdürülebilirlik tartışmalarının merkezine yerleşirken, rehberlik sorunları bu tartışmanın kritik bir bileşeni olarak konumlandırılmaktadır; bu sentez, nitel bir yaklaşım benimseyerek yeni içgörüler sunma potansiyeline sahiptir.

Mevcut boşluk, Türkiye ve İstanbul özelinde daha da belirgindir. Araştırmalar, İstanbul'un aşırı turizm sorunuyla yüzleştiğini ortaya koymuş (Ertürk vd., 2022) ve UNESCO (2023) Tarihi Yarımada'nın Olağanüstü Evrensel Değeri üzerindeki baskıya dikkat çekmiştir. Ancak bu makro düzey tespitler, saha aktörlerinin —özellikle rehberlerin— deneyimlerini ele almamaktadır. Hu vd. (2024) ise rehber-turist etkileşimlerini sosyal durum çerçevesinden inceleyen çalışmalarında, bu etkileşimlerin büyük bölümünün tur öncesi başladığını ve rehberlerin çok katmanlı roller üstlendiğini göstermiştir; bu durum rehberlerin karşılaştığı sorunların önemini daha da artırmaktadır.

## YÖNTEM

Bu araştırma, İstanbul Tarihi Yarımada'da paket tur rehberliği yapan bireylerin yaşadığı sorunları ve bu sorunların sürdürülebilirlik uygulamalarıyla ilişkisini anlamaya yönelik nitel bir araştırma tasarımı benimsemiştir. Araştırmada, bireylerin belirli bir olguya ilişkin öznel ve yaşanmış deneyimlerinin derinlemesine anlaşılmasını hedefleyen fenomenolojik perspektiften hareket edilmiştir (Creswell & Poth, 2018; Moustakas, 1994). Fenomenolojik perspektif araştırmanın epistemolojik çerçevesini oluştururken; verilerin sistematik biçimde çözümlenmesinde Braun ve Clarke'ın (2006) tematik analiz yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma alan yazınında, fenomenolojik çerçeve içinde tematik analizin veri analiz tekniği olarak benimsenmesi yöntemsel açıdan tutarlı kabul edilmektedir (Finlay, 2014; Smith,

Flowers & Larkin, 2009). Bu yaklaşım, rehberlerin deneyimlerindeki anlam örüntülerinin hem bireysel hem de kolektif düzeyde kavranmasına olanak tanımaktadır. Araştırma, İstanbul Tarihi Yarımada gibi özgün bir destinasyona odaklanarak genel teorileri yerel dinamiklerle bütünleştirmeyi amaçlamaktadır.

### Araştırmanın Örneklemi

Örneklem, amaçlı örnekleme tekniğiyle belirlenmiştir; bu teknik, araştırma sorusuna en uygun bireyleri seçmeyi mümkün kılmaktadır (Patton, 2015). Çalışmaya, İstanbul Tarihi Yarımada'da (Sultanahmet, Ayasofya ve Topkapı Sarayı gibi bölgelerde) paket turlara hizmet eden 15 tur rehberi dahil edilmiştir. Katılımcılar, TURSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) üyesi ve çeşitli yaş/cinsiyet gruplarından seçilmiştir. Bu kriterler, çeşitliliği artırırken, sürdürülebilirlik ve sorun ilişkisini zengin bir perspektiften yansıtmayı hedeflemiştir. Örneklem boyutu, nitel araştırmalarda veri doygunluğuna ulaşmak için yeterli görülmüş olup (Guest vd., 2006), 15 görüşmeyle tematik tekrarlar gözlemlenmiştir.

### Çalışma Grubu

Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılmıştır (Patton, 2015). Bu strateji, araştırma konusuyla ilgili farklı perspektifleri yakalamak amacıyla çeşitli özelliklere sahip katılımcıların seçilmesini içermektedir. Örneklem, İstanbul Tarihi Yarımada'da paket tur deneyimi olan 15 profesyonel turist rehberinden oluşmaktadır.

Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1.** Katılımcı Profilleri

| Kod | Yaş | Cinsiyet | Tecrübe | Çalışma Şekli  |
|-----|-----|----------|---------|----------------|
| K1  | 26  | Erkek    | 2 yıl   | Serbest        |
| K2  | 31  | Kadın    | 5 yıl   | Acentaya Bağlı |
| K3  | 35  | Erkek    | 8 yıl   | Serbest        |
| K4  | 42  | Kadın    | 14 yıl  | Serbest        |
| K5  | 38  | Erkek    | 10 yıl  | Acentaya Bağlı |
| K6  | 52  | Erkek    | 24 yıl  | Serbest        |
| K7  | 29  | Kadın    | 4 yıl   | Acentaya Bağlı |
| K8  | 45  | Erkek    | 18 yıl  | Serbest        |
| K9  | 58  | Erkek    | 30 yıl  | Yarı Emekli    |
| K10 | 33  | Kadın    | 7 yıl   | Serbest        |
| K11 | 24  | Kadın    | 1 yıl   | Acentaya Bağlı |

| Kod | Yaş | Cinsiyet | Tecrübe | Çalışma Şekli  |
|-----|-----|----------|---------|----------------|
| K12 | 40  | Erkek    | 12 yıl  | Serbest        |
| K13 | 48  | Kadın    | 20 yıl  | Serbest        |
| K14 | 36  | Erkek    | 6 yıl   | Acentaya Bağlı |
| K15 | 55  | Kadın    | 28 yıl  | Yarı Emekli    |

Katılımcıların yaş ortalaması 39,5 (aralık: 24-58), mesleki tecrübe ortalaması 12,6 yıl (aralık: 1-30 yıl) olarak hesaplanmıştır. Cinsiyet dağılımı 9 erkek (%60) ve 6 kadın (%40) şeklindedir. Çalışma biçimi açısından 9 katılımcı serbest, 4 katılımcı acentaya bağlı ve 2 katılımcı yarı emekli olarak çalışmaktadır.

### Veri Toplama Aracı

Veriler yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, önceden belirlenen soruların esneklikle uygulanmasına olanak tanıyan, derinlemesine veri toplamaya elverişli bir tekniktir (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Görüşme formu 8 açık uçlu sorudan oluşmaktadır. Sorular hazırlanırken ilgili literatürden yararlanılmıştır. Rehber rollerindeki zorluklar boyutu Ballantyne vd. (2009), sürdürülebilir tutum ve zorluk ilişkisi Lee vd. (2013), pandemi sonrası dinamikler ise UNWTO (2020) çalışmalarından uyarlanmıştır.

Görüşme soruları şu şekildedir:

1. İstanbul Tarihi Yarımada'da paket turlarda rehberlik yaparken karşılaştığınız başlıca sorunlar neler? (Örnek: Stres, tükenmişlik veya operasyonel zorluklar.)
2. Bu sorunlar (örneğin, turist kalabalığı kaynaklı stres) sürdürülebilirlik uygulamalarınızı (atık azaltma, çevre eğitimi) nasıl etkiliyor? Bir örnek paylaşın.
3. Paket turlarda sürdürülebilirlik çabaları (yerel topluluk desteği, ekoturizm) sizin karşılaştığınız sorunları (iş yükü) artırıyor mu, yoksa azaltıyor mu? Neden?
4. Tarihi Yarımada gibi yoğun destinasyonlarda, rehber sorunlarının sürdürülebilir turizmi engellediğini düşünüyor musunuz? Nasıl?
5. Sorunlarınızı çözmek için hangi stratejileri kullanıyorsunuz ve bunlar sürdürülebilirliği nasıl iyileştiriyor?
6. Pandemi sonrası paket turlarda sürdürülebilirlik ve rehber sorunları arasındaki ilişki değişti mi?

7. Rehberlik mesleğinde, sorunlar ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi geliştirmek için önerileriniz neler?
8. Ekleme istediğiniz başka bir şey var mı?

### Veri Toplama Süreci

Görüşmeler 2026 yılında gerçekleştirilmiştir. Her görüşme ortalama 45 dakika sürmüştür. Görüşmeler katılımcıların tercihiyle yüz yüze veya çevrimiçi ortamda yapılmıştır. Tüm görüşmeler katılımcı onayı ile ses kaydına alınmış ve ardından yazıya dökülmüştür.

### Veri Analizi

Toplanan veriler Braun ve Clarke (2006) tarafından geliştirilen altı aşamalı tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu yöntem nitel verilerdeki anlam örüntülerini sistematik olarak tanımlamak, analiz etmek ve raporlamak için kullanılmaktadır.

Analiz aşamaları şu şekilde uygulanmıştır:

Aşama 1- Veriye aşinalık: Görüşme kayıtları deşifre edilmiş ve araştırmacı tarafından birden fazla kez okunarak veriye aşinalık sağlanmıştır.

Aşama 2- Başlangıç kodları: Katılımcıların ifadelerinden anlamlı veri birimleri çıkarılarak başlangıç kodları oluşturulmuştur.

Aşama 3- Tema arama: Benzer kodlar bir araya getirilerek potansiyel temalar belirlenmiştir.

Aşama 4- Temaları gözden geçirme: Oluşturulan temaların hem kodlarla hem de tüm veri setiyle tutarlılığı kontrol edilmiştir.

Aşama 5- Temaları tanımlama: Her tema için net tanımlar yapılmış ve temalar isimlendirilmiştir.

Aşama 6- Raporlama: Bulgular akademik formatta raporlanmıştır.

