

TURİZM SAHƏSİNDƏ SÜNİ İNTELLEKTİN TƏTBİQİ VƏ ETİK RİSKLƏRİ: CHATGPT TƏCRÜBƏSİNDƏN NƏTİCƏLƏR



Tural Ələkbərov,

*Azərbaycan Texnologiya Universitetinin
Turizm sənayesinin təşkili kafedrasının assistenti
e-mail: turalekbarov@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0002-7524-3886>
<https://doi.org/10.30546/2706-7858.2026.2.3041>*

UOT: 004.8; 379.85

Xülasə. ChatGPT-dən turist bələdçisi kimi istifadə edən şəxslər, əsasən texnologiyanın ünsiyyət tərzindən və təqdim etdiyi məlumatların əhatəliliyindən müsbət təəssürat almışlar. Süni intellektin səmimi və dostcanlı cavab verməsi istifadəçi məmnuniyyətini artırsa da, tur planlaşdırması və müəssisə tövsiyələri kimi sahələrdə çatışmazlıqlar müşahidə edilmişdir. Belə ki, ChatGPT-nin təqdim etdiyi tur planları gəzinti məsafələrini nəzərə almadan hazırlanmış və bəzi məkan tövsiyələri ya uzaqda, ya da mənfi reputasiyaya malik olmuşdur. Bundan əlavə, məşhur və müəfəfətli məkanların tövsiyələr arasında yer almaması, eləcə də təqdim olunan məlumatların bəzən adi və təkrarlanan məzmunlu olması süni intellektin insan bələdçilərinin təqdim etdiyi fərqli və maraqlı bilikləri tam əvəz edə bilmədiyini göstərir. Tədqiqat işində, həmçinin süni intellektin təqdim etdiyi məlumatlarda yanlışlıqların mövcud olduğu ortaya çıxarılmışdır. ChatGPT özünəinamı və hər şeyi bilən üslub nümayiş etdirərək istifadəçilərdə “yanıltıcı etibar” yaratmışdır. Bu xüsusiyyət süni intellektin manipulyativ və dezinformasiya potensialına malik olduğunu göstərərək turist bələdçiliyi sahəsində etik və praktik riskləri gündəmə gətirir. Məqalədə süni intellektin turist bələdçiliyi sahəsində istifadəsi, onun üstünlükləri, çatışmazlıqları və etik riskləri barədə yeni elmi anlayışlar təqdim edilir, texnologiyanın inkişafına yönəldilmiş təkmilləşdirmələr üçün praktik tövsiyələr formalaşdırılmasına əsas yaradılır.

Açar sözlər: turist, bələdçi, suni intellekt, ChatGPT, Azərbaycan.

Keywords: tourist, guide, artificial intelligence, ChatGPT, Azerbaijan.

Ключевые слова: турист, гид, искусственный интеллект, ChatGPT, Азербайджан.

Son illərdə süni intellekt texnologiyalarının sürətli inkişafı turizm sənayesində innovativ xidmət modellərinin formalaşmasına şərait yaratmışdır. Xüsusilə generativ süni intellekt alətləri

və söhbət robotlarının (chatbot) geniş tətbiqi turistlərin məlumat əldə etmə, istiqamətlənmə və təcrübə qazanma formalarını köklü şəkildə dəyişdirmişdir. Bu texnologiyalar arasında ChatGPT kimi dil modelləri fərdi və interaktiv cavabvermə

qabiliyyəti ilə diqqət çəkərək istifadəçilərə səyahət zamanı virtual bələdçi xidməti göstərmək potensialına malikdir. Bununla belə, süni intellektəsaslı bələdçi xidmətlərinin insan turist bələdçilərinin təqdim etdiyi təcrübə və bilik səviyyəsini nə dərəcədə əvəz edə biləcəyi sual altındadır [1]. Mövcud ədəbiyyat göstərir ki, süni intellekt turist bələdçiliyi xidmətlərində məlumatın çatdırılması və tur planlaşdırması kimi funksiyalarda effektiv nəticələr verə bilir [6]. Lakin ChatGPT-nin təqdim etdiyi bəzi məlumatların qeyri-dəqiq olması, bəzən qərəzli və ya yanıltıcı diskurs formalaşdırması bu texnologiyanın etibarlılığına dair suallar doğurur [7]. Belə hallar süni intellektin yalnız informasiya vasitəsi kimi deyil, eyni zamanda “yanıltıcı etibar” və ya manipulyativ təsir potensialına malik sosial aktor kimi qiymətləndirilməsinə səbəb olur. Digər tərəfdən turizm təcrübəsində istifadəçi məmnuniyyəti və etimad amilləri mühüm rol oynayır. Bu baxımdan süni intellektin təqdim etdiyi məlumatların keyfiyyəti, orijinallığı və etik uyğunluğu turizm sənayesinin davamlı inkişafı üçün əsas məsələlərdən biri kimi çıxış edir. İnsan bələdçilərin təqdim etdiyi fərdiləşdirilmiş və mədəni baxımdan zəngin məzmun ilə süni intellektin standartlaşdırılmış cavabları arasındakı fərqlər bu mövzu ətrafında yeni elmi müzakirələrə yol açır. Tədqiqat işində süni intellekt texnologiyalarının turist bələdçiliyi kontekstində istifadəsi empirik şəkildə araşdırılaraq ChatGPT-dən bələdçi kimi istifadə edən şəxslərin təcrübələri təhlil edilir. Məqsəd süni intellektin turist bələdçisi kimi funksionallığını, istifadəçi məmnuniyyətinə təsirini və etik risklərini müəyyənləşdirməkdir. Eyni zamanda bu tədqiqatda insan bələdçilərin “insan toxunuşu” kimi unikal üstünlüklərini qoruyub saxladığını göstərməklə turizm sənayesində texnologiya və insan əməkdaşlığının gələcək perspektivlərini dəyərləndirməyə yönəlmişdir [13].

Tədqiqatın məqsədi

Tədqiqatın əsas məqsədi süni intellektəsaslı söhbət robotlarının, xüsusilə ChatGPT-nin turist bələdçiliyi xidmətlərində tətbiq imkanlarını, üstünlüklərini və məhdudiyyətlərini müəyyənləşdirməkdir. Araşdırmada, həmçinin bu texnologiyanın təqdim etdiyi məlumatların etibarlılığı, mədəni təmsil formaları və potensial qərəzli

yanaşmaların turizm sahəsində yaratdığı etik və sosial nəticələr təhlil olunur. Tədqiqatda süni intellektin turistlərlə ünsiyyət prosesində informasiya manipulyasiyası və dezinformasiya kimi riskləri necə yarada biləcəyi araşdırılır. Əsas məqsəd süni intellektin turist bələdçiliyi prosesində insan faktorunu əvəz etmə səviyyəsini və bu prosesin turizm təcrübəsinə, mədəni təmsilə və etibarlılıq dəyərlərinə təsirini qiymətləndirməkdir.

