



Türkiye Turist Rehberleri Birliği



ANKARA
HACI BAYRAM VELİ
ÜNİVERSİTESİ

III. ULUSAL TURİST REHBERLİĞİ KONGRESİ



5 - 6
KASIM
2020

KONGRE BİLDİRİ E-KİTABI

İÇİNDEKİLER

3 ÖNSÖZ

4 KURULLAR

10 KONGRE PROGRAMI

16 BİLDİRİLER

272 KONGRE SONUÇ VE DEĞERLENDİRMESİ

III. ULUSAL TURİST REHBERLİĞİ KONGRESİ

ÖNSÖZ

Turistlerin, eskiye oranla daha çok bilgiye daha rahat ulaşabildikleri, bilginin geçerliliğini kolaylıkla kontrol edebildikleri ve daha yüksek hizmet kalitesi beklentisi içinde oldukları şüphe götürmez bir gerçektir. Turist yapısında yaşanan değişimler, turizmi profesyonel anlamda icra eden kişilerin de kendilerini geliştirmelerini kaçınılmaz kılmaktadır.

Gerek yurtiçi gerekse yurtdışı turlarda ya da turizm hizmetleri içerisinde, profesyonel turist rehberlerinin büyük bir önemi ve payı bulunmaktadır. Turist rehberleri, sahip oldukları yeterlilikler itibariyle turistlerin memnuniyet seviyelerinde çok etkili olabilmektedirler. Öte yandan değişen turist yapısına göre, profesyonel turist rehberlerinin de sürekli olarak kendilerini geliştirmesi gerekmektedir. Çünkü bugün turistler gidecekleri bölge ile ilgili bilgileri bir forum sitesinden ya da internet üzerinde bir sosyal ağdan yanlarında taşıdıkları akıllı telefon ya da tabletler aracılığı ile kısa sürede alabilmeleri mümkündür. Bu nedenle turist rehberlerinin bundan daha fazlasına sahip olmaları, sadece bölgenin turizm değerleri ile ilgili değil, bölgenin çok farklı yönleriyle ilgili bilgi sahibi olmaları ve bilgiyi en iyi şekilde aktarabilmeleri gerekmektedir.

Türkiye’de turist rehberliği mesleği başındaki profesyonel ekiyle nitelendirilmektedir. Profesyonel turist rehberi; kendi dilinde ve en az bir yabancı dilde yazılı ve sözlü olarak iletişim kurabilme yeteneğine sahip olmalı, iletişim ve hizmet yetenekleriyle turistlerin ziyaretlerini bir deneyim ve bilgilenme boyutuna taşıyabilmeli, tanıtma, bilgi verme sırasında turistlerle göz teması kurabilmeli, grubu otoriter olmadan yönetmeli, zamanı ekonomik kullanmalı, sorunlara çözüm getirici olmalı, ülkenin coğrafyasını, tarihini, kültürünü, sosyal özelliklerini bilmeli, insanları bir amaç doğrultusunda peşinden sürüklemeli ve başarılı bir tur gerçekleştirmek için farklı hizmet sağlayıcıları ve turistler arasında koordinasyonu sağlamalıdır.

Turizm olgusunda önemli bir etkisi ve rolü olan turist rehberliğinin farklı yönleriyle doğru bir biçimde öğrenilmesi ve sürdürülmesi büyük bir önem taşımaktadır. Rehber yetiştirmede sadece teorik bilgilere bağlı kalmak yerine, alan uygulamaları ve alan ölçümlerine daha fazla yer verilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda elde edilen bulgular doğrultusunda; ilgili eğitim kurumlarına, Türkiye Turist Rehberleri Birliği’ne ve odalarına, profesyonel turist rehberlerine, rehberlerin bilgi-donanım yönündeki eksikliklerinin giderilmesi hususunda önemli görevler düşmektedir.

İşte bu noktada, ev sahipliğini Türkiye Turist Rehberleri Birliği’nin yaptığı III. Turist Rehberliği Kongresi’nin profesyonel turist rehberliğinin gelişimine önemli katkılar sağladığını umut ediyor, bizlere akademik destek veren Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi akademisyenlerine, açılış konuşmasıyla bizleri onurlandıran Prof. Dr. İlber ORTAYLI’ya, TUREB Yönetim Kurulu Üyeleri Dr. Sedat BORNOVALI, Ozan SAYIN, A. Serhan GÜNGÖR ve Adem BİÇER’e ve emeği geçen herkese teşekkür ediyor ve saygılar sunuyorum.

Suat TURAL
TUREB Yönetim Kurulu Başkanı

KURULLAR

KONGRE BAŞKANI

SUAT TURAL

Türkiye Turist Rehberleri Birliği Başkanı

DÜZENLEME KURULU

DR. ÖĞR. ÜYESİ SEDAT BORNOVALI

ÂDEM BİÇER

AHMET SERHAN GÜNGÖR

OZAN SAYIN

KEVSER AFŞAR

ENDER ŞAHİN

AZİZE SOYER

PROF. DR. R. PARS ŞAHBAZ

DOÇ. DR. M. ALPARSLAN KÜÇÜK

DOÇ. DR. YALÇIN ARSLANTÜRK

DOÇ. DR. SEVİL BÜLBÜL

DOÇ.DR. M. MURAT KIZANLIKLI

ARŞ. GÖR. FULDEN NURAY KÜÇÜKERGİN

ARŞ. GÖR. ESİN AYSEN

ARŞ. GÖR. SEVAL KURT

ARŞ. GÖR. TUĞBA ŞEN KÜPELİ

ARŞ. GÖR. GİZEM PALA

BİLİM KURULU

PROF. DR. SUAVİ AHİPAŞAOĞLU

PROF. DR. HASAN AKAN

PROF. DR. ATILLA AKBABA

PROF. DR. UMUT AVCI

PROF. DR. CEVDET AVCIKURT

PROF. DR. A. CELİL ÇAKICI

PROF. DR. FÜSUN İSTANBULLU DİNÇER

PROF. DR. MİTHAT ZEKİ DİNÇER
PROF. DR. OKTAY EMİR
PROF. DR. ORHAN BATMAN
PROF. DR. İSMAİL GEZGİN
PROF. DR. NECDET HACIOĞLU
PROF. DR. ORHAN İÇÖZ
PROF. DR. ABDULLAH KARAMAN
PROF. DR. KURTULUŞ KARAMUSTAFA
PROF. DR. ARZU KILIÇLAR
PROF. DR. İSMAİL KIZILIRMAK
PROF. DR. MERYEM AKOĞLAN KOZAK
PROF. DR. SALİH KUŞLUVAN
PROF. DR. KUTAY OKTAY
PROF. DR. ZAFER ÖTER
PROF. DR. ELBEYİ PELİT
PROF. DR. ASIM SALDAMLI
PROF. DR. METE SEZGİN
PROF. DR. R. PARS ŞAHBAZ
PROF. DR. ÖMER ŞANLIOĞLU
PROF. DR. ABDULLAH TANRISEVDİ
PROF. DR. SELMA MEYDAN UYGUR
PROF. DR. BURHAN VARKIVANÇ
PROF. DR. ALİ YAYLI
PROF. DR. İBRAHİM YILMAZ
PROF. DR. MEDET YOLAL
DOÇ. DR. MUSTAFA AKSOY
DOÇ. DR. AYSU ALTAŞ
DOÇ. DR. VOLKAN ALTINTAŞ
DOÇ. DR. MUSTAFA CEVDET ALTUNEL
DOÇ. DR. ÖZLEM ALTUNÖZ
DOÇ. DR. TUGAY ARAT
DOÇ. DR. ŞEYMA AY ARÇIN
DOÇ. DR. AYTUĞ ARSLAN
DOÇ. DR. YALÇIN ARSLANTÜRK
DOÇ. DR. GÜL ERBAY ASLITÜRK
DOÇ. DR. LÜTFİ ATAY

DOÇ. DR. EMİNE ÇINA BAL
DOÇ. DR. FATİH MEHMET BERK
DOÇ. DR. FAHRETTİN ATIL BİLGE
DOÇ. DR. SEVDA BİRDİR
DOÇ. DR. SEVİL BÜLBÜL
DOÇ. DR. MELTEM CABER
DOÇ. DR. AHMET ÇAVUŞ
DOÇ. DR. GÜREL ÇETİN
DOÇ. DR. BEKİR BORA DEDEOĞLU
DOÇ. DR. TAŞKIN DENİZ
DOÇ. DR. NURAY TETİK DİNÇ
DOÇ. DR. BEKİR EŞİTTİ
DOÇ. DR. EVREN GÜÇER
DOÇ. DR. KENAN GÜLLÜ
DOÇ. DR. F. ÖZLEM GÜZEL
DOÇ. DR. SERHAT HARMAN
DOÇ. DR. CEM IŞIK
DOÇ. DR. SEBAHATTİN KARAMAN
DOÇ. DR. YASİN KELEŞ
DOÇ. DR. M. MURAT KIZANLIKLI
DOÇ. DR. ÖZLEM KÖROĞLU
DOÇ. DR. SERAP ÖZDÖL KUTLU
DOÇ. DR. M. ALPARSLAN KÜÇÜK
DOÇ. DR. ÖZGÜR ÖZER
DOÇ. DR. NACİ POLAT
DOÇ. DR. FERİKA SARI
DOÇ. DR. ERKAN SEZGİN
DOÇ. DR. SEDA ŞAHİN
DOÇ. DR. LÜTFİ MUSTAFA ŞEN
DOÇ. DR. RAHMAN TEMİZKAN
DOÇ. DR. S. PINAR TEMİZKAN
DOÇ. DR. SABAH BALTA ULAY
DOÇ. DR. SİNAN ÜNLÜSOY
DOÇ. DR. KAMİL YAĞCI
DOÇ. DR. UYSAL YENİPİNAR
DOÇ. DR. CANAN TANRISEVER YİĞİT

DOÇ. DR. GÖKÇE YÜKSEK
DOÇ. DR. BURHANETTİN ZENGİN
DOÇ. DR. ÖZCAN ZORLU
DR. ÖĞR. ÜYESİ VEDAT ACAR
DR. ÖĞR. ÜYESİ YUSUF ACAR
DR. ÖĞR. ÜYESİ MURAT AK
DR. ÖĞR. ÜYESİ SERAP AKDU
DR. ÖĞR. ÜYESİ UĞUR AKDU
DR. ÖĞR. ÜYESİ GÜLİZAR AKKUŞ
DR. ÖĞR. ÜYESİ NALAN ALBUZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ UJU VIOLET ALOLA
DR. ÖĞR. ÜYESİ REŞAT ARICA
DR. ÖĞR. ÜYESİ SABRİ ARICI
DR. ÖĞR. ÜYESİ SEMİH ARICI
DR. ÖĞR. ÜYESİ MUSTAFA ARSLAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ ALPER ATEŞ
DR. ÖĞR. ÜYESİ MUHARREM AVCI
DR. ÖĞR. ÜYESİ AYDOĞAN AYDOĞDU
DR. ÖĞR. ÜYESİ İLKE BAŞARANGİL
DR. ÖĞR. ÜYESİ ALAATTİN BAŞODA
DR. ÖĞR. ÜYESİ İSA BAYHAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ ALİ TURAN BAYRAM
DR. ÖĞR. ÜYESİ GÜL ERKOL BAYRAM
DR. ÖĞR. ÜYESİ ERHAN BOĞAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ SEDAT BORNOVALI
DR. ÖĞR. ÜYESİ İNCİ OYA COŞKUN
DR. ÖĞR. ÜYESİ TOLGA FAHRİ ÇAKMAK
DR. ÖĞR. ÜYESİ HARUN ÇALHAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ DİDAR SARI ÇALLI
DR. ÖĞR. ÜYESİ EMRE ÇİLESİZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ ÖMER ÇOBAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ NAZIM ÇOKIŞLER
DR. ÖĞR. ÜYESİ SERDAR ÇÖP
DR. ÖĞR. ÜYESİ AYHAN DAĞDEVİREN
DR. ÖĞR. ÜYESİ FAHRİ DAĞI
DR. ÖĞR. ÜYESİ ALİ DALGIÇ

- DR. ÖĞR. ÜYESİ AYŞEGÜL DEMİRBULAK
DR. ÖĞR. ÜYESİ ŞEYNAZ DEMİRKOL
DR. ÖĞR. ÜYESİ NİHAT DEMİRTAŞ
DR. ÖĞR. ÜYESİ EVİNÇ DOĞAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ SEDEN DOĞAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ OLCA SEZEN DOĞANCILI
DR. ÖĞR. ÜYESİ EDA RUKİYE DÖNBAK
DR. ÖĞR. ÜYESİ ERTUĞRUL DÜZGÜN
DR. ÖĞR. ÜYESİ REMZİYE EKİCİ
DR. ÖĞR. ÜYESİ FATMA DOĞANAY ERGEN
DR. ÖĞR. ÜYESİ SEÇKİN ESER
DR. ÖĞR. ÜYESİ VOLKAN GENÇ
DR. ÖĞR. ÜYESİ SİNAN GÖKDEMİR
DR. ÖĞR. ÜYESİ GÖNÜL GÖKER
DR. ÖĞR. ÜYESİ TOLGA GÜL
DR. ÖĞR. ÜYESİ ELÇİN DOĞAN GÜRBÜZER
DR. ÖĞR. ÜYESİ FATMA ÖZÇELİK HEPER
DR. ÖĞR. ÜYESİ ALİ İSKENDER
DR. ÖĞR. ÜYESİ MİKAİL KARA
DR. ÖĞR. ÜYESİ MUTLU KAYA
DR. ÖĞR. ÜYESİ SONAY KAYGALAK
DR. ÖĞR. ÜYESİ NEŞE ÇULLU KAYGISIZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ İBRAHİM HAKKI KAYNAK
DR. ÖĞR. ÜYESİ HAVA KESKİN
DR. ÖĞR. ÜYESİ REHA KILIÇHAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ CENK MURAT KOÇOĞLU
DR. ÖĞR. ÜYESİ HALİL KORKMAZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ HANDE AKYURT KURNAZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ AYŞE KURTLU
DR. ÖĞR. ÜYESİ KEMAL GÜRKAN KÜÇÜKBERGİN
DR. ÖĞR. ÜYESİ BATTAL OĞUZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ GÖZDE OĞUZBALABAN
DR. ÖĞR. ÜYESİ ÖZLEM TEKİN ÖZBEK
DR. ÖĞR. ÜYESİ HÜSEYİN ÖZDEMİR
DR. ÖĞR. ÜYESİ FATİH ÖZDEMİR
DR. ÖĞR. ÜYESİ GÖZDE ÖZDEMİR

DR. ÖĞR. ÜYESİ İBRAHİM AKIN ÖZEN
DR. ÖĞR. ÜYESİ YAKUP ÖZTÜRK
DR. ÖĞR. ÜYESİ MEHMET SAĞIR
DR. ÖĞR. ÜYESİ FARUK SEYİTOĞLU
DR. ÖĞR. ÜYESİ SEYİT AHMET SOLMAZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ NİL SONUÇ
DR. ÖĞR. ÜYESİ CEMİL SÜSLÜ
DR. ÖĞR. ÜYESİ NECİBE ŞEN
DR. ÖĞR. ÜYESİ NURŞAH ŞENGÜL
DR. ÖĞR. ÜYESİ MUSTAFA ŞİT
DR. ÖĞR. ÜYESİ SERKAN TÜRKMEN
DR. ÖĞR. ÜYESİ MEHMET UMUR
DR. ÖĞR. ÜYESİ GÖKÇE ÖZDEMİR UMUTLU
DR. ÖĞR. ÜYESİ ABDULLAH ÜLKÜ
DR. ÖĞR. ÜYESİ SAVAŞ YEŞİLYURT
DR. ÖĞR. ÜYESİ DUYGU YETGİN
DR. ÖĞR. ÜYESİ HACI MEHMET YILDIRIM
DR. ÖĞR. ÜYESİ MUSTAFA YILDIRIM
DR. ÖĞR. ÜYESİ ESRA GÜL YILMAZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ LALE YILMAZ
DR. ÖĞR. ÜYESİ YURDANUR YUMUK
ÖĞR. GÖR. DR. AZADE ÖZLEM ÇALIK
ÖĞR. GÖR. DR. NİHAT ÇEŞMECİ
ÖĞR. GÖR. DR. HÜSEYİN ÇİÇEKLİOĞLU
ÖĞR. GÖR. DR. ALPER DURAN
ARŞ. GÖR. DR. SEVGÜL ÇİLİNGİR CESUR
ARŞ. GÖR. DR. BEYBALA TİMUR
ARŞ. GÖR. DR. ORHAN YABANCI
DR. MEHMET KÜRKÇÜ
DR. ARZU TORAMAN

Unvan ve Alfabetik sıraya göre düzenlenmiştir.

KONGRE PROGRAM ÖZETİ

KONUŞMACILAR

5 KASIM PERŞEMBE 2020

13:30-14:00	AÇILIŞ KONUŞMALARI	Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU- Dekan / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Suat TURAL- Türkiye Turist Rehberleri Birliği Başkanı Prof. Dr. Yusuf TEKİN- Rektör / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
14:00-14:45	KONUK KONUŞMACI	Prof. Dr. İlber ORTAYLI – Tarihçi, Yazar

6 KASIM CUMA 2020

15:30-16:00	KAPANIŞ KONUŞMASI	Suat TURAL- Türkiye Turist Rehberleri Birliği Başkanı
-------------	----------------------	---

BİRİNCİ GÜN OTURUMLARI

5 KASIM PERŞEMBE 2020

15:30-17:00	PARALEL OTURUMLAR
-------------	-------------------

İKİNCİ GÜN OTURUMLARI

6 KASIM CUMA 2020

11:00-12:00	TUREB OTURUMU
12:00-14:00	ARA
14:00-15:30	PARALEL OTURUMLAR
15:30-16:00	KAPANIŞ KONUŞMASI

PROGRAM AKIŞI

5 KASIM PERŞEMBE 2020 - BİRİNCİ GÜN

AÇILIŞ KONUŞMALARI (13:30-14:00)

TUREB SALONU

Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU- Dekan /Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi

Suat TURAL- Türkiye Turist Rehberleri Birliği Başkanı

Prof. Dr. Yusuf TEKİN- Rektör / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

KONUK KONUŞMACI (14:00-14:45)

TUREB SALONU

Prof. Dr. İlber ORTAYLI – Tarihçi, Yazar

14:45 - 15:30 / ARA

5 KASIM PERŞEMBE 2020 - BİRİNCİ GÜN

PARALEL OTURUMLAR (15:30-17:00)

TUREB SALONU

OTURUM BAŞKANI- DOÇ. DR. CANAN TANRISEVER YİĞİT

Rehber Anlatımlarında Bitki ve Hayvan Mitoslarının Yeri	Arş. Gör. Dilara Eylül Koç- Kastamonu Üniversitesi Doç. Dr. Canan Tanrısever- Kastamonu Üniversitesi
Anadolu'da Türk Sanat ve Mimarisinde Rehberlerin Karşılaştıkları Hayvan Figürleri ve Mitolojik Arka Planı	Dr. Süleyman Saz Turist Rehberi
Roma İmparatorluğu'nda Perge Antik Kenti ve Bir Kadın Yönetici Figürü Olarak Plancia Magna	Prof. Dr. Nedim Yüzbaşıoğlu Akdeniz Üniversitesi
Arkeo-Turizm Kapsamında Tarihöncesi Arkeolojisi Turizmi: Göbeklitepe Örneği	Doç. Dr. Serap Özdöl-Kutlu- Ege Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Selcen Seda Türksoy- Ege Üniversitesi

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ SALONU

OTURUM BAŞKANI- PROF. DR. ELBEYİ PELİT

Turist Rehberliğinde Girişimcilik ve Rehberlik Eğitiminde Girişimciliğin Yeri	Dr. Öğr. Üyesi Nihat Çeşmeci- Erciyes Üniversitesi Arş. Gör. Nazlı Örnek- Erciyes Üniversitesi Turizm
Algılanan Stres: Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma	Dr. Öğr. Üyesi Ayhan Dağdeviren Çankırı Karatekin Üniversitesi
TR 82 Bölgesinde Turizm Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Mesleki Çekimsizliğe Yatkınlık Düzeyleri	Arş. Gör. Yakup Erdoğan- Kastamonu Üniversitesi Doç. Dr. Canan Tanrısever- Kastamonu Üniversitesi
Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Stresle Başa Çıkma Tarzlarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi	Dr. Öğr. Üyesi Ayhan Dağdeviren- Çankırı Karatekin Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Mikail Kara- Çankırı Karatekin Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Özdemir- Çankırı Karatekin Üniversitesi

HOTEL LINKAGE SALONU

OTURUM BAŞKANI- DOÇ. DR. RAHMAN TEMİZKAN

Denetimlerin Turist Rehberlerinin İş Doyumuna Etkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Çalışan Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Arş. Gör. Merve Ofloğlu- Harran Üniversitesi Prof. Dr. İsmail Kızırmak- İstanbul Üniversitesi
İş Aile Rol Çatışması ve Kariyer Devamlılığı İlişkisi: Kadın Turist Rehberleri Üzerine Bir Değerlendirme	Öğr. Gör. Dr. Nilgün Demirel- Iğdır Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi. Yurdanur Yumuk- İstanbul Gelişim Üniversitesi Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu- İstanbul Gelişim Üniversitesi
Turist Rehberi Adaylarının Kişilik Özelliklerine Göre Öğrenme Tercihleri: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği	Doç. Dr. Saadet Pınar Temizkan- Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Özlem Arı- Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Turist Rehberi Adaylarının Öz Yeterlilik Algılarının Mesleki Tutumlarına Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Arş. Gör. Melisa Ateş- Afyon Kocatepe Üniversitesi Arş. Gör. Ali Kabakulak- Afyon Kocatepe Üniversitesi Prof. Dr. Elbeyi Pelit- Afyon Kocatepe Üniversitesi

ANKARA SALONU

OTURUM BAŞKANI- DOÇ. DR. GÜL ERKOL BAYRAM

Turist Rehberliği Yurtiçi Uygulama Gezilerinin Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi	Arş. Gör. Dr. Zeynep Çokal- Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Arş. Gör. Aybüke Özsoy- Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turist Rehberi Berfin Keskin
Rekreatif Faaliyet Tercihlerinde Turist Rehberlerinin Rolü	Elif Şenel- Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Kültür Turizminde Ürün Geliştirme Sürecine Dair Turist Rehberlerinin Görüşleri	Melike Sak- Sinop Üniversitesi Aşlı Sultan Eren- Sinop Üniversitesi Doç. Dr. Gül Erkol Bayram- Sinop Üniversitesi
Türkiye’de Destinasyon Seçiciliği ve Rehberlik Faaliyetlerine Etkisi	Ramazan Özdemir- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Rabia Dedeoğlu-Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hilal Yılmaz- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

6 KASIM CUMA 2020 - İKİNCİ GÜN

TUREB SALONU

11:00-12:00	TUREB OTURUMU: TUREB YK Üyeleri - Sektör Akademi Buluşması MODERATÖR: PROF. DR. PARS ŞAHBAZ
-------------	--

12:00-14:00 / OTURUMLARA ARA

PARALEL OTURUMLAR (14:00-15:30)

TUREB SALONU

OTURUM BAŞKANI- DOÇ. DR. UYSAL YENİPİNAR

Ala Diva Turca Leyla Gencer: Bir Turist Rehberinin Anlatımında Safranbolulu Bir Dünya Yıldızı Soprano'nun Dünden Bugüne ve Yarına Uzanan Yaşam Öyküsü	Turist Rehberi-Eğitimci Yaşar Ülkü
Ankara'nın İlk Rehberi: Ankara Guide Touristique	Fikret Barbaros Göçer- Ankara Üniversitesi
Turist Rehberliğinin Akademik Çalışmalara Yansması: Bibliyometrik Bir Analiz	Melda Gazelci- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Arş. Gör. Sadık Can Gazelci- Antalya Bilim Üniversitesi
Türkiye’de Turist Başına Düşen Rehber Sayılarının Tespiti ve İhtiyaç Analizi	Öğr. Gör. Emrullah Cansu Kapadokya Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Bahar Kapadokya Üniversitesi

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ SALONU**OTURUM BAŞKANI- PROF. DR. MEDET YOLAL**

Eylemli Rehberlerin Sanal Tur Rehberliği Uygulamalarına Yönelik Değerlendirmeleri	Arş. Gör. Dr. Burcu Koç- Pamukkale Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Kemal Gürkan Küçükergin- Atılım Üniversitesi
Turist Rehberliği Mesleğine İlişkin Görüşlerin İçerik Analizi Yoluyla Değerlendirilmesi: Ekşi Sözlük Örneği	Öğr. Gör. Dr. Ezgi Kırıcı Tekeli- Iğdır Üniversitesi
Duygusal Emeğin Turist Rehberlerinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi	Doç. Dr. Saadet Pınar Temizkan- Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Erdal Arslan
Türkçe Rehberlik Önerisinin Paydaşlar Tarafından Değerlendirilmesi: Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği	Dr. Öğr. Üyesi Ertuğrul Düzgün-Gümüşhane Üniversitesi

HOTEL LINKAGE SALONU**OTURUM BAŞKANI-PROF. DR. ABDULLAH TANRISEVDİ**

Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla Bireysel Düzeyde Bahış Verme Eğilimini Etkileyen Davranışlar	Dr. Öğr. Üyesi Mikail Kara- Çankırı Karatekin Üniversitesi Arş. Gör. Sema Küçükali- Çankırı Karatekin Üniversitesi Arş. Gör. Dr. Sinem Kunt- Çankırı Karatekin Üniversitesi
Turist Rehberliğinin Multidisipliner Yansımasına Bir Örnek: “Dinler Tarihi”	Doç. Dr. Mehmet Alparslan Küçük- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Ufuk Çam- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Profesyonel Turist Rehberlerinin Gastronomi Kavramına Yaklaşımlarının Kelime İlişkilendirme Testi ile Analizi	Turist Rehberi Abidin Can Aktaş Arş. Gör. Serkan Yiğit- Dokuz Eylül Üniversitesi
Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası’na Bağlı Turist Rehberlerinin Profili	Dr. Öğr. Üyesi Ertuğrul Düzgün-Gümüşhane Üniversitesi
Turist Rehberliği Mesleği İçerisinde İdare Hukuku	Doç. Dr. Dilşat Yılmaz- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

ANKARA SALONU

OTURUM BAŞKANI- PROF. DR. İBRAHİM YILMAZ

Lisansüstü Düzeyde Turist/Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Programların Müfredatlarının İncelenmesi ve Öneriler	Dr. Yunus TOPSAKAL Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
Turist Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Eğitime Yönelik Görüşleri: Balıkesir Örneği	Doç. Dr. Seda Şahin- Balıkesir Üniversitesi Mervenur Erdem- Balıkesir Üniversitesi
Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma: Gastronomi Rehberliği Açısından Ön Lisans ve Lisans Programlarının Değerlendirilmesi	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BAHAR Kapadokya Üniversitesi
Turizm Rehberliği Bölümleri İçin Yeni Bir Felsefe ve Müfredat Önerisi	Dr. Öğr. Üyesi, Nazım Çoşşler İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

KAPANIŞ KONUŞMASI (15:30-16:00)

TUREB SALONU

Suat TURAL- Türkiye Turist Rehberleri Birliği Başkanı

REHBER ANLATIMLARINDA BİTKİ VE HAYVAN MİTOSLAR

Arş. Gör. Dilara Eylül Koç*
Kastamonu Üniversitesi
dkoc@kastamonu.edu.tr

Doç. Dr. Canan Tanrısever
Kastamonu Üniversitesi
ctanrisever@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Turlarda en çok dikkat çeken unsurlardan biri mitolojik öykülerdir. Çalışmada rehberlerin anlatımlarında turistlerce en çok dinlenen öyküler arasında bitki ve hayvan mitoslarına yer verilmiştir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, rehberlerin anlatımlarında Antik Yunan mitolojisindeki bitki ve hayvan mitoslarından ne sıklıkla yararlandıkları ve en çok hangi mitosları nerelerde kullandıklarını tespit etmektir. Çalışma, Kastamonu ili ile sınırlıdır. Kastamonu’da bulunan altı eylemli rehberin beşine ulaşılmıştır. Turist rehberleri ile yapılan görüşmelerin sonucunda, anlatımlarında en sık kullandıkları bitki mitoslarının gül, lale, sarımsak, üzüm/asma, defne ağacı, nergis çiçeği ve buğday mitosları olduğu, en sık kullandıkları hayvan mitoslarının ise at, kartal, aslan, boğa, güvercin, örümcek ve yılan mitosları olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Mitoloji, Turist Rehberi, Bitki Mitosları, Hayvan Mitosları.

ABSTRACT

One of the most remarkable elements in the tours is mythological stories.

In the study, plant and animal myths are included among the most frequently heard stories by tourists in the narratives of the guides. In this context, the aim of the study is to describe how often they used plant and animal myths in Ancient Greek mythology in their narratives and to identify which myths they use and where. The study is limited to the city of Kastamonu. Five of the six active tourist guides in Kastamonu have been reached. In the study, as a result of the interviews with the tourist guides, the mythos of the plant that they used most frequently were revealed as rose, tulip, garlic, grape / vine, bay tree, narcissus and wheat myths, while the animal myths they used most frequently the myths of horses, eagles, lions, bulls, pigeons, spiders and snakes, have been found.

Keywords: Mythology, Tourist Guide, Plant Myths, Animal Myths,

Giriş

Mitoloji terimi, Yunanca “Mythos” ve “Logos” kelimelerinin birleşmesi olan “Mythologia” kelimesinden gelmektedir. Mytos kelimesi masal, öykü, efsane anlamlarını içerirken, Logos söz, bilim, konuşma, anlaşma anlamlarını içermektedir (Taş, 2000). Mit, söylentilerle nesiller boyu aktarılan, zamanla değişime uğrayan rivayetler olarak da kullanılmaktadır. Mitler bir yönüyle yaratılışla ilgilidir. Herhangi bir şeyin nasıl var olduğunu sormakta ve sorduğu şeylere bir köken belirlemektedir. İnsanların mitoloji adını verdiği bilim dalıyla ilkçağ insanının doğayı evreni, anlamaya yönelik inançlarını ve bunun yarattığı ritüellerin tamamını, onları var eden yapıda arama işine girişmiştir. Kısacası mitoloji “dinler tarihinin arkeolojisi”dir (Olgunlu, 2012). Diğer bir deyişle mitoloji, geçmişte yaşayan insanların Tanrılar, dinler, görünmeyen varlıklar ve kahramanlarla ilgili dile getirilen birikimine verilen addır (Ulutürk, 2012).

*Sorumlu Yazar

Mitler yapıları gereği toplumsaldır ve içinde var olduğu toplumun kültüründen bir şeyler taşımaktadır. İnsanlar mitos (söylenen, duyulan ya da hayal ürünü olan sözler)larla gördüklerini ve duyduklarını aktarmakla birlikte; kendilerinden de birçok ilaveler yapmışlardır (Olgunlu, 2012). Olaylar ile ilgili gerçekten uzak bir anlatımın söz konusu olduğu mitoslar, insanların her zaman ilgisini çekmiştir.

Turist rehberliği ile ilgili olarak yapılan tanımlamalardan yola çıkarak, yerli ve yabancı turistlerin anlayacakları dil kullanılarak belli bir tur programı eşliğinde bir bölgenin tarihi, doğal ve kültürel değerlerini tanıtan, bireysel ya da grup halinde ziyaretçilere liderlik eden, onlara kılavuzluk eden, onları yönlendiren kişi olduğunu söylemek mümkündür (Ap ve Wong, 2001; Cheng, 2005; Ahipaşaoğlu, 2006; Huang, Hsu ve Chan, 2010; Min, 2012; Güzel ve Köroğlu, 2014). Rehberlerin temel rollerinden olan kültür yorumculuğu rolünü yerine getirirken, ziyaretçilerin ilgisini çekmesi gerekmektedir. Bu nedenle tur esnasında, güzergâhta yer alan gerek ziyaret edilen yapılardaki motiflerde gerekse doğada bulunan bitki ve hayvanların mitoslarını anlatmak gerekmektedir.

1. Bitki ve Hayvan Mitosları

Mitoloji, Yunanca “Mythos” (mit) ve “Logos” (konuşma ve anlaşma) kelimelerinin birleşmesi “Mythologia” kelimesinden gelmektedir. Mit, söylentilerle nesiller boyu aktarılan, zamanla değişime uğrayan rivayetler olarak da kullanılır ve geçmişte yaşayan insanların Tanrılar, dinler, görünmeyen varlıklar ve kahramanlarla alakalı dile getirilen birikimine verilen addır (Ulutürk, 2012). Bu bağlamda mitolojinin ilk anlamı bu zamana kadar saklanan mitleri araştırmış olan bilimsel bir yaklaşımdır. İkinci anlamı ise direkt olarak mitlerin bütününe verilen addır (Taş, 2000).

Mitoloji, insanın zihnindeki tüm olağan dışı bölümü kendi bünyesinde barındırmakta, bundan dolayı da tüm mitolojik unsurlar sanat ile yakından bağlantısı bulunmaktadır. Yunan mitolojisinin en kapsamlı niteliği belki de burada bulunmaktadır. Mitolojinin aklın tüm fonksiyonlarıyla birleşmiş olduğunu görürüz. Edebiyatta olduğu gibi, plastik sanatlarda da, Hellenizm’den medet ummayan tek bir alanı yoktur.

Antik Çağ Yunan mitolojisinde ve Grimall (1997), Gezgin (2014) ve Gezgin (2015) çalışmalarında yer alan 47 bitki mitosuna ve 56 hayvan mitosuna yer verilmektedir.

Bitki mitosları: Adonis (Dağ Lalesi), Arpa, Asma (Üzüm), Ayva, Badem Ağacı, Böğütlen, Buğday, Ceviz, Clytie ve Leukothoe (Günebakan Çiçeği), Çiğdem, Çam Ağacı, Çınar Ağacı, Çimen, Daphne-Defne (Laurus Nobilis), Dişbudak Ağacı, Elma, Fasülye, Gelincik, Gül, Günlük, Haşhaş, Heliadlar (Akkavak-Kavak Ağacı), Hünnap Ağacı, Hyakinthos (Sümbül veya Dağ Zambağı), İhlamur Ağacı, Ilgın Ağacı, İncir, Karpuz, Kızılıcık Ağacı, Kuşkonmaz, Kyparissos (Servi Ağacı), Lahana, Maydanoz, Menekşe, Menthe (Nane), Mersin Ağacı, Meşe Ağacı, Moly Otu, Myrrha (Mür ya da Mürrüsafi Ağacı), Nar, Narkissos (Nergis), Narteks, Olea Europaea (Zeytin Ağacı), Sarımsak, Söğüt Ağacı, Süsen, Tsibe-Pyramos (Karadut)’tur.

Hayvan mitosları: Ağustos Böceği, Aiokos (Karınca), Akbaba, Akrep, Ardıç Kuşu, Aslan, At, Atmaca, Ayı, Balık, Baykuş, Boğa, Çavuş Kuşu, Çaylak Kuşu, Dalgıç Kuşu, Domuz, Ejderha, Eşek, Fare, Gelincik, Geyik, Güvercin, Horoz, İnek, Kaplan, Kaplumbağa, Karga, Kartal, Kaz, Keçi, Keklil, Kertenkele, Köpek Kuşu, Kurbağa, Kurt, Kuzgun, Maymun, Mela (Koyun), Melissa (Arı), Melissa (Arı)Örümcek, Panter, Pheniks (Anka Kuşu), Philomele (Bülbül), Prokne (Kırlangıç), Tereos (Taraklı Kuş-Hüthüt Kuşu), Phokos (Fok Balığı), Skylla-Kraken (Dev Ahtapot), Şahin, Tavus Kuşu, Tırtıl, Tilki, Vaşak, Vatoz, Yarasa, Yengeç, Yılan’dır.

2. Yöntem

Çalışma nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Konu ile ilgili ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır. Elde edilen veriler ışığında belirlenen bitki ve hayvan mitosları alanlarında en az on yıl deneyime sahip ikisi profesyonel turist rehberi biri öğretim elemanı olmak üzere üç uzmanın görüşüne sunulmuş netleştirilmiştir. Bu kapsamda belirlenen bitki ve hayvan mitosları ile ilgili yarı yapılandırılmış on sorudan oluşan görüşme formu, 5 katılımcıya uygulanmıştır.

2.1. Araştırmanın amacı

Çalışmanın amacı, rehberlerin anlatımlarında Antik Yunan mitolojisindeki bitki ve hayvan mitoslarından ne sıklıkla yararlandıkları ve en çok hangi mitosları en çok nerelerde kullandıklarını tespit etmektir.

2.2. Örneklem ve veri toplama

Kastamonu ilindeki profesyonel turist rehberleri çalışmamızın evrenini oluşturmaktadır. Çalışmada veri toplama aracı olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Bitki ve hayvan mitosları ile ilgili yarı yapılandırılmış on sorudan oluşan görüşme formu, araştırmanın evrenini oluşturan 6 rehberden 5'ine uygulanmıştır.

3. Bulgular

Araştırmada katılımcıların kişisel verilerine göre, katılımcıların ikisi erkek, üçü kadındır. Katılımcılardan ikisi bekâren üçü evlidir. Katılımcıların yaşları 25-40 aralığındadır ve rehberlik deneyimleri katılımcılardan ikisininin 4-7 yıl arasında iken üçü 8-11 yıl arasında deneyime sahiptir. Katılımcıların yıl olarak fazla deneyime sahip olmaları, araştırma sonuçlarına yansiyacaktır. Rehberlerin hepsinin dili İngilizce'dir.

Aşağıda beş katılımcıdan oluşan görüşmede katılımcılara sorulan sorular ve yanıtlar yer almaktadır.

S.1. Anlatımlarınızda en çok hangi bitki mitoslarından bahsetmektesiniz? Hangi yapılarda ve nasıl yer vermektedir?

Katılımcılar genellikle gül, lale, sarımsak, üzüm/asma, defne ağacı, nergis çiçeği ve buğday mitoslarını anlattıkları belirtmişlerdir. Ancak farklı olarak bir katılımcı turlarda karşılarına çıktığı zaman adamotu bitkisinin insan bedenini andırdığı için ve kökü kesildiğinde kesilen yerden kan aktığı ile ilgili efsanenin olması nedeniyle bu bitkiden bahsettiğini dile getirmiştir. Diğer bir katılımcı da bu bitkilere ek olarak çay, sığla ağacı ve ayçiçeği mitoslarına da turlarında yer verdiğini ifade etmiştir.

Katılımcılar, defne ağacı ve Apollon mitosunu genellikle Hatay'da Asi ırmağı yakınlarında ve Harbiye şelalelerinde anlattıklarını, Nergis çiçeğinin Narkissos hikâyesine ya bir su kenarında turistlerin kendi yansımalarını gördüklerinde ya da bu çiçeğin yoğun olarak yetiştiği bölgede yaptıkları doğa turlarında yer verdiklerine, sarımsak ve siyez buğdayı hikâyelerine, Kastamonu hakkında genel bilgiler verirken bu bitkilerin mitoslarına değindiklerini ifade etmişlerdir.

Ayrıca üzüm için Antik tiyatro yapılarında, gül ve lale için İslamiyet'te önemli bir yeri olduğu için özellikle külliye ve cami yapılarında anlatıldığı elde edilen bilgiler arasındadır. Katılımcılar, Kastamonu turlarında özellikle gül mitosunu Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi'nde anlatılırken, lale mitosunu kalem işi süslemelerinde yer alması nedeniyle

Kasaba Köy Mahmut Bey Cami'sinde mutlaka anlatılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu bitkiler anlatılırken hem Yunan mitolojisinde hem Türk mitolojilerinde yer aldığı şekliyle anlatılması gerektiğini söylemişlerdir. Özellikle lalenin Allah'ın simgesi olduğunu, gül ise onun en sevdiği kulu peygamberimizin simgesi olduğunu mitolojilere dayandırarak, mitolojiler arasında kıyaslamalar yaparak turistlere aktardıklarını da söylemişlerdir.

S.2. Anlatımlarınızda bitki mitoslarına özellikle yer verilmesi gereken ziyaret yerleri var mıdır? Varsa bu yerler nerelerdir ve hangi uygarlıklardır?

Bir katılımcı özellikle Ege bölgesi turlarında anlatımlarını zevkli hale getirmek için sıkça bitki mitoslarına başvurduğunu belirtmiştir. İki katılımcı, antik tiyatrolarda Dionysos kültüründen bahsederken üzüm/asma, Cami yapılarında gül ve lale, Kastamonu'dan bahsederken sarımsak ve buğday, defne ağaçlarının olduğu alanlarda veya defne sabunlarının yapıldığı yerlerde defne mitosunun anlatılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Diğer bir katılımcı genellikle Kastamonu turlarına çıktığını belirterek Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi ve Kasaba Köyü Mahmut Bey Camii'nde ahşap üzerine işlenen bitki motiflerinde anlatılması gerektiğini vurgulamıştır. Bir katılımcı ise, yapılardan ziyade Anadolu coğrafyasının bitki çeşitliliğinin ve mitolojik unsurlarının yoğun olduğu bir bölge olduğu ifade etmiş, bu nedenle ziyaret edilecek her destinasyonun kendine özgü öne çıkan bitkileri hakkında mitosların anlatılması gerektiğini belirtmiştir.

S.3. Bitkilerle ilgili anlatımlarınızda genellikle hangi uygarlıklardan bahsetmektedirsiniz?

Katılımcıların çoğu Antik Yunan – Roma, Selçuklu, Beylikler dönemi ve Osmanlı döneminde sıklıkla bahsettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca bir katılımcı, Çin ve Uzakdoğu uygarlıklarından nadiren de olsa bahsettiğini ifade etmiştir.

S.4. Anlatımlarınızda bahsettiğiniz bitki mitoslarının sadece isimlerini mi söylemektedirsiniz ya da anlatımlarını nasıl yapmaktasınız?

Katılımcıların cevapları genel olarak tur gruplarının ilgisine göre mitos anlatımlarını ya derinleştirdiklerini ya da sadece ismini söyleyerek yüzeysel bir şekilde bıraktıkları yönündedir. Ancak katılımcılar üzüm, gül, lale, defne ve sarımsak bitki mitoslarının mutlaka detaylı bir şekilde anlatılması konusunda hem fikirdirler.

S.5. Anlatımlarınızda yer verdiğiniz bitki mitosları turistlerin dikkatini çekmekte midir? Çekmekte ise hangi öğeler, neden ve nasıl dikkatlerini çekmektedir? Çekmiyor ise, sizce neden dikkatlerini çekmemektedir?

Katılımcıların genel görüşü turlarda anlatılan bitki mitoslarının genel olarak turistlerin ilgisini çektiği yöndedir. İki katılımcı bitki mitoslarının turistlerin ilgisini çekme nedenini gezinin daha eğlenceli geçeceğine bağlarken, bir katılımcı her gün evlerinde ya da ofislerinde büyüttükleri bitkilere daha farklı gözle bakmaya başlayacaklarına bağlamaktadır. Bir katılımcı farklı olarak, genellikle yerli turistlerin mitolojiye inançlarına ters gelmesi nedeniyle mitosların anlatımlarının dikkatlerini çekmediğini belirtmiştir. Bir katılımcı ise mezar taşları üzerindeki özellikle gül motifi hakkında anlatılanların (açmamış ise genç yaşta vefat ettiği gibi detayların) turistlerin ilgisini çektiğini ifade etmiştir.

S.6. Anlatımlarınızda en çok hangi hayvan mitoslarından bahsetmektedirsiniz? Hangi yapılarda ve nasıl yer vermektedirsiniz?

Katılımcılar genel olarak at, kartal, aslan, boğa, güvercin, örümcek ve yılan mitoslarından bahsettiklerini vurgulamışlardır. Katılımcılar bu hayvan mitoslarına ayı, kurt, köpek, kedi, karınca, ağustos böceği, akbaba ve deve mitoslarından da bahsettiklerini eklemiştir. Katılımcılardan ikisi, Kastamonu'nun "daş düşebülü, ayu çıkabülü" sözüyle ünlenen bir şehir olduğundan ayı mitolojisinin bu şehir turunda anlatılması gerektiğini ifade etmiştir. Diğer bir katılımcı Kastamonu turlarında İsmail Bey Külliyesi'nde yer alan Deve Hanı ziyaret edilirken deve, Yılanlı Külliyesi ve Darüşşifası gezilirken yılan, Arkeoloji Müzesi'nde Ağlı Selmanlı Tümülüsü'nden çıkartılan mezar odasındaki güvercin figürleri ve lahit üzerindeki aslan kabartmaları anlatılırken aslan mitoslarından bahsedilmesi gerektiğini belirtmiştir. İki katılımcı, örümcek (Arakne) mitosuna özellikle turlarında kadınlar erkeklere göre çoğunlukta veya titiz olanlar varsa anlattıklarını söylemiştir. Bir katılımcı ise örümcek mitolojisine bölgesel olarak yer verdiğini ve dokumacılıkla ilgili yerlerde anlatmaya özen gösterdiğini ifade etmiştir.

Bir katılımcı ise anlattığı hayvan mitoslarının detaylarını şu şekilde vermiştir: *"At, Anadolu halk inanışlarında gün doğmadan boz ata binip bir dereden yedi kez geçen birine hiçbir büyüün işlemeyeceğine inanılır. Atların uğur getirdiğine dair inanış tüm Orta Asya kültüründe yaygındır. At olan eve şeytan girmeyeceğine, atın nefesinin hastalıklara iyi geleceğine, at bağlanırken başı eve doğru bakarsa o eve bereket geleceğine inanılır. Kedi, bütün turlarımızda karşımıza çıktığı için genelde Japon inanışına göre kedi öldüren birisinin ailesinin yedi kuşak boyunca lanetlendiği, bazı Yunan yazarların kedinin Athena için kutsallığını vurguladığını yani kehanetle ilgili olduğunu, Hz. Muhammed tarafından sırtı okşanan bir hayvan olması açısından İslamiyet'te de sevilen bir hayvan olduğunu anlatırım. Kurt, Türklerin Türeyiş Destanı'nın olmazsa olmazıdır."*

İki katılımcı, Selçuklu yapılarıyla sıkça rastlanan gücün simgesi haline gelmiş kartal ve aslan mitoslarını anlattıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca bir katılımcı farklı olarak karınca ve ağustos böceğinin hikâyesini yolculuk esnasında bir destinasyondan diğerine giderken turistlerin sıkılmasını engellemek amacıyla ya da sıcak Ağustos günlerinde turistleri eğlendirmek amaçlı anlattığını ifade etmiştir.

S.7. Anlatımlarınızda hayvan mitoslarına özellikle yer verilmesi gereken ziyaret yerleri var mıdır? Varsa bu yerler nerelerdir ve hangi uygarlıklardır?

Katılımcılardan biri, özellikle İstanbul ve Ege bölgesinde tur esnasında rastlanabilecek hayvan heykelleri, mitolojik unsurları içeren yapılar gibi somut örnekleri olan hayvanların mitoslarından bahsedilmesi gerektiğini dile getirmiştir. Üç katılımcı, Anadolu'daki Selçuklu ve Osmanlı dönemi külliye yapılarında, arkeoloji müzelerinde sıkça rastlanan kartal, ejderha, boğa, aslan figürlerinde sanatının yanında mitosunun da anlatılması gerektiğini vurgulamıştır. Diğer katılımcı ise Çatalhöyük ve Göbeklitepe gibi alanlarda özellikle hayvan mitoslarından özellikle bahsedilmesi gerektiğini savunmuştur.

S.8. Hayvanlarla ilgili anlatımlarınızda genellikle hangi uygarlıklardan bahsetmektedirsiniz?

Katılımcıların çoğu Yunan, Roma, Selçuklu ve Osmanlı döneminden bahsettiklerini ifade etmiştir. Bir katılımcı ise bu uygarlıklara ek olarak Uzakdoğu uygarlıklarından da (özellikle Çin ve Japon) bahsettiğini belirtmiştir.

S.9. Anlatımlarınızda bahsettiğiniz hayvan mitoslarının sadece isimlerini mi söylemektedirsiniz ya da anlatımlarını nasıl yapmaktasınız?

Katılımcıların çoğu tur esnasındaki anlatımlarında bitki mitoslarında olduğu gibi grubun ilgisi dâhilinde

anlatımlarını derinleştirdiklerini ya da sadece isimleri söyleme şeklinde yüzeysel bir anlatım yaptıklarını söylemiştir.

S.10. Anlatımlarınız da yer verdiğiniz hayvan mitosları turistlerin dikkatini çekmekte midir? Çekmekte ise hangi öğeler, neden ve nasıl dikkatlerini çekmektedir? Çekmiyor ise, sizce neden dikkatlerini çekmemektedir?

Katılımcılardan biri, tur sırasında gezilen destinasyonda karşılaşılan hayvanların geçmişten günümüze aktarılan mitosları, efsaneleri ve hikâyeleri dinlemenin turistler tarafından ilgi gördüğünü belirtmiştir. Ayrıca turistlerin öğrendikleri mitosları yakın çevresine anlatmak istemesinden dolayı da dikkatlerini çektiğini söylemiştir. Bir katılımcı da turistlerin kendi tarihsel kökenlerini merak ettikleri için onlarla ilgili olan hayvan mitoslarını anlatırken heyecanla dinlediğine dikkat çekmiştir. Diğer katılımcı ise, genel olarak mitoloji sevenlerin ve yeni bir şeyler öğrenmek amacıyla seyahat edenlerin anlatılan mitosları dikkatle dinlediklerini belirtmiştir. Ayrıca ek olarak, mitos anlatımını din kapsamında değerlendiren turistlerin ise ilgisini çekmediğini söylemiştir.

3.1.Kastamonu’da En Çok Anlatılan Bitki Mitosları

3.1.1. Gül: Yunan mitolojisinde en ilgi çeken mitlerden birisi Adonis mitidir. Bu mitte bitkilerin evrimi, mevsimler ve pek çok çiçeğin hikâyesi gizlidir. Adonis bir ağaçtan doğmuştu. Annesi ağaca dönüşmüş Smyrna’ydı. Yaşamının üçte birlik kısmını yeraltında, kalan diğer kısmını ise yeryüzünde geçirirmiş. Yeryüzünde geçirdiği süre zarfında Adonis hep Aphrodite’nin yanında kalmış. Aphrodite ve Adonis’in arasında çok büyük bir aşk varmış. Fakat Adonis bir av sırasında, bir yaban domuzunun ona saldırması sonucunda ölmüş. Bu saldırının gerçekleşmesini sağlayan kişi ise Aphrodite’e âşık olan Ares’miş. Tanrıçayı o kadar çok kıskanıyormuş ki, Adonis’i aralarından çıkartmak için yaban domuzunu ona saldırtmış. Biricik aşkının bağırsıklarını duyan Aphrodite, Adonis’i bulmak için koşmaya başladığı sıra da ayağına bir diken batmış ve akan kanlardan o zamana dek beyaz olan güllerin rengi kırmızıya dönmüş. Bu olaydan sonra kırmızı gül Aphrodite’nin çiçeği olmuş (Grimal, 1997; Gezgin, 2015).

3.1.2. Lale: Adonis, Suriye Kralı Thelos’ın kızı Myrrha kimi kaynaklara göre Kıbrıs Kralı Kinyras’la kızı Smyrna ile birlikteliklerinden doğmuş. Kral birlikte olduğu kadının kızı olduğunu anladığında çok öfkelenmiş ve kızını öldürmek istemiş. Tanrılar, kızın bu durumuna üzülmüşler ve kızını mersin ağacına çevirmişler. Fakat ağaca dönüşmeden önce hamile kalan kız, ağaç olduktan sonra ağacın çatlamasıyla birlikte Adonis’i dünyaya getirmiş. Güzellik ve sevgi tanrıçası Afrodit Adonis’i çok beğenmiş ve Adonis’e âşık olmuş. Afrodit’in Adonis’e olan aşkını kıskanan Ares, Adonis’in üzerine bir yaban domuzu saldırtmış. Bu saldırı sonucu Adonis’ten akan kanlardan ıslanan topraktan kırmızı laleler bitmiş. Adonis öldüğünde onu kurtarmak isteyen Afrodit ölüler ülkesine gitmiş ve ölüler ülkesi tanrıçası Persephone’dan yardım istemiş. Fakat Persephone da Adonis’e âşık olmuş ve onu göndermek istememiş. İki tanrıçayı da üzmemek adına Zeus, bundan sonra Adonis’in bir yıl yer üstünde Afrodit ile bir yılda yer altında Persephone ile kalmasını buyurmuş (Hançerlioğlu, 2000).

3.1.3.Sarımsak: Efsaneye göre Kronis Apollon’dan çocuk beklerken Apollon’un Delphoi’ye gittiği bir zamanda fırsattan istifade ederek uzun zamandır beğendiği İshkys ile birlikte olmuş. Delphoi’ye gitmeden önce Apollon, Kronis’i gözlemesi için ardında bir ak karga bırakmış. Fakat ak karga Kronis’in planlarını gerçekleştirmesini engelleyememiş. Kısa bir süre sonra bu olay Delphoi’ye ulaşmış ve bunu duyan Apollon verdiği işi beceremeyen ak kargayı cezalandırarak ona simsiyah bir kargaya dönüştürmüştü. Bu olaydan sonra karga nesli kara olmaya mahkûm olmuş. Sonrasında İshkys’i oklarıyla öldürmüştü. Kız kardeşi olan Artemis ise Kronis’in cezasını kesmiş

ve Kronis'i oklarıyla paramparça etmiş. Bu olaydan sonra Apollon çok kederlenmiş ve içini rahatlatmak amacıyla Hermes'ten kendisine yardım etmesini istemiş. Hermes, Kronis'in ateşler içindeki bedenini yarararak hala hayatta olan bebeği çıkarmış ve bu çocuğa Asklepios adını vermiş. Apollon Asklepios'u Kenthauros Kheiron'un himayesine bırakmış. Kheiron çocuğa insanları iyi etme yeteneklerini öğretmiş. Asklepios bu eğitimlerden sonra erken yaşta şifa hekimi olmuş. Athena Asklepios'a Medusa'nın kanını vermiş ve bu sayede yetenekleri arasına ölen insanları geri hayata getirme özelliği de eklenmiş. Asklepios'un bu yeteneği Olympos'tan izleniyormuş ve bu duruma en çok Zeus sinirlenmeye başlamış. Bunun sebebi ise ölen insanları tekrardan diriltmenin doğanın dengesini bozacağını düşünmüştü. Sonrasında Zeus Asklepios'u yıldırımları ile çarparak cezalandırmış ve Asklepios ölürken elindeki ölümsüzlük sırrının yazılı olduğu kâğıdı toprağa düşürmüştü. Hemen ardından yağmurun yağmasıyla birlikte kâğıt erimiş ve orda her derde deva olduğu düşünülen sarımsak bitmiş (Gezgin, 2004; Gezgin, 2015; Graves, 2004).

3.1.4. Üzüm/Asma: Asma, üzüm ve dolayısıyla da şarap söz konusu olunca ilk akla gelen mitolojik kahraman elbette ki Yunan tanrısı Dionysos olacaktır. Dionysos, şarap, bağ, bereket ve ilham tanrısıdır. Onun kutsal bitkisi asma değildir. Tüm tasvirlerde tanrı asma dallarıyla betimlenir. Şarap yapmayı insanlara öğreten tanrı Dionysos'tur. Dionysos aynı zamanda, iki kez doğan tanrı olarak da bilinmektedir. Mitolojide bu olay şöyle anlatılmaktadır: Zeus, Semele adında bir fani ile yasak aşk yaşıyordu. Zeus Semele'ye sürekli farklı kişiliklerde görünüyordu ve Semele'den tanrısal kudretini saklamaya çalışıyordu. Bunun sebebi Zeus'un tanrısal yıldırımları karşısında hiçbir faninin dayanamamasından kaynaklıydı. Fakat Semele, Zeus'un kendisine tanrısal gücüyle görünmesi için sürekli ısrar ediyordu. Semele'yi kırmak istemeyen Zeus tanrısal gücüyle Semele'ye göründü fakat Semele Zeus'un tanrısal gücüne dayanamadı ve yıldırımların çarpması sonucunda öldü. Fakat Semele ölmeden önce Zeus 'tan olma çocuğuna altı aylık hamileydi. Zeus sevgilisinin karnından bebeği çıkartarak kendi baldırının içine dikti ve doğma vakti gelene kadar onu orada muhafaza etti. Zamanı gelince Zeus onu baldırından doğurdu. Mucizevi bir şekilde babasının baldırından ikinci kez doğan bu bebek tanrı Dionysos'tu. Zeus yasak aşkının meyvesi olan tanrı Dionysos'u Hera'dan koruma amaçlı onu Hermes'in himayesine bıraktı. "Hermes de Dionysos'u Orkhomenos kralı Athamas ve karısı İno'ya emanet etti. Zeus'a dadılık yapan İno, Hera tanımasını diye Dionysos'a kız giysileri giydirirdi. Ancak Hera yine de bu oyunun farkına vardı ve Kral ile Kraliçeyi cezalandırarak akıllarını yitirmelerine sebep oldu. Bu olayların ardından Zeus, Dionysos'uu korumak amacıyla onu doğuya Afrika ya da Asya'ya gönderdi. Burada Dionysos'a orman perileri sahip çıkarak onu büyüttüler. Dionysos ergenlik çağına gelince üzümü ve ondan şarap yapmayı keşfetti.

Bir başka mitolojiye göre ise; Zeus, Ganymedes adında bir gençten çok hoşlanmıştı. Zeus çocuktan o kadar hoşlanmıştı ki Ganymedes'i Olympos'a götürmeyi düşündü. Zeus bu amaçla Ganymedes'i kaçırıp Olympos'a götürdü. Ganymedes burada Zeus'a sakilik yapıyor, kupasına nektar koyarak hizmet ediyordu. Zeus, Ganymedes'i kaçırınca babasına bir armağan vererek gönlünü aldı. Bu armağan tabii ki Zeus gibi yüce bir tanrının şanına yakışır cinstendi; altından bir üzüm fidanıydı (Grimal, 1997; Gezgin, 2015).

3.1.5. Defne Ağacı: Ok atıcılığında usta olan Apollon, ok atma çalışmaları yapan Eros ile kibirli bir şekilde dalga geçtiği için Eros, Apollon'u ulaşamayacağı birine âşık etmiş. Apollon'un âşık olduğu bu kişi ırmak tanrısının kızı Daphne'ymiş. Fakat Daphne, Apollon'un aşkına karşılık vermiyormuş ve Apollon'dan kaçabilmek için dağa kaçmak zorunda kalmış. Ama yine de yakalanacağını düşünen Daphne babasından, onu başka bir varlığa dönüştürmesini istemiş. Bu istek üzerine Daphne'nin babası, Apollon Daphne'yi yakalayamadan önce onu Defne ağacına çevirmiş. Bundan böyle defne ağacı aşkına karşılık bulamayan Apollon'a adandı (Grimal, 1997; Gezgin, 2015).

3.1.6. Nergis Çiçeği: Yunan mitolojisinin kendini beğenmiş kahramanı Narkissos Tanrı Kephisos ve nymphe Liriope'nin oğlu olarak dünyaya gelmiş. O zamanlarda kehanet gücüne sahip olan Teiesisas, Narkissos'a kendi yüzünü görmediği sürece uzun yıllar boyunca yaşayabileceğini söylemiş. Büyüdüğü zaman onu gören periler yakışıklılığından ötürü Narkissos'u çok beğenip âşık oluyorlarmış. Fakat Narkissos bu perilerle dalga geçiyormuş ve aşklarına karşılık vermiyormuş. Ekho adında bir peri de Narkissos'a âşık olmuş fakat Narkissos bu perinin de aşkına karşılık vermemiş. Bunun üzerine Ekho bu duruma çok üzülmüş ve zaman geçtikçe üzüntüden erimeye başlamış. En sonunda tamamen eriyen periden geriye sadece acı içinde inleyen sesi kalmış. Bu duruma sinirlenen diğer periler intikam tanrıçası Nemesis'ten öçlerini almasını istemişler. Perileri haklı bulan Nemesis çabucak bir plan yapmış ve Narkissos'un avlandığı bir sırada susayıp su kaynağından su içerken kendi yüzünü görmesini sağlamış. Kendini gören Narkissos, bu yakışıklı yüze hayran kalarak kendine âşık olmuş. Kendini izlemeyi bir türlü bırakamayan Narkissos sudaki yüzünü izleye izleye orada ölmüş ve öldüğü yerden bir çiçek bitmiş. Bu çiçeğe Narkissos /nergis ismi verilmiş (Grimal, 1997; Gezgin, 2015).

3.1.7. Buğday: Titanlara karşı yaptığı savaşta galip gelen Zeus, yağmur görünümünde Hımalia isimli bir peri ile birlikte olmuş. Birliktelikleri sonucunda Hımalia üç erkek çocuk dünyaya getirmiş. Çocukların adları buğday'ın geçirdiği evrelerle nitelendirilmiş. Bu bağlamda çocukların adları; Spartios (ekici), Kronios (olgunlaştırıcı), Kytos (ekmekçi) olarak koyulmuş (Grimal, 1997;Gezgin, 2015).

3.2.Kastamonu'da En Çok Anlatılan Hayvan Mitosları

3.2.1. At: Denizlerin tanrısı Poseidon'un yaratmış olduğu ilk varlık at biçiminde düşünülen Skyphios'muş. Efsaneye bakıldığında tanrının taşı döllemesi sonucunda Skyphios dünyaya gelmiştir. Mitolojide Olympia'da bulunan hipodromda atları korkutan kötü bir varlıktan söz edilir. Bu varlık "At ürküten" anlamına gelen Taraksipposmuş. Taraksippos'un farklı insanların ruhunun içinde barındırdığına dair söylentiler de bulunmaktadır (Grimal, 1997; Gezgin, 2014).

3.2.2. Kartal: Attike'nin kralı Periphas dine bağlılığıyla etrafında bulunan insanların saygısını kazanmıştır. Tanrılara karşı o kadar saygılıymış ki Apollon için özel bir kült yaptırmış. Fakat onun bu halleri insanları olması gerektiğinden daha fazla etkileyince insanlar onu tanrı yerine koymaya başlamış. Krala tapanlardan bazıları ise Periphas için Zeus adına bir tapınakyapmışlar. Bu durum karşısında öfkelenen Zeus Krala ceza vermek için harekete geçmiş. Fakat Apollon Zeus'un öfkesini dindirmiş ve Kral'ı cezalandırmasını engellemiş. Bu olayın üstüne Zeus, Periphas' ı kartala çevirmiş ve dine bağlılığı ve adaletli oluşundan dolayı tüm kuşların kralı yapmış (Gezgin, 2014).

3.2.3. Aslan: Atalante tıpkı tanrıça Artemis gibi bakire kalıp ormanlarda avlanarak yaşayan bir kadın kahramandır. Fakat günün birinde düzenlediği yarışmada kendisini geçen bir adamla evlenmiş ve beraberce avlanıp mutlu bir yaşam sürmüşler. Yine beraberce avlandıkları bir gün Atalante ve eşi birbirlerini arzulamışlar ve yakınlarında bulunan Zeus tapınağında birlikte olmuşlar. Yaptıkları saygısızlık karşısında öfkelenen Zeus genç çifti aslana dönüştürerek cezalandırmış (Grimal, 1997;Gezgin, 2014).

3.2.4. Boğa: Europe'yi gören Zeus, genç kıza âşık olmuş. Euope'nin yanında çok güzel görünen bir boğa belirmiş ve boğa Europe'nin yanına doğru ilerlemiş. Europe ilk başlarda boğadan korkmuş ama sonra boğanın cazibesine dayanamayıp boğayı sevmeye başlamış ve üstüne binmiş. Boğa, Europe ile birlikte hızlı bir şekilde denizdeki dalgaları yara yara Girit'e varmış ve burada Zeus ile Europe bir çınar ağacının yanında birlikte olmuşlar (Grimal,

1997;Gezgin, 2014).