Analiz sürecinde tümevarımsal yaklaşım benimsenmiş olup temalar doğrudan veriden türetilmiştir. Kodlama sürecinin şeffaflığını artırmak amacıyla, ham ifadelerden kod oluşturulmasına ve kodlardan temalara geçilmesine ilişkin örnek bir dönüşüm süreci aşağıda sunulmuştur: K8 katılımcısının “Sesimi korumak için minimum konuşuyorum. Çevre eğitimi lüks oldu benim için” ifadesinden önce “ses sağlığı sorunu” ve “sürdürülebilirlik mesajı verememe” kodları oluşturulmuş;

bu kodlar “Kapasite Tükenmesi” kategorisi altında “Sorun–Sürdürülebilirlik Etkileşimi” temasına dahil edilmiştir. Analiz sonucunda 4 ana tema, 16 kategori, 45 alt kategori ve 186 kod belirlenmiştir.

**Tablo 2.** Kod-Tema Dönüşüm Tablosu

| Tema                               | Kategori                | Kod                           | Kod Tanımı                                                                          |
|------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Rehber Sorunları                   | Bireysel Sorunlar       | Fiziksel Tükenmişlik          | Uzun süreli ayakta çalışma ve yoğun tempo nedeniyle ortaya çıkan fiziksel yorgunluk |
|                                    |                         | Mental Yıpranma               | Sürekli stres, motivasyon kaybı ve psikolojik baskı                                 |
|                                    |                         | Mesleki Değersizlik           | Rehberliğin küçümsenmesi veya görünmez emek algısı                                  |
|                                    | Operasyonel Sorunlar    | Zaman Baskısı                 | Sıkışık tur programları nedeniyle anlatım süresinin kısılması                       |
|                                    |                         | Kalabalık Yoğunluğu           | Destinasyon kapasite aşımı nedeniyle anlatım zorluğu                                |
|                                    |                         | Organizasyonel Aksaklık       | Acenta, müze, ulaşım kaynaklı koordinasyon sorunları                                |
|                                    | Ekonomik Sorunlar       | Gelir Güvencesizliği          | Sezonluk ve düzensiz gelir yapısı                                                   |
|                                    |                         | Pandemi Sonrası Gelir Kaybı   | Turizm daralmasına bağlı ekonomik baskı                                             |
|                                    | Sistemik Sorunlar       | Politika Eksikliği            | Sürdürülebilirlik politikalarının sahaya yansımaması                                |
|                                    |                         | Karar Sürecine Dahil Edilmeme | Rehberlerin planlama süreçlerinde yer almaması                                      |
| Sorun–Sürdürülebilirlik Etkileşimi | Engelleme Mekanizmaları | Kapasite Tükenmesi            | Enerji ve motivasyon düşüşü nedeniyle sürdürülebilirlik mesajı aktaramama           |
|                                    |                         | Öncelik Kayması               | Operasyonel sorunların sürdürülebilirliğin önüne geçmesi                            |
|                                    |                         | Değer Erozyonu                | Kültürel ve çevresel anlatının zayıflaması                                          |
|                                    | Sonuçlar                | İletişim Kopukluğu            | Turist ilgisizliği veya geri bildirim korkusu                                       |
|                                    |                         | Mesaj Verilememesi            | Çevresel/kültürel farkındalık mesajlarının iletilmemesi                             |
|                                    |                         | Turist Bilinç Eksikliği       | Davranış değişimi oluşmaması                                                        |
|                                    |                         | Destinasyon Tahribatı         | Fiziksel ve kültürel aşınma                                                         |

|                         |                       |                           |                                                                                                    |
|-------------------------|-----------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Başa Çıkma Stratejileri | İletişim Stratejileri | Mizah Kullanımı           | Çevre mesajlarını mizahi dil ile iletme                                                            |
|                         |                       | Hikâyeleştirme            | Tarihsel bağlam üzerinden sürdürülebilirlik anlatımı                                               |
|                         |                       | Kısa Sloganlar            | Hatırlanabilir ifadelerle farkındalık yaratma                                                      |
|                         | Sosyal Stratejiler    | Yerel İşbirliği           | Esnaf ve yerel aktörlerle koordinasyon                                                             |
|                         |                       | Meslektaş Dayanışması     | Rehberler arası deneyim paylaşımı                                                                  |
| Dönüşüm Vizyonu         | Kavramsal Katkı       | Rehber Sürdürülebilirliği | Rehberin mesleki ve psikolojik sürdürülebilirliğinin turizm sürdürülebilirliğinin ön koşulu olması |
|                         |                       | Kısır Döngü Modeli        | Sorun-sürdürülebilirlik ilişkisinin döngüsel yapısı                                                |
|                         | Yapısal Öneriler      | Mental Sağlık Desteği     | Rehberlere psikolojik destek mekanizmaları                                                         |
|                         |                       | Ekonomik Güvence          | Gelir istikrarı ve sosyal güvence düzenlemeleri                                                    |

### Geçerlilik ve Güvenirlilik

Araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla Lincoln ve Guba'nın (1985) nitel araştırma güvenilirlik kriterleri temel alınmış; aşağıda açıklanan stratejiler uygulanmıştır.

**İnandırıcılık (credibility):** Maksimum çeşitlilik örnekleme yoluyla farklı yaş, cinsiyet, deneyim düzeyi ve çalışma biçimine sahip katılımcılar dahil edilmiştir. Bulgular, katılımcı ifadelerinden yapılan doğrudan alıntılarla desteklenmiştir. Analiz sürecinde olumsuz vaka analizi uygulanmış; temalarla örtüşmeyen ifadeler incelenmiş ve yorumlar buna göre gözden geçirilmiştir.

**Aktarılabilirlik (transferability):** Katılımcı demografik özellikleri (Tablo 1), araştırma bağlamı (İstanbul Tarihi Yarımada), veri toplama süreci ve analiz adımları ayrıntılı biçimde betimlenmiştir. Bu yoğun betimleme, okuyucuların bulguların kendi bağlamlarına uygunluğunu değerlendirmesine olanak tanımaktadır.

**Tutarlılık (dependability):** Analiz süreci şeffaf biçimde raporlanmış; kodlama kararlarına ilişkin denetim izi oluşturulmuştur. Başlangıç kodları, kategoriler ve temalar arasındaki ilişkiler kod-tema dönüşüm tablosunda belgelenmiştir.

**Doğrulanabilirlik (confirmability):** Bulgular araştırmacı yorumundan bağımsız olarak katılımcı ifadelerine dayandırılmış; doğrudan alıntılarının temaları desteklemesi yoluyla yorum önyargısı sınırlandırılmıştır.

Veri doyumu: 15. katılımcıdan itibaren yeni tema veya kodların ortaya çıkmadığı, mevcut bulguların tekrarlandığı gözlemlenmiştir. Bu durum 15 katılımcı ile veri doyumuna ulaşıldığını göstermektedir (Guest vd., 2006).

### Etik Hususlar

Bu araştırma, İstanbul Üniversitesi ile İ.Ü. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu tarafından 30.03.26 tarihinde 3964370 karar numarası ile onaylanmıştır. Araştırma sürecinde etik ilkelere titizlikle uyulmuştur. Görüşmeler öncesinde tüm katılımcılara araştırmanın amacı, kapsamı ve süreçlerine ilişkin ayrıntılı bilgi verilmiş; yazılı bilgilendirilmiş onam formu imzalatılmıştır. Katılımcılara araştırmaya katılımın tamamen gönüllülük esasına dayandığı, herhangi bir aşamada çekilebilecekleri ve bu kararın herhangi bir yaptırımla sonuçlanmayacağı açıklanmıştır. Kimlik gizliliğini korumak amacıyla katılımcı adları yerine K1-K15 kodları kullanılmış; ses kayıtları ve deşifre dosyaları yalnızca araştırmacılar tarafından erişilebilen güvenli ortamlarda saklanmıştır.

## BULGULAR

Araştırma sonucunda dört ana tema belirlenmiştir: (1) Rehberlerin yaşadığı sorunlar, (2) Sorun-sürdürülebilirlik etkileşimi, (3) Başa çıkma stratejileri ve (4) Dönüşüm ve geleceğe bakış. Tematik yapının genel görünümü Tablo 2’de sunulmuştur.

**Tablo 2.** Tematik Yapı Özeti

| Tema                                       | Kategori | Alt Kategori | Kod |
|--------------------------------------------|----------|--------------|-----|
| Tema 1: Rehber Sorunları                   | 5        | 12           | 53  |
| Tema 2: Sorun-Sürdürülebilirlik Etkileşimi | 3        | 11           | 42  |
| Tema 3: Başa Çıkma Stratejileri            | 5        | 10           | 45  |
| Tema 4: Dönüşüm ve Gelecek                 | 3        | 12           | 46  |
| Toplam                                     | 16       | 45           | 186 |

### Tema 1. Rehberlerin Yaşadığı Sorunlar

Araştırma bulguları, turist rehberlerinin çok boyutlu sorunlarla karşı karşıya olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sorunlar beş kategoride sınıflandırılmıştır: bireysel, operasyonel, ekonomik, sistemik ve sosyal düzey sorunlar. Tema 1’e ilişkin kategori ve kodlar Tablo 3’te özetlenmiştir.