Məsələnin qoyuluşu

Son illərdə turizm sahəsində süni intellektin tətbiqi, o cümlədən ChatGPT kimi söhbət robotlarının turistlərə fərdi məlumat və istiqamətvərmə imkanları genişlənmişdir. Bununla yanaşı, bu texnologiyalar bir sıra elmi və praktiki problemləri də gündəmə gətirir. Əsas məsələ isə süni intellektin məlumatı necə təqdim etdiyi, hansı mədəni və ideoloji çərçivədə bu təqdimatın formalaşdığı və insan bələdçisinin empatik, kontekstual və etik rolunu hansı dərəcədə əvəz edə bilməsi ilə bağlıdır. Tədqiqat bu suallara cavab axtarır:

- *ChatGPT turist bələdçisi kimi nə dərəcədə etibarlı və obyektiv informasiya təqdim edir?*
- *Söhbət robotlarının mədəniyyətlərarası təmsildə və tarixi interpretasiyada qərəzyaratma riski varmı?*
- *Süni intellektin təqdim etdiyi “bələdçilik təcrübəsi” insan təcrübəsini necə dəyişdirir və ya təhrif edir?*
- *Turist bələdçiliyi peşəsində süni intellektin etik məsuliyyəti və məhdudiyyətləri nədən ibarətdir?*

Tədqiqatın elmi yeniliyi və əhəmiyyəti

Tədqiqat Azərbaycan elmi mühitində süni intellekt texnologiyasının (ChatGPT) turizm sektoru, xüsusilə də turist bələdçiliyi xidmətləri ilə qarşılıqlı əlaqəsini sistemli şəkildə araşdıran ilk elmi işdir. Mövzu həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan ölkə üçün mühüm yenilik xarakteri daşıyır. Araşdırmada süni intellektin turizm sahəsində istifadəsi beynəlxalq təcrübə kontekstində təhlil olunur, bunun Azərbaycan reallığında tətbiqi imkanları, etik və hüquqi aspektləri ilk dəfə elmi əsaslarla qiymətləndirilir. Tədqiqatın elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, burada süni intellektin turist bələdçiliyi sistemlərinə inteqrasiyası onun mədəni təmsil, etimad formalaşması və

informasiya etikasına təsiri kontekstində araşdırılır. Bu yanaşma həm kommunikasiya texnologiyaları, həm də turizm elmləri arasında yeni bir elmi sintez yaradır. Bundan əlavə, məqalədə ChatGPT kimi dil modellərinin real bələdçilik praktikasında yaratdığı üstünlüklər və risklər (dezinformasiya, qərəzli diskurs, “yanıltıcı etibar” və etik qeyri-müəyyənlik) elmi baxımdan sistemləşdirilərək təqdim olunur.

Turist bələdçiləri turizm sektorunun əsas iştirakçılarından biri olaraq ölkənin tarixi, mədəni və sosial dəyərlərinin xarici ziyarətçilərə düzgün və təsirli şəkildə çatdırılmasında mühüm rol oynayırlar [9]. Onlar yalnız məlumat verən şəxs deyil, həm də mədəniyyətlərarası ünsiyyət körpüsü funksiyasını yerinə yetirirlər [17]. Müasir dövrdə isə süni intellekt texnologiyalarının inkişafı bu sahədə yeni imkanlar açmış, turist bələdçiliyi xidmətlərinin rəqəmsallaşmasına, fərdiləşdirilmiş məlumat təqdimatına və turizm təcrübəsinin səmərəliliyinin artırılmasına şərait yaratmışdır. Bununla belə, süni intellektin tətbiqi etik, hüquqi və sosial məsuliyyət məsələlərini də gündəmə gətirərək bu istiqamətdə elmi tədqiqatların aparılmasını zəruri etmişdir [5].

Turist bələdçiliyi xidməti almaq üçün ChatGPT-dən istifadə edən araşdırmalar onu göstərir ki, söhbət robotu ilə qurulan ünsiyyətdən turistlər məmnun qaldıqlarını bildirmişlər. Məlumdur ki, süni intellektin “səmimi”, “dostcanlı” və ya “uzlaşmaya meyilli” kimi insanlara xas xüsusiyyətlər göstərməsi istifadəçilər tərəfindən müsbət qarşılanır [20]. Digər tərəfdən süni intellektəsaslı səsli köməkçi texnologiyalarının istifadəçiləri qane etmədiyini göstərən tədqiqat nəticələrinə [15] baxmayaraq ChatGPT-nin səsli köməkçi xidmətinin bəyənilməsi diqqətəlayiqdir. Bu vəziyyət ümumilikdə süni intellekt texnologiyalarındakı sürətli inkişaf və ChatGPT-ni inkişaf etdirən OpenAI adlı şirkətin texnologiyaları təkmilləşdirməyə yönəldilmiş söyləri ilə izah edilə bilər [22].

Onu da qeyd etmək ki, ChatGPT-nin tur zamanı ziyarət edilən yerlərin tarixi və memarlığı haqqında məlumat verməsi və ya obyektləri işarə edərək istifadəçiləri yönləndirməsi bir müddətdir ki, süni intellektin imkanları ilə bağlı aparılan təriflərə uyğun gəlir [1]. Lakin müəyyən edilmişdir ki, ChatGPT-nin təklif etdiyi iaşə müəssi-

sələri bəzən uzaqda yerləşir, mənfi reputasiyaya malik olur və ya ümumiyyətlə, bağlı olur. Bundan əlavə, ChatGPT-nin məşhur sertifikatlı və ya mükafatlı müəssisələrə təklifləri arasında yer verməməsi də bir çatışmazlıq və mənfi hal kimi qeyd edilmişdir. Ziyarət ediləcək yerlər arasında sıraladığı məkanların hər kəs tərəfindən tanınan adi yerlər olduğu, xüsusi və fərqli yerlərin isə təklif edilmədiyi nəticələr arasında göstərilir. Süni intellektin iaşə və ya qida məkanlarını tövsiyə edə bildiyi qeyd olunsa da [18, s.1381], istifadəçilərin bu təkliflərə münasibətini araşdıran elmi tapıntılar məhduddur. Ona görə də əldə edilən nəticələr ChatGPT tərəfindən tövsiyə olunan müəssisələrin keyfiyyətinin anlaşılması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. ChatGPT tərəfindən təqdim edilən tur planının “zəif” qəbul edildiyi müşahidə olunmuşdur. Bu vəziyyətin isə gəzinti məsafələrinin nəzərə alınmadan aparılan tur planlaşdırmasından qaynaqlandığı qeyd edilir. Araşdırmalarımızdan belə qənaətə gələ bilərik ki, ChatGPT-yə verdiyimiz tapşırıqda “Ayaq məsafəsindəki ən yaxşı “Gəncə paxlavası” təqdim olunan yer” ifadəsini açıq şəkildə istifadə etməyimizə baxmayaraq yürüş məsafəsi nəzərə alınmadan aparılan planlaşdırma ChatGPT-nin bir çatışmazlığı kimi müəyyən edilmişdir.