3.2.5. Güvercin: Efsaneye göre Aphrodite Eros ile birlikte güzelliklerle bezeli bir kıy alanında çiçek toplayarak eğleniyorlarmış. Çiçek toplamayı bir yarışmaya çevirerek daha fazla çiçeği kim toplayacak diye düşünüp yarışa başlamışlar. Fakat Eros Aphrodite'yi geride bırakmış ve Aphrodite'nin hizmetkârlarından biri olan Peristera onun yenilmesine dayanamamış ve ona yardım etmeye başlamış. Tanrıçanın galip gelmesini sağlamış. Bu durumu fark eden Eros sinirlenmiş ve Peristera'yı güvercine dönüştürmüştü (Grimal, 1997;Gezgin, 2014).

3.2.6. Örümcek: Arakne adında çeşitli hünerleriyle nam salan genç bir kız varmış. Herkes yaptığı nakış ve halılara hayran kalıyormuş. Bu hünerlerinden dolayı Arakne'yi iplik eğiricilerinin ve nakışçıların tanrıçası Athena'nın öğrencilerinden birisiymiş gibi tanıyorlarmış. Fakat Arakne hünerlerine o kadar güveniyormuş ki tanrıça Athena'nın bile öğrencisi olmak istemiyormuş. Bu durum Athena'yı kızdırmış ve onu yaşlı kadın kılığına girerek uyarmaya çalışmış. Fakat Arakne hiç umursamamış ve Athena'ya hakaret etmeye başlamış. Bu duruma öfkelenen Athena tanrıça formuna dönmüş ve ikisi arasında bir rekabet başlamış. Athena üstünde Olympos'un on iki tanrısını ve onlara karşı çıkan fanilerin yaşadıkları felaketleri anlatan bir halı dokumuş. Arakne de tanrıların yaşamış oldukları yasak aşkları konu alan bir halı dokumuş. Bu duruma öfkelenen Athena halıyı parçalamış ve mekikle Arakne'yi darp etmiş. Arakne aşağılanmış hissedip kendini asmış fakat tanrıça ölmesini engelleyip onu örümceğe çevirmiş (Grimal, 1997;Gezgin, 2014).

3.2.7. Yılan: Efsaneye göre Girit kralının oğlu, bir farenin peşinden koşarken içinde bal bulunan bir kazanın içine düşüp ölmüş. Kral Minos, oğlunun ölümüne bir türlü inanamıyor ve kendini harap ediyormuş. Oğlunu yeniden hayata döndürebilecek birini arıyormuş. Kehanete göre oğlunu ancak ineğin rengini bilebilen birisi diriltebilecek ama ineğin rengini bilebilmek ne kadar zor ise çocuğu yeniden hayata döndürmek de bir o kadar zor olacaktı. Buna rağmen kral Minos yine de bütün kâhinlere haber göndertti ve bunun sonucunda kendine güvenen birçok kişi Girit'te bir araya geldiler. Fakat hiç kimse ineğin rengini doğru bilememiş. İçlerinden sadece bir kişi ineğin rengini bilebilmiş ve bu kişi Koiranos'un oğlu Polyeyidos'muş. Polyeyidos akıllılık yaparak ineğin böğürtlen rengi olduğunu söylemiş. Bunun sebebi ise böğürtlenin de olgunlaşırken aynı renk evrelerinden geçmesiymiş. Doğru cevabı bilmesi ile birlikte Polyeyidos Minos'un oğlunun cesedi ile bir odanın içinde baş başa bırakılmış. Ama Polyeyidos çocuğu nasıl hayata döndürebileceğini bilmiyormuş. O sırada odada bulunan bir yılan sayesinde Polyeyidos tesadüfen çocuğu hayata nasıl döndürebileceğini öğrenmiş. Bu olay şöyle gelişmiş; Polyeyidos yılan Glaukos'a zarar vermesin diye onu öldürmüştü, o sırada odaya bir yılan daha girmiş. Ağzında bulunan bir otları ölmüş olan yılanın yanına gitmiş ve otu yılanın üzerinde gezdirmiş. Bu olay sonucunda yılan tekrardan hayata dönmüş. Bunu gören Polyeyidos otu alarak Glaukos'un üzerinde gezdirmiş ve Glaukos hayata dönmüş. Oğlunu tekrardan canlı gördüğü için mutlu olan Minos Polyeyidos'a teşekkürlerini sunmuş. Fakat gitmeden evvel bu işin sırrını oğlu Glaukos'a anlatmasını istemiş. Glaukos'a bütün sırrı öğreten Polyeyidos evine dönmeden önce Glaukos'un ağzına tükürmüştü ve her şeyi unutmasını sağlamış ve bütün bilgiler kendisinde sır olarak kalmış (Grimal, 1997; Gezgin, 2014).

4. Sonuç

Turist rehberlerinin anlatımlarında önemli bir yeri olan bitki ve hayvan mitosları, kültür aktarımlarında önemli bir unsur olarak görülmektedir. Turist rehberlerinin de birer kültür yorumcusu olduğu varsayılırsa ziyaret edilen yerlerde bulunan bitki ve hayvan mitoslarının anlatımı daha da önemli hale gelmektedir. Ayrıca rehberlerin bitki ve hayvan mitoslarını turlarında sıkça kullanmaları turlarını monotonluktan çıkarıp daha eğlenceli hale getirmesindedir. Bu gibi nedenlerden dolayı bitki ve hayvan mitosların rehberlerin anlatımlarında özel bir yeri

olduğu söylenebilir.

Çalışmada turist rehberleri ile yapılan görüşmelerin sonucunda hangi bitki ve hayvan mitoslarının sık anlatıldığı, hangi uygarlıklarda ve özellikle hangi yapılarda anlatıldığına dair bulgular elde edilmiştir. Bu kapsamda, rehberlerin anlatımlarında en sık kullanılan bitki mitosları: gül, lale, sarımsak, üzüm/asma, defne ağacı, nergis çiçeği ve buğday iken, en sık kullanılan hayvan mitosları ise: at, kartal, aslan, boğa, güvercin, örümcek ve yılan mitosları olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların anlatımlarında en sık kullandıkları bitki mitoslarından gül ve lale mitoslarını genellikle İslamiyet’le bağdaştırarak külliye ve cami yapılarında, üzüm/asma mitosunu Antik Roma tiyatrolarında, sarımsak ve buğday mitoslarını genellikle Kastamonu turlarında, defne mitosunu Hatay’da ve nergis çiçeği mitosunu da doğa turlarında anlattıkları görülmektedir. Ayrıca Anadolu’nun, coğrafyası bakımından oldukça zengin flora ve fauna ile mitolojik unsurlara sahip olduğu, bu nedenle de Anadolu’da ziyaret edilecek her bir destinasyonun kendine özgü bitki ve hayvan mitoslarının anlatılması gerektiği vurgulanmıştır.

Rehberler bir bölgenin kültürünü aktarırlarken anlatımlarını mitolojiye, inanca, gelenek ve göreneklere dayandırmaktadırlar. Katılımcıların da belirttiği gibi bu şekilde bir anlatım tekniği ile turlar daha eğlenceli geçecektir. Ayrıca turistler her zaman, her yerde kendi yetiştirdikleri ya da besledikleri bitki ve hayvanlara farklı açıdan bakabilecektir. Bunlara ek olarak çalışmada inanç sistemlerine uygun olmadığı gerekçesi ile mitoslarla ilgili anlatımların turistlerin ilgisini çekmediği de önemli bir araştırma verisidir. Yine de turistler kendi tarihsel geçmişleri ile ilişkilendirilen bitki ve hayvan mitoslarını merak ettiklerinden ve yakınlarıyla öğrendiklerini paylaşmak istemelerinden dolayı mitosların dikkat çektiği görülmektedir.

5. Kaynakça

Ahipaşaoğlu, S. (2006). Turizmde rehberlik, Ankara: Gazi Kitapevi.

Ap, J. & Wong, K.K.F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.

Cheng, Shu-Yun. (2005). An Evaluation of Heritage Tourism Interpretation Services in Taiwan, Unpublished Ph.D. Thesis, Graduate Faculty of Texas Tech University, USA.

Gezgin, D. (2014). Hayvan mitosları. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Gezgin, D. (2015). Bitki mitosları. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Graves, R. Yunan mitleri.(Çev. Uğur Akpur). Say Yayınları, 2004.

Grimall, P. (1997). Mitoloji Sözlüğü-Yunan ve Roma. (Çev. Sevgi Tamgüç). İstanbul: Sosyal Yayınları.

Güzel, F. Ö. & Köroğlu, Ö. (2014). Turist rehberlerinin liderlik ve aracılık rollerinin tur deneyimine etkisi: doğa turları üzerine bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(4), 939-960.

Hançerlioğlu, O. (2000). Dünya inançları sözlüğü. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Huang, S., Hsu, C.H.C. & Chan, A.(2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: a study of the package tours in Shanghai, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34(1), 3-33.

Min, J. C. H. (2012). A short-form measure for assessment of emotional intelligence for tour guides: development and evaluation, *Tourism Management*, 33, 155-167.

Olgunlu, A. C. (2012). *Mitos'tan lagos'a*. İstanbul: Çalıkuşu Yayınevi.

Taş, İ. (2000). Mit ve mitik düşüncenin yapısı. *Dinî Araştırmalar*, 3(8), 57-72.

Ulutürk, M. (2012). Tarihi dini kültürel bağlamda mitoloji ve modern kültür ürünlerinin mitolojiye dönüşümü. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 863-878.

ANADOLU'DA TÜRK SANAT VE MİMARİSİNDE REHBERLERİN KARŞILAŞTIKLARI HAYVAN FİGÜRLERİ VE MİTOLOJİK ARKA PLANI

Dr. Süleyman SAZ
Turist Rehberi, Türk-İslâm Sanatları Tarihi
s.saz@hotmail.com

ÖZET

Anadolu coğrafyasında Turist Rehberliği, multidisipliner bir yetkinliği gerektirmekle birlikte arkeoloji ve sanat tarihi disiplinleri, ilgili disiplinler arasında başat role sahiptirler. Bu iki alanın beslendiği mitoloji bilgisi ise rehberin yetkinliğini perçinleyen bir başka disiplindir. Klasik Yunan mitolojisinin yanı sıra Türk mitolojisi de sanat ve mimari eserlerde kendini gösterir. Türk sanat eserlerinin anlaşılmasında, mitolojik arka plan önemli bir görev üstlenir. Rehberlerin, guruplarının hazır bulunuşluk düzeylerine göre bu arka planı gündeme getirmesi icra edilen turun kalitesine olumlu katkıda bulunur. Pek çok farklı sanat formları ile karşılaşabileceğimiz Türk sanatında hayvan figürleri, Türk mitolojisinin en doğrudan yansıdığı zengin bir çeşitlilik arz etmektedir. Ejder, grifon, aslan, boğa, kartal, kurt, geyik, balık, koç vb. hayvan figürlerinin, kaynağı mitolojide bulunan bir sembolizm içerisinde değişik sanat ve mimari yapı(t)lara yansıdığı görülmektedir. Bu çalışmada rehberlerin sıklıkla karşılaştıkları hayvan figürlerinin mitolojik temelli bir yorumu sunularak her birinin sahip olabileceği muhtemel sembolik anlamları değerlendirmeye tabi tutulacaktır. Gezi ve gözlem neticesinde Anadolu'da karşılaşılan bu figürlerin mevcut literatür içerisinde eleştirel ve karşılaştırmalı incelemesi çalışmamızın yöntemini teşkil etmektedir. Sonuç olarak Türk sanat eserlerinde bulunan farklı hayvan figürlerinin rehberler tarafından mitolojik arka planı göz önünde bulundurularak sembolik bir anlam düzeyinde yorumlanabilmesi önemlidir ve yalnızca klasik mitoloji değil aynı zamanda Türk mitolojisinin de aynı değerde anlatıma zenginlik kazandıracağı açıktır. Bu nedenle rehberlik eğitiminde de Türk mitolojisinin müfredat içinde ele alınması gerekliliği ayrıca dikkate sunularak önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, Türk Sanatı ve Mimarisi, Türk Mitolojisi, Hayvan Figürü

5. Kaynakça

Alsın, Ş.S. (2017). Türk Mimari Süsleme Sanatında İkonografik Figürler, Ankara: Gece Kitaplığı.

Aslanapa, O. (2007). Türk Sanatı, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Çaycı, A. (2002). Anadolu Selçuklu Sanatı'nda Gezegen ve Burç Tasvirleri, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Çaycı, A. (2008). Selçuklularda Egemenlik Sembolleri, İstanbul: İz Yayıncılık.

Çaycı, A. (2017). İslam Mimarisinde Anlam ve Sembol, Konya: Palet Yayınları.

Çoruhlu, Y. (2007). Erken Devir Türk Sanatı İç Asya'da Türk Sanatının Doğuşu ve Gelişimi, İstanbul: Kabalcı

Yayınevi.

Çoruhlu, Y. (2014). Türk Sanatında Hayvan Sembolizmi, Konya: Kömen Yayınları.

Çoruhlu, Y. (2017). Türk Mitolojisinin Ana Hatları, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Esin, E. (2001). Türk Kozmolojisine Giriş, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Esin, E. (2004). Orta Asya'dan Osmanlıya Türk Sanatında İkonografik Motifler, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

İnan, A. (2017). Tarihte ve Bugün Şamanizm, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Mülayim, S. (1999). Değişimin Tanıkları Ortaçağ Türk Sanatında Süsleme ve İkonografi, İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Ögel, B. (2014). Türk Mitolojisi, 2 Cilt, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Öney, G. (1969). Anadolu Selçuk Sanatında Ejder Figürleri, Belleten (XXXIII/130), 171-192.

Öney, G. (1971). Anadolu Selçuk Mimarisinde Arslan Figürü, Anadolu (Anatolia) (13), 1-41.

Sagalayev, A. M. (2017). Ural-Altay Mitolojisinde Arketipler ve Semboller, Çev. Ali Toraman, İstanbul: Bilge Kültür Sanat Yayıncılık.

ROMA İMPARATORLUĞU'NDA PERGE ANTİK KENTİ VE BİR KADIN YÖNETİCİ FİGÜRÜ OLARAK PLANCIA MAGNA

* Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU
Akdeniz Üniversitesi
nedimy@akdeniz.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6079-9980

ÖZET

Pamphylia bölgesinde kurulmuş olan Perge, Antik Çağın önemli kentlerinden birisi olagelmıştır. Perge Antalya ili Aksu ırmağından (Kestros) dört km uzağında ve denizden ise on bir km içerdedir. Kenti önemli kılan özelliği kentin Panhellenistik dönemin karakteristik özelliklerini taşıyan bir kent olmasıdır. Diğer bir özelliği ise, Hıristiyanlığın Roma kentlerine yayılmaya başladığı dönemde, bir kadın lider, Palancia Magna, tarafından yönetilmiş olmasıdır. Plancia Magna İ.S. I. ve II. Yüzyıllarda Pamphylia bölgesindeki Perge kentinde yaşamış İtalyan kökenli Plancius ailesinin kızı olduğu ve Babası M. Plancius Varus senatörlük ve eyalet valilikleri yaptığı bilinmektedir. Öte yandan Palancia Magna'nın, (İ.S. 120-126) kamusal alandaki bu konumunu ailesinin ve eşinin imparatorluk içerisindeki konumu sayesinde elde ettiği; yoksa imparatorluğun kozmopolit yapısı gereği kadına kendi potansiyelini açığa çıkaracak fırsatları sağlayan bir yönetim sistemine sahip olmasından kaynaklandığı sorunsal araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla araştırma Perge'nin kızı olarak bilinen Palancia Magna üzerinden Roma da kadının konumunu ve kenti yönetme tarzını, kadının ve mekanın karakterini belirleyen o dönemin düşünce akımlarının izlerini sürerek rehberlerin mekan odaklı tanıtımlarını dönemin farklı düşünce perspektifiyle de desteklemelerine katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Araştırmada Roma imparatorluğunun Kentin siyasal, sosyal, ekonomik yapısı ve bu yapı içerisinde bir kadın figürü olarak Plancia Magna'nın konumu bu çerçevede de incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Roma İmparatorluğu, Perge Antik Kenti, Plancia Magna

ABSTRACT

Perge, founded in the Pamphylia region, has been one of the important cities of the Ancient Age. Perge is four km away from Aksu River (Kestros) in Antalya province and eleven km from the sea. The important feature of the city is that it is a city that has the characteristic features of the Panhellenistic period. Another feature is that it was ruled by a female leader, Palancia Magna, at the time when Christianity began to spread to Roman cities. Plancia Magna İ.S. I. and II. it is known that she was the daughter of the Plancius family of Italian origin who lived in the city of Perge in the Pamphylia region in the centuries and her father M. Plancius Varus was the senator and the provincial governorship. On the other hand, Palancia Magna (AD 120-126) achieved this position in the public sphere thanks to the position of his family and wife in the empire. The question of whether the empire has a management system that provides opportunities for women to reveal their potential, due to the cosmopolitan nature of the empire, emerges as an area of research. Therefore, the research aims to help the guides to support the place-oriented promotions of the period with a different perspective of thought by following the traces of

the thought currents of that period, which determined the position of women in Rome and the style of managing the city, the character of the woman and the place, through Palancia Magna, known as Perge's daughter. In the research, the political, social and economic structure of the city of the Roman Empire and the position of Plancia Magna as a female figure in this structure were tried to be examined within this framework.

Keywords: Roman Empire, Perge Ancient City, Plancia Magna

Giriş

Turizm açısından özellikle de turizm rehberliği açısından bakıldığında arkeolojik kentlerin tarihe yataklık yapan mekanlar olarak tanıtıldığını gözlemlemekteyiz. Arkeolojik kentleri anlamak için, çoğunlukla, o dönemin mekanına odaklanılır. Halbuki ilgili dönemde kendini öne çıkarmayı başaran insanlar, onların yaşadığı dönemin şartları ve döneminin insanların dünyaya bakış açılarını etkileyen düşüncelerin, inanç sistemlerinin anlaşılması sayesinde mekanın, kentin ve toplumun yapısına ilişkin bütünsel bir düşünceye ulaşılabilir.

Perge Antik Kenti, Tarihi Tunç Çağı'na kadar indiği, Genç Klasik, Hellenistik ve Roma İmparatorluğu dönemlerinin kentsel dokusuna sahip olduğu ve dolayısıyla UNESCO Dünya Geçici Mirası Listesin'nde kendine yer bulduğunun üzerinde önemle durulmasına rağmen dönemi şekillendiren düşünce akımları ve Palancia Magna gibi zamanına parantez açmayı başaran kadınların yeteri kadar önemsenmediği görülmektedir. Bunun sebebi, Nasıroğlu (2017)'nin tespitiyle; tarih disiplininin erkek egemen, burjuvanın menfaatlerini temel alan yaklaşımı sayesinde başta kadın olmak üzere, işçiler ve köleler tarihin dışında tutulmuşlardır.

Ataerkil yaklaşımlar erkeği rasyonellik ve fiziksel olarak yetkinlik üzerinden tanımlarken kadını akılsızlık ve her bakımdan yetersizlikle özdeşleştirerek onu yok sayar. Tek tanrılı dinler ise bu durumu kurumsallaştırarak meşrulaştırır, bütün bunların sonucunda kadının emeği, hatta kendisi erkeğin denetimine girerek mülke dönüşür.

M.Ö. birinci yüzyılda insanlara zengin olma fırsatları sunan ve onların geleceğe yatırım yapabilecekleri Roma İmparatorluğunun Küçük Asya'daki kentlerinden biri de Pergeydi. Plancia ailesi de tüccar olarak oldukça farklı fırsatlar sunan bu kente geldiler ve büyük bir servete sahip olmayı başardılar. M.S. birinci yüzyılın sonlarında ise ailenin reisi M. Plancius Varus, Asya'da bir vilayetin valiliğine yükseltilmesiyle birlikte, kızı Plancia Magna'yı aileye uygun biriyle evlendirmeyi düşünmeye başladı. Çok geçmeden Plancia Magna, muhtemelen evlendiklerinde altmışlı yaşlarında, imparatorlukta yüksek görevlere sahip, Pamfilya bölgesinde zenginliği ile bilenen, C. Julius Cornutus Tertullus adındaki bir Roma vatandaşı ile evlendirildi (Salisbury, 2001).

Metinden anlaşıldığına göre Roma imparatorluğunun bazı şehirlerinde, deniz ticaretine fırsat tanıyan coğrafi konumları dışında, diğerlerine göre farklı fırsatlar sunulmuş olması imparatorluğa bağlı bazı kentlerin kendilerine özgü yasaları ve uygulamalarının olabileceği sonucu çıkarılabilir. Öte yandan ailenin ataerkil olduğu ve babanın kararlarının kadınların geleceği üzerinde bağlayıcılığının olduğu söylenebilir. Dolayısıyla, Roma geleneklerine göre Plancia Magna gibi hanımların babalarının ve kocalarının şöhretlerinin gölgesinde mütevazı bir hayat sürmeleri beklenirdi, ancak o geçmişin geleneklerinin pençesinden kurtularak kendi adına öne çıkmayı başarmış bir kadın figürü olarak karşımıza çıkması, kadının özgürlük alanının tek tanrılı dinler dönemlerinden daha geniş olduğunu göstermektedir. Bu durum, doğal olarak bu makalenin araştırma alanını kendiliğinden genişletmektedir. Plancia Magna'nın günümüze kadar taşınan ve adından bahsettiren başarılarının ardında ne gibi faktörler vardı? Roma'da kadının kamusal alandaki konumu dolayısıyla mı? Yoksa geleneksel olarak Romalı kadınların

kendilerini gerçekleştirebilecekleri olanaklar apriori olarak var mıydı? gibi sorulara verilecek cevapların yanında; o dönemde kadının öne çıkmasını sağlayan düşünce akımlarının Roma’da devletin ve kentlerin yönetim anlayışına etkisi gibi konular bu araştırmanın görüş alanına girmektedir. Konu makale boyutunda incelenemeyecek kadar geniş bir perspektife sahip olduğundan, bu çalışmada bahsedilen konuların ana hatları bütünsel bir yaklaşımla incelenmeye çalışılmıştır.

1. Perge Antik Kenti

Aristoteles aileyi günlük ihtiyaçların karşılanmasında yeterli bir toplumsal birim olarak görmekle beraber daha ileri ihtiyaçların karşılanmasında yetersiz bulur. Bu yetersizlik aileleri daha ileri bir amacın gerçekleştirilmesine yöneltir. Birleşen aileler köyün kurulmasını sağlarlar. Fakat, köy erdemli bir hayat sürmek için yada erdemli bir hayata geçiş için gerekli imkanları sağlayamaz. Sağlayamadığı için de köyler birleşerek Polis (kent) devletinin doğmasına yol açar (Ağaoğulları, 1994: 349). Aristoteles kentin kurulmasının en temel ve en basit sürecini bildirmiştir. Fakat kentin gerek toplumların gelişmeleri gerekse de kentin kuruluşu çok sayıda değişkenle birlikte ele alınarak incelenebilecek apayrı bir alandır. Bu çalışmayı nispeten ilgilendirdiği için konunun bu yönü derinliğine incelenmemektedir.

Perge antik kentinin her ne kadar uzun bir tarihi geçmişi olsa da diğer Roma kentlerinin özelliklerini taşımaktadır. Roma kentlerinin ortak özelliklerinin bilinmesi bu çalışmanın amacı açısından önemli olduğu belirtilmişti. Bu bağlamda, Ceylan (2002) antik dönem, M.Ö. 6 ve M.S. 5, Anadolu’daki Roma kentleri; Yunanca konuşulan, pagan bir din anlayışına sahip, mitolojik esintiler taşıyan kent hayatı ve kendilerini Helen olarak adlandıran, kentli bir yurttaş olmanın bilincinde olan halkların yaşadıkları kentler olduğuna dikkat çekmektedir. Yazar ayrıca, kentlilik bilinci sayesinde kentlerin sürdürülebilirliğinin ve görkemli kent mimarisinin temel belirleyicisi olduğunu ve bu bilinç sayesinde Roma İmparatorluğu içinde ortak bir kent mimarisi yaratılmış olduğu düşüncesindedir.

Dikkat edilirse, kentlilik bilinci kenti yaratan veya sürdürülmesine neden olan başka bir boyut olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bilinç ortak bir bilinç haline dönüşebilmekte, bu sayede ortak bir vizyon etrafında birleşerek hem vatandaşlık kimliği hem de kent kimliği üretebilmektedir. Belki de bu sayede Roma Kentleri demokratik toplum düzenini, özgür bir yaşam stilini ve mekanını yaratabilmiştir.

“Ortak bir mimari dil ve ortak malzemelerin kullanılması ile kent bir yapılar grubu olarak değil bir bütün olarak algılanmakta ve bu düzenin korunması kent halkının bilinci ve yerel yöneticilerin desteği ile sağlanmaktadır. Kentliler yalnız tarihleri ve ünlü yurttaşları ile değil kentlerinin görkemi ile de gurur duymaktadır” (Ceylan, 2002: 7).

Öte yandan çok ünlü söylevci, Cicero, M.Ö. 79 yılında Kilikia eyaletinin questoru olan Gaius Verres’i Perge’de kanun dışı faaliyetlerde bulunduğu ile ilgili bir konuşmasında pergenin ne kadar önemli bir kent olduğunu gösteren pergeyle mündemiç Diana tapınağından bahsetmektedir.

Bildiğimiz gibi, Perge’de; Diana’nın çok eski ve çok saygı duyulan kutsal tapınağı vardır; bunun da G. Verres tarafından soyulduğunu ve yağmalandığını ve Diana figürünü sarmalayan tüm altının çıkartılıp götürüldüğünü iddia ediyorum (Pekman, 1973: 81-82).

Ayrıca, Perge antik kenti MÖ 3. yüzyılda yaşayan matematiksel astronominin babası olarak kabul edilen Apollonius’a, M.S. 2. yüzyılda yaşayan filozof Varus’a ve ünlü fizikçi Asklepiades’a ev sahipliği yaptığı

bilinmektedir (Erny, 2012). Kentte bilimsel faaliyetlerin sürdürülebileceği bir ortamın ve geleneğin olduğunu göstermektedir. Ayrıca, kent hristiyanlık tarihi bakımından da önemlidir. Pamphylia'nın tek başına eyalet olduğu dönem İmparator Cladius (M.S. 41-54) zamanına kadar devam etmiştir. Tam da bu tarihlerde Hristiyanlığı kurumsallaştıran kilise örgütünün kurucusu olan Aziz Paulos kente gelmiştir (Yılmaz, 2014). Bu bağlamda bir çok Anadolu kenti Paulusun yolculukları sırasında uğramasından dolayı incilde adları geçmiştir. Bu yüzden bu kentler kutsal mekanlar olarak bilinmektedir. Paulosu misafir eden Kentler: *Antiochia, Seleucia Prea, Tarsus, Antioch Psidia, İconium, Lystra, derbe, Attalia, Perge, Myra, Patara, Cnidus, Miletus, Trogium, Assos* (Ceylan, 2002). Pergeyle birlikte dört kentin Antalya ilinin sınırları içinde olduğu görülmektedir.

Kentin coğrafi bakımdan, geo stratejik bir konuma sahip olduğu görülür. Kentin doğusu geniş bir ovaya açılmakta, denizden içerde kurulmuş olmasına rağmen Kestros nehri yardımıyla deniz ile bağlantı kurulabilmesi, hem doğusu hem batısında geniş tarım yapılabilecek arazisinin, kuzeyinde torasların olması, denizden içerde konumlanması dolayısıyla güvenlik bakımından kendini koruyabilmiştir. Ayrıca denize ulaşım sağlayabilmesi ise ticaret bakımından kente avantajlar sağlamıştır (Özdizbay, 2014).

Kentin bu özellikleri dolayısıyla birbirinden farklı kültürlerle sahip insanları cezbetmiş ve bu yüzden perge çok kültürlülüğe dayanan helen kültürünü benimsemiş bir kente dönüşmüş olabilir. Esasen Helen kültürünün oluşmasında ve yayılmasında önemli bir rol oynayan Büyük İskenderin stratejik askeri amaçları doğrultusunda kullandığı ve önem verdiği bir kent olması hasebeyle helen kültürü izlerini de taşıması zaten beklenir. Mierse (1997) kent kapısı avlusunda yapılan kazıda çıkartılan kristes yazıtlar, perge'nin altı kutsal kurucu babasının olduğundan bahsetmektedir: Mopsos, Kalkas, Makhanon, Leontheus, Rixsos ve Lobos. Şahin (1996) ise kurucular dolayımı ile Pergeyi Troia savaşına katılmış Helen kahramanlarının kurduğunu iddia etmektedir. Mierse (1997) yuvarlak taş kuleden oluşan kapının hellenistik döneme ait olduğunu, girişin ise at nalı şeklindeki bir avluya açıldığını bildirmektedir.

Şahin (1996) Plancia Magna'nın kentin güney girişinde bulunan Hellenistik döneme ait kulelerin arkasındaki oval avluyu tanrılar ve kahramanlar salonuna dönüştürdüğünü bildirmektedir. Oval avluda karşılıklı duvarların her birinde yedi alt ve yedi üst olmak üzere on dörder tane niş olduğuna dikkat çekmektedir. Pekman (1973: 90) Plancia Magna'nın Helenistik kapının tam bir restorasyonunu ve süslemesini gerçekleştirdiğini ve memleketine adanmış kentin girişine bir zafer anıtı diktiğini bildirir.

Bu nişlerin birbirine denk olmadıkları adeta bir hiyerarşik dizilim olduğu görülmektedir. Nitekim Perge konusunun gurularından sayılan Sencer Şahin bunu ima etmektedir.

"...kaideler üzerindeki kurucu heykelleri kent ve Plancia Magna için taşıdıkları anlam ve önem derecelerine göre ve üzerinde durdukları kadidelerin cüssesiyle orantılı olarak farklı büyüklükte yapılmışlardı" (Şahin, 1996).

Babos, Rixsos ve Manyas'ın heykellerinin hiyerarşik sıraya göre dizildiklerini ve karşı duvarda üst nişlerde ise çağdaş kurucu heykellerinin olması gerektiğini iddia eder. Dahası, M. Plancius Varus'un ismini taşıyan kaidenin ölçülerinin hemen hemen Kabos'ununkine denk olduğunu ve orta üstü kemerli yüksek nişte durduğunu bildirmesi Plancia ailesinin kutsal kurucular arasında yer aldığını ve kent yönetiminin hiyerarşik bir yapısı olduğu yönündeki düşüncüyü desteklemektedir. Bu bağlamda Roma'da kent yönetiminin ana karakterinin anlaşılması. Bu sayede Plancia Magnanın kentin yönetimine nasıl geçtiğini ve nasıl kutsal kurucular arasında yer aldığı hakkında bir kanaate varılmasının yolunu açabilir.

Pekman (1973: 36-38) Perge'de *bule*, *demos* ve *gerusia* adında üç idari mejlis'in varlığından bahseder. Şehrin işlerini *bule*'nin ve halk mejlisi *demos*'un, genel denetleme ve adli işleri yürüten yaşlılardan meydan gelen *gerusia*'nın üyeleri her yıl yeniden seçimle görevlendirilmekteydi. Aynı şekilde Perge'de delikanlıların dini ve askeri eğitimlerinden sorumlu *ephebos*'lar ve *ephebos*luktan gençlik çağına gelmiş olanlardan oluşun *neos*'lar adında gençlik örgütlenmesi mevcuttu. Kentin ihtiyaçlarının karşılanmasından sorumlu ticareti düzenleyen, ürünlerin pazara gelmesinden ve halkın ihtiyaçlarının belirlenmesinden sorumlu olan *agoramonos* diye bir kamu görevlisi vardı. *Gymnasiarkshos*'lar ise dini törenleri bayramlar gibi sosyal faaliyetleri düzenleyen kamu görevlileriydiler.

Öte yandan, Pekman (1973) Perge'de *demiurgos*, *strategos*, *agoronomos*, *gymnasiarkhos*, *phylarkos* gibi üst düzey kamu görevlilerinin varlığından bahseder. Perge'de rastlanan iki yazıtta şehrin bayırdırlık faaliyetlerinde büyük ölçüde katkıda bulunmuş olan *Plancia Magna*'nın *demiurgos* olarak adının geçtiğini bildirmektedir.

Eski çağda yürütülen bu mejlis üyeliklerinin karşılığında şan ve şereften başka herhangi bir ücret verilmediği ve üstelikte bu insanlar giderlerini kendi keselerinden karşılamaktaydılar. Dolayısıyla, bu tür görevlere genellikle varlıklı olan insanlar talip olabiliyordu. Kentlerine karkı yapan varlıklı şahsiyetlere örnek olarak *Plancia* verilebilir. Kente yaptıkları katkılardan dolayı *Plancius Varus* ve oğlu *G. Plancius Varus* için heykeller dikilmiş ve kaidelerinde *ktistes*- kutsal kurucu- olarak betimlenmişlerdir. Yine aynı aileden *Plancia Magna* için *blue*, *demos* ve *gerusa* şeref yazıtları dikmişlerdir (ibid). Bu durum, *Plancia*'nın kent yönetiminde katılımcı ve diğer toplumsal örgütlenmelerle işbirliği içinde bir yönetim sergilediğinin bir göstergesi sayılabilir. Yani *Plancia Magna* elde ettiği konumu sadece aileden gelen avantajları ve zenginliği dolayısıyla değil, toplumsal kesimlerle özellikle de gençlik örgütlenmesiyle sıkı bir ilişki içinde olmasından da kaynaklanmış olabileceği düşünülebilir.

2. Roma İmparatorluğu'nda Kamusal Alanda Kadının Statüsü ve Rolü

Kadın tarihi, mücadele eden, gelişen, tutkuları olan, anonim sıradan insanların hikayesidir (Lerner, 1997: 208). Eski roma kadınlarının yunan kadınları gibi siyasette yerleri olmamasına karşın onlara göre kısmen daha özgür bir kadın potresi çizmekteydiler. Fakat her iki toplumun ana karakterini erkek hegemonyasının oluşturduğu bir gerçeklikti. Aile reisi *kyrios* koca ya da baba olarak fiili otoriteydi, kadın onların egemenliği altında ömrünü tamamlamak zoundaydı, mal varlığını yönetme hakkı da kendinde değildi. Orta sınıf kadınlar ise, köleler ve hayat kadınları ise soylu kadınlardan dahan özgür bir hayat sürerlerdi. Düğünlere, cenazelere ve önemli halka açık eğlencelere katılabilirlerdi (Özkan, 2018).

Diğer yandan kadının egemenlik alanı hemen hemen yok olduğunu vurgulayan Erişgin'e göre (2013) Roma kadını evlilik yaptığında, hak ehliyetini ve malvarlığını kaybederdi. Kocasının egemenliği altında (*manus*) bulunan kadın egemenliğini tamamen kocasına bırakır. Kadın kamusal alanda ise görev alamazdı. Ancak, kadının konumu İmparatorluk döneminde sorgulanmaya başlamış ve bu dönemde kadın önemli ölçüde hukuksal bağımsızlık kazanmıştır. Tarım toplumundan ticaret toplumuna doğru evrildikçe kadın da ticaret yaşamında yer almaya ve bununla birlikte erkek hegemonyasında da kurtulmaya başlamıştır. Belki de bu yüzden Akdeniz kıyılarındaki kentlerde *Plancia Magna* gibi kadınlar erkek egemenliğinden kurtularak öne çıkmayı başarmışlardır. Fakat, daha önce Hannibal savaşıdan sonra kadınların artan israflarını önlemek için onlara aşırı oranda vergi koyan, ve alışverişlerini sınırlayan *Oppia Kanunu*'nun savaşın bitmesinden sonra bile devam etmesi üzerine kadınlar yasaya karşı direniş göstererek itiraz etmişler ve kanunu kaldırtmayı başarmışlardır. Dolayısıyla Roma kadın tarihinde kadınların içinde yaşadıkları duruma karşı itiraz edebilecekleri bir alan yarattıkları görülmektedir (Baş, 2019:

23).

Roma imparatorluğunda ve cumhuriyetinde öne çıkmış bazı kadınların faaliyetleri ve üstlendikleri roller Romada kadının statüsü hakkında bir fikir verebilir. Bu yüzden, Cornelis Willem van Galen (1997)'nin 'Geç Roma Cumhuriyeti ve Erken İmparatorluk'ta Kadınlar ve Vatandaşlık' adlı eserinde geçen bazı örnek kadınların kısa hayat hikayelerine yer verilmiştir. Varlıklı Roma kadınlarından yüksek miktarda vergi alınmaya çalışılması üzerine halk tarafından tanınan ve kadınlar adına onları savunan ve devletin bu uygulamasına karşı çıkan bir kadın lider Hortensia'nın mitingi belki de ilk aktivist kadın hareketi sayılabilir.

“Hortensia İ.Ö.42 kadınlar adına yaptığı bir konuşmanın Appian versiyonunda, kadınların savaş gibi erkeksi bir şeyi paylaşmadıklarını söyleyerek triumvirleri (Antik Roma'da devleti temsil eden üç kişi) azarladı. Kadınlar savaşa katılmadığını ve bu nedenle herhangi bir bedel ödememesi gerektiğini söyledi. Hortensia'ya göre kadınlar, Roma barbar istilalarıyla tehdit edilirse; gönüllü olarak katkıda bulunmaya tamamen kararlı sadık vatandaşlardı. Ancak, onları Romalı erkekler arasında hiçbir rolleri olmayan bir iç savaşı finanse etmeye zorlamak meşru değildi. Üçlüler öfkeliydi (the triumvirs) çünkü onlara böyle bir şekilde ve bir kadın tarafından hitap ediliyordu. Korumalarını yolladılar, ancak bu iç savaş zamanında bile, kadınlara halk içinde saldırmak kabul edilemezdi. Halk tepki gösterdi ve üçlüler geri çekilmek zorunda kaldı; zengin kadınların mülklerine uygulanan vergi kısmen iptal edildi ve 400 kişi ile sınırlandırıldı” (Cornelis Willem van Galen, 1997).

Hortensia'nın bu konuşması Roma'da kadının konumu hakkında bize bir bilgi vermektedir. Politik hegemonyaya karşı kadınların örgütlenebilecek kadar özgürlük alanına sahip olduklarını bu anekdottan çıkarılabiliriz. Fakat kadınlar arasındaki hiyerarşiyi de akılda tutmak gerek, çünkü bu konuşma özellikle varlıklı kadınlardan savaş giderlerini karşılamak amacıyla aşırıya kaçan miktarlarda vergi toplanmak istenmesi üzerine kadınlar bir karşı duruş sergilemişlerdir.

Appian'a göre Hortensia, iddialarını Roma adetlerine göre uygun kadın davranışı sınırları içinde çerçeveleyerek başarılı olmuştu. Kendisini ve diğer kadınları, konumlarının sınırlarını bilen, vatansever ve yasalara uyan kadın vatandaşlar olarak sunmuştu (Cornelis Willem van Galen, 1997). Appian'ın anekdotunun verdiği şey, genel olarak Romalı kadınların durumu hakkında değil soylu kadınların durumu hakkında bilgi verdiği yönünde bir kanaat var olsa da diğer kadınlara örnek olduğu yadsınmaz.

Kadınlar devlet meselelerine karışmak istemediler ve sadece ailelerinin onuru tehdit altında olduğu için öne çıktılar. Hortensia kadınları adaletsizce muamele görmüş ve bu nedenle etkili Romalı erkeklerin desteğine ihtiyaç duyan masum seyirciler olarak betimleyip, konuşmasını iyi huylu bir Romalı bayan için uygun görülebilecek şekilde sınırlandırarak, triumvirlere onu cezalandırma veya argümanlarına saldırma fırsatı vermemişti. Bu konuşma onların yurtaş oldukları anlamına gelir: hukuken bağımsızdılar ve ailenin erkek reisine tabi değillerdi. Hortensia'nın konuşması olağanüstü idi ve M.Ö. 42'deki belirli bir durumla ilgiliydi. Appian, bu kadınların kendi mülklerini yönetme özgürlüğünün veya vatandaş olarak konumlanmalarının da istisnai olup olmadığını ise net olmadığını söylemektedir. Yalnızca bu kaynağa dayanarak, bu direnişin tüm Romalı kadın vatandaşlar için mi yoksa yalnızca bu seçkin kadın grubu için mi geçerli olduğu sorgulanabilir. Aslında, konumlarının tarihsel doğruluğu bile sorgulanabilir; Appian'ın açıklamasının M.Ö. 42'deki kadınların konumunu değil, iki yüzyıl sonraki kendi dönemindeki durumu yansıtması olasıdır (Cornelis Willem van Galen, 1997).

Bu belirsizlik, antik dünyada kadınlarla ilgili çalışmalarda yaygın bir sorunu yansıtıyor; Hortensia'nın konuşmasının daha geniş bir ilgi düzeyinde değerlendirmeyi zorlaştıran kadın davranışına ilişkin kaynak kıtlığıdır. “Bugün

kölem olan kız artık kendine ait. [...] Ben iyi bir adam, çekici bir vatandaş değil miyim? Bugün Atina eyaletini çok daha fazla büyüttüm ve bir kadın vatandaşla büyüttüm". Bu parça, M.Ö. 2. yüzyılın başında kadınların Romalı olarak kabul edildiğinin bir göstergesi olsa da, Romalı bir kadının vatandaş olmasının gerçekte ne anlama geldiğini netleştirmiyor (Cornelis Willem van Galen, 1997).

Plancia Magna'nın elde ettiği başarıların arkasında hangi faktörlerin olduğu ve onu kentin yönetimine taşıyan sürecin genel olarak Roma'da kadının konumu ile ilintili olması gerektiği düşünülebilir. Bir kadının (özellikle yirmili yaşlarındaki birinin, Plancia evlendiğinde olması gerektiği gibi) kendi servetini kontrol etmesi alışılmadık bir durumdu. Halbuki, kamuya açık yazıtlar, Plancia'nın kocasının kontrolü olmaksızın kendi parasını ve cömertçe harcadığını göstermektedir (Salisbury, 2001).

Yazıtlarda geçen kentin üst yöneticisi, Artemis rahibesi, tanrılar anası rahibesi ve İmparator kültü baş rahibesi ünvanlarından anlaşıldığı gibi Plancia Magna bir yandan siyasal, dinsel ve sosyal amaçlı görevler üstlenirken, bir yandan da Perge'yi imar etme faaliyetlerini sürdürmüştür (Şahin, 1996).

Statü sahiplerinin böylesi cömertliklerine karşılık, onların politik ve sosyal üstünlüğü minnettar halk tarafından kutlanarak meşrulaştırılmış oluyordu. Üst düzey ve toplumsal statü sahibi Roma vatandaşlarının halkın faydalanabileceği mekanlar açarak şehrin dokusuna katkı sağlamaları, halkla aralarında örtülü bir sözleşme olduğu düşüncesi uyandırmaktadır.

Gözden kaçırılmaması gereke diğer bir önemli nokta ise, bütün bu faaliyetlerin belkide temelinde Evergetism (zengin olan insanların mal varlıklarından bir kısmını yada tamamını topluma bağışlamaları) olarak adlandırılan sisteme dikkat çekmek gerekmektedir. Bu uygulama aynı zamanda Roma toplumunun patron-müşteri ilişkileri sisteminde de yer etmiştir (www.wikiwand.com/en/Euergetism September/2020). Bu kurum kamusal yaşamın kalbinde yer alır. Helenistik Yunan ve Roma medeniyetlerinde görülen birçok başarıda bu sistemin katkısı olduğu görülmektedir.

Plancia Magna'nın Perge kapısını yeniden inşa etmesinin ve heykeller yaptırmasının, Perge'deki diğer erkek yöneticilerle rekabet içinde olduğu yönünde yorumlanabilir. Böyle bir rekabette onu abideleştiren projesi Perge'nin su sistemini geliştirmesidir. Bundan dolayı kendisi 'Kentın Kızı' unvanı ile onurlandırılmıştır ve bu sayede kentin yönetimi tamamen Plancia Magna'ya bırakılmıştır (Erny, 2012).

Plancia Magna'nın yenilediği kapıdaki yazıtların gün yüzüne çıkarılması ve incelenmesi, Roma kentlerinde "kadın" cinsiyetinin bir kentte hangi alanlarda yer alabileceğini ve onu dönüştürebileceğinin açık bir göstergesidir.

3. Sonuç

Toplumun inşasının arkasında sosyo ekonomik ve sosyo politik şartların yanında düşünce akımlarının da rolünün olduğu yadsınamaz. Dolayısıyla bir toplumu, onun kurduğu mekanlarla birlikte kenti ve kentin ruhunu anlayabilmek için dönemin sıradan insanının etkileyen düşüncelerin anlaşılması önemlidir. Günümüz insanının tarihin bir kesitinde yaşamış bir uygarlıkla düşünsel boyutta tanışmalarına yardım etmek, onlara gezilen kentin bir vatandaşı oldukları hissini verebilmek, farklı bir deneyimin tercübe edilmesine katkı sağlayabilir.

Kentin doğuşunda zamanın zeitgesti ve düşüncesinin rolü, insanın gelişmişliği ve ürettiği kültürü ve yönetim

biçiminden ayrı düşünülemez. Aydınlanmamış toplumlar birbiriyle bağlantısı olmayan binalar yığını üretirken aydınlanmış olanlar insan imgesinin sınırlarını zorlayan insana özgürlük alanları sunan doğa ile bütünleşen kentler üretmektedir.

Panhellenizm kültürü Roma imparatorluğunun yönetim ve toplumsal yapısının temel belirleyicisi haline geldiği bilinmektedir. Perge'de Plancia magna dönemi hristiyanlığın Plancia döneminin hristiyanlığın Roma imparatorluğu içerisine doğru yayılmaya başladığı bir döneme rastlaması, diğer kentler gibi Perge'nide Hadrianus tarafından özellikle desteklenmesine neden olmuş olabilir. Çünkü, Roma İmparatoru Aelius Hadrianus İ.S.124/125 helen kültürü temelinde ortak bilmiş oluşturarak politik birliği sağlamayı amaçlamaktaydı. Hristiyanlık uzun uğraşlardan sonra gelişen Panhellenizm birliğine ve kimliği için bir tehdit oluşturabilirdi. Bu yüzden, Hadrianus zamanında Hristiyanlığın yayılmasına karşı bu tür şehirlerin desteklenmesi daha önemli hale gelmiş olabilir.

Ekonominin gelişmesiyle birliklikte ilişkilerin biçimi de değişmektedir, değişimi kendine lehine dönüştürebilen kadınlar, kendi özgürlük alanlarının kısıtlayıcılarından kurtularak diğer kadınları da içine alacak yeni bir zihinsel değişimi başlatabilmektedirler. Esasen kadının ekonomik özgürlüğü toplumun, kentin, doğanın ve tarihin görmezden geldiği diğer sömürülen her canlının özgürlüğü anlamına gelmektedir.

Romada toplum tarımından ticarete geçerken kadında yeni ekonomi içinde yer alarak kendi konumu yeni bir alana taşımamış bilmiştir. Belkide bu yüzden Akdeniz kıyılarındaki kentlerde sürdürülen ticaret nedeniyle Plancia Magna gibi kadınlar erkek egemenliğinden kurtularak, ekonomik özgürlüğü ile birlikte kişisel özgürlükleri de öne çıkmayı başarmışlardır.

Palancia Magna'nın başarısının diğer bir nedeni ise kendi amaçlarına ulaşabilmek için kendi hırsıyla parayı ve aile konumlarının sunduğu fırsatları birleştirerek geleneklerin engellerini aşmayı başarabilmiş olmasıdır.

4. Kaynakça

Ağaoğulları, M. A. (1994). Kent devletinden imparatorluğa, İstanbul: İmge Kitapevi.

Baş, B. (2019). Hristiyanlığa geçiş aşamasında Roma kadını Bahar Baş. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ordu Üniversitesi, Ordu.

Ceylan, B. (2002). Hristiyanlık merkezleri olarak anadolu kentleri. Uluslararası Türk Dünyası İnanç Merkezleri Kongresi, Mersin Üniversitesi, Mersin.

Cornelis Willem van Galen. (1997). Women and citizenship in the late Roman Republic and the Early Empire, Beuningen: Print Rendement.

Erişgin, Ö. S. (2013). Roma toplumunda kadının konumu. İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 4(2), 1-31.

Erny, G. K. (2012). Constructing gender: Female architectural patronage in Roman Asia Minor and Syria in the First through Sixth Centuries CE. Classics Honors Projects. Paper Nu 13.

Lerner, G. (1997). Why history matters: Life and thought. Oxford: Oxford University Press.

Mierse, W. E. (1997). The Roman second century gate at Perge and its literary associations. Rev. do Museu de Arqueologia Etnologia, 7, 49-64.

Nasıroğlu, M. (2017). Tarihten dışlanmak: Tarih yazımında kadın etkinliğinin dolaylı yollardan saptanması üzerine. Social Sciences Studies Journal, 3(12), 2243-2251.

Özdizbay, A. (2008). Pamphylia - Perge tarihi ve Roma İmparatorluk dönemi öncesi Perge'nin gelişimi:Güncel araştırmalar ışığında genel bir değerlendirme. Delemen, İ., Çokay-Kepçe, S., Özdizbay, A., Turak, Ö. (Eds.). Prof. Dr. H. Abbasoğlu'na 65. Yaş Armağanı (ss. 1187-1200). İstanbul: Suna & İnan Kiraç Research Institute.

Özkan, B. E. (2018). Yasalar ve gelenekler ışığında arkaik ve klasik dönem Yunan ve Cumhuriyet Dönemi Romalı kadınların aile hayatı. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları.

Pekman, A. (1973). Son kazı ve araştırmaların ışığı altında Perge tarihi, Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Salisbury, J. E. (.2001). Encyclopedia of women in the ancient world. Oxford: University Press.

Şahin, S. (1996). Perge kentinin kurucuları ve Plancia Magna. Adalya, 1, 45-52.

Yılmaz, T. (2014). Perge'nin eski dünya üzerine fısıltıları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.

[https://www.wikiwand.com/en/Euergetism/September 2020](https://www.wikiwand.com/en/Euergetism/September%202020)

ARKEO-TURİZM KAPSAMINDA TARİHÖNCESİ ARKEOLOJİSİ TURİZMİ: GÖBEKLİTEPE ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Serap Özdöl-Kutlu
Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm Fakültesi
serap.ozdol.kutlu@ege.edu.tr

Dr. Öğretim Üyesi Selcen Seda Türksoy
Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm Fakültesi
selcen.seda.turksoy@ege.edu.tr

ÖZET

Kültür ve Turizm Bakanlığı, müze ve örenyeri istatistikleri incelendiğinde, insanlık tarihinin neredeyse %99,9'unu kapsayan Tarihöncesi ya da Prehistorya Arkeolojisinin “kültür turizmi / arkeo-turizm” kapsamındaki yerinin çok az olduğu anlaşılır. Anadolu’da Göbeklitepe, Çatalhöyük, Troya, Alacahöyük, Körtik Tepe, Arslantepe gibi bilim dünyasında son derece iyi tanınan höyüklerin, görsel çekiciliğe ve ayakta duran çarpıcı eserlere sahip yakın dönem ören yerlerinden Efes, Antakya, Ayasofya, Kapadokya, Mevlana Müzesi yanında pazar paylarının çok az olduğu anlaşılır. Söz konusu tarihöncesi merkezlerden Troya ve Göbeklitepe’nin toplam ziyaretçi sayıları tek başına Hierapolis veya Efes antik kentlerinin aldığı rakama ulaşamamıştır. Hatta yakın zamana kadar (UNESCO Dünya mirası listesine girmesi ve Turizm Bakanlığının çalışmalarından önce) Göbeklitepe ören yerinin ziyaretçi sayısı, bu merkezlerin belki de aylık aldığı ziyaretçi sayısına denk düşmektedir. Oysa ki adı geçen geç dönem yerleşmeleri çoğunlukla Roma Dönemine tarihlenir ve bu dönemin kalıntıları Akdeniz çanağında geniş bir coğrafyada hemen her ülkede görülüp ziyaret edilebilir. Bu durum ülkemizin uluslararası kültür turizmi pazarındaki rekabet üstünlüğünü azaltabilmektedir. Diğer taraftan, ülkemiz insanoğlunun yazı öncesi dönemlerini inceleyen Tarihöncesi ya da Prehistorya arkeolojisi açısından son derece zengin kanıtlara ve kalıntılara sahiptir. Bu noktada ülkemizde bu denli eski tarihöncesi merkezlerin bulunması rekabet avantajı sağlama yönünden önemli bir potansiyele işaret eder.

Yakın bir döneme kadar Göbeklitepe gibi tarihöncesi merkezlerin kültür turizmi açısından popüler oldukları söylenemez. Özellikle UNESCO Dünya Miras Listesi’ne girdiği 2019 yılından itibaren, Bakanlık tarafından “Göbeklitepe Yılı” ilan edilmiş, çeşitli reklam kampanyaları düzenlenmiş, “tarihin sıfır noktası” gibi akılda kalıcı sloganlar ortaya atılmış ve hatta “Atiye” “Rafadan Tayfa” gibi popüler dizi ve çizgi filmler çekilmiştir. Diğer taraftan bunca reklam kampanyasından sonra Göbeklitepe gibi tarihöncesi yerleşmelere gelen ziyaretçiler için “tarihin sıfır noktası” gibi sloganlar ne ifade ediyor? Söz konusu konuklar bu kadar uzak geçmişte dolaşmaktan ve bu geçmişi inşa etmekten heyecan duyuyor mu? Duyduğu heyecan; burasıyla ilgili mistik ve astrolojik yaklaşımlardan mı, yoksa ayakları daha yere basan bilimsel önermelerden mi kaynaklanıyor?

Tüm medya türlerinde, Göbeklitepe’de ortaya çıkan sembolleri Avusturalyalı yerliler Aborjinlerle bağdaştırın, burayı Adem ile Havva’nın cennetten kovulduktan sonra yeryüzünde yaşadığı yer ile ilişkilendiren, görünmez güçlerin ya da uzaylıların inşa ettiğini iddia eden çoğu oldukça spekülasyonla ve haberlerle karşılaşmaktayız. Aslında tüm bunlar bir yandan bilgi kirliliği yaratsa da Göbeklitepe’yi konuşulur, merak edilir ve tartışılır kıldığı da ortadadır. Bu noktada reklamın iyisi kötüsü olmaz mı diyeceğiz? Ancak bu defa da kültürel bir merkeze gelecek ziyaretçiler açısından “bilinçli ve gerçekçi bir tanıtımla sürdürülebilirlik” hedefini / motivasyonunu hangi zemin üzerine oturtacağız? Göbeklitepe için mistik, şaşırtıcı, gizemli, sırlarla dolu gibi tanımlamalar yapmadan ve spekülasyonla bir anlam yükleyip, bunun üzerinden reklam kampanyaları yürütmeden de, burası zaten kendi gerçek kimliğinde önemli bir yer değil midir? İnsanın kendi kimlik kaygıları, kültürel ve bilişsel gelişimi ve kutsalla olan ilişkisindeki önemli bir dönüm noktasını ve şimdiye kadar bilinenden farklı büyük bir resmi göstermiyor

mu? Belki ancak böyle bir yaklaşım ve felsefe ile gerçekten de “tarihin sıfır noktası” gibi ağır bir sloganın hakkını vermiş olabiliriz. İnsanlık tarihindeki bu önemli dönemin, yani Neolitiğin erken safhalarının bilim dışı söylencelerin çekiciliği ile değil, uygarlık tarihinin basamaklarının bilinci ile ele alınması gerekir. Bu kadar önemli kültür varlıklarına sahip olmanın getirdiği sorumluluk ve yükümlülükler göz ardı edilmemelidir. Göbeklitepe’yi “uzaylılar” yapmasa da, burası “cennetin kapısı” olmasa da ya da steller üzerinde bir “kuyruklu yıldız çarpması” betimlenmese de Göbeklitepe çok önemli sembol bir ören yeridir.

Tüm insanlık uzak geçmişine çok şey borçludur. İnsanlaşma süreci alet yapma (homo faber), dik yürüme (homo erectus) gibi özellikleri kazanmamızla bu uzak geçmişte başlamıştır. Mağaralar ve açık hava kamp yerleri olmazsa höyükler ve Göbeklitepe olmazdı, Göbeklitepe olmazsa Efes antik kenti, o da olmazsa Ayasofya, Selimiye ve Mevlana Camisi olmazdı. Bir astrofizikçi için karadelikler ne ifade ediyorsa, ya da bir biyolog için hücrenin en küçük yapı taşı, kültür tarihçisi için de gidebildiğimiz, bilebildiğimiz en uzak geçmiş o kadar heyecan verici ve önemlidir ve deyim yerindeyse “şifreler” orada gizlidir.

Söz konusu yazı öncesi yerleşmelere dair ilgiyi ve bilgiyi nasıl arttıracamız? Bu yerleşmelerdeki kanıtları ortaya çıkarıp, yorumlamaya ve koruyup, tanıtmaya çalışan arkeologlar, antropologlar, dinler ve kültür tarihçileri ve turizmciler hep birlikte disiplinlerarası projeler yürüterek bu uzak geçmişin doğru bilgisinin inşasına katkıda bulunmalıdırlar. Söz konusu paydaşların hepsi yalnızca göz zevkini hoşnut eden 1950’li yılların arkeoloji anlayışından sıyrılmalı, müzelik eser zevkine kapılmamalı ve bir bütün olarak insanlık tarihini “yerinde” idrak etmeye çalışmalıdır. Bu tüm insanlığın “asli” görevidir, zira özü itibarıyla insanoğlu “homo curious ve symbolicus” (meraklı ve sembol yapan insan) özelliği ile bu dünyada bugün için bilebildiğimiz “kimlik, benlik” kaygısı olan tek varlıktır. Bu çalışma ise öznel bir bakış açısı ile “kültür turizmi”ne dair bazı görüşlere ve önerilere dikkat çekmek istemektedir.

Anahtar Kelimeler: Prehistorya, Tarihöncesi, Arkeoloji, Arkeo-turizm, Kültür Turizmi, Turizm Rehberliği, Göbeklitepe.

TURİST REHBERLİĞİNDE GİRİŞİMCİLİK VE REHBERLİK EĞİTİMİNDE GİRİŞİMCİLİĞİN YERİ

Dr. Öğr. Üyesi Nihat ÇEŞMECİ
Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi
ncesmeci@erciyes.edu.tr

Arş. Gör. Nazlı ÖRNEK
Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi
nazliornek@erciyes.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik, bir ülkenin veya bölgenin turizminin gelişmesinde ve ekonomik anlamda kalkınmasında temel itici güçlerden biridir (Russell ve Faulkner, 2004; Tunçsiper ve Yılmaz, 2009). Girişimcilik kısaca, gerekli zaman ve çaba harcadıktan sonra, ortaya çıkabilecek riskleri ve kazanımları göz önünde bulundurarak, yeni bir ürün üretme sürecidir (Gürel vd., 2010: 651). Bu kavram özellikle 1950 ve 1960'lı yıllarda popüler olmaya başlamış ve iktisattan psikolojiye, sosyolojiden antropolojiye pek çok alanda konu edinilmiştir (Lounsbury, 1998: 51). Turizmde ise “turizm girişimciliği” ya da “turizm temelli girişimcilik” kavramları ile 2000’li yıllardan itibaren üzerinde çalışılmaya başlanan yeni bir konu haline gelmiştir (Cihangir Çamur ve Cihangir, 2017: 228). Turizmde girişimcilik ile ilgili çalışmalar (Szivas, 2001; Solvoll vd., 2015; Ulama, 2016), girişimcilik eğitimi ile ilgili çalışmalar (Ronstadt, 1985; Arslan, 2002; Henry, Hill ve Leitch 2005a; Henry, Hill ve Leitch 2005b, Yılmaz ve Sünbül, 2009; Akçakanat, Mücevher ve Çarıkçı, 2014; Sarıtaş ve Duran, 2017) bulunmasına karşın, turist rehberliği mesleği ile girişimciliği ilişkilendirerek rehberlik eğitiminde girişimciliğin önemini ele alan çalışmalar yetersizdir. Farklı türdeki turizm işletmelerinin işleyiş ve üretim süreçlerini de görek sektöru bütünsel olarak analiz edebilme imkânı olan turist rehberlerinin, turizm sektörü için bilgili ve iyi birer girişimci adayı olduğu söylenebilir. Yıldız, Kuşluyan ve Şenyurt (1997) rehberlerin mesleki hayat seyrini beş aşamada ele alarak, bu aşamaları; “mesleğe hazırlık”, “mesleğe giriş”, “meslekte gelişme”, “meslekte olgunluk” ve “olgunluk sonrası” aşama olarak sıralamaktadır. Yazarlara göre, “olgunluk sonrası” aşamada rehber iki temel alternatifle karşı karşıyadır. Bunlardan birincisi, profesyonel rehber olarak kariyerine devam etmesiyle ikinci sektördeki ilişkilerine de dayanarak turizm işletmesi yöneticisi olması veya maddi birikimi ve yaratıcı fikirlerini kullanarak, girişimci olarak kariyerine devam etmesidir. Bu doğrultuda, turist rehberlerinin meslek hayatlarında girişimciliğin küçümsenemeyecek bir yere sahip olduğu ve rehberlik eğitiminin planlanmasında, öğrencilerin girişimci ruhunu ortaya çıkaracak derslere yer verilmesinin önemli bir katkı sağlayacağı söylenebilir.

Bu araştırmanın amacı, turist rehberliği mesleğini girişimcilikle ilişkilendirerek değerlendirmek ve Türkiye’de turist rehberliği alanında lisans eğitimi veren kurumların müfredatlarında girişimcilik eğitime hangi düzeyde yer verildiğini tespit etmektir. Araştırmada, nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup, verinin analizi için ise içerik analizi kullanılmıştır. Konuya yönelik literatür taramasından sonra Türkiye’de lisans eğitimi veren turist rehberliği eğitim kurumlarının tespit edilmesi için ÖSYM’nin yayınladığı 2019 yılı Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu taranmış, ardından müfredatları incelenmiş ve girişimcilikle ilgili derslerin olup olmadığı ve varsa hangi dönemde yer aldığı tespit edilmiştir. Yapılan literatür taraması neticesinde, turist rehberliği ve girişimciliğin ilişkilendirildiği araştırmalar konusunda bir boşluğun olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, içerik analizi neticesinde, Türkiye’de lisans düzeyinde rehberlik eğitimi veren 38 kurumun 11’inde girişimcilikle ilgili herhangi bir ders bulunmadığı, 27’sinde ise konuyla ilgili derslere yer verildiğidir. Ayrıca kurumların, müfredatlarında girişimcilikle ilgili derslere çoğunlukla seçmeli ders olarak yer verildiği tespit edilmiştir. Girişimcilikle ilgili derslerin program sayısının az olması da dikkat çekicidir. Araştırma bulguları arasında

dikkat çeken bir diğer bulgu da girişimcilikle ilgili derslerin çoğunlukla rehberlik lisans eğitiminin son yılında (7/8 dönemler) veya daha az da olsa üçüncü sınıfta (5/6) dönemler) yer almasıdır. Turist rehberliği eğitiminde girişimcilikle ilgili en az bir derse yer verilmesi ve mümkünse başarılı girişimcilerle toplantılar organize edilerek, öğrencilerin özendirilmesi yararlı olacaktır.