**Tablo 3.** Tema 1 Kategori ve Kod Dağılımı

| Kategori             | Alt Kategori                              | Kod Sayısı | f  |
|----------------------|-------------------------------------------|------------|----|
| Bireysel Sorunlar    | Fiziksel, Psikolojik, Kimlik, Kadına Özgü | 18         | 47 |
| Operasyonel Sorunlar | Zaman, Lojistik, Destinasyon              | 12         | 24 |
| Ekonomik Sorunlar    | -                                         | 6          | 15 |
| Sistemik Sorunlar    | Acenta, Sektörel                          | 9          | 18 |
| Sosyal Sorunlar      | Turist İlişkili, Cinsiyete Dayalı         | 8          | 14 |

**Bireysel Düzey Sorunlar;** Bireysel düzeyde en sık vurgulanan sorunlar stres, fiziksel yorgunluk ve tükenmişlik olarak belirlenmiştir. Psikolojik sorunlar arasında stres (f=12) en yüksek frekansa sahiptir. Bir katılımcı bu durumu şöyle ifade etmiştir:

*“Stres seviyem çok yüksek, akşamları uyuyamıyorum bazen.” (K2)*

Fiziksel sorunlar da önemli bir alt tema olarak ortaya çıkmıştır. Ses sağlığı sorunları, kas-iskelet problemleri ve genel yorgunluk sıklıkla dile getirilmiştir:

*“Ses tellerimde nodül çıktı geçen yıl. Mesleki hastalık sayılmalı bu.” (K8)*

*“40 yaşındayım ama dizlerim 60 yaşında gibi. Doktor ‘bu tempoda devam edersen 50’inde yürüyemezsin’ dedi.” (K12)*

Tükenmişlik ve motivasyon kaybı deneyimli rehberlerde belirgin şekilde görülmektedir:

*“Sezon ortasında kendimi robot gibi hissediyorum.” (K3)*

*“Anlattıklarınız mekanikleşiyor, heyecan kayboluyor.” (K9)*

Mental sağlık sorunları önemli ancak gizli tutulan bir sorun olarak tespit edilmiştir:

*“6 yıldır antidepresan kullanıyorum. Doktor ‘iş değiştir’ diyor ama başka ne yapacağımı bilmiyorum.” (K14)*

Kadın rehberlere özgü sorunlar araştırmanın dikkat çekici bulgularından birini oluşturmaktadır. Menopoz, yaş ayrımcılığı ve çifte yük (ev ve iş) kadın katılımcılar tarafından vurgulanmıştır:

*“Menopoz dönemindeyim. Sıcak basması yaşıyorum, 35 derecede ter içinde kalıyorum. Ama bunları kimseye söyleyemiyorum çünkü ‘zayıf’ görünmek istemiyorum.” (K13)*

### Operasyonel Düzey Sorunlar

Operasyonel sorunlar arasında zaman baskısı (f=10) ve destinasyon kaynaklı kalabalık (f=7) en sık tekrarlanan kodlardır. Sıkıştırılmış programlar rehberlerin kaliteli anlatım yapmasını engellemektedir:

*“Ayasofya, Sultanahmet, Topkapı, Kapalıçarşı... Bunların hepsini 6 saate sığdırmamı istiyorlar. Düzgün bir şey anlatamadan koşturuyoruz.” (K1)*

Tarihi Yarımada’daki aşırı kalabalık önemli bir stres kaynağı olarak belirlenmiştir:

*“Ayasofya önünde 10 tane grup aynı anda birbirine giriyor. Mikrofon sesleri karışıyor. Kalite düştü, turizm sanayileşti.” (K6)*

**Ekonomik Sorunlar;** Ekonomik sorunlar arasında gelir belirsizliği (f=9) ve düşük ücret (f=6) öne çıkmaktadır. Özellikle genç ve yeni başlayan rehberler ekonomik kırlanlık yaşamaktadır:

*“Ben en düşük ücreti alıyorum. Aileme hâlâ bağımlıyım ekonomik olarak. Bu da ayrı bir stres kaynağı.” (K11)*

*“14 yıldır çalışıyorum ama emeklilik planım yok. Sağlık sigortam kesintili. Yarın ne olacak bilmiyorum.” (K4)*

**Sistemik Sorunlar;** Sistemik düzeyde acenta baskısı ve sektörel sorunlar belirleyici rol oynamaktadır. Ticari baskı ve özerklik kısıtlaması en sık vurgulanan kodlardır:

*“Acenta beni deri mağazasına götürmem için zorluyor. Ben kültür anlatmak istiyorum ama ticari kaygılar ön plana çıkıyor.” (K5)*

Politika süreçlerinden dışlanma da katılımcılar tarafından eleştirilmiştir:

*“Sürdürülebilir turizm planları yapılıyor, UNESCO raporları yazılıyor ama biz saha aktörleri olarak dahil edilmiyoruz.” (K4)*

**Sosyal ve İlişkisel Sorunlar;** Grup yönetimi güçlüğü ve cinsiyete dayalı saygısızlık sosyal düzeydeki temel sorunlardır. Kadın ve genç rehberler ek zorluklarla karşılaşmaktadır:

*“Hem yaşıma küçük hem kadınum hem de tecrübesizim. Üç dezavantaj bir arada. Turistler bana bazen çocuk muamelesi yapıyor.” (K11)*

İş-yaşam dengesi özellikle aile sahibi rehberler için ciddi bir sorun oluşturmaktadır:

*“İki çocuğum var. Onların okul törenlerini, doğum günlerini kaçırıyorum çünkü sezon döneminde izin almak imkansız. Eşimle ilişkim geriliyor.” (K12)*

## **Tema 2. Sorun-Sürdürülebilirlik Etkileşimi**

Araştırmanın odak noktasını oluşturan bu tema, rehber sorunları ile sürdürülebilirlik uygulamaları arasındaki karmaşık ilişkiyi ortaya koymaktadır. Üç ana kategori belirlenmiştir: engelleme mekanizmaları, iş yükü etkisi ve pandemi sonrası dinamikler. Tema 2'ye ilişkin yapı Tablo 4'te sunulmuştur.

**Tablo 4.** Tema 2 Kategori ve Kod Dağılımı

| Kategori                   | Alt Kategori                                  | Kod Sayısı | f  |
|----------------------------|-----------------------------------------------|------------|----|
| Engelleme Mekanizmaları    | Kapasite, Öncelik, Değer, İletişim            | 16         | 38 |
| İş Yükü Etkisi             | Artırıcı, Azaltıcı, Koşullu                   | 12         | 26 |
| Pandemi Sonrası Dinamikler | Gerilimler, Fırsatlar, Kayıp, Cinsiyet/ Nesil | 14         | 31 |

**Engelleme Mekanizmaları;** Araştırma bulguları, rehber sorunlarının sürdürülebilirlik uygulamalarını dört temel mekanizma aracılığıyla engellediğini ortaya koymaktadır: kapasite tükenmesi, öncelik kayması, değer erozyonu ve iletişim kopukluğu.

**Kapasite Tükenmesi;** Kapasite tükenmesi en sık vurgulanan engelleme mekanizmasıdır (f=11). Zaman, enerji, duygusal ve fiziksel kapasite yetersizliği sürdürülebilirlik mesajlarının verilmesini doğrudan engellemektedir. Katılımcılar bu durumu çarpıcı ifadelerle dile getirmiştir:

*“Duygusal emek o kadar yorucu ki, çevresel duyarlılık için enerji kalmıyor. Önce kendi ruhsal sürdürülebilirliği sağlamam lazım.” (K7)*

*“Sesimi korumak için minimum konuşuyorum. Çevre eğitimi lüks oldu benim için. Sadece zorunlu bilgileri aktarıyorum. Sürdürülebilirlik mesajları ‘zorunlu’ kategorisinde değil maalesef.” (K8)*

Fiziksel kapasite tükenmesi özellikle yaşlı ve sağlık sorunu yaşayan rehberlerde belirgindir:

*“Fiziksel sorunlarım nedeniyle daha az tur alıyorum. Daha az turist eğitiyorum. Sağlıklı bir rehber 200 tur yapsa, ben 120 yapıyorum. 80 tur kadar turist sürdürülebilirlik mesajını almıyor.” (K8)*

Eğitim kapasitesi yetersizliği genç rehberlerde görülen bir alt temadır:

*“Sürdürülebilirlik konusunda eğitimim yetersiz. Rehberlik kursunda bir iki ders gördük ama pratikte nasıl uygulayacağımı bilmiyorum. ‘Çöp atmayın’ demekten öteye gidemiyorum.” (K11)*

**Öncelik Kayması;** Öncelik kayması mekanizması, rehberlerin temel ihtiyaçlarını karşılama çabasının sürdürülebilirlik çabalarını geri plana ittiğini göstermektedir (f=9). Katılımcılar bu durumu Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi ile ilişkilendirmiştir:

*“Maslow’un piramidinde en alttayım, tepedeki değerlere ulaşamıyorum. Ben temel ihtiyaçlarımı karşılamaya çalışıyorum. Sürdürülebilirlik için ekstra çaba göstermemi beklemek haksızlık.” (K11)*

Ekonomik öncelik de sürdürülebilirliği engelleyen önemli bir faktördür:

*“Önce ekonomiyi kurtaralım, sonra çevreyi düşünüyoruz mantığı hakim. Sürdürülebilirlik ikinci plana atıldı.” (K2)*

*“Parasını alamadığım emeği neden harcamayım? Bu soru etik mi? Değil belki. Ama gerçekçi. Rehberlerin ekonomik sürdürülebilirliği sağlanmadan, çevresel sürdürülebilirlik beklentisi havada kalıyor.” (K4)*

Aile önceliği orta yaş grubundaki rehberlerde belirgin bir alt temadır:

*“Ailem için bile zaman bulamıyorum, sürdürülebilirlik için nasıl zaman bulayım?” (K12)*