Cədvəl 1.
ChatGPT və insan turist bələdçilərinin müqayisəli analizi

Qiymətləndirmə meyarı	ChatGPT (Süni intellekt bələdçisi)	İnsan turist bələdçisi
Məlumatın dəqiqliyi	Bəzən qeyri-dəqiq, qərəz və ya yanlış məlumatlar mümkündür	Təcrübə və lokal biliklərə əsaslandığı üçün daha etibarlıdır
Ünsiyyət tərz	Dostcanlı və səmimi, lakin standartlaşdırılmış cavablar mövcuddur	Fərdiləşdirilmiş, emosional və mədəni baxımdan zəngindir
Etibarlılıq və inandırıcılıq	“Yanıltıcı etibar” fenomeni mövcuddur	İnsani qarşılıqlı əlaqə ilə real inandırıcılıq formalaşdırır
Tur planlaşdırma	Gəzinti məsafələrini nəzərə almır, qeyri-funksional planlar mümkündür	Real şəraitə uyğun, praktik və çevik planlaşdırma həyata keçirir
Maraqlı və fərqli məlumatlar	Təkrarlanan və açıq mənbələrə əsaslanan məlumatlar mövcuddur	Çox bilinməyən və təcrübəyə əsaslanan unikal bilgilərə malikdir

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 1-dən göründüyü kimi, ChatGPT kimi süni intellektəsaslı bələdçilərlə insan turist

bələdçiləri arasında həm üstün, həm də məhdud tərəflər mövcuddur. Süni intellekt operativ cavabvermə, geniş məlumat bazasına çıxış və innovativ inkişaf imkanları ilə fərqlənir. Lakin onun təqdim etdiyi məlumatlar bəzən qeyri-dəqiq, standart və mədəni cəhətdən həssas olmayan xarakter daşıya bilər. İnsan bələdçilər isə təcrübəyə, yerli biliklərə və emosional ünsiyyətə əsaslandıqları üçün daha inandırıcı və fərdiləşdirilmiş təcrübə təqdim edirlər. Nəticə etibarilə süni intellekt bələdçiləri turizm sahəsində faydalı dəstək aləti rolunu oynasa da, insan bələdçilərin mədəni və sosial funksiyasını tam əvəz edə bilmir.

ChatGPT-nin turist bələdçisi rolunda təqdim etdiyi məlumatların maraqlı olmadığı müəyyən edilmişdir. Beynəlxalq tədqiqatçılar qeyd edir ki, turist bələdçiliyi xidməti göstərən texnologiyalar arasında yer alan robotlar əvvəlcədən yüklənmiş məzmunun həddindən kənara çıxaraq izah verə bilmirlər [10]. Lakin süni intellektin dərin öyrənmə və böyük dil modellərindən istifadə edən texnologiyası sayəsində ağıllı və istifadəçiyə yönəlik cavablar yarada bildiyi də məlumdur [12, s.580]. Süni intellektin qeyd edilən bu xüsusiyyətlərinə baxmayaraq onun adı və təkrarlanan məzmun təqdim etməsi bu texnologiyanın turist bələdçiliyi sahəsində istifadəsinin hələ yeni olması ilə izah edilə bilər [14, s.1].

ChatGPT bələdçiliyindən fərqli olaraq, insan turist bələdçiləri Ayasofyanın diqqətdən kənarda qalan bir küncündəki sütunun üzərində yerləşən qeyri-adi bir simvolu ziyarətçilərinə izah edə bilər. Lakin açıq mənbələrdə yer almayan bəzi məlumatlar yalnız təcrübə vasitəsilə və ya həmkarlar arasında baş verən qeyri-rəsmi öyrənmə prosesləri sayəsində qazanılır və bələdçilər tərəfindən “örtük bilik” [16] və ya “gizli məlumat” [10] formasında saxlanılır. Ona görə də maraqlı, qeyri-adi və fərqli məlumatlar təqdim edə bilməsi üçün ChatGPT-nin turist bələdçiliyi kontekstində daha çox “öyrənməsi” tələb olunur.

Tədqiqatın nəticələrinə əsasən, ChatGPT-nin təqdim etdiyi məlumatların bir hissəsinin yanlış olduğuna dair istifadəçi fikirləri mövcuddur. Bu vəziyyət süni intellektin təqdim etdiyi məlumatların düzgünlüyünü müdafiə edən və bu xüsusiyyətinə görə texnologiyanın insan bələdçilər üzərində üstünlüyə malik olduğunu irəli sürən

Wonq araşdırması ilə ziddiyyət təşkil edir [21]. Halbuki ChatGPT-ni yaradan OpenAI şirkətinin baş direktoru Sem Altman belə süni intellektin yanlış istiqamətləndirə biləcəyini qəbul etmişdir. Eyni şəkildə ChatGPT-nin dialoq pəncərəsində “ChatGPT səhv edə bilər, əhəmiyyətli məlumatları yoxlayın” ifadəsi yer alır. Lakin müəyyən edilmişdir ki, ChatGPT “səhv” etdiyi, yəni yanlış məlumat verdiyi hallarda belə, özünəinamlı bir dil tərzini nümayiş etdirir və “hər şeyi bilən” bir imic yaratmağa çalışır. İstifadəçiləri inandırmağa yönəlmiş bu üslub süni intellektin təsadüfi yanlış məlumatlar təqdim etməsinin fəvqündə dayanan yeni bir müzakirə mövzusu gündəmə gətirir. Bu kontekstdə “aldadıcı etibar” kimi müəyyənləşdirilən kateqoriya süni intellektin manipulyativ məzmun və ya dezinformasiya yaratması və yayması kimi risklərə diqqət çəkən mühüm bir nəticədir.