Bu araştırma, turist rehberliğinde girişimciliğin yeri ve önemi konusunda literatüre küçük de olsa teorik bir katkı sunmakta ve özellikle turist rehberliği eğitiminde girişimcilik eğitiminin gerekliliğine dikkat çekmektedir. Bununla birlikte gelecekte bu konuda yapılacak olan daha detaylı araştırmalara ihtiyaç olduğu ifade edilebilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarla turist rehberliği öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri tespit edilebilir ve farklı seviyelerde eğitim veren rehberlik kurumları (ön lisans, lisans, yüksek lisans) arasında bu eğilimler karşılaştırılabilir. Bunların yanı sıra, sektörde faal olarak çalışan girişimci rehberlerin hangi alanlarda daha çok faaliyet gösterdiği ve girişimcilik kararlarında etkili olan faktörlerin neler olduğu araştırılabilir.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, Turist Rehberliği, Turist Rehberliği Eğitimi, Müfredat.

4. Kaynakça

Ahmad, S. Z., Abu Bakar, A. R., & Ahmad, N. (2018). An evaluation of teaching methods of entrepreneurship in hospitality and tourism programs. *International Journal of Management in Education*, 16(1), 14–25.

Akçakanat, T., Mücevher, M. H., & Çarıkcı, İ. H. (2014). Sözel, sayısal ve eşit ağırlık bölümlerinde okuyan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin bazı demografik değişkenler açısından incelenmesi: SDÜ örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 137-153.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (7. baskı). İstanbul: Sakarya Kitabevi.

Arslan, K. (2002). Üniversiteli gençlerde mesleki tercihler ve girişimcilik eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6, 1-11.

Aytaç, Ö., & İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve girişimcikültür: Sosyolojik bir perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 101-120.

Bahar, O. (2006). Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: VAR analizi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi*, 13(2), 130–150.

Bakan, İ, Eyitmiş, A. M., Büyükbeşe T., & Erşahan, B. (2012). Kahramanmaraş'ta girişimcilik ve yenilikçilik: Profesyonel meslek gruplarında bir alan çalışması, II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu, 260-267.

Bryon, J. (2012). Tour guides as storytellers—from selling to sharing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 27-43.

Bygrave, W., & Minniti, M. (2000). The social dynamics of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 25-36.

Chang, J. (2011). Introduction: Entrepreneurship in tourism and hospitality: The role of SMEs. *Asia Pasific Journal*

of Tourism Research, 16(5), 467-469.

Cihangir Çamur, K., & Cihangir, E. (2017). Turizm temelli girişimciliğin gelişiminde yerel ve mekânsal dinamiklerin Göreme (Nevşehir-Kapadokya) örneğinde analizi. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(3), 227-237.

Çakmak, E., Lie, R. & Selwyn T. (2019) Informal tourism entrepreneurs' capital usage and conversion, Current Issues in Tourism, 22(18), 2250-2265, DOI:10.1080/13683500.2018.1448763

Günay, G. Y. (2016). Turizm bölümü öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini etkileyen demografik faktörler: İki devlet üniversitesi karşılaştırması. Business and Economics Research Journal, 7(3), 155-170.

Gürel, E., Altınay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. Annals of Tourism Research, 37(3), 646-669.

Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005a). Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part I. Education+ Training, 47(2), 98-111.

Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005b). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part II. Education+ Training, 47(3), 158-169.

Jamieson, I. (1984), Schools and enterprise, In Education for Enterprise, ed. Antony Gordon Watts. and Paul Moran, CRAC, Ballinger, Cambridge, MA, 19-27.

Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016). The impact of entrepreneurship education: A study of Iranian students' entrepreneurial intentions and opportunity identification. Journal of Small Business Management, 54(1), 187-209.

Lounsbury, M. (1998). Collective entrepreneurship: the mobilization of college and university recycling coordinators. Journal of Organizational Change Management, 11(1), 50-69.

Mahlberg, T. (1996). Evaluating secondary school and college level entrepreneurial education pilot testing a questionnaire, Proceedings of the Internationalising Entrepreneurship Education and Training Conference, Arnhem.

Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., & Chang, R. C. Y. (2011). Critical issues affecting the service quality and professionalism of the tour guides in Hong Kong and Macau. Tourism Management, 32(6), 1442-1452.

Marković, J. J., & Petrović, M. D. (2014). Service quality of tourist guides and their role in travel agency marketing. Tourismos, 9(1), 113-125.

Morrison, A., Rimmington, M., & Williams, C. (1999). Entrepreneurship in the hospitality tourism and leisure industries. Oxford: Butterworth Heinemann.

Ronstadt, R. (1985). The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurial Education is Beginning. American

Journal of Small Business, 10(1), 7–23.

Russell, R., & Faulkner, B. (2004). Entrepreneurship, chaos and the tourism area lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 556–579.

Sarıtaş, A., & Duran, G. (2017). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin tespitine ilişkin bir araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 147-165.

Sexton, D. L., Upton, N. B., Wacholtz, L. E., & McDougall, P. P. (1997). Learning needs of growth-oriented entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 1-8.

Solvoll, S., Alsos, G. A., & Bulanova, O. (2015). Tourism entrepreneurship: Review and future directions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1), 120–137.

Stewart, A. (1989), *Team Entrepreneurship*, Newbury Park, CA: Sage Publications.

Szivas, E. (2001). Entrance into tourism entrepreneurship: A UK case study. *Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 163-172.

Tătar, C., F., Herman, G., V., & Gozner M., (2018). Tourist guides' contribution to sustainability in Romania. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 21(1), 282–287. <https://doi.org/10.30892/gtg.21122-287>

Tuncer, M. & Doğan, S. (2018). Girişimcilik Eğiliminde Eğitimin Etkisi: Turizm İşletmeciliği Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *Turizm Akademik Dergisi*, 5(2), 97-108.

Tunçsiper, B., & Yılmaz, G. Ö. (2009). Yerel ekonomik kalkınma sürecine turizm sektörünün etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 53–63.

Ulama, S. (2016). Turizm lisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma: Sakarya Üniversitesi örneği. In *International Conference On Eurasian Economies*, Kavospar, Hungary.

Yelkikalan, N., Kandemir, G., & Serez, M., (2006). Girişimcilik mesleği ve Türkiye'deki iktisadi ve idari bilimler fakültelerinde girişimcilik eğitimi. *Journal of Administrative Sciences*, 4(1), 218-235.

Yetgin, D., Yılmaz A. & Çiftci, G. (2018). Krizlerin Turist Rehberliği Öğrencilerinin Kariyer Planlamasındaki Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 195-214. DOI: 10.21325/jotags.2018.278

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018), *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, R., Kuşlivan, S., & Şenyurt, Y. (1997). Turist rehberliği öğretiminde yeni bir model: Nevşehir turist rehberliği bölümü programı ve değerlendirilmesi. İçinde Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV (ss. 9–14), Nevşehir, Türkiye.

Yılmaz, E., & Sünbül, A. M. (2009). Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (21), 195-203.

ALGILANAN STRES: TURİZM REHBERLİĞİ BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

* Dr. Öğr. Üyesi Ayhan Dağdeviren
Çankırı Karatekin Üniversitesi
Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu
ayhandagdeviren@karatekin.edu.tr

ÖZET

Bu araştırma, turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin algıladıkları stres düzeylerini belirlemek ve algıladıkları stresin cinsiyetlerine, sigara ve alkol kullanma durumlarına, uyku kalitelerine, ikamet durumlarına, anne-babalarının hayatta olma durumlarına ve ailelerinin ekonomik durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla yürütülmüştür. Araştırmanın örneklemini Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulunda turizm rehberliği bölümünde öğrenim gören 104 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. İki bölümden oluşan anket formunun birinci bölümünde sosyodemografik sorular yer almıştır. Anket formunun ikinci bölümünde ise Cohen, Kamarck ve Mermelstein (1983) tarafından geliştirilen ve Eskin, Harlak, Demirkıran ve Dereboy (2013) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Algılanan Stres Ölçeği" yer almıştır. Anketlerden elde edilen veriler, IBM SPSS 22 programı ile değerlendirilmiştir. Araştırma hipotezlerinin analizinde betimsel istatistiklerden, Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testlerinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin çoğunun orta düzeyde stres algısına sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda ayrıca; öğrencilerin algıladıkları stresin cinsiyetlerine, sigara ve alkol kullanma durumlarına, uyku kalitelerine, ikamet durumlarına, anne-babalarının hayatta olma durumlarına ve ailelerinin ekonomik durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Stres, Algılanan stres, Turizm rehberliği, Öğrenci.

PERCEIVED STRESS: A RESEARCH ON THE STUDENTS OF TOURIST GUIDING DEPARTMENT

ABSTRACT

This research was carried out to determine perceived stress level of students of the tourist guiding department and to determine whether the perceived stress varies significantly according to their gender, cigarette and alcohol use status, sleep quality, residence status, survival status of their parents and economic status of their families. The sample of the research consists of 104 students studying in the tourist guiding department of the Çankırı Karatekin University Ilgaz School of Tourism and Hotel Management. In the research, the questionnaire method was used as a data collection tool. Socio-demographic questions took place in the first part of the questionnaire form consisting of two parts. "Perceived Stress Scale" developed by Cohen, Kamarck and Mermelstein (1983) and adapted to Turkish by Eskin, Harlak, Demirkıran and Dereboy (2013) took place in the second part the

*Sorumlu Yazar

questionnaire form. The data obtained from the questionnaires were evaluated with the IBM SPSS 22 program. Descriptive statistics, Mann Whitney U and Kruskal Wallis tests were used in the analysis of research hypotheses. As a result of the research, it was determined that most of the students had medium level stress perception. As a result of the research; it was also determined that perceived stress of students did not differ significantly according to their gender, smoking and alcohol use status, sleep quality, residence status, survival status of their parents and economic status of their families.

Keywords: Stress, Perceived stress, Tourist guiding, Student.

Giriş

Üniversitede öğrenci olmak, üniversite yaşamı, genelde kaygı ve stres üretecek bir ortam niteliği taşımaktadır. Üniversite öğrencisi, birey olarak kendi sorunları, gelişme sorunları olan bir kişidir. Üniversite öğrencisi; ne çocuk ne de yetişkindir ve çocukluktan yetişkinliğe geçiş döneminin sıkıntılarını yaşamaktadır. Bu dönemde birçok genç; aileden ayrılma, yeni arkadaş ve çevre edinme, yalnız kalma korkusu, ekonomik güçlükler, yurt yaşamına alışma, gelecekteki mesleği ve çalışma yaşamı ile ilgili kaygı gibi birçok sorunla karşıya kalmaktadır (Özgüven, 1992: 5-6; Aylaz, Kaya, Dere, Karaca ve Yusuf Bal, 2007: 47).

Üniversite öğrencileri sayısız stres faktörüyle karşı karşıya kalırken algılanan stresin doğru ölçümü, patolojik bozuklukların etiyojisi ve tedavisi ile patolojik bozukluklara yatkınlığın daha iyi anlaşılması açısından önemlidir. Stres değerlendirmesi, tedaviye cevap vermenin önemli bir habercisidir ve tedavi seyrinin izlenmesine katkıda bulunur. Stres değerlendirmesi, aynı zamanda başa çıkma becerilerinin geliştirilmesine/iyileştirilmesine yönelik önleyici programların gelişimine de katkıda bulunur (Roberti, Harrington ve Storch, 2006: 135).

Kadın ve erkeklerde strese neden olan unsurlar, bazı farklılıklar gösterdiği için kız ve erkek öğrencilerde algılanan stres düzeyinin cinsiyete göre anlamlı şekilde farklılık göstermesi beklenmektedir (Şahin, 2018: 30). Diğer taraftan sigara ve alkol kullanma durumunun, uyku kalitesinin, ikamet durumunun, anne-babanın hayatta olma durumunun ve ailenin ekonomik durumunun öğrencilerin algılanan stres düzeylerinde anlamlı farklılık oluşturacağı düşünülmektedir. Literatürde turizm-turist rehberliği bölümü öğrencilerinin stres algılarını belirlemeye yönelik herhangi bir araştırmaya rastlanılamamıştır. Bu kapsamda araştırma, turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin algıladıkları stres düzeylerini belirlemeyi ve algıladıkları stresin cinsiyetlerine, sigara ve alkol kullanma durumlarına, uyku kalitelerine, ikamet durumlarına, anne-babalarının hayatta olma durumlarına ve ailelerinin ekonomik durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini tespit etmeyi amaçlamaktadır.

1. Literatür ve Hipotezler

1.1. Stres ve Algılanan Stres

Stres sözcüğü ilk kez 17.yüzyılda “elastiki nesne ve ona uygulanan dış güç arasındaki ilişki”yi açıklamak üzere fizikçi Robert Hook tarafından kullanılmıştır (Okutan ve Tengilimoğlu, 2002: 3). Sözcük, Latince “estricia”dan gelmektedir. 17. yüzyılda felaket, bela, musibet, dert, keder, elem gibi anlamlarda kullanılan stres sözcüğünün anlamı, 18 ve 19. yüzyıllarda değişmiş ve güç, baskı, zor gibi anlamlarda kullanılmıştır (Güçlü, 2001: 92).

Literatürde stres, biyolojik ve psikolojik perspektifli olmak üzere iki temel yaklaşıma dayanarak açıklanmaktadır. Biyolojik perspektifin öncülerinden Selye (1974)’ye göre stres, vücudun herhangi bir isteğe yönelik olarak ürettiği spesifik olmayan tepki biçimidir (Aktaran Karahan ve Epli Koç, 2005: 115). Psikolojik perspektifin önemli

temsilcilerinden Folkman ve Lazarus (1985: 152) ile Folkman, Lazarus, Gruen ve DeLongis (1986: 572) göre ise stres, kişinin olanaklarını zorlayan veya ona yük olan ve onun iyilik durumunu tehlikeye sokan kişi ve çevresi arasındaki ilişkidir.

Algılanan stres; bireyin hayatındaki durumlarla ilgili olarak hissettiği stres düzeyine işaret etmektedir. Kişisel deneyimler, ailesel özellikler, eğitim ve öğrenim durumu, değerler ve inanç sistemlerinin etkisiyle her birey, karşılaştığı olayı farklı algılayıp farklı anlamlar yüklemektedir. Bireyin durumlarla ilgili duygu ve düşünceleri ne kadar olumsuz olursa algıladığı stres düzeyi de o kadar yüksek olmaktadır. Üniversite yaşamı, meslek hayatına atılım öncesindeki en önemli süreçlerden birisidir ve gençlere farklı bakış açılarını ve yaşam tarzlarını keşfedebilecekleri yeni sosyal ortamlar sunmaktadır. Üniversite yaşamında pek çok yeni sosyal rolü görüp deneyen gençler, içsel beklentileri ile çevresel beklentiler arasında bir denge kurmaya çalışırken pek çok güçlükle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu güçlüklerle etkili olarak başa çıkmalarını sağlayacak özelliklerden yoksun olan gençler, daha yoğun stres algılamakta ve bu da onların kişilerarası ilişkilerini, uyumunu ve başarısını olumsuz etkileyerek çeşitli psikolojik sorunlar yaşamalarına neden olabilmektedir (Asıcı ve Uygur, 2017: 1354; Çalışkan, Aydoğan, Işıklı, Metintaş, Yenilmez ve Yenilmez, 2018: 42).

1.2. Konu ile İlgili Yürütülen Araştırmalar

Birçok araştırmacı üniversite öğrencilerinin algıladıkları stresin çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini araştırmıştır. Araştırmada kullanılan değişkenler dikkate alınarak bazı araştırmacıların çalışmasına aşağıda yer verilmiştir.

Day ve Livingstone (2003), Maritime Üniversitesi öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmanın sonucunda kadınların beş senaryonun üçünde erkeklerden anlamlı şekilde daha stresli olduğunu tespit etmiştir.

Savcı ve Aysan (2014), Fırat Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmanın sonucunda öğrencilerin çoğunluğunun algıladığı stresin orta düzeyde olduğunu (%57,4), algılanan stresin cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiğini, kız öğrencilerin algılanan stress ortalama puanının erkek öğrencilerin algılanan stres ortalama puanından daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırma sonucunda ayrıca algılanan stresin algılanan sosyoekonomik düzeye göre anlamlı farklılık göstermediğini tespit etmişlerdir. Bayram, Yüceloğlu Keskin ve Günay Derebaşı (2016), Ondokuz Mayıs Üniversitesi öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmanın sonucunda öğrencilerin algıladıkları stresin yüksek olduğunu, algılanan stresin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediğini tespit etmişlerdir.

Hancıoğlu (2017), Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinde öğrenim gören işletme bölümü öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmanın sonucunda, öğrencilerin çoğunluğunun (%56,5) algıladığı stresin orta düzeyde olduğunu ve algılanan stres düzeyinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaştığını saptamıştır.

Çalışkan vd. (2018), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisat Fakültesinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yürüttükleri araştırmanın sonucunda öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%74,6) algıladığı stresin orta düzeyde olduğunu, algılanan stres düzeyinin uyku düzeni ve kalitesine göre anlamlı farklılık gösterdiğini, uyku düzeni ve kalitesi kötü olanlarda algılanan stres düzeyinin daha yüksek olduğunu saptamışlardır.

Şahin (2018), Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmanın sonucunda üniversite

öğrencilerinin genel stres algılarının orta düzeyde olduğunu, öğrencilerin genel stres algılarının cinsiyet değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık gösterdiğini tespit etmiştir.

Yıldırım, Dalcalı ve Nabel (2018), Karabük Üniversitesi Safranbolu Meslek Yüksekokulu öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmanın sonucunda öğrencilerin algıladıkları stresin orta düzeyde olduğunu, algılanan stresin cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediğini görmüşlerdir.

Dağtekin, Atay, Kılınç, Eyüboğlu, Eyüboğlu, Ünsal ve Arslantaş (2020), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmanın sonucunda algılanan stresin sigara içen ve içmeyenler arasında her iki cinsiyette de anlamlı farklılık göstermediğini tespit etmişlerdir.

1.3. Hipotezler

Araştırmanın amacı kapsamında şu araştırma hipotezleri geliştirilmiştir:

H1: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin çoğunun stres düzeyi yüksektir.

H2: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin algıladıkları stres, cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin algıladıkları stres, sigara kullanma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin algıladıkları stres, alkol kullanma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H5: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin algıladıkları stres, uyku kalitelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H6: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin algıladıkları stres, ikamet durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H7: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin algıladıkları stres, anne-babalarının hayatta olma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H8: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin algıladıkları stres, ailelerinin ekonomik durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

2. Yöntem

2.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini, 2019-2020 eğitim öğretim yılı güz yarılı yılında Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulunda turizm rehberliği bölümünde öğrenim gören 104 öğrencidir.

2.2. Verilerin Toplanması ve Analizi

Nicel araştırma yöntemi kullanılan bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmuştur. Anket formunun birinci bölümünde, 7 kapalı uçlu (cinsiyet, sınıf, anne-babanın hayatta olma durumu, ailenin ekonomik durumu, uyku kalitesi, sigara kullanma durumu, alkol kullanma durumu), 1 yarı kapalı uçlu (ikamet durumu), 1 açık uçlu (yaş) olmak üzere toplam 9 sosyodemografik soru yer almıştır. Anket formunun ikinci bölümünde, Cohen vd. (1983) tarafından geliştirilen ve Eskin vd. (2013) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Algılanan Stres Ölçeği" yer almıştır. Algılanan Stres Ölçeği, kişinin hayatındaki birtakım durumları ne derece stresli algıladığını ölçmek için tasarlanmıştır. Ölçeğin 14 maddelik uzun formunun yanı sıra 10 ve 4 maddelik olmak üzere iki formu daha bulunmaktadır. Bu çalışmada ölçeğin 14 maddelik uzun formu kullanılmıştır. Ölçekte yer alan maddeler şunlardır (Eskin vd., 2013: 134, 138):

- Geçen ay, beklenmedik bir şeylerin olması nedeniyle ne sıklıkta rahatsızlık duydunuz?
- Geçen ay, hayatınızdaki önemli şeyleri kontrol edemediğinizi ne sıklıkta hissettiniz?
- Geçen ay, kendinizi ne sıklıkta sinirli ve stresli hissettiniz?
- Geçen ay, ne sıklıkta gündelik zorlukların üstesinden başarıyla geldiniz? (Ters puanlanan madde)
- Geçen ay, hayatınızda ortaya çıkan önemli değişikliklerle etkili bir şekilde başa çıktığınızı ne sıklıkta hissettiniz? (Ters puanlanan madde)
- Geçen ay, kişisel sorunlarınızı ele alma yeteneğinize ne sıklıkta güven duydunuz? (Ters puanlanan madde)
- Geçen ay, her şeyin yolunda gittiğini ne sıklıkta hissettiniz? (Ters puanlanan madde)
- Geçen ay, ne sıklıkta yapmanız gereken şeylerle başa çıkamadığınızı fark ettiniz?
- Geçen ay, hayatınızdaki zorlukları ne sıklıkta kontrol edebildiniz? (Ters puanlanan madde)
- Geçen ay, ne sıklıkta her şeyin üstesinden geldiğinizi hissettiniz? (Ters puanlanan madde)
- Geçen ay, ne sıklıkta kontrolünüz dışında gelişen olaylar yüzünden öfkelenediniz?
- Geçen ay, kendinizi ne sıklıkta başarmak zorunda olduğunuz şeyleri düşünürken buldunuz?
- Geçen ay, ne sıklıkta zamanınızı nasıl kullanacağınızı kontrol edebildiniz? (Ters puanlanan madde)
- Geçen ay, ne sıklıkta problemlerin üstesinden gelemeyeceğiniz kadar biriktiğini hissettiniz?

Her bir madde, katılımcılar tarafından "Hiçbir zaman (0)" ile "Çok sık (4)" arasında değişen 5'li Likert tipi ölçek üzerinden değerlendirilmektedir. Maddelerden olumlu ifade içeren 7'si tersten puanlanmaktadır (Eskin vd., 2013: 134). Ölçekten alınan toplam puanın 11-26 arası olması düşük stres düzeyine, 27-41 arası olması orta stres düzeyine, 42-56 arası olması yüksek stres düzeyine işaret etmektedir (Baltaş, Atakuman ve Duman, 1998'den aktaran Savcı ve Aysan, 2014: 46). Araştırmanın uygulaması 16-20 Aralık 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri, IBM SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Öğrencilerin sosyodemografik özelliklerini tanımlamak için betimsel istatistiklerden (sayı, yüzde) yararlanılmıştır. Araştırma verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğine Kolmogorov-Smirnov testi ile bakılmıştır. Elde edilen veriler normal dağılım göstermediğinden verilerin analizinde nonparametrik testlerden iki gruba sahip değişkenler için Mann Whitney U, ikiden fazla değişkene sahip gruplar için Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Değerlendirmelerde anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmada algılanan stres ölçeğinin güvenilirliği, Cronbach Alfa (α) katsayısının hesaplanması ile tespit edilmiştir. Çalışmada ölçeği kullanılan Eskin vd. (2013), çalışmalarında ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısını 0,84, test tekrar test güvenilirliğini 0,87 olarak bulurken bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,80 olarak bulunmuştur. Literatürde; Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir kabul edildiğinden (Kayış, 2014: 405) araştırma ölçeğinin güvenilirliği yüksek derecede güvenilir çıkmıştır.

3. Bulgular

Tablo 1’de öğrencilerin sosyodemografik özellikleri verilmiştir. Tablo 1’de görüldüğü gibi öğrencilerin çoğu kız (%52,9), 19 yaş ve altı (%71,2) ve 1. sınıftadır (%51,9). Ayrıca tabloda öğrencilerin çoğunun anne ve babasının her ikisinin de hayatta olduğu (%76,9), ailelerinin ekonomik durumlarının orta düzeyde olduğu (%75,0), arkadaş(lar) ıyla evde kaldıkları (%76,0), uyku kalitelerinin orta düzeyde olduğu (%53,8), sigara kullanmadıkları (%55,8) ve alkol kullanmadıkları (%58,7) görülmektedir.

Tablo 1. Öğrencilerin Sosyodemografik Özellikleri

Değişken	Grup	Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	49	47,1
	Kız	55	52,9
Yaş	≤19	74	71,2
	≥20	30	28,8
Sınıf	Hazırlık	14	13,5
	1	54	51,9
	2	36	34,6
Anne-Babanın Hayatta Olma Durumu	Her ikisi de hayatta	80	76,9
	Sadece birisi hayatta.	21	20,2
	Her ikisi de hayatta değil.	3	2,9
Ailenin Ekonomik Durumu	Kötü	16	15,4
	Orta	78	75,0
	İyi	10	9,6
İkamet Durumu	Tek başına evde kalıyor.	8	7,7
	Arkadaş(lar)ıyla evde kalıyor.	79	76,0
	Ailesiyle evde kalıyor.	13	12,5
	Yurt	4	3,8
Uyku Kalitesi	Kötü	32	30,8
	Orta	56	53,8
	İyi	16	15,4
Sigara Kullanma Durumu	Kullanmıyor.	58	55,8
	Kullanıyor.	46	44,2
Alkol Kullanma Durumu	Kullanmıyor.	61	58,7
	Kullanıyor.	43	41,3

Tablo 2’de öğrencilerin algıladıkları stres düzeyleri verilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü gibi öğrencilerin %14,4’ü düşük düzeyde, %70,2’si orta düzeyde, %15,4’ü ise yüksek düzeyde stres algısına sahiptir. Dolayısıyla H1 reddedilmiştir.

Tablo 2. Öğrencilerin Algıladıkları Stres Düzeyleri

Algılanan Stres Düzeyi	Sayı	Yüzde
Düşük	15	14,4
Orta	73	70,2
Yüksek	16	15,4
Toplam	104	100,0

Tablo 3'te öğrencilerin algıladıkları stres, cinsiyetlerine, sigara ve alkol kullanma durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Tablo 3'te görüldüğü gibi öğrencilerin algıladıkları stres, cinsiyetlerine, sigara ve alkol kullanma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Dolayısıyla H2, H3 ve H4 reddedilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Algıladıkları Stres, Cinsiyetlerine, Sigara ve Alkol Kullanma Durumlarına Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Değişken	Grup	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Cinsiyet	Erkek	49	54,12	2652,00	1268,000	-,519	0,60
	Kız	55	51,05	2808,00			
Sigara Kullanma Durumu	Sigara kullanmıyor.	58	50,85	2949,50	1238,500	-,626	0,53
	Sigara kullanıyor.	46	54,58	2510,50			
Alkol Kullanma Durumu	Alkol kullanmıyor.	61	55,68	3396,50	1117,500	-1,283	0,20
	Alkol kullanıyor.	43	47,99	2063,50			

Tablo 4'te öğrencilerin algıladıkları stres, uyku kalitelerine, ikamet durumlarına, anne-babalarının hayatta olma durumlarına ve ailelerinin ekonomik durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Kruskal Wallis testi sonuçları verilmiştir. Tablo 4'te görüldüğü gibi öğrencilerin algıladıkları stres, uyku kalitelerine, ikamet durumlarına, anne-babalarının hayatta olma durumlarına ve ailelerinin ekonomik durumlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Dolayısıyla H5, H6, H7 ve H8 reddedilmiştir.

Tablo 4. Öğrencilerin Algıladıkları Stres, Uyku Kalitelerine, İkamet Durumlarına, Anne-Babalarının Hayatta Olma Durumlarına ve Ailelerinin Ekonomik Durumlarına Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Değişken	Grup	n	Sıra Ortalaması	Sd	χ^2	p
Uyku Kalitesi	Kötü	32	47,50	2	2,974	0,23
	Orta	56	52,25			
	İyi	16	63,38			
İkamet Durumu	Tek başına evde kalıyor.	8	43,94	3	,983	0,81
	Arkadaş(lar)ıyla evde kalıyor.	79	52,51			
	Ailesiyle evde kalıyor.	13	55,65			
	Yurtta kalıyor.	4	59,13			
Anne-Babanın Hayatta Olma Durumu	Her ikisi de hayatta	80	55,29	2	3,004	0,22
	Sadece birisi hayatta.	21	42,79			
	Her ikisi de hayatta değil.	3	46,17			
Ailenin Ekonomik Durumu	Kötü	16	49,53	2	1,920	0,38
	Orta	78	51,53			
	İyi	10	64,85			

4. Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonucunda turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin çoğunun (%70,2) orta düzeyde stres algısına sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu araştırma bulgusu, Savcı ve Aysan (2014), Hancıoğlu (2017), Çalışkan vd.

(2018), Şahin (2018) ve Yıldırım vd. (2018)'nin araştırma bulgusu ile paralellik göstermektedir. Diğer taraftan araştırma sonucunda öğrencilerin algıladıkları stresin cinsiyetlerine, sigara ve alkol kullanma durumlarına, uyku kalitelerine, ikamet durumlarına, anne-babalarının hayatta olma durumlarına ve ailelerinin ekonomik durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları, cinsiyet değişkeninde Bayram vd. (2016), Yıldırım vd. (2018)'nin çalışmaları ile benzerlik gösterirken uyku kalitesi değişkeninde Çalışkan vd. (2018)'nin çalışmasıyla zıtlık göstermiştir. Savcı ve Aysan (2014), araştırma sonucunda algılanan stresin algılanan sosyoekonomik düzeye göre anlamlı farklılık göstermediği bulgusuna ulaşmıştır. Elde edilen bu sonuç, araştırma bulgusuyla benzerlik göstermektedir.

Sağlıklı bir gelecek inşası için rehberlik bölümü öğrencilerinin stres düzeyleri çeşitli dönemlerde ölçülmelidir. Doğan ve Eser (2013: 32)'in de ifade ettiği gibi üniversite öğrencilerinin sorunlarına doğru yöntemlerle çözüm arandığı ve uygun çözümler bulunduğu zaman, sorunlar ve beraberinde yarattığı stres, en düşük düzeye inecek ve öğrencinin üniversite hayat kalitesi ve verimi artırılacaktır. Bu kapsamda stresle mücadele etmeye yönelik eğitim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, rekreasyonel faaliyetlerin artırılması, üniversite-okul koşullarının iyileştirilmesi, Ilgaz'da öğrencilerin barınma sorunlarının aşılması, öğrencilerin üniversite topluluklarına aktif katılımın sağlanması, onların stres düzeylerinin daha aşağılara çekilmesini sağlamada önemli bir adım olacaktır. Bu çalışmada öğrencilerin algıladıkları stresin çeşitli değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği sınırlı sayıda örneklem üzerinde incelenmiştir. Daha sonraki çalışmalarda; farklı değişkenler (kişilik tipi, romantik ilişki durumu, sağlık durumu vb.) kullanılabilir, başta ders yükleri olmak üzere çeşitli değişkenlerin öğrencilerin stres algıları üzerindeki etkisi araştırılabilir. Ayrıca farklı üniversitelerin rehberlik bölümü öğrencileri üzerinde benzer araştırmalar yürütülebilir.

5. Kaynakça

Asıcı, E., & Uygur, S. S. (2017). Duygusal öz-yeterlik ve affetmenin algılanan stres düzeyini yordayıcı rolü. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6(3), 1353-1375.

Aylaz, R., Kaya, B., Dere, N., Karaca, Z., & Bal, Y. (2007). Sağlık yüksekokulu öğrencileri arasındaki depresyon sıklığı ve ilişkili etkenler. Anadolu Psikiyatri Dergisi, 8(1), 46-51.

Bayram, L., Yüceloğlu Keskin, Ö. D., & Günay Derebaşı, D. (2016). Üniversite öğrencilerinin algılanan stres düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 8(14), 291-302.

Cohen, S., Kamarck, T., & Mermelstein, R. (1983). A global measure of perceived stress. Journal of Health and Social Behavior, 24(4), 385-396.

Çalışkan, S., Aydoğan, S., Işıklı, B., Metintaş, S., Yenilmez, F., & Yenilmez, Ç. (2018). Üniversite öğrencilerinde algılanan stres düzeyi ve ilişkili olabilecek faktörlerin değerlendirilmesi. Eskişehir Türk Dünyası Uygulama ve Araştırma Merkezi Halk Sağlığı Dergisi, 3(2), 39-49.

Dağtekin, G., Atay, E., Kılınç, A., Eyüboğlu, M., Eyüboğlu, D., Ünsal, A., & Arslantaş, D. (2020). Tıp fakültesi öğrencilerinde cinsiyete göre sigara tüketimi, algılanan stres ve yaşam kalitesi. Osmangazi Tıp Dergisi, 42(4), 350-356.

Day, A. L., & Livingstone, H. A. (2003). Gender differences in perceptions of stressors and utilization of social

support among university students. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 35(2), 73-83.

Doğan, B., & Mümin, E. (2013). Üniversite öğrencilerinin stresle başa çıkma yöntemleri: Nazilli MYO örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges, UMYOS Özel sayı*, 29-39.

Eskin, M., Harlak, H., Demirkıran, F., & Dereboy, Ç. (2013). Algılanan stres ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Güvenirlilik ve geçerlik analizi. *New/Yeni Symposium Journal*, 51(3), 132-140.

Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1985). If it changes it must be a process: study of emotion and coping during three stages of a college examination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(1), 150-170.

Folkman, S., Lazarus, R. S., Gruen, R. J., & DeLongis, A. (1986). Appraisal, coping, health status, and psychological symptoms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(3), 571-579.

Güçlü, N. (2001). Stres yönetimi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 91-109.

Hancıoğlu, Y. (2017). Üniversite öğrencilerinin algıladıkları stres düzeyleri ile stresle başa çıkma tarzları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 130-149.

Karahan, T. F., & Epli Koç, H. (2005). Üniversite öğrencilerinin alkol ve sigara kullanım sıklığına göre stresle başa çıkma tarzlarının incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 6(2), 113-131.

Kayış, A. (2014). Güvenirlilik analizi (reliability analysis), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri içinde, ed. Şeref Kalaycı, 6. Baskı. Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 403-419.

Okutan, M., & Tengilimoğlu, D. (2002). İş ortamında stres ve stresle başa çıkma yöntemleri: bir alan uygulaması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3, 1-33.

Özgüven, İ. E. (1992). Üniversite öğrencilerinin sorunları ve baş etme yolları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(7), 5-13.

Roberti, J. W., Harrington, L. N., & Storch, E. A. (2006). Further psychometric support for the 10-item version of the perceived stress scale. *Journal of College Counseling*, 9(2), 135-147.

Savcı, M., & Aysan, F. (2014). Üniversite öğrencilerinde algılanan stres düzeyi ile stresle başa çıkma stratejileri arasındaki ilişki. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 44-56.

Şahin, A. (2018). Üniversite öğrencilerinin algılanan stres düzeylerinin fakülte türü ve cinsiyet değişkenlerine göre incelenmesi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 28-35.

Yıldırım, T. A., Dalcalı, B. K., & Nabel, E. B. (2018). Üniversite öğrencilerinin stres algılama düzeyi ile başetmede kullandıkları tamamlayıcı ve alternatif tedavi yöntemlerine ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *Ankara Medical Journal*, 18(4), 592-600.

TR 82 BÖLGESİNDE TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN MESLEKİ ÇEKİMSERLİĞE YATKINLIK DÜZEYLERİ

* Arş. Gör. Yakup ERDOĞAN
Kastamonu Üniversitesi
yerdogan@kastamonu.edu.tr

Doç. Dr. Canan TANRISEVER
Kastamonu Üniversitesi
ctanrisever@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerinin mesleki çekimserliğe yatkınlık düzeylerinin tespit edilmesi amacıyla yapılan bu çalışmanın evrenini, TR 82 kalkınma bölgesinde yer alan Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi, Sinop Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ve Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Turizm Rehberliği bölümünde 2019-2020 akademik yılı güz döneminde eğitim alan öğrencilerin bütün sınıfları oluşturmaktadır. İlgili bölüme kayıtlı öğrenci sayılarına ait bilgiler, öğrenci işlerinden temin edilerek kalkınma bölgesi sınırları içerisinde yer alan üç ildeki toplam öğrenci sayısının 756 olduğu belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemini belirlerken tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden, kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Yöntem sonucu Kelly ve Jones'un (1997) geliştirdiği, Utanmaya Yatkınlık Ölçeği'nden yararlanılarak hazırlanan ve anket sorularını cevaplamayı kabul eden, toplamda 380 öğrenciye ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin mesleki çekimserliğe yatkınlık düzeyleri incelendiğinde katılımcıların %76,9'unun kendilerinden emin oldukları ancak kız öğrencilerin erkeklere oranla mesleki çekimserliğe yatkınlık düzeylerinin daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: Utanma Düzeyi, Turizm Rehberliği Öğrencileri.

ABSTRACT

The universe of this study, which is carried out to determine the level of embarrassment of tourism guidance students, is the students of Kastamonu University Tourism Faculty, Sinop University Tourism and Hotel Management and Çankırı Karatekin University Ilgaz Tourism and Hotel Management Tourism Guidance Department. All of the first, second, third and fourth year students studying in the Tourism Guidance Department of these schools in the fall term of 2019-2020 constitute the universe of this study. Information on the number of students enrolled in the tourism guidance department was obtained from student affairs, and it was determined that the total number of students in three provinces within the boundaries of TR 82 development region was 756. Easy sampling method, one of the non-random sampling methods, was used to determine the sample of the study. 380 students were reached who were accepting to answer the survey questions, developed by Kelly and Jones (1997), prepared using the Scale of Embarrassment. When the susceptibility levels of the students participating in the research were examined, it was seen that 76.9% of the participants were sure of themselves. However, it was concluded that female students had a higher level of embarrassment than male students.

Keywords: Embarrassment Level, Tourism Guidance Students.

Giriş

Bireylerin sosyal yaşamları içinde utanma duygusu önemli bir yere sahiptir. Utanma duygusu yaşanmaya başlandığı ilk anda fazla önemsenmeyen bir duygu gibi görülse de bu duyguyu bastırmak ve mücadele edebilmek için kişilerin geliştirdikleri davranış biçimleri, ne derece önemli olduğuna dikkat çekmektedir (Tatlıcıoğlu, 2015). Utanma duygusunu yaşayan kişiler kendilerini odak nokta haline getirmekte ve çevresine karşı negatif olarak tanımlamaktadır. Bu durum beraberinde değersizlik, yetersizlik ve aşağılanmışlık hissini de getirmektedir (Tangney, 1990). Meslek hayatı boyunca çevresinde birçok insan bulunan ve onlara rehberlik mesleğini icra edecek rehberlerin, utanma duygusu ile karşı karşıya kalmalarının onları zor durumda bırakacağı düşünülmektedir. Çeşitli sorumluklar, nitelikler ve roller üstlenen turist rehberlerinin, meslek özellikleri arasında yer alan liderliği sağlayabilmesi için, bu çalışmada utanma duygusunun önemine dikkat çekilmiştir.

1. Literatür

Turistlerin seyahatleri esnasında gereksinim duyduğu bilgilendirmeyi sağlayan ve hizmet verdiği ülkeyi her yönüyle tanıyarak temsil görevini yerine getirebilmesi için çeşitli bilgi ve becerilere sahip olması gerekmektedir (Tetik, 2006). Turist rehberliği mesleğinin diğer mesleklerde olduğu gibi karşılaştığı bazı zorluklar bulunmaktadır. Turizm sektörünün dış etkenlere bağlı olması, rehberin sürekli güncel, kalması, iş güvencesi ve garantisinin olmaması, mesai kavramının yokluğu, tatil günlerinde çalışmak ve tarafsız olma zorunluluğu gibi etkenler, mesleği çekici kılması açısından önem taşımaktadır. Oldukça yorucu ve zor şartlar altında yapılan bir meslek olmasının haricinde bu mesleği edinmek için sahip olunması gereken bazı karakteristik özelliklere de dikkat edilmesi gerekmektedir. Turizm sektöründeki birçok işletme çalışanı turistler ile doğrudan iletişim olanağına sahip değilken, aksine turist rehberleri direkt iletişim kurabilmektedir (Zengin vd. 2004: 366). Gidilen destinasyon ve bölge halkı hakkında yabancılara karşı etkili iletişim ile doğru bilgi verebilmek turist rehberlerinin sorumlulukları arasındadır.

Mesleki anlamda tüm bilgi ve becerilere sahip olan bir rehberin duygusal kişiliğe sahip olması ya da utanmaya yatkın olması mesleği icra aşamasından önce sorun teşkil etmeye başlayacaktır. Turizm rehberliği bölümünde eğitim alan öğrencilerin mesleki çekimserliğe olan yatkınlık düzeylerinin tespit edilmesi ve buna bağlı olarak mesleğe bakış açılarının öğrenilmesi bu çalışmayı önemli kılmaktadır. İlgili literatür incelendiği zaman konuyla ilgili bazı çalışmalara rastlanılmıştır. Yılmaz (2011) Turizm rehberliği öğrencilerinin mesleğe yönelik bakış açılarını tespit etmek amacıyla Balıkesir Üniversitesi turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu turist rehberliği bölümü öğrencilerine karşı bir çalışma yapmıştır. Tolga, Korkmaz ve Atay'ın (2015) Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'nde seyahat acenteciliği ve turizm rehberliği ile Balıkesir Üniversitesi Turizm rehberliği bölümü öğrencilerine yönelik yapılan çalışmalarında, rehberlik mesleğine karşı tutumlarının genel itibarıyla olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Şahin ve Acun (2016) Balıkesir Üniversitesi turizm rehberliği öğrencilerinin mesleğe yönelik tutumlarını araştırdıkları çalışmalarında daha önce yapılan çalışmalar ile benzerlik gösteren mesleğe yönelik olumlu tutumlar gösterdikleri sonucuna varmışlardır. Yenipınar vd. (2016) turizm rehberliği öğrencilerinin mesleğe yönelik algılarını Mersin Üniversitesi birinci sınıf öğrencileri üzerinde nitel araştırma yaparak belirlemeye çalışmışlardır. Yukarıdaki çalışmalara ek olarak Yazıcıoğlu, Tokmak ve Uzun (2008) Delphi Yöntemi ile Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğine İlişkin Sorunların Tespit Edilmesi ve Köroğlu vd.'nin (2017) Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Utanmaya Yatkınlık Düzeylerinin Belirlenmesi başlıklı çalışmaları da bu çalışma ile ilgili literatür bilgisini oluşturmaktadır.

Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, araştırmanın yapıldığı TR 82 Bölgesini 25 Temmuz 2009 tarihli 15236 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kurulan ve Türkiye genelinde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda faaliyet gösteren 26 Kalkınma Ajansı'ndan biri olarak tanımlamaktadır. 2009 yılından itibaren faaliyet gösteren bölge kalkınma ajansı Sinop, Çankırı ve Kastamonu illerini kapsamaktadır (www.kuzka.gov.tr).

2. Yöntem

Bu çalışmada TR 82 Bölgesi'nde turist rehberliği eğitimi alan ön lisans ve lisans öğrencilerinin mesleğe yönelik tutumları ve mesleki çekimserliğe yatkınlık düzeylerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda yapılan literatür taramasının ardından turist rehberliği eğitimi alan öğrencilere anket uygulanmıştır. Araştırma var olan durumu ortaya koymaya çalışıldığından tarama modelidir. Çalışmanın ana kümesini TR 82 Bölgesi'nde yer alan Kastamonu Üniversitesi, Sinop Üniversitesi ve Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu'nda turist rehberliği eğitimi alan 2019-2020 eğitim-öğretim yılında kayıtlı olan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu yüzden çalışma Kastamonu, Sinop ve Çankırı şehirlerinden oluşan TR 82 Bölgesinde ankete katılan öğrencilerle sınırlandırılmıştır. Bu üç şehirde yer alan ve turist rehberliği eğitimi veren ön lisans ve lisans programlarında okuyan 756 öğrenci çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışma 2019 Kasım ayı içerisinde ara sınav haftalarında yapılmış ve maksimum katılımcının çalışmaya katkısı sağlanmıştır. Evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılsa da 380 kişi çalışmaya katılarak örneklemi oluşturmuştur. Örneklem yöntemi olarak olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde amaç, isteyen herkesin örnekleme içerisine ve örnekleme dâhil edilmesidir (Gürbüz ve Şahin, 2015: 130). Örneklem sayısının hesaplanmasında, aşağıda belirtilen formül (Yamane, 2001, 116 - 117) kullanılmıştır;

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

N: yığındaki kişi sayısı

n: örneklemdaki kişi sayısı

z: istenilen güvenilirlik düzeyi için standart normal dağılım tablo değeri

d: duyarlılık

p: yığında istenilen özelliğe sahip bireylerin oranı (p+q=1)

$$n = \frac{756 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(756 - 1) \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = \frac{726,0624}{2,8479} = 254,94 = 255$$

Utanmaya yatkınlık ölçeğinin güvenilirlik analizi yapıldığında Cronbach's Alfa Katsayısı'nın %85,8 olduğu belirlenmiştir. Bu durum Kayış (2009) tarafından Cronbach alfa katsayısının, $0,80 \leq \alpha < 1,00$ arasında olmasının ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu şeklinde ifade edilmiştir.

3. Bulgular

Elde edilen bulgular ışında TR 82 Bölgesinde turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin toplam sayısı YÖK Atlas'tan (2019) alınan verilere göre aşağıdaki gibidir (Tablo 1).

Tablo 1. YÖK Atlas Öğrenci Sayıları

Üniversite	Fakülte/YO	Bölüm	Toplam	Kadın	Erkek
Kastamonu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	293	151	142
Sinop Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu	Turizm Rehberliği	118	58	60
Çankırı Karatekin Üniversitesi	İlgaz Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu	Turizm Rehberliği	50	27	23
Toplam			461	236	225

YÖK Atlas verilerinden farklı olarak, ilgili bölgede araştırmaya katılan üniversitelerin öğrenci işleri biriminden güncel olarak sorgulanan bilgilere göre Kastamonu Üniversitesi 318, Çankırı Üniversitesi 112 ve Sinop Üniversitesi ise 326 adet turizm rehberliğine kayıtlı öğrenci sayısına sahiptir. Alınan bilgilerin güncelliğinden dolayı bahsedilen sayılar temel alınarak evren ve örneklem belirlemesi 756 sayısı üzerinden yapılmıştır.

Tablo 2. Katılımcılara ait Demografik İstatistikler

Cinsiyet	f	%
Kadın	206	54,2
Erkek	174	45,8
Yaş		
17-19	178	46,8
20-22	202	53,2
Toplam	380	100,0

TR 82 Bölgesi'nde eğitim alan öğrenciler cinsiyet açısından bakıldığında yaklaşık olarak eşit dağılım göstermektedir. Tablo 2'de yer alan istatistiklere göre çalışmaya katılan 380 katılımcının %54,2 si kadın, %45,8'i erkektir. 23 yaş üzeri çalışmaya katılan öğrenci bulunmamaktadır. 17-19 yaş arası %46,8 iken 20-22 yaş arası katılımcı %53,2'dir. Çalışmaya en çok katılanlar %42,1 ile ikinci sınıflardır. En az katılım %9,2 ile dördüncü sınıflardır. Çankırı'da yalnızca ön lisans programının olması bu durumu açıklar. Bölümü seçme durumlarına bakıldığında %33,2'si bölümünü isteyerek seçmiş, %61,3 'ü kısmen isteyerek seçmiş, %5,5'i ise istemeyerek seçmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Bölümü Seçme Durumuna ait İstatistikler

Bölümü Seçme Durumu	f	%
İsteyerek Seçtim	126	33,2
İstemeyerek Seçtim	21	5,5
Kısmen İsteyerek Seçtim	233	61,3
Toplam	380	100,0

Yapılan Ki-kare analizleri ve çapraz tablo karşılaştırmaları sonucunda; kadınlar seçtikleri meslekte erkeklere göre daha memnundur. Yeniden bir meslek tercihinde bulunmaları istendiğinde rehberliği seçeceğini ifade edenler de kadınlardır. Katılımcıların %71,9'u rehberliği kişiliklerine uygun bir meslek olarak tanımlamıştır. Rehberliği kendilerine uygun bir meslek olarak görmeyenler ise %7,9'u oluşturmaktadır. Bölümü isteyerek seçenler arasında rehberlik mesleğinde başarılı olacağını düşünenlerin oranı %73,4'tür. Rehberlik mesleğini tavsiye

edenler %55,3 iken tavsiye etmeyenler %20,2'dir. Rehberliğin kendilerine saygınlık kazandıracağı görüşünde olanlar %70, 5'tir. Zor şartlar altında dahi rehberlik yapmayı isteyenler %28, 1 ile az sayıdadır. Fikri olmayanlar %38,2'yi oluştururken, katılımcıların %33,7'si zor şartlar altında rehberlik yapmak istemediklerini belirtmiştir. Rehberliğin çalışma koşullarını çekici bulanların oranı %61 iken, çalışma koşulları ile ilgili fikri olmayanlar %16, 3 'tür. Çalışma koşullarını çekici bulmayanların oranı ise %22,6'dır. Rehberlik mesleğinin kendilerine sıkıntı yaşatmasından endişe duyanların oranı ise, %54, 2'dir. Bu konu ile ilgili fikri olmayanlar %28,2 oranındadır. Rehberlik mesleğinin devamlılığının kendilerine güven verdiğini düşünenlerin oranı %46,5'tir. Fikri olmayanlar %31,3'ü oluştururken, %22,1'i bu mesleğin devamlılığını güven verici bulmamıştır. Rehberlik mesleğine karşı özel bir yeteneği olduğunu düşünenlerin oranı %48,1'dir. Fikri olmayanlar %39,2 iken diğerleri böyle bir yetenekleri olduğunu düşünmemektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Kendinden Emin Olma Durumlarına ait İstatistikler

Kendimden Emin Bir İnsan Değildir.	f	%
Kesinlikle Katılmıyorum	155	40,8
Katılmıyorum	137	36,1
Fikrim Yok	34	8,9
Katılıyorum	46	12,1
Kesinlikle Katılıyorum	8	2,1
Toplam	380	100,0

Tablo 4'de yer alan katılımcıların mesleki çekimsizliğe yatkınlık düzeyleri arasındaki kendilerinden emin olma durumlarına bakıldığında, katılımcıların %76,9'u kendilerinden emin olduklarını belirtmiştir. Giyim, saç gibi dış görünüşüne özen gösterip düzgün olmadığında kendilerini toplum içerisinde rahat hissetmeyenlerin oranı da yüksektir (%88,4). Bir grup insan içinde kendini rahatsız hissedenlerin oranı %32,1 iken rahat hissedenlerin oranı %56,1'dir. İlgi odağı olmayı önemseyenlerin oranı %59, 5'tir. İlgi odağı olmayı en çok kadın katılımcılar önemsediklerini belirtmiştir. Katılımcıların %70,5'i başkaları üzerinde bıraktıkları izlenimleri çok önemseyenlerdir. Sosyal durumlarda kendini beceriksiz hissedenler yalnızca %17,6'dır. Topluluk önünde hata yaptığını kendini küçük düşmüş hissedenler %32,6 orana sahiptir. Cinsiyet dağılımına bakıldığında kadın ve erkek oranların birbirine yakın olduğu görülmektedir. Topluluk önünde konuşurken panikleyenlerin oranı %29,5'tur. Cinsiyet dağılıma bakıldığında kadınların erkeklerden daha fazla paniklediği görülmüştür. Böyle bir sorun yaşamadığını ifade edenler %54,5'tur.

Katılımcıların kalabalıkta ve topluluk önünde kendilerini korumasız görme oranlarına bakıldığında %16, 8'i dışındakilerin böyle bir durumlarının olmadığı elde edilen bulgulardandır. Katılımcıların %21,6'sı dışındakiler ilgi odağı olmayı rahatsız edici bulmamıştır. Yalnızken sunum yapma fikri katılımcıların %14,5'inde gerginlik oluşturmaktadır. Diğerlerinde bu etki görülmez. Küçük mahcubiyetlerde bile kendilerini utanmış ya da aşağılanmış hissedenler %40'ı oluşturmaktadır. Katılımcıların %36,3'ü toplum içinde hata yapmaktan korkarken %47,1'i bu ifadeye katılmamıştır. Kalabalık içinde hoşlanmayanların oranı %21, 4'tür. Fikri olmayanlar %13,9'u oluşturmaktadır. Diğerleri bu ifadeye katılmamıştır. "Kolay kolay yüzüm kızarmaz" ifadesine katılım oranlarına bakıldığında %47,6 katılımcı bu ifadeye katılmamış, %36,6'sı ise katılmıştır. Aptalca görünmekten endişe duyanların oranı %62,4'tür. Başkalarının kendileri hakkındaki fikrini önemseyenlerin oranı %67,4'tür. Söyledikleri şeylerin kulağa aptalca gelmesinden korkanların oranı aptalca görünmekten korkanların oranı ile aynıdır. Kendisini rezil etmekten endişe duyanlar %57,6 oranı ile erkeklerdir. Yabancılarla yabancı dilde konuşmaktan utananların

oranı %17,1'dir. Fikri olmayanlar da aynı orana sahiptir. Diğerleri bu ifadeye katılmamıştır. Kendisini yabancı dilde ifade etmekten çekinenlerin oranı %26, 6'dır.

4. Sonuç

TR 82 Bölgesi Türkiye istatistiki bölge sınıflandırmasında 26 alt bölgeden biridir. Kastamonu, Sinop ve Çankırı illerini kapsayan bölge turizm alanında yeni gelişmeye başlamış bu konuda stratejik planlamaların yapıldığı bir bölgedir. Bu bölgede turizm rehberliği eğitimi veren üç üniversite bulunmaktadır. Kastamonu ve Sinop Üniversiteleri'nde lisans eğitimi verilirken, Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu'nda verilen ön lisans eğitimidir. Bu kapsamda 380 öğrenciye anket uygulanmıştır. Turizm rehberliği bölümünü kadınlar ve erkekler neredeyse eşit oranda tercih etmişlerdir. Bu durum bölümle ilgili hemşirelik ve bazı mühendislik programlarında olduğu gibi tek cinsiyet baskın bir meslek algısı oluşmadığının göstergesidir. Bölümü az sayıda istemeyerek seçen öğrencinin olması sevindiriciyken, isteyerek seçen öğrenci oranının fazla olmayışı düşündürücüdür. Bölümü kısmen isteyerek seçen öğrencilerle yüz yüze yapılan görüşmelerde genel olarak İngilizce öğretmenliği istedikleri puanları yetmediğinden bu bölümü seçtikleri belirtilmiştir. Bu sonuç, Köroğlu'nun (2014) çalışmasında katılımcıların çoğunluğunun mesleklerini kısmen isteyerek seçtikleri ve mesleklerinden memnun oldukları, mezuniyetlerinden sonra bu işi yapma konusunda hevesli oldukları sonucu ile paralellik gösterir. Bölümü isteyerek seçenler bu alanda başarılı olacağına inanan gençlerdir. Gençler rehberliği saygın bir meslek olarak adlandırmış ve kendilerine saygınlık kazandıracağını belirtmişlerdir. Ancak rehberlik mesleğinin kendilerine sıkıntı yaşatabileceğinin düşünüldüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların genel olarak mesleğini seven, aktif olarak yapmak isteyen, mesleğe yönelik tutumlarının olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Şahin ve Acun'un (2016) Balıkesir Üniversitesi'nde rehberlik okuyan öğrencilerin mesleğe yönelik tutumlarını ölçen çalışmaları ile paralellik göstermektedir. Mesleğe yönelik tutumların ölçülmesi mesleklerin gelecekleri açısından önem arz eder. Mesleğe tutumun olumsuz olduğu iş kollarında eğitim alan gençler farklı meslek gruplarına kanalize olma eğilimi gösterirler (Bahçelerli ve Sucuoğlu, 2015: 1130).

Rehberlerde bulunması gereken özelliklerden biri olan kendine güven katılımcılar arasında da yüksek çıkmıştır. Rehber adaylarının mesleki çekimserliğe yatkınlık düzeylerinin düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuç Köroğlu vd.'nin (2017) çalışması ile paralellik gösterir. Bu turist rehberliği mesleğinde olması gereken bir unsurdur. Rehberlerin çok yönlü, girişken, özgüvene sahip, iletişim beceresi yüksek gibi özelliklere sahip olması beklenir. Ankete katılan katılımcıların verdiği cevaplar göz önünde bulundurulduğunda kız öğrencilerin erkeklere göre mesleki çekimserliğe yatkınlık düzeyleri daha yüksektir. Meslek gereği bu düzeyin minimize edilmesi önem arz eder. Bu kapsamda öğrencilerin öğrencilik hayatlarında meslekle iç içe olmaları, iletişim becerilerinin gelişmeleri için oldukça önemlidir. Bu kapsamda sunum derslerinin bulunması, derse katılımın teşvik edilmesi oldukça önemlidir.

Bu çalışma yalnızca TR 82 Bölgesi'nde bulunan turizm rehberliği öğrencilerine uygulandığından çalışma, üç üniversite ile sınırlıdır. Sonraki araştırmalarda örneklem grubu genişletilip karşılaştırmalı analizler yapılabilir.

5. Kaynakça

- Bahcelerli, N. M., & Sucuoglu, E. (2015). Undergraduate Tourism Students' Opinions Regarding The Work Conditions İn The Tourism İndustry. *Procedia Economics And Finance*, 26, s.1130-1135.
- Bahcelerli, N. M., & Sucuoglu, E. (2015). Undergraduate Tourism Students' Opinions Regarding The Work Conditions İn The Tourism İndustry. *Procedia Economics And Finance*, 26, s.1130-1135.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe – Yöntem – Analiz, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kayış, A. 2009. Güvenirlilik Analizi. Ş. Kalaycı (Ed), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayıncılık. (403-419).
- Kelly, K. M. & Jones, W. H. (1997). Assessment of dispositional embarrassability. *Anxiety, Stress, and Coping*, 10(4), 307-333.
- Köroğlu, Özlem & Güzel, F. Ö. (2014). Determination Of Tourism Guiding Students' Attitudes Toward Reading Habit, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (33), s. 643-652.
- Köroğlu, Ö., Dumanlı, Ş., & Şalk, S. (2017). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Utanmaya Yatkinlik Düzeylerinin Belirlenmesi. *Journal Of International Social Research*, 10(51).
- Şahin, S. & Acun, A. (2016). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleğe Yönelik Tutumları, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(2), 563-580.
- Tangney, J. P. (1990). Assessing individual differences in proneness to shame and guilt: Development of the Self-Conscious Affect and Attribution Inventory. *Journal of personality and social psychology*, 59(1), 102.
- Tatlıcıoğlu, I. (2015). Dolaylı Utanmanın Mizah ve Başkasının Zararına Sevinme İle İlişkisi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı.
- T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA) <https://www.kuzka.gov.tr/kurumsal.asp?K=1&Kurumsal=hakkimizda> E.T. (05.03.2020)
- Tetik, N. (2006). Türkiye'de Profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası örneği). Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Tolga, Ö., Korkmaz, H. & Atay, L. (2015). Lisans Düzeyindeki Turist Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(2), 26-41.
- Yamane, T. (2001). Temel Örnekleme Yöntemleri, (Basic Sampling Methods), Çeviren: Esin, A., Bakır, M.A., Aydın, C. ve Gürbüzselsel, E., İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Yazıcıoğlu, İ., Tokmak, C. & Uzun, S. (2008). Turist Rehberlerinin Rehberlik Mesleğine Bakışı. Üniversite ve Toplum, 8(2), 1-19.

Yenişınar, U., Bak, E., Çınar, B., Birdir, S. S. & Çapar, G. (2016). Turizm Rehberliği Bölümü Lisans Öğrencilerinin “Turist Rehberliği” Mesleğine İlişkin Algılarının Meczazlarla Analizi, 17. Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri Kitabı, 1287-1296.

Yılmaz, G. Ö. (2011). Lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleğe bakış açılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 281-298.

Zengin, B., Batman, O., & Yıldırđan, R. (2004). Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma. I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri 15-16 Nisan 2004, 366-376.

TURİZM REHBERLİĞİ BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN STRESLE BAŞA ÇIKMA TARZLARININ ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ

<p>* Dr. Öğr. Üyesi Ayhan Dağdeviren Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu ayhandagdeviren@karatekin.edu.tr</p>	<p>Dr. Öğr. Üyesi Mikail Kara Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu mkara@karatekin.edu.tr</p>	<p>Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Özdemir Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu huseyinozdemir@karatekin.edu.tr</p>
--	---	--

ÖZET

Bu araştırma, turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzlarının çeşitli değişkenlere göre (cinsiyet, sigara kullanma durumu, alkol kullanma durumu, uzun süre yaşanan yerleşim birimi) anlamlı farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulunda turizm rehberliği bölümünde öğrenim gören 104 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. İki bölümden oluşan anket formunun birinci bölümünde sosyodemografik sorular yer almıştır. Anket formunun ikinci bölümünde ise Folkman ve Lazarus (1980)'un Başa Çıkma Yolları Envanteri'nden (Ways of Coping Inventory) hareketle oluşturulan Şahin ve Durak (1995)'in Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği yer almıştır. Anketlerden elde edilen veriler, IBM SPSS 22 programı ile değerlendirilmiştir. Araştırma hipotezlerinin analizinde Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testlerinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarının cinsiyet, alkol kullanma durumu ve uzun süre yaşanan yerleşim birimine göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Diğer taraftan, öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarından sadece ikisinde (Çaresiz Yaklaşım, Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı) sigara kullanma durumuna göre anlamlı farklılık bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm rehberliği, Öğrenci, Stres, Stresle başa çıkma.

ANALYSING THE COPING STYLES WITH STRESS OF STUDENTS OF THE TOURIST GUIDING DEPARTMENT ACCORDING TO VARIOUS VARIABLES

ABSTRACT

This research was carried out to determine whether the coping styles with stress of students of the tourist guiding department differ significantly according to various variables (gender, cigarette use status, alcohol use status, long-term residential unit). The sample of the research consists of 104 students studying in the tourist guiding department of the Çankırı Karatekin University Ilgaz School of Tourism and Hotel Management. In the research, the questionnaire method was used as a data collection tool. Socio-demographic questions took place in the first part of the questionnaire form consisting of two parts. The Coping Styles Scale with Stress of Şahin and Durak

*Sorumlu Yazar

(1995), which was created from the Ways of Coping Inventory of Folkman and Lazarus (1980) took place in the second part the questionnaire form. The data obtained from the questionnaires were evaluated with the IBM SPSS 22 program. Mann Whitney U and Kruskal Wallis tests were used in the analysis of research hypotheses. As a result of the research; it was determined that the coping styles with stress of students did not differ significantly according to gender, alcohol use status and long-term residential unit. On the other hand, only two (Helpless Approach, Social Support Seeking Approach) from the coping styles with stress of students were found to be significantly different in terms of smoking status.

Keywords Tourist guiding, Student, Stress, Coping with stress.

Giriş

Stres, bir bireyin günlük yaşamında farklı şekillerde meydana gelebilir. Stres, yeni bir duruma uyum sağlamak için hem nörolojik hem de psikolojik olarak bedenin verdiği tepkidir (Elias, Ping ve Abdullah, 2011: 646). Diğer bir ifadeyle stres, kişinin iyilik halini tehlikeye sokan, kapasitesini azaltıcı ve zorlayıcı etkilerde bulunmaktadır. Üniversite yaşamı, genelde stres üretecek bir ortam niteliği taşımaktadır ve bu dönemde öğrenciler, bedensel ve psikolojik sınırlarını aşan ve dolayısıyla onların kapasitesini zorlayıcı birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Barınma koşulları, ergenlik dönemi sorunları, ekonomik sorunlar, kişilerarası problemler, uyum problemleri, aileden ayrılma, atanma kaygıları, öğrenim görülen bölüm ile ilgili problemler ve güvenlik problemleri üniversite öğrencilerinin başlıca stres kaynaklarını oluşturmaktadır (Savcı ve Aysan, 2014: 45; Özgüven, 1992: 5). Üniversite öğrencileri, stres kaynakları ile karşı karşıya kaldıklarında bireyden bireye değişen şekilde stresle başa çıkma tarzı geliştirirler (Kazazoğlu, 2016: 68).