**Değer Erozyonu;** Değer erozyonu, stres ve baskı altında rehberlerin kendi değerlerinden ödün vermesini ifade etmektedir (f=5). Bu mekanizma özellikle etik açıdan dikkat çekicidir:

*“Stres altındayken değerlerimizden ödün veriyoruz. Bir turist Topkapı’da yasak olan yere girmeye çalıştığında, ben bunu engelleyecek psikolojik güçte olmayabili-*

yorum. ‘Ne olacak, bir kere...’ diyorum. Bu küçük tavizler birikiyor ve sürdürülebilirlik erozyona uğruyor.” (K2)

Görmezden gelme davranışı somut örneklerle desteklenmiştir:

“Bir turist plastik şişesini yere attı. Ben gördüm ama hiçbir şey diyemedim. Neden? Çünkü kafam başka yerdeydi, ‘acaba bu turist beni acentaya şikayet eder mi?’ diye düşünüyordum.” (K11)

Sahicilik kaybı deneyimli rehberlerde görülen bir uzun vadeli sonuçtur:

“Eskiden inançla anlatıyordum, şimdi rutin olarak söylüyorum. Kelimeler aynı ama içindeki enerji yok. Turistler de bunu hissediyor muhtemelen. Sahicilik kayboldu. Sürdürülebilirlik mesajı sahici değilse, karşı tarafta da etki bırakmıyor.” (K15)

**İletişim Kopukluğu;** İletişim kopukluğu, sürdürülebilirlik mesajlarının kalitesinin düşmesini ve tutarsızlık algısının oluşmasını içermektedir (f=6):

“45 kişilik bir grubu yönetirken, ‘lütfen tarihi eserlere dokunmayın, çöp atmayın, yerel kültüre saygı gösterin’ demek yerine sadece ‘lütfen beni takip edin, kaybolmayın’ diyorum. Mesaj basitleşiyor.” (K2)

“‘Yavaşla, tadını çıkar, çevreyi koru’ mesajını ben nasıl vereyim, kendim koşturup dururken? Tutarsızlık oluşuyor. Sürdürülebilirlik mesajı inandırıcı olmuyor.” (K5)

Duygusal bağ kurulamaması mesajın etkisini azaltmaktadır:

“Robotik bir anlatım yapıyorum: ‘Bu Sultanahmet Camii, 1616’da yapıldı, 6 minaresi var.’ Bitti. Neden önemli olduğunu, neden korunması gerektiğini anlatmıyorum çünkü o duyguyu hissetmiyorum.” (K7)

**Sürdürülebilirliğin İş Yüküne Etkisi;** Sürdürülebilirlik çabalarının iş yüküne etkisi zamana ve koşullara bağlı olarak farklılık göstermektedir. Üç alt tema belirlenmiştir: kısa vadeli artırıcı etki, uzun vadeli azaltıcı etki ve koşullu faktörlerdir.

**Kısa Vadeli Artırıcı Etki;** Katılımcıların çoğunluğu (f=9) sürdürülebilirlik çabalarının kısa vadede iş yükünü artırdığını belirtmiştir:

“Sürdürülebilirlik çabası demek, mevcut sisteme karşı yüzmek demek. Bu da ekstra iş yükü ve stres yaratıyor. Sistem değişmeden bireysel çabalar sadece yük oluyor.” (K3)

*“Tecrübem olmadan sürdürülebilirlik yapmaya çalışmak riskli. İyi niyetim sorun yarattı. Yerel esnafa götürdüm, beklettik, program aksadı, acenta kızdı.” (K11)*

**Risk algısı önemli bir engeldir:** *“Sürdürülebilirlik girişimi sağlığını bozdu. Her şey ters gitti, panik atak geçirdim neredeyse. Antidepresanımı artırmak zorunda kaldım.” (K14)*

**Uzun Vadeli Azaltıcı Etki;** Deneyimli rehberler sürdürülebilirlik çabalarının uzun vadede iş yükünü azalttığını ifade etmiştir (f=7):

*“Ağ kurulunca sürdürülebilirlik rutinin parçası oluyor. 14 yılda güvendiğim bir yerel restoran ağı var. Onlar beni tanıyor, ben onları tanıyorum. Sorun çıkmıyor.” (K4)*

*“Sürdürülebilir turlar genelde daha yüksek ücretli turistleri çekiyor. Onlar daha az sorun çıkartıyor, daha anlayışlı. Bu da dolaylı olarak iş yükümü azaltıyor.” (K4)*

**Koşullu Faktörler;** İş yükü etkisi tecrübe, kurulu ağ ve ekonomik güç faktörlerine bağlı olarak değişmektedir:

*“Bu lükse ulaşmak 25 yılımı aldı. Genç meslektaşlarım bu lükse sahip değil. Onlar için sürdürülebilirlik sadece ekstra yük.” (K15)*

Tecrübe-strateji ilişkisi belirleyici bir faktördür. Yeni başlayanlar için sürdürülebilirlik ek yük oluştururken, deneyimliler için rutinin parçası haline gelmektedir.

**Pandemi Sonrası Dinamikler;** Pandemi, sorun-sürdürülebilirlik ilişkisini önemli ölçüde etkilemiştir. Dört alt tema belirlenmiştir: yoğunlaşan gerilimler, ortaya çıkan fırsatlar, kaçırılan fırsat algısı ve cinsiyetli/nesil etkileri.

**Yoğunlaşan Gerilimler;** Pandemi sonrası ekonomik baskı yoğunlaşmış ve “telafi modu” ortaya çıkmıştır (f=8):

*“Sektör o kadar zarar gördü ki, şimdi ‘kayıpları telafi edelim’ modundayız. Acentalar daha fazla turist, daha fazla tur, daha fazla gelir istiyor. Sürdürülebilirlik ikinci plana atıldı.” (K2)*

*“Pandemi döneminde kurduğum dengeyi kaybettim. Şimdi ‘kayıpları telafi’ modundayım. Daha fazla tur, daha uzun saatler, daha az aile zamanı... İş-yaşam dengesi pandemi öncesinden bile kötü.” (K12)*

**Hijyen ve sürdürülebilirlik arasında çatışma ortaya çıkmıştır (f=6):** “Pandemi hijyeni, çevre kirliliğine dönüştü. Tek kullanımlık maske, eldiven, dezenfektan şişesi... Bunlar plastik atık demek.” (K1)

Mental sağlık üzerindeki pandemi etkisi kalıcı hasar bırakmıştır:

“Pandemi bitmedi benim için, ilaç kullanmaya devam ediyorum. Döngüsel bir tuzak: Pandemi mental sağlığı bozdu, bozuk mental sağlıkla çalışmak daha zor.” (K14)

**Ortaya Çıkan Fırsatlar;** Pandemi bazı olumlu değişimlere de zemin hazırlamıştır (f=6):

“Küçük gruplar daha normal karşılanıyor artık. 20-25 kişi bile ‘büyük grup’ sayılıyor. Bu benim için iyi.” (K1)

“Sağlık ve çevre bağlantısı daha görünür oldu. Turistlere ‘temiz çevre sağlıklı yaşam demek’ mesajı verince daha çok dinliyorlar.” (K7)

Pandemi dönemindeki doğa yenilenmesi eğitim aracı olarak kullanılmaktadır:

“İki yıl boyunca ‘turizmsiz’ bir Tarihi Yarımada gördük. Ben pandemi sonrası ilk turlarımda turistlere bunu anlattım: ‘Bakın, bir yıl önce burası böyleydi.’ Bu canlı bir sürdürülebilirlik dersi oldu.” (K8)

**Kaçırılan Fırsat Algısı;** Katılımcıların önemli bir bölümü pandemi döneminin bir dönüşüm fırsatı olarak kaçırıldığını düşünmektedir (f=8):

“Pandemi bir fırsattı, o fırsatı kaçırdık. Herkes ‘turizm yeniden yapılanmalı, sürdürülebilir olmalı’ dedi. Ne oldu? Pandemi biter bitmez eski sisteme geri döndük. Hatta daha agresif bir şekilde.” (K9)

“Pandemi bir ders olmalıydı. O dersi almadık. Bir sonraki krize hazır değiliz. Ve bir sonraki kriz gelecek, iklim krizi kapıda.” (K15)

**Cinsiyetli ve Nesil Etkileri;** Pandemi kadın rehberler ve yeni başlayanlar üzerinde orantısız etki yaratmıştır:

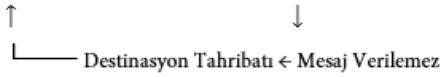
“Pandemi, kadın rehberler için özellikle yıkıcı oldu. Evde kaldık, ev işi, çocuk bakımı, online eğitim yönetimi... Hepsi bize yüklendi. Erkek meslektaşlarım online içerik üretti, ben mutfakta çocuklara yemek yapıyordum.” (K13)

*“Pandemi döneminde işe giren rehberler olarak biz ‘kayıp nesil’ gibiyiz. Staj yapamadık, tecrübe edinemedik. Şimdi deneyimli meslektaşlarla rekabet ediyoruz ama onların pandemi öncesi kazandığı tecrübe bizde yok.” (K11)*

**Kısır Döngü Mekanizması;** Bulgular, sorun-sürdürülebilirlik ilişkisinin kısır döngü şeklinde işlediğini ortaya koymaktadır. Bu döngü Şekil 1’de gösterilmiştir.