ChatGPT bir suala cavabında eyni şəkildə, Avstraliyanın yerli xalqlarını yalnız “Sidneyin tarixi” ilə məhdudlaşdıran bir yanaşma nümayiş etdirmişdir. ChatGPT tədqiqatçının bir sualına cavab verərkən Avstraliyanın yerli xalqlarını “Sidneyin tarixi” konteksti ilə məhdudlaşdırdı. Başqa sözlə, mövcud mədəniyyəti və töhfələri yalnız keçmişlə əlaqələndirdi. Tədqiqatçı Keyt Hennessi, ilk millətlər (Aborijen və Torres boğazı adaları xalqları) haqqında sualında “tarix” terminini istifadə etmədiyini qeyd edərək ChatGPT-nin dar yanaşmasını vurğuladı. ChatGPT-nin cavabı: süni intellekt bunu etiraf etdi, üzr istədi və “İlk millətlərin mədəniyyəti, adət-ənənələri və töhfələri yalnız tarixlə məhdudlaşmır, onlar bugünkü və gələcəyin canlı bir hissəsidir” cavabını verərək vəziyyəti düzəltməyə çalışdı. Tədqiqatçı ChatGPT-nin ilkin cavabını “müstəmləkəçi” kimi xarakterizə etdi və onun mədəniyyəti tarixə “təslim etmək” yanaşmasını tənqid etdi. Bu nümunədən istifadə edərək məndə süni intellektin yalnız dezinformasiya (manipulyasiya və dezinformasiya) yaratmaq deyil, həm də qərəzli və ya məhdud hekayələr qurmaq potensialına malik olduğu vurğulanır. Nəticə olaraq turist rəhbərliyi sahəsində süni intellektdən istifadədə təkə məlumatın dəqiqliyi deyil, həm də mədəniyyətləri təmsil etmə tərzini və qərəzsizliyi mühüm müzakirə mövzusu kimi ortaya çıxır [8].

Cədvəl 2.
Süni intellektin turist bələdçiliyi
xidmətlərində risk kateqoriyaları

<i>Risk növü</i>	<i>Təsviri</i>	<i>Mümkün nəticələr</i>
<i>Dezinformasiya</i>	Yanlış və ya köhnəlmiş məlumatların təqdim olunması	Turistlərin yanlış istiqamətləndirilməsi
<i>Manipulyasiya</i>	Məlumatın şüurlu şəkildə təhrif edilməsi	Destinasiyaların reputasiyasına zərər
<i>Qərəzli ifadələr</i>	Mədəniyyət və etnik qruplara qarşı tərəfli yanaşma	Sosial və etik mübahisələrin yaranması
<i>Yanıltıcı etibar</i>	Özünəinamlı, amma səhv məlumatlı cavablar	İstifadəçi etimadının yanlış istiqamətə yönəlməsi

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2-də göstərilən risk kateqoriyaları süni intellektin turist bələdçiliyi xidmətlərində yarada biləcəyi əsas təhlükələri əks etdirir. Ən önəmli risklərdən biri dezinformasiyadır. Yəni süni intellektin yanlış və ya köhnəlmiş məlumatlar təqdim etməsi nəticəsində turistlərin çaşdırılması mümkündür. Manipulyasiya halında məlumatın məqsədli şəkildə təhrif olunması destinasiyanın imicinə zərər vura bilər. Qərəzli ifadələr isə mədəni və etnik qrupların təmsilində tərəfli yanaşmanın yaranmasına səbəb olur ki, bu da sosial və etik mübahisələr doğura bilər. “Yanıltıcı etibar” fenomeni süni intellektin özünəinamlı, lakin səhv cavablarının istifadəçilərdə yanlış güvən formalaşdırması ilə bağlıdır. Nəhayət, etik qeyri-müəyyənlik süni intellektin hüquqi və etik çərçivələrinin tam formalaşmaması səbəbindən məsuliyyət və hesabatlılıq prinsiplərinin qeyri-şəffaf qalması ilə xarakterizə olunur. Bu risklər göstərir ki, süni intellekt turizm sahəsində faydalı olsa da, onun istifadəsi ciddi etik və hüquqi nəzarət tələb edir.

Nəticə etibarilə yuxarıda qeyd edilən manipulyasiya və dezinformasiya kimi risklərə əlavə olaraq süni intellektin qərəzli ifadələr formalaşdırma potensialı da turist bələdçiliyi sahəsində süni intellektlə bağlı müzakirələrə yeni bir istiqamət gətirir [8]. Bu çərçivədə ifadə edilən təcrübələr “ChatGPT-nin edə bilmədikləri” kontekstində təqdim olunduğu üçün insan turist bələdçilərinin təqdim etdiyi xidmətlə bağlı nəticələr də müzakirə edilmişdir. Süni intellektin insan turist bələdçilərini əvəz edə bilmə potensialını vurğulayan araşdırmalara baxmayaraq, istifadəçilər süni intellektin hələlik insan turist bələdçilərinin bəzi peşəkar bacarıqlarını əvəz edə

bilmədiyini göstərmişlər [14]. Məlumat vermək və istiqamət göstərmək kimi ChatGPT-nin əsas funksiyalarından biri olan rolların yanında insan turist bələdçiləri ziyarətçilərin yönləndirilməsi və idarə olunmasında mühüm funksiyaya malikdir. Həmçinin başqa bir araşdırmamız zamanı məlum oldu ki, Vatikan şəhərindəki “Sfera con Sfera” (Sfera daxilində Sfera) adlı sənət əsərini gəzdirərək turistlərə göstərmək kimi bəzi imtiyazlar yalnız insan bələdçilərə verilmişdir. Başqa beynəlxalq araşdırmalar göstərir ki, turist bələdçiliyi xidmətlərində önə çıxarılan “insan toxunuşu” bu sahədəki insan əməyinə rəqabət üstünlüyü qazandırır [13, s.30]. Digər tərəfdən həm ChatGPT-nin, həm də insan bələdçilərinin tarixi və dini məkanlar haqqında məlumat verə bildiyi qeyd olunsada, insan turist bələdçisinin fərqli olaraq istifadəçiləri “Casino Royale” filminin çəkildiyi Venesiyadakı gizli bir həyatə və Corc Kluninin Komo gölündəki villası kimi xüsusi məkanlara apardığı bildirilir.

ChatGPT üçün qeyd edilən “maraqlı məlumat çatışmazlığı” nəzərə alındıqda insan əməyinin qeyri-adi və fərqli məzmun təqdim etmək baxımından süni intellekt qarşısındakı üstünlüyünü hələ də qoruduğu müşahidə olunur. Belə qənaətə gələ bilərik ki, ChatGPT-dən turist bələdçisi kimi istifadə edənlər bu texnologiyanın ünsiyyət tərzindən və təqdim etdiyi məlumatların əhatəliliyindən məmnun qalmışlar. Bununla belə, ChatGPT-nin müəssisə tövsiyələri və tur planlaşdırması sahəsində yetərincə funksional olmadığı və orijinal olmayan məzmun təqdim etdiyi müəyyən edilmişdir.