Geleceğin turist rehberi olmaya aday turizm/turist rehberliği bölümü “öğrencilerinin stres karşısında nasıl bir başa çıkma tarzı benimsediklerini biliyor olmak, bu konuda müdahale yöntemleri geliştirmek açısından” (Ergin, Uzun ve Bozkurt, 2014: 32) önemlidir. Son yıllarda stresle başa çıkma üzerine yürütülen araştırmalarda bir artış gözlenmesine (Karahan ve Epli Koç, 2005: 115) karşın turizm-turist rehberliği bölümü öğrencileri üzerinde herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır.

Bu araştırmanın amacı, turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzlarının çeşitli değişkenlere göre (cinsiyet, sigara kullanma durumu, alkol kullanma durumu, uzun süre yaşanan yerleşim birimi) anlamlı farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir.

1. Literatür ve Hipotezler

1.1. Stresle Başa Çıkma Tarzları

Folkman, Lazarus, Gruen ve DeLongis (1986: 572)’e göre başa çıkma, kişinin olanaklarını zorlayan veya ona yük olan içsel ve dışsal talepleri azaltmak, en aza indirmek, üstesinden gelmek veya tolere etmek için gösterdiği bilişsel ve davranışsal çabalarıdır. Karahan ve Epli Koç (2005: 115)’a göre başa çıkma; stres kaynaklarını değiştirme, tolere etme ya da kaçınma amacıyla dış kaynaklı olumsuz olaylara karşı verilen tepkilerdir. Collins (2007: 5)’e göre başa çıkma, kişinin strese karşılık verme sürecidir.

Başta çıkma çabaları temelde, problem odaklı ve duygu odaklı olmak üzere iki grup altında toplanmaktadır (Folkman ve Lazarus, 1980: 223; Folkman ve Lazarus, 1985: 152; Folkman vd., 1986: 572; Şahin ve Durak, 1995: 57; Türküm, 2002: 25). Problem odaklı başa çıkma, tehdit edici olayı ortadan kaldırmaya veya onun etkisini

azaltmaya yönelik etkinlikleri içerirken duygu odaklı başa çıkma, kişinin kendisi için stres yaratıcı olan uyarıcı ile mücadele etmek yerine, bu uyarıcının etkisini azaltmak için durumun gerçekliğini yadsıma, sorundan uzak durma ve yaşadığı olumsuz duyguları paylaşma gibi etkinlikleri içermektedir (Türküm, 2002: 25). Şahin ve Durak (1995: 68), üç farklı örneklem kullanarak yaptıkları araştırmalarının sonucunda stresle başa çıkma tarzlarının Kendine Güvenli Yaklaşım, Çaresiz Yaklaşım, Boyun Eğici Yaklaşım, İyimser Yaklaşım ve Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı şeklinde 5 boyuta ayrıldığını görmüşlerdir. Genel çerçevede Kendine Güvenli Yaklaşım, bireyin stresli duruma karşı mücadele etmek istediği, kendine inandığı ve kendini güçlü hissettiği; Çaresiz Yaklaşım, bireyin stresli bir durumda süreci yönetebileceğine ilişkin inancının kaybolduğu, yaşanan olumsuzlukların nedeni olarak kendini gördüğü ve soruna yönelik çözüm üretmekte başarısız olduğu; Boyun Eğici Yaklaşım, bireyin kaderci bir tutum sergileyerek stres kaynaklı olumsuzlukları yaşamayı kabul ettiği; İyimser yaklaşım, bireyin stres yaratan durumla ilgili olarak kendini kontrol ettiği ve mantık çerçevesinde olaylara yaklaştığı, iyimser bir tutum içinde olduğu; Sosyal Desteğe Basvurma Yaklaşımı ise bireyin stres yaratan bir durumun nedenini ortaya koymak ve onunla baş edebilmek için başkalarından yardım alınması gerektiğini savunduğu yaklaşım olarak ifade edilebilir (Şanlı, 2017: 387).

Bireylerin başa çıkma örüntülerinde problem odaklı başa çıkma ve duygu odaklı başa çıkma stratejisi birlikte bulunmaktadır ve kullanılan strateji, bireysel özelliklere göre değişiklik göstermektedir. Bu bireysel özelliklerden alkol ve sigara kullanımı ise sık sık stres ve üzüntüyle başa çıkma aracı olarak görülmektedir (Karahan ve Epli Koç, 2005: 115).

1.2. Konu ile İlgili Yürütülen Araştırmalar

Birçok araştırmacı, üniversite öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzlarının çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini araştırmıştır. Araştırmada kullanılan değişkenler dikkate alınarak bazı araştırmacıların çalışmasına aşağıda yer verilmiştir.

Heiman (2004), İsrail’de üniversite öğrencileri üzerinde iş odaklı, duygu odaklı ve kaçınma olmak üzere üç boyutta stresle başa çıkmayı ele aldığı araştırmasının sonucunda kız öğrencilerin erkeklere göre stresle başa çıkma tarzlarından duygu odaklı ($p < 0,05$) ve kaçınmayı ($p < 0,01$) daha fazla kullandıklarını tespit etmiştir.

Karahan ve Epli Koç (2005), Ondokuz Mayıs Üniversitesi öğrencileri üzerinde yürüttükleri araştırmanın sonucunda ara sıra alkol kullanan öğrencilerin stresle başa çıkmada Kendine Güvenli Yaklaşım’ı diğer öğrencilere göre daha çok kullandığını; hiç alkol kullanmayan öğrencilerin ise stresle başa çıkmada Çaresiz ve Boyun Eğici Yaklaşım’ı daha çok kullandığını, haftada en az iki kez alkol kullanan öğrencilerin stresle başa çıkmada Çaresiz, İyimser ve Sosyal Destek Arama Yaklaşımlarını daha az, Kendine Güvenli Yaklaşım’ı daha çok kullandığını tespit etmiştir. Diğer taraftan bağımlılık düzeyinde sigara içen öğrencilerin stresle başa çıkmada Kendine Güvenli Yaklaşım’ı diğer öğrencilere göre daha çok kullandığını; hiç sigara kullanmayan öğrencilerin ise stresle başa çıkmada Çaresiz Yaklaşım’ı daha çok kullandığını tespit etmiştir. Karahan ve Epli Koç (2005), aynı örneklem üzerinde yürüttükleri başka bir çalışmada uzun süreli olarak illerde ve büyük şehirlerde yaşayan öğrencilerin stresle başa çıkmada Kendine Güvenli Yaklaşım’ı diğer öğrencilere göre daha çok kullandığını ($p < 0,01$); uzun süreli olarak köylerde, ilçelerde ve illerde yaşamış olan öğrencilerin ise stresle başa çıkmada Çaresiz Yaklaşım’ı büyük şehirlerde yaşamış olan öğrencilere göre daha çok kullandığını ($p < 0,001$) tespit etmiştir.

Kelleci, Gölbaşı, İnal ve Kavakcı (2012), Cumhuriyet Üniversitesi öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmanın

sonucunda erkek öğrencilerin Boyun Eğici Yaklaşım, Çaresiz Yaklaşım, İyimser Yaklaşım, Sosyal Destek Arama Yaklaşımı ve Kendine Güvenli Yaklaşım'da sigara kullanan ve kullanmayanların puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$). Kız öğrencilerin ise sigara kullananlarının daha fazla Boyun Eğici Yaklaşım içinde olduklarını ($p<0,05$), sigara kullanmayanların ise daha fazla Sosyal Destek Arama Yaklaşımı içinde olduklarını görmüşlerdir ($p<0,05$).

Ergin vd. (2014), Pamukkale Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencileri üzerinde yürüttükleri araştırmanın sonucunda erkeklerin Kendine Güvenli Yaklaşım ve İyimser Yaklaşım puan ortalamalarının kızlara göre yüksek olduğunu tespit etmişlerdir ($p=0,005$). Öğrencilerin sigara ve alkol kullanma durumuna göre ise stresle başa çıkma tarzları arasında anlamlı bir farklılık tespit edememişlerdir.

Savcı ve Aysan (2014), Fırat Üniversitesi Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmanın sonucunda stresle başa çıkma tarzlarından Planlı Problem Çözme ve Sorumluluğu Kabul Etme boyutlarında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık saptamıştır. Planlı Problem Çözme boyutunda kız öğrencilerin ortalama puanı, erkek öğrencilerin ortalama puanından daha yüksek çıkarken Sorumluluğu Kabul Etme boyutunda erkek öğrencilerin ortalama puanı, kız öğrencilerin ortalama puanından daha yüksek çıkmıştır.

Aşçı, Hazar, Kılıç ve Korkmaz (2015), Artvin Çoruh Üniversitesi öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmanın sonucunda kız öğrencilerin Sosyal Destek boyutundan aldığı puanın erkek öğrencilere göre anlamlı olarak daha yüksek olduğunu saptamışlardır ($p<0,05$).

1.3. Hipotezler

Araştırmanın amacı kapsamında şu araştırma hipotezleri geliştirilmiştir:

H1: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzları, cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzları, sigara kullanma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H3: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzları, alkol kullanma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H4: Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzları, uzun süre yaşadıkları yerleşim birimi göre anlamlı farklılık göstermektedir.

2. Yöntem

2.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini, 2019-2020 eğitim öğretim yılı güz yarı yılında Çankırı Karatekin Üniversitesi Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulunda turizm rehberliği bölümünde öğrenim gören 104 öğrencidir.

2.2. Verilerin Toplanması ve Analizi

Nicel araştırma yöntemi kullanılan bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmuştur. Anket formunun birinci bölümünde, 5 kapalı uçlu (cinsiyet, sınıf, uzun süre yaşanan yerleşim birimi, sigara kullanma durumu, alkol kullanma durumu), 1 açık uçlu (yaş) olmak üzere toplam 6 sosyodemografik soru yer almıştır. Anket formu ikinci bölümünde, Folkman ve Lazarus (1980)'ün Başa Çıkma Yolları Envanteri'nden (Ways of Coping Inventory) hareketle oluşturulan Şahin ve Durak (1995)'in Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeği yer almıştır. Ölçek, 30 maddeden ve Kendine Güvenli Yaklaşım (7 madde), Çaresiz Yaklaşım (8 madde), Boyun Eğici Yaklaşım (6 madde), İyimser Yaklaşım (5 madde) ve Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı (4 madde) olmak üzere 5 boyuttan oluşmaktadır. Katılımcılar, her bir maddeyi Hiç katılmıyorum (0)'dan Tamamen katılıyorum (3)'a doğru sıralanan ölçek üzerinden değerlendirmişlerdir. Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı boyutunda yer alan 2 madde ters çevrilerek puanlanmıştır. Araştırmanın uygulaması 16-20 Aralık 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri, IBM SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeğinin güvenilirliği, Cronbach Alfa (α) katsayısının hesaplanması ile tespit edilmiştir.

Araştırmada ölçeği kullanılan Şahin ve Durak (1995)'in yürüttüğü çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı “Kendine Güvenli Yaklaşım” alt ölçeği için 0,62 ile 0,80 arasında, “Çaresiz Yaklaşım” alt ölçeği için 0,64 ile 0,73 arasında, “Boyun Eğici Yaklaşım” alt ölçeği için de 0,47 ile 0,72 arasında, “İyimser Yaklaşım” alt ölçeği için elde edilen güvenilirlik katsayıları 0,68 ile 0,49 arasında, “Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı” alt ölçeği için ise 0,47 ile 0,45 arasında değişiklik göstermiştir. Bu çalışmada Stresle Başa Çıkma Tarzları Ölçeğinin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,77 olarak bulunurken Kendine Güvenli Yaklaşım, Çaresiz Yaklaşım, Boyun Eğici Yaklaşım, İyimser Yaklaşım ve Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı boyutlarının Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları ise sırasıyla 0,83; 0,63; 0,75; 0,74; 0,59 olarak bulunmuştur. Literatürde; Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçek düşük derecede güvenilir, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir, $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir kabul edilmektedir (Kayış, 2014: 405).

Öğrencilerin sosyodemografik özelliklerini tanımlamak için betimsel istatistiklerden (sayı, yüzde) yararlanılmıştır. Araştırma verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğine Kolmogorov-Smirnov testi ile bakılmıştır. Analiz sonucunda verilerin normal dağılım göstermediği ortaya çıkmıştır. Veriler normal dağılım göstermediğinden verilerin analizinde nonparametrik testlerden iki gruba sahip değişkenler için Mann Whitney U, ikiden fazla değişkene sahip gruplar için Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Değerlendirmelerde anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak belirlenmiştir.

3. Bulgular

Tablo 1'de öğrencilerin sosyodemografik özellikleri verilmiştir. Tablo 1'de görüldüğü gibi öğrencilerin çoğu kız (%52,9), 19 yaş ve altı (%71,2) ve 1. sınıftadır (%51,9). Ayrıca tabloda öğrencilerin çoğunun uzun süre yaşadıkları yerleşim biriminin büyükşehir olduğu (%36,5), sigara kullanmadıkları (%55,8) ve alkol kullanmadıkları (%58,7) görülmektedir.

Tablo 1. Öğrencilerin Sosyodemografik Özellikleri

Değişken	Grup	Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	49	47,1
	Kız	55	52,9
Yaş	≤19	74	71,2
	≥20	30	28,8
Sınıf	Hazırlık	14	13,5
	1	54	51,9
	2	36	34,6
Uzun Süre Yaşanılan Yerleşim Birimi	Köy	12	11,5
	Kasaba	19	18,3
	Şehir	35	33,7
	Büyükşehir	38	36,5
Sigara Kullanma Durumu	Kullanmıyor.	58	55,8
	Kullanıyor.	46	44,2
Alkol Kullanma Durumu	Kullanmıyor.	61	58,7
	Kullanıyor.	43	41,3

Tablo 2’de öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarının cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Tablo 2’de görüldüğü gibi öğrencilerin stresle başa çıkma tarzları, cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Dolayısıyla H1 reddedilmiştir.

Tablo 2. Öğrencilerin Stresle Başa Çıkma Tarzlarının Cinsiyetlerine Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Stresle Başa Çıkma Tarzları	Grup	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Kendine Güvenli Yaklaşım	Erkek	49	55,04	2697,00	1223,000	-,819	0,41
	Kız	55	50,24	2763,00			
Çaresiz Yaklaşım	Erkek	49	54,77	2683,50	1236,500	-,725	0,47
	Kız	55	50,48	2776,50			
Boyun Eğici Yaklaşım	Erkek	49	55,87	2737,50	1182,500	-1,078	0,28
	Kız	55	49,50	2722,50			
İyimser Yaklaşım	Erkek	49	52,54	2574,50	1345,500	-,013	0,99
	Kız	55	52,46	2885,50			
Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı	Erkek	49	55,06	2698,00	1222,000	-,833	0,41
	Kız	55	50,22	2762,00			

Tablo 3’te öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarının sigara kullanma durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Tablo 3’te görüldüğü gibi öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarından Kendine Güvenli Yaklaşım, Boyun Eğici Yaklaşım ve İyimser Yaklaşım boyutlarında sigara kullanma durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilememiştir ($p>0,05$). Diğer taraftan öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarından Çaresiz Yaklaşım ve Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı boyutlarında sigara kullanma durumuna göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$). Dolayısıyla H2 kısmen kabul edilmiştir. Sıra ortalamalarına bakıldığında sigara kullanan öğrencilerin sigara kullanmayanlara göre anlamlı şekilde daha fazla Çaresiz Yaklaşım ve Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı içinde oldukları görülmektedir.

Tablo 3. Öğrencilerin Stresle Başa Çıkma Tarzlarının Sigara Kullanma Durumlarına Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Stresle Başa Çıkma Tarzları	Grup	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Kendine Güvenli Yaklaşım	Sigara kullanmıyor.	58	53,86	3124,00	1255,000	-,522	0,60
	Sigara kullanıyor.	46	50,78	2336,00			
Çaresiz Yaklaşım	Sigara kullanmıyor.	58	45,63	2646,50	935,500	-2,616	0,01*
	Sigara kullanıyor.	46	61,16	2813,50			
Boyun Eğici Yaklaşım	Sigara kullanmıyor.	58	50,12	2907,00	1196,000	-,907	0,37
	Sigara kullanıyor.	46	55,50	2553,00			
İyimser Yaklaşım	Sigara kullanmıyor.	58	49,38	2864,00	1153,000	-1,203	0,23
	Sigara kullanıyor.	46	56,43	2596,00			
Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı	Sigara kullanmıyor.	58	47,28	2742,50	1031,500	-2,018	0,04*
	Sigara kullanıyor.	46	59,08	2717,50			

*p<0,05

Tablo 4'te öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarının alkol kullanma durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Tablo 4'te görüldüğü gibi öğrencilerin stresle başa çıkma tarzları alkol kullanma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05). Dolayısıyla H3 reddedilmiştir.

Tablo 4. Öğrencilerin Stresle Başa Çıkma Tarzlarının Alkol Kullanma Durumlarına Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Stresle Başa Çıkma Tarzları	Grup	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Kendine Güvenli Yaklaşım	Sigara kullanmıyor.	61	52,20	3184,00	1293,000	-,123	0,90
	Sigara kullanıyor.	43	52,93	2276,00			
Çaresiz Yaklaşım	Sigara kullanmıyor.	61	51,52	3142,50	1251,500	-,397	0,69
	Sigara kullanıyor.	43	53,90	2317,50			
Boyun Eğici Yaklaşım	Sigara kullanmıyor.	61	56,14	3424,50	1089,500	-1,471	0,14
	Sigara kullanıyor.	43	47,34	2035,50			
İyimser Yaklaşım	Sigara kullanmıyor.	61	52,35	3193,50	1302,500	-,060	0,95
	Sigara kullanıyor.	43	52,71	2266,50			
Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı	Sigara kullanmıyor.	61	53,54	3266,00	1248,000	-,427	0,67
	Sigara kullanıyor.	43	51,02	2194,00			

Tablo5'te öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarının uzun süre yaşadıkları yerleşim birimine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğine ilişkin Kruskal Wallis testi sonuçları verilmiştir. Tablo5'te görüldüğü gibi öğrencilerin stresle başa çıkma tarzları uzun süre yaşadıkları yerleşim birimine göre anlamlı farklılık göstermemektedir (p>0,05). Dolayısıyla H4 reddedilmiştir.

Tablo 5. Öğrencilerin Stresle Başa Çıkma Tarzlarının Uzun Süre Yaşadıkları Yerleşim Birimine Göre Anlamlı Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Stresle Başa Çıkma Tarzları	Grup	n	Sıra Ortalaması	Sd	χ^2	p
Kendine Güvenli Yaklaşım	Köy	12	40,79	3	4,886	0,18
	Kasaba	19	44,24			
	Şehir	35	58,30			
	Büyükşehir	38	54,99			
Çaresiz Yaklaşım	Köy	12	52,88	3	1,895	0,60
	Kasaba	19	44,03			
	Şehir	35	54,21			
	Büyükşehir	38	55,04			
Boyun Eğici Yaklaşım	Köy	12	59,83	3	1,738	0,63
	Kasaba	19	55,39			
	Şehir	35	53,23			
	Büyükşehir	38	48,07			
İyimser Yaklaşım	Köy	12	44,04	3	1,550	0,67
	Kasaba	19	56,16			
	Şehir	35	51,04			
	Büyükşehir	38	54,68			
Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı	Köy	12	55,71	3	4,296	0,23
	Kasaba	19	51,71			
	Şehir	35	59,51			
	Büyükşehir	38	45,42			

4. Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonucunda turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzlarının cinsiyet, alkol kullanma durumu ve uzun süre yaşanan yerleşim birimine göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ve araştırma hipotezlerinden H1, H3 ve H4 reddedilmiştir. Heiman (2004), Ergin vd. (2014), Savcı ve Aysan (2014), Aşçı vd. (2015) araştırmalarında stresle başa çıkma tarzlarının bazılarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşmışlardır. Karahan ve Epli Koç (2005), ara sıra alkol kullanan öğrencilerin stresle başa çıkmada Kendine Güvenli Yaklaşım'ı diğer öğrencilere göre daha çok kullandığını; hiç alkol kullanmayan öğrencilerin ise stresle başa çıkmada Çaresiz ve Boyun Eğici Yaklaşım'ı daha çok kullandığını, haftada en az iki kez alkol kullanan öğrencilerin stresle başa çıkmada Çaresiz Yaklaşım'ı, İyimser Yaklaşım'ı ve Sosyal Destek Arama Yaklaşım'ını daha az, Kendine Güvenli Yaklaşım'ı daha çok kullandığını tespit etmiştir. Karahan ve Epli Koç (2005), başka bir çalışmada stresle başa çıkma tarzlarının bazılarının öğrencilerin uzun süreli olarak yaşadıkları yerleşim birimine göre anlamlı farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Dolayısıyla araştırma bulguları, bu araştırmacıların bulgularıyla farklılık göstermiştir. Diğer taraftan öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarından sadece Çaresiz Yaklaşım ve Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşım'ında sigara kullanma durumuna göre anlamlı farklılık bulunmuştur ve araştırma hipotezlerinden H2 kısmen kabul edilmiştir. Karahan ve Epli Koç (2005), bağımlılık düzeyinde sigara içen öğrencilerin Kendine Güvenli Yaklaşım'ı diğer öğrencilere göre daha çok kullandığını; hiç sigara kullanmayan öğrencilerin ise Çaresiz Yaklaşım'ı stresle başa çıkmada daha çok kullandığını; Kelleci vd. (2012), kız öğrencilerin sigara kullananlarının daha fazla Boyun Eğici Yaklaşım içinde olduklarını, sigara kullanmayanların ise daha fazla Sosyal Destek Arama Yaklaşım içinde olduklarını saptamışlardır. Bu araştırmada ise sigara kullanan öğrencilerin sigara kullanmayanlara göre anlamlı şekilde daha fazla Çaresiz Yaklaşım ve Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşım içinde oldukları görülmüştür.

Okullar, ilköğretimden lise yıllarına kadar önleyici müdahaleler ve başa çıkma becerileri eğitimleri ile çocukların

etkili başa çıkma becerilerini kazanmalarına yardımcı olmada kilit bir konuma sahiptir (Hess ve Copeland, 2001: 403). Şüphesiz üniversite yıllarında da okullar, öğrencilerin başa çıkma becerilerinin gelişiminde önemli bir role sahiptir. Bu konuda akademik ve idari personele önemli görevler düşmektedir. Pierceall ve Keim (2007) ve Kausar (2010: 42)'in da ifade ettiği gibi oryantasyon eğitimleri ve danışmanlık hizmetleri, öğrencilerin stresle daha etkili başa çıkmasına katkıda bulunacaktır. Araştırma sonucunda sigara kullanan öğrencilerin sigara kullanmayanlara göre anlamlı şekilde daha fazla Çaresiz Yaklaşım ve Sosyal Desteğe Başvurma Yaklaşımı içinde oldukları tespit edildiği için sigara kullananlara yönelik daha fazla sosyal ve psikolojik destekte bulunulmalıdır. Ayrıca öğrencilere stresle mücadele etmeye yönelik eğitim faaliyetleri gerçekleştirilmelidir.

Bu araştırmada öğrencilerin stresle başa çıkma tarzlarının çeşitli değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği sınırlı sayıda örneklem üzerinde incelenmiştir. Daha sonraki araştırmalarda farklı değişkenler (anne ve babanın eğitim düzeyi, anne ve babanın tutumu, sigara ve alkol kullanma sıklığı vb.) kullanılabilir. Ayrıca farklı üniversitelerin rehberlik bölümü öğrencileri araştırmaya dâhil edilerek kapsam genişletilebilir.

5. Kaynakça

Aşçı, Ö., Hazar, G., Kılıç, E., & Korkmaz, A. (2015). Üniversite öğrencilerinde stres nedenlerinin ve stresle başa çıkma biçimlerinin belirlenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4), 213-232.

Collins, S. (2007). Statutory social workers: Stress, job satisfaction, coping, social support and individual differences. *British Journal of Social Work*, 1-21.

Elias, H., Ping, W. S., & Abdullah, M. C. (2011). Stress and academic achievement among undergraduate students in Universiti Putra Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 29, 646-655.

Ergin, A., Uzun, S. U., & Bozkurt, A. İ. (2014). Tıp fakültesi öğrencilerinde stresle başa çıkma yöntemleri ve bu yöntemlerin sosyodemografik özelliklerle ilişkisi. *Fırat Tıp Dergisi*, 19(1), 31-37.

Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1980). An analysis of coping in a middle-aged community sample. *Journal of Health and Social Behavior*, 21(3), 219-239.

Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1985). If it changes it must be a process: study of emotion and coping during three stages of a college examination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(1), 150-170.

Folkman, S., Lazarus, R. S., Gruen, R. J., & DeLongis, A. (1986). Appraisal, coping, health status, and psychological symptoms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(3), 571-579.

Heiman, T. (2004). Examination of the salutogenic model, support resources, coping style, and stressors among Israeli university students. *The Journal of Psychology*, 138(6), 505-520.

Hess, R. S., & Copeland, E. P. (2001). Students' stress, coping strategies, and school completion: A longitudinal perspective. *School Psychology Quarterly*, 16(4), 389-405.

Karahan, T. F., & Epli Koç, H. (2005). Üniversite öğrencilerinin alkol ve sigara kullanım sıklığına göre stresle

başa çıkma tarzlarının incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 6(2), 113-131.

Karahan, F., & Epli Koç, H. (2005). Üniversite öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzlarının uzun süreli yaşadıkları yerleşim birimine ve algıladıkları anne-baba tutumlarına göre incelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Dergisi*, 119-130.

Kausar, R. (2010). Perceived stress, academic workloads and use of coping strategies by university students. *Journal of Behavioural Sciences*, 20, 31-45.

Kayış, A. (2014). Güvenilirlik analizi (reliability analysis). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri içinde*, ed. Şeref Kalaycı, 6. Baskı. Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 403-419.

Kazazoğlu, A. (2016). Bozok Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü öğrencilerinin stres kaynakları ve baş etme yöntemlerinin incelenmesi. I. Uluslararası Bozok Sempozyumu Bildiri Kitabı içinde (ss. 67-82). Yozgat: Bozok Üniversitesi.

Kelleci, M., Gölbaşı, Z., İnal, S., & Kavakcı, Ö. (2012). Sigara içen ve içmeyen üniversite öğrencilerinin stresle başa çıkma tarzları: Cinsiyetin etkisi. *Cumhuriyet Tıp Dergisi*, 34, 9-16.

Özgüven, İ. E. (1992). Üniversite öğrencilerinin sorunları ve baş etme yolları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(7), 5-13.

Pierceall, E. A., & Keim, M. C. (2007). Stress and coping strategies among community college students. *Community College Journal of Research and Practice*, 31(9), 703-712.

Savcı, M., & Aysan, F. (2014). Üniversite öğrencilerinde algılanan stres düzeyi ile stresle başa çıkma stratejileri arasındaki ilişki. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 44-56.

Şahin, N. H., & Durak, A. (1995). Stresle başa çıkma tarzları ölçeği: Üniversite öğrencileri için uyarlanması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 10(34), 56-73.

Şanlı, Ö. (2017). Öğretmenlerin algılanan stres düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(61), 385-396.

Türküm, A. S. (2002). Stresle başa çıkma ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(18), 25-34.

DENETİMLERİN TURİST REHBERLERİNİN İŞ DOYUMUNA ETKİSİ: GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ'NDE ÇALIŞAN TURİST REHBERLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

<p>* Arş. Gör. Merve OFLUOĞLU Harran Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu merveofluoglu@hotmail.com</p>	<p>Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi ikizilirmak@yahoo.com</p>
--	--

ÖZET

Günümüz rekabet koşullarının yoğun olduğu turizm sektörünün mihenk taşlarından biri olan turist rehberliği mesleğine mensup kişilerin hakları 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile korunmaktadır. Meslek yasası kapsamında 26.12.2014 tarih ve 29217 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği ile turist rehberliği mesleğine kabul ve mesleğin icrası, meslek kuruluşlarının kuruluş ve işleyişi, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile meslek kuruluşları arasındaki işbirliği ve denetime ilişkin usul ve esaslar belirlenmiştir. Bu kapsamda tüketiciye sunulan rehberlik hizmetinin yasal olup olmadığı meslek kanununun 7. Maddesi ve ilgili yönetmeliğin 41. Maddesi uyarınca yapılan denetimlerle tespit edilmekte ve gerekli durumlarda yasal işlem yapılmaktadır. Turistik destinasyonlarda yapılan yoğun denetimler, turist rehberlerinin yasalara uygun çalışma usullerini kontrol etmenin yanı sıra hem seyahat acentalarının turist rehberi olmadan tur düzenlemeleri hem de turist rehberi olmayan kişilerin rehberlik hizmeti verme eğilimleri konusunda caydırıcılık gücüne sahiptir. Bu caydırıcılık gücü denetimlerde tutulan tutanaklar ve cezai işlemlerden kaynaklanmaktadır.

Çalışmanın araştırma konusu, yasalara aykırı tur organizasyonlarında denetimlerin etkisi ve bu etkinin turistrehberlerinin yaptıkları işten tatmin olma düzeylerini ifade eden iş doyumuna katkısıdır. 2019 yılının Göbeklitepe Yılı ilan edilmesinin de etkisiyle Göbeklitepe’nin bulunduğu Şanlıurfa ilindeki günübirlik turların yanı sıra Güneydoğu Anadolu Bölgesi’ne düzenlenen paket turların yoğun olduğu 2019 yılı için bölgede faaliyet gösteren turist rehberleri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu kapsamda Güneydoğu Anadolu Bölgesi paket turlarını içeren illeri kapsayan Şanlıurfa Bölgesel Rehberler Odası, Gaziantep Bölgesel Rehberler Odası ve Adana Bölgesel Rehberler Odası’na kayıtlı olan 187 eylemli turist rehberlerine anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler analiz edilerek denetimler ile turist rehberlerinin iş doyumunu arasındaki ilişki incelenmiştir.

Anahtar Kelime: Turist Rehberi, Turist Rehberliği Meslek Yasası, İş Doyumu, Güneydoğu Anadolu Bölgesi

ABSTRACT

The rights of the tour guides, who are one of the cornerstones of the tourism sector, are protected by the Tourist Guidance Professional Law No. 6326. Within the scope of the vocational law, with the Tourist Guidance Vocational Regulation published in the Official Gazette dated 26.12.2014 and numbered 29217, the procedures and principles regarding the admission to the tourist guiding profession and the execution of the profession, the establishment and functioning of the professional organizations, the cooperation and supervision between the Ministry of Culture and Tourism and professional organizations are determined. In this context, whether the guidance service offered

* *Sorumlu Yazar: Merve Ofluoğlu*

to the consumer is legal or not is determined by the audits made in accordance with Article 7 of the professional law and Article 41 of the relevant regulation and legal action is taken when necessary. Intense inspections at touristic destinations have the power to deter tourist guides both in terms of regulating the working principles of the tourist guides, as well as the travel agencies' tour arrangements without a tourist guide and the tendency of non-tourist guides to provide guidance. This deterrence power stems from the minutes and criminal proceedings kept in the inspections.

The research subject of the study is the effect of inspections in illegal tour organizations and the contribution of this effect to job satisfaction, which expresses the level of satisfaction of tourist guides with their

work. With the impact of the declaration of the 2019 Göbeklitepe Year, the tour guides operating in the region for 2019, where the touristic tours organized to the Southeast Anatolia Region, as well as the daily tours in Şanlıurfa, where Göbeklitepe is located, constitute the universe of the research. In this context, a survey was applied to 187 guided tourist guides enrolled in the Şanlıurfa Regional Guides Chamber, Gaziantep Regional Guides Chamber and Adana Regional Guides Chamber, which include the provinces including the Southeastern Anatolia Region package tours. The data obtained were analyzed and the relationship between the inspections and the job satisfaction of the tourist guides was examined.

Keywords: Tour Guide, Tour Guiding Profession Law, Job Satisfaction, Southeastern Anatolia Region

Giriş

Belirli bir zaman diliminde gerçekleştirilen, beraberinde ilişkiler doğuran, ücret karşılığı mal veya hizmet üretme çabası iş olarak tanımlanmaktadır (Akşit Aşık, 2010:33).

İş doyumuna etki eden faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmalarda ücret faktörünün önemli olduğu görülmektedir. Bu bağlamda yapılan çalışma özellikle yasa dışı turist rehberliği hizmeti sunan kişilere yönelik yapılan denetimlerin Güneydoğu Anadolu Bölgesinde çalışan turist rehberlerinin yevmiyelerine etkisi üzerinde iş doyumunun ölçülmesidir.

İş doyumuna doğrudan etki eden ücret faktörü turist rehberleri açısından incelendiğinde farklı bakış açıları görülmektedir. Aynı mesleğe mensup kişiler arasındaki ücret farklı, taban yevmiye altında ücret talep eden seyahat acentaları, kurumlar ya da kişiler, taban yevmiye altında ücreti kabul eden meslek erbabları, yasa dışı rehberlik hizmeti veren kişiler, destinasyon yoğunluğu ve sezon faktörleri turist rehberlerinin iş doyumunu ücret kapsamında etkileyebilmektedir. 1995 yılında arkeolojik kazı çalışmalarına başlanmış olan ve M.Ö. 9600'e tarihlenen "Göbeklitepe" başta olmak üzere Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne düzenlenen paket ve münferit turların yoğunluğunun 2017 yılından itibaren artış olduğu görülmektedir. 2019 yılının Göbeklitepe Yılı ilan edilmesiyle birlikte yerel, bölgesel ve ulusal düzeylerde yapılan tanıtım çalışmaları ile birlikte bölgede hareketlilik gözlemlenmektedir.

06.03.2020 tarihi itibarıyla TUREB veri tabanına kayıtlı 9838'i ülkesel, 1228'i bölgesel toplam 11066 turist rehberi bulunmaktadır. Toplam eylemli turist rehberi sayısı ise 8067'dir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne düzenlenen paket turlarda çalışabilecek bölgede ikamet eden toplam eylemli turist rehberi sayısı 339'dur. Ulusal düzeyde bölgesel çalışma kartına sahip olan toplam 1228 turist rehberinin 200'ünün ruhsatnamesinde Güneydoğu Anadolu Bölgesi yer almaktadır. Bölgede ikamet eden turist rehberlerinin dışında, yoğun sezonda diğer meslek

ödarlarına üye olan turist rehberleri de yoğun şekilde bölgeye gelmektedir.

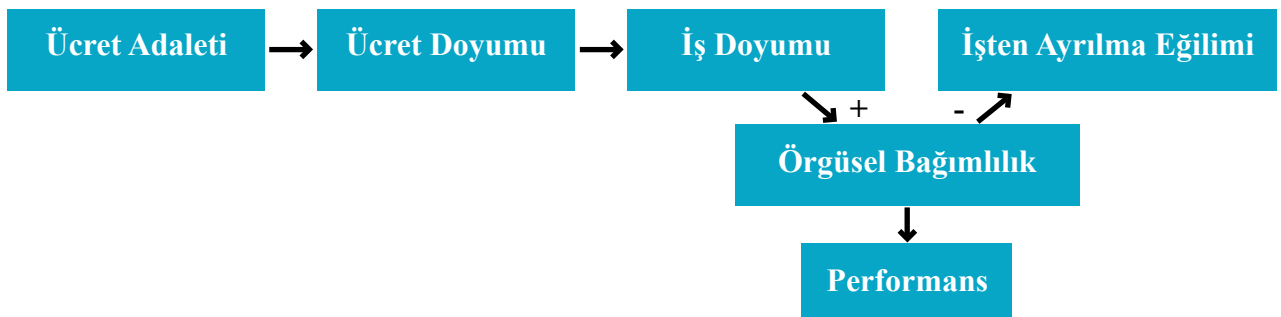
1.Literatür

1.1.İş Doyumu Kavramı

Örgütlerde insan unsurunu ikinci planda tutmuş olan klasik yönetim düşüncesinin akabinde 1930 yılında ortaya çıkmış olan neoklasik yönetim yaklaşımının odak noktası insan olmuştur. Bu doğrultuda klasik yönetimde eksik olan insanın duygu ve düşünceleri doğrultusunda hareket ettiği gerçeği neoklasik yönetimin başlıca dayanağıdır (Genç, 2007:107). Bireylerin yaptıkları işten duydukların hoşnutluk olarak ifade edilebilen iş doyumunu (Özdemir, 2006:70) kavramı ise 1930’lu yıllarda Elton Mayo’nun Hawthorne deneyleriyle araştırmalara konu olmaya başlamıştır (Taş ve Önder, 2010:18). Literatürde iş doyumunu ile ilgili bireyin gereksinimlerinden yola çıkılarak oluşturulan kapsam teorileri ve değerlerin, beklentilerin, ihtiyaçların etkileşimini içeren beklenti teorileri yer almaktadır (Köroğlu, 2011:23-24). İş doyumunu kavramını inceleyen başlıca çalışmalar olan kapsam teorileri incelendiğinde 1943 yılında Maslow’un, iş doyumunu çalışanların gereksinimlerinin karşılanması ile ilişkilendirdiği görülmektedir (Gül, 2017:24). Maslow’un çalışmalarından yola çıkarak 1966 yılında motivasyon ve iş doyumunu kavramlarını birleştirmiş olan Herzberg ise, Motivasyon-Hijyen Teorisi olarak da adlandırılan Çift Faktör Kuramı ile çalışanların iş doyumunu etkileyen faktörleri ikiye ayırmıştır. Bu kapsamda işin kendisiyle ilgili olan içsel faktörler “motive edici faktörler”, işin çalışma koşullarıyla ilgili olan dışsal faktörler ise “hijyen faktörler” olarak tanımlanmıştır (Çavuş ve Abdıltaev, 2014:13). 1972 yılında ise Alderfer, iş doyumunu bireyin çevresiyle olan ilişkisi sonucunda elde ettiklerinin bireyde yarattığı içsel bir durum olduğunu öne sürerek ERG (Varoluş, İlgililik ve Büyüme) Teorisini oluşturmuştur (Sun, 2002:16).

Luthans, iş doyumuna temel teşkil eden üç etken üzerinde durur. Bunlardan ilki, iş doyumunun işin durumuna göre duygusal bir tepki olduğudur. İkinci olarak iş doyumunu, işin yoğunluğu, iş arkadaşları ve yöneticilerin tutumu, adil ücret sistemi gibi çıktıkların beklentileri ne kadar karşıladığı veya aştığına göre belirlenir. Üçüncü olarak ise, iş doyumunun işin kendisi ile ilişkili özellikleri yer alır. Diğer taraftan Smith, Kendall ve Hulin ise iş doyumunun işin kendisi, ücret, yükselme imkanları ve denetim olmak üzere beş boyutu üzerinde durmuştur (Fidan vd., 2016:114).

İş doyumunu kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte günümüze kadar geliştirilmiş olan teoriler farklı bakış açıları sunmuş olunmasına rağmen ücret faktörü her zaman karşımıza çıkmaktadır. Şekil 1’de bireyin ücret adaleti ile başlayan süreçte yaptığı iş karşılığında aldığı ücrette doyum sağlayıp sağlamamasına göre yaptığı işten doyum düzeyinin ortaya çıktığı görülmektedir. Birey yaptığı işte aldığı ücret karşısında doyuma ulaştığında bununla doğru orantılı olarak iş doyumunu da sağlanmakta ve bu da performansını olumlu etkilemektedir. Aksi taktirde iş doyumunun olası sonucu işten ayrılma olarak gözlenmektedir.



Sekil 1: Ücret Adaleti ve İş Davranışları İlişkisi Modeli

Kaynak: Aydemir, P. ve Erdoğan E. (2013) “İş Görenlerin Ücret Tatmini, İş Tatmini ve Performans Algısı”, Kamu-İş Dergisi, C:13, S:2, s.133.

Bu doğrultuda iş doyumunu etkileyen en önemli örgütsel faktörlerden biri ücrettir. Çünkü çalışanların yaptıkları işe karşı tutumunu iş karşılığında aldıkları ücretin ihtiyaçlarını karşılama derecesi ve yeterliliği belirlemektedir. Bu doğrultuda bireyin yaptığı işe karşı olan maddi doyumsuzluğu performansını düşürmektedir (Akşit Aşık, 2010:41). Herzberg’in Çift Faktör Kuramı, ücreti hijyen koşulları içinde değerlendirmenin yanı sıra iş doyumsuzluğuna neden olan önemli bir değişken olarak da tanımlamaktadır. Ücret düzeyinin yükselmesi bireyin iş doyumunu artırmakla birlikte performansını olumlu etkilemektedir (Thierry, 1992:697).

1.2.İş Doyumu ve Turist Rehberliği Mesleği

Temel olarak arabulucu, tercüman, kültür elçisi, lider, öğretmen, ev sahibi gibi roller üstlenen turist rehberliği, akademik olarak da yoğun bir şekilde çalışmalara konu olmaktadır (Ababneh, 2016:4). 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu Madde 2’de belirtildiği üzere turist rehberliği hizmeti “seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup halindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal vb. değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi”ni ifade etmektedir.

Rekabetin yoğun olduğu turizm sektöründe kaliteli hizmet sunmak stratejik bir öneme sahiptir. Bu kapsamda yetenekli, iyi motive olmuş, yüksek performansa sahip, iş doyumunu yüksek iş görenlerin önemi ortaya çıkmaktadır (Koroğlu,2012: 278). Turizm sektörünün mevsimsellik özelliği, zorlu çalışma şartları, istikrarsız gelir düzeyi, yabancı dil yetersizliği, yasa dışı rehberlik faaliyetlerinin yoğunluğu gibi nedenler turist rehberliği mesleğine yeni katılımların olmasında dezavantaj yaratmaktadır (Polus vd., 2018:105).

Adams, Eşitlik kuramı çerçevesinde kişilerin aynı düzey ve koşullarda çalıştıkları kişilerin elde ettikleri ücret ile kendini kazandıkları ücreti karşılaştırdıklarını buna bağlı olarak da kişide iş doyumunu ya da doyumsuzluğunun geliştiğini öne sürmektedir (Eğinli, 2009:37). Eşitlik kuramı kapsamında seyahat acentalarının taban ücret uygulamaları ve ödemelerin geciktirilmesi, bahşiş oranlarının düşüklüğü, taban yevmiye altında çalışan rehberlerin varlığı, mesleğin mevsimsellik özelliğinden dolayı turları sürekliliğinin olmaması (Güzel, vd., 2014:177) ve yasa dışı rehberlik hizmeti veren kişilerin varlığı gibi olumsuz etkenlerin turist rehberinin iş doyumunu etkilediği görülmektedir.

6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Yasası Madde 4’te belirtildiği üzere turist rehberliği mesleği kanunda belirtilen usul ve esaslar doğrultusunda turist rehberleri yasal olarak her yıl TUREB ve TÜRSAB’ın görüşleri alınarak ilgili yılın ilan edilmiş olan yeniden değerlendirme oranından az olmamak kaydıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen net ücret üzerinden hizmet grubuna uygun taban yevmiyenin altında ücret talep edemezler. Yasal olarak alt sınırı olan bu ücretlendirme sisteminde üst sınır uygulaması yapılmamaktadır.

Turist rehberleri üzerine yapılan çoğu çalışmada bilgi, performans ve deneyimin kendilerine ödenen yevmiyeyi etkilemediği iddiası olsa da turist rehberlerinin çalıştıkları gün sayısı mesleki itibarlar açısından önemli bir unsurdur.

Bu doğrultuda yıllık ortalama çalışılan gün sayısı ile itibar arasında pozitif bir ilişki gözlemlenmektedir. Turist rehberliği hizmeti karşılığında alınan ücrette farklılıkların olması ve seyahat acentalarının yasal ücretlendirme sistemine saygı duymamasından kaynaklı ücret belirlemede yüksek rekabet ortamı mevcuttur. Aynı zamanda düşük ücret karşılığında göreceli düşük hizmet sunan meslek mensupları mesleğin imajına zarar veren haksız rekabete yol açmaktadır (Ababneh, 2016:9).

1.3. Turist Rehberliği Hizmeti Denetimi

Rotter'in ilk kez 1954'te "Sosyal Öğrenme Kuramı" ile ortaya attığı denetim odağı kavramı, içten denetimlilik ve dıştan denetimlilik olarak tanımlanan eğilimleri ifade etmektedir (Aslan, 2006:39). Bilişsel bir değişken olduğu varsayımıyla içsel olarak adlandırılan bireyler olayları ya da süreçleri etkileyebilme güçlerinin olduğuna inanırlarken, dışsal olan bireyler denetimin kendilerinin dışında sağlandığına inanırlar. Bu doğrultuda Spector (1997), iş performansının denetim odağı ve iş doyumunu arasındaki ilişkiyi yönlendirdiği ve içsel denetim odaklı bireylerin dışsal odaklı bireylere göre işlerini daha iyi yapmaya yatkın olduklarını belirtmektedir (Sun, 200:35).

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, Madde 41'de belirtilen turist rehberliği hizmetlerinin denetim usulleri incelendiğinde denetimlerde Kültür ve Turizm Bakanlığı, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, TUREB ve TÜRSAB tarafından yetkili kılınacak personellerin görev alabileceği görülmektedir. Denetimlerin meslek kuruluşları ile işbirliği içinde yapılması esas olsa da denetimin yapıldığı ilin bağlı olduğu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve TÜRSAB'ın katılımı olmadığı durumlarda TUREB tarafından yetkilendirilmiş iki denetmen eşliğinde denetimler gerçekleştirilebilmektedir. Turist rehberliği hizmeti ile ilgili yapılan denetimlerin iki boyutta incelemesi gerekmektedir. Birinci boyut, TUREB mensubu meslek odalarına üyelikleri olan Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş olan ruhsatnameye sahip turist rehberlerinin denetimidir. Bu kapsamda yapılan denetimlerde ilgili yıla ait geçerli çalışma kartı, ilgili turun programı, rehber sözleşmesi, çalışma kartında belirtilen dil ve bölge incelenmektedir. Ayrıca 6326 sayılı meslek yasası Madde 6 uyarınca da turist rehberliği hizmeti verilecek olan her tur için gün ve ücret bilgisinin bulunduğu taraflarca imzalı yazılı turist rehberliği sözleşmesi yapılması zorunludur. Ayrıca turist rehberi, tur boyunca sözleşmesini üzerinde taşımak zorundadır. Bu kapsamda yapılan denetimler neticesinde TUREB'e bağlı meslek odalarına mensup turist rehberleri ile ilgili disiplin cezası gerektiren hallerde tutulan tutanaklar Birliğe gönderilir ve yönetmelikte belirtilen esaslar uyarınca kişi hakkında disiplin kurulunca soruşturması yapılır. İkinci denetim boyutu ise Bakanlık veya İl Müdürlükleri yetkililerinin katılımının olduğu denetimlerdir. Bu denetimlerde mevzuata aykırı diğer durumlar içinde cezai işlem uygulanabilmesi için ayrı bir tutanak tutulabilmektedir. Bu kapsamdaki denetimler 1618 Sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu 10. Madde kapsamında her araçta en az 1 turist rehberinin bulunma zorunluluğu ve turist rehberliği hizmetini sadece çalışma kartına sahip kişiler gerçekleştirebileceği hususlarına uygun olmayan durumlara yöneliktir.

Araştırmaya konu olan Güneydoğu Anadolu Bölgesi gibi turizm sektöründen yeni faydalanmaya başlayan destinasyonlarda meslek yasası çıkmadan önce yerel yönetim birimlerince yürütülen yanlış politikalar neticesinde yasa dışı turist rehberliği hizmeti yaygınlaşmıştır.

Bölgede en yoğun yasadışı rehberlik faaliyetinin olduğu ve 2019 Göbeklitepe Yılı ilan edilmesiyle birlikte artan turist yoğunluğuna sahip olan il Şanlıurfa'dır. Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan veriler ile Şanlıurfa il sınırlarında 2019 yılında turist rehberliği hizmetine yönelik 46 denetimin raporlara geçtiği görülmektedir. Yapılan denetimler sonucunda turist rehberi bulundurmeyen belgeli seyahat acentalarına toplam

2.898 TL, yasadışı faaliyet gösteren kişilere toplam 22.950 TL idari para cezası uygulanmıştır.

2.Yöntem

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde düzenlenen paket turlarda turist rehberliği hizmetini vermek için yoğunlukla tercih edilen Adana Bölgesel Rehberler Odası, Gaziantep Bölgesel Rehberler Odası ve Şanlıurfa Bölgesel Rehberler Odası'na üye turist rehberleri tercih edilmektedir. Bu doğrultuda ilgili meslek odalarına üye toplam eylemli 339 turist rehberi araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü, 0.05 örnekleme hatası (d) üzerinden hesaplanmış olup 187 eylemli turist rehberi araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket formunun birinci bölümünde örneklem grubunu oluşturan turist rehberlerinin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla 10 soruya yer verilmiştir. İkinci bölümde ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yürütülen denetim faaliyetlerinin turist rehberlerinin iş doyumuna etkisi ölçmek için 15 ifadeye yer verilmiş ve bu ifadelere likert derecelendirme yapılmıştır.

3.Bulgular

Araştırma sonucu elde edilen veriler IBM SPSS 25 paket programında analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların cevaplarının frekans dağılımları yapılmış olup veri setinde Güvenilirlik, Crosstabs, Kendall's Tau ve Spearman's Rho testleri uygulanmıştır.

Çalışmadan yapılan güvenilirlik analizi sonucu Cronbach's Alpha 0,94 olarak elde edilmiştir. Bu durum uygulanan ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

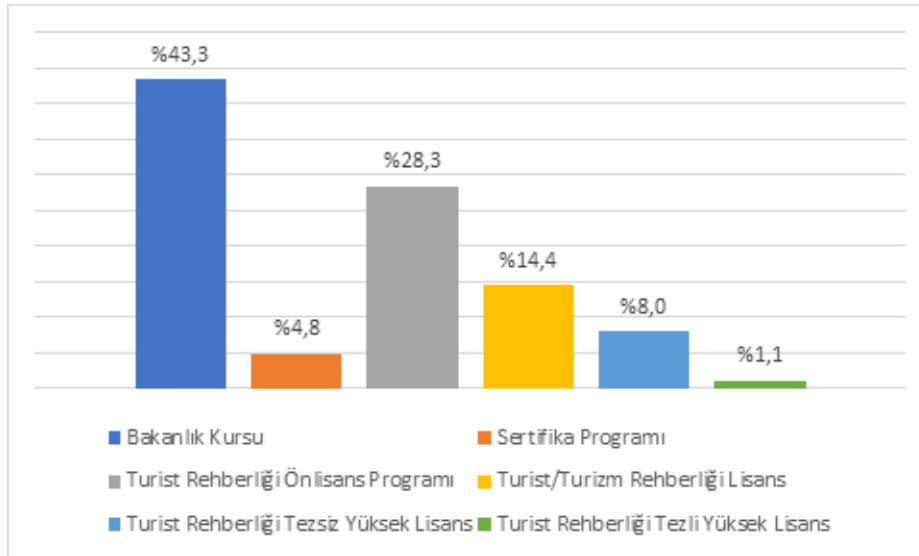
Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

Değişkenler	Gruplar	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	39	20,9
	Erkek	148	79,1
Yaş	18-23	2	1,1
	24-29 yaş	20	10,7
	30-35 yaş	40	21,4
	36-41 yaş	66	35,3
	42-47 yaş	31	16,6
	48-53 yaş	9	4,8
	54-59 yaş	8	4,3
	60 ve üzeri	11	5,9
Medeni Durum	Bekar	66	35,3
	Evli	121	64,7
Eğitim	Önlisans	55	29,4
	Lisans	103	55,1
	Lisansüstü	29	15,5
Mesleki Çalışma Yılı	1-5 yıl	51	27,3
	6-11 yıl	52	27,8
	12-17 yıl	71	38,0
	18 yıl ve üzeri	13	7,0

Araştırma katılan 187 eylemli turist rehberlerinin demografik özelliklerine göre dağılımlarını gösteren Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların 39'u kadın, 148'i erkektir. Bölgede mevcut olan kadın rehber eksikliği ile doğru

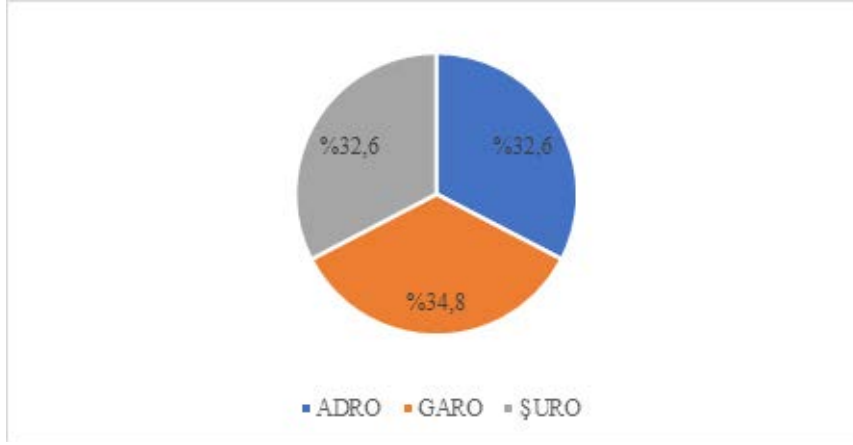
orantılı olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamındaki üç odada toplam eylemli kadın turist rehberi sayısı 84'tür. Katılımcıların yaş dağılımlarına incelendiğinde 18-29 yaş aralığında 22, 30-41 yaş aralığında 106, 42-53 yaş aralığında 40, 53 yaş ve üzeri 19 turist rehberinin araştırmaya katıldığı görülmektedir. Katılımcıların %64.7'si evli, %35.3'ü ise bekarıdır.

Şekil 2'de katılımcıların turist rehberliği mesleğine kabulünde belge alışı şekillerinin dağılımı verilmiştir. Katılımcılardan alınan bilgiler doğrultusunda bölgeye ikamet eden turist rehberlerinin %43.3'üne karşılık gelen 81 turist rehberinin ruhsatnamesini Bakanlık Kursu mezuniyeti ile aldığı görülmektedir. 2012 yılında 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile kurs niteliğindeki sertifika programının yönetimi Bakanlık denetimi ve gözetimi altında TUREB tarafından yapılmaktadır. 2017 yılında Şanlıurfa ve Trabzon illerinde yapılmış olan sertifika programını başarılı bir şekilde tamamlayıp ruhsatname almış olan turist rehberlerinden 9'u araştırmaya katılmıştır. Katılımcıların turist rehberliği eğitiminin Bakanlık kursundan sonra en fazla turist rehberliği ön lisans programında olduğu görülmektedir. Turist Rehberliği Ön Lisans mezunu katılımcı sayısı 53 olup toplam katılımcı sayısının %28.3'ünü oluşturmaktadır. Katılımcıların 27'si Turist/Turizm Rehberliği Lisans, 15'i Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans, 2'si ise Turist Rehberliği Tezli Yüksek Lisans mezunudur.



Şekil 2. Katılımcı Turist Rehberlerinin Belge Alış Şekli Dağılımı

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne düzenlenen paket turların kapsadığı iller incelendiğinde TUREB bünyesinde kurulmuş olan üç meslek odası araştırma kapsamına alınmıştır. Bu kapsamda Şekil 3'de katılımcıların meslek odalarına dağılımları verilmiştir. Toplam 169 üyesi bulunan Adana Bölgesel Rehberler Odası (ADRO)'nun çalışmanın yapıldığı tarihlerde 118 eylemli turist rehberi bulunmaktadır. Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası (GARO)'nın 123'ü eylemli toplam 166 üyesi vardır. Şanlıurfa Bölgesel Rehberler Odası (ŞURO)'nun ise 98'i eylemli toplam 126 üyesi bulunmaktadır. Bölgedeki üç meslek odasının sahip olduğu toplam eylemli turist rehberi sayısı 339'dur. Çalışmaya katkı sağlayan 187 eylemli turist rehberinin %32,6'si ADRO, %34,8'i GARO ve %32,6'sı ŞURO üyesidir.



Şekil 3. Katılımcıların Bölgedeki Meslek Odalarına Göre Dağılımı

İş doyumunu etkileyen en önemli faktörlerden olan ücret sorusu katılımcılara yöneltildiğinde katılımcıların %39,6'sinin tüketiciye sunduğu turist rehberliği hizmeti sonucunda elde ettiği ücretler toplamının yıllık ihtiyaçlarını karşılama düzeyinin “oldukça iyi” olduğunu, %38'i “iyi” olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların %3,2'si ise turist rehberliği hizmeti karşılığında aldıkları ücreti “yetersiz” bulmaktadır. Bu doğrultuda Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde faaliyet gösteren turist rehberlerinin verdikleri hizmet karşılığında elde ettikleri ücretin yıllık ihtiyaçlarını karşılama düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılmakta olup iş doyumlarına olumlu etki yaptığı söylenebilir. Ayrıca meslekteki çalışma yılı ile gelir düzeyi sorusuna yönelik yapılan Kendall's Tou ve Spearman's Rho testleri sonucunda turist rehberliği hizmeti karşılığında alınan ücretin yıllık ihtiyaçları karşılama düzeyini ‘yetersiz’ bulan turist rehberlerinin meslekteki çalışma yılı 1-4 ve 6-11 yıllarını içerdiği görülmektedir. Mesleki çalışma yılı 11 ve üzeri olan turist rehberleri ise aldıkları ücreti yetersiz düzeyde bulmamışlardır. Bu doğrultuda yapılan mesleki çalışma yılı tecrübesi ile yapılan iş karşılığında alınan ücret arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve iş doyumuna etki eden ücret faktöründe mesleki deneyimin etkili olduğu söylenebilir.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yasadışı turist rehberliği faaliyeti yürüten kişilerin turist rehberlerinin ücretlerini olumsuz etkilemesi ile bu kişilere yönelik yapılan denetimlerin turist rehberlerinin ücretlerini olumlu yönde etkilediği bağımsız değişkenleri arasındaki korelasyon incelendiğinde Spearman's Rho testi sonucu sig. 0,00 bulunmuş olup bu iki bağımsız değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Korelasyon katsayısı 0,735'dir ve bu iki bağımsız değişken arasındaki ilişkinin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yürütülen denetimler seyahat acentalarının turist rehberliği hizmeti için tavan yevmiye altında ücret verme talebini azalttığı değişkeni ile denetimlerin turist rehberlerinin çalıştığı gün sayısını olumlu etkilediği değişkeni arasındaki korelasyon incelendiğinde Spearman's Rho testi sonucu sig. 0,00, korelasyon katsayısı 0,807 bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar denetimlerin turist rehberlerinin hem ücret hem de çalışılan gün sayısı arasında anlamlı bir etki yarattığı söylenebilir. Bu durumun yarattığı ücret tatmini iş doyumunu ve performans üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. Turist rehberlerinin iş doyumunu olumsuz etkileyen yasadışı turist rehberliği faaliyeti yürüten kişilere yönelik yapılan denetimlerin etkisini ölçmek için denetimlerin caydırıcılık etkisi ile yasadışı turist rehberliği faaliyeti yürüten kişilerin sayısındaki azalma olması bağımsız değişkeni arasında yapılan Spearman's Rho testi sonucu sig 0,00, korelasyon katsayısı 0,91 bulunmuştur. Elde edilen değerler ile denetimlerin yasadışı turist rehberliği hizmeti yürüten kişiler üzerinde caydırıcı etkisi olduğu söylenebilir.

4.Sonuç

Güneydoğu Anadolu Bölgesi sahip olduğu coğrafik konum itibariyle günümüze kadar turizm sektöründen istenilen faydayı yeterince sağlayamamıştır. Fakat bölgenin sahip olduğu turistik değerler tarihi süreçteki coğrafi konumunun önemini gözler önüne sermektedir. 2015 yılında bölgenin siyasi sınırının olduğu Suriye’de başgösteren savaşın yaratmış olduğu olumsuz imaj bölgeye düzenlenen paket turların sayılarında azalmaya sebep olmuş ve bölgedeki turist rehberlerinin çalıştığı gün sayısını olumsuz etkilemiştir. Yaşanan bu olumsuz durumun yanı sıra bölgede ikamet eden turist rehberleri ile iletişimin sağlıklı bir şekilde kurulamaması, taban yevmiye altında ücret talepleri, yasa dışı turist rehberliği faaliyeti hizmeti veren kişilerin sayısı fazla olması, bölgeye bilmeden yazılan yoğun tur programları bölgedeki rehberlerin iş doyumsuzluğuna sebep olmuştur. 2017 yılı itibariyle tekrar canlanmaya başlayan bölge, 2019 yılının Göbeklitepe Yılı ilan edilmesi, bölgede çekilen dizi ve filmler, arkeolojik kazı çalışmalarının devam ettiği ören yerlerinin varlığı, müzeler, farklı kültürleri tanıma isteği, yerel ve bölgesel düzeyde yapılan tanıtma faaliyetlerinin etkisi ve bölgenin yöresel mutfağının çekiciliği gibi nedenlerle canlılığını korumaktadır. 2008 yılına kadar bölgede ikamet eden turist rehberi sayısının yetersiz olması ve yerel yönetimlerin uyguladıkları yanlış politikalar neticesinde özellikle Şanlıurfa ve Mardin illerinde yasadışı turist rehberliği hizmeti veren kişilerin sayısı artmıştır. Bu kişilerin kendilerini turist rehberi olarak tanıtarak aracı kurum ya da kişiler ile iletişim sağlamaları ve taban yevmiye altında ücret talep etmeleri bölgedeki turist rehberlerinin iş potansiyelini olumsuz etkilemektedir. Gerek TUREB gerekse Bakanlık yetkisiyle İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri tarafından yapılan denetimler yasadışı turist rehberliği hizmeti veren kişiler üzerinde caydırıcılık etkisine sahiptir. Bu etkinin sonucu olarak seyahat acentalarının turist rehberi bulundurma oranının, turist rehberlerinin çalıştığı gün sayısının ve ücretlerinin arttığı çalışmaya katılım sağlayan turist rehberleri tarafından da desteklenmiştir. Araştırma kapsamında bölgede faaliyet gösteren turist rehberlerinin denetimlerin mesleğin korunması adına yararlı olduğu görüşünü destekledikleri gözlemlenmiştir. Denetimlerin koordineli ve başarılı bir şekilde yapılmasında sadece denetimde görevli kişilerin değil aynı zamanda sahada gözlem yapan turist rehberlerinin de rolü büyüktür. Bu durum mesleği sahiplenme, işini sevmeye, haklarının korunması gibi nedenlerle iş doyumuna olumlu etki etmektedir.

5. Kaynakça

Ababneh, A. (2016). “Tourist Guides and Job Related Problems, Analysis and Evidence from Jordan”, Journal of Quality Assurance in Hospitality&Tourism

Akşit Aşık, N. (2010), Çalışanların İş Doyumunu Etkileyen Bireysel ve Örgütsel Faktörler İle Sonuçlarına İlişkin Kavramsal Bir Değerlendirme, Türk İdare Dergisi, Sayı:467, ss:31-51

Aslan, H.(2006), Çalışanların İş Doyumu Düzeylerine Göre Depresyon, Benlik Saygısı ve Denetim Odağı Algısı Değişkenlerinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aydemir, P. ve Erdoğan E. (2013), İş Görenlerin Ücret Tatmini, İş Tatmini ve Performans Algısı, Kamu-İş Dergisi, C:13, S:2, s.133.

Çavuş, Ş., Abdılđaev, M. (2014), Kırgızistan Devlet Üniversitelerinde Çalışan Öğretim Elemanlarının İş Doyumu, Turkish Journal of Education, Vol.3, Issue.3, pp.11-24.

Eğimli, A.T. (2009), Çalışanlarda İş Doyumu: Kamu Ve Özel Sektör Çalışanlarının İş Doyumuna Yönelik Bir

Araştırma, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:23, Sayı:3, ss:35-52.