### Şekil 1. Sorun-Sürdürülebilirlik Kısır Döngüsü

Sürdürülemez Sistem → Rehber Sorunları → Engelleme Mekanizmaları



Bir katılımcı bu döngüyü şöyle özetlemiştir:

*“Sistem bizi yıpratıyor, biz yıpranınca mesajı veremiyoruz, mesaj verilmeyince turist bilinçlenmiyor, bilinçsiz turist destinasyonu tahrip ediyor, tahrip olan destinasyonda çalışmak daha zor oluyor, biz daha çok yıpranıyoruz... Biz hem kurban hem de istemeden suç ortağı oluyoruz.” (K15)*

### Tema 3: Başa Çıkma Stratejileri

Katılımcılar yaşadıkları sorunlarla başa çıkmak ve sürdürülebilirlik uygulamalarını hayata geçirmek için çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Bu stratejiler beş kategoride sınıflandırılmıştır: bireysel, operasyonel, ilişkisel, ekonomik ve kolektif stratejiler. Stratejilerin tecrübe düzeyine göre farklılaştığı tespit edilmiştir (Tablo 5).

**Tablo 5.** Tecrübeye Göre Strateji Tercihleri

| Tecrübe   | Baskın Stratejiler                       | Katılımcılar     |
|-----------|------------------------------------------|------------------|
| 0-5 yıl   | Öğrenme, sosyal medya, mentorluk alma    | K1, K7, K11      |
| 6-10 yıl  | Teknoloji, ağ kurma, profesyonel destek  | K3, K5, K10, K14 |
| 11-20 yıl | Seçicilik, yerel ağ, fiziksel bakım      | K4, K8, K12, K13 |
| 20+ yıl   | Mentorluk verme, politika, miras bırakma | K6, K9, K15      |

**Bireysel Stratejiler;** Bireysel stratejiler öz-gelişim, öz-bakım ve sınır koyma alt temalarını içermektedir. Öz-bakım stratejileri arasında psikolojik destek alma öne çıkmaktadır:

*“Bir terapistte gidiyorum, iş stresini konuşuyoruz. Duygusal dayanıklılığım arttı. Duygusal olarak sağlam olunca, turistlere gerçek bir bağ kurabiliyorum.” (K7)*

Sınır koyma stratejisi özellikle deneyimli rehberlerde belirgindir:

*“Günde bir tur, maksimum 15 kişi. Bu koşulları sağlamayan işleri almıyorum. Fiziksel sağlığımı koruyorum, dolayısıyla sürdürülebilirlik için enerji kalıyor.” (K6)*

Yeni başlayanlar ise dijital öğrenme stratejilerine yönelmektedir:

*“Sosyal medyada deneyimli rehberleri takip ediyorum. Onların videolarını izliyorum. Bedava eğitim gibi. Şu an tohum ekiyorum, hasat ileride.” (K11)*

**Operasyonel Stratejiler;** Teknoloji kullanımı ve tur tasarımı değişiklikleri operasyonel stratejilerin temelini oluşturmaktadır:

*“Dinleme durakları’ ekliyorum. Turistlere 5 dakika sessizce çevreyi gözlemleme zamanı veriyorum. Ben dinleniyorum, onlar da deneyimliyorlar. Sürdürülebilirlik mesajı konuşmayla değil, deneyimle geçiyor.” (K8)*

*“Alternatif rotalar geliştirdim. Küçük Ayasofya Camii, çoğu turist bilmez ama muhteşem bir yer ve kalabalık yok. Kalabalığı dağıtmak taşıma kapasitesine de katkı sağlıyor.” (K3)*

**İlişkisel Stratejiler;** Yerel paydaş ağı oluşturma ve meslektaş dayanışması sürdürülebilirlik için kritik stratejilerdir:

*“Sultanahmet’te bir aile restoranıyla 18 yıldır çalışıyorum. Onlar beni tanıyor, ben onları tanıyorum. Sorun çıkmıyor, her şey pürüzsüz. Bu ilişki iş yükümü azaltıyor.” (K13)*

Kadın dayanışma ağları hem duygusal destek hem de bilgi paylaşımı sağlamaktadır:

*“Kadın rehberler olarak gayri resmi bir ağıımız var. Ayda bir kahve içiyoruz, dertleşiyoruz. Bir meslektaşım yerel kadın kooperatifleriyle çalışıyor, bana da öğretti. Kadın dayanışması, kadın girişimcileri destekleme... Bu da sürdürülebilirliğin sosyal boyutu.” (K13)*

**Ekonomik ve Kolektif Stratejiler;** Premium fiyatlandırma ve acenta dışı pazarlama ekonomik bağımsızlık stratejileridir:

*“Premium Eco Tour’ diye pazarlıyorum. Bunun için para ödemeye hazır bir turist segmenti var. Hem kazancım artıyor hem de sürdürülebilirlik misyonumu yerine getiriyorum.” (K4)*

Kolektif stratejiler ise deneyimli rehberlerin tercihidir:

*“Bireysel çabalar kum tanesi, örgütlü hareket kaya olabilir. TUREB’in sürdürülebilirlik komisyonunda çalışıyorum. Politika yapıcılara rehber perspektifini aktarmaya çalışıyorum.” (K9)*

**Stratejilerin Sürdürülebilirlik Etkisi;** Stratejilerin sürdürülebilirliğe katkısı zamana bağlı olarak değişmektedir (Tablo 6).

**Tablo 6.** Strateji Etkinlik Değerlendirmesi

| Strateji  | Kısa Vade | Uzun Vade  | Sürdürülebilirlik Katkısı    |
|-----------|-----------|------------|------------------------------|
| Öz-bakım  | Orta      | Yüksek     | Dolaylı (kapasite artışı)    |
| Yerel ağ  | Düşük     | Çok yüksek | Doğrudan (rutin entegrasyon) |
| Seçicilik | Yüksek    | Yüksek     | Doğrudan (kaliteli tur)      |
| Mentorluk | Düşük     | Çok yüksek | Doğrudan (çarpan etkisi)     |
| Teknoloji | Orta      | Orta       | Dolaylı (zaman tasarrufu)    |

#### **Tema 4. Dönüşüm ve Geleceğe Bakış**

Bu tema politika önerileri, dönüşüm vizyonu ve umut kaynaklarını içermektedir. Katılımcılar altı ana alanda politika önerisi sunmuştur (Tablo 7).

**Tablo 7.** Politika Önerileri Özeti

| Alan         | Öncelikli Öneriler                                                   | f  | Uygulayıcı      |
|--------------|----------------------------------------------------------------------|----|-----------------|
| Eğitim       | Sürdürülebilirlik zorunlu ders, mentorluk programı, dijital platform | 12 | Bakanlık, TUREB |
| Sağlık       | Mental sağlık desteği, mesleki hastalık tanınması, yıllık tarama     | 10 | TUREB, SGK      |
| Ekonomik     | Taban ücret, sosyal güvenlik, yeni rehber teşviki                    | 8  | Bakanlık        |
| Kadın Odaklı | Kadın Komisyonu, güvenli alan ağı, kariyer geçişi                    | 7  | TUREB, Belediye |
| Altyapı      | Çevre altyapısı, dinlenme alanları, taşıma kapasitesi                | 9  | Belediye        |
| Kurumsal     | Yeşil Sertifika, paydaş platformu, UNESCO iş birliği                 | 11 | Çoklu Paydaş    |

## Öncelikli Politika Önerileri

**Mental Sağlık Desteği;** Mental sağlık konusu katılımcılar tarafından en öncelikli alan olarak vurgulanmıştır:

*“Mental sağlık bu sektörün karanlık sırrı. Kaç rehberin depresyon, anksiyete, panik atak yaşadığını bilmiyoruz. Çünkü kimse söylemiyor. TUREB ücretsiz psikolojik danışmanlık sağlamalı.” (K14)*

**Mentorluk Sistemi;** Nesiller arası bilgi aktarımı için resmi mentorluk programı önerilmiştir:

*“Deneyimli rehberler emekli olunca bilgi de gidiyor. Ben 28 yıllık tecrübemi taşıyorum ama kimseye sistemli olarak aktaramıyorum. Bu bilgi hazinesi kaybolmasın.” (K15)*

**Kadın Rehberler Komisyonu;** Kadına özgü sorunların ele alınması için kurumsal yapı talep edilmiştir:

*“Hamilelik, emzirme, menopoz, güvenlik, saygısızlık... Bunlar erkek meslektaşların düşünmediği konular. Kadınlar kendi sorunlarını kendileri çözmeli. TUREB bünyesinde Kadın Rehberler Komisyonu kurulmalı.” (K13)*

**Ekonomik Güvence;** Sürdürülebilirlik için ekonomik temel gereklidir:

*“Ekonomik güvence olmadan idealizm sürdürülemez. Taban ücret belirlenmeli ve denetlenmeli. Düşük ücret, düşük kalite, düşük sürdürülebilirlik demek.” (K4)*

## Dönüşüm Vizyonu

**Rehber Sürdürülebilirliği Kavramı;** Araştırmanın en önemli kavramsal katkısı “rehber sürdürülebilirliği” kavramının ortaya çıkmasıdır:

*“Kendim sürdürülebilir olmadan, sürdürülebilir turizm yapamam.” (K10)*

*“Sürdürülebilirlik sadece çevre değil, biz rehberlerin sürdürülebilirliği de önemli. Biz tükenirsek, mesaj verecek kimse kalmaz. ‘Rehber sürdürülebilirliği’ kavramı da literatüre girmeli.” (K1)*

**Yavaş Turizm Vizyonu;** Paradigma değişikliği ihtiyacı vurgulanmıştır:

*“Tarihi Yarımada hızlı tüketim alanı olmaktan çıkmalı. ‘Tarihi Yarımada’yı 2 saatte değil, 2 günde keşfet’ mesajı verilmeli. Daha az turist, daha kaliteli deneyim.” (K15)*