Araşdırmalarda ChatGPT-nin ziyarət edilən istiqamətlərdə “yaşayan mədəniyyətin müasir mövcudluğunu inkar edəcək dərəcədə qərəzli bir diskurs” formalaşdırdığı ifadə olunmuşdur. Eyni zamanda yanlış məlumatlar təqdim edərkən belə, istifadəçiləri inandırmağa yönəlmiş özünəinamlı bir üslub nümayiş etdirməsi süni intellekt texnologiyasının “aldadıcı etibar” yaratdığını göstərir. Bu vəziyyət süni intellektin manipulyativ məzmun və ya dezinformasiya yaratması və yayması kimi riskləri gündəmə gətirir. Nəticə olaraq süni intellekt insan turist bələdçilərinin bəzi əsas rollarını yerinə yetirə bilsə də, hələlik bu sahədəki insan əməyini tam əvəz edə bilmir. Ziyarətçilərin istiqamətləndirilməsi və idarə

olunması prosesində insan əməyinə olan ehtiyac, eləcə də yalnız təcrübə və qeyri-rəsmi öyrənmə mühitlərində qazanılan maraqlı bilgilərə göstərilən maraq insan turist bələdçilərinin rəqabət üstünlüyünü qorumağa imkan verən əsas xüsusiyyətlərdəndir. Lakin texnologiyanın inkişafı ilə birlikdə, hazırda yalnız insan əməyinin yerinə yetirə bildiyi bəzi rolların və ya vəzifələrin gələcəkdə süni intellekt tərəfindən həyata keçirilməsi mümkün ola bilər. Mövcud sahədə aparılan tədqiqatlar istifadəçilərin süni intellekt texnologiyasından turist bələdçisi kimi istifadə meyillərini, bu texnologiyanın turist bələdçiliyi xidmətlərinə integrasiyasını və peşəyə təsirlərini araşdırmışdır [23]. Bu tədqiqat isə süni intellekt turist bələdçisi kimi istifadə edən ziyarətçilərin təcrübələrini üzə çıxararaq əvvəlki tədqiqatlardan fərqlənir.

Cədvəl 3.
ChatGPT-nin turizm kontekstində
güclü və zəif tərəfləri

Güclü tərəflər	Zəif tərəflər
Tez cavabvermə və 24/7 mövcudluq	Yanlış və ya qərəzli məlumat təqdim etmə riski
Fərdi suallara uyğunlaşma qabiliyyəti	Real tur planlaşdırmasında zəiflik
Qlobal məlumat bazasına çıxış	Lokal və mədəni fərqləri anlamama
Dil və ünsiyyət bacarığı	Fərdiləşdirilmiş və təcrübəyə əsaslanan bilgilərin olmaması
Texnoloji inkişafı təkmilləşmə imkanı	"Aldadıcı etibar" və etik qeyri-müəyyənlik

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 3-də qeyd etdiyimiz kimi, ChatGPT-nin turizm kontekstindəki əsas güclü və zəif tərəflərini göstərir. Güclü tərəfləri arasında onun tez cavab verməsi və 24/7 mövcudluğu, fərdi suallara uyğunlaşma qabiliyyəti, qlobal məlumat bazasına çıxışı, dil və ünsiyyət bacarığı və texnoloji inkişafı təkmilləşmə imkanı yer alır ki, bu da onu effektiv virtual bələdçi kimi təqdim edir. Zəif tərəfləri isə yanlış və ya qərəzli məlumat riski, real tur planlaşdırmasında zəiflik, lokal və mədəni fərqləri anlamama, fərdiləşdirilmiş və təcrübəyə əsaslanan bilgilərin olmaması və "aldadıcı etibar" və etik qeyri-müəyyənlik kimi məqamları əhatə edir. Bu onu göstərir ki, ChatGPT turizm xidmətlərində faydalı olsa da, insan bələdçilərinin təqdim etdiyi mədəni və

fərdi təcrübələri tam əvəz edə bilmir və etik risklər daşıyır.

ChatGPT-nin xüsusiyyətlərinin turist bələdçiliyi kontekstində təhlil olunması araşdırmalarda və turizm sənayesində aparılan süni intellektyönümlü müzakirələrə mühüm töhfə verir. Nəticə etibarilə istər texnoloji məhsul, istərsə də əməyə əsaslanan xidmət olsun, hər iki halda məqsəd istifadəçi və ya müştərilər üçün dəyər yaratmaqdır. Buna görə də insan əməyinin və ya texnologiyanın təqdim etdiyi istənilən məhsul və ya xidmət barədə əhatəli anlayışların formalaşdırılması üçün istifadəçi təcrübələrinin öyrənilməsi zəruridir.

Alınan nəticələrin tətbiqi

Bu kontekstdə əldə edilən məlumatlar süni intellektin turist bələdçisi rolundakı səriştələrinin təkmilləşdirilməsi üçün faydalı nəticələr təqdim edir. Digər tərəfdən süni intellektin insan əməyini əvəz etməsinə dair müzakirələr nəzərə alındıqda bu tədqiqatın nəticələri turist bələdçiliyi sahəsində insan əməyinin yaşayacağı potensial dəyişikliklərə dair proqnozlar verir. Bu baxımdan aşağıda praktiki, qərarvericilər və tədqiqatçılar üçün bir sıra təkliflər irəli sürülür: ChatGPT üçün çatışmazlıq kimi müəyyən edilən hallar insan turist bələdçiləri üçün rəqabət üstünlüyü yaratmağa davam edə bilər. Buna nümunə olaraq turistlərin tələbat və gözləntilərinə cavab verən, xüsusən də qida-içki müəssisələrini tövsiyə etmək, eləcə də təqdimatlarında maraqlı və orijinal bilgilərdən istifadə etmək göstərilə bilər. Süni intellektin minlərlə peşəni əvəz edəcəyi, eyni zamanda yeni iş rolları yaradacağı proqnozları nəzərə alındıqda, turist bələdçiliyi sahəsində insan əməyinin potensial yeni rollarının müəyyənəşdirilməsi zəruridir.