Fidan, Y., Ercan, S., Yılmaz, A., Şehirli, M. (2016), Cinsiyetin İş Doymu Üzerine Etkisi: Kamu Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma, Business&Management Studies: An International Journal, Vol:4, Issue:1, ss:110-124.

Gül, Ç.İ. (2017), Örgüt İkliminin İş Doymuna Etkisi: İzmir İli İki Sağlık Kuruluşunda Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güzel, F.Ö., Türker, A., Şahin, İ. (2014), Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, Sayı:2, ss:173-190.

Koroğlu, Ö. (2011), İş Doymu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Koroğlu, Ö. (2012), İçsel ve Dışsal İş Doym Düzeyleri ile Genel İş Doym Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma, Doğu Üniversitesi Dergisi, 13 (2), 275-289.

Özdemir, F. (2006), Örgütsel İklimin İş Tatmin Düzeyine Etkisi: Tekstil Sektöründe Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Polus, C., Jussem, P. M., Chung, E. (2018), Job Satisfaction among Regional Specific Tourist Guides: Evidence from Malaysian Borneo, International Journal of Academic Research in Business&Social Sciences, Vol:8, Special Issue: Tourism Way Forward:Addressing Trends and Issues

Sun, H.Ö. (2002), İş Doymu Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Banknot Matbaası Genel Müdürlüğü, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Banknot Matbaası Genel Müdürlüğü, Ankara.

Şanlıurfa İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2019 Turist Rehberliği Hizmeti Denetim Raporu

Taş, A., Önder, E. (2010), Yöneticilerin Liderlik Davranışlarının Personel İş Doymuna Etkisi, Ekonomik Sosyal Bilimler Dergisi, Vol.9, Issue:32.

Thierry, H. (1992), Payment: Which Meanings are Rewarding? American Behavioral Scientist, Vol.35, No.6pp:694-707.

TURBEB Rehber İstatistikleri, <http://www.tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik>, Erişim Tarihi: 06 Mart 2020.

Turist Rehberliği Meslek Kanunu. (2012). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.html>, Erişim Tarihi: 6 Mart 2020.

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği. (2014). <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-120445/turist-rehberligi-meslek-yonetmeliği.html>, Erişim Tarihi: 6 Mart 2020.

İŞ-AİLE ROL ÇATIŞMASI VE KARIYER DEVAMLILIĞI İLİŞKİSİ: KADIN TURİST REHBERLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

* Öğr. Gör. Dr. Nilgün Demirel İğdır Üniversitesi nilgun.demirel@igdir.edu.tr	Dr. Öğr. Üyesi. Yurdanur Yumuk İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF yyumuk@gelisim.edu.tr	Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu İstanbul Gelişim Üniversitesi nhacioğlu@gelisim.edu.tr
--	---	---

ÖZET

Bu araştırmanın amacı kadın turist rehberlerinin iş-aile çatışma düzeyleri ve kariyer devamlılığı ilişkisini ortaya koymaktır. Çalışmaya araştırmanın amacına uygun olarak nitel (kalitatif) araştırma yöntemi ve olgubilim (fenomenoloji) araştırma deseni ışık tutmaktadır. Çalışmanın evrenini Türkiye’de bölgesel ve ülkesel eylemli olarak çalışan 2347 kadın turist rehberi oluşturmaktadır. Katılımcıların belirlenmesi için amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan kartopu örnekleme yöntemi seçilmiştir. Bu amaçla, eylemli olarak çalışan 2347 kadın turist rehberinden evli olan 21 kadın turist rehberine ulaşılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat vasıtasıyla, yüz yüze ve telefonla görüşmeler sonucu elde edilen veriler, MAXQDA (demo) nitel veri analiz programı ile değerlendirilmiştir. Veri analiz stratejisi olarak içerik analizinden yararlanılmıştır. Verilerin işlenmesi tümdengelsel ve tümevarımsal yöntemlerin bir arada kullanılması ile gerçekleşmiştir. Alan yazın doğrultusunda elde edilen ana temalar ve alt temalar doğrultusunda iş-aile çatışması, aile-iş çatışması ve kariyer devamlılığı değişkenlerinin ilişkisi incelenmiştir. Betimsel analizler sonucunda kadın turist rehberlerinin en çok bahsettiği alt tema çocuklar ve eş olarak saptanmıştır. Kadın turist rehberleri daha çok gerilim temelli çatışma yaşamakta fakat bu çok yüksek düzeyde gerçekleşmemektedir. Daha çok aile-iş çatışmasının yaşandığı, ailevi sorumlulukların iş ile ilgili sorumlulukların önüne geçtiği belirlenmiştir. İlişkisel analiz sonucunda ise turizm sektöründe çalışan veya turist rehberi olan eşlerin desteği sayesinde kariyerlerini sürdürmek istedikleri ortaya çıkmıştır. Kariyerini devam ettirmeyi istemeyen kadın turist rehberleri ise çocuklarına yeterince vakit ayıramamak, ailevi ilişkilerini dengede tutamamak veya uzun süreli turlara çıkmak gibi sebeplerden dolayı turist rehberliği kariyerine devam etmek istememektedirler.

ABSTRACT

The aim of this research is to reveal the relationship between female tourist guides ‘ work-family conflict levels and career continuity. Qualitative research method and phenomenology research pattern shed light on this study in accordance with the purpose of research. The population of the study consists of 2347 active female tourist guides working with regional and national in Turkey. The snowball sampling method, one of the purposive sampling methods, was selected to determine the participants. For this purpose, out of the 2347 female tourist guides who work actively, 21 female tourist guides who are married have been reached. Data obtained through semi-structured interview, face-to-face and telephone interviews were evaluated with MAXQDA (demo) qualitative data analysis program. Content analysis has been utilized as a data analysis strategy. The processing of the data was accomplished by using a combination of deductive and inductive methods. The relationship between work-family conflict, family-work conflict and career continuity variables were examined in line with the main themes and sub-themes obtained in the field. As a result of descriptive analyses, female tourist guides mentioned about

the sub-theme of is children and spouses. Female tourist guides experience more tension-based conflict, but this does not happen at a very high level. It has been determined that there are more family-work conflicts and that family responsibilities precede work-related responsibilities. As a result of relational analysis, it is revealed that they want to pursue their careers through the support of spouses who are tourist guides or work in the tourism sector. Female tourist guides who do not want to continue their career do not want to continue their career as tourist guides for reasons such as not spending enough time with their children, not keeping their family relations in balance or going on long-term tours.

TURİST REHBERİ ADAYLARININ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE ÖĞRENME TERCİHLERİ: ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

<p>Doç. Dr. Saadet Pınar Temizkan Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Turizm Fakültesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye sptemizkan@ogu.edu.tr</p>	<p>Özlem Arı Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm Fakültesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye ozlem.peksenari@outlook.com</p>
--	---

ÖZET

Bireylerin sahip olduğu kişilik özelliklerinin farklılığı öğrenme tercihlerindeki farklılığı da beraberinde getirmektedir. Kişilerin nasıl öğrendikleri hakkında bilgi sahibi olmak, etkili öğrenme sürecinin yönetilmesinde faydalı olacaktır. Bu araştırmanın amacı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans programında, 2017-2019 yılları arasında öğrenim gören turist rehberi adayları arasında görülen en yaygın kişilik tipleri ve bu tiplerin öğrenme tercihlerini açıklamaktır.

Kişilik tiplerini belirleyebilmek için literatürdeki tipoloji kuramları arasında en gelişmiş olarak kabul edilen Carl Gustav Jung'un kişilik tipleri yaklaşımından geliştirilmiş olan MBTI envanteri (Myer Briggs Type Indicator) kullanılmıştır. Kişilik tiplerinin tanımlanmasında dikkati odaklama (İçe dönük- Dışa dönük), bilgiyi edinme (Duyusal-Sezgisel), karar verme (Düşünen-Hisseden) ve son olarak dış dünyayı ele alma (Yargılayan-Algılayan) boyutları açıklanmaktadır. MBTI envanterinde kişilik, 16 farklı tip olarak daha geniş kapsamlı olarak yorumlanmaktadır.

Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde turist rehberinin karakteristik özellikleri dışadönük ve duyuşal tip kişiliğe daha yatkın oldukları görülmüştür. Bu kişilik tipleri ise; grup aktivitelerini tercih eden, sosyal, duyularına güvenen, mantık merkezli ve sonuç odaklıdır. Bu çalışmada rehber adaylarının kişilik tiplerini belirlemek için Carl Gustav Jung'un kişilik tipleri yaklaşımından geliştirilmiş olan MBTI envanteri (Myer Briggs Type Indicator) kullanılmıştır. Elde edilen veriler frekans analizi ve aritmetik ortalama değerleri hesaplanarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans programında öğrenim gören turist rehberi adaylarının kişilik tipleri ve bu tiplerin öğrenme tercihleriyle ilgili bulgulara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kişilik, MBTI, Turist Rehberliği, Öğrenme Tercihleri

ABSTRACT

The differences in the personality traits of individuals bring the differences in their learning preferences. Being knowledgeable about how people learn will be helpful in managing the effective learning process. The purpose of this research is to explain the most common personality types and learning preferences of the tourist guide candidates studying at Eskişehir Osmangazi University Tourist Guidance Non-Thesis Master's Program between

* *Sorumlu Yazar: Özlem Arı*

2017-2019.

In order to determine personality types, MBTI inventory (Myer Briggs Type Indicator) developed from the personality types approach of Carl Gustav Jung, which is considered the most advanced among typology theories in the literature, was used. In defining personality types, the dimensions of focusing attention (Introverted-Extroverted), acquiring knowledge (Sensing- Intuition), decision making (Thinking-Feeling) and finally dealing with the outside world (Judging-Perceiving) have been explained. In MBTI inventory, personality is interpreted more broadly as 16 different types.

When the studies in the literature were examined it was seen that the characteristic features of the tourist guide are extroverted and are more prone to sensory type personality. These personality types are logic-centered and result-oriented types that prefer group activities, trust their senses and that are social. In this research, MBTI inventory (Myer Briggs Type Indicator) developed from Carl Gustav Jung's personality types approach was used to determine the personality types of the tourist guide candidates. The data obtained were evaluated by calculating frequency analysis and arithmetic mean values. As a result of these evaluations, the personality types of the tourist guide candidates studying at Eskişehir Osmangazi University Tourist Guidance Non-Thesis Master's program and the findings about the learning preferences of these types have been included.

Keywords: Personality, MBTI, Tourist Guiding, Learning Preference

Giriş

Her birey çevresini farklı şekilde algılayarak farklı yollardan öğrenmeler sağlamaktadır. Bireylerin neyi, nasıl öğrendiğinin bilinmesi öğretim etkinliklerinin planlamasında önemli bir veri niteliğinde olacaktır. Bazı bireyler şemalar, grafikler, resimler gibi bilginin görselleştirilmesini tercih ederken, bazıları bilginin yazılı ve sözlü açıklamalar halinde sunulmasını, bazıları etkin ve etkileşimli şekilde öğrenmeyi ya da kişisel ve kendi duyguları ışığında öğrenmeyi tercih ederler. Başarılı bir öğrenmenin sağlanabilmesi için öğrenme tercihleri ile öğretim yöntem ve tekniklerinin uyumlu olması beklenmektedir. Öğrenme tercihleri kişilerde var olan değişmez ya da az değişir özellikler olarak kabul edilmektedir. Buna göre öğrenme tercihi kavramı aynı zamanda bilişsel ve kişisel psikolojide önemli yeri olan bireysel farklılıkları da içermektedir (Riding ve Rayner, 1998). Literatürde öğrenme tercihi kavramı farklı araştırmacılar tarafından farklı şekilde ele alınmaktadır. Kolb'a göre; bilgiyi algılama ve işlemede kişisel tercih olarak ele alınan öğrenme tercihleri, Dunn'a göre ise ortam farklılıklarından kaynaklı değişikliklerdir. Felder (1995) çalışmasında öğrenme tercihleri ile öğretme stili arasında uyum olduğunda, öğrencilerin bilgiyi daha uzun süre hatırladıklarını ve konu ile ilgili tutumlarının daha olumlu olduğunu ortaya koymuştur.

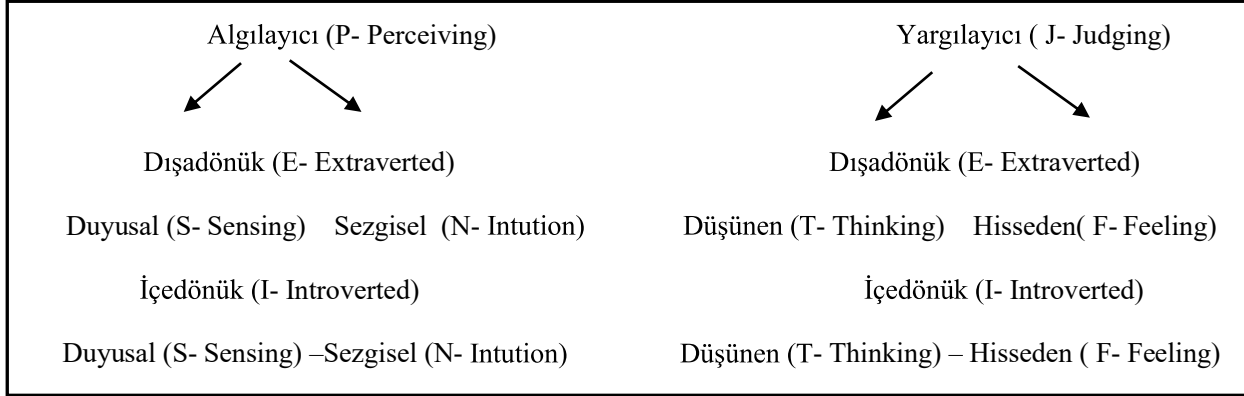
1.Literatür

Bireyin dikkati odaklama, bilgiyi edinme, karar verme ve dış dünyayı ele ama biçimlerine karşılık gelen özelliklerinin oluşturduğu yapı, bireyin kişilik tipi olarak ele alınmaktadır (Jung, 1974). Psikoanalitik kuram savunucularından biri olan Jung'a göre, kişilik birbirleriyle etkileşimde bulunan çok sayıda sistemden oluşur. Kişilik tipleri kuramı, bireyin davranışlarını yönlendiren, yaşama bakışının, olaylara yaklaşımının, öğrenme tercihlerinin, kişilerarası etkileşiminin kaynağının bireyin kişilik tipi olduğunu savunur (Wyspianski, 1999).

Jung insanları içe veya dışa dönük olarak değerlendirmenin yanı sıra onların bireyselliğini oluşturan sınırsız farklılıkları gözlemleyerek düşünen, hisseden, duyuşsal ve sezgisel olarak sekiz tür içe ve sekiz tür dışa dönük tip olarak tanımlamıştır (Myerrs, 1998, s.6; Tuzcuoğlu, 1996, s. 11; İnanç ve Yerlikaya, 2012, s.79). Jung'un

psikoanalitik kuramından hareketle anne Katharine Cook Briggs ve kızı Isabel Briggs Myers tarafından geliştirilen Myer Briggs Tip Envanterine göre kişilik tipi tanımlamasında aşağıdaki model kullanılmaktadır.

Tablo 1: MBTI Kişilik Tipleri



Kaynak: Myers, 1998; 7

Kişilik tipi tanımlamasında yer alan ilk boyut; dikkati odaklama boyutudur. Bu boyut bireyin dikkatini odaklarken iki farklı yoldan (dışadönüklük ya da içedönüklük) hangisini izlediğine ilişkin tercihleri içerir. Kişilik tanımlamasındaki ikinci boyut, bilgiyi edinme sürecidir. Birey bilgiyi iki farklı yoldan (duyusal ya da sezgisel) edinir. Bilgi edinme boyutu, bireyin bilgiyi hangi yollarla toplama eğiliminde olduğunu gösterir. Kişilik tipleri tanımlamasında göz önüne alınan üçüncü boyut, karar verme ile ilgilidir. Bu boyut, bireyin karar verirken; iki farklı yoldan (düşünme ya da hissetme) hangisini izlediğine ilişkin tercihlerini içerir. Kişilik tanımlamasında göz önüne alınacak olan son boyut ise; dış dünyayı ele alma ile ilgilidir. Bu boyut da birey dış dünyayı ele alırken iki farklı yoldan (yargılama ya da algılama) hangisini izlediğine ilişkin tercihlerini içerir. Bu boyut, bireyin belli bir konuda karar alırken karar vermeyi mi yoksa bilgi toplamayı mı öncelikle tercih ettiklerini açıklar (Myers 1998; Quenk, 1998: 5)

Tablo 2: Fonksiyonlarına Göre MBTI Kişilik Tipleri

Baskın Fonksiyon	Yardımcı Fonksiyon	MBTI Kişilik Tipi
İçedönük- Duyusal	Düşünen- Yargılayan	ISTJ
İçedönük- Duyusal	Hisseden- Algılayan	ISFP
İçedönük- Duyusal	Düşünen-Algılayan	ISTP
İçedönük- Duyusal	Hisseden- Yargılayan	ISFJ
İçedönük-Sezgisel	Düşünen- Yargılayan	INTJ
İçedönük-Sezgisel	Hisseden- Algılayan	INFP
İçedönük-Sezgisel	Düşünen- Algılayan	INTP
İçedönük-Sezgisel	Hisseden- Yargılayan	INFJ

Baskın Fonksiyon	Yardımcı Fonksiyon	MBTI Kişilik Tipi
Dışadönük- Duyusal	Düşünen- Yargılayan	ESTJ
Dışadönük- Duyusal	Hisseden- Algılayan	ESFP
Dışadönük- Duyusal	Düşünen-Algılayan	ESTP
Dışadönük- Duyusal	Hisseden- Yargılayan	ESFJ
Dışadönük-Sezgisel	Düşünen- Yargılayan	ENTJ
Dışadönük-Sezgisel	Hisseden- Algılayan	ENFP
Dışadönük-Sezgisel	Düşünen- Algılayan	ENTP
Dışadönük-Sezgisel	Hisseden- Yargılayan	ENFJ

Kaynak: Myers, 1998; 7

Tablo 3: MBTI Kişilik Tiplerine Göre Öğrenme Tercihleri

Dışadönükler	İçedönükler
Bilişsel etkinleri dışa döndürür, ilgi ve dikkatleri başta yakın çevreleri olmak üzere nesnel olgular üzerinde toplanır. Deneme-Yanılma yoluyla öğrenmeyi tercih eder.	Bilişsel etkinlikleri içe yöneliktir. İlgi ve dikkatleri içerideki olgulara yoğunlaşmıştır. Fikir ve kavramların iç dünyasına yoğunlaşırlar.
Duyusal	Sezgisel
Bilgiyi küçük parçalar halinde toplama ve ayrıntılara önem verme eğilimindedirler. Parçadan, bütüne odaklanırlar. Pratik uygulamalar yaparlar, ayrıntı, yöntemler ve işlemlere odaklanmayı severler.	Öncelikle büyük resme bakarlar, ardından parçalarına ayrılarak ayrıntılara odaklanırlar. Hayal gücü gelişmiş, yaratıcı, kavram eğilimlidirler. Anlamalara ve olasılıklara odaklanırlar.
Düşünen	Hisseden
Bu tipteki bireyler kararlarını mantıksal süreçlerle verirler. Onlar için mantık ikna edicidir. Şüphelidirler.	Kararlarını duygularına ve içgüdülerine göre verirler ve hislerine güvenirlir. Değerlere önem verirler, kişisel ve insancıl düşüncelere dayalı karar verme eğilimindedirler.
Yargılayan	Algılayan
Belli bir konuda öncelikle karar vermeyi tercih ederler. Bütün olayları organize eden ve planlarına kesin bir uygunluk içinde hareket eden tiplerdir. Planlı, zamanlı çalışırlar, aşama aşama ilerlerler, ayrıntılara ve konuya odaklanırlar.	Belli bir konuda öncelikle bilgi toplamayı tercih ederler. Doğaçlama eğilimi olan, alternatifleri araştıran tiplerdir. Uyum sağlayıcıdırlar, hep daha fazlasına ulaşmayı tercih ederler.

Kaynak: Jung, 1974; Myers ve Myers (1997) den uyarlayan Akdeniz, 2013

Görsel öğrenenler diyagramlar, grafikler, akış şemaları ve basılı bilgileri temsil eden modeller gibi sembolik cihazların kullanılmasını tercih ederken, işitsel öğrenenler “duyulmuş” bilgileri tercih ederler ve bu nedenle tartışmalar, dersler, öğreticiler ve kendileri veya başkaları ile materyaller aracılığıyla konuşarak daha iyi öğrenirler. Yazarak-okuyarak öğrenenler, bilgi ve metinleri yeni bilgi edinme aracı olarak tercih ederler; böylelikle ders kitaplarını, ders notlarını, çalışma notlarını, listeleri ve sözlükleri tercih ederler. Kinestetik öğrenme de, duyuşsal fonksiyonların bir birleşimini kullanır; bu tür öğrenenler öğrenme deneyimini hissetmek ya da yaşamak isterler, gerçek uygulamalar ve deneyimlerin simülasyonlarını, bir etkinlik gerçekleştirmeyi vurgulayan dersleri, alan gezilerini, sergileri, örnekleri, fotoğrafları, örnek olayları, “gerçek hayattan örnekler,” rol oyunları ve ilkeleri

ve ileri kavramları anlamalarına yardımcı olacak uygulamaları tercih ederler. Bazı öğrenciler bu öğrenme yöntemlerinden herhangi birini tercih ederken, bazıları ise birden fazla öğrenme yöntemini de tercih etmektedirler (Shah vd., 2013: 213).

Literatürde turist rehberliği alanında yapılmış araştırmalar incelendiğinde;

Aslan vd. (2012) turizm eğitimi alan öğrencilerin kişilik tiplerinin belirlenmesi ve sektöre uyumu açısından değerlendirilmesi üzerine 924 turizm eğitimi alan lisans ve önlisans öğrencisi ile yürütülen çalışmada kişilik tiplerini belirlemek üzere beş faktör kişilik ölçeği kullanılmıştır. Buna göre öğrencilerin baskın kişilik özelliklerinin sorumluluk ve yumuşak başlılık olduğu ortaya belirtilmiştir.

Horton vd. (2005) Amerika’da turizm eğitimi alan kolej öğrencilerinin kişilik tiplerini belirlemek üzere yürüttükleri çalışmada MBTI kişilik envanterinden faydalanmıştır. Çalışmaya katılan turizm öğrencilerinin %73’ünü dışa dönük kişilik tipi sergilediği ve öğrenciler arasında en yaygın görülen MBTI kişilik tiplerinin ENTP ve ESTJ olduğu belirtilmiştir.

Köroğlu (2014) turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin meslek seçimi ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında öğrencilerin baskın kişilik özelliklerinin gelişime açıklık ve öz denetim/ sorumluluk olduğunu ve ayrıca meslek seçimi ile kişilik özellikleri arasında olumlu düzeyde ilişki olduğunu belirtmiştir.

Özoğul (2017) “kişilik özelliklerinin mesleki bağlılık üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin aracı rolünü eylemli turist rehberleri örneğinde incelemiştir. Bu çalışmada eylemli turist rehberlerinin dışadönüklük özelliklerinin duygusal bağlılığı ve normatif bağlılığı olumlu yönde etkilediği belirtilmiştir. Duygusal bağlılık mesleğe yönelik olumlu duygusal tepki olarak düşünülebilmektedir.

Timur (2019), çalışmasında mesleki yeterlilik öğretim düzeyleri açısından turist rehberliği tezsiz yüksek lisans düzeyinde öğretim gören öğrencilerin mesleki bilgi, mesleki beceri, mesleki tutum, mesleki ders ve kişisel özellik boyutlarının hepsinde lisans ve ön lisans düzeyindeki öğrencilere oranla en yüksek ortalamalara sahip olduklarını belirtmiştir. Yine aynı çalışmada rehberlik mesleğini icra etme niyetinin en yüksek olduğu grup olarak turist rehberliği tezsiz yüksek lisans öğrencileri olduğu belirtilmiştir.

2.Yöntem

2.1.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans programında, 2017-2019 yılları arasında öğrenim gören turist rehberi adayları arasında görülen en yaygın kişilik tipleri ve bu tiplerin öğrenme tercihlerini açıklamaktır.

2.2.Örneklem ve Veri Toplama

Araştırma evreni “Türkiye’de örgün öğretim veren turist rehberliği tezsiz yüksek lisans programı öğrencileri olarak belirlenmiştir. 2017-2019 öğretim yılına kadar açık ve öğrenci kabul etmiş olan örgün öğretim veren Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans Programı olduğu belirlenmiştir. Belirtilen dönemde programa kayıtlı aktif 310 öğrenci olduğu tespit edilmiştir. Betimsel araştırmalar için, evrenin %10’ünü oluşturan

bir örneklem, olabilecek en az oran olarak dikkate alınır. Daha küçük evrenler için %20 gerekebilir. Korelasyona bakan araştırmalarda en azından %30'luk bir örneklem, bir ilişkinin varlığı ya da yokluğunu kanıtlamada gerekli görülür. Nedensel-karşılaştırmalı ve çoğu deneysel araştırmalarda her bir grup için 30'ar denek tavsiye edilir (Özen ve Gül, 2007: 415). 500 evren büyüklüğü ile %95 güvenilirliği kabul edildiğinde örneklem büyüklüğü en az 218 katılımcı olmalıdır. Bu çalışmada ise evreni temsil edecek farklı sınıf ve dönemlerden kolayda örnekleme yöntemi ile 150 örneklem grubunun seçimi hedeflenmiştir.

Araştırma verilerinin elde edilesi amacıyla oluşturulan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümü turist rehberliği tezsiz yüksek lisans öğrencilerinin sosyo-demografik özelliklerine ait bilgileri toplamak üzere düzenlenmiştir. Sosyo-demografik özelliklerin belirlenmesi ile katılımcıların; cinsiyeti, yaşı, turizm sektöründe tecrübesinin olup olmadığı ve varsa ne kadar süredir ve hangi bölümde olduğu, öğrencilerin lisans mezuniyet alanlarının ne olduğu ve son olarak tezsiz yüksek lisans turist rehberliği programını neden seçtiklerine dair dair bilgilere ulaşmak amaçlanmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla anket formunda 4 adet kapalı uçlu, 3 adet ise açık uçlu soru kullanılmıştır. Anket formunun ikinci bölümünde rehberlik öğrencilerinin kişilik tiplerini belirlemek amacıyla Tuzcuoğlu (1996) tarafından Türkçe'ye çevirisi yapılan MBTI G formu kişilik envanteri sorularının kısaltılmış versiyonu olan 50 soruluk (AV) formu kullanılmıştır. Envanterde, profilleri belirlemek üzere 4 boyutta (içe dönük-dışa dönük, duygusal- sezgisel, düşünen-hisseden, yargılayan- algılayan) gruplanmış, 48 soru ikili, 2 soru ise üçlü seçeneklerden oluşmaktadır.

2.3. Veri Toplama ve Analiz

Araştırmaya ilişkin Kasım/ 2017 ile Şubat 2019 arasında 150 adet anket formu uygulanmış olup, bunlardan geçerli olan 138 adedi araştırmaya dahil edilmiştir. Veriler sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan veri çözümleme programı SPSS 23 aracılığıyla analiz edilmiştir. Öğrencilerin demografik özelliklerine göre dağılımı frekans ve yüzde yöntemi ile betimlenmiştir. Ayrıca ortaya çıkan kişilik tiplerinin dağılımını incelemek için yine frekans ve yüzde dağılımları uygulanmıştır

3. Bulgular

Araştırmada 138 turist rehberliği tezsiz yüksek lisans öğrencisinin kişilik profili incelenmiştir. 138 turist rehberliği tezsiz yüksek lisans öğrencisinin cinsiyetlerine göre dağılımı 39'u kadın (%28,26) ve 99'ü (%71,74) erkek olduğu görülmüştür. Katılımcıların yaşları 29 ve üzeri grupta yoğunlaşmaktadır (%60 ve 83 kişi). Katılımcıların lisans mezuniyetleri incelendiğinde; Alman Dili ve Edebiyatı, Arapça Öğretmenliği, Çin Dili ve Edebiyatı, Ermeni Dili ve Edebiyatı, Fransız Dili ve Edebiyatı, İngiliz Dil Bilimi, İngilizce Öğretmenliği, Japon Dili ve Edebiyatı, Türk Dili ve Edebiyatı, Leh Dili ve Filolojisi, Restorasyon, Temel İslam Bilimleri, Seyahat İşletmeciliği, Konaklama İşletmeciliği, Fizik, Hukuk, Dış Ticaret, Uluslararası İlişkiler, Tarih, İletişim gibi bölümler olduğu görülmüştür. Kuşluvan ve Çeşmeci (2002), turist rehberliği mesleğinde yaşanan dilsel sorunlara yönelik önerdikleri eğitim modelinde üniversitelerin yabancı dil eğitimi veren filoloji bölümü mezunlarının, yabancı dil öğretmeni yetiştiren bölümlerden mezun olan öğrencilerin ve dil bildiğini kanıtlayan diğer üniversite mezunlarının mezuniyetlerinden sonra yüksek lisans düzeyinde eğitim alarak turist rehberi olabilmelerini önerdiği modelin alandaki nadir diller sorununa bir çözüm olacağı belirtilmiştir. Bu araştırmada da belirtilen nitelikteki öğrencilerin bilinçli bir şekilde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans programını seçerek turist rehberliği mesleğini yapmak istediklerini belirttikleri görülmüştür.

Katılımcıların MBTI profilleri incelendiğinde ise, dörtlü gruplamalar halinde tanımlanan 16 kişilik profilden yaygın görülen kişilik tipleri sırasıyla; ESTJ - Dışadönük- Duyusal- Düşünen- Yargılayan (%29-40 kişi), ESFJ - Dışadönük- Duyusal- Hisseden- Yargılayan (%15-21 kişi), ISTJ - İçedönük- Duyusal - Düşünen- Yargılayan (%13-18 kişi) belirlenmiştir. Ayrıca 2017-2018 eğitim-öğretim döneminde kayıtlı 41 Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans öğrencisi ile yürütülen, onların kişilik tiplerini belirlemeye yönelik çalışmadan elde edilen verilerle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir (Temizkan ve Arı, 2019: 76). Çalışmada katılımcılar arasında görülen MBTI kişilik tipleri tablodaki gibi özetlenebilir.

Tablo 4. Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek lisans Programı Öğrencileri MBTI Kişilik Tipleri Dörtlü Gruplama (N=138)

	Duyusal Tipler S		ezgisel Tipler		
	Düşünen H	isseden	Düşünen H	isseden	
İçe Dönük	ISTJ N= 18 % 13	ISFJ N= 2 % 1,4	INTJ N= 3 % 2,2	INFJ N= 1 % 0,7	Yargılayan
	ISTP N= 6 % 4,3	ISFP N= 3 % 2,2	INTP N= 2 % 1,4	INFP N= 6 % 2,2	Algılayan
Dışa Dönük	ESTJ N= 40 % 29	ESFJ N= 21 % 15,2	ENTJ N= 7 % 5,1	ENFJ N= 5 % 3,6	Yargılayan
	ESTP N= 13 % 9,4	ESFP N=5 % 3,6	ENTP N= 3 % 2,2	ENFP N=6 % 4,3	Algılayan

Araştırma sonuçlarına turist rehberliği tezsiz yüksek lisans programı öğrencileri arasında en yaygın görülen kişilik profili ESTJ (%29), ESFJ (% 15,2) ve ISTJ (%13)'dir. Buna göre bölüm öğrencilerinin dışa dönük, duyusal, düşünen ve yargılayan kişilik tiplerinde oldukları söylenebilir.

Buna göre duyusal tipler;

- Pratik uygulamalar yaparlar, ayrıntı, yöntemler ve işlemlere odaklanmayı severler.
- Bilgiyi küçük parçalar halinde toplama ve ayrıntılara önem verme eğilimindedirler.
- Parçadan, bütüne odaklanırlar.

Düşünen Tipler;

- Kararlarını mantıksal süreçlerle verirler.
- Onlar için mantık ikna edicidir.
- Şüphelidirler.

Yargılayan Tipler;

- Planlı, zamanlı çalışırlar, aşama aşama ilerlerler, ayrıntılara ve konuya odaklanırlar.

- Belli bir konuda öncelikle karar vermeyi tercih ederler.
- Bütün olayları organize eden ve planlarına kesin bir uygunluk içinde hareket eden tiplerdir.

Tablo 5. Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek lisans Programı Öğrencileri MBTI Kişilik Tipleri (N=138)

	E Dışadönük	I İçedönük	S Duyusal	N Sezgisel	T Düşünen	F Hisseden	J Yargılayan	P Algılayan
N	100 3	8	108 3	0	92 4	6	97 4	1
%	72%	28%	78%	22%	67%	33%	70%	30%

Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans Programı Ders Planları incelendiğinde; Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde sunulan programda 13 zorunlu ve 2 seçmeli ders verilerek, öğrencilerin turist rehberliği bilgi birikimlerinin arttırılması hedeflenmektedir. Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı, Seyahat Acenteciliği, Tur Planlaması ve Yönetimi, Genel Sağlık ve İlk Yardım, İletişim Becerileri, Görgü ve Protokol Kuralları, Genel Türk Tarihi ve Kültürü, Sanat Tarihi ve İkonografi, Dinler Tarihi, Turizmde Rehberlik Mesleği ve Meslek Etiği, Mitoloji ve Anadolu Medeniyetleri Tarihi, Rehberlik Uygulamaları, Anadolu Arkeolojisi ve Müzecilik, Türk Halk Bilimi ve El Sanatları ve Dönem Projesi gibi zorunlu dersler ile öğrencilere kuramsal ve kavramsal yetkinliklerin yanı sıra mesleğe özgü yetkinlikler, iletişim ve sosyal yetkinliklerin kazandırılması da amaçlanmaktadır.

4.Sonuç

Kişinin davranışlarına ve hayatına yön veren kişilik tipinin bilinmesi bireyin davranışlarını açıklamada detaylı bilgiler verebilmektedir. Bu bilgilerle ışığında bireyin iletişim şekli, diğer dünyayı ve bilgiyi algılama şekli, öğrenme şekli, gruplar içerisindeki rolü, bireysel farklılıkları gibi birçok konuda fikir üretmek mümkün olabilecektir. Günümüzde kariyer merkezleri de dahil olmak üzere bir çok kurumsal firma işe alım, terfi ve yeni görevlendirme gibi aşamalarda adaylara kişilik testleri uyguladıkları bilinmektedir. Profesyonel iş hayatında en doğru bireye en doğru görevlendirme yapılarak meslek ve kişilik uyumunun sağlanması ile verimlilik artışı hedeflenmektedir.

Öğrencilerin sızlanmasının temel nedeninin bireyi birbirlerinin benzeri kişilerden oluşmuş bir kitle olarak değerlendirilmemesidir. Onlara kişiliği olan varlık gibi bakılmaksızın, standartlaşmış bir öğrenim biçimi, ayırım yapmadan sunulmaktadır. Tıpkı Mustang alıcısı gibi öğrenci de, alacağı eğitime kendisi biçim vermek eğilimindedir. Yüksekökol ve üniversitelerin çoğu, verdikleri derslerin çeşidini arttırmalarına karşın, lisans ve lisansüstü derecelerden oluşmuş standart sisteme sıkı sıkıya bağlıdırlar (Toffler, 1974: 282-283). Bu nedenle eğitimde aynı türden (aynı kişilik tipinde) bireyler için benzer öğretim metotları geliştirilerek eğitime ve dolayısıyla öğrenmeye çeşitlilik katılması gerekmektedir.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans programında, 2017-2019 yılları arasında öğrenim gören turist rehberi adayları arasında görülen en yaygın kişilik tipleri ve bu tiplerin öğrenme tercihlerini açıklayabilmek adına yürütülen çalışmada 16 MBTI kişilik profilinden en yaygın görülen kişilik tipleri sırasıyla; ESTJ (%29), ESFJ (% 15,2) ve ISTJ (%13)'dir. Her bir tip farklı öğrenme tercihleri ve karakteristik özelliğe sahiptir. Dışa dönük tipler, büyük sınıfların aksine, küçük kapasiteli sınıf ortamlarını tercih etmektedirler. Akranları ve öğretmenlerle olan interaktif ders içi ve ders dışı aktivitelerde öğrenmekten keyif alan bu tipler geribildirim almayı önemserler. Dışadönük tipler özellikle yüz yüze iletişimi ve gruplar içerisinde fikir-alışverişini tercih ederler. Duyusal tipler, bilgiyi almak için beş duyusuna güvenirlir. İyi dinleyiciler olan duyusal tipler aynı zamanda görsel öğrenmeyi tercih ederler. Ayrıca uygulamalı öğrenme aktivitelerinden de keyif alan bu tipler

düzenli ve planlı hazırlanmış sunumları tercih ederler. Ezberleri kuvvetli olan duyuşsal tipler teorik ve kavramsal bilgileri algılamada zorlanabilirler. Bilginin ayrıntılarıyla ve somutlaştırılarak sunulmasını tercih eden bu tipler için görsel eğitim materyalleri uygun tercih olabilir. Düşünen tipler, mantık, analiz ve akıl temelinde kararlarını verirler. Mantıksal problemleri çözmeye ve problemleri analiz etmeye başarılıdır. Sınıf içi kural ve politikaları sadıktırlar. Mantıklı argümanlarla eleştiriler yapılmasını tercih eden bu tipler, konuyu artı ve eksi yönleriyle ele alırlar. Hisseden tipler için sınıf içi uyum büyük önem taşımaktadır. Kendi kararlarına ve duygularına göre hareket eden bu tipler sınıf içi akranlarıyla ve öğretmenlerle uyum içerisinde ilişkiler yürütmeyi tercih etmektedirler. Düşünen tipler, kararlı ve düzenli tiplerdir. Belirli tek bir iş üzerinde odaklanmayı ve planlı çalışmayı tercih ederler. Düzenli not tutan bu tipler yeniliklere alışmak ve plansız gruplar/ bireylerle beraber çalışma durumunda kaldıklarında sorun yaşayabilirler. Bilginin iyi organize edilmiş şekilde sunulmasını tercih eden bu tipler, zaman çizelgelerine ve proje takvimlerini önceden bilerek buna riayet etmeyi tercih ederler. Sürpriz projelerden ve plansızlıktan kaçınırlar.

Turist rehberliği eğitimi ile kuramsal, uygulamalı, kavramsal, bilişsel becerilerin kazandırılması ve bağımsız çalışabilme, sorumluluk alabilme, öğrenme, iletişim ve sosyal yetkinlikler ve alana özgü yetkinliklerin kazandırılması amaçlanmıştır. Disiplin içi ve disiplinler arası takım çalışması yapabilme, bağımsız davranabilme, inisiyatif kullanma ve yaratıcılık becerilerinin kazandırılması amacıyla müfredattaki dersler planlanmaktadır. Eğitimle kazandırılması hedeflenen beceri ve yetkinlikler öğrencinin farklı kişilik özellikleri ile dikkate alındığında öğrenme de farklı gerçekleşecektir. Düşünen tiplerin turist rehberliği alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunların çözümüne yönelik yeni stratejiler geliştirmesi kişilik özelliği açısından olası gözükmemektedir. Ancak düşünen tiplerin spontane gelişen sürprizlerden ve plansızlıktan hoşlanmadıkları da unutulmamalıdır. Bu sebeple mesleğin uygulamasına dönük tüm olası senaryolar eğitim aşamasında öğrencilerin kişilik tiplerinin sağladığı avantajlar da dikkate alınarak ders aşamasında örnek olay şeklinde incelenmelidir. Kişilik tiplerinin bireyin öğrencilik yaşamında tespit edilmesi ile ileride o mesleği icra ederken yaşaması muhtemel sorunların çözümüne yönelik farkındalığının artırılması da sağlanmış olacaktır. Bu sayede mesleği zaman içerisinde terk edecek turist rehberlerinden ziyade öngörülü ve kişisel farkındalığı yüksek turist rehberlerinin sektöre kazandırılması mümkün olacaktır.

MBTI envanteri ile kişilik tipleri tanımlanmış olan turist rehberi adaylarının daha detaylı tanımlanabilmesi adına ileriki çalışmalarda kişilik tipleri ile bireyin ilgi, tutum, algı ve davranışlarını etkileyen birçok etmenle ilişkileri incelenebilir. Rehberlik mesleğinin tam profilinin çıkarılabilmesi için, kişilik tipleri ile bireyi ilgilendiren birçok verinin bilimsel araştırmalarla desteklenmesi alana katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

Akdeniz, C. (2013). Kişilik Profillerine Göre Öğretmenlerin Öğrenme Stratejisi Tercihleri ve Öğretim Stratejilerini Kullanma Durumları. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Aslan, Z., Ünüvar, Ş., & Başoda, A. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi ve Turizm Sektörüne Uyumu Açısından Değerlendirilmesi, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 23, Sayı 2, Güz 203-219.

Beybala, T. (2019). Turist Rehberliği Eğitiminde Memnuniyet, Mesleki Yeterlilik ve Mesleği İcra Niyeti İlişkileri, Yayınlanmış Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Dunn, R. (1984). Learning style: state of the science, Theory into Practice, Vol 23, Iss.1, Matching Teaching & Learning Styles, pp. 10-19.

Felder, R. M. & Henriques E. R. (1995). Learning and Teaching Styles in Foreign and Secon Language Education. Foreing Language Annals, Vol:28, No: 1, page: 21-31.

Horton, Breet W., Clarke, I. Ve Welpott, S. (2005). Applying the MBTI to Hospitality Education, Journal of Hospitality & Tourism Education, 17:4, pp 36-45.

İnanç, B. Y., & Yerlikaya, E. E. (2012). Kişilik Kuramları, Ankara: Pagem A. Yayıncılık.

Jung, C. G. (1974). Psychological types. Bollingen Series XX The Collected Works of C. G. Jung, Vol.6, Princeton University Press.

Kolb, A. Y., Kolb, David A. (2007). The Kolb Learning Style Inventory- Version 4.0: A Comprehensive Guide to the Theory, Psychometrics, Research on Validity and Educational Applications, Erişim Tarihi; 24.02.2020 https://www.researchgate.net/profile/David_Kolb/publication/303446688_The_Kolb_Learning_Style_Inventory_40_Guide_to_Theory_Psychometrics_Research_Applications/links/57437c4c08ae9f741b3a1a58/The-Kolb-Learning-Style-Inventory-40-Guide-to-Theory-Psychometrics-Research-Applications.pdf

Köroğlu, Ö. (2014). Meslek Seçimi ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.19, s.137-157.

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

Myers, I. B., (1998). Introduction to Type, Revised by: Kirby Linda K., Myers Katharine D. Myers, Sixth Editon, Mountain View, California.

Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu, Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 15.

Özoğul, G. (2017). Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişilik Özellikleri ile Mesleki Bağlılık Arasındaki İlişki Üzerine Psikolojik Sermayenin Aracılık Etkisi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi.

Quenk, N., L. (1998). Essentials of Myers-Briggs Type Indicator Assessment- Second Edition, John Wiley & Sons Inc., New Jersey.

Riding, R. ve Rayner, S. (1998). Cognitive Styles and Learning Strategies: Understanding Style Differences in Learning and Behaviour, London: David Fulton Publishers.

Shah, K., Ahmed, J., Shenoy, N., Srikant, N. (2013). How Different Are Students and Their Learning Styles?, International Journal of Research in Medical Sciences, Vol. 1, Iss. 3, pp. 212-215.

Temizkan, S. P., Arı, Ö., (2019). Turist Rehberi Adaylarının Kişilik Özelliklerinin Mesleğin Gerekleri Açısından Değerlendirilmesi, Journal of Gastronomy Hospitality and Travel, Vol: 2, Number: 1, Page: 65-79.

Timur, B. (2019). Turist Rehberliği Eğitiminde Memnuniyet, Mesleki Yeterlilik ve Mesleği İcra Niyeti İlişkileri, Yayınlanmış Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Toffler, A. (1974). Şok/ Gelecek Korkusu, Çev.: Selami Sargut, (2006), Koridor Yayıncılık, İstanbul

Tuzcuoğlu, S. (1996). Myers Briggs Psikolojik Tıp Belirleyicisinin Dilsel Eşdeğerlik, Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.

Wyspianski, J. F. (1999). Relationships of Personality Types to the Outcome of a Values – Based Workplace Seminar Expressed as Commitment to the Principles Taught, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ottawa University of Ottawa.

TURİST REHBERİ ADAYLARININ ÖZ YETERLİK ALGILARININ MESLEKİ TUTUMLARINA ETKİSİ: AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Arş. Gör. Melisa ATEŞ
Afyon Kocatepe Üniversitesi
mates@aku.edu.tr

Prof. Dr. Elbeyi PELİT
Afyon Kocatepe Üniversitesi
elbeyipelit@aku.edu.tr

Arş. Gör. Ali KABAKULAK
Afyon Kocatepe Üniversitesi
alikalakulak@aku.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, turist rehberi adaylarının öz yeterlik algılarının mesleki tutumlarına etkisini belirlemektir. Çalışmada yerli ve yabancı literatür taraması yapılarak kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Uygulama aşamasından veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma verileri 01-31 Aralık 2019 tarihleri arasında çevrimiçi ortamda toplanmıştır. Bu kapsamda 342 ankete ulaşılmıştır. Ancak 27 anketin hatalı girilmesinden dolayı bu anketler analizlerden çıkarılmış ve 315 anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma sonucunda turist rehberi adaylarının öz yeterlik ve mesleki tutumlarının orta düzeyin biraz üzerinde olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucunda, turist rehberi adaylarının öz yeterlik algılarının mesleki tutumları üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkisi olduğuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Öz Yeterlik, Mesleki Tutum, Turist Rehberi Adayları

The Effect of Tourist Guide Candidates' on Job Attitudes of Self-Efficacy: A Study on Afyon Kocatepe University Students

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the impact of the self-efficacy perceptions of tourist guide candidates on their job attitudes. In the study, a theoretical framework was created by searching the domestic and foreign literature. Survey technique was used as data collection method from the application phase. The population of the study constitutes the students of the tourism guidance department studying at Afyon Kocatepe University Tourism Faculty. Research data were collected online between 01-31 December 2019. In this context, 342 questionnaires were reached. However, due to the incorrect entry of 27 questionnaires, these questionnaires were excluded from the analysis and 315 questionnaires were evaluated. As a result of the research, it has been revealed that the self-efficacy and job attitudes of the tourist guide candidates are slightly above the middle level. In addition, a moderate and significant relationship was found between self-efficacy and job attitude. As a result of the research, it was found that there is a significant and positive relationship between the self-efficacy perceptions of tourist guide candidates on their job attitudes.

Keywords: Self-efficacy, Job Attitude, Tourist Guides Candidates

Giriş

Öz yeterlik kavramının, literatürde bireyin kendisine güven duyma, zorluklarla başa çıkma, hata yapmaktan korkmama gibi faktörleri etkileyen önemli bir değişken olduğu vurgulanmaktadır (Çöp ve Topçu, 2019: 2355). Öz yeterlik, bireyin sadece iş hayatı değil tüm hayatı boyunca gerekli olan bir beceridir. Bireyin belirli bir performansı başarılı bir şekilde yerine getirmesinde kendine olan güvenine öz yeterlik denir (Arseven, 2016: 63). Öz yeterlik algısı yüksek olan bireylerin, mesleklerinde başarılı olma ihtimalleri yüksektir ancak mesleki başarıyı etkileyen bir faktör bulunmaktadır. Bu faktör mesleki tutumdur.

Tutum, bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarına yön veren bir kavramdır (Çetinkaya, 2019: 2). Mesleki tutum, bireylerin mesleklerinde oldukça önem taşımaktadır. Çünkü mesleki tutum, bireylerin çalışma esnasında göstereceği performansa ve mutluluğuna yansıtacaktır. Bireylerin mesleklerine karşı geliştirdikleri olumlu ya da olumsuz tutumlar meslekte gösterecekleri başarılarını ve tatminlerini etkileyecektir. Bu durumda bireylerin meslekteki davranışlarına yansıtacaktır (İpek, 2015: 20). Bu kapsamda, çalışmada turist rehberi adaylarının öz yeterlik algılarının mesleki tutumlarına etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

1. Kuramsal Çerçeve

Öz yeterlik kavramı, Albert Bandura'nın davranışlar üzerinde etkili olduğunu belirttiği sosyal bilişsel kuramın temel kavramlarından bir tanesidir (Akgündüz, 2013: 183). Öz yeterlik, bireylerin belirli bir performansa ulaşmak için eylem ve davranışları düzenleme ve yerine getirme yeteneklerine ilişkin inançları olarak tanımlanmaktadır (Udayar, Fiori & Bausseron, 2020: 2). Öz yeterlik, bireylerin becerileri ile ilgili değil, bireylerin sahip olduğu yeteneklerine güvenmesi anlamına gelmektedir. Düşük öz yeterliğe sahip olan birey, zor bir durum ile karşılaştığında yeteneklerini harekete geçiremeyecektir (Yıldırım ve İlhan, 2010: 1). Öz yeterlik algısı yüksek olan bireyler ise karşılaştıkları zorluklar ile mücadele edecek ve zor durumların üstesinden gelerek başarılı olacaklardır (Ergun, Giderler ve Baran, 2017: 737).

Öz yeterlik algısı düşük olan bireyler, zor görevlerde çekingen davranırlar ve verilen görevleri kişisel bir tehdit olarak algılamaktadır. Bu bireylerin, tutkuları ve amaçlara ulaşmadaki bağlılıkları genellikle düşük düzeydedir. Bireyler, zorlu bir görevle karşılaştığında başarılı bir performansa konsantre olmaktan çok kişisel eksikliklere, karşılaşılan engellere ve kötü sonuçlara takılmaktadır. Bireyler, zorluklarla karşılaştıklarında çabalarını minimum seviyeye indirirler ve çabucak vazgeçerler. Yüksek öz yeterliğe sahip olan bireyler, verilen zor görevlerden kaçınmazlar. Aksine, görevlerin üstesinden gelici bir tutum sergilemektedirler (Ritter, Boone & Rubba, 2001: 177).

Öz yeterlik algısı, bireyin gerçekte sahip olduğu yetenek ve becerilerine bakılmaksızın, belli koşullar altında bireyin neler yapabileceğine ilişkin inançlarını ifade etmektedir (Evers, Brouwers & Tomic, 2002: 229). Öz yeterlik algıları, bireylerin motivasyonu, refahı ve kişisel başarısında temel oluşturmaktadır (Kurbanoglu, 2003: 638). Öz yeterlik algısı, bireylerin faaliyet seçimini ve yaptığı faaliyetlerde gösterdiği çabasını etkilemektedir. Bireylerin öz yeterlik algıları ne kadar yüksek olursa, zorluklarla başa çıkma çabaları da güçlü olacaktır (Bandura & Adams, 1977: 288). Öz yeterlik algılamaları, bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarını şekillendirmekte, davranışlar oluşmadan önce, davranışa karşı pozitif ya da negatif duygu ve düşüncelerin oluşmasında etkili olmaktadır. Bu nedenden dolayı, öz yeterlik bireylerin başarıya ulaşmalarında önemli rol oynamaktadır (Çetinkaya, 2019: 26).

Öz yeterlik düzeyi yüksek olan bireylerin mesleklerinde başarılı olma ihtimalleri yüksektir. Ancak, mesleki başarıyı

etkileyen faktörler bulunmaktadır. Bu faktörlerden bir tanesi mesleki tutumdur. Bireylerin mutlu ve başarılı olması, çalışma hayatı ve mesleki tutumları ile bağlantılıdır (Doğar vd., 2019: 45). Temizkan (2008: 462) tutum kavramını, bireylerin herhangi bir olaya, nesneye, duruma ilişkin sahip olduğu tepki olarak tanımlamaktadır. Mesleki tutum, bireylerin meslekleri ile ilgili sahip oldukları duygu, düşünce ve davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Kusluvan & Kusluvan, 2000: 254). Mesleki tutum, bireylerin mesleklerini başarılı bir şekilde yerine getirmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle turist rehberleri adayları için mesleki tutum kavramı önem taşımaktadır. Turist rehberliği, sürekli insanlarla iletişim halinde olan, farklı kültürden insanlara bilgi aktaran meslek grubudur. Turist rehberliği mesleğine yönelik olumsuz tutumları olan adayların, gelecekte meslekte başarılı olması beklenemez. Çünkü bireylerin mesleğe yönelik olan tutumları meslekteki performansını ve başarısında etkili olacaktır.

2. Araştırmanın Amacı ve Hipotezi

Bu çalışmanın amacı, turist rehberi adaylarının öz yeterlilik algılarının mesleki tutumları üzerindeki etkisini belirlemektir. Literatür taraması yapıldığında çalışmanın değişkenlerini oluşturan öz yeterlilik ve mesleki tutumla ilgili birçok çalışma bulunmuştur. Ancak ikisini birlikte ele alan ve turist/turizm rehberliği öğrencilerine yapılmış sınırlı sayıda çalışma bulunmuştur. Bu çalışma ile literatürde bu boşluğun doldurulması ve ilgili literatüre katkı sağlanması düşünülmektedir. Bu kapsamda, turist rehberi adaylarının öz yeterlilik algılarının mesleki tutumları üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda araştırmaya ilişkin geliştirilen hipotez aşağıda sunulmuştur.

H1: Turist rehberi adaylarının öz yeterlilik algılarının mesleki tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3. Yöntem

Araştırmada öncelikle çalışmanın değişkenlerini oluşturan öz yeterlilik ve mesleki tutum ile ilgili literatür taraması yapıp kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Uygulama aşamasında veri toplama yöntemlerinden olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Uygulanan anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin demografik özelliklerini ölçmek (cinsiyet, yaş, sınıf, öğrenim şekli, bölümü tercih etme şekli, bölüm hakkında bilgi sahibi olma durumu) amacıyla 6 soru yöneltilmiştir.

Anketin ikinci bölümünde, Bosscher ve Smit (1998) tarafından geliştirilen, Uçar (2018) tarafından turizm sektörü çalışanlarına uyarlanmış 12 ifadeden oluşan öz yeterlilik ölçeğinden yararlanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde, turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin Üstüner (2006) tarafından geliştirilen, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları Terzi ve Tezci (2007) tarafından yapılmış, Şahin ve Acun (2016) tarafından turizm rehberliği öğrencilerine uyarlanmış 34 ifadeyi içeren mesleki tutum ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu ölçeğin derecelendirmesi de 5'li Likert derecelemesi olarak kullanılmış olup ölçekteki ifadeler; 1: Hiç Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Orta Düzeyde Katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Tamamıyla Katılıyorum" şeklinde sıralanmıştır.

Ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi incelendiğinde, özyeterlilik ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,81 iken; mesleki tutum ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,97 olarak hesaplanmıştır. Kalaycı (2017: 405) güvenilirlik kat sayısını alfa kat sayısına bağlı olarak yorumlamış ve $0.80 \leq \alpha \leq 1.00$ ise ölçek yüksek oranda güvenilirdir şeklinde yorumlamıştır. Bu bilgiye dayanarak her iki ölçek için güvenilirlik düzeylerinin çok yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Turizm Rehberliği bölümünde toplam 501 öğrenci bulunmaktadır. Evrenin tamamına ulaşılması

mümkün olduğundan dolayı, öğrencilerin mevcudu kadar anket çoğaltılarak öğrencilere dağıtılmıştır. Sınıf mevcutlarına göre 1. sınıf için 56 öğrenci, 2. sınıf için 100 öğrenci, 3. sınıf için 95 öğrenci ve 4. sınıf için 64 öğrenci anketi doldurmuştur. Eksik ve hatalı olan 10 anket değerlendirme dışında tutulara toplam 315 anket değerlendirilmeye alınmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

Araştırma kapsamında toplanan anketler paket programlar vasıtasıyla analize tabi tutulmuştur. İlk olarak, demografik özelliklerle ilgili verilere yer verilmiştir. Tablo 1’de yer alan demografik özellikler incelendiğinde, öğrencilerin %63,8’i kadın, %36,2’si ise erkektir. Sınıflara göre incelendiğinde, öğrencilerin %17,8’i 1. sınıf, %31,7’si 2. sınıf, %30,2’si 3. sınıf ve %20,3’ü ise 4. sınıf olarak belirlenmiştir. Bölümü tercih etme şekline göre öğrencilerin %72,4’ü bölümü isteyerek seçerken, %27,6’sı ise turizm rehberliği bölümünü isteyerek seçmediğini ifade etmiştir. Bu sonuç Kabakulak (2019) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarıyla uyumluluk göstermektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Değişkenler	f	%	Sınıfınız	Değişkenler	f	%
	Kadın		201		63,8	1	56
Erkek		114	36,2	2	100	31,7	
Bölümü Tercih Etme Şekliniz	İsteyerek seçtim	228	72,4	3	95	30,2	
	İsteyerek seçmedim	87	27,6	4	64	20,3	
Toplam		315	%100	Toplam	315	%100	

Turist rehberi adaylarının öz yeterlik ölçeğinde yer alan ifadeler verdikleri cevaplar Tablo 2’de gösterilmiştir. Ölçekte yer alan her bir ifadeye ait yüzde, frekans ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Ayrıca öz yeterlik ölçeğinde yer alan bazı ifadeler ters kodlama yapılmış ve ters kodlanan ifadeler (T) şeklinde gösterilmiştir.

Tablo 2’ye göre öz yeterlik ölçeğinde ($\bar{x}=3,80$) yer alan ifadeler içinde en olumlu değerlendirilen ifadeler “çok zor görünen yeni şeyleri öğrenmeye çalışmaktan kaçınıyorum” ve “bir şey yapmaya karar verdiğimde doğrudan o iş üzerinde çalışmaya başlarım” olmuştur. Her iki ifadenin ortalaması ($\bar{x}=4,08$) olarak saptanmıştır. Öz yeterlik ölçeğindeki “Çok zor görünen yeni şeyleri öğrenmeye çalışmaktan kaçınıyorum” ifadesine turist rehberleri adayları bu ifadeye %1,3’ü “hiç katılmıyorum”, %6,0’sı “katılmıyorum”, %16,8’i “orta düzeyde katılıyorum”, %34,0’ü “çok katılıyorum”, %41,3’ü ise “tamamıyla katılıyorum” şeklinde cevap verdikleri anlaşılmaktadır. Ortalaması yüksek olan “bir şey yapmaya karar verdiğimde doğrudan o iş üzerinde çalışmaya başlarım” ifadesine ise turist rehberi adayları, ifadeye %1,3’ü “hiç katılmıyorum”, %6,3’ü “katılmıyorum”, %17,1’i “orta düzeyde katılıyorum”, %35,6’sı “çok katılıyorum”, %40,3’ü ise “tamamıyla katılıyorum” şeklinde cevap verdikleri belirlenmiştir. Ölçekte yer alan en düşük ortalamaya sahip ifade ise “hoşlanmadığım bir şeyi yapmak durumunda kaldığımda bitirene kadar o işte ısrarcı olurum” olarak bulunmuştur. Bu ifadeye ise turist rehberi adaylarının %8,6’sı “hiç katılmıyorum”, %11,4’ü “katılmıyorum”, %17,1’i “orta düzeyde katılıyorum”, %24,4’ü “çok katılıyorum”, %20,6’sı ise “tamamıyla katılıyorum” şeklinde cevaplamıştır. Bu araştırmanın sonucu, Ulusoy (2017) tarafından turist rehberlerinin öz yeterliklerini araştırdığı çalışmanın sonucuyla ve Katırcıoğlu & Kabakulak (2020)’in araştırma sonucuyla benzerlik göstermektedir. Uçar’ın (2018) bir otel zincirine ait dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin farklı pozisyonlarında görev yapan işgörenler üzerine yaptığı araştırma sonucuyla ($\bar{x}=3,95$) bu çalışma sonucu örtüşmektedir. Çınar ve Yenipınar (2018)’in turizm rehberliği öğrencilerinin genel öz yeterlik algılarını ölçtüğü çalışmanın sonucuyla ise kısmen benzerlik göstermektedir.