**Sistemik Değişim Gerekliliği;** Bireysel çabaların yetersizliği ve sistemik değişim ihtiyacı vurgulanmıştır:

*“Bireysel çabalar kum tanesi, örgütlü hareket kaya olabilir. Sürdürülebilir turizm için sistemik değişim şart.” (K9)*

**Umut ve Direnç;** Tüm zorluklara rağmen katılımcılar meslek sevgisi ve gelecek umudu ifade etmiştir:

*“Turistin gözündeki hayranlığı gördüğümde, ‘İstanbul’u anlattığın için teşekkürler’ dendiğinde, her şeye değişiyor. Ama sevgi sömürülmemeli.” (K2)*

*“Gelecek nesillere güveniyorum. Onlar bizden daha bilinçli, daha örgütlü, daha sesli. Değişim onlarla gelecek.” (K9)*

Genç nesillere yönelik mesajlar da paylaşılmıştır:

*“Mesleği sevin ama meslek için kendinizi feda etmeyin. Ben bu dersi geç öğrendim, siz erken öğrenin.” (K15)*

## TARTIŞMA

Bu araştırma, İstanbul Tarihi Yarımada’da paket tur rehberlerinin yaşadığı sorunlar ile sürdürülebilirlik uygulamaları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bulgular, bu ilişkinin karmaşık, çok boyutlu ve dinamik bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bölümde ana bulgular ilgili literatür çerçevesinde tartışılmaktadır.

### Rehber Sorunlarının Çok Boyutlu Yapısı

Araştırma bulguları, turist rehberlerinin bireysel, operasyonel, ekonomik, sistemik ve sosyal düzeylerde sorunlarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, Ballantyne vd. (2009) tarafından ortaya konan rehber rollerinin karmaşıklığı teziyle örtüşmektedir. Ancak mevcut araştırma, literatürde yeterince ele alınmayan bazı boyutları da ortaya koymaktadır.

Bireysel düzeyde tespit edilen stres, tükenmişlik ve mental sağlık sorunları, turizm sektöründe duygusal emek literatürüyle (Hochschild, 1983) tutarlılık göstermektedir. Ancak rehberlerde mental sağlık sorunlarının yaygınlığı ve bunun sürdürülebilirlik üzerindeki etkisi yeterince araştırılmamış bir alandır. Katılımcıların ifade ettiği “mental sağlık bu sektörün karanlık sırrı” tespiti, bu konunun hem akademik hem de sektörel düzeyde daha fazla ilgi görmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Kadın rehberlere özgü sorunlar araştırmanın dikkat çekici bulgularından birini oluşturmaktadır. Menopoz, yaş ayrımcılığı ve çifte yük (ev ve iş) gibi sorunlar, feminist turizm çalışmalarıyla (Figueroa-Domecq vd., 2015) uyumlu olmakla birlikte, rehberlik mesleği özelinde yeterince incelenmemiştir. Kadın katılımcıların “bu konular tabu, kimse konuşmuyor” ifadesi, sektörde cinsiyete duyarlı politikaların eksikliğine işaret etmektedir.

Bu bulgular, Youn ve Chen’in (2024) rehberlik mesleğinde cinsiyet ve yaşın çifte dezavantaj yarattığını ortaya koyan çalışmasıyla örtüşmektedir. Söz konusu çalışma, Journal of Sustainable Tourism dergisinde yayımlanmış olup kadın ve genç rehberlerin turistler tarafından daha az saygın algılandığını ampirik olarak göstermiştir (Youn & Chen, 2024). Araştırmamızın bulguları bu örüntüyü fenomenolojik derinlikte desteklemektedir.

### Engelleme Mekanizmaları ve Teorik Katkı

Araştırmanın en önemli teorik katkısı, rehber sorunlarının sürdürülebilirliği nasıl engellediğini açıklayan dört mekanizmanın belirlenmesidir: kapasite tükenmesi, öncelik kayması, değer erozyonu ve iletişim kopukluğu.

Kapasite tükenmesi mekanizması, Karasek’in (1979) iş talepleri-kontrol modeli ile açıklanabilir. Yüksek iş talepleri ve düşük kontrol düzeyi, rehberlerin sürdürülebilirlik için gerekli kaynaklara sahip olamamasına yol açmaktadır. Bu bulgu, Lee vd. (2013) tarafından vurgulanan tutum-davranış boşluğunu somutlaştırmaktadır. Rehberler sürdürülebilirlik konusunda olumlu tutuma sahip olsalar bile, kaynak yetersizliği nedeniyle bu tutumu davranışa dönüştürememektedir.

Öncelik kayması mekanizması, Maslow’un (1943) ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisiyle uyumludur. Katılımcıların «Maslow’un piramidinde en alttayım» ifadesi, temel ihtiyaçlar karşılanmadan üst düzey değerlerin (sürdürülebilirlik gibi) önceliklendirilemeyeceğini göstermektedir. Bu bulgu, sürdürülebilir turizm politikalarının rehberlerin ekonomik ve sosyal güvencesini de kapsamaması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Değer erozyonu mekanizması, etik karar alma literatürüyle (Trevino, 1986) ilişkilendirilebilir. Stres ve baskı altında bireyler etik standartlarından sapma eğilimi göstermektedir. Rehberlerin “stres altındayken değerlerimizden ödün veriyoruz” ifadesi, bu teorik çerçeveyi desteklemektedir.

İletişim kopukluğu mekanizması, yorumlama kalitesi literatürüyle (Tilden, 1957; Ham, 2013) bağlantılıdır. Etkili yorumlama duygusal bağ ve sahiplik gerektirmektedir. Rehberler tükenmişlik yaşadığında, bu unsurlar kaybolmakta ve sürdürülebilirlik mesajı etkisini yitirmektedir.

Engelleme mekanizmalarının bütünsel etkisi, son dönem turizm literatüründe de desteklenmektedir. Öğretmenoğlu vd. (2025), Türkiye'deki kültürel miras alanlarında rehber performansının turistlerin yeşil tüketim niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğunu, bu ilişkide turistlerin öznel iyi oluşunun aracı rol oynadığını göstermiştir. Bu bulgu, kapasite tükenmesi yaşayan rehberlerin performans kalitesinin düşmesiyle sürdürülebilirlik mesajlarının iletim etkisinin de azaldığı yönündeki bulgularımızı güçlendirmektedir (Öğretmenoğlu, Çiki & Kesici Öğretmenoğlu, 2025). Benzer biçimde, Ren vd. (2024) rehberlerin "hizmet aracı" rolünden "değişim aktörü" rolüne geçiş potansiyeli taşıdığını ileri sürmüştür; ancak bu geçişin ancak mesleki ve psikolojik kaynakların yeterli olduğu koşullarda gerçekleşebildiğini vurgulamıştır.

### Kısır Döngü Modeli

Araştırma bulguları, sorun-sürdürülebilirlik ilişkisinin kısır döngü şeklinde işlediğini ortaya koymaktadır. Sürdürülemez sistem rehber sorunlarını yaratmakta, sorunlar sürdürülebilirlik mesajının verilmesini engellemekte, mesaj verilemediğinde turist bilinçlenmemekte, bilinçsiz turist davranışları destinasyonu tahrip etmekte ve bu tahribat rehberlerin iş koşullarını daha da zorlaştırmaktadır.

Bu kısır döngü modeli, sürdürülebilir turizm literatürüne özgün bir katkı sunmaktadır. Mevcut çalışmalar genellikle turistlerin veya destinasyonların sürdürülebilirliğine odaklanmakta, aracı aktörler olarak rehberlerin rolü ihmal edilmektedir. Oysa bulgular, rehberlerin "sürdürülebilirliğin ilk savunma hattı" olduğunu ve bu hattın çökmesinin tüm sistemi etkilediğini göstermektedir.

### Sürdürülebilirlik Çabalarının Çelişkili Etkisi

Araştırmalar, sürdürülebilirlik çabalarının iş yükü üzerindeki etkisinin zamanla değiştiğini göstermektedir. Kısa dönemde artırıcı, uzun dönemde ise azaltıcı bir etki gözlemlenmiştir. Bu çelişki, değişim yönetimi literatürü (Kotter, 1996) ile açıklanabilmektedir. Yenilikçi uygulamaların başlangıcında ek kaynaklara ihtiyaç duyulması, zamanla devam ettikçe iş yükünü azaltması beklenen bir süreç olarak değerlendirilmektedir.

Ancak önemli bir bulgu, bu uzun vadeli kazanıma ulaşmanın deneyim, mevcut ağ ve ekonomik güç gibi faktörlere bağlı olduğudur. Bir katılımcının belirttiği "bu lükse ulaşmak 25 yılımı aldı" ifadesi, sürdürülebilirlik uygulamalarının eşit olmayan bir biçimde dağıldığını göstermektedir. Genç ve ekonomik açıdan kırılgan rehberler için sürdürülebilirlik yalnızca ek bir yük yaratırken, deneyimli ve güvenceye sahip rehberler bu yükü bir fırsata dönüştürebilmektedir.

## Pandemi Sonrası Dinamikler

Pandemi, sorun ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi önemli ölçüde etkilemiştir. UNWTO (2020) raporunda belirtilen “daha iyi yeniden inşa” ifadesi, uygulama aşamasında karşılık bulamamıştır. Katılımcıların büyük bir kısmı, pandemi sürecinin bir dönüşüm fırsatı olarak değerlendirilemediğini düşünmektedir.