Orijinal məzmun təqdim etmək və uğurlu tur planları hazırlamaq kimi süni intellekt qarşısında insan əməyinə üstünlük qazandıran bacarıqları nəzərə alsaq, insan turist bələdçiləri süni intellektin təkmilləşdirilməsi prosesinə cəlb edilə bilər. Son dövrlərdə formalaşan "süni intellekt təlimçisi", "süni intellekt tədqiqatçısı", "süni intellekt marketoloqu" və s. kimi yeni peşələrə bənzər şəkildə, süni intellektəsaslı turist bələdçilərinin inkişafına yönəlmiş "məzmun istehsalçısı", "bilgi yaradıcısı" və ya "xidmət inkişafetdiricisi" kimi yeni ixtisaslar insan əməyinin

rolunu dəyişdirə bilər. Beləliklə, insan turist bələdçilərinin “Müzakirə” başlığı altında qeyd olunan zəngin peşə təcrübəsi və rəsmi olmayan öyrənmə mühitlərində əldə olunan örtük və ya gizli bilikləri süni intellektdən xidmət alan ziyarətçilərin istifadəsinə təqdim etmək mümkündür. Turist bələdçilərinin düzgün məlumat ötürməsinin əhəmiyyəti ədəbiyyatda vurğulanmışdır. Lakin bu tədqiqatın nəticələri göstərir ki, ChatGPT təqdim etdiyi məzmunlarda qərəzli ifadələr formalaşdırır və yanıltıcı etibar yaradır ki, bu da süni intellektin yanlış məlumat verə biləcəyi barədə ümumi qəbul edilən anlayışların kənarında diqqət çəkən bir məsələdir.

Turist bələdçiliyi xidmətləri təqdim edilərkən süni intellekt tərəfindən verilən qərəzli ifadələr və yanlış məlumatların inandırıcı bir üslubla təqdim olunması destinasiya məkanları üçün risklər yarada bilər. Çünki süni intellekt texnologiyasının manipulyasiyası və yaradılan dezinformasiyanın yenə süni intellekt vasitəsilə turistlərə çatdırılması ziyarətçilərin tarixi və mədəni reallıqlara münasibətini yanlış istiqamətdə formalaşdırma bilər. Digər tərəfdən süni intellekt texnologiyasının qəsdən manipulyasiya və dezinformasiya məqsədi ilə istifadəsinə dair hansı tədbirlərin görüldüyü də aydın deyil.

Turist bələdçiliyi xidmətləri zamanı formalaşdırılan ifadələrin ziyarətçilərin gələcək səfərlərinə dair davranış və mövqelərinə təsir imkanları nəzərə alındıqda qeyd olunan risklərin aradan qaldırılması üçün tədbirlərin görülməsi vacibdir. İnsan turist bələdçilərinin təqdimatlarında dezinformasiyaya yol verdiyi hallarda tətbiq olunan sanksiyalar açıqdır. Məsələn, Türkiyə nümunəsində 6326 sayılı Turist Bələdçiliyi Peşə Qanunu və 26 dekabr 2014-cü il tarixli Qaydalar etik normaları müəyyən etmişdir. Bu qaydalar çərçivəsində xəbərdarlıq, tənqid, peşədən müvəqqəti və ya daimi uzaqlaşdırma kimi tədbirlər nəzərdə tutulmuşdur. Lakin süni intellekt turist bələdçiləri üçün etik pozuntular baş verdiyi hallarda tətbiq ediləcək protokollar hələ də müəyyən edilməmişdir [19].

Ölkəmizdə isə bu normalar Azərbaycan Respublikasının 1999-cu il 4 iyun tarixli, 674-IQ nömrəli Qanunu “Turizm haqqında” başlığı ilə qüvvəyə minmiş və maddə 10-da Turizm bələdçiləri barədə müddəalarda öz əksini tapmışdır

[3]. “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu turizm sektorunda bələdçi xidmətləri, məsuliyyət və etik normaların təminatı üçün hüquqi baza yaradır. Lakin bu qanun süni intellektəsaslı turist bələdçiliyi (chatbot-bələdçi, dil modelləri ilə təchiz olunmuş sistemlər) kimi yenilikçi xidmət formaları üçün xüsusi olaraq hazırlanmamış və bu baxımdan mövcud hüquqi baza bu yeni xidmət formalarına tam uyğunlaşmamışdır [3].

“Azərbaycan Respublikasının 2025–2028-ci illər üçün süni intellekt Strategiyası”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Sərəncam imzalamışdır. Bu Sərəncam çərçivəsində 2027-ci ilədək süni intellektin hüquqi tənzimləmə çərçivəsinin hazırlanması planlaşdırılır [2]. Ölkədə artıq müxtəlif ISO/IEC standartlarına uyğun milli standartlar məsələn, “Information Technology – Artificial Intelligence – Risk Management Guidelines” (İnformasiya Texnologiyaları – Süni İntellekt – Risklərin idarə edilməsi) və s. qəbul olunmuşdur. Hazırda Azərbaycan qanunvericiliyində süni intellektin istifadəsinə xüsusi şəkildə tənzimləyən tamamlanmış hüquqi aktların olmadığını analitik mənbələr göstərir [4].

Son illər respublikamızda süni intellektin etik, sosial və hüquqi aspektləri üzrə fəaliyyətləri daha da intensivləşib. Bu istiqamətdə ən mühüm təşəbbüslərdən biri Bakı Dövlət Universitetinin həyata keçirdiyi “Süni İntellekt Etikası üzrə I Gənclər Forumu”dur. Forumun əsas məqsədi texnoloji tərəqqi ilə yanaşı, süni intellektin etik, sosial və hüquqi nəticələrini də müzakirə etmək idi. Burada alimlər və mütəxəssislər məlumat qərəzliyi, mədəniyyətlərin yanlış təmsili, insan və maşın etikası arasındakı fərqlər, həmçinin süni intellektin məsuliyyət məsələsi kimi aktual problemlərə diqqət çəkiblər. Forumun nəticəsi olaraq BDU-da “Süni İntellekt Etikası və Hüquqi Tənzimləmə Mərkəzi” yaradılıb. Mərkəz həm akademik tədqiqat, həm də ictimai maarifləndirmə funksiyasını yerinə yetirir və turizm, mədəniyyət kimi sahələrdə süni intellektin istifadəsi ilə bağlı etik prinsiplərin öyrənilməsinə hədəfləyir. Turizm və bələdçilik sahəsində süni intellektin tətbiqi, xüsusilə ChatGPT kimi proqramların turistlərə tarixi və mədəni məlumatların təqdimatında istifadə olunması etik baxımdan

həssas məsələ sayılır. Burada əsas problemlərdən biri mədəni qərəz və yanlış təmsil riskidir. Bəzi hallarda süni intellekt məlumatları Qərb mərkəzli və ya müstəmləkəçi diskursda təqdim edir, bu isə yerli xalqların mədəni irsini yalnız “tarixi keçmiş” kimi göstərməklə müasir kimliyi inkar edir. Digər tərəfdən dezinformasiya və manipulyasiya riski də aktualdır, çünki süni intellekt sistemləri bəzən faktlardan uzaq məlumat verə bilər və turistlərdə ölkə haqqında yanlış təsəvvür formalaşdırma bilər.