Tablo 2: Katılımcıların Öz Yeterlik Ölçeğine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları ile Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Öz Yeterlik Ölçeği	Dağılım	Kesinlikle Katılmıyorum (1)					\bar{X}	ss.
		Kesinlikle Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Orta Düzeyde Katılıyorum (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle Katılıyorum (5)		
Eğer bir şey çok karmaşık görünürse denemeye bile yeltenmem. (T)	f	7	19	95	90	104	3,84	1,02
	%	2,2	6,0	30,2	28,6	33,0		
Çok zor görünen yeni şeyleri öğrenmeye çalışmaktan kaçınıyorum. (T)	f	4	20	54	107	130	4,08	0,97
	%	1,3	6,3	17,1	34,0	41,3		
Yeni bir şey öğrenmeye çalışırken, eğer başlangıçta başarılı olmazsam hemen vazgeçerim.	f	4	21	69	81	140	4,05	1,02
	%	1,3	6,7	21,9	25,7	44,4		
Plan yaptığımda, o planı hayata geçirebileceğimden eminimdir.	f	14	19	90	110	82	3,72	1,05
	%	4,4	6,0	28,6	34,9	26,0		
Eğer bir işi ilk denemede yapamazsam başarana kadar denemeye devam ederim.	f	6	18	73	107	111	3,95	0,99
	%	1,9	5,7	23,2	34,0	35,2		
Hoşlanmadığım bir şeyi yapmak durumunda kaldığımda bitirene kadar o işte ısrarcı olurum.	f	27	36	110	77	65	3,37	1,18
	%	8,6	11,4	34,9	24,4	20,6		
Bir şey yapmaya karar verdiğimde doğrudan o iş üzerinde çalışmaya başlarım.	f	4	19	53	112	127	4,08	0,96
	%	1,3	6,0	16,8	35,6	40,3		
Başarısızlık beni sadece daha azimli bir şekilde denemeye yöneltir.	f	6	32	99	77	101	3,75	1,07
	%	1,9	10,2	31,4	24,4	32,1		
Kendim için önemli hedefler belirlediğimde bu hedeflere nadiren ulaşıyorum. (T)	f	18	37	97	106	57	3,47	1,09
	%	5,7	11,7	30,8	33,7	18,1		
Hayatımda karşılaştığım çoğu problemi halletme konusunda kendimi kabiliyetli görmüyorum. (T)	f	28	38	69	66	114	3,63	1,31
	%	8,9	12,1	21,9	21,0	36,2		
Beklenmeyen sorunlar oluştuğunda onları çok iyi halledemem. (T)	f	15	21	80	107	92	3,76	1,09
	%	4,8	6,7	25,4	34,0	29,2		
Bir şeyler yapma kabiliyetim konusunda kendimi güvensiz hissedirim. (T)	f	8	25	75	84	123	3,92	1,08
	%	2,5	7,9	23,8	26,7	39,0		

***T: Ters Kodlama**

Katılımcıların rehberlik mesleğine yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik uygulanan tutum ölçeğindeki her bir ifadeye ilişkin frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine Tablo 3’de ayrıntılı olarak yer verilmektedir. Tablo 3’e göre, mesleki tutum ölçeğinde ($=3,66$) yer alan “rehberlik yapan kişilerle sohbet etmekten hoşlanırım” ifadesine verdikleri cevaplar incelenmiştir. Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin bu ifadeye %4,4’ü “hiç katılmıyorum”, %4,8’i “katılmıyorum”, %13,0’ü “orta düzeyde katılıyorum”, %19,4’ü “çok katılıyorum”, %58,4’ü ise “tamamıyla katılıyorum” şeklinde cevap verdikleri anlaşılmaktadır. İlgili ifadeye ilişkin aritmetik ortalama değeri ($=4,23$) ise rehberlik bölümü öğrencilerinin bu konuya ilişkin görüşlerinin mesleki tutum ölçeğinin diğer ifadelerine göre daha yüksek değerlendirilen ifade olduğunu gösterdiğinden en olumlu ifade olduğu söylenebilir. Bu sonuç, Şahin ve Acun (2016), Kabakulak (2018), Pelit ve Kabakulak (2019b) tarafından yapılan araştırma sonucuyla örtüşmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların Turist Rehberliği Mesleğine Yönelik Tutumlarına İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları ile Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Rehberlik Mesleğine Yönelik Tutum	Dağılım	Likert Skalası					X̄	ss.
		Hiç (1)	Az (2)	Orta (3)	Çok (4)	Tamamıyla (5)		
Rehberlik mesleği bana sıkıcı geliyor.	f	161	69	53	18	14	1,90	1,14
	%	51,1	21,9	16,8	5,7	4,4		
Rehber olmayı kendime yakıştırıyorum	f	19	33	63	48	152	3,89	1,28
	%	6,0	10,5	20,0	15,2	48,3		
Tekrar bir meslek tercihinde bulunmam gerekse rehberliği tercih ederim.	f	71	41	87	56	60	2,98	1,40
	%	22,5	13,0	27,6	17,8	19,0		
Rehberliğin yaşam tarzıma uygun olduğunu düşünüyorum.	f	41	36	74	76	88	3,43	1,34
	%	13,0	11,4	23,5	24,1	27,9		
Rehberliğin kişiliğime uygun olduğunu düşünüyorum.	f	26	40	62	70	117	3,67	1,31
	%	8,3	12,7	19,7	22,2	37,1		
Rehberlik mesleğini seçtiğime pişman olmadım.	f	30	22	79	70	114	3,69	1,28
	%	9,5	7,0	25,1	22,2	36,2		
Rehberlikte başarılı olduğuma inanıyorum.	f	23	44	99	70	79	3,44	1,21
	%	7,3	14,0	31,4	22,2	25,1		
Rehberlik mesleğini seçmiş olmaktan hoşnudum.	f	27	33	77	72	106	3,63	1,27
	%	8,6	10,5	24,4	22,9	33,7		
Rehberlik mesleğinde karşılaşılaçağım zorlukları aşabileceğime inanıyorum.	f	18	29	67	105	96	3,74	1,15
	%	5,7	9,2	21,3	33,3	30,5		
Zor şartlar altında dahi rehberlik yapmak isterim.	f	46	52	74	67	76	3,24	1,37
	%	14,6	16,5	23,5	21,3	24,1		
Rehberlik mesleğinin gereklilikleri konusunda kendime güveniyorum.	f	17	35	81	82	100	3,68	1,18
	%	5,4	11,1	25,7	26,0	31,7		
Rehberliğe karşı özel bir yeteneğim olduğu kanısındayım.	f	36	51	82	78	68	3,29	1,28
	%	11,4	16,2	26,0	24,8	21,6		
Rehberliğin bana uygun bir meslek olduğunu düşünüyorum.	f	31	42	67	79	96	3,53	1,31
	%	9,8	13,3	21,3	25,1	30,5		
Rehberliğin bir şeyler üretip yaratmam için bana fırsatlar vereceğini düşünüyorum.	f	20	34	60	92	109	3,75	1,21
	%	6,3	10,8	19,0	29,2	34,6		
Rehberliği profesyonel bir şekilde yürütebileceğime inanıyorum.	f	23	46	69	75	102	3,59	1,27
	%	7,3	14,6	21,9	23,8	32,4		
İnsanlara gezdikleri bölgeyi tanıttıkları olma düşüncesi beni mutlu ediyor.	f	17	25	51	59	163	4,03	1,21
	%	5,4	7,9	16,2	18,7	51,7		
Rehberlik yapan insanlara sempati duyarım.	f	14	13	52	56	180	4,19	1,12
	%	4,4	4,1	16,5	17,8	57,1		
Rehber olduğumu düşünmek beni mutlu ediyor.	f	16	29	59	43	168	4,01	1,24
	%	5,1	9,2	18,7	13,7	53,3		
Bir meslek tercihi etme durumunda olanlara rehberliği tavsiye ederim.	f	28	41	78	63	105	3,56	1,30
	%	8,9	13,0	24,8	20,0	33,3		
Rehberliğin çalışma koşulları bana çekici geliyor.	f	36	44	70	60	105	3,49	1,37
	%	11,4	14,0	22,2	19,0	33,3		
Rehberlik yapan kişilerle sohbet etmekten hoşlanırım.	f	14	15	41	61	184	4,23	1,12
	%	4,4	4,8	13,0	19,4	58,4		
Bilgili ve yeterli bir rehber olduğumu düşünüyorum.	f	46	64	109	48	48	2,96	1,24
	%	14,6	20,3	34,6	15,2	15,2		
Rehberliğin toplumda bana saygınlık kazandıracığına inanıyorum.	f	19	25	60	65	146	3,93	1,23
	%	6,0	7,9	19,0	20,6	46,3		
Rehberlik mesleğinin bana sıkıntılar yaşatmasından endişe duyuyorum.	f	27	51	108	63	66	3,29	1,21
	%	8,6	16,2	34,3	20,0	21,0		
Rehberlik mesleğinin devamlılığı bana güven veriyor.	f	32	20	87	81	95	3,59	1,25
	%	10,2	6,3	27,6	25,7	30,2		
Rehberlik mesleğinde yapabileceğim çok şey olduğunu düşünüyorum.	f	19	24	60	75	137	3,91	1,21
	%	6,0	7,6	19,0	23,8	43,5		
Rehberlik mesleğini yerine getirirken başarılı olmayı önemserim.	f	17	14	46	68	170	4,14	1,15
	%	5,4	4,4	14,6	21,6	54,0		
Rehberlik mesleği ile ilgili konularda konuşur, tartışırım.	f	22	26	68	69	130	3,82	1,24
	%	7,0	8,3	21,6	21,9	41,3		
Halen gerçekleştirdiğim rehberlik mesleğini isteyerek seçtim.	f	31	38	64	68	114	3,62	1,34
	%	9,8	12,1	20,3	21,6	36,2		
Rehberlik mesleğini yaparak, muhataplarıma vereceğim bilgileri gurur verici buluyorum.	f	17	23	56	62	157	4,01	1,20
	%	5,4	7,3	17,8	19,7	49,8		
Rehberlik mesleği ile ilgili konularda konuşmaktan hoşlanırım.	f	20	24	58	58	155	3,97	1,24
	%	6,3	7,6	18,4	18,4	49,2		
Rehberlik mesleğine çevre tarafından yeterli değerin verildiğine inanıyorum.	f	73	51	86	42	63	2,91	1,42
	%	23,2	16,2	27,3	13,3	20,0		
Genel							3,66	

Ölçekteki en düşük ortalamaya sahip ifade “Rehberlik mesleği bana sıkıcı geliyor” olduğu belirlenmiştir. Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin bu ifadeye %51,1’i “hiç katılmıyorum”, %21,9’u “az katılıyorum”, %16,8’i “orta düzeyde katılıyorum”, %5,7’si “çok katılıyorum”, %4,4’ü ise “tamamıyla katılıyorum” şeklinde cevap verdikleri anlaşılmaktadır. İlgili ifadenin aritmetik ortalaması (=1,90) olarak ortaya çıkmıştır. Bu sonuç Roney ve Öztin (2007) tarafından turizm lisans öğrencileri üzerine yapılan çalışmanın sonucuyla ve Kabakulak (2018) ile Pelit ve Kabakulak (2019b) tarafından turizm rehberliği öğrencileri üzerine yapılan çalışmanın sonuçlarıyla örtüşmektedir. Mesleki tutum ölçeğinin genel ortalaması (=3,66) olarak bulunmuştur. Turizm rehberliği öğrencilerinin rehberlik mesleğini genel olarak olumlu değerlendirdikleri ve turist rehberliği mesleğinde kariyer yapma istekleri olduğu da ifade edilebilir. Bu sonuç Tolga, Korkmaz ve Atay (2015), Şahin ve Acun (2016), Eser (2017), Pelit ve Kabakulak (2019a) ile Pelit ve Kabakulak (2019b) tarafından yapılan tutum çalışmalarının sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin mesleki tutum ölçeğine verdikleri cevaplar hakkında genel bir değerlendirme yapıldığında, turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin mesleki tutumlarının orta düzeyin biraz üzerinde olduğu ifade edilebilir.

Tablo 4: Öz Yeterlik ile Mesleki Tutum Arasındaki Korelasyon Matrisi

Ölçekler		Mesleki Tutum
Öz Yeterlik	r	0,457**
	p	0,000

** : $p < 0,01$; r: Korelasyon Kat Sayısı; p: Anlamlılık Düzeyi.

Araştırmada turist rehberlerinin öz yeterlik algıları ile mesleki tutumları arasındaki Pearson korelasyon analizi sonuçları Tablo 4’de sunulmuştur. Pearson korelasyon analizinin sonuçlarına göre, öz yeterlik ile mesleki tutum arasında anlamlı ve pozitif ilişki bulunmuştur. Bu kapsamda, öz yeterlik ile mesleki tutum ($r=0,457$; $p < 0,01$) arasında pozitif, anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur ($0,40 < r < 0,60$). Doğan vd., (2019) tarafından Gazi ve Atatürk üniversitelerinde yer alan Spor ve Turizm Fakülteleri öğrencilerinin öz yeterlik ile mesleki tutumları üzerine yaptıkları araştırmada mesleki tutum ile öz yeterlik ($r=0,452$; $p < 0,01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç araştırma sonucu ile örtüşmektedir. Üstüner vd., (2009) öğretmen adayları üzerine yaptıkları çalışmada da benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Öğretmen adaylarının öz yeterlik inançları ile mesleki tutumları ($r=0,280$; $p < 0,05$) arasında pozitif, anlamlı ve düşük düzeyde bir ilişki (orta düzeye yakın) bulunmuştur. Genel olarak değerlendirildiğinde, öz yeterlik algıları yüksek olan turist rehberliği öğrencilerinin mesleki tutumlarının da yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 5: Öz Yeterliğin Mesleki Tutum Üzerindeki Etkiye Ait Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	b_j	$S(b_j)$	t	p	ANOVA
Sabit	0,962	0,301	3,195	0,002	F=82,788
Öz Yeterlik	0,711	0,078	9,099	0,000	p=0,000*

Bağımlı Değişken: Mesleki Tutum (MT) * $p < 0,05$; b_j : Beta Katsayı; $S(b_j)$: Standart Hata

Tablo 5’teki regresyon analizi sonucundan elde edilen bulgulara göre, öz yeterlik ile mesleki tutum arasındaki regresyon modeli üzerinde istatistiksel olarak etkisinin önem arz ettiği ifade edilebilir ($p < 0,05$). Bağımlı değişken (mesleki tutum) ile bağımsız değişken (öz yeterlik) arasındaki ilişkiye ait basit doğrusal regresyon modeli aşağıda verilmiştir:

$$MT= 0,962 + 0,711.ÖY$$

Kurulan söz konusu modele göre, öz yeterlikte bir birim artış turist rehberi adaylarının mesleki tutumlarında 0,71 artış yaratmaktadır. Turist rehberleri adaylarının öz yeterlik ($p=0,000$) algıları arttıkça mesleki tutumları da pozitif ve olumlu yönde artmaktadır. Gerçekleştirilen korelasyon ve regresyon analizleri sonucunda bu araştırmaya ilişkin; “H1: Turist rehberi adaylarının öz yeterlik algılarının mesleki tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” şeklinde geliştirilen araştırma hipotezi desteklenmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Çalışmada yapılan analizler sonucunda, turist rehberi adaylarının öz yeterlik algılarının mesleki tutumları üzerindeki etkisi ortaya konmaya çalışılmıştır. Turist rehberi adaylarının öz yeterlik algıları ve mesleki tutumları orta düzeyin biraz üzerinde çıkmıştır. Yapılan analizler sonucunda, çalışmaya katılan turist rehberi adaylarının mesleğe yönelik olumlu tutumlara sahip olduğunu belirtmek mümkündür. Bu sonuç da turist rehberi olacak adayların, mesleğe yönelik görüşlerinin olduğunu göstermektedir. Ayrıca, çalışmada öz yeterlik ve mesleki tutum arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bu durum, turist rehberi adaylarının öz yeterlik algılarının artmasına bağlı olarak, mesleki tutumlarının da artacağı şeklinde yorumlanabilmektedir.

Çalışma sonucunda, bir takım önerilerde bulunulabilir. Öz yeterlik ve mesleki tutum geliştirilebilen kavramlardır. Öğrencilerin öz yeterlik algılarının geliştirilebilmesi için, eğitim aldıkları yerlerde faaliyetler (işbaşı eğitim programları, psiko-eğitim programları vb.) düzenlenebilir. Mesleğe yönelik olumsuz tutumları olan öğrencilerin tutumlarının olumluya çevrilmesi de mümkündür. Bunun için ise öğrencilerin eğitim aldıkları kurumlarda seminerler ya da mesleğinde belli bir seviyeye gelmiş turist rehberleri davet edilerek, meslek hakkında öğrencilere bilgi verilebilir. Öğrencilerin eğitim aldıkları yerlerdeki akademik danışmanları ve sektörden tanıdıkları kişiler de bireylerin mesleğe olan tutumlarını etkileyebilmektedir. Bundan dolayı, öğrencilere mesleği sevdirmek için verilen eğitimin sektörle uyumlu bir şekilde anlatılması gerekmektedir. Bu durum için, akademi-sektör işbirliği önem taşımaktadır. Akademi ve sektör bir araya gelerek, turist rehberi adaylarının mesleğe yönelik tutumlarının geliştirilmesi için bir takım faaliyetler düzenleyebilir. Öğrencilerin tecrübeli turist rehberleriyle buluşmaları sağlanarak meslek hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanabilir.

Gelecekte öz yeterlik ve mesleki tutum ile ilgili değişkenlerle çalışma yapacak araştırmacılar farklı değişkenlerle yeni çalışmalar gerçekleştirebilir. Bu çalışma Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla gelecekte konuyla ilgili çalışma yapacak olan araştırmacılar, diğer üniversitelerdeki turizm rehberliği bölümü öğrencilerine aynı çalışmayı uygulayabilir ve araştırma sonuçları karşılaştırılarak üniversiteler ve bölümler arasında kıyaslamalar yapılabilir. Ayrıca turizm rehberliği öğrencilerinin öz yeterlik algıları ve mesleki tutumları belirli aralıklarla farklı üniversitelerde ölçülerek öğrencilerin algı ve tutumlarına ilişkin bir yol haritası çıkarılarak ilgililere uygun öneriler getirilebilir.

6. Kaynakça

Akgündüz, Y. (2013). Konaklama İşletmelerinde İş Doyumu, Yaşam Doyumu ve Öz Yeterlilik Arasındaki İlişkinin Analizi. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1), 180-204.

Arseven, A. (2016). Öz Yeterlilik: Bir Kavram Analizi / Self-Efficacy: A Concept Analysis. Turkish Studies -International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 11(19), 63-80.

Bandura, A. & Adams, E. N. (1977). Analysis of Self-Efficacy Theory of Behavioral Change. *Cognitive Therapy and Research*, 1(4), 287-310.

Çetinkaya, F. (2019). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Öz Yeterlik İnançları ile Öğretmenlik Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çınar, B. ve Yenipınar, U. (2018). Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinde Genel Özyeterlilik Algısı, Mesleki Kaygı ve Mesleği Yapma Niyeti İlişkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Çöp, S. ve Topçu, M. (2019). Öz Yeterliliğin Yaratıcı Kişilik Üzerine Etkisinde, Psikolojik Güçlendirmenin Aracılık Rolü: İstanbul'daki 4-5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 2354-2370.

Doğar, Y., Bedir, F., Bedir, D., Erhan, S. E. & Şen, İ. (2019). Investigation of the Self-efficacy and Occupational Attitude of Students of the Recreation Department of Tourism and Sport Sciences Faculties of Gazi and Atatürk Universities, Turkey. *Academic Journals*, 14(2), 44-50.

Ergun Giderler, N. D., Giderler, C. ve Baran, H. (2017). Öz Yeterlilik ve Kontrol Odağının Bireylerin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 736-747.

Eser, S. (2017). Kişilik Özelliklerinin Mesleğe Yönelik Tutuma Etkisinde Öğrenme Stilleri ve Akademik Motivasyonun Aracılık Rolü: Lisans Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Evers, W. J. G., Brouwers, A. & Tomic, W. (2002). Burnout and Self-efficacy: A study on Teachers' Beliefs when Implementing an Innovative Educational System in the Netherlands. *British Journal of Educational Psychology*, 72, 227-243.

İpek, S. (2015). Temel Eğitimde Görev Yapan Öğretmenlerin Sınıf Yönetimi Öz-Yeterlik İnançları ve Mesleki Tutumları (Rize İli Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Avrasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

Kabakulak, A. (2018). Kişilik Özelliklerinin Mesleki Tutum ve İş Doyumuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

Kabakulak, A. (2019). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin İletişim Becerileri Üzerine Bir Araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği, *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(1), 18-30.

Katırcıoğlu, E. ve Kabakulak, A. (2020). Öz Yeterliliğin İş Özerkliği Üzerindeki Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 3(1), 32-43. DOI: 10.34090/tured.740219.

- Kusluvan, S. & Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students towards Working in the Tourism Industry in Turkey. *Tourism Management*, 21, 251-269.
- Pelit, E., & Kabakulak, A. (2019a). Effects of Tourist Guides Personal Traits on Job Attitude and Job Satisfaction A Study in Turkey. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 8(3), 364–381.
- Pelit, E., ve Kabakulak, A. (2019b). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarının Kariyer Yapma İstekleri Üzerine Etkisi Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği. Presented at the Innovation and Global Issues Congress V, Ankara.
- Roney, S. A. & Öztin P. (2007). Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6(1), 4-17.
- Şahin, S. ve Acun, A. (2016). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleğe Yönelik Tutumları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 563-580. <https://dx.doi.org/10.21547/jss.256711>.
- Temizkan, M. (2008). Türkçe Öğretmeni Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumları Üzerine Bir Araştırma. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(3), 461-486.
- Terzi, A. R. ve Tezci, E. (2007). Necatibey Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutumları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 52 (52), 593-614.
- Tolga, Ö., Korkmaz, H. ve Atay, L. (2015). Lisans Düzeyindeki Turist Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(2), 26-41.
- Uçar, Ö. (2018). İşgörenlerin Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik Tarzları Algılamaları ile Öz-Yeterlilikleri Arasındaki İlişkide Yöneticiye Duyulan Güvenin Aracılık Rolü: Bir Zincir Otel Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Udayar, S., Fiori, M. & Bausseron, E. (2020). Emotional Intelligence and Performance in a Stressful Task: The Mediating Role of Self-Efficacy. *Personality and Individual Differences*, 156, 1-6.
- Ulusoy, H. (2017). Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Öz-yeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Üngüren, E. ve Ercan, A. (2015). Sessizleşen Örgütlerde Öz Yeterlilik Algısının Rolü: Alanya'daki Konaklama İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 115-156.
- Üstüner, M., Demirtaş, H. ve Cömert, M. (2009). The Attitudes of Prospective Teachers towards the Profession of Teaching (The case of İnönü University, Faculty of Education). *Education and Science*, 34 (151), 140-155.
- Yıldırım, F. & İlhan, İ. Ö. (2010). The Validity and Reliability of the General Self-Efficacy Scale Turkish Form. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(4), 1-7.

TURİST REHBERLİĞİ YURT İÇİ UYGULAMA GEZİLERİNİN HİZMET KALİTESİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

<p>Arş. Gör. Dr. Zeynep ÇOKAL Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi zeynepkabaoglu@nevsehir.edu.tr</p>	<p>Berfin KESKİN Turist Rehberi berfinkeskin@outlook.com.tr</p>	<p>* Arş. Gör. Aybüke ÖZSOY Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi aybuke.ozsoy@nevsehir.edu.tr</p>
--	---	--

ÖZET

Ülkelerinin kültür elçileri konumunda olan turist rehberlerinin bilgi ve deneyimleri ülke imajının oluşmasında ve turistlerin turlardan memnun ayrılmasında en önemli etkenlerdendir. Bu bilgi ve deneyim ise sektöre yeni adım atmış olan turist rehberlerine eğitimleri sürecinde kazandırılmaya çalışılmaktadır. Yoğun teorik eğitimleri ön lisans, lisans veya yüksek lisans eğitimleri sürecinde alan turist rehberi adayları mesleğin en önemli ayaklarından biri olan uygulama deneyimini ise turist rehberliği uygulama gezisi sürecinde elde etmektedir. Ayrıca turist rehberliği meslek yasasına göre turist rehberi olma şartlarından biri de uygulama gezisine katılmaktır. Turist rehberi adaylarının uygulama gezilerinde yaşayacakları deneyim ve mesleğine yönelik ilk izlenimlerinin oluşmasından dolayı da uygulama gezileri oldukça önem arz etmektedir. Bu uygulama gezilerinin hizmet kalitesi ise turist rehberi adaylarının deneyimlerini etkilemektedir. Uygulama gezilerinde anlatım yapan eğitmen turist rehberinden, konaklama yapılan işletmeye kadar tüm alınan hizmetler turist rehberi adayının mesleğine bakışımı ve bu uygulamalardan elde edeceği deneyimi etkilemektedir. Bu kapsamda turist rehberliği uygulama gezilerinin hizmet kalitesine yönelik turist rehberi adaylarının değerlendirme yapması uygun olacaktır. Bu çalışmayla turist rehberliği uygulama gezilerinin hizmet kalitesinin Kritik Olaylar Tekniği (KOT) ile ölçülmesi, bununla da turist rehberi adaylarının yaşadıkları memnuniyet ve memnuniyetsizlik gibi yaratıcı deneyimlerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. KOT, turistler ile işletme çalışanları arasında hizmet sunum sürecinde yaşanan memnun edici veya memnuniyetsizlik yaratıcı deneyimlerin bireylerin kendi anlatımları ile toplanması ve kategorileştirilmesine dayanan nitel bir veri toplama yöntemidir. Bu çalışmada ise hizmet alan olarak turist rehberi adayları, işletme çalışanları olarak ise uygulama gezisi sürecinde hizmet alınan işletmelerin çalışanları ve uygulama gezisinin yürütülmesini sağlayan hizmet vericiler ele alınmaktadır. Bu amaçla 2019 yılında turist rehberliği uygulama gezisine katılan 65 turist rehberi adayından kritik olay toplanmıştır. Toplanan kritik olaylar memnuniyet verici ve memnuniyetsizlik yaratıcı kritik olaylar olarak kategorize edilmiştir. Böylece uygulama gezilerinin hizmet kalitesi konusundaki mevcut durumu ölçülmeye ve yaşanan aksaklıklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu sayede yapılan uygulama gezilerinde hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için neler yapılması gerektiği konusunda somut ipuçları ortaya konulmuştur.

Anahtar kelimeler: Turist Rehberliği, Uygulama Gezisi, Hizmet Kalitesi, Kritik Olaylar Tekniği

ABSTRACT

The knowledge and experience of the tourist guides, who are the cultural ambassadors of their countries, are the most important factors in the formation of the country's image and the satisfaction of the tourists from the tours. This knowledge and experience is tried to be gained to the tourist guides who have just stepped into the sector

* Sorumlu Yazar

during their education. The tourist guide candidates who take intensive theoretical trainings in the course of associate degree, undergraduate or graduate education acquire the practical experience, which is one of the most important pillars of the profession, during the tourist guide practice tour. In addition, one of the conditions of being a tourist guide according to the tourist guiding profession law is to participate in the practice tour. Practice tours are also very important due to the first impressions of the tourist guide candidates' experience and profession. The service quality of these practice trips affects the experience of the tourist guide candidates. All the services received, from the instructor tourist guide who teaches on the practice trips to the accommodation businesses, affect the view of the tourist guide candidate's view of profession and the experience they will gain from these practices. In this context, it will be appropriate for the tourist guide candidates to evaluate the service quality of the practice tours. With this study, it is aimed to measure the service quality of tourist guided practice trips with the Critical Events Technique, and to identify creative experiences such as the satisfaction and dissatisfaction of the tourist guide candidates. KOT is a qualitative data collection method, which is based on the collection and categorization of the satisfied and dissatisfactory experiences between the tourists and the business employees in the service delivery process. KOT is a qualitative data collection method, which is based on the collection and categorization of the satisfied and dissatisfactory experiences between the tourists and the business employees in the service delivery process through individuals' own descriptions. In this study, the candidates for tourist guide as service recipients, the employees of the enterprises that receive service during the practice tour process and the service providers that provide the execution of the practice trip are discussed. For this purpose, critical events were collected from 65 tourist guide candidates who participated in the tourist guide practice tour in 2019. The collected critical events are categorized as satisfying and dissatisfying critical events. Thus, it has been tried to measure the current status of the practice trips on the quality of service and to determine the troubles experienced. In this way, concrete tips on what to do in order to improve the service quality have been put forward.

Keywords: Tourist Guidance, Practice Trip, Service Quality, Critical Events Technique.

Giriş

Bir ülkeyi ziyaret eden turistlere tanıtım yapmak konusunda turizm alanında çalışan herkesin yükümlülükleri bulunmaktadır. Turizm sektörünün vazgeçilmez dinamiklerinden biri olan turist rehberleri de bu konuda en fazla görevi üstlenen kişilerdendir. Turist rehberleri, ev sahibi topluluklar ve ziyaretçiler arasında iletişimi sağlayan temel rolü oynaması nedeniyle oldukça önemlidir (Ap & Wong, 2001). Turist rehberlerinin birer turizm temsilcisi olarak turistlerin memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyetleri üzerindeki etkisinin fark edilmesiyle birlikte hem turist rehberliği eğitimi hem de mesleğe yönelik yapılan düzenlemeler ve geliştirmeler konusu daha önemli hale gelmeye başlanmıştır. Ülkeyi ziyaret eden turistlerin memnun ayrılmalarına doğrudan katkısı bulunan turist rehberlerinin eğitimine yönelik çalışmalar da benzer şekilde son yıllarda daha önemli hale gelmeye başlamıştır. Turist rehberliği mesleği, geniş bir bilgi birikimi ve bunun ötesinde çok yönlü bir eğitim gerektirmektedir (Ahipaşaoğlu, 1999). Bu doğrultuda turist rehberi adayları, turist pazarının ihtiyaç ve isteklerine göre ve gelen ziyaretçileri dikkate alınarak özenle hazırlanmalıdır (Lovrentjev, 2015: 556). Turist rehberi ülkelerin; coğrafik yapısına, tarihi yaşanmışlıklarına, kendine özgü kültür çeşitliliğine, sosyal ve demografik yapısına, ekonomik ve siyasal durumuna iyi derecede hakim olmak zorundadır. Turistin ziyaret edilen bölge ile alakalı her türlü merakını karşılayabilecek potansiyele sahip olmak, yöreye ilgili ulaşım, konaklama ve diğer hizmetlere ilişkin bilgi sahibi olmak rehberin sorumlulukları arasındadır. Bir turist rehberi, birden çok yabancı dil becerisinin yanında, tarih, coğrafya ve kültürle ilgili belirli oranda bilgiye sahibi olmalıdır (Prakash ve Chowdhary, 2010).

Turist rehberi adaylarının, aldıkları teorik eğitimin yanında, yasal olarak turist rehberi unvanını kazanabilmesi için uygulama gezisine katılması gerekmektedir. Bu uygulama gezileri teorik olarak verilen eğitimin daha iyi pekiştirilmesini ve öğrenilenlerin pratiğe dönüştürülmesini sağlaması açısından önemlidir. Turist rehberliği eğitiminin bir parçası olan uygulama gezilerinin temel amacı, turist rehberinin turizm sektörüne ve mesleğe ilişkin her konuda bilgi ve deneyim sahibi olmasını sağlamaktır. Bu gezilerin hizmet kalitesi ise turist rehberi adaylarının mesleğe bakışını, sektöre yönelik tutumunu ve hatta mesleği ileride yapıp yapmayacağını bile etkilemektedir. Bu bağlamda, turist rehberliği uygulama gezilerinin hizmet kalitesinin ortaya konulması oldukça önem arz etmektedir. Hizmet kalitesini ölçmeye dayalı yapılan çalışmalar incelendiğinde, ölçme araçlarının en önemli kısıtı, ölçekte kullanılan ifadelerin yanıtlayıcıların deneyimlerini aktarmada yetersiz kalmasıdır. Kritik Olaylar Tekniği (KOT) bu açıdan araştırmacılara avantaj sağlamaktadır. Bu teknikte yanıtlayıcılar ile doğrudan görüşülerek kendi ifadeleriyle spesifik olayları tanımlamaları ve olayla ilgili bütün ayrıntıları anlatmaları istenmektedir ve böylelikle sorun daha iyi bir biçimde anlaşılabilir ve gelecekte oluşabilecek benzer problemlerde araştırmacılara yardım etmektedir (Flanagan, 1954).

Turist rehberlerinin eğitim sürecinde daha fazla deneyim sağlamasına imkan tanıyan uygulama gezilerindeki memnuniyetin belirlenmesi, hem sektörün beklentilerini fark etmek hususunda hem de rehberlik mesleği ile ilgili çok yönlü bir tecrübe edinmeyi amaç edinmiş rehber adaylarının isteklerinin öğrenilmesi konusunda önemlidir. Bu çalışmanın amacı, turist rehberliği uygulama gezilerinin hizmet kalitesinin Kritik Olaylar Tekniği (KOT) ile ölçülmesi, böylelikle turist rehberi adaylarının yaşadıkları memnuniyet ve memnuniyetsizlik gibi yaratıcı deneyimlerin tespit edilmesidir. Çalışmada hizmet alan olarak turist rehberi adayları, işletme çalışanları olarak ise uygulama gezisi sürecinde hizmet alınan işletmelerin çalışanları ve uygulama gezisinin yürütülmesini sağlayan hizmet vericiler ele alınmaktadır.

1. Literatür

1.1. Uygulama Gezisi

6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca Turist Rehberliği mesleğine hak kazanabilmek için gereken koşullardan birisi de, "birlik tarafından bakanlığın gözetim ve denetimi altında düzenlenen uygulama eğitim gezisini tamamlamak ve gezi sonunda düzenlenecek sınavda başarılı olmak"tır (Madde 3/d). Turist rehberliği uygulama gezisi, turist rehberi adaylarının mesleği icra edebilmesi için sağlaması gereken ön şartlardan birisi olup, teorik anlamda aldıkları eğitimi pratikleştirmek üzere yapılan önemli bir uygulamadır. Öğrencilerin mesleğe başlamadan önce atıldıkları ilk deneyim olan uygulama gezileri aracılığıyla öğrenciler mesleğin ne şekilde icra edildiğini bizzat deneyimleyerek öğrenmektedir (Güzel, Altıntaş ve Şahin, 2017). Bunun yansısı turist rehberi adayları, bu geziler esnasında rehberlik mesleğiyle alakalı pratik bilgiler elde ederken bir turist bakışıyla da turdaki mevcut olayları gözlemleyebilme imkânı bulmaktadır (Erdem ve Etiz, 2012).

Turist rehberi adaylarının, gezi programı kapsamında belirlenen tarihi ve turistik bölgeleri tanımak ve bilgi sahibi olmak amacıyla Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında gerçekleştirilen yurt içi uygulama gezilerine katılmaları, mesleği icra edebilmeleri için bir zorunluluktur. Bu geziler, ülkesel ya da bölgesel nitelikte sertifika programları için ayrı ayrı düzenlenmektedir. Ülkesel yurt içi uygulama gezisinin süresi en az otuz altı takvim günü, bölgesel yurt içi uygulama gezisinin süresi ise her bir bölge için en az altı takvim günüdür. Ülkesel uygulama gezileri, Turist Rehberleri Birliği tarafınca gerekli gördüğü takdirde bölüm bölüm ayrılarak yapılabilmektedir. Uygulama gezilerinin bütünü tamamlayarak diğer istenen koşulları da yerine getiren adaylar "Ülkesel Turist Rehberi"; uygulama gezilerine bölgesel düzeyde katılıp diğer şartları da sağlayan adaylar ise başarılı oldukları bölgeler için

“Bölgesel Turist Rehberi” olmaya hak kazanmaktadır.

Uygulama gezisi programları, tamamen profesyonel amaca yönelik olarak, öğrencilerin Bakanlık tarafından belirlenen Türkiye'nin önemli tarihi, kültürel ve doğal turistik destinasyonlarını öğrenmesi, aynı zamanda da bu bölgelerde rehberin profesyonel anlamda nasıl mesleğini yerine getirdiğini deneyimlemesi amacıyla, yaz- kış koşulları, gün ışığı, ve benzeri faktörler göz önüne alınarak TUREB yönetim kurulu tarafından hazırlanmaktadır. Uygulama gezilerinin sonunda bir yasal zorunluluk olan gezi bitirme sınavı, her bölge sonunda yapılmaktadır. Güncel olarak Ocak ve Şubat 2020 gezilerinde önceki yıllardan farklı bir biçimde TUREB tarafından adaylara beş bölgeden tek ya da çoklu seçme imkânı tanınmış ve bunun neticesinde otuz altı adet ayrı gezi programı hazırlanmıştır, Uygulama gezilerinde eğitim hizmeti veren eğitmen hocalar, eğitim, bilgi, tecrübe (yasal zorunluluk en az 8 yıl eylemli rehber olmak), mesleki repütasyon, taban yevmiye altına çalışmamak, grup çalışmalarına uyumlu olmak gibi ölçütlere göre TUREB yönetim kurulu tarafınca seçilmektedir (TUREB, 2020).

1.2. Kritik Olaylar Tekniği

Kritik olaylar tekniği (KOT), genellikle bir sistem içinde herhangi bir problem ortaya çıktığında, bunu meydana getiren esas nedenlerin tespit edilmesi amacıyla kullanılmaktadır (The Usability Body of Knowledge, 2020). Bu teknik, John C. Flanagan ve havacılık psikoloji ekibinde bulunan diğer arkadaşları tarafından 1954 yılında nitel bir araştırma yöntemi tekniği olarak geliştirilmiştir. Kritik olaylar tekniği, detaylıca bir biçimde olayların, durumların analizini yapan, kişilerin davranışlarına yoğunlaşan, geleceğe yönelik bir çıkış noktası belirten ve genellenebilirliği olan bir tekniktir. Bunun yanı sıra teknik, sorunun meydana gelmesini önleyen, kayıpları ya da hataları minimize eden yan etmenlerin ne olduğunu saptamak için yararlı görülmektedir (Flanagan, 1954). Literatüre bakıldığında çalışmalarda, kritik olaylar tekniği genellikle hizmet kalitesinin iyileştirilmesi, hataların giderilmesi, çalışan hareketlerinin müşteriler üzerindeki etkilerinin belirlenmesi gibi konularda kullanılmıştır (Öztürk, 2000).

KOT, hizmet alan ve sunan arasında sunum sürecinde meydana gelen memnuniyet ya da memnuniyetsizlik deneyimlerinin, tarafların kendi ifadeleriyle toplanması ve kategorileştirilmesine dayanmaktadır. Kişilere sunulan hizmetler süre zarfında, yaşanan memnuniyet veya aksi durumlar üzerinden içerik analizi yapılarak elde edilen bilgiler kullanılmaktadır (Yılmaz, 2003: 54). Burada önemli bir husus, katılımcıların yaşadıkları memnun edici veya memnuniyetsizlik yaratıcı deneyimleri açık, detaylı ve anlaşılır bir şekilde anlatabilmeleridir. KOT'un hizmet işletmelerindeki uygulamalarına bakıldığında, özellikle çalışan ile müşteri arasında oluşan etkileşimin analiz edilmesinde önemli bilgiler verildiği görülmektedir (Yılmaz, 2018: 93).

Hizmet sürecinde meydana gelen ve taraflar arasında yaşanan kritik olaylar hakkında ayrıntılı bilgiler veren KOT, hizmet kalitesi ölçümünde önemli dönütler sağlayabilmektedir. Bu anlamda çalışma alanını kapsayan ve profesyonel turist rehberliği eğitimi içerisinde yer alan uygulama gezilerindeki hizmet kalitesini KOT tekniği ile ölçmek, sorunu deneyimlemiş kişilerden ve bu sorunun yaşandığını gözlemleyen kişilerden bizzat bilgi edinilmesi açısından daha sağlıklı sonuçlar verebilir. Literatür incelendiğinde turlarda hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amacıyla KOT kullanımının sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Ardiç Yetiş (2018) tarafından, bölgesel turlarda algılanan hizmet kalitesinin turist rehberlerinin bakış açılarıyla ölçülmesine yönelik hazırlanan çalışmada, Nevşehir iline paket turla/ münferit gelen ve bölgesel tura katılan yerli ve yabancı turistler ve tura çıkan turist rehberlerinin hizmet kalitesi algıları KOT ile analiz edilmiştir. Benzer bir şekilde Ardiç Yetiş ve Yılmaz (2019) Nevşehir'de bölgesel tura katılan turistlerin yaşadıkları memnun edici ve memnuniyetsizlik yaratıcı deneyimlerinin KOT ile

tespit etmiştir. Bu çalışmada ise benzer şekilde turist rehberliği uygulama gezilerinin hizmet kalitesi KOT ile değerlendirilmeye çalışılmıştır.

2. Yöntem

Turist rehberliği uygulama gezileri, turist rehberi adaylarının turizm sektörü ve turist rehberliği mesleğiyle ilgili her konuda bilgi sahibi olması amacıyla düzenlenmektedir. Turist rehberi adaylarının mesleğe karşı tutumlarını oldukça etkileyebilecek olan bu eğitimlerde sunulan hizmetin kalitesi de oldukça önemlidir. Bu eğitimlerin hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla araştırmada kritik olaylar tekniği kullanılmıştır. KOT, kritik olaylar ile ilgili veri toplamak ve bu verileri kategorize ederek benzer olayları belirli sınıflara ayırmak amacıyla kullanılan bir tekniktir (Öztürk, 2000: 61). Araştırma kapsamında uygulamalı (ampirik) araştırma yaklaşımlarından yararlanılmıştır. Kullanılan yöntem bakımından nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Amacı bakımından ele alındığında ise çalışma tanımlayıcı ve açıklayıcı araştırma niteliğindedir.

2.1. Araştırmanın amacı

Turist rehberliği meslek yasasına göre turist rehberi olma şartlarından biri de uygulama gezisine katılmaktır. Turist rehberi adaylarının uygulama gezilerinde yaşayacakları deneyim ve mesleğine yönelik ilk izlenimlerinin oluşmasından dolayı uygulama gezileri oldukça önem arz etmektedir. Bu uygulama gezilerinin hizmet kalitesi ise turist rehberi adaylarının deneyimlerini etkilemektedir. Uygulama gezilerinde anlatım yapan eğitmen turist rehberinden, konaklama yapılan işletmeye kadar tüm alınan hizmetler turist rehberi adayının mesleğine bakışını ve bu uygulamalardan elde edeceği deneyimi olumlu ve ya olumsuz olarak değerlendirmesini sağlayacaktır. Bu kapsamda da turist rehberliği uygulama gezilerinin hizmet kalitesine yönelik turist rehberi adaylarının değerlendirme yapması uygun olacaktır. Bu çalışmayla turist rehberliği uygulama gezilerinin hizmet kalitesinin Kritik olaylar tekniği (KOT) ile ölçülmesi, bununla da turist rehberi adaylarının yaşadıkları memnuniyet ve memnuniyetsizlik gibi yaratıcı deneyimlerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

2.2. Örneklem ve veri toplama

Araştırmanın örneklemini 2019 yılı içerisinde turist rehberliği uygulama gezisine katılan turist rehberi adayları oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında veriler 2019 yılı içinde turist rehberliği uygulama gezisine katılan turist rehberi adaylarından yarı yapılandırılmış anket formları aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplama aracı Ardıç Yetiş (2017) tarafından literatürde taranan çalışmalardan oluşturulmuş olan ölçekten uyarlanarak oluşturulmuştur. Anket uygulaması eğitim gezilerinin olduğu dönemlerde yapılmıştır. Anket formunda turist rehberi adaylarının eğitim gezileri sürecinde yaşadıkları memnun edici ve memnuniyetsizlik yaratıcı bir olayı açık ve ayrıntılı olarak yazmaları istenmiştir. Turist rehberi adaylarına demografik özelliklerinden cinsiyet, sınıf ve öğrenim gördüğü programın türü soruları yöneltilmiştir. KOT'un uygulama aşamasında, kaç tane kritik olay toplanacağı konusunda kesin bir kural bulunmamaktadır (Bitner vd., 1990). Burada toplanan olayların araştırılan konuyu ne kadar iyi açıkladığı önem taşımaktadır. Kategori oluşturmak amacıyla 50 adet kritik olay yeterli sayılsa da, daha iyi bir sonuç ortaya koymak için 100 olay daha uygun görülmektedir. Ele alınan kritik olaylar istatistikî analizler kullanılarak incelenecek ise, katılımcıların anlattıkları kritik olayların farklı olup olmadığını görebilmek için daha fazla sayıda kritik olay incelenmelidir. Bu noktadan hareketle, araştırma kapsamında turist rehberi adaylarına tur esnasında turistlerin yaşadığı memnun edici ve memnuniyetsizlik yaratıcı olaylara ilişkin görüşlerini almak için dağıtılan 100 anketten 65'i kullanılabilir şekilde geri dönmüştür. Her bir turist rehberi adayı hem olumlu hem de olumsuz kritik olay belirtmiş ve böylelikle anketlerden toplam 130 kritik olay toplanmıştır.

3. Bulgular

Araştırma kapsamında 65 turist rehberi adayından veri toplanmıştır. Bu veriler uygun bilgisayar programları aracılığı ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler doğrultusunda elde edilen bulgular bu kısımda verilmektedir. Öncelikle araştırma kapsamında turist rehberi adaylarının demografik durumları ile ilgili veriler frekans ve yüzde dağılımları ile analiz edilmiştir. Turist rehberi adaylarına ilişkin demografik veriler Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 1. Turist Rehberi Adaylarına İlişkin Demografik Özellikler

Değişken		N	%
Sınıf	1.	3	4,6
	2.	6	9,2
	3.	2	3,1
	4.	0	0
	4+	6	9,2
	Mezun		48
Cinsiyet	Kadın	21	32,3
	Erkek	44	67,7
Program Türü	Önlisans	20	30,8
	Lisans	33	50,8
	Lisansüstü	12	18,5
Toplam		65	100

Tablo 1’de turist rehberi adaylarının demografik bilgilerine ilişkin veriler yer almaktadır. Bu verilere göre araştırmaya katılan kişilerin çoğunluğunun mezun (%73,8) , erkek (%44) ve lisans eğitimi alanlar (%50) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Çoğunluğun mezun kişilerden oluşmasının sebebinin mezuniyetten sonra eğitim gezilerine vakit ayırmanın daha mümkün olması şeklinde yorumlanabilir. Aynı şekilde bu eğitim gezilerine bölge ekletmek isteyen kokartlı turist rehberlerinin de katıldıkları göz önünde bulundurulduğunda çoğunluğun mezun kişiler olmasının beklenen bir sonuç olduğu söylenebilir.

Çalışmanın asıl problemine cevap bulmak için toplanan kritik olayların kategorileştirilerek bulguların ortaya koyulması amaçlanmıştır. Kritik olaylar tekniğinde katılımcıların kendi ifadeleriyle paylaştığı memnun edici veya memnuniyetsizlik yaratıcı olaylara ilişkin analizlere geçmeden önce bu olayların gruplandırılması gerekmektedir. Olayların gruplandırılmasında en önemli unsur “benzerlik” ilkesidir (Bitner vd., 1990). Grupların isimlendirilmesi ve tanımlanması araştırmanın amacına göre değişebilmektedir. Literatürdeki çalışmalar incelenmiş ve turların hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amacıyla KOT kullanan sınırlı çalışma olduğu görülmüştür. Ardıç Yetiş’in (2017; 2018) çalışmalarında kullanmış olduğu sınıflandırmanın turların hizmet kalitesini ölçmede kullanılması nedeniyle en uygun sınıflandırma olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle benzer bir sınıflandırma yapılmış ve fiziksel varlıklar, güvenilirlik, zamanında hizmet, güvence, empati, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması, hizmette yaşanan aksaklıkların giderilmesi, fiyat gibi boyutlar gruplandırmada kullanılmıştır. Fiziksel varlıklar kategorisinde, “tur içerisinde yer alan konaklama ve yiyecek-içecek işletmesi gibi işletmelerden alınan somut ürünlerin görsel özellikleri ve kullanılan ekipmanların fiziksel görüntüsü” ifade edilmektedir. Güvenilirlik kategorisi, “turda söz verilen hizmetlerin verilmesi, kusursuz hizmet ve güven sağlanmasını” anlatmaktadır. Güvence kategorisi, “turun vereceği hizmetin herhangi bir risk taşımamasını, etkileşimde bulunulan personelin güven vermesini ve yeterli bilgiye sahip olmasını” ifade etmektedir. Empati kategorisi, “turda turist ile etkileşimde bulunan personelin kendini turistin yerine koyması ve onun istekleri ile yakından ilgilenmesine ilişkin olayları” içermektedir. Zamanında hizmet kategorisi, “turistin istediği hizmetin zamanında ve istediği şekilde

yerine getirilmesi” olarak ifade edilmektedir. Turistlerin özel istek ve ihtiyaçlarının karşılanması kategorisi, “tur kapsamında yer almayan ancak turistlerin ihtiyacını karşılamak için yerine getirilen hizmetleri” içermektedir. Hizmette yaşanan aksaklıkların giderilmesi kategorisinde “tur kapsamında yaşanan bir takım aksaklıkların giderilmesine ilişkin olaylar” anlatılmaktadır. Fiyat kategorisinde ise, “tura ödenen bedel, turdan elde edilen değer, tura ödenen bedelin karşılığını almaya yönelik olaylar” anlatılmaktadır (Ardıç Yetiş, 2017: 83). Eğitim gezisine katılan turist rehberi adaylarının tur esnasında yaşadıkları memnun edici olaylar bu boyutlara göre gruplandırılmıştır. Olumlu olayların gruplandırılmasına ilişkin yüzde ve frekans dağılımları Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Turist Rehberi Adaylarının Turistlerin Yaşadıkları Olumlu Kritik Olayların Dağılımı

Hizmet Kalitesinin Memnun Edici Yönlerine İlişkin Olaylar	Frekans	Yüzde (%)
Güvenilirlik	3	4,6
Güvence	59	90,8
Zamanında Hizmet	0	0
Fiziksel Varlıklar	2	3,1
Turist rehberi adaylarının özel istek ve ihtiyaçlarının karşılanması	0	0
Hizmette yaşanan aksaklıkların giderilmesi	0	0
Fiyat	1	1,5
Empati	0	0
Toplam	65	100

Yapılan analiz sonucunda turist rehberi adaylarını en çok memnun eden olayların güvence kategorisinde (%90,8) olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu kategoride özellikle etkileşimde bulunulan personelin güven vermesi ve yeterli bilgiye sahip olması turist rehberi adaylarını için önemli görülmüştür. Ardından ise az sayıda da olsa güvenilirlik (%4,6), fiziksel varlıklar (%3,1) ve fiyat (%1,5) kategorilerinden memnun edici olaylar yaşandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Burada dikkat çeken bir nokta ise turist rehberi adayları için zamanında hizmet, özel istek ve ihtiyaçlarının karşılanması, hizmette yaşanan aksaklıkların giderilmesi ve empati kategorilerinde hiçbir memnun edici olayın yaşanmamış olmasıdır.

Turist rehberi adaylarının eğitim gezisi sırasında yaşadıkları memnun edici kritik olaylara ilişkin her bir kategoriden örnekler ise şu şekildedir:

•Güvenilirlik kategorisinde yer alan memnun edici kritik olaylardan örnekler;

“Beypazarı bölgesi yaşayan müze,”

“Gidilen destinasyonlar çok güzeldi,”

•Güvence kategorisinde yer alan memnun edici kritik olaylardan örnekler;

“Rehberin oldukça bilgili olması ve bunun yanı sıra bize mesleki tüyolar vermesi”

“Rehber hocamızın ilgisi anlatımı bizi mesleğe tekrar aşık etti. Kendisine çok sey borçluyuz.”

“İnanılmaz bir deneyimdi, en azından benim için. Hocamız çok içten ve çok bilgili bir insandı. Özellikle heyecan yaptığım halde hiçbir şekilde iğneleyici bir harekette bulunmadı ve söz söylemedi, onun yerine beni daha çok cesaretlendirmek adına benimle ilgilendi.”

“Duayen bir rehber hoca ile tanışmak ve bir haftalık gezi sürecinde sabahdan akşama kadar bizlere kendi tecrübesinin

yanı sıra gidilen bölgenin, yerin tarihini, kültürel dokusunu, yeme içme, gelenek göreneklerini bizlere aktarmasıyla ve bizlerle dostlar, canlar diye canayakın iletişim kurmasıyla çok şanslı olduğumu anlamıştım ve böylesine donanımlı bir hocayla eğitim turunda aynı otobüste olmamızdan çok memnun kalmıştım.. Ben profesyonel turist rehberi olduğum için gezi esnasında otobüste anlatım yapmam gerekiyordu ve anlatım yapacağım konuya pek hakim değildim, çekinerek hocamın yanına tecrübelerinden faydalanmak için tavsiye almaya gittiğimde, sanki bir abi-kardeş veya baba-oğul gibi canayakın ilgilenmesi ve bilgi vermesi çok hoşuma gitmişti.. Çok memnun olmuştum ilgisine ve alâkasına.”

•Fiziksel Varlıklar kategorisinde yer alan memnun edici kritik olaylardan örnekler;
“Gidilen oteller çok güzeldi”

•Fiyat kategorisinde yer alan memnun edici kritik olaylardan örnekler;
“Ücrete dahil olan yöresel faaliyetler”

Turist rehberi adaylarının eğitim gezisi süresinde yaşadıkları memnuniyetsizlik yaratıcı olaylar da benzer şekilde güvenilirlik, güvence, somut özellikler, fiyat, hizmette yaşanan aksaklıkların giderilmesi, özel istek ve ihtiyaçların karşılanması, empati ve zamanında hizmet olarak gruplandırılmıştır. Olumsuz olayların gruplandırılmasına ilişkin yüzde ve frekans dağılımları Tablo 3’de verilmektedir.

Tablo 3. Turist Rehberi Adaylarının Turistlerin Yaşadıkları Olumsuz Kritik Olayların Dağılımı

Hizmet Kalitesinin Memnuniyetsizlik Yaratıcı Yönlerine İlişkin Olaylar	Frekans	Yüzde (%)
Güvenilirlik	5	7,7
Güvence	2	3,1
Zamanında Hizmet	3	4,6
Fiziksel Varlıklar	45	69,2
Turist rehberi adaylarının özel istek ve ihtiyaçlarının karşılanması	0	0
Hizmette yaşanan aksaklıkların giderilmesi	0	0
Fiyat	6	9,3
Empati	4	6,1
Toplam	65	100

Yapılan analiz sonucunda turist rehberi adayları açısından en çok memnuniyetsizlik yaratıcı olayların fiziksel varlıklar kategorisinde (%69,2) olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu kategoride özellikle konaklama işletmelerinden memnuniyetsizlik duyulduğu bulgusu dikkat çekmektedir. Ardından ise sırasıyla fiyat (%9,3), güvenilirlik (%7,7),

empati (%6,1), zamanında hizmet (%4,1) ve güvence (%3,1) kategorilerinden memnuniyetsizlik yaratıcı olaylar yaşandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bunlara karşın turist rehberi adaylarının özel istek ve ihtiyaçlarının karşılanması ve hizmette yaşanan aksaklıkların giderilmesi kategorilerinde hiçbir memnuniyetsizlik yaratıcı olayın yaşanmamış olduğu görülmektedir.

Turist rehberi adaylarının eğitim gezisi sırasında yaşadıkları memnuniyetsizlik yaratıcı kritik olaylara ilişkin her bir kategoriden örnekler aşağıda verilmiştir:

- Güvenilirlik kategorisinde yer alan memnuniyetsizlik verici kritik olaylardan örnekler;
“Üstü kapalı siyasi söylemlerde bulunuyordu Tur rehberimiz.”
“Turun süresinin yeterli olmaması”
- Güvence kategorisinde yer alan memnuniyetsizlik verici kritik olaylardan örnekler
“Yapmış olduğum İç Anadolu ve Karadeniz turunda hocanın her iki tura da eşlik etmesi. Her bölgeye ayrı bir hocanın gönderilmesi daha mantıklı ve verimli olurdu ”
- Zamanında Hizmet kategorisinde yer alan memnuniyetsizlik verici kritik olaylardan örnekler
“Otobusun yanlış yola sapması ve yolu uzatması”
“Görülmeye değer bazı yerlere uğranılmadı”
- Fiziksel Varlıklar kategorisinde yer alan memnuniyetsizlik verici kritik olaylardan örnekler
“Otel standartlarının kötü olması.”
“Tur esnasında gidilen restoranlardaki yemekler güzel değildi”
“Otelin bulunduğu bölge hem ahlaki hem de güvenlik açısından uygun değildi. Huzursuz olmamıza neden oldu.”
“Otelin lokasyonu güvenli olmayan bir bölgedeydi”
“Otelin bizim varışımızdan bir ya da iki gün önce açılması ve çarşaf, yorgan ve diğer eşyaların kullanılamaz halde olması büyük eksi idi.”
“Ankara’da konakladığımız hotel hem konum olarak hem de hizmet olarak berbatı.”
“Restorant yemekleri çok kötüydü”
- Fiyat kategorisinde yer alan memnuniyetsizlik verici kritik olaylardan örnekler
“Bu eğitim turunun tamamen ticari bir amaç güttüğünü anlamam.”
“Gezi rotası ve ücreti”
- Empati kategorisinde yer alan memnuniyetsizlik verici kritik olaylardan örnekler
“Rehberlerin otobüste çocuk gibi azarlanması”
“Meclis binalarında güvenliğin tavrı”

Tablo 4’te turist rehberi adaylarının yaşadıkları memnun edici ve memnuniyetsizlik yaratıcı olaylarla karşılaşma ihtimaline ilişkin görüşleri yer almaktadır.

Tablo 4. Turist Rehberi Adaylarının Yaşadıkları Memnun Edici/Memnuniyetsizlik Yaratıcı Olaylarla Karşılaşma İhtimaline İlişkin Görüşlerin Dağılımı

Değişken	Katılma Düzeyi	Frekans	Yüzde (%)
Turist Rehberi Adaylarının Yaşadıkları Memnun Edici Olaylarla Karşılaşma İhtimaline İlişkin Görüşlerin	Kesinlikle Düşünmüyordum	4	6,2
	Düşünmüyordum	14	21,5
	Karasızım	17	26,2
	Düşünüyordum	25	38,5
	Kesinlikle Düşünüyordum	5	7,7
Toplam		65	100
Turist Rehberi Adaylarının Yaşadıkları Memnuniyetsizlik YarATICI Olaylarla Karşılaşma İhtimaline İlişkin Görüşlerin	Kesinlikle Düşünmüyordum	5	7,7
	Düşünmüyordum	20	30,8
	Karasızım	10	15,4
	Düşünüyordum	23	35,4
	Düşünüyordum	7	10,8
Toplam		65	100

Turist rehberi adaylarının yaşadıkları memnun edici olaylarla karşılaşma ihtimaline ilişkin görüşleri ele alındığında eğitim gezilerinden memnun olacaklarına dair beklenti içinde oldukları görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık üçte biri (%38,5) memnun olacaklarına dair beklenti ile eğitim gezilerine katılmışlardır. Turist rehberi adaylarının % 21,5'i ise memnun olacaklarını düşünmediklerini belirtmişlerdir. Dikkat çekici bir diğer bulgu ise memnun olacaklarını düşünenlere yakın bir çoğunluğun (% 35,4) memnun olmayacaklarına dair düşüncelerle eğitim gezilerine katılmış olmalarıdır. %30,8'lik bir katılımcı grubu ise memnuniyetsizlik verici bir olayla karşılaşma ihtimallerini düşünmediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 5'te turist rehberi adaylarının yaşadıkları memnun edici ve memnuniyetsizlik yarATICI olaylarla karşılaşma sıklıklarına ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 5. Turist Rehberi Adaylarının Yaşadıkları Memnun Edici/Memnuniyetsizlik YarATICI Olayların Sıklıklarına İlişkin Görüşlerin Dağılımı

Değişken	Katılma Düzeyi	Frekans	Yüzde (%)
Turist Rehberi Adaylarının Yaşadıkları Memnun Edici Olayların Sıklıklarına İlişkin Görüşlerin Dağılımı	Çok sık	19	29,2
	Sık	31	47,7
	Az	10	15,4
	Nadiren	4	6,2
	Hiç	1	1,5
Toplam		65	100
Turist Rehberi Adaylarının Yaşadıkları Memnuniyetsizlik YarATICI Olayların Sıklıklarına İlişkin Görüşlerin Dağılımı	Çok sık	10	15,4
	Sık	5	7,7
	Az	16	24,6
	Nadiren	21	32,3
	Hiç	13	20,0
Toplam		65	100

Tablo 5'e göre turist rehberi adaylarının çoğu (%47,7) memnun edici olaylarla sık karşılaşmışlardır. Bununla birlikte memnuniyetsizlik yarATICI olaylarla karşılaşma sıklıkları ise nadiren (%32,3) ve az (%24,6) olmuştur.

Tablo 6’da turist rehberi adaylarının yaşadıkları memnun edici ve memnuniyetsizlik yaratıcı olayları başkalarına anlatma niyetine ilişkin görüşlerin dağılımı yer almaktadır.

Tablo 6. Turist Rehberi Adaylarının Yaşadıkları Memnun Edici/Memnuniyetsizlik Yaratıcı Olayları Başkalarına Anlatma Niyetine İlişkin Görüşlerin Dağılımı

Değişken	Katılma Düzeyi	Frekans	Yüzde (%)
Turist Rehberi Adaylarının Yaşadıkları Memnun Edici Olayları Başkalarına Anlatma Niyetine İlişkin Görüşlerin Dağılımı	Kesinlikle Anlatmayacağım	0	0
	Anlatmayacağım	0	0
	Karasızım	3	4,6
	Anlatacağım	24	36,9
	Kesinlikle Anlatacağım	38	58,5
Toplam		65	100
Turist Rehberi Adaylarının Yaşadıkları Memnuniyetsizlik Yaratıcı Olayları Başkalarına Anlatma Niyetine İlişkin Görüşlerin Dağılımı	Kesinlikle Anlatmayacağım	0	0
	Anlatmayacağım	5	7,7
	Karasızım	9	13,8
	Anlatacağım	21	32,3
	Kesinlikle Anlatacağım	30	46,2
Toplam		65	100

Tablo 6’ya göre turist rehberi adaylarının yarısından fazlası (%58,5) yaşadıkları memnun edici olayları başkalarına anlatmayı düşünmektedir. Aynı şekilde memnuniyetsizlik yaratıcı olaylarla karşılaşanların da yarısına yakını (%46,2) yaşadıklarını başkalarına kesinlikle anlatmayı düşünmektedir.

4. Sonuç

Türkiye’de turist rehberi mesleğini yasal olarak icra etmenin temel şartlarından biri farklı düzeylerde verilen turist rehberliği eğitimlerinin birinden mezun olmaktır. Teorik eğitimin önlisans, lisans ve yüksek lisans düzeyinde alınması ile birlikte turist rehberi olma şartlarından birisi sağlanmış olmaktadır. Ancak 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na göre turist rehberi olabilmek için teorik eğitim şartının yanı sıra uygulama eğitimini kapsayan uygulama gezilerine de katılmak gerekmektedir. TUREB tarafından düzenlenen bu uygulama gezileri teorik bilginin pekiştirilmesi ve uygulama pratiği yapmak açısından oldukça önem arz etmektedir. Turist rehberi adaylarının mesleği belki de ilk kez tecrübe edebildikleri bu eğitim gezileri mesleğe yönelik tutumlarını etkileme açısından oldukça önemli görülmektedir. Yurt içi uygulama eğitim gezilerinin bu derece önemli olması bu eğitimlerde verilen hizmetin de önemini arttırmaktadır. Bu çalışma ile de uygulama eğitim gezilerine katılan turist rehberi adayları tarafından bu gezilerin hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Turlarda hizmet kalitesini ölçen bir çok yöntem olmakla birlikte bu çalışmada hizmet kalitesinin değerlendirilmesi amacıyla Kritik Olaylar Tekniği uygulanmıştır. KOT, turistler ile işletme çalışanları arasında hizmet sunum sürecinde yaşanan memnun edici veya memnuniyetsizlik yaratıcı deneyimlerin bireylerin kendi anlatımları ile toplanılması ve kategorileştirilmesine dayanan nitel bir veri toplama yöntemidir. Bu çalışmada ise hizmet alanlar olarak turist rehberi adayları, işletme çalışanları olarak ise uygulama gezisi sürecinde hizmet alınan işletmelerin çalışanları ve uygulama gezisinin yürütülmesini sağlayan hizmet vericiler ele alınmaktadır. Bu amaçla 2019 yılında turist rehberliği uygulama gezisine katılan 65 turist rehberi adayından toplam 135 kritik olay toplanmıştır. Toplanan kritik olaylar memnuniyet verici ve memnuniyetsizlik yaratıcı kritik olaylar olarak kategorize edilmiştir. Böylece uygulama gezilerinin hizmet kalitesi konusundaki mevcut durumu ölçülmeye ve yaşanan aksaklıklar

tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre turist rehberi adaylarının eğitim gezilerinde en çok memnun kaldıkları durumun eğitimci turist rehberleri olduğu görülmüştür. Özellikle anlatımlarına ve bilgisine hayran kalınan turist rehberlerini kapsayan güvence kategorisinden %90 oranında memnuniyet olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bunun yanı sıra daha az oranda olmakla birlikte gidilen destinasyonlardan memnuniyeti kapsayan güvenilirlik kategorisinde %4,6 oranında memnuniyet olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Turist rehberi adaylarının memnun kalmadıkları olaylar ele alındığında ise daha farklı konularda memnuniyetsizlik yaşandığı görülmektedir. En çok memnuniyetsizlik yaşanan olayların konaklama işletmelerinde olduğu ve içinde yer aldığı fiziksel varlıklar kategorisinden %69,2 oranında memnuniyetsizlik yaşandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu kategoriyi ise turun fiyatını ve gidilen destinasyonlarda alınan hizmetlerin fiyatını kapsayan fiyat kategorisi %9,9 oranı ile takip etmektedir. Bir diğer memnuniyetsizlik verici olay kategorisi ise turun süresini ve turdaki eğitimci turist rehberinden memnuniyetsizliği kapsayan %7,7 oran ile güvenilirlik kategorisidir. Genel olarak memnuniyet verici ve memnuniyetsizlik yaratıcı kritik olaylar karşılaştırıldığında memnuniyetsizlik verici olayların daha farklı kategorilere dağıldığı görülmektedir. Turist rehberi adaylarının genel olarak bu tarz memnuniyet verici ve memnuniyetsizlik yaratıcı olaylarla karşılaşma ihtimallerini düşündüğü, memnuniyet verici olayların daha sık yaşandığı memnuniyetsizlik yaratıcı olayların daha az ama farklı alanlarda yaşandığı, bunlarla birlikte çoğunluğun bu yaşananları başkalarına anlatmayı düşündüğü elde edilen diğer sonuçlar arasındadır. Tüm bu bulgular ışığında turist rehberi adaylarının ifadelerinden anlaşılan eğitimci turist rehberlerinden oldukça memnun kalındığı buna karşın konaklama yapılan işletmelerinden memnun kalınmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Turist rehberliği mesleği ülke imajının oluşturulması, daha fazla turist gelmesinin sağlanması ve turizmin daha ileriye taşınması için oldukça önemli bir noktada yer almaktadır. Ülkeleri için bu kadar önemli olan turist rehberlerinin eğitimi de oldukça önemli ve özenli olmalıdır. Bu güne kadar yapılan araştırmalarda genel olarak turist rehberliğinin teorik eğitimi tartışılmıştır (Eker ve Zengin, 2016; İşçeli ve Kılıç, 2018; Yenipınar ve Kardeş, 2019). Bu çalışmada ise turist rehberi adaylarının uygulama deneyimi kazandığı uygulama eğitim gezileri ele alınmıştır. Yurt içi uygulama gezilerinin turist rehberi adaylarının mesleğe yönelik tutumlarını etkilediği göz önünde bulundurulduğunda bu eğitimlerin hizmet kalitesi de tutumları oldukça etkilemektedir. Araştırma sonuçlarında görüldüğü üzere turist rehberi adayları eğitimci turist rehberlerinden oldukça memnundurlar. Eğitimci turist rehberi kalitesinin aşağılara çekilmeden daha da yukarıya çıkarılması hizmet kalitesini daha olumlu düzeylere çıkaracaktır. Bu eğitim gezileri adayların uzun süre sabit mekanlarından ayrı kalarak konaklama işletmelerinde konaklama yapmasına neden olmaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki bir eğitim gezisi de olsa bu turlar hizmet barındırmaktadır ve bu hizmetin kalitesini belirleyen unsurlardan biri de konaklama işletmeleridir. Bundan sonraki turların düzenlenmesinde konaklama işletmesi seçiminin daha titizlikle yapılması ve bu turlardan yüksek kar elde etme amacı gütmeyen geleceğin turist rehberlerini, meslektaşlarını yetiştirme düşüncesi ile seçimlerin yapılması verilen hizmetin kalitesini ve memnuniyeti de arttıracaktır. Özellikle TUREB önderliğinde yapılan bu gezilerde fiziksel varlıklar konusunda daha titiz seçim yapılması önerilmektedir.