Pandemi sonrasında oluşan “telafi modu,” sürdürülebilirlik çabalarına olumsuz yönde etki etmiştir. Ekonomik kayıpları telafi etme baskısı, kısa vadeli düşünmeyi teşvik etmiş ve sürdürülebilirlik uzun vadeli bir hedef olarak göz ardı edilmiştir. Bu durum, ekonomik kriz dönemlerinde sürdürülebilirlik politikalarının nasıl korunacağına yönelik önemli soruları gündeme getirmektedir.

Pandemi ayrıca cinsiyet açısından farklı etkiler yaratmıştır. Kadın rehberlerin ev içindeki yüklerinin artması ve mesleki gerileme deneyimleri, COVID-19’un kadın iş gücü üzerindeki orantısız etkilerine dair küresel verilerle (UN Women, 2020) paralellik göstermektedir. “Kayıp nesil” terimi ise pandemi döneminde meslek hayatına giremeyen genç rehberlerin özel dezavantajlarını vurgulamaktadır.

Pandemi sonrası dönemin turizm çalışanları üzerindeki kalıcı etkileri, son dönem literatürde de giderek artan ilgi görmektedir. Agarwal vd. (2024), dört on yıllık sürdürülebilir turizm araştırmalarını sentezledikleri çalışmada, pandemi sonrası dönemde saha aktörlerinin refahını merkeze alan çalışmaların kritik bir boşluk oluşturduğunu tespit etmiştir (Agarwal vd., 2024). Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, ülkenin 2020-2023 döneminde turizm varışlarında %247’lik bir artış kaydettiği görülmektedir; bu hızlı toparlanma aşırı turizm baskısını da beraberinde getirmiş ve İstanbul ile Atina’yı Akdeniz havzasının yeni aşırı turizm odakları konumuna getirmiştir (Reframing Sustainability, 2025). Araştırmamızın katılımcılarının aktardığı “telafi modu” ve artan iş yükü bu makro dinamiğin saha yansımaları somut biçimde ortaya koymaktadır.

## Baş Çıkma Stratejileri ve Deneyim Faktörü

Katılımcıların geliştirdiği başa çıkma stratejileri, tecrübe seviyelerine göre değişiklik göstermektedir. Bu bulgu, kariyer gelişimi literatürüyle (Super, 1980) uyumluluk arz etmektedir. Yeni başlayan bireyler, hayatta kalmaya yönelik stratejiler (öğrenim, mentorluk alma) geliştirirken, deneyimli kişiler miras bırakmaya yönelik stratejilere (mentorluk verme, politika savunuculuğu) yönelmektedirler.

Kolektif stratejilerin sınırlı kullanımı dikkat çekici bir durumdur. Katılımcıların bireysel çözümlere yönetilmesi, sektördeki örgütlenme zayıflığını yansıtmaktadır. Ancak “bireysel çabalar kum tanesi, örgütlü hareket kaya olabilir” ifadesi, kolektif eylemin potansiyel gücüne dair bir farkındalık oluşturulmaktadır.

### **Rehber Sürdürülebilirliği: Yeni Bir Kavram**

Bu araştırmanın en önemli katkısı “rehber sürdürülebilirliği” kavramının tanımlanmasıdır. “Ben sürdürülebilir olmadan, sürdürülebilir turizm gerçekleştiremiyorum” söylemi, bu kavramın temelini oluşturmaktadır.

Mevcut sürdürülebilir turizm literatürü genellikle çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel sürdürülebilirlik boyutları üzerine yoğunlaşmaktadır (UNWTO, 2020). Ancak bu çalışma, aracı aktörlerin (rehberler gibi) kendi sürdürülebilirliklerinin de büyük önem taşıdığını göstermektedir. Rehberler, sürdürülebilirlik mesajının iletilicileridir; iletilici sürdürülebilir olmadığında, mesaj da sürdürülemez hale gelmektedir. Bu kavram, sürdürülebilir turizm politikalarının kapsamını genişletme imkânı sunmaktadır. Rehberlerin fiziksel, psikolojik, ekonomik ve mesleki sürdürülebilirlikleri, destinasyon sürdürülebilirliğinin temel bir şartı olarak ele alınmalıdır.

Bu kavramsal çerçeve, güncel Türkiye merkezli çalışmalarla da örtüşmektedir. Öğretmenoğlu vd. (2025), Türk rehberlerinin performansı ile turistlerin yeşil tüketim niyeti arasındaki doğrudan ilişkiyi ampirik olarak kanıtlamıştır; bu da rehber sürdürülebilirliğinin yalnızca bireysel bir mesele olmadığını, destinasyon düzeyinde ölçülebilir çevresel sonuçlar doğurduğunu göstermektedir. Öte yandan, Buckley ve Cooper (2022) tur rehberlerinin doğa temelli turizm bağlamında turistlerin ruh sağlığı üzerinde olumlu etkiler yaratabileceğini, ancak bunun öncelikle rehberlerin kendi psikolojik kaynaklarına bağlı olduğunu vurgulamıştır; bu da çalışmamızda ortaya çıkan “rehber sürdürülebilirliği” kavramını doğrudan desteklemektedir (Buckley & Cooper, 2022).

## **SONUÇ**

Bu çalışma, İstanbul’un Tarihi Yarımada bölgesindeki paket turlarda görev yapan turist rehberlerinin mesleki deneyimleri ile sürdürülebilir turizm uygulamaları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak, 15 lisanslı turist rehberi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler Braun ve Clarke (2006) tematik analiz tekniği ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, katılımcıların yoğun turistik alanlarda karşılaştıkları sorunların yalnızca bireysel mesleki zorluklarla sınırlı kalmadığına; aynı zamanda sürdürülebilirlik ilkeleriyle doğrudan ilişkili olduğuna işaret etmektedir. Bu örneklem kapsamında elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir: İlk olarak, katılımcılar zaman baskısı, kalabalık, fiziksel yorgunluk ve operasyonel sorunlar gibi engellerin sürdürülebilirlik mesajlarını etkili biçimde iletmelerini güçleştirdiğini ifade etmiştir. İkinci olarak, katılımcılar turist ilgisizliği, dikkat dağınıklığı ve geri bildirim korkusu gibi durumların sürdürülebilirlik anlatımlarının önceliğini azalttığını belirtmiştir. Üçüncü olarak, katılımcılar bireysel düzeyde mizah, hikâyeleştirme, dijital araçlar kullanma ve

yerel iş birliği gibi stratejiler geliştirdiklerini; ancak bu çabaların kurumsal destek olmaksızın sınırlı kaldığını aktarmıştır. Dördüncü olarak, katılımcıların aktarımlarına göre pandemi sonrası dönemde hijyen baskıları ve tek kullanımlık ürünlerin artışı çevresel sürdürülebilirliği olumsuz etkilerken, açık alan turlarına yönelim yeni fırsatlar sunmuştur. Son olarak, katılımcılar fiziksel altyapı iyileştirmeleri, dijital destek, yerel aktörlerle iş birliği ve mesleki dayanışma gibi somut önerilerde bulunmuştur.

Bu araştırma, sürdürülebilir turizm literatüründe genellikle makro düzeyde ele alınan konuların mikro düzeyde, saha aktörleri üzerinden incelenmesi açısından özgün bir katkı sağlamaktadır. Özellikle rehberlerin sürdürülebilirlik uygulamalarındaki “görünmez aracı” rolünün vurgulanması, mevcut alandaki bilgi boşluğunu doldurmak için önemli bir adım olarak değerlendirilir.

Elde edilen bulgular, turizm politikası oluşturucularına ve tur operatörlerine dikkate alınması gereken önemli mesajlar içermektedir. Sürdürülebilir turizmin yalnızca stratejik planlarla değil, sahadaki uygulayıcıların koşullarının iyileştirilmesiyle mümkün olabileceği anlaşılmaktadır. Rehberler, bilgi aktarımının ötesinde, sürdürülebilirliğin taşıyıcısı ve uygulayıcısı olarak konumlandırılmalıdır.

Sonuç olarak, bu çalışma sürdürülebilir turizmin hedeflerine ulaşabilmesi için sahada çalışan rehberlerin sesinin duyulması, desteklenmesi ve karar alma süreçlerine dahil edilmesi gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır. Rehberlerin karşılaştığı mesleki sorunların çözülmesi, yalnızca bireysel iyileşme değil, sürdürülebilir turizmin genel başarısı için de kritik bir gereklilik olarak görülmelidir.

### Teorik Katkılar

Bu araştırma, sürdürülebilir turizm literatürüne üç önemli katkı sağlamaktadır: İlk olarak, rehber sorunlarının sürdürülebilirliği engelleme mekanizmalarının (kapasite tükenmesi, öncelik kayması, değer erozyonu ve iletişim kopukluğu) sistematik bir şekilde tanımlanmasıdır. İkincisi, sorun-sürdürülebilirlik ilişkisini kısır döngü modeli ile kavramsallaştırmaktır. Bu model, aracı aktörlerin sürdürülebilir turizmdeki kritik rolünü vurgulamaktadır. Son olarak, “rehber sürdürülebilirliği” kavramının geliştirilmesidir. Bu kavram, sürdürülebilir turizmin insan kaynakları boyutuna özel bir dikkat çekmektedir.