Bundan əlavə, insan faktorunun əhəmiyyəti də önə çəkilir, çünki süni intellekt empatiya və emosional əlaqə yarada bilmir, bu isə bələdçi xidmətlərinin əsas komponentlərindən biridir. “Süni İntellekt Strategiyasında etik və hüquqi çərçivələrin harmonizasiyası əsas prioritetlərdən biri kimi göstərilir. Strategiyada məqsəd süni intellektin təhsil, səhiyyə, turizm və ictimai xidmətlərdə istifadəsini tənzimləyən etik kodekslərin və hüquqi mexanizmlərin yaradılmasıdır. Bu, gələcəkdə turizm sektorunda süni intellekt vasitələrinin istifadəsinə dair məsuliyyət və etibarlılıq standartlarının formalaşmasını təmin edəcəkdir. Burada iki əsas məsələ ön plana çıxır: birincisi, süni intellektin verdiyi məlumat yanlış olarsa, məsuliyyətin kimə aid olması; ikincisi isə turistlərin şəxsi məlumatlarının qorunması məsələsidir. Ümumilikdə Azərbaycan bu istiqamətdə həm regional, həm də beynəlxalq səviyyədə qabaqcıl mövqe tutmağa çalışır. Gənclər və İdman Nazirliyi, Rəqəmsal İnkişaf və Nəqliyyat Nazirliyinin və digər hüquqi şəxslərin təşəbbüsləri, birgə layihələri bu prosesə dəstək verir. Gələcəkdə məqsəd yalnız texnoloji yeniliklərin yaradılması deyil, eyni zamanda etik tənzimləmənin gücləndirilməsi, turizm və mədəniyyət sahəsində etik bələdçilik standartlarının hazırlanması və süni intellektlə işləyən sistemlərin mədəni həssaslıq səviyyəsini qiymətləndirən mexanizmlərin yaradılmasıdır.

Nəticə. Texnologiyaya qarşı qorxu və narahatlıqların innovasiyaya mane olduğu açıq olsa da, mümkün risklərin və görülməli tədbirlərin müəyyən edilməsi zəruridir. Bu baxımdan, Ümumdünya Turizm Təşkilatı (WTO), Turist Bələdçiləri Assosiasiyası Dünya Federasiyası (WFTGA), ölkələrdəki aidiyyəti nazirliklər və peşə təşkilatları riskləri azaltmaq və ya aradan

qaldırmaq üçün proqnozlar (məsələn, süni intellekt turist bələdçiliyi üçün etik kodekslərin hazırlanması) hazırlamalı və müvafiq proseslərin həyata keçirilməsi üçün mexanizmlərin yaradılması istiqamətində təşəbbüslər göstərməlidir. Bu kontekstdə 13 iyun 2024-cü ildə qəbul edilən Avropa İttifaqının Süni İntellekt haqqında Qanunu (AI Act), UNESCO-nun süni intellekt etikası üzrə tövsiyələri (unesco.org) və WFTGA kimi peşə təşkilatlarının müəyyən etdiyi etik prinsiplər rəhbər ola bilər [11]. Son illərdə formalaşdırılan süni intellekt etikası çərçivəsində turizm sənayesinin ehtiyacları beynəlxalq mütəmadiyyətə daxil edilməlidir. Süni intellektin “etik” istifadəsi gələcəkdə daha çox müzakirə ediləcək bir mövzu olduğundan qərarvericilər üçün müvafiq tədbirlərin görülməsi vacibdir. Bu kontekstdə dezinformasiya, yanlışçı etibar və qərəzli ifadələrə qarşı görülməli tədbirlərdə süni intellektin idarə olunması mühüm rol oynayacaqdır. Gələcəkdə daha geniş nümunələr əldə etmək mümkün olduqda tədqiqatçılar həm keyfiyyət, həm də kəmiyyət yanaşmalarına malik araşdırmalar apara bilərlər. Bu yolla tədqiqatın təqdim etdiyi anlayışların daha da inkişaf etdirilməsi mümkün olacaqdır. Eyni zamanda tədqiqatçılar ChatGPT xaricindəki digər süni intellekt alətlərinin turist bələdçisi kimi təqdim etdiyi xidmətləri araşdıraraq mövcud ədəbiyyatı daha da irəli apara bilərlər. Nəhayət, təhsil müəssisələrinin proqramlarında süni intellektə dair məzmunlara yer verilməsi, süni intellekt turist bələdçilərinin istifadəsinə dair etik kodekslərin hazırlanması və hüquqi tənzimləmələrin aparılması bu texnologiyanın turizm sənayesində istifadəsi üçün praktik nəticələr təmin edəcəkdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat

1. Abdella M.H., Hawash A.A., Zahran O.E., Mohammed A.T., Elmaria A.T., Ellkany Y., Siam A. Smart Tour Guide: A Novel Artificial Intelligence System for Replacing Human Guides in Cultural Heritage Sites. *Egyptian Journal of Artificial Intelligence*, 2024, vol.3, №1.

<https://ejai.journals.ekb.eg>

2. Azərbaycan Respublikasının 2025–2028-ci illər üçün Süni İntellekt Strategiyası (Sərəncam). Bakı, Azərbaycan Prezidentinin rəsmi veb saytı, 19 mart 2025.

<https://www.president.az/az/articles/view/68365/print>

3. “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu (№ 674 IQ). Bakı, e-Qanun.az, 4 iyun 1999.

<https://e-qanun.az/framework/4759>

4. Azərbaycan Respublikasının 2023–2026-cı illər üçün Turizm Strategiyası. Bakı, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi, fevral, 2023.

<https://www.tourismboard.az/storage/2023/04/14/gqOjhi3H9LWYpN9Yn4IBE9x1JklDNoTRc8oLSeYT.pdf>

5. Cəbrayılzadə S.N. Süni intellektəsaslı tövsiyə sistemlərinin turistlərin seçim prosesinə və məmnuniyyətinə təsirlərinin qiymətləndirilməsi (fəlsəfə doktoru dis). Bakı, 2025, 180 s.

6. Chin K.Y., Lee K.F., Kao Y.C., Chen Y.L. Applying machine learning concept to provide adaptable digital tour guide system. 26th International Conference on Computers in Education, ICCE 2018. Asia-Pacific Society for Computers in Education, 2018, pp.199-204.