Bu çalışmanın en önemli kısıtı sınırlı sayıda katılımcıya ulaşılmasıdır. Bu nedenle bundan sonraki çalışmalarda daha fazla katılımcı ve daha farklı zamanlarda araştırmanın tekrarlanması karşılaştırma yapma imkanı sağlayacaktır. Ayrıca bu çalışmada kullanılan yöntemden farklı araştırma yöntemleri kullanıldığında da literature önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

5. Kaynakça

- Ahipaşaoglu, H. S., & Değirmencioğlu, A. Ö. (1999). Anadolu'da Turizm Rehberliği Temel Bilgileri Ders Notları. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ap, J. & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Ardıç Yetiş, Ş. (2017). Kritik Olaylar Tekniği ile Turlarda Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Ardıç Yetiş, S. (2018). Turist rehberlerinin bakış açısıyla bölgesel turlarda algılanan hizmet kalitesinin Kritik Olaylar Tekniği (KOT) ile ölçülmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3).
- Ardıç Yetiş, Ş. ve Yılmaz, İ. (2019). The measurement of the perceived service quality in the local tours critical incidents technique (CIT), *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 10(35), 226-251.
- Eker, N. & Zengin, B. (2016). Turist rehberliği eğitiminin değerlendirilmesi: Profesyonel turist rehberleri üzerine bir uygulama. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 65-74.
- Erdem, B., & Etiz, N. (2012). Turist Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Rehberlik Tatbikat Gezisi Algıları: Balıkesir Üniversitesi TİOYO Örneği. *Turizm Eğitimi Konferansı Tebliğler*, 17-19.
- Flanagan, J. C. (1954). The critical incident technique. *Psychological bulletin*, 51(4), 327.
- Güzel, F. Ö., Altıntaş, V., & Şahin, İ. (2017). Turist Rehberliği Araştırmaları Öngörüler ve Uygulamalar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- İşçeli, Z & Kılıç, G. (2018). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Fakültelerin Müfredatlarının İncelenmesi, *Turist Rehberliği Dergisi*. 1(1), 41-56.
- Lovrentjev, S. (2015). Education of tourist guides: case of Croatia. *Procedia economics and finance*, 23, 555-562.
- Öztürk, S. A. (2000). Hizmet kalitesi ölçümünde yeni bir yaklaşım: Kritik Olaylar Tekniği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11, 57-68.
- Prakash, M., & Chowdhary, N. (2010). What are we training tour guides for?: India. *Turizam*, 14(2), 53-65.
- The Usability Body of Knowledge, Kritik Olaylar Tekniği. URL: <http://usabilitybok.org/critical-incident-technique> adresinden 20.02.2020 tarihinde alınmıştır.
- Turist rehberi olma koşulları. URL: <http://tureb.org.tr/tr/Page/Detail/75> adresinden 20.02.2020 tarihinde alınmıştır.
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu. URL: <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm> adresinden 26.02.2020 tarihinde alınmıştır.

Turist Rehberliği Uygulama Gezileri. URL: <http://www.tureb.org.tr/tr/Notices/Detail/940> adresinden 26.02.2020 tarihinde alınmıştır.

Yenipınar, U & Kardaş, K. (2019). Turizm Rehberliği Bölümleri Müfredat Geliştirme Önerisi, *Journal of Travel and Tourism Research*, 15, 01-26.

Yılmaz, İ. (2003). Kritik Olaylar Tekniği'nin (KOT) hizmet kalitesinin ölçme ve iyileştirmede kullanılmasına yönelik bir araştırma. *Pazarlama Dünyası* 2, 56-63.

Yılmaz, İ. (2018). Kritik olaylar tekniği'nin turizmdeki hizmet kalitesi araştırmalarında kullanılabilirliği üzerine bir araştırma. *Verimlilik Dergisi*, 2018(1), 87-116.

REKREATİF FAALİYET TERCİHLERİNDE TURİST REHBERİNİN ROLÜ

Doktora Öğrencisi, Elif Şenel
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü
eozelmas@hotmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı turist rehberlerinin Eskişehir’de bulunan rekreatif alanlara ait bilgilerinin belirlenmeye çalışılması ve turistlerin rekreatif faaliyet tercihlerindeki rollerinin ortaya konulmasıdır. Araştırmanın evrenini Eskişehir’ de ikamet eden ve aktif olarak yerli ve yabancı turistlere rehberlik hizmeti veren profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın örneklemini kartopu örnekleme ile seçilen 10 adet profesyonel turist rehberi oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış 6 sorudan oluşan görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler 1 Ocak - 15 Ocak 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup, 15-20 dakika arasında sürmüştür. Verilerin çözümünde nitel veri analizi yöntemlerinden betimsel analizi yöntemi kullanılmıştır. Yapılan analizler doğrultusunda katılımcıların Eskişehir’de bulunan rekreasyon alanları ile ilgili genel bir bilgi düzeylerinin bulunduğu ancak rekreasyon alanlarındaki asansör ve merdiven olanakları, dezavantajlı bireyler için uygun dizayna sahip olup olmadığı ve kişi kapasiteleri hakkında bilgi eksikliklerinin bulunduğu, güvenlik noktalarının bilinirliği konusunda ise katılımcıların Eskişehir’de bulunan büyük hastanelerin ve polis noktalarının yerlerini bildikleri ancak bir afet veya acil durumlarda toplanılması gereken yerler hakkında bilgi sahibi olmadıkları ayrıca tur esnasında duruma ve zaman göre birden fazla role girebildikleri ve rekreasyonel faaliyetler esnasında en çok büründükleri rollerin başında kültürel aracılık rolü ve liderlik rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise çalışma sonuçları tartışılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: turizm, rekreasyon, turist rehberliği, Eskişehir.

ABSTRACT

The aim of this study is to try to determine the information of the tourist guides in recreational areas in Eskişehir and to reveal the roles of tourists in recreational activities. The universe of the research consists of professional tourist guides who live in Eskişehir and actively provide guidance to local and foreign tourists. In this context, the sample of the study consists of 10 professional tourist guides selected with snowball sampling. Interview form consisting of 6 semi-structured questions was used as data collection tool. The interviews were held between January 1 and January 15, 2020 and lasted between 20 and 25 minutes. Descriptive analysis method, which is one of the qualitative data analysis methods, was used in analysis of the data. The participants have a general level of knowledge about recreation areas in Eskişehir. However, they have and lack of information whether there are elevator and staircase facilities in recreation areas, whether they have a suitable design for disadvantaged individuals and whether they have a suitable design for disadvantaged individuals and about the person’s capacities of recreational areas. Additionally, it is certain that they know the locations of hospitals and police stations but on the other hand the participants do not have information about the places to meet in case of a disaster or emergency about the case of the awareness of the security points in accordance with the analyzes. It is determined that they can also take more than one role according to the situation and time during the tour, and cultural roles and

leadership roles are the leading roles that they play most during recreational activities. In the last part of the study, the results of the study were discussed and recommendations were made.

Keywords: tourism, recreation, tourist guidance, Eskişehir.

Giriş

İnsan hayatında vazgeçilmez bir yeri olan rekreasyon tekrardan canlanmak ve yenilenmek için insanların iş, sorumluluklar ve yerine getirilmesi zorunlu etkinlikleri sonrasında kalan boş zamanlarında sosyal, fiziksel ve bireysel açıdan tatmin olmak için gönüllü olarak katıldıkları faaliyetler ya da deneyimlerdir (Kraus, 1977; Torkildsein, 1992). Medeniyet ve uygarlaşmanın en önemli belirtilerinden biri olarak rekreatif faaliyetler, kişilerin zamanı yönetebilme ve dilediği gibi kullanabilme özgürlüğünü yakalayabilmesi olarak ifade edilebilir (Karaküçük ve Akgül, 2016). Rekreasyon çatısı altındaki faaliyetler kişinin boş zamanları içerisinde yalnız veya grup halinde, araçlı veya araçsız, açık veya kapalı alanlarda, şehir içinde veya dışında herhangi bir organizasyon aracılığı ile zorunluluk hissetmeden gerçekleştirdiği mutluluk verici aktivitelerin tümünden oluşmaktadır.

Kültürel, doğal ve beşeri olan bütün değerlerin ortak bir şekilde kullanıma açık olması bireylerin rekreasyonel aktivitelere katılım oranlarını artırmakta olup, gerçekleştirilen bütün faaliyetler iç turizmin büyümesine ve gelişmesine imkan sağlamaktadır. Dolayısıyla rekreasyonel faaliyetlerin gerçekleştirildiği bütün noktalar bireyin boş zamanını etkin bir şekilde değerlendirebileceği imkanlar sunarken, fayda, merak, elde edilebilirlik bölgeyi daha çekici bir hale getirerek turist sayısını artırmakta hem de turistlerin konaklama süresini uzatmaktadır (Hazar, 2014). Rekreasyonel faaliyetler bireysel olarak gerçekleştirilebilme özelliğine sahip olsalar da örgütlü bir şekilde yapılması durumunda bu alan hakkında bilgi sahibi olan ve rekreasyonel lider olarak da adlandırılan turist rehberi eşliğinde yapılması etkinlik bakımından oldukça önem arz etmektedir. Bu noktada turistlerin zamanlarını doğru değerlendirebilmeleri ve bu etkinliklerin sağlıklı bir şekilde ilerleyebilmesi için rekreasyonel aktivitelerin tümünde ve her katılım düzeyinde bir turist rehberine ihtiyaç duydukları söylenebilir (Kılbaş, 2010). Ayrıca rekreasyonel etkinliklere katılmanın belli bir ücretinin bulunması ve turistlerin bu ücret karşılığında bu hizmetlere dahil olmasından kaynaklı olarak rekreasyonel faaliyet tercihlerinde turist rehberlerine olan beklentilerde artış meydana gelmektedir. Bu durum turist rehberlerinin donanım ve bilgi sahibi olması gerektiğine işaret ederken, rehberlerin rekreasyonel aktivitelere katılan turistlerle iletişiminin iyi olmasının ve aktiviteler ile ilgili detaylı teknik bilgi ve becerilere sahip olmasının önemini vurgulamaktadır (Gül Yılmaz, 2017).

Turizm ile rekreasyon alanlarının iç içe geçmiş yapısı ve faaliyetlerin turizm çatısı altında düzenli bir şekilde organize edilmesi, turist rehberinin donanımıyla birleştiğinde katılanların memnuniyet düzeyleri artacak hem de rekreasyonel alanların korunması ve sürdürülebilirliğinin devamı da sağlanmış olacaktır (Ardahan vd., 2016). Bu durum ayrıca doğru turist tipinin doğru rekreasyonel alana yönlendirilmesine yol açarken dezavantajlı bireylerin rekreasyonel alanlara gerçekleştirdiği ziyaretler esnasında karşılaşabileceği olumsuz durumları ortadan kaldıracaktır. Burada önemli olan nokta turist rehberinin rekreasyonel alana yönlendirme yapmadan önce o alan ile ilgili bilgi sahibi olması ve bu bilgiler ışığında turistleri rekreasyonel alanlara yönlendirebilmesidir. Turist rehberlerinin turistik turlarda meydana gelebilecek zorluklar ve tehlikelere karşı dikkatli olması ve grubu uyarabilmesi de ayrıca üzerinde durulması gereken başka bir unsurdur. Özellikle bu konuda rehberlerin hızlı bir şekilde olaya müdahale edebilmesi, mevcut olumsuz durumun zararsız bir şekilde atlatılabilmesi için güvenlik noktalarının nerede olduğunun bilinmesi oldukça önem arz etmektedir. Dolayısıyla turistlere seyahatlerinin başından sonuna kadar eşlik eden turist rehberlerinin rekreasyonel faaliyet tercihlerinde, bu faaliyetlere doğru yönlendirilmelerin gerçekleştirilmesinde ve faaliyetin gerçekleştirilip gerçekleştirilmemesiyle ilgili karar verme

sürecinde doğrudan etkili bir role sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Bu vurgudan hareketle bu çalışmanın amacı, insan hayatında vazgeçilmez bir yeri olan rekreatif faaliyetlerde “yol gösterici” olarak nitelendirilen turist rehberlerinin Eskişehir ilinde bulunan rekreatif alanlara ait bilgilerine ve turistlerin rekreatif faaliyet tercihlerindeki rollerine ışık tutmaktır.

1. Rekreasyon

İbni Haldun yaklaşık 600 yıl önce rekreasyon (dinlenme, eğlenme, katılma, arınma, vb.) arzularının üç temel insani ihtiyaç gruplarından biri olduğunu öne sürmüş olup “hadari yaşam” (yerleşik yaşam) tarzıyla birlikte herkesin boş zamana sahip olabileceğini belirtmiştir. İnsanların doğuştan gelen ihtiyaçlarının ruhunun arzuları doğrultusunda açlık ve susuzluk gibi basit arzuların karmaşık arzulara uzanabileceğini belirten İbni Haldun, insanoğlunun ihtiyaçlarını şu şekilde sınıflandırmıştır (İbrahim ve Cordes 2002): birinci arzu; açlık, ısınma, susuzluk, cinsellik gibi bedensel istekler. İkinci arzu; refah, huzur, güvenlik. Üçüncü arzu; ilişki kurma arzusu. Dördüncü arzu; galip gelme ve servet elde etmek arzusu, son olan beşinci arzu ise boş zamana yönelik; dinlenme, eğlenme ve gülme, tatma, dokunma, koklama, zevk ve haz veren şeyleri duyma, görme arzusu, bilgi elde etme arzusu, merak ve öğrenme gibi arzuların oluşmaktadır. İnsan arzuları içerisinde eğlence ve beraberindeki aktiviteleri içeren beşinci arzu katmanı toplumların inşası için oldukça gerekli olan doğal bir aşamayı oluşturmaktadır. Aktivitelerin eksiklikleri söz konusu olduğunda en ufak bir problemde devletin yıkımına kadar gerçekleşebilecek büyük sorunlar ve yıkımlar baş gösterebilecektir. Bu nedenle rekreasyon aktivitelerinin popülerliği, kişisel güven, haz ve rahatlık olgusunu beraberinde getirmiştir (İbrahim, 1989). Bireylerin yaşam içerisindeki dengelerinin ve ritimlerinin bir parçası haline gelen rekreasyon, bireyin boş zamanlarında, grup olarak veya yalnız başına gerçekleştirdiği, araç kullanmadan ya da bir araç vasıtası ile, açık-kapalı alanlarda, şehir içinde veya dışında herhangi bir organizasyon öncülüğünde zorunluluk arzusunun kapılmadan katılım gösterdiği mutluluk duygusu uyandıran aktivitelerdir (Karaküçük, 2005). Bireylerin çalışma dışında kalan boş zamanı değerlendirme ve bu değerlendirmeden verim alabilme olgusuna önem vermeye başlamasıyla birlikte rekreasyon terimi ortaya çıkmıştır. Zamanın planlı değerlendirilmesi ile meydana gelen boş zaman ve boş zaman içerisinde tercih edilen faaliyetlerin, rekreasyon olarak hayat içerisinde uygulanma süreci, bir bütün olarak hareket etmektedir (Çınar ve Sanioğlu, 2004). Rekreasyon ile ilgili tanımlamalarda unutulmaması gereken madde, rekreatif aktivitelerin boş zaman dilimi içerisinde gerçekleştirildiği lakin her boş zaman aktivitesinin de rekreasyon çatısı altında olmadığıdır. Burada ana fikir enerji toplamak, yenilenmek ve dinlenmektir (Güleç, 1989). Turizm amacıyla gerçekleştirilen rekreatif faaliyetlerde, turistlerin bulunduğu mekanlardan, başka mekanlara gezmek, görmek amacıyla gitmesi ve bu şekilde boş zamanlarını değerlendirmesi söz konusudur. Özellikle günümüzde gelen noktada, turizm kapsamındaki boş zaman faaliyetlerinin, mekan değiştirmekle sınırlı kalmayıp bununla birlikte kişilere yeni deneyimler kazandırması ve artı değer katması beklenmektedir. Turistik ürünün çeşidine bağlı olarak, bazen turistik ürünün tamamı rekreatif üründen oluşurken, bazen de rekreatif ürün, turistik ürünün içerisinde yer alan ve ona değer kazandıran bir unsur olabilmektedir (Ardahan vd., 2016). Aktivitelerin gerçekleştirildiği mekana ve içeriğine göre rekreatif alanlar belirli sınıflara ayrılmaktadır. Mekansal sınıflandırma içerisinde rekreasyon aktiviteleri, kapalı ve açık olmak üzere iki grupta değerlendirilmektedir (Manning ve Valliere, 2001). Açık alan rekreasyonu, açık alanlarda gerçekleştirilen boş zaman değerlendirme faaliyetlerinin tümü olarak tanımlanmaktadır. Kapalı alan rekreasyonu ise, halkın kullanımı için ayrılmış alanlarda veya binalarda ya da üzeri bir çeşit çatı sistemi ile kapatılmış mekânlarda yapılan rekreasyonel aktivitelerin tümüdür (Argan, 2013; Hazar, 2014). Katılımcıların milliyetlerine göre rekreasyon aktiviteleri, ulusal ve uluslar arası olarak ikiye ayrılmaktadır. Katılımcıların yaşlarına göre rekreasyon aktiviteleri, çocuk, genç, yetişkin ve üçüncü kuşak rekreasyon şeklinde sınıflandırılmaktadır (Köktaş, 2004). Katılımcıların sayısına göre rekreasyonu çeşitleri, bireysel ve grup

rekreasyonu olarak ikiye ayrılmaktadır. Fonksiyonel açıdan rekreasyon faaliyetleri, estetik, ticari, sağlık, sosyal, sanatsal, fiziksel, kültürel ve turistik olmak üzere sekiz ana başlık altında toplanmıştır (Hazar, 2014). Etkinliklere katılma şekline göre rekreasyon aktiviteleri, etken ve edilgen rekreasyon olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Argan, 2013). Ayrıca Karaküçük ve Akgül (2016) rekreasyonel çeşitleri içerisinde, insan eli ile müdahale edilmemiş, tamamen doğal ortamlarda bulunan alanlar içerisinde gerçekleşen “ekorekreasyonel” etkinlikler adı altında bir rekreasyon çeşidi daha eklemiştir. Açık alanda gerçekleştirilen rekreasyon faaliyetlerine olan talebin giderek artış göstermesi göz önüne alındığında, bu faaliyetlerin düzenli olarak organize edilmesi ve bir lider, yol gösterici eşliğinde gerçekleştirilmesi hem katılanların memnuniyet düzeylerinin artması hem de kullanılan doğal alanların korunması anlamında önemlidir (Ardahan vd., 2016).

2. Turist Rehberliği

1993’te Powell, insanoğlunun antik çağlardan bugüne dünyayı dolaşması, keşfetmesi ve iz bırakmasıyla ilk “yol göstericiler”, “öncüler”, “kaşifler”, “tercümanlar” ve “kafile liderleri” olarak adlandırılan kişilerin günümüzün turist rehberleri olduğunu ifade etmiştir (Çetinkaya ve Öter, 2016). Ahipaşaoğlu (2006) turist rehberini “belirli bir program dâhilinde yerli ve yabancı gezginlere yol gösteren, program kapsamındaki ziyaret yerleri hakkında uygun dilde bilgiler aktaran, ülke ya da bölge hakkında tanıtım yapan, gezginlerin sosyo-ekonomik ve kültürel izlenimler almasına yardımcı olan kişi” olarak tanımlamaktadır. Turist rehberlerinin üstlendikleri görevler arasında sadece turistleri bilgilendirme veya gezdirme eylemleri bulunmamaktadır. Turist rehberi, turizm faaliyetleri içerisindeki bütün birimleri simgeleyen bir temsilci konumundadır. Bu nedenle turist rehberlerine, sundukları hizmet karşılığında her türlü beklentiyi karşılayabilen, turist memnuniyetinden sorumlu, destinasyon ile misafirler arasındaki etkileşimi başlatan ve tekrar gelme arzusunu uyandıran turizm elçileri de denilebilir (Ap ve Wong, 2001). Turist rehberleri ile ilgili üzerinde durulması gereken en önemli konulardan biri de rehberlerin sahip olması gereken niteliklerdir. Düzenlenen turun herhangi bir problem ile karşılaşmadan tamamlanabilmesi, gelen turistlerin satın almış oldukları hizmetten memnun kalmaları ve tatmin olmaları, tur rehberinin mesleki yönden yeterliliği, etkin iletişimi ve bilgisi gibi deneyimler sonucunda gelecek olan turist sayısının ve turizm gelirlerinin artması mümkün olacaktır (Çolakoğlu vd. 2010; Nebioğlu, 2009). Özellikle rekreasyonel faaliyetlerin başarılı olmasında, katılımcıların desteklenmesi ve yönlendirilmesi oldukça önem arz etmektedir. Turist rehberleri, aktivitelere katılan kişilerle birebir temas içerisinde ve gerçekleştirilen aktivite ile ilgili detaylı teknik bilgi ve becerilere sahip olmak durumundadır. Bununla birlikte doğaya dayalı rekreasyon faaliyetlerinde rehberlerin flora ve fauna bilgilerinin olması, uzak, vahşi ve daha önce keşfedilmemiş bölgelere ulaşma yetisinin olması, harita ve yön bilgisinin iyi olması gerekmektedir (Akoğlan Kozak ve Çakır, 2012). Turist rehberleri tur esnasında kaza, yaralanma, hastalık ve kaybolma gibi risklerle karşılaşabilmektedir. Bu durumda rehberlerin soğukkanlı davranabilmesi, karşılaştığı problemlere çözüm üretecek yetkinliğe sahip olması oldukça önem arz etmektedir. Özellikle turlarda rehberlerin katılımcıların fiziksel ortam koşullarını bilmedikleri alanlarda olası risklere karşı tedbirler almaları gerekmektedir. Çünkü turların dinamik ve değişken mekanlarda gerçekleştiriliyor olması turist grubu içerisinde gerilimin ve çatışmanın olmasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla rehberler grubun dinamiklerine göre hareket ederek istek, beklenti ve yaş seviyesi gibi değişkenlere göre fotoğraf çekim alanlarını, mola yerlerini ve sürelerini ayarlamalıdır (Güzel ve Köroğlu, 2014). Turistlerin zaman ve yönelimler ile ilgili bilgileri sınırlı olmakla birlikte beklentilerini karşılayacak unsurları bulmak onlar için oldukça zor bir hale gelmiştir. Dolayısıyla turist rehberleri bu noktada yönelimler ile ilgili önemli noktaları ön plana çıkaran lider konumundadır. Mancini’ nin ifadesiyle, “tarihi kalıntılar, taş ve enkaz yığını gibidir ve bunları yaşayan bir yer haline getirip turistlerin hayalinde canlandırmasına yardımcı olan turist rehberleridir” (Tetik, 2012).

2.1 Turist Rehberlerinin Rollerini

Rehberlik doğası gereği liderlik vasıflarını içinde barındıran bir meslektir. Turist grubu içerisinde lider olarak rol üstlenen rehberlerin özellikle kafiye yol göstermek, yardımcı olmak ve yönlendirmek gibi önemli sorumlulukları bulunmaktadır. Liderlik, grup içerisindeki bireylerin hepsini belirli amaçlar çevresinde birleştirme, amaçlar doğrultusunda harekete geçirme ve bu süreç içerisinde bilgi ve becerilerini devreye sokabilme yeteneğidir (Avcıkurt, 2009). Liderlik rolünün kaynağı, turistlerin ilk defa deneyimledikleri ve hakkında bir bilgiye sahip olmadıkları yerleri ziyaret etmesi nedeniyle eşlik edilme, bilgi, yönlendirme gibi konularda yardıma ihtiyaç duymalarından gelmektedir. Dolayısıyla rehberin lideri olduğu grubu sağlıklı bir şekilde yönlendirebilmesi, liderlik rolünü gruba hissettirebilmesi ve kabul ettirebilmesi ile doğru orantılıdır (Ar, 2015).

Kültürel aracılık rolü, geçmişten günümüze meydana gelen bilgi birikimi ve yeteneklerin bir kültürden başka bir kültüre etkili bir şekilde aktarımı olarak tanımlanabilmektedir (Reisinger ve Steiner, 2006). Turist rehberinin kültürler arasındaki iletişimi kurmak ve sağlamlaştırmak için attığı bir takım adımlar kültürel aracılık rolünü oluşturmaktadır ve bu durum açıklayıcı ve uzlaştırıcı bir tutum ortamı oluşturarak kültürler arası hoşgörü ortamı meydana getirmektedir. Ayrıca rehberler tur katılımcıları ile destinasyonda bulunan yerel halk arasındaki kültürel boşluğu dolduran ve karşılıklı olarak birbirlerini anlamaları yoluyla barışa katkı sağlayan bireylerdir. Bu noktada rehberin unutmaması gereken bölge hakkında yeterli kültürel, dini ve sosyal donanıma sahip olması gerektiğidir (Lovrentjev, 2015; Tetik, 2012; Toker, 2011).

Destinasyonun kültürünü ve çekiciliklerini yorumlayarak turistlerin ziyaretlerini anlamlı bir deneyime dönüştürebilmede ise turist rehberlerinin yorumlayıcı rolü oldukça önemli bir yere sahiptir (Ap ve Wong, 2001). Yorumlama, tur katılımcılarının destinasyon bölgesi ile aralarında bağ oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Ancak burada önemli olan unsur turist rehberinin aktardığı bilginin saf ve anlaşılır bir biçimde yorumlanarak sunulması gerektiğidir. Bu yorumlama sayesinde turistlerin aktarılan olayları zihinlerinde canlandırabilmeleri ve yeni bir bakış açısına sahip olmaları mümkün olacaktır (Güzel, 2007).

Destinasyon ziyareti esnasında doğru ve yeterli olarak bilgilendirilmiş turistlerin memnun olarak ayrılmasında ise bilgilendirme rolü devreye girmektedir. Özellikle olumsuz ön yargılar, yanlış bilinen doğrular ve eksik bilgilerin tamamlanmasında rehberlerin gerçekleştirdikleri yazılı kaynak tanıtımları, sözlü sunumlar ve atıflar oldukça önem arz etmekle beraber rehberlere olan güven duygusunun artmasına vesile olacaktır (Soykan, 2002). Bilgilendirme rolü içerisinde turist rehberleri, ziyaret edilen, fotoğraflanan yerler ve insan toplulukları hakkında anekdotlar anlatan ve otobüs camından yansıyan panoromayı canlandıran bilgileri karşı tarafa aktarabilmektedir (Leclerc ve Martin, 2004).

3. Yöntem

3.1 Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışma insan hayatında vazgeçilmez bir yeri olan rekreatif faaliyetlerde “yol gösterici” olarak nitelendirilen turist rehberlerinin Eskişehir ilinde bulunan rekreatif alanlara ait bilgilerine ve turistleri rekreatif faaliyetlere yönlendirmedeki rollerine ışık tutmayı amaçlamaktadır. Çalışmada turist rehberlerinin rekreasyon alanları hakkındaki bilgileri, rekreasyon alanlarının donanımı, güvenlik noktaları, turist rehberinin rolleri gibi sorulara cevaplar aranmıştır. Araştırma sorularına uygun olarak nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel araştırmalarda görüşme, gözlem ve doküman inceleme gibi veri toplama teknikleri kullanılmaktadır (Bütün ve Demir, 2014). Bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak derinlemesine görüşmeler kullanılmıştır.

3.2 Evren ve Örneklem

Zengin tarihi, gezilecek yerleri, kültürel değerleri, rekreasyonel alanların fazlalığı ve turizm açısından oldukça önemli merkezlerden biri olması nedeniyle araştırmanın evrenini Eskişehir’ de ikamet eden ve aktif olarak yerli ve yabancı turistlere rehberlik hizmeti veren profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. Katılımcıların belirlenmesi için kartopu örnekleme yöntemi kullanılmış ve toplam 10 adet turist rehberine ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan turist rehberleri R1-R10 şeklinde kodlanmıştır.

3.3 Veri toplama

Araştırmada yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Görüşme formu oluşturulması aşamasında konu ile ilgili kaynaklar taranmış olup oluşturulan soruların araştırmanın amaçları doğrultusunda olmasına dikkat edilmiştir. Katılımcılara 6 adet soru yönelmiştir. Görüşmeler katılımcıların izniyle ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Görüşmeler 1 Ocak - 15 Ocak 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup, 20-25 dakika arasında sürmüştür. Görüşmelerin sessiz ve sakin bir ortamda gerçekleştirilmesine özen gösterilmiştir. Görüşmelerin tümünün dökümü araştırmacı tarafından elle yazılarak dijital ortama aktarılmış ve veri analizine uygun hale getirilmiştir. Katılımcılara ilişkin bilgiler Tablo 1’de gösterilmektedir.

3.4 Verilerin analizi

Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde herhangi bir hatadan kaçınmak için dökümü yapılan görüşmeler tekrar tekrar okunmuştur. Ayrıca araştırmanın benzer ortamlara aktarılabilirliği için ayrıntılı betimleme gerçekleştirilmiştir.

4. Bulgular

Katılımcılara ilişkin bilgiler Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Turist Rehberlerine İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Sektör Deneyimi	Görüşme Mekânı
R1	Kadın	12	Ev
R2	Erkek	10	Kafe
R3	Kadın	13	Ev
R4	Erkek	14	Kafe
R5	Erkek	8	Ev
R6	Kadın	12	Kafe
R7	Kadın	13	Kafe
R8	Kadın	8	Kafe
R9	Erkek	10	Kafe
R10	Erkek	9	Ev

4.1 Temalar ve Kategoriler

Çalışmadan elde edilen veriler betimsel olarak analiz edildiğinde araştırmanın amacı doğrultusunda bulgular

rekreatif alanlar ile ilgili: 1) bilgi yeterliliği, 2) alan donanımı, 3) turist rehberinin rolleri olarak 3 ana tema altında incelenmiştir.

4.1.1 Rekreatif alanlar hakkında bilgi yeterliliği

Bu bölümde, katılımcıların rekreasyon alanlarına ve güvenlik noktalarına ilişkin bilgilerinden bahsedilmiştir.

4.1.1.1 Turist rehberlerinin rekreasyon alanlarına ilişkin bilgileri

Katılımcılara göre rehberlerinin rekreasyon alanlarına yönelik bilgileri farklılıklar göstermektedir. Katılımcılardan R3: “Eskişehir’de ki rekreatif alanları biliyorum. Buraya ziyaretlerde bulunuyoruz. Lakin bu alanlar hakkında yeterli bilgiye sahip olduğumu söyleyemem.” derken aynı şekilde R4: “Yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünüyorum. Buralara turlar esnasında ziyaretlerde bulunuyoruz. Ancak kaç tane asansörü var veya içerisi maksimum kaç kişi alabilir o konuları tam olarak bilmiyorum.” bu konuyla ilgili R8 ise: “Aslında bilgi sahibi olduğumu düşünüyorum. Ancak asansörleri ve dezavantajlı gruplar için erişim imkanları hakkında yeterli bir bilgim yok.” ifadeleri ile rekreasyon alanları hakkında genel bir bilgiye sahip olduklarını ancak ayrıntılı bilgilerinin bulunmadıklarını belirtmişlerdir. Rekreasyon alanlarına yönelik bilgiler konusunda katılımcılardan R7: Evet sahibim. Ağır layacağı grubun türüne göre genel tur programları dışında bu alanların grubuma hitap etmesini önemsiyorum bu yüzden gruba uygun rekreasyon alanlarının özelliklerini bilmem gerekiyor.” R6 ise bu konu ile ilgili: “Eskişehir’de bulunan rekreasyon alanları hakkında yeterli bilgiye sahibim. Özellikle tur yaptığımız güzergah üzerinde yer alan rekreasyon alanları ile ilgili tam bilgiye sahip olmamız gerekmekte. Çünkü turun tam zamanında ilerlemesi, turistlerin ihtiyaçlarına cevap verebilmesi gibi konular son derece önemli.” cümleleri ile rekreasyon alanları hakkında yeterli bilgiye sahip olmasının tur programının aksaklıklar olmadan ilerleyebilmesi için vazgeçilmez bir unsur olduğunu vurgulamıştır.

4.1.1.2 Turist rehberlerinin güvenlik noktalarına ilişkin bilgileri

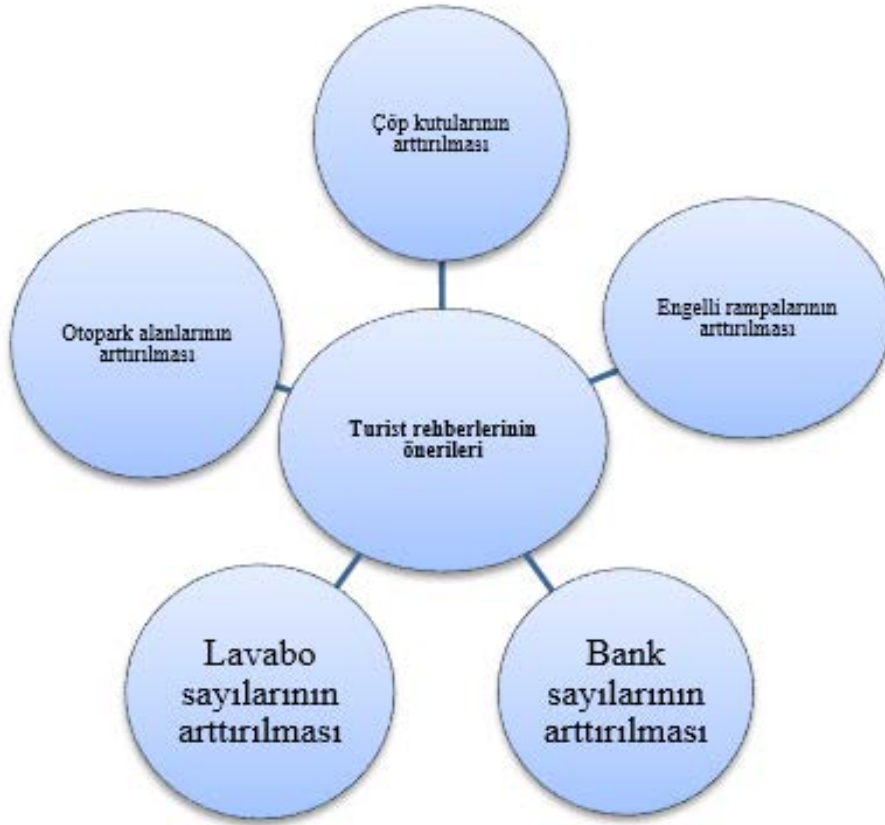
Turist rehberlerinin güvenlik noktalarına ilişkin bilgileri hakkında katılımcılardan R3: “Hayır diyebilirim. Büyük hastanelerin nerede olduğunu biliyorum ancak diğer sağlık ve güvenlik noktalarının nerede olduğu ile ilgili bilgi sahibi değilim.” R5: “Polis, hastane ve sağlık ocaklarını biliyorum. Ancak deprem toplanma noktaları hakkında yeterli bilgiye sahip değilim. Hatta bu soru sayesinde ilk defa düşündüm.” R8: “Hayır Eskişehir’de bulunan güvenlik alanları hakkında tam olarak bilgi sahibi değilim. Hastanelerin nerede olduğunu biliyorum ama polis noktaları veya deprem toplanma noktaları hakkında bilgim yok.” derken R10 bu konu ile ilgili: “Belli noktalardaki polis noktalarını ve hastaneleri biliyorum ancak tur esnasında neresi yakın da oluyor onu bilmiyorum. Telefonumdan bakmam gerekiyor. Deprem toplanma alanları hakkında ise bir fikrim yok.” diyerek bulunan güvenlik noktaları hakkında tam bir bilgiye sahip olmadıklarını ancak büyük hastanelerin nerede buldukları konusunda bilgi sahibi olduklarını dile getirmişlerdir.

4.1.2 Rekreasyon alanlarının donanımları

Bu bölümde rekreasyon alanlarının turistlerin ihtiyaçlarını karşılamada yeterli donanıma sahip olup olmadığı ve bu konu ile ilgili önerilerinden bahsedilmiştir.

4.1.2.1 Rekreasyon alanlarının turistlerin ihtiyaçlarını karşılamadaki donanım düzeyleri

Eskişehir’de bulunan rekreasyon alanlarının turistlerin ihtiyaçlarını karşılamadaki donanım düzeyleri hakkında R1: “Yeterli olduğunu düşünmüyorum. Eskişehir’ de ki rekreasyon alanlarında hala bir takım eksiklikler mevcut özellikle park sorunu, düzensizlikler, park alanlarında yetersizlikler mevcut. Bu tarz sorunların turistlerin mutlu ayrılabilmesi için çözülmesi gerektiğini düşünüyorum.” R6: “Rekreasyon alanlarının hepsi maalesef yeterli donanıma sahip değil. Bazı yerlerde park sorunu yaşıyoruz. Bazı mekanlarda engelli girişi ve tuvaletleri yok. Bu durumlar bizi zor durumda bırakan sorunlar.” derken R3 ise:“Aslında yeterli diyebilirim. Ancak sıkıntı oluşturan noktalardan biri şehir merkezinin çok kalabalık olması, kalabalık olmaya başladığında ise ihtiyaçları karşılamada yetersiz kalmasıdır. Bu nedenle Eskişehir’ de şehir merkezine yakın alanlarda da alt ve üst yapı olanakları geliştirilmelidir.” ifadeleri ile rekreasyon alanlarında eksiklikler bulunduğunu ve bunların turist memnuniyetinin sağlanması için giderilmesi gereken sorunlar olduğunu belirtmişlerdir.



Şekil 1: Katılımcıların rekreasyon alanları ile ilgili önerileri

4.1.3 Rekreatif faaliyet tercihlerinde turist rehberlerinin rolleri

Çalışmanın bu bölümünde rekreasyon faaliyetlerinde turist rehberleri ne gibi rollere sahip olduğu ve katılımcıların en çok büründükleri rollerin hangileri olduğu hakkında bilgi verilmiştir. Turist rehberlerinin rekreasyon faaliyet tercihlerinde ne gibi rollere sahip olduğu ile ilgili katılımcılardan R3:“Turist rehberlerinin rolleri çok fazla aslında ama en çok tanıtım kısmında etkileri olduğunu düşünüyorum. Grup içerisinde etkileşimin oluşmasını sağlıyor ve turistlerin memnuniyet içerisinde ayrılmasını vesile oluyoruz. Böylece turistin hizmeti tekrar satın almasını da sağlamış oluyoruz.”, derken R4: “Rekreatif faaliyetler içerisinde turist rehberi bir çok role sahiptir diyebiliriz. Rehber o anda hangi duruma müdahale etmesi veya yardım etmesi gerekiyorsa o role girmektedir aslında. Özetle

vazifemizi en iyi şekilde yerine getirebilmek için bir çok role girebiliyoruz.” diyerek turist rehberlerinin duruma ve zaman göre birden fazla role girebildiğini vurgulamıştır. Aynı şekilde R1’de bu konuyla ilgili: “Aslında her role bürünebiliyoruz. Ama öncelikli rollerimiz arasında rekreasyon alanının en hızlı ve çabuk tanıtılması ve kullanılması, bilet ve alışverişlerde yardım ve kolaylık sağlama, randevularda ayarlamalar yapma, olası değişiklikler karşısında grupları bilgilendirme gibi yükümlülüklerimiz var.” cümleleri ile her role girebildiklerini ancak öncelikli roller arasında bilgilendirme rolü vasıtasıyla rekreasyon alanlarının tam ve yeterli bir şekilde tanıtılması unsurunun bulunduğunu belirtmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların en çok büründükleri roller

Katılımcılar	Roller
R1	Kültürel Aracılık, Bilgilendirme
R2	Kültürel Aracılık
R3	Kültürel Aracılık, Liderlik
R4	Kültürel Aracılık, Bilgilendirme
R5	Liderlik
R6	Kültürel Aracılık, Bilgilendirme
R7	Liderlik
R8	Yorumlama
R9	Liderlik
R10	Kültürel Aracılık, Liderlik

5. Sonuç

Bu çalışmada turizm olgusu içerisindeki rekreatif faaliyet tercihlerinde turist rehberinin rolü belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın bulguları doğrultusunda katılımcıların Eskişehir’de bulunan rekreasyon alanları ile ilgili genel bir bilgi düzeylerinin bulunduğu özellikle önemli rekreasyon alanlarından olan Sazova parkı, Odunpazarı ve Şelale park gibi bölgeler hakkında daha fazla bilgi sahibi oldukları saptanmıştır. Ancak rekreasyon alanlarındaki asansör ve merdiven olanakları, dezavantajlı bireyler için uygun dizayna sahip olup olmadığı ve kişi kapasiteleri hakkında bilgi eksikliklerinin bulunduğu belirlenmiştir. Rekreasyonel alanlara olan ilginin günümüz koşullarında giderek arttığını düşündüğümüz de, bu faaliyetlerin turizm çatısı altında düzenli bir şekilde organize edilmesi, bir lider veya yol gösterici ile gerçekleştirilmesi hem katılanların memnuniyet düzeylerini artırılmasında hem de rekreasyonel alanların korunmasında oldukça önem arz etmektedir (Ardahan vd., 2016). Bu durum ayrıca doğru turist tipinin doğru rekreasyonel alana yönlendirilmesine yol açarken dezavantajlı bireylerin rekreasyonel alanlara gerçekleştirdiği ziyaretler esnasında karşılaşılabileceği olumsuz durumları ortadan kaldıracaktır.

Güvenlik noktalarının bilinirliği konusunda ise katılımcıların Eskişehir’de bulunan büyük hastanelerin ve polis noktalarının yerlerini bildikleri ancak bir afet veya acil durumlarda toplanılması gereken yerler hakkında bilgi sahibi olmadıkları belirlenmiştir. Turistik gezilerde turist rehberlerinin olası her türlü kaza, tehlike ve yaralanma durumlarına karşı tedbirli olması gerekmektedir. Bu noktada rehberlerin hızlı bir şekilde olaya müdahale edebilmesi için konum bilgisi olması önem taşımaktadır.

Katılımcılardan alınan cevaplara göre Eskişehir’de bulunan rekreasyonel alanların yeterli donanıma sahip olmadığını söylenebilir. Donanımla ilgili en çok tekrarlanan sorunlar arasında otopark problemi, çöp kutularının az olması, tuvalet sayılarının azlığı ve tuvaletlerinin dezavantajlı bireylerin kullanımına uygun olmaması ve

oturulabilecek bank sayılarının artırılması bulunmaktadır. Ve katılımcılar rekreasyonel alanların yeterli donanıma sahip olması için bu sorunların çözülmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Çünkü rekreasyonel alanların dezavantajlı bireylere göre dizaynı ötekileştirmelere yol açmadan rekreasyonel alanların herkese eşit hizmet verebilmesine öncülük edecektir.

Katılımcıların tur esnasında duruma ve zaman göre birden fazla role girebildiği sonucuna varılmıştır. Özellikle katılımcılar rekreasyonel faaliyetlerde turist rehberlerinin turun aksamadan ve iyi bir şekilde sonuçlanabilmesi için her türlü role girebilmeye hazır olması gerektiğini ve rollerin gerektirdiği görevleri yerine getirebilecek sorumluluğa sahip olmasının önemli olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların rekreasyonel faaliyetler esnasında en çok büründükleri rollerin başında ise kültürel aracılık rolü ve liderlik rolü olduğu sonucuna varılmıştır. Turist rehberleri hangi rol içerisinde bulunursa bulunsun turistlere seyahatlerinin ilk anından son anına kadar eşlik etmekle yükümlüdür. Ve bu eşlik etme süreci içerisinde turistlere rekreasyonel alanı tanıtan, güvenli ve huzurlu bir tur için öncülük eden, gidilecek rotalar konusunda yardımcı olan, alışveriş noktalar ile ilgili bilgilendirmeler yapan ve daha birçok konuda yol gösteren rehberlerin turistler açısından rekreasyonel faaliyetlerin tercihlerinde, bu faaliyetlere doğru yönlendirilmelerin gerçekleştirilmesinde ve faaliyetin gerçekleştirilip gerçekleştirilmemesiyle ilgili karar verme sürecinde doğrudan etkili bir role sahip olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla turist rehberleri rekreasyon faaliyetlerini ne kadar iyi tanıtabilirse ve yönlendirebilirse bu faaliyetler o kadar anlamlı hale gelmektedir.

Sonuç olarak turist rehberinin, turistler için oldukça önemli aktiviteler içeren rekreasyon faaliyetlerine doğru ve nitelikli olarak yönlendirilmesinde oldukça önemli bir yere sahip olduğu, rekreasyon faaliyetleri tercihlerinde turist rehberlerinin büyük bir rol oynadığı ve turist rehberlerinin rekreatif bütün faaliyetler ile ilgili alanlarda bilgi sahibi olmasının önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Kaynakça

- Ahipaşaoğlu, S. (2006), Turizmde Rehberlik, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Akoğlan Kozak, M. ve Çakır, O. (2012). A Conceptual Study On Recreational Leadership, 6th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, Fethiye.
- Ap, J. ve Wong, K. F. (2001), Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Ar, H. (2015). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Turist Rehberlerinin Rolü. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, s. 47.
- Ardahan, F., Turgut, T. ve Kaplan Kalkan, A. (2016), Her Yönüyle Rekreasyon, Ankara, Detay Yayıncılık, s.215.
- Argan M. (Ed.) (2013), Rekreasyon Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Web-ofset Tesisleri, Eskişehir.
- Avcıkurt, C. (2009), Turizm Sosyolojisi, Genel ve Yapısal Yaklaşım, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bütün, M. ve Demir, S. B. (2014). Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri, Michael Quinn Patton, 3. Baskıdan Çeviri, Pegem Akademi, Ankara, s. 4.

Çetinkaya, M. Y. ve Öter, Z. (2016). Role of tour guides on tourist satisfaction level in guided tours and impact on re-visiting Intention: a research in Istanbul. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(1), 40-54.

Çınar, V. ve Sanioğlu A., (2004). Farklı Branşlardaki Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımlarının Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 11.

Çolakoğlu, O., Efendi, E. ve Epik, F. (2010), *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*, Detay Yayıncılık.

Gül Yılmaz, E. (2017), *Rekreasyonel Liderlik ve Turist Rehberliği*. (Ed. Prof. Dr. Meryem Akoğlan Kozak) "Rekreasyonel Liderlik", (İçinde bölüm). Ankara, Detay Yayıncılık.

Güleç, S. (1989). *Park-Bahçe ve Peyzaj Mimarisi*. Karadeniz Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi Ders Teksirleri Serisi: 29, Trabzon. Sayı:2, s. 213-214.

Güzel, F. Ö. (2007). Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma. Basılmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Balıkesir.

Güzel, F. Ö. ve Köroğlu, Ö. (2014). Turist Rehberlerinin Liderlik ve Aracılık Rollerinin Tur Deneyimine Etkisi: Doğa Turları Üzerine Bir Araştırma, *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 13 (4), s. 955.

Hazar A. (2014), *Rekreasyon ve Animasyon*, Detay Yayıncılık, Ankara

İbrahim, H. (1989). Ibn Khaldun 1337-1408 in, (Ed. Hilmi İbrahim) *Pioneers in Leisure and Recreation*, American Alliance for Health, Physical Education, Recreation, and Dance 1900 Association Drive Reston, VA 22091, pp. 21-26.

İbrahim, H. and Cordes, K.A., (2002), *Outdoor Recreation, Enrichment For A Lifetime*, Sagamore Pub, Third Edition.

Karaküçük, S. (1999), *Rekreasyon, Boş zamanları Değerlendirme, Kavram Kapsam ve Bir Araştırma*, Seren Matbaacılık Yayınları.

Karaküçük, S. (2005), *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme "Kavram, Kapsam ve Bir Araştırma"*, (5. Baskı), Ankara: Gazi Kitabevi.

Karaküçük, S. ve Akgül, B.M. (2016), *Ekorekreasyon - Rekreasyon ve Çevre*, Gazi Kitabevi, Ankara, 1. Baskı.

Kılbaş, Ş. (2010), *Rekreasyon ve Boş Zamanı Değerlendirme*, Ankara, Gazi Kitabevi.

Köktaş Ş. K. (2004), *Rekreasyon Boş Zamanı Değerlendirme*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Kraus, R.G., (1977), *Recreation Today: Program, Planning and Leadership*. (Second Edition), California:

Goodyear Publishing Company.

Leclerc, D. ve Martin, J. N. (2004). Tour Guide Communication Competence: French, German and American Tourists Perception. *International Journal of Intercultural Relations*, vol. 28, s. 181-200.

Lovrentjev, S. (2015). Education of Tourist Guides: Case of Croatia. *Procedia economics and finance*, 23, ss. 555-562.

Manning, R. E. ve Valliere, W. (2001). Coping in outdoor recreation: Causes and Consequences of Crowding and Conflict Among Community Residents, *Journal of Leisure Research*, 33(4):410-426.

Nebioğlu, K.G. (2009). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Eğitimi: Kültür Ve Turizm Bakanlığı Tarafından Düzenlenen Turist Rehberliği Eğitimlerinin Uzaktan Eğitim Modeli İle Verilmesi Üzerine Bir Araştırma. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara.

Reisinger, Y. ve Steiner, C. (2006). Reconceptualising interpretation: The role of tour guides in authentic tourism. *Current Issues in Tourism*, 9(6), 481-498.

Soykan, F. (2002). Profesyonel Turist Rehberliği Derslerindeki Kursların Yeniden Değerlendirilmesi ve Türkiye’nin Turizm Coğrafyası Dersine Eleştirel Yaklaşım. *Turizm Eğitimi Konferansı*, Ankara, s.99.

Tetik, N. (2012). Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterlilikleri: Doğu Karadeniz Örneği. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, s.214.

Toker, A. (2011). Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Ankara Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, s. 51, Eskişehir.

Torkildsen, G. (1992), *Leisure and Recreation Management*. Fourth Edition. E & FN Spon Press.

KÜLTÜR TURİZMİNDE ÜRÜN GELİŞTİRME SÜRECİNE DAİR TURİST REHBERLERİNİN GÖRÜŞLERİ

<p>Melike SAK Sinop Üniversitesi melikesak@windowslive.com</p>	<p>Doç.Dr. Gül Erkol BAYRAM Sinop Üniversitesi gulerkol@windowslive.com</p>	<p>Aslı Sultan EREN Sinop Üniversitesi aslisultan12@gmail.com</p>
---	--	--

ÖZET

İnsanların var oluşlarından bu yana yaşadıkları coğrafyaya bağlı olarak değişen ve zamanla gelişen farklı kültüre sahip oldukları bilinmektedir. Toplumların yaşadıkları farklı koşullar aynı uygarlıkta yaşamalarına rağmen farklı kültürlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Zamanla insanların yer değiştirmeleri farklı kültürlerin birbirlerinden etkilenecek kültürel miras çeşitliliğini ortaya çıkarmıştır. Anadolu toprakları da farklı uygarlıklara yüzyıllar boyunca ev sahipliği yapmıştır. Bu uygarlıklardan her biri kendine has farklı bir kültürü olarak miras bırakmıştır. Zamanla miras kalan bu öğeler insanların dikkatini çekerek farklı bir turizm alanı oluşmasına zemin hazırlamıştır. İnsanların farklı kültürleri tanıma isteği üzerine ortaya çıkmış bu yeni turizm alanı, insanların alışlagelmiş olan turizm kalıplarının dışına çıkmalarını sağlayarak daha bilinçli bir turist profiline oluşmasına ve bilinçli turist kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Gelişen ve değişen turist profilleri sayesinde kültür turizmi, ülkelerin turizm gelirlerinde büyük bir paya sahip olan turizm alanı haline gelmiştir. Bir ülkenin sahip olduğu kültürel değerler ve bıraktıkları kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından turizm önemli bir unsurdur. Sahip olunan tarihi ve kültürel değerlere ören yerleri ve müzeler aracılığı ile ulaşılabilir böylece bu tür destinasyonların kültürel turizmde oldukça büyük bir öneme sahip olduklarını söyleyebiliriz. Müzeler ve ören yerleri bir ülkenin sahip olduğu tarihi mirasın korunması, geliştirilmesi ve gelecek nesillere aktarılması konusunda büyük role sahip alanlardır. Bu alanların korunup, geliştirip, sergilenmesi süreci turizm taleplerini, misafirlerin istek ve arzularını turizm endüstrisi kapsamında kültürel doyuma ulaştıran yegâne unsurlardır. Bir turistin kültürel doyuma ulaşmasında en büyük role sahip olan kişi turist rehberidir. Arslan ve Çokal (2016) yaptıkları çalışmada turist rehberlerini kültür turizminin gelişiminde sahip olunan değerler ve ziyaretçiler arasında etkileşimi sağlayan elçi görevi görmekte bununla birlikte kültürel mirasa ve ülkeye karşı sorumluluk bilinci ile hareket eden kişiler olarak tanımlamaktadır. Buradan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı kültür turizminde ürün geliştirilme sürecinde turist rehberlerinin görüşlerini ve önerilerini belirlemektir. Bu çalışma nitel araştırma yöntemi benimsenerek gerçekleştirilmiştir. Kültürel turizm alanında aktif olarak yer alan turist rehberlerinin görüşleri kültürel turizminin gelişmesinde büyük etki sağlayacağı düşünöldüğu için bu çalışmanın literatüre anlamlı bir katkı sunacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel miras, turist rehberi, kültür, kültür turizmi

ABSTRACT

It is known that people have different cultures that change and develop over time depending on the geography they have lived since their existence. Different conditions of societies led to the emergence of different cultures, although they lived in the same civilization. Over time, the displacement of people has revealed the diversity of cultural heritage by influencing different cultures. Anatolian lands also hosted different civilizations for centuries. Each of these civilizations has inherited itself as a unique culture. These elements, inherited over time, attracted

the attention of people and prepared a ground for a different tourism area. This new tourism area, which emerged upon the desire of people to get to know different cultures, caused people to get out of the usual tourism patterns and caused a more conscious tourist profile and the emergence of the conscious tourist concept. Thanks to the developing and changing tourist profiles, cultural tourism has become a tourism area that has a large share in the tourism revenues of the countries. Tourism is an important factor in terms of the cultural values of a country and the sustainability of the cultural heritage they leave. It is possible to reach historical and cultural values by means of places and museums, so that we can say that such destinations have a great importance in cultural tourism. Museums and archaeological sites are areas that play a major role in preserving, developing and transferring the historical heritage of a country to future generations. The process of protecting, developing and displaying these areas are the only elements that bring tourism demands, wishes and desires of the guests to cultural satisfaction within the scope of the tourism industry. The person who plays the biggest role in achieving a cultural satisfaction of a tourist is a tourist guide. In their study, Arslan and Çokal (2016) define tourist guides as ambassadors who provide interaction between the values and visitors in the development of cultural tourism, as well as those who act with a sense of responsibility towards cultural heritage and the country. The aim of this study, which is carried out from this point of view, is to determine the views and suggestions of tourist guides in the process of product development in cultural tourism. This study was carried out by adopting qualitative research method. Since the opinions of the tourist guides actively involved in the field of cultural tourism are thought to have a great impact on the development of cultural tourism, this study is expected to make a meaningful contribution to the literature.

Keywords: Cultural heritage, tour guide, culture, cultural tourism

Kaynakça

Arslan, Z., & Cokal, Z. (2016). Profesyonel Turist Rehberlerinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 53-69.

TÜRKİYE’DE DESTİNASYON SEÇİCİLİĞİ VE REHBERLİK FAALİYETLERİNE ETKİSİ

<p>Ramazan Özdemir Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi ramazan_ozdmer2018@ hotmail.com</p>	<p>Hilal Yılmaz Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi yilmaz06hilal@ gmail.com</p>	<p>Rabia Dedeoğlu Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi asrabia2016@outlook.com</p>
--	--	---

ÖZET

Türkiye’de destinasyon seçiciliği önemli bir faktördür. Turist rehberleri de görevlerini icra ederken destinasyonlardaki farklılıklardan etkilenmektedir. Bu çalışmanın da öncelikli amaçlarından bir tanesi de turist rehberleri rehberleri faaliyetlerini gerçekleştirirken popüler yada popüler olmayan destinasyon olarak ayırım yapmadan görevlerini icra etmeleridir. Bu araştırmada Türkiye’deki destinasyon seçiciliğinin rehberlik faaliyetleri etkileri tespit edilerek önerilerde bulunulmuştur. Bu araştırmada nitel verilerden yararlanılmıştır. Bazı durumlarda da nicel konulara değinilmiştir. Bizler de bu çalışmamızda Türkiye’de destinasyon seçiciliğinin rehberlik faaliyetlerine etkileri nelerdir ve popüler olmayan destinasyonların ne kadar önemli olduğunu ifade etmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Popüler Destinasyon, Popüler Olmayan Destinasyon, Destinasyon seçiciliği, Rehberlik Faaliyeti, Sosyal Medya

Giriş

Geçmişten günümüze Turizm sektöründe birçok sorunla karşılaşmıştır. Bu sorunlardan yola çıkılarak çözüm önerileri üretilmelidir. Sektör çok hızlı bir şekilde gelişmiş ve destinasyon konusunda çabuk değışmiş, dünyanın her yerinde büyük öneme sahip bir sektör olmuştur. Bu nedenle insanlar her geçen dönemde farklı yerleri tercih etmektedir. Genellikle insanlar gezilip görülecek fazlaca yer varken popüler destinasyonlara takılı kalmaktadır. Bizim de öncelikli amaçlarımız içinde yer alan; popüler olmayan destinasyonlara teşvik etmektir. İnsanlar çoğunlukla popüler olan destinasyonları görmek ve zaman geçirmek istiyorlar. “Neden popüler olmayan destinasyonları da aynı ilgi ve merakla gezmiyorlar?” diye düşünerek bu konuyu belirledik. Halbuki gidilmeyen, keşfedilmeye değer, kültürel-doğal varlıkları turizme kazandırabilmek lazımdır. Bu sayede hem tek bir destinasyonayönlenecek hem de her destinasyonun görülme şansı eşit düzeye indirgenecektir. İnsanların destinasyon tercihleri de sektörümüz için önemli hale gelmiştir. İnsanların bu tercihleri genellikle merak dürtüsü ya da sosyal medya rolü ile birlikte farklı destinasyonları tercih etmelerine yol açmaktadır. Ancak şu unutulmamalıdır ki sosyal medya ve merak dürtüsünün rolü ne kadar çok olursa olsun rehberlerin de etkilerini unutmamak gereklidir. Burada turist rehberlerine de büyük iş düşecektir. Turist rehberleri bir ülkenin tanıtımında en büyük rol oynayan kültür elçileridir. Çünkü; bir rehber ülkeye birçok turist getirebileceği gibi, o turistlerin gelmemesini de sağlayabilir. Bu yüzden turistik faaliyetlerde, ne kadar iyi bir rehber o kadar iyi bir gelir anlamına gelmektedir.

1. TURİZM KAVRAMLARI

1.1. Turizm Nedir?

Her zamanki ortamının dışında, seyahat, iş veya diğer amaçlarla seyahat edenlerin, birbirini takip eden bir yıldan

fazla olmamak kaydıyla gerçekleştirdiği etkinliklere turizm denilmektedir(Burtan Doğan ve Aslan, 2019).

Turizm, dinlenmek, eğlenmek, görmek ve tanımak gibi amaçlarla yapılan geziler ve bir ülkeye veya bir bölgeye gezmen (turist) çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümüdür (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Turizm>).

Cambridge Sözlüğü, turizmi şöyle tanımlar; ‘Tatilde olan insanlar için ulaşım, kalacak yerler veya eğlence gibi hizmetler sağlama işi’(Stainton, 2020).

Dünya Turizm Örgütü (WTO) turizmi; ”Kişilerin ikamet ettiği yer dışındaki bir yere bir yılı aşmamak üzere, boş zaman değerlendirme, iş veya diğer benzeri amaçlarla yaptıkları seyahat ve konaklama aktiviteleri” olarak tanımlamaktadır.

1.2. Destinasyon Nedir?

Destinasyon, turizm sektörünün en önemli bileşimlerinden biridir. Kelime anlamı ile destinasyon, varış yeri, gidilecek yer anlamını taşımaktadır. Destinasyon kavramı ise Coltman’ın (1989) yaptığı tanıma göre içinde turistler için cazip kabul edilecek farklı doğal çekicilikleri ve özellikleri barındıran yerlerdir. Buhalis (2000) tarafından yapılan bir başka tanıma göre destinasyon ise yerel ölçekte sunulan mal, hizmet ve tatil deneyimlerinin birleşimidir (Kırca, 2014).

1.3. Turizm Destinasyonu Nedir?

Turizm göreceli olarak önemli bir eylem alanı ve turizm ekonomik, sosyal ve fiziksel etkilerinin ortaya çıktığı alandır. Turizmin temel ekonomik faaliyetler arasında yer aldığı ülkeler, bölgeler, şehirler ve turizm destinasyonudur (T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı).

Hosany, Ekinci ve Uysal’ın (2006) yaptıkları tanımda turizm destinasyonları, ülke bütününden küçük ve ülke içindeki pek çok kentten büyük, insan beyninde belirli bir imaja sahip markalaşmış ulusal bir alan ve önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine, festivaller, karnavallar gibi çeşitli etkinliklere, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, iç ulaşım ağıyla bağlantılı bölgeler arası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bir bölgeler olarak tanımlanmaktadır (Tanır, 2017).