## Öneriler

Araştırma bulguları ışığında aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

TUREB için:

- Mental sağlık destek programı oluşturulması
- Resmi mentorluk sistemi kurulması
- Kadın Rehberler Komisyonu oluşturulması
- Yeşil Rehber Sertifikası programı geliştirilmesi

Turizm Bakanlığı için:

- Rehberlik eğitiminde sürdürülebilirlik modülünün zorunlu hale getirilmesi
- Taban ücret belirlenmesi ve denetlenmesi
- Mesleki hastalıkların SGK kapsamına alınması

Yerel Yönetimler için:

- Tarihi Yarımada'da taşıma kapasitesi yönetimi
- Rehber dinlenme alanları oluşturulması
- Sürdürülebilir yerel esnaf veri tabanı hazırlanması

Acentalar için:

- Aile dostu çalışma düzenlemeleri
- Sürdürülebilirlik odaklı tur programları
- Rehber özerkliğine saygı

## Sınırlılıklar

Bu araştırma bazı sınırlılıklara sahiptir. Örnekle İstanbul Tarihi Yarımada ile sınırlıdır ve bulguların diğer destinasyonlara genellenebilirliği sınırlıdır. Tek seferlik görüşmeler zamansal değişimi yakalamada yetersiz kalabilir. Sadece rehber perspektifi alınmış olup turist, acenta ve yerel yönetim perspektifleri dahil edilmemiştir.

## Gelecek Araştırma Önerileri

Gelecek araştırmalar için şu öneriler sunulmaktadır:

- Bulguların nicel yöntemlerle doğrulanması
- Farklı destinasyonlarla karşılaştırmalı çalışmalar
- Boylamsal araştırmalarla zamansal değişimin izlenmesi
- Çoklu paydaş perspektifinin dahil edilmesi
- Kadın rehberlerin deneyimlerine odaklanan özel çalışmalar
- Müdahale programlarının etkinlik değerlendirmesi

## Yazar Katkı Oranları

Çalışmanın Tasarlanması (Design of Study): MG(%50), ŞD(%50)

Veri Toplanması (Data Acquisition): MG(%50), ŞD(%50)

Veri Analizi (Data Analysis): MG(%50), ŞD(%50)

Makalenin Yazımı (Writing Up): MG(%50), ŞD(%50)

Makale Gönderimi ve Revizyonu (Submission and Revision): MG(%50), ŞD(%50)

## KAYNAKÇA

- Agarwal, S., Busby, G., & Huang, R. (2024). Four decades of sustainable tourism research: Trends and future research directions. *International Journal of Tourism Research*, 26(2), e2643. <https://doi.org/10.1002/jtr.2643>
- Akama, J. S., & Kieti, D. M. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: A case study of Tsavo West National Park. *Tourism Management*, 24(1), 73-81. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00044-4)
- Ap, J., & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00013-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9)
- Ballantyne, R., Packer, J., & Hughes, K. (2009). Tourists' support for conservation messages and sustainable management practices in wildlife tourism experiences. *Tourism Management*, 30(4), 658-664. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.11.003>
- Black, R., & Ham, S. (2005). Improving the quality of tour guiding: Towards a model for tour guide certification. *Journal of Ecotourism*, 4(3), 178-195. <https://doi.org/10.1080/14724040508696220>
- Bramwell, B. (2004). Mass tourism, diversification and sustainability in Southern Europe's coastal regions. In B. Bramwell (Ed.), *Coastal mass tourism: Diversification and sustainable development in Southern Europe* (pp. 1-31). Channel View Publications.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Buckley, R. C., & Cooper, M.-A. (2022). Tourism as a tool in nature-based mental health: Progress and prospects post-pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(20), 13112. <https://doi.org/10.3390/ijerph192013112>

- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Butler, R. W., & Dodds, R. (2022). Overcoming overtourism: A review of failure. *Tourism Review*, 77(1), 35-53. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2021-0290>
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90037-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90037-4)
- Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Sage Publications.
- Dodds, R., & Butler, R. (2019). Overtourism: Issues, realities and solutions. De Gruyter.
- Dolnicar, S., Crouch, G. I., & Long, P. (2008). Environment-friendly tourists: What do we really know about them? *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 197-210. <https://doi.org/10.2167/jost738.0>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business*. Capstone.
- Figueroa-Domecq, C., Pritchard, A., Segovia-Pérez, M., Morgan, N., & Villacé-Molinero, T. (2015). Tourism gender research: A critical accounting. *Annals of Tourism Research*, 52, 87-103. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.001>
- Finlay, L. (2014). Engaging phenomenological analysis. *Qualitative Research in Psychology*, 11(2), 121-141. <https://doi.org/10.1080/14780887.2013.807899>
- Gössling, S., Hansson, C. B., Hörstmeier, O., & Saggel, S. (2002). Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability. *Ecological Economics*, 43(2-3), 199-211. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(02\)00211-2](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(02)00211-2)
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 8(1), 59-82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Ham, S. H. (2013). Interpretation: Making a difference on purpose. Fulcrum Publishing.
- Ham, S. H., & Weiler, B. (2002). Interpretation as the centerpiece of sustainable wildlife tourism. In R. Harris, T. Griffin, & P. Williams (Eds.), *Sustainable tourism: A global perspective* (pp. 35-44). Butterworth-Heinemann.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Hochschild, A. R. (1983). The managed heart: Commercialization of human feeling. University of California Press.
- Hu, D. (2024). Making friends with tourists before the group tour: A study of guide-tourist pre-tour interactions based on the social situation framework. *International Journal of Tourism Research*, 26(4), e2704. <https://doi.org/10.1002/jtr.2704>
- Jafari, J. (2001). The scientification of tourism. In V. L. Smith (Ed.), *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century* (pp. 28-41). Cognizant Communication Corporation.
- Jordan, F. (1997). An occupational hazard? Sex segregation in tourism employment. *Tourism Management*, 18(8), 525-534. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00080-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00080-0)
- Karasek, R. A. (1979). Job demands, job decision latitude, and mental strain: Implications for job redesign. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 285-308. <https://doi.org/10.2307/2392498>
- Kotter, J. P. (1996). Leading change. Harvard Business School Press.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2024). Turizm istatistikleri. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <https://www.ktb.gov.tr>
- Lee, T. H., Jan, F. H., & Yang, C. C. (2013). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourists. *Tourism Management*, 36, 454-468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.012>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. Sage Publications.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475. <https://doi.org/10.1080/09669580308667216>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2019). Overtourism and tourismphobia: A journey through five decades of tourism development, planning and local concerns. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(4), 519-537. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1599304>
- Moscato, G. (1996). Mindful visitors: Heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 376-397. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00068-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00068-2)
- Moustakas, C. (1994). Phenomenological research methods. Sage Publications.
- Öğretmenoğlu, M., Çiki, K. D., & Kesici Öğretmenoğlu, B. (2025). Guiding the way to sustainability: How tour guides shape tourists' green consumption intention through subjective well-being. *Tourism Recreation Research*, 51(3), 986-998. <https://doi.org/10.1080/02508281.2025.2577453>
- Patton, M. Q. (2015). Qualitative research and evaluation methods (4th ed.). Sage Publications.

- Ren, L., Wong, C. U. I., Ma, C., & Feng, Y. (2024). Changing roles of tour guides: From "agent to serve" to "agent of change." *Tourist Studies*, 24(1), 55–74. <https://doi.org/10.1177/14687941231198765>
- Scott, D., Peeters, P., & Gössling, S. (2010). Can tourism deliver its "aspirational" greenhouse gas emission reduction targets? *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 393–408. <https://doi.org/10.1080/09669581003653542>
- Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/09669580008667346>
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research*. Sage Publications.
- Super, D. E. (1980). A life-span, life-space approach to career development. *Journal of Vocational Behavior*, 16(3), 282–298. [https://doi.org/10.1016/0001-8791\(80\)90056-1](https://doi.org/10.1016/0001-8791(80)90056-1)
- Tilden, F. (1957). *Interpreting our heritage*. University of North Carolina Press.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: The case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289–303. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00060-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00060-1)
- Trevino, L. K. (1986). Ethical decision making in organizations: A person-situation interactionist model. *Academy of Management Review*, 11(3), 601–617. <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4306235>
- Tsaur, S. H., & Tang, Y. Y. (2012). Job stress and well-being of female employees in hospitality: The role of regulatory leisure coping styles. *International Journal of Hospitality Management*, 31(4), 1038–1044. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.12.009>
- UN Women. (2020). The impact of COVID-19 on women. United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women. <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2020/04/policy-brief-the-impact-of-covid-19-on-women>
- UNESCO World Heritage Centre. (2023). State of conservation: Historic areas of Istanbul (Türkiye). <https://whc.unesco.org/en/soc/4370/>
- UNWTO. (2020). UNWTO world tourism barometer and statistical annex, January 2020. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1>
- UNWTO. (2020). *UNWTO tourism recovery tracker*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/unwto-tourism-recovery-tracker>
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. Sage Publications.
- Walker, K., & Moscardo, G. (2014). Encouraging sustainability beyond the tourist experience: Ecotourism, interpretation and values. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(8), 1175–1196. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.918134>
- Weaver, D. B. (2001). *Ecotourism*. John Wiley & Sons.
- Weiler, B., & Davis, D. (1993). An exploratory investigation into the roles of the nature-based tour leader. *Tourism Management*, 14(2), 91–98. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90085-7](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90085-7)
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford University Press.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Youn, H., & Chen, S. (2024). The double whammy effect of gender and age on customer responses: A focus on tour guides. *Journal of Sustainable Tourism*, 33, 926–941. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2372073>
- Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical overview of a tourism system in crisis. *Journal of Travel Research*, 59(6), 947–953. <https://doi.org/10.1177/0047287520921242>