<https://library.apsce.net/index.php/ICCE/article/view/3775/3651>

7. Chuang C.M. A current travel model: smart tour on mobile guide application services. Current Issues in Tourism, 2020, 23(18), pp.2333-2352.

<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1631266>

8. Dahles H. The politics of tour guiding: Image management in Indonesia. Annals of Tourism Research. 2002, vol.29, №3, pp.783-800.

[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00083-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00083-4)

9. Dahles H. The politics of tour guiding: Image management in Indonesia. Annals of Tourism Research. 2002, 29(3), pp.783-800.

[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00083-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00083-4)

10. Düz B. Robot turist rehberi ile gezmek nasıl bir şey? RoBoHoN'a ilişkin kullanıcı deneyimi üzerine bir söylem analizi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2024, 24(2), s.769-796.

<https://doi.org/10.18037/ausbd.1452072>

11. European Parliament & Council of the European Union. Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council laying down harmonised rules on artificial intelligence and amending Regulations (EC) No 300/2008, (EU) No 167/2013, (EU) No 168/2013, (EU)

2018/858, (EU) 2018/1139 and (EU) 2019/2144 and Directives 2014/90/EU, (EU) 2016/797 and (EU)-2020/1828 (Artificial Intelligence Act) (Text with EEA relevance). 13 June 2024.

<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj>

12. Gursay D., Li Y., Song H. ChatGPT and the hospitality and tourism industry: an overview of current trends and future research directions. Journal of Hospitality Marketing & Management, 2023, 32(5), pp.579-592.

<https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2211993>

13. Huang S., Hsu C.H., Chan A. Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. Journal of Hospitality & Tourism Research, 2010, vol.34, №1, pp.3-33.

<https://doi.org/10.1177/1096348009349815>

14. Kim T. Over the rainbow: how to fly over with ChatGPT in tourism. Journal of Smart Tourism, 2023, 3(1), pp.41-47.

<https://doi.org/10.52255/smarttourism.2023.3.1.5>

15. Ling E.C., Tussyadiah I., Liu A., Stienmetz J. Perceived intelligence of artificially intelligent assistants for travel: Scale development and validation. Journal of Travel Research, 2025, vol.64, №2, pp.299-321.

<https://doi.org/10.1177/00472875231217899>

16. Polanyi M. The logic of tacit inference. Philosophy, 1966, 41(155), pp.1-18.

17. Salmanov İ.N. Turizm bələdçiləri üçün lisenziya. İnformasiya cəmiyyətində iqtisadiyyatın davamlı inkişaf problemləri. SDU, Beynəlxalq Elmi Konfrans, 2021, s.35-40.

18. Sia P.Y.H., Saidin S.S., Iskandar Y.H.P. Smart mobile tourism app featuring augmented reality and big data analytics: an empirical analysis using UTAUT2 and PCT models. Journal of Yapay Zekâ Turist Rehberi: ChatGPT rehberliğinde gerçekleşen Sidney ve Roma Gezilerinde kullanıcı deneyimleri, 2024.

19. Türkiye Cumhuriyeti. 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu. Resmî Gazete, 2012.

<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6326.pdf>

20. Wang Y., Song M., Guo R., Duan Y. How about non-human tour guides? The influence of AI tour guides' dress and conversation style on the intention of consumers to continue using them. Journal of Travel & Tourism Marketing,

2023, vol.40, №9, pp.849-862.

<https://doi.org/10.1080/10548408.2023.2296638>

21. Wong I.A., Lian Q.L., Sun D. Autonomous travel decision-making: An early glimpse into ChatGPT and generative AI. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2023, 56, pp.253-263.

<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.06.022>

22. Wu D.C., Li W., Wu J., Hu M., Shen S. How well can ChatGPT forecast tourism demand? *Tourism Management*, 2025, vol.108, pp.105-119.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105119>

23. Zhang B., Zhu Y., Deng J., Zheng W., Liu Y., Wang C., Zeng R. "I am here to assist your tourism": predicting continuance intention to use AI-based chatbots for tourism. does gender really matter. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 2023, 39(9), pp.1887-1903.

<https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2124345>

T.Alakbarov

Application of artificial intelligence in tourism and ethical risks: conclusions from the ChatGPT experiment

Abstract

People who used ChatGPT as a tourist guide were mainly positive about the communication style of the technology and the comprehensiveness of the information it provided. Although the sincere and friendly responses of the artificial intelligence increased user satisfaction, shortcomings were observed in areas such as tour planning and business recommendations. In particular, the tour plans provided by ChatGPT were prepared without taking into account walking distances, and some of the recommendations of places were either far away or had a negative reputation. In addition, the lack of recommendations for famous and award-winning places, as well as the sometimes ordinary and repetitive content of the information provided, indicate that AI cannot fully replace the diverse and interesting knowledge provided by human guides. The study also revealed that there are inaccuracies in the information provided by AI. ChatGPT created a "misleading trust" in users by demonstrating a confident and know-it-all style. This feature highlights the potential for artificial

intelligence to be manipulative and disinformation, raising ethical and practical risks in the field of tourist guiding. The article presents new scientific insights into the use of artificial intelligence in the field of tourist guiding, its advantages, disadvantages and ethical risks, and provides a basis for formulating practical recommendations for improvements aimed at developing the technology.

Т.Алекперов

Применение искусственного интеллекта в туризме и этические риски: выводы эксперимента ChatGPT

Аннотация

Люди, использовавшие ChatGPT в качестве туристического гида, в основном положительно оценили стиль общения технологии и полноту предоставляемой ею информации. Хотя искренние и дружелюбные ответы искусственного интеллекта повысили удовлетворенность пользователей, были отмечены недостатки в таких областях, как планирование туров и бизнес-рекомендации. В частности, планы туров, предоставляемые ChatGPT, были составлены без учета пеших расстояний, а некоторые рекомендации мест были либо удалены, либо имели негативную репутацию. Кроме того, отсутствие рекомендаций известных и отмеченных наградами мест, а также порой банальность и повторяемость предоставляемой информации указывают на то, что ИИ не может полностью заменить разнообразные и интересные знания, предоставляемые гидами-людьми. Исследование также выявило неточности в информации, предоставляемой ИИ. ChatGPT создал у пользователей «ложное доверие», демонстрируя уверенный и всезнающий стиль. Эта особенность подчеркивает потенциал искусственного интеллекта для манипуляций и дезинформации, что повышает этические и практические риски в сфере туристического гида. В статье представлены новые научные знания об использовании искусственного интеллекта в сфере туристического гида, его преимуществах, недостатках и этических рисках, а также заложена основа для разработки практических рекомендаций по совершенствованию, направленному на развитие этой технологии.