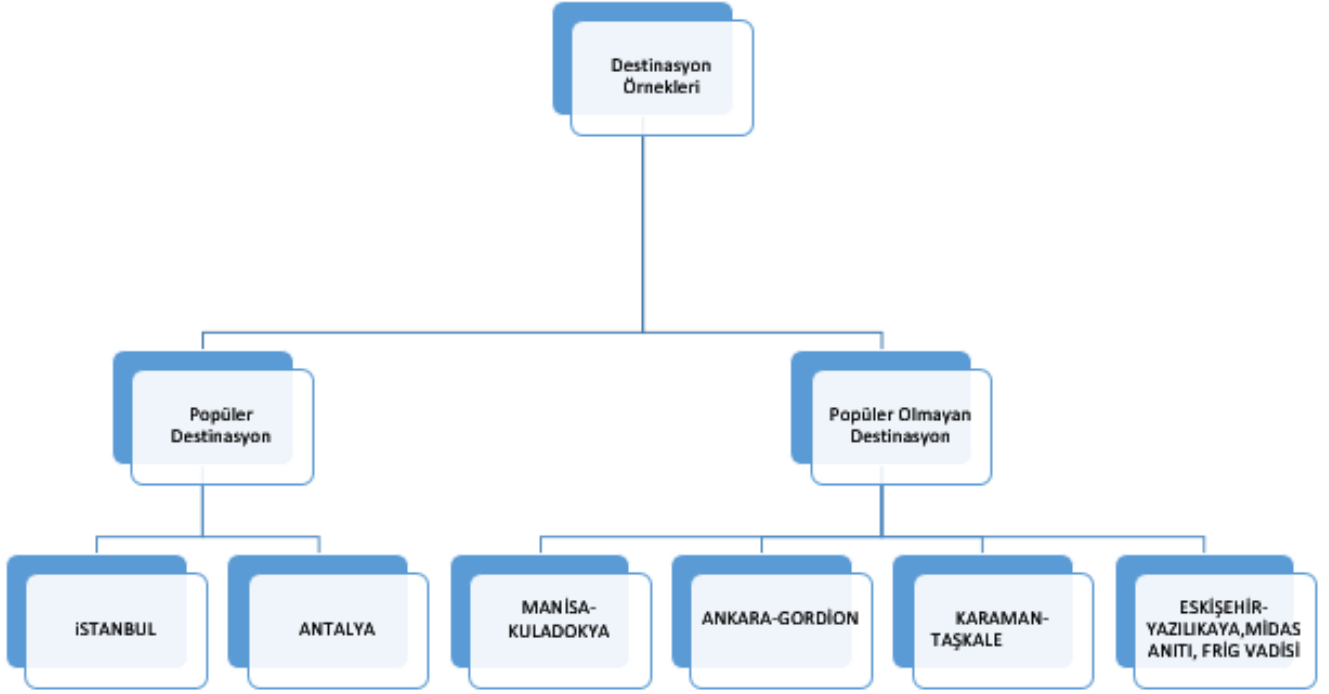
1.4. Destinasyon seçiciliği

Destinasyonların seçiciliği birçok faktörle değişmektedir. Destinasyon seçiciliğinde en önemli faktörlerden bir tanesi bölgenin turizm potansiyelidir. Destinasyonları önemli noktalara taşıyacak olan fiziki, tarihi, kültürel, doğal ve rekreatif kaynakların tamamı destinasyon seçiciliğini etkilemektedir (Şenel, İbiş, Zengin ve Batman, 2014).

Destinasyonların Seçiciliğinde Rehberlik Faaliyetine etkileri:

- Rehberin çalıştığı bölgenin coğrafi özellikleri.
- Bölgenin sosyal ve ekonomik durumu.
- Rehberin bulunduğu bölgedeki çekici unsurlar.
- Rehberin bulunduğu bölgenin nüfusu.

1.1.Şekil



2. DESTİNASYON ÖRNEKLERİ

2.1. POPÜLER DESTİNASYONLAR

2.1.1. İstanbul'un Tarihi Alanları

İstanbul, kültürlerin, dinlerin, toplulukların hatta kıtaların birleştiği çok özel bir kent. MÖ 7. yüzyılda kurulan bu olağanüstü güzellikteki şehir, üç büyük imparatorluğa, Roma İmparatorluğu'na, Doğu Roma İmparatorluğu'na ve Osmanlı İmparatorluğu'na başkentlik yapmıştır.

İstanbul'un, "Tarihi Yarımada" olarak adlandırılan kuzeyde Haliç, doğuda İstanbul Boğazı ve güneyde Marmara Denizi ile çevrili bölümü 'İstanbul'un Tarihi Alanları' olarak 1985 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne eklenmiştir (kilsanblog, 2017).

UNESCO tarafından İstanbul'da koruma altına alınan varlıklarımızın dağılımı dört bölgeyi kapsamaktadır:

Sultanahmet Kentsel Arkeolojik Sit Alanı

Süleymaniye Koruma Alanı

Zeyrek Koruma Alanı

İstanbul Kara Surları Koruma Alanı

1.1.Resim



2.1.2. Antalya:

Antalya, Akdeniz Bölgesi'nde yer almaktadır. Türkiye'nin en kalabalık beşinci şehridir. Yüzölçümü bakımından Türkiye'nin altıncı büyük ilidir. Doğa harikalarıyla, gezilecek onlarca yeri olan, Türkiye'nin keşfedilmesi gereken şehirlerinin başında gelmektedir. Türkiye'nin en ünlü turizm şehri olan Antalya'nın nüfusu 2015 sonu itibarıyla 2 milyon 288 bin 456 kişidir. Antalya özellikle yaz mevsiminde en çok geçici göçü almaktadır. Antalya turuncğillerin merkezidir. Burada temel ekonomik koşullar turizm, tarıma ve ticarete dayanmaktadır.

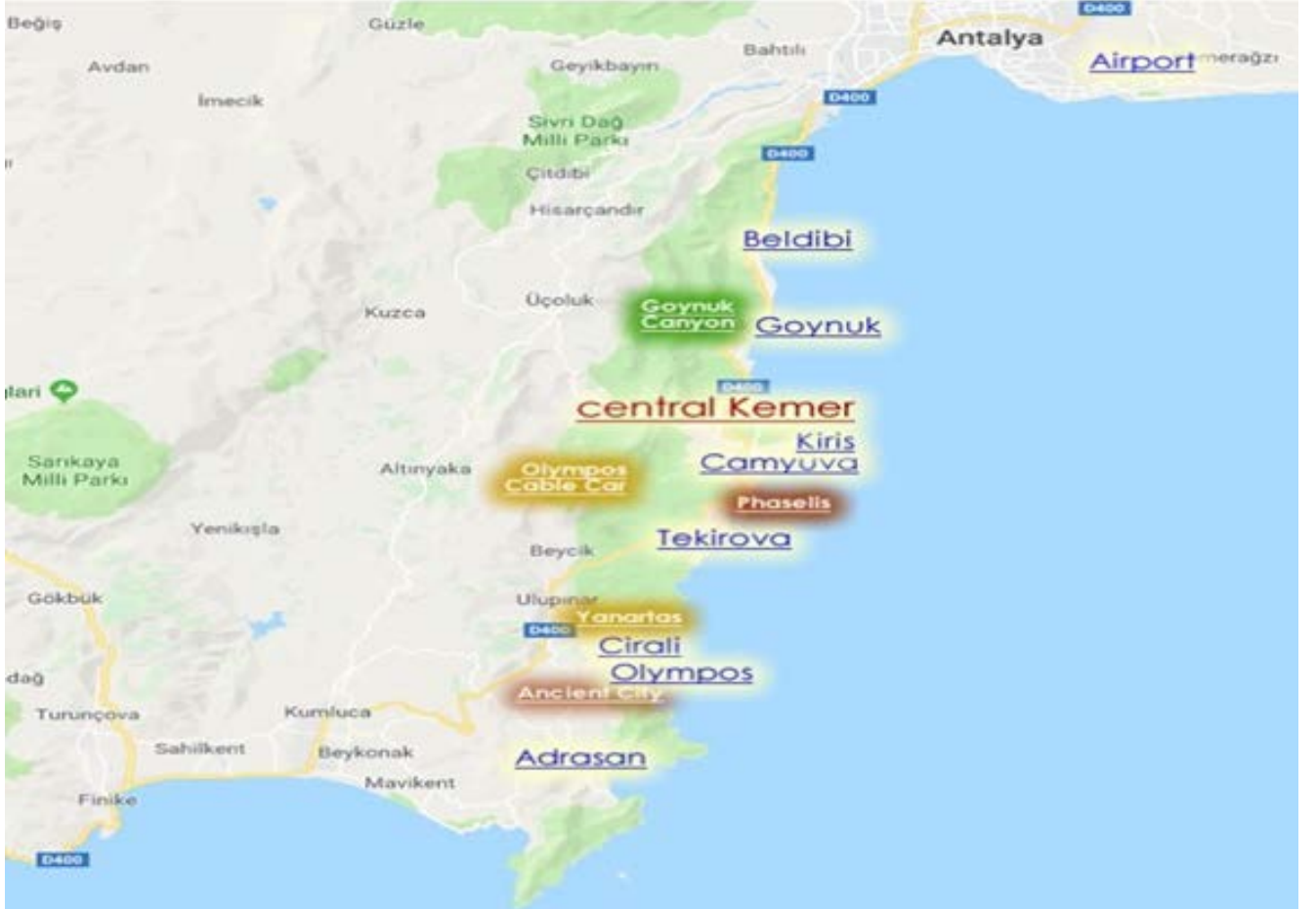
Antalya'nın tarih yerleşim bakımından oldukça eskiye dayanmaktadır. Bölgenin tarihi 50 bin yıllarına kadar uzanır. Karain ve Beldibi mağarasında yapılan çalışmalar sonucunda Paleolitik ve Mezolitik döneme ait izlere rastlanmıştır. İlk yerleşimin Lidya'lılara ait olduğu söylenmektedir. Antalya kelime anlamı olarak "Attolos Yurdu" anlamına gelir. Şehir 1391 yılında Osmanlıların eline geçmiştir. Antalya, tarih boyunca bir ok devletin arzulayıp da alamadığı şehir olarak akıllarda kalmıştır. Ayrıca köklü tarihi geçmişiyle Antalya, Türkiye'nin en çok antik kent bulunan şehirdir. Bu nedenle Antalya'da gezilip görülmesi gereken çok fazla yer bulunmaktadır.

Antalya'da Akdeniz iklimi hakim olduğundan dolayı şehirde yazlar sıcak kışlar ise ılık ve yağışlı geçmektedir. Antalya yaz turizmi için tercih edilmektedir. Şehirde ulaşım da oldukça kolay sağlanmaktadır. Tramvay, halk otobüsü, taksiler ve deniz otobüsleri şehirde çok sık sefer yaparak hizmet vermektedir.

Türkiye'nin en büyük otellerinin yer aldığı Antalya'da turizm şehri olmasından dolayı konaklama da hizmet sektörü gelişmiştir. Hemen hemen her ilçesinde yüzlerce otel, pansiyon ve kiralamak için evler yer almaktadır. Şehirde çok sayıda kafe, restoran, bar ve kulüp bulunmaktadır. Antalya mutfağı sağlıklı mutfak olarak anılmaktadır. Çeşitliliğiyle ünlü mutfakta hemen hemen her yemek zeytinyağı ile yapılmaktadır. Antalya mutfağının yöresel yemekleri arasında Taratorlu Piyaz, Hülüklü Çorba, Toros Salatası, Zerde, Tandır Kebabı yer alır. Ayrıca şehrin portakal, greyfurt gibi turuncgil reçellerim ünlüdür.

Şehirde gece hayatı in çok sayıda alternatif bulunmaktadır. Her ilçesinde her zevke hitap eden kulüp, bar, restoran veya meyhane bulmak mümkündür. Şehirde Antalya -Altın Portakal- Film Festivali, Uluslararası Antalya Piyano Festivali gibi önemli festivaller de düzenlenmektedir. Türk Silahlı Kuvvetleri Kara Kuvvetleri Komutanlığı'na bağlı 3. Piyade Eğitim Tugayı Komutanlığı ve Hava Kuvvetleri Komutanlığı'na bağlı Hava Meydan Komutanlığı Antalya'da bulunmaktadır. Şehir, 2015 yılı G-20 Zirvesi'nin ve Expo 2016'nın ev sahibidir.

1.1. Harita



Antalya Gezilecek Yerler Listesi

1. Kaleiçi
2. Hadrian Kapısı
3. Yivli Minare

4. Düden Şelalesi
5. Antalya Arkeoloji Müzesi
6. Antalya Aquarium&FearTrophy
7. Kurşunlu Şelalesi
8. Antalya Hayvanat Bahçesi
9. Karaalioğlu Parkı
10. Antalya AqualandDolphinland
11. Murat Paşa Camii
12. Konyaaltı Plajı
13. Minicity
14. Phaselis Antik Kenti
15. Aspendos Antik Tiyatro
16. Termessos Antik Kenti
17. Köprülü Kanyon
18. Perge Antik Kenti
19. Manavgat Şelalesi
20. Saklıkent Kayak Merkezi

(Çelebi, 2020).

Antalya’da Gezilecek Diğer Yerler

Antalya gezilecek yerler yazısı boyunca şehir merkezinde ve çevresinde gezip görmeniz gereken en önemli yerler hakkında bilgiler paylaştık. Eğer Antalya seyahatinizde zaman sorunuz yoksa Antalya gezilecek yerler listenize şu yerleri de ilave edebilirsiniz:

- Karain Mağarası
- Hıdırlık Kulesi
- Olmos Antik Kenti
- Demre / Myra
- Antalya Oyuncak Müzesi
- Xantos – Letoon Antik Kenti
- Likya Yolu
- Oymapınar Gölü
- Saat Kulesi
- Kesik Minare
- Yat Limanı
- Atatürk Evi
- Aktur Lunapark
- Suna İnan Kiraç Kaleiçi Müzesi

1.2. Resim



2.2. POPÜLER OLMAYAN DESTİNASYONLAR

2.2.1. Manisa-Kuladokya:

Mutlaka gidip görülmesi gereken cennet ülkemizin doğal güzelliklerinden biri daha. Yanık ülke adı nereden geliyor dersiniz, yaklaşık 2.000 yıl önce yöreyi dolaşan Amasyalı Anadolu tarihçisi Strabon, Kula bölgesine “Yanık Ülke -Yanık, yanmış arazi” anlamına gelen “Katakekaumene” adını vermiş ve “Burada hiç ağaç yok toprağın yüzü küllerle kaplı, dağlık ve kayalık olan ülke sanki yangından olmuş gibi siyah renkte” diye anlatmış, artık az da olsa yeşil de var...

2012 senesinde “Tabiat Anıtı” olarak tescil edilerek sit alanı ilan edilen ve koruma altına alınan bölge, Avrupa’nın 58. dünyanın ise 100. jeoparkı unvanı kazanmış. Gediz Vadisi boyunca uzanan peribacaları ile ünlü volkanik şehir Kula, kaplıcaları, hanları, hamamları, camileri, türbeleri ve özellikle de ahşap evleri ile ünlü, Manisa’nın fazla bilinmeyen, biraz ihmal edilmiş sessizce keşfedilmeyi bekleyen şipşirin bir ilçesi...(Salman, 2017).

1.3. Resim



2.2.2. Ankara-Gordion:

Gordion, tarihte Frigya'nın başkenti olarak bilinen bir antik yerleşimdir. Ankara il sınırlarında bulunan Gordion höyüğündeki kazılar sonucunda yerleşimin Frigya'dan öncesine de gittiği anlaşılmıştır. Milattan önce 9. asırda Friglerin vatanı olan Gordion'u, tarihe ilginiz varsa mutlaka ziyaret etmelisiniz.

Gordion Hakkında Bilgi

Ankara'ya 94, Polatlı ilçesine ise 29 kilometre mesafede bulunan Gordion'da Eski Bronz Çağı'ndan Frig şehri tabakasına kadar gelen on sekiz tabaka mevcuttur. Bu tabakalar birbirlerinin üstüne gelerek oluşmuşlardır. Friglerin bölgeye geliş tarihi tam olarak tahmin edilemese de milattan önce 9 ve daha öncesi bir tarih olabileceği tahmin edilir. Çanak çömlek tarzlarının Makedonyalıları andırması sebebi ile Frigyalıların bölgeye Trakya ve Balkan yarımadasından geldiği varsayılır. Daha sonraki dönemlerde Gordion da dâhil olmak üzere, bütün Anadolu Pers İmparatorluğu'nun himayesi altına girmiştir. Bu çağda da Gordion, Kral Yolu üzerinde önemli bir yer, pazar şehri, konaklama yeri işlevlerine sahip olduğu için önemini kaybetmemiştir. Milattan önce 333 senesinde Pers hâkimiyetinden ayrılan Gordion'da milattan önce 200 yıllarından sonraya ait olabilecek bir belgeye rastlanamamış ve bu dönemin ardından Gordion önemini kaybetmiş ve zamanla terk edilmiştir. Höyükten çıkarılan eserlerin teşhir edildiği Gordion Müzesi'nde kronolojik olarak bir zaman tüneli yolculuğu yapabilirsiniz. Günümüzde Yassıhöyük olarak bilinen 500 nüfusa sahip küçük bir köyün yanında konumlanan Tümülüs, ören yeri ve müze olarak 1963 senesinden beri ziyaretçilerini ağırlıyor.

Gordion Görülecek Eserler

Tarihi oldukça eski tarihlere dayanan Gordion'da müzeyi, Tümülüs ve ören yerini bir arada gezebiliyorsunuz. Tarihi alanda her döneme ait karakteristik eserleri inceleyebiliyorsunuz. Ayrıca 3 vitrinde eski tunç devri eserleri, Kral Midas ile nihayete eren erken

Frig dönemine ait eserleri de görebilirsiniz. Yeni sergi salonunda ise milattan önce 700 yıllarına tarihlenen tipik bir yapıyı inceleyebilirsiniz (<https://gezimanya.com>).

1.4. Resim



2.2.3. Karaman-Taşkale:

Karaman merkeze 46 km uzaklıkta bulunan küçük bir kasaba da vadinin içinde yer almaktadır. Taşkale de birçok oyuk mağara bulunmaktadır. Mağaraların duvarında bir ayak sığacak şekilde küçük oyuklar vardır. Bu oyuklar sayesinde yukarı rahat bir şekilde çıkılabiliyor. Bu oyuklar günümüz merdivenleri gibi bir işlev görüyor. Mağaralar birer tahıl ambarıdır, ortalama 352 adet ambar bulunmaktadır. Bu ambarlar erken Hıristiyanlık döneminde kullanılmaya başlamıştır. Tahıllar, makara sistemiyle yukarıdaki mağaralara çıkartılıyor. Mağaranın içine konan tahıllar 30-40 sene bozulmadan saklanabilmektedir. Nohut, buğday, arpa, mercimek gibi ürünler, yıllar boyunca burada saklanmış ve saklanmaya devam ediyor (Özdemir, 2018).

Gezilecek Yerler:

1.5. Resim: Taş Ambarlar



1.6. Resim: Taşkale Cami



-Gürlük Pınarı

1.7.Resim: Manazan Mağaraları



1.8. Resim: İncesu Mağarası



2.2.4. Eskişehir Yazılıkaya Midas Anıtı:

Midas Anıtı, Eskişehir çevresinde bulunan en önemli tarihi eserler arasında yer almaktadır. Anıt, Frigya tarihinin aydınlatılması açısından çok önemli bir yerde durmaktadır. Midas Anıtı tarih için önemli bir yerde de dursa, eser 19. yüzyıla kadar pek ilgi görmemiştir. Bu yüzyılda bir İngiliz subayının dikkatini çeken tarihi eserle ilgili ilk büyük bilgi yaklaşık yarım yüzyıl sonra elde edilmiştir.

Midas Anıtı'nın üzerindeki yazıların incelenmesiyle M.Ö 550 yılına dayanan bir geçmişi olduğu anlaşılmıştır. Araştırmalar bölgedeki ilk yerleşimin M.Ö 3000'li yıllara dayandığını gösteriyor. Bölge ilk yerleşim yapıldığı dönemden başlayarak çok uzun süre kutsal bir alan olarak kabul ediliyor. Bölgeye hakim olan Frigler en ünlü kralı Midas döneminde sanatlarının zirvesine ulaşmış ve kendilerine has bir sanat anlayışıyla eserler vermişlerdir.

Midas Anıtı da Friglerin en önemli sanat eserleri verdiği bu dönemde, ana tanrıça olarak gördükleri Kibele için yapılmıştır. Bu yapıt 400 m2'lik bir alanda 17 metre yüksekliğindedir. Uygarlığın kendi sanat anlayışını yansıtan bu abide tuf üstüne oyulmuştur. Şu an üzerindeki bir çatlaktan başka kusuru bulunmayan yapıtın üzerinde hala çözümlenemeyen üç tane yazıt bulunmaktadır. Bu yazıtların birincisinde tanrıları olan "Ateş" ve "Kral" Midas'ın koruyucusu olarak bilinen "Midai" sözcükleri okunabilmektedir. Üçüncü yazıtta ise "baba" sözcüğü çözümlenebilmiştir. Bu bilgiler haricinde yazıtlar hala gizemini korumaktadır.

Midas Anıtı, Yazılıkaya ismiyle de bilinmektedir. Yapıtın 210 metre güneybatısında Küçük Yazılıkaya olarak bilinen bir anıt daha yer almaktadır. Bu iki anıtın birbiriyle pek çok ortak noktası vardır. Her ikisi de geometrik motiflerle süslenmiştir. Ancak Küçük Yazılıkaya tamamlanamamıştır. Frigler bu anıtı yukarıdan işlemeye başlamışlar ancak alt tarafında bu işlemlerden hiç biri bulunmamaktadır. Yine de benzerliklerden yola çıkılarak bu eserin de dinsel törenlerde kullanılmak amacıyla yapılmak istendiği tahmin ediliyor.

Frig Vadisi:

Frig Vadisi Eskişehir, Afyon ve Kütahya üçgeninde bulunuyor. Anadolu'nun 'İkinci Kapadokyası' el sürülmemiş tarihi yerleriyle eşsiz bir seyahat yeri. Kapadokya'yı gezmiş ve tadına doyamamışsanız işte karşınızda Anadolu'nun 'İkinci Kapadokyası' olarak bilinen Frig Vadisi...

Eğer Kapadokya'yı gezmiş ve güzelliğine hayran kalmışsanız bir de Anadolu'nun 'İkinci Kapadokyası' lakaplı Frig Vadisi'ni görmenizde fayda var. Henüz el sürülmemiş güzellikleriyle 3000 yıllık tarihi her yerinizde hissedeceksiniz...

Bundan 3000 yıl önce Frigyalılar'ın kayalara evler, kaleler, anıtlar oyarak kurduğu, kocaman bir medeniyet ve enfes bir coğrafya. Ve en güzeli, bölgede çok turist olmadığı için hala bakir, turistik tesislerce ele geçirilmemiş. Hem doğa, hem de çok etkileyici bir tarihle aynı anda baş başa kalabilmenin tadını çıkartabileceğiniz çok nadir yerlerden. Fakat halen milli park kapsamında korumaya alınmamış Frig Vadisi. Başka bir ülkede olsa uzaktan dürbünle izleyebileceğiniz bu yerde, üzerinde gezmeyi bırakın, 3000 yıl önce burada yaşayan bir Frig gibi mağaraların içinde gece uyumak bile mümkün! (Kaygısız, 2018).

1.9.Resim



3. Araştırma Soruları

Araştırma soruları 10 sorudan oluşmaktadır. Ancak sormuş olduğumuz 10 sorudan çalışmamıza en çok destek olan sorular cevapları ile birlikte sıralanmıştır.

3.1. MURAT ERDOĞAN SORU VE CEVAPLARI

1-Popüler destinasyonlar ve popüler olmayan destinasyonlar hakkında ne düşünüyorsunuz?

Tabi popüler destinasyonların bir kere geçmişten gelen bir tarihsel yapıları olması ve özellikle hava ve deniz

ulaşımlarının daha kolay olması burada en büyük etkenlerden bir tanesidir. Tabi tarihsel boyutu daha ön plana çıkıyor, bunun yanında da yurt dışından gelecek misafirler ulaşımlarının direkt olması çok etken. Türkiye içerisinde ise mesafelerde burada çok önemli ve bunlara çok dikkat ediliyor.

2-Popüler olmayan destinasyonları reklam, tanıtım faaliyetleri ile nasıl popüler hale getirebiliriz?

Bana göre reklam ve tanıtım, tabi burada devletimizin özellikle İl Kültür Turizm Müdürlükleri harici belediyelerin üzerine çok görevler düşüyor. Bunların yanı sıra destinasyonda bulunan o konumda ki işletmelere de çok görev düşüyor, yani sadece para geliyor gözüyle bakmak yerine, biraz daha yatırım yaparak kendi görsellerini ve müşterinin memnuniyetini arttırmalarını gerektiğini düşünüyorum.

3.2. İBRAHİM MAYDA SORU VE CEVAPLARI

1-Turlarınızdaki destinasyonları neye göre tercih ediyorsunuz?

Genelde kendi konseptimden çıkmamaya çalışıyorum. Destinasyondan önce o turun konseptime uyup uymadığına bakıyorum. Örnek verecek olursak Konya içinde bir şehir turunu, bir VİP tur; bir protokol turu olmadığı için o turu kabul etmeyebiliyorum veya tam tersi Gaziantep'te gerçekleşecek bir tur için gözümü kırpmadan Gaziantep'e gidebiliyorum eğer ki konseptime uygunsu. Ki yakın zamanda bu oldu. TURSAB başkanı FiruzBağlıkaya ,Türkiye Seyahat Acentaları Birliği olarak, Türkiye'deki büyükelçilere tur gerçekleştirdi. Hindistan büyükelçisi, Moldova büyükelçisi bununla beraber Ukrayna büyükelçisi, Çin büyükelçisi ve eşleri ile beraber Gaziantep'telerdi. Şanlıurfa'da da bu tur yapıldı ve her iki şehirde de tur yapma şerefine nail oldum.

2-Bir rehber olarak destinasyonların popülerliği sizin için önemli midir?

Kesinlikle çok önemli. Örnek verecek olursak; Unesco yılı olarak Göbeklitepe dedik ama Çatalhöyük o üne, o replikasyona sahip değil. Çatalhöyük dünyanın ilk yerleşim yeri ama biz hala Çatalhöyük'ü tanıtıyoruz; hala Çatalhöyük'te bir sabit rehberimiz yok. Elbette ki bir destinasyonda, tarihi kültürel değerlerin varlığı ve var olmasının önemi olduğu kadar en az onun tanıtılması da önemli. Bilinmeyen bir yere hiç kimse tur yapmak istemeyecektir hiçbir acenta, hiçbir turist rehberi gitmek istemeyecektir çünkü öyle bir talep olmayacaktır.

3-Ülkemizin tüm değerlerini turizme katabilmek için destinasyon fark etmeksizin rehberlik faaliyeti yapılmalı mıdır?

Tabi ki biz rehberler olarak bu ülkenin tanıtıcıları olanlarıyız, biz rehberlik faaliyetini gerçekleştirirken bir yerin önemli olup olmaması ya da tanınır olup olmaması gibi hususlara maalesef dokunamayız. Biz konuda yetkili değiliz. Biz görevimizi üstleneceğiz. Görevimiz nedir bir noktanın tarihi ve kültürel değerlerinin tanıtılmasıdır. Bu bir Hattuşa'da, Alacahöyük'te ya da Göbeklitepe'de olsa bir şey değiştirmeyecektir. Örneklendirecek olursak Ayasofya'yı nasıl bir özenle anlatıyorsak, Edirne'de bir sokak arasında ki kiliseyi de aynı özenle bilinçle tanıtmamız gerekiyor.

4-Türkiye'deki görev alan rehberlerin işlerini turizm bilinci içerisinde yaptıklarını düşünüyor musunuz?

Meslekte ki arkadaşlarımda turizm bilincinde olduklarına inanıyorum. Çünkü rehber olmak için siz de çok iyi

biliyorsunuz ki bir süreçten geçiyoruz. Bu işi en az 2 yıl yüksek lisansta dahil olmak üzere 6 yıla kadar okulunu okuyoruz. Turizm çevresinde bulunuyoruz; oteller, restoranlar, acenteler ile hatta akademisyenlerle irtibat halindeyiz. Hali ile bir turist rehberinin turizm bilincinde olmaması mümkün değil.

3.3. ENGİN ŞAHİN SORU VE CEVAPLARI

1-Popüler olmayan destinasyonlara tur düzenleme fikrini nasıl buluyorsunuz?

Şimdi ticaretin her noktasında bir şeyi yeni yapan en çok parayı kazanır o noktada lider olur “dediğiniz gibi popüler olmayan bir destinasyonu ortaya çıkarttığınızda”. Örnek veriyorum aklıma gelen Salda Gölü. Şimdi sosyal medyada hep görüyoruz: Beyaz Maldivler, Türkiye'nin Maldivleri diye pazarlanıyor ama oradan 3 sene önce kimsenin haberi yoktu. Şimdi oraya Ankara'dan ilk kim tur yapıyorsa herkes onu biliyor. Yine Kars diyelim 5-10 sene önce Kars'ta kimsenin turizm hareketliliğinden beklentisi yoktu ama bugün orası ciddi destinasyon oldu. Dolayısıyla asıl amaç bence de turizmde veya her tür ticari sektörde yapılmayanı yapmak (inavasyon diyorlar ya), bir şeyi keşfetmek, olmayan bir şeyi ortaya çıkartmak, bir değeri ürüne dönüştürmek. Olmayan bir destinasyonu yaratmak demek bir değeri ürüne dönüştürmek demektir. Zaten kazananlar başarılı olanlarda bunu becerebilenler olacaktır.

2-Bilinçli ve bilinçsiz turizm kavramları hakkında neler düşünüyorsunuz?

Bence bilinçli turizm: bir seyahat acentası ile yapılan turizmdir. Bilinçsiz turizm diye kast ettiğimiz ise aslında çoğu zaman çok fazla vakit harcadığınız ama sonuçta istediğiniz keyfi ya da istediğiniz kazancı sağlayamadığınız turizmdir. Geçen yine konuştuğumuz mevzudan örnek vereyim bir tane Ankara'da dernek başkanı arkadaşımız (şimdi Konya'da bir otelin genel müdürü) iyi bir turizmci. Konya'ya gittim dedi ben daha öncede Konya'da Mevlana müzesini kendim gezmişim ama bu bilinçsiz turizm diyebiliriz. Aaa güzelmiş bina buymuş diyerek yazıları okuyup çıkmıştım dedi. Daha sonra orada bir rehberle bu geziyi yaptığımda o zaman bu bilinçli turizm oluyor. Çok daha farklı şeyler gördüm ve oranın artık benim gözümde ve benim kalbimde ki yeri çok farklı dedi. Burada bilinçli turizm ve bilinçsiz turizm farkı ortaya çıkıyor.

Yani bir rehber eşliğinde o bölgeyi size anlatabilecek oranın duygusunu size geçirebilecek birisiyle gitmeniz sizin oraya harcadığınız parayı da zamanı da kıymetli yapar. Ama buradan örnek veriyorum Avrupa turu diye gittiğinizde işte bir gün Paris'te 4 saat gezip bir gün Amsterdam'da 4 saat gezip Türkiye'ye geldiğinizde aslında o şehirler hakkında hiçbir fikriniz olmuyor. Bu bence bilinçsiz bir turizm.

3.4. SUAT TURAL SORU VE CEVAPLARI

1-Popüler destinasyonlarda rehber sayısı çok iken popüler olmayan destinasyonlar da neden az?

Rehberlik diğer bütün işler gibi ekonomik bir faaliyettir. Yani popüler destinasyonlardan örnek vereyim İstanbul'da neden turist rehberi çokta tamamen faraza konuşuyorum neden Yozgat'ta az mesela şimdi İstanbul'da turist rehberi çok çünkü İstanbul'da ki turizm hareketliliği daha çok turist rehberini doyurabilecek şekilde cereyan ediyor. Oysa Yozgat'ta yaşayan bir meslektaşımızın Yozgat'taki turizm hareketliliği ile kendisini ve varsa ailesini geçindirmesi pek mümkün gözüküyor. Bu aslında klasik ekonomik durum, yani diğer bir deyişle şöyle bir durum var; az sayıda olmakla birlikte bazı meslektaşlarımız popüler olmayan destinasyonlarda hatta turizm hareketliliği olmayan yerlerde yaşamayı tercih edebiliyorlar. Çünkü rehberlik işini yaşadığı yerde yürütülen bir meslek kolu değildir. Bir meslekler açısından bakalım, bir muhasebeci gibi sadece çalıştığı şehirde ki mükelleflerle çalışıyor değil.

Örnek veriyorum Artvin’de yaşar ama bütün işlerini İstanbul’dan yürütebilir. Ben mesela şahsen öyle yapıyorum. Bana yıllarca İstanbul’a gitme teklifi geldi ve sonra yıllarca düşündüm dedim ki evet Ankara’da yaşıyorum, fakat bakarsanız turistik olarak Ankara da çok popüler bir destinasyon değil. Ankara’da yaşıyorum ama hemen bütün rehberlik hayatımı İstanbul’da başlayarak özellikle yabancı yolcular aracılığıyla buldum. Onunda bir diğer sebebi Türk Hava Yolları’nın bütün uçuşlarının merkezinin İstanbul olmasıdır.

Türkiye’ye gelen bir yabancı turist artık İstanbul havalimanına iniyorsa orada karşılanacak başka nerede karşılayacağız. Örnek veriyorum Elazığ olsun, Erzincan olsun yurtdışından direkt uçuş varda biz turisti oradan karşılamıyoruz diye bir şey yok. Oraya direkt uçuş yok direkt uçuşlar İstanbul’a, rehberlerin orada iş alması daha kolay, daha büyük bir turistik hareketlilik var. Sadece uçak anlamında değil birkaç yıldır durmuş olsa da yine gemiler anlamında Cruise turizm anlamında da orada ciddi bir hareketlilik var. İşte nedir? Bir yabancının gerçekten bir turistik hareket için gelmediğini, yahut bir Türk’ün bir turistik hareketlilik içinde gelmediğini varsayalım. Ama onların bir işini halletmek için geldiğini ve işleri bittikten sonra 2-3 saatinin kaldığını düşünelim. Ne yapıyor? Yine gidiyor Sultan Ahmet’e, yine gidiyor Tarihi Yarım Ada’ya, o süre içerisinde ihtiyaç duyarsa yine rehber alabiliyor. Bunların hepsi aslında kişisel tercihlerden ziyade ekonomik dengeler. Ben İstanbul’a gitmemeyi tercih ettim, şahsi fikrim Ankara’da kalmaktı. Bu tamamen tercih meselesi. Hiç turistik hareketliliğin olmadığı yerlerde yaşayan meslektaşlarımızda orada zaten başka bir şekilde hayatlarını devam ettiriyorlar ve meslekle gönül bağlarını devam ettiriyorlar.

2-Türkiye’de bir destinasyonun tanıtımında rehberlerin oynadığı rol nedir?

Biz giderken Göbeklitepe’nin yolu yoktu. Yıllar yıllar önce biz işte normal gezilerimizden (programlı gezilerimizden) vakit bulursak alıp götürüyorduk insanları. Şimdi insanlara görsel olarak yeni bir destinasyon tanıttığımız zaman kullandığımız bütün reklamlardan fotoğraflardan videolardan daha ilgi çekici olur. İşin gerçeği bu hali hazırda gelmiş biri ona da reklam yapsak ne olur diye düşünülebilir. Eğer gidilen bir destinasyon yeni bir destinasyon ise buraya hali hazırda gelmiş birinin akılında çakılı olarak ülkesine dönerse yahut şehrine dönerse, o zaman oradakilere anlatacağı şey tanınmayan bilinmeyen bir destinasyonun etkisidir. Zaten bilinen yerlere herkes gider. Bilinen yerler bütün acentalar tarafından tanıtımı yapılabilir, satılabilir. Ama bilinmeyen yerleri tanıtmak ve anlatmak asıl zaten bir rehberin, nasıl ki bilinmeyen bir kültürü bir yaşantı biçimini aktarıyorsak aynı şey bilinmeyen yer içinde geçerlidir. O yüzden buradaki rehberlerin oynadığı rol nedir? kısmına gelirsek; şunu açıkça söylemek gerekir bir yerin bir destinasyonun tanıtımını ilk elden birinci ağızdan ve daha hiç kimseler bilmezken önce rehberler yapar. Ondan sonra zaten gördüğü ilgi ile reklamları yapılmaya başlanır. Burada mesela Doğu ekspresini düşünelim. Son dönemde çok popüler oldu, çok reklam yapıldı mı da popüler oldu aslında bakarsanız popüler olana kadar reklam yapılmadı. Reklamlar popüleriteden sonra geldi değil mi, düzenlemelerde popüleriteden sonra geldi. Ben Kars’a 20 senedir gidiyorum. Çıldır’a orada ki şehitliklere, Sarıkamış’a böyle noktalara zaten gidiyoruz. O yüzden dediğim gibi ilk elden bir destinasyonun tanıtımını yapacak meslek dalı rehberliktir ve çok çok önemlidir öyle düşünüyorum.

3-Rehberlerin yeni destinasyonlar(popülerlik kazanan)da görev alma durumu nedir?

Bu ülkenin turizmde rehberler sektöre en hızlı ayak uyduran insanlardır. İşte yine bir önceki örneğimize dönelim, Doğu ekspresi bu yıl popülerlik kazandı. Aa rehberler baktılar ki Kars’ta iş var, şimdi ne yapıyorlar Ankara’dan 20 rehber gidiyor kış döneminde Kars’tan ev tutuyor orada birlikte yaşıyorlar ve bütün kış sezonunu orada geçiriyorlar ve paralarını orada kazanıyorlar. Bunu yapıyorlar o yüzden yeni destinasyon rehberleri istihdam

edecek şekilde geliştiği noktada hemen karşılık bulur. Çünkü zaten bizim işimizde bu, kendimizde bu mobiliteye-hareketliliğe ayak uyduran insanlarız. Yeter ki bir parlama olsun ışık görelim biz hemen orayı anında anlatır, çeşitliliği ile oranın kültürel hayatına katkıları sunarak mesleğimizi sürdürmeye devam ederiz. O yüzden bir yer popülerlik kazanıyorsa hemen rehberleri orada görmeye başlayabilirsiniz. Bir önceki sorumuzla da ilintili olarak bazı yerlerin popülerlik kazanmasında burada da birinci elden rehberler ile çalışması gerektiğini düşünüyorum.

4-TUREB başkanı olarak turizmi iyileştirmeye yönelik gelecek planlarınız nelerdir?

Şimdi TUREB başkanı olarak önce bir TUREB' i iyileştirmem gerektiği için (tabi bu işin şakası) turizmi iyileştirmeye yönelik gelecek planlarımız nelerdir? Birinci olarak tabi görevinde verdiği ağırlık ve sorumlulukla herkesin tüketicisinden, en üst kademedeki insanına kadar sektör içinde turizm alanında yer alan herkes. Dediğim gibi tekrar ediyorum bu sadece turizm endüstrisi paydaşları değil, tüketicide dahil olmak üzere rehberin ne iş yaptığını, neye yaradığını, nasıl bir katma değer yarattığını anlamaları gerektiğini düşünüyorum. Şöyle bakalım 5 yıldızlı bir otelin yolcu açısından verdiği tatmini ölçebiliyoruz. Nasıl ölçüyoruz parayla ölçüyoruz ama bir rehberin yolcuya yaşattığı tatmini gerçekten ölçemiyoruz, çünkü bu ölçülemez bir katma değer olarak karşımıza çıkıyor. Hal böyleyken halen bizimle ilgili tartışmalar devam ediyor buda bizleri üzüyor. O yüzden dediğim gibi tüketicisinden yöneticisine kadar herkesin mutlaka öncelikle turist rehberinin, tabi TUREB başkanı olmanın da getirdiği bir ağırlıkla ne işe yaradığını, nasıl artıları olacağını anlamasını sağlamak için çaba sarf ediyoruz. Bu çabalara da devam edeceğiz tabi ki, bunun dışında ülkenin turizmde çok uzun yıllardır temel hatalarımız olduğunu düşünüyoruz. İstatistiklere baktığımız zamanda bu görülüyor. Geçen yıl yapılan turizm şurasının da önemli başlıklarından bir tanesiydi. Geçen yıl derken 2017'idi yanlış söyleyemim, evet biz hani o kötü yılları saymazsak 2015'i 2016'yı saymazsak sürekli Dünya'nın en çok turist alan ilk 10 ülkesinden birisiyiz. Zaman zaman bu 8.lik oluyor şimdiye kadar yanlış hatırlamıyorsam, hafızam beni yanıltmıyorsa en iyi 6.cılığa kadar çıktık daha yukarıları da görebiliriz. Bu da mümkün ama biz gerçekten dünyanın en çok turist alan ülkesi mi olmak istiyoruz, yoksa turizmden hak ettiğimiz parayı kazanmak mı istiyoruz. Bu da karar vermemiz gereken önemli bir nokta, çünkü istatistikler bize şunu gösteriyor: Türkiye turist çeken ülkeler sıralamasında 6. olduğu sırada turizmde kazanılan para sıralamasına baktığımızda ilk 20'lere zor geliyoruz. Şimdi yine bir 14'lere çıktı bunlar ya baş başa gidecek ya da daha iyisi Türkiye daha az turist alacak ama daha çok para kazanacak. Bakın bunu söyleyebilmek bir risktir. Yani hani özellikle ne kadar çok insan gelirse o kadar çok meslektaşımın para kazanacağını ve iş bulacağını düşünürsek ama her ülkenin, her destinasyonun bir istihdamı vardır. Bunların belirlenmesi lazım mesela İlber Hoca'da bunu çok söylemişti. Fransa'ya Versay Sarayı'na gidiyorsun, Versay Sarayı'nın günlük ziyaretçi kotası var adamlar onu aşmıyor, böyle gideyim de sıraya gireyim de ben sarayı ziyaret eden o günkü 2000. kişi olayım gibi bir hakkı yok kimsenin. Örnek veriyorum günlük 1000 kişi ziyaret edecek o zaman 1000. ziyaretçi kapıdan girdikten sonra kimse içeri alınmıyor ki o da zaten bütün güne yayılarak planlı programlı bir şekilde yürütülüyor. Ondan sonra Versay Sarayı'na kimseyi almıyorlar ee bizim Topkapı Sarayı'mız işte sürekli öyle bir karşılaştırma olduğu için söylüyorum, bizim Topkapı Sarayı'mıza giren ziyaretçinin haddi hesabı yok. Sayıları biliyoruz ama koruma mantığı içerisinde, bir sonraki nesillere aktarılabilir mantığı içerisinde, sürdürülebilir turizm mantığı içerisinde buna pek uygun davranmıyoruz. E bu Topkapı Sarayı fiziki bir mekan belli bir alanı kaplayan bir yer aynı hoyratlığı sahillerimizde de gösterebiliyoruz. Türkiye'nin bir kere artık bundan kurtulması lazım. Bununla ilgili bizim çalışmalarımız var, çalışmalarımız derken raporlar hazırlamayı düşünüyoruz. Özellikle sürdürülebilir turizm şemsiyesi altında bazı fikirlerimiz var. Çünkü gerçekten hedeflerimiz var, işte ne diyelim 2023 de 100 milyon turist bekliyoruz mesela rakamlar daha düşük ama hadi daha da arttırdık diyelim rakamları ve gerçekten 100 milyon turisti de yakaladık, o 100 milyon turist geldikten sonra bu ülkenin kültürel, turistik, doğal ve tarihi varlıklarına ne olacağını da ,nasıl bir yıpranmamız olacağını da ortaya koyabilmemiz lazım. Biz fikren iyileşmenin nicelikten

değil nitelikten geçtiğini düşünüyoruz. Mesleki olarak da şöyle bir düşünelim, hangi işe bakarsanız bakın yani neye bakarsanız bakın bugün Türkiye’de tamamen faraza rakamlar söylüyorum 5 milyon ayakkabı tamircisi varsa diğer yıl bunun sayısını belki de 10 milyona çıkartmak mümkün olabilir. Ama hepsinin işi yapmasını ve hepsinin o işten doymasını, geçimini sağlamasını mümkün kılabiliyor muyuz? Asıl mevzu budur. Efes’i biz tanıtmazsak da bir şekilde insanlar akın akın gelecekler aynı şekilde İstanbul’u tanıtmazsak da insanlar akın akın gelecekler peki sonuç ne olacak? Biz sonuca bakmalıyız ve bu sonucun bizim işimize gelip gelmediğini de değerlendirmemiz lazım. Örnek veriyorum 100 milyon turist geldi yine tamamen 500 milyon dolar gelir elde ettik. 100 milyon turistin verdiği zarar 100 milyon dolar olursa biz de 500 milyon dolar kazanıyorsak 400 milyon dolar bir kazanç olmaktan çıkar. O yüzden bu gibi iyileştirmeler yapılmasına yönelik tekliflerimiz, fikirlerimiz var. 2020 yılındaki turist rehberliği kongresini biz yapıyoruz orada muhtemelen akademik dünyanın masaya yatıracağı fikirlerde olacaktır. Bunları el birliği içerisinde bir bütün olarak topyekûn böyle Türkiye’nin çıkarları doğrultusunda Türk halkının çıkarları doğrultusunda kullanabilmek bizim elimizde, bu işin düzenlenmesini yapmak, bizim elimizde. Burada herkese rol düşüyor, biz kendi payımıza düşen rolü bilinçlendirmeyi, öğretimi, rehberlerin 21.yüzyıla hazır olmalarını ve hazırlıklarını biz kendi açımızdan sağlıyoruz, sağlamaya gayret ediyoruz. Sektörün diğer paydaşlarının da sağlayabilmesi için destek olmaya hazırız.

4. Yönetem:

4.1. Araştırmanın Amacı: Türkiye’de destinasyon Seçiciliğinin önemi ve rehberlik faaliyetleri üzerindeki etkisinin neler olduğu amaçlanmıştır.

4.2. Örnekleme ve veri toplama: Bu çalışmada veri toplama tekniği olarak görüşme kullanılmıştır. İlk olarak görüşme yapılacak kişiler belirlenerek, görüşme yapılacak kişilere özel sorular hazırlanıp araştırma hakkında detaylı bilgi sağlanmıştır.

Bu araştırma da Türkiye’de bulunan İstanbul, Antalya, Manisa, Ankara, Karaman, Eskişehir illeri örnekleme alanları olarak seçilmiştir.

5. Bulgular

Çalışma da popüler olmayan destinasyonların ürün haline dönüştürülerek turizme kazandırılmasının önemi vurgulanmıştır. Bu sayede rehberinde olumlu yönde etkileneceği düşünülmüştür. Araştırma kapsamında turizm sektöründe birbiriyle bağlantılı (rehber, acentacı vs.) kişilerle görüşülmüştür. Görüşmeler yaklaşık 3 ay sürmüştür. Yaklaşık 10 sorudan oluşan sorular sorularak röportaj tekniği uygulanmıştır. Görüşmecilerin verdiği cevaplar kayıt altına alınarak yazıya geçirilmiştir. Sorulara daha çok örnekleme yoluyla cevap verdikleri tespit edilmiştir. Ortak görüş turizm varlıklarının korunması, değerlendirilmesi ve rehberlerle birlikte tanıtılması gerektiği olarak saptanmıştır.

6. Sonuç

Türkiye’de popüler olan destinasyonlara ilgi büyüktür. Ancak unutulmamalıdır ki ülkemizde keşfedilmeyi bekleyen bir çok destinasyon bulunmaktadır. Bu bağlamda popüler olmayan destinasyonlar göz ardı edilmemelidir. Hem acenta hem de rehberlere büyük görev düşmektedir. Rehberler popüler olmayan bir destinasyonu en iyi şekilde tanıtmalı ve küçük kitleler halinde başlayan bir anlatım ilerleyen zamanlarda büyük kitlelere dönüşeceğini asla unutmamalıdır.

Rehberlerin destinasyon seçiciliği önemli bir faktördür. Ancak unutulmamalıdır ki rehberler ülkemizin en

önemli tanıtıcılarıdır. Bir rehber bir bölgeyi güzel ya da kötü olarak değerlendirmemelidir. Her bölge rehber için değerlidir, değerlide olmalıdır. Rehberin görevi tarihi, kültürel ve doğal değerleri tanıtmaktır. ‘‘Bu bir Hattuşa’da, Alacahöyük’te yadaGöbeklitepe’de olsa bir şey değiştirmeyecektir. Örneklendirecek olursak Ayasofya’yı nasıl bir özenle anlatıyorsak, Edirne’de bir sokak arasında ki kiliseyi de aynı özenle bilinçle tanıtmamız gerekiyor’’(Mayda,İ.)

Rehberlik faaliyeti yaparken bir bölgede uzman olmak çok önemlidir ancak sadece bir bölge ile yetinilmemelidir. Uzman olduğumuz bölgeye ek olarak yeni bölgeler ekleyerek, yeni yerler keşfederek görevimizi en iyi şekilde sürdürmemiz gerekmektedir. Türkiye’de bulunan bir çok profesyonel turist rehberi popüler olmayan destinasyonları fazla tercih etmemektedir. Burada rehberlerin hem maddi hem de zaman açısından tedirgin oldukları görülmektedir. Turist rehberleri rehberlik faaliyetlerini gerçekleştirirken popüler yada popüler olmayan destinasyon olarak ayırım yapmadan görevlerini icra etmelidirler. Popüler olmayan bir destinasyona birkaç tur düzenlemeden o bölgenin önemli olup olmadığını fark etmeye bilir. Rehber olarak bir bölgeyi keşfettiğimiz zaman o bölge hakkında insanları daha fazla bilgilendirerek keşfetmiş olduğumuz ya da tercih edilmeyen yani popüler olmayan bölgeye teşvik edebilirler. Çalışmada görüşülen sektör temsilcileri ile Türkiye’deki destinasyon seçiciliğinin önemli olduğunu ve popüler olmayan destinasyonlardan birazda olsa uzak durulduğu kanısına varılmıştır. Ancak rehberlerin popüler olsun yada olmasın görevleri ülkemizi en iyi şekilde tanıtmak olduğu için popüler olmayan destinasyonlarında aynı şekilde anlatmaları gerektiği bilinmektedir.

Bu bağlamda Türkiye’deki destinasyon seçiciliği önemli bir faktördür. Rehberlik faaliyetini hem olumlu hem olumsuz olarak etkilemektedir. Sonuç olarak turist rehberleri görevlerini icra ederken destinasyonlara takılı kalmadan görevlerini en iyi şekilde yerine getirmeleri gerekmektedir.

7. Kaynakça

Burtan Doğan, B , Aslan, A . (2019). Türkiye’de Sağlık Turizminin Mevcut Durumu ve Ülke Ekonomisine Katkıları. Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 9 (18) , 390-418 .

C. Engin Şahin Röportaj ve Soru Cevapları

Çelebi, B. (2020). Antalya Gezilecek Yerler Listesi | En Güzel 25 Yer!. <https://gezipgordum.com/antalya-gezilecek-yerler/#antalyada-gezilecek-diger-yerler>

İbrahim Mayda Röportaj ve Soru Cevapları

Kaygısız, İ. (2018). Frig Vadisi: Anadolu’nun İkinci Kapadokya’sı. <https://www.irfankaygisiz.com/2018/08/01/frig-vadisi-anadolunun-ikinci-kapadokyasi/>

Kırca, M. (2014) Destinasyon ve Destinasyon ile İlgili Kavramlar. <http://www.mustafakırca.com/destinasyon-ve-destinasyon-ile-ilgili-kavramlar.html>

Kilsanblog, (2017). İstanbul’un Tarihi Alanları. <https://www.kilsanblog.com/unesco-dunya-mirasi-mimari/istanbulun-tarihi-alanlari/>

Murat Erdoğan Röportaj ve Soru Cevapları

Özdemir, R. (2018). Atatürk'ün Ana Yurdu Taşkale <http://rekreatifhaber.com/genel/ataturkun-ana-yurdu-taskale/>

Salman, N. (2017). Bir Yanık Ülke: Kuladokya, Manisa. <https://gezimanya.com/GeziNotlari/bir-yanik-ulke-kuladokya-manisa>

Stainton, H. (2020). <https://tourismteacher.com/definition-of-tourism/>

Suat Tural Röportaj ve Soru Cevapları

Şenel, Ü., İbiş, S., Zengin, B. ve Batman, O. (2014). Turistik Destinasyon Seçiminin Demografik Özelliklere Göre Belirlenmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma

Tanır, M. (2017) İl Müdürümüz Mehmet Tanır'ın "Turizm Haftası"nda Yapmış Olduğu Konuşması, <https://afyon.ktb.gov.tr/TR-178166/il-mudurumuz-mehmet-tanir39in-turizm-haftasinda-yapmis-.html>

<https://eticaretsozlugu.kobisi.com/protokol-nedir/> (Erişim Tarihi: 10.11.2019).

<https://gezimanya.com/ankara/gezilecek-yerler/gordion-antik-kenti> (Erişim Tarihi: 20.12.2019).

<https://gezimanya.com/antalya/antalya-hakkinda-bilinmesi-gerekenler> (Erişim Tarihi: 28.12.2019).

<https://kelimeler.net/Protokol-kelimesinin-anlami-nedir> (Erişim Tarihi: 10.11.2019).

<https://pgm.ktb.gov.tr/TR-137200/turizm-destinasyonu-nedir.html> (Erişim Tarihi: 18.12.2019).

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Turizm> (Erişim Tarihi: 12.12.2019).

LA DİVA TURCA LEYLA GENCER: BİR TURİST REHBERİNİN ANLATIMINDA SAFRANBOLULU BİR DÜNYA YILDIZI SOPRANONUN DÜNDEN BUGÜNE VE YARINA UZANAN YAŞAM ÖYKÜSÜ

Rehber-Eğitimci Yaşar Ülkü
İZRO-TUREB
mertyasarulku@gmail.com

ÖZET

20. yüzyılın son divası Leyla Gencer'in yaşamöyküsünün anlatıldığı bu çalışmada; İstanbul'dan Ankara'ya ve oradan da dünyanın sayılı kültür mabetlerine olan yolculuğu ve sanatı, meslektaşlarının, sanat eleştirmenlerinin, dönem sanatçılarının ve editör Zeynep Oral'ın gözünden bir turist rehberinin anlatımına yansımaları anlatılmıştır. Bu çalışmada, opera geçmişı olmayan bir ülkeden çıkıp bir dünya yıldızı olan sopranomuz la Diva Turca Leyla Gencer'in yaşam öyküsünü, Safranbolu'ya giden her rehberin bilmesi ve misafirlerine aktarması amaçlanmıştır. Editörlüğünü Zeynep Oral'ın yaptığı, üç bölümden oluşan Leyla Gencer kitabının incelenip Diva'mızın hayatından anılar, yazar ve eleştirmenlerden öyküler ve onu tanımamızı sağlayacak geleceğe dair değerlendirmeler dikkate alınmıştır. Bu sunum sonrasında Safranbolu gezilerinin olmazsa olmazı baba ocağı Yörük köyünden tüm dünyaya bir Türk kızını La Diva Turca olarak tanıtan Leyla Gencer'i öncelikle profesyonel turist rehberleri olarak bizler ve dolayısıyla bizimle gezen konuklarımız da ayrıntılı tanıma fırsatını yakalamış olacaklar. Leyla Gencer kitabının, onu tanımayan genç kuşaklara ve turist rehberlerine de bir başvuru kaynağı olarak el altında bulundurulması tavsiye olunur.

Anahtar Sözcükler: Diva, Safranbolu, soprano, opera, rehber

7. Kaynakça

Leyla Gencer / Ed. Zeynep Oral.- Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009.

ANKARA’NIN İLK REHBERİ: ANKARA GUIDE TOURISTIQUE

* MA, Fikret Barbaros GÖÇER
Ankara Üniversitesi, Sanat Tarihi Bölümü
barbarosgocer@gmail.com

ÖZET

Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasıyla birlikte başkent olmuş Ankara’nın kültürel, tarihi ve turistik değerlerinin tanıtılması amacıyla, İçişleri Bakanlığı tarafından Ernest Mamboury’e hazırlatılan Ankara’nın ilk rehber kitabı Ankara Guide Touristique, Ankara’nın maddi kültür mirasının tanıtıldığı ilk kapsamlı çalışma olmuş ve Ankara’ya gelecek turistlere yol gösterici olmuştur. Fransızca olarak hazırlanan çalışmanın hazırlandığı dönem göz önünde bulundurularak, Cumhuriyetin ilk yıllarında hazırlanan ve ileri görüşlü bir proje olan “Ankara Gezi Rehberi”nin ne kadar başarılı olup olmadığı da irdelenmiştir. Ankara şehrinin cumhuriyet tarihi boyunca değişim sürecine giren-değişen-değişmeyen unsurlarının irdelendiği bu çalışmada dün-bugün karşılaştırmasının yanı sıra Ankara kültürel mirasının ve bu mirasın korunmuşluğu ve korunulabilirliği tartışılmıştır. Bu çalışmanın içerdiği karşılaştırmaların temel amacı; dünyanın mirası ve birikimi üzerine kurulmuş bugünün doğru teşhis edilebilmesi ve yarının sağlam bir temele oturtulmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Ankara, Gezi Rehberi, Ernest Mamboury, Turist Rehberliği, Türkiye Cumhuriyeti

ABSTRACT

To introduce cultural, historical, and touristic values of Ankara, which became the capital city with the establishment of the Republic of Turkey, the first guide book of Ankara -Guide Touristique- has been prepared by Ernest Mamboury with the initiatives of the Ministry of Interior. This was the first comprehensive study in which the material cultural heritage of Ankara was introduced and became a guide for visitors coming to Ankara. Ankara Guide Touristique was a far-sighted project prepared in French in the first years of the Republic and also scrutinized how successful it was according to the conditions of the period. In this study, which examines the changing and unchanging elements of the city of Ankara throughout the history of the Republic, the preservation of the cultural heritage of Ankara is also discussed in addition to the comparison between yesterday and today. The main purpose of the comparisons included in this study is to correctly identify today, based on yesterday’s heritage and accumulation, and to put the future on a solid foundation.

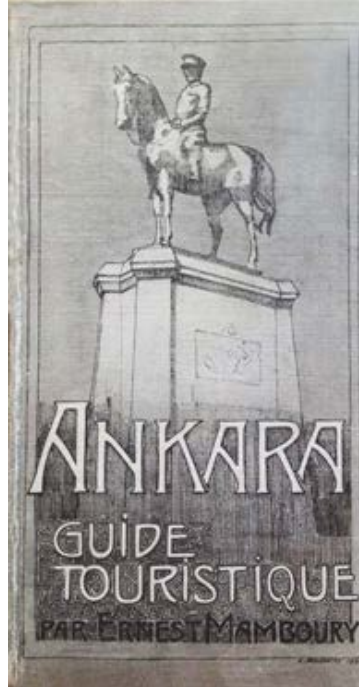
Keywords: Ankara, Travel Guide, Ernest Mamboury, Tourist Guiding, Republic of Turkey

Giriş

Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin dünyadaki gelişmeleri yakından takip eden ve çağın gerekliliklerini yakalamaya çalışan girişimleriyle büyük bir sıçrama yaşanmıştır. Fabrikalar kurulup sanayi üretimi teşvik edilmiş, makinalı tarıma geçilmiş, kültür-sanat alanlarında gelişmeler yaşanmıştır. Bu ve benzeri çalışmalar hızlı bir şekilde genç cumhuriyeti dünyanın radarına sokmuş ve uluslararası tanınırlığını arttırmıştır. Cumhuriyetle birlikte başkent olan Ankara; belki de hiç görmediği kadar çok yabancı tarafından ziyaret edilmiştir. En konforlu ulaşım şeklinin tren yolu ile yapılması, Ankara’yı birçok şehire bağlamış ve bu şehirlerden gelenlerin ağırlanabilmesi

* Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Bölümü, Doktora Öğrencisi

için kent yeni bir gelişim süreci geçirmiştir. Başkent olması ile birlikte Ankara'nın çehresi tamamen değişmiş, yeni yollar açılmış, yeni yerleşim alanları inşa edilmiş ve yeni ziyaret noktaları ortaya çıkmıştır. Ankara'nın misafirlerinin giderek arttığı bir dönemde, muhtemelen şehre gelen yabancıların şehri tanımaları, kendilerini rahat ve güvende hissetmelerini sağlamak için daha önce İstanbul için de bir "rehber kitap" hazırlamış olan Ernest Mamboury'e, İçişleri Bakanlığı tarafından Ankara'nın çok yönlü tanıtılacağı ve gelen yabancıların bütün ihtiyaçlarını karşılanacağı bir kitap hazırlatılmıştır. İlk baskısını 1933 yılında yapan kitap Fransızca olarak yayımlanmıştır ve "Ankara Guide Touristique" ismiyle satışa çıkmıştır (**Resim. 1.**).



Resim. 1. Ankara Guide Touristique

Mamboury kitapta yabancı bir şehirde neye ihtiyaç duyulabilirse hepsini yazmıştır. Şehrin coğrafyasını, tarihi geçmişini, demografik özelliklerini ve kültür-sanat imkanlarını detaylı bir şekilde kaleme almıştır. Mamboury'ye yaptırılan bu çalışma, yeni kurulan cumhuriyetin hedeflerinin dışa dönüklüğünü ve çağdaş dünya ile rekabet edebilecek alt yapının oluşturulması için atılmış büyük bir adımdır.

1. Amaç

Geçmişin yorumlanması sırasında başvurulan kaynaklardan en önemlileri şüphesiz seyahatnameler, dönem kronikleri ve arşiv belgeleridir. Bu belgeler vasıtasıyla ortaya çıkarılan ve yazılan tarihi olgular bugünü yorumlamamızda da en değerli kaynaklardır. Ankara ile ilgili seyahatnameler ve arşiv belgeleri her ne kadar maddi sonuçlar çıkarsa da, bizzat şehrin turizminin gelişmesi için hazırlanmış şehir rehberinin sağladığı katkı yadsınamaz.

Şehir tarihi açısından yapılan her çalışma bugünkü maddi mirasın korunmuşluğu ve korunabilirliğinin karşılaştırılmasını kolaylaştırmaktadır. Ankara Gezi Rehberi, Ankara şehrinin her detayını, hem bilgi hem de fotoğraflarla yansıttığı için karşılaştırmanın odak noktasındadır. Rehber bakarak dün ve bugün arasındaki mutlak farklar, değişen veya değişmeyen unsurlar ortaya konulabilmekte ve bugünkü şehir turizminin eksik yönleri belirlenebilmektedir.

Ankara'nın fiziki mirası ve bu miras ekseninde, şehrin turizminin geçmişi ve bugünü arasındaki farklar nelerdir? Bu araştırma sorusu etrafında şekillenen bu retrospektif çalışma Ankara'nın değişimini araştırmaktadır.

2. Yöntem

Çalışmada geçmişten bugüne Ankara'nın turizm ile olan ilişkisi araştırılmak istenmiş olup bu doğrultuda retrospektif bir tarama yapılmıştır. Ankara'nın turizmüne dair bilinen ilk kaynak çalışmada incelenmiştir. Ankara'nın tarihi mirasının ve birikiminin üzerine kurulmuş bugünün teşhis edilebilmesi ve yarının sağlam bir temele oturtulması amaçlanmıştır.

3. Bulgular

Erken cumhuriyet dönemi nüfus, meslek, dil, din ve eğitim gibi istatistikler mevcutken, turizm verilerinin üretilmemesi nedeniyle bu şehir rehberinin başarısı belirsizdir. Ancak Türkiye turizminin ufka bakışının çağdaş olduğu açıktır. Ankara Guide Touristique'de anlatılan tarihi yapıların çoğu bugün ayakta. Resmi kurumların kullanılması amacıyla inşa edilen; bakanlık binaları, elçilik binaları, meclis binaları halen kullanılmaktadır. Birinci ve ikinci meclis binaları bugün müze olarak kullanılırken çalışmada ileride yeni meclis binasının kullanılacağı belirtilmiş ve bugün Clemens Holzmeister tarafından tasarlanan bina meclis olarak kullanılmaktadır. Şehirde özellikle surların dışında kalan bölgede bulunan gayrimüslüm mezarlarının milletlerine göre yerleri eserde tarif edilmiş ancak bu mezar alanları günümüze ulaşmamıştır. Buradaki mezarların akibeti belirsizdir. Roma İmparatoru Julian'ın Ankara'ya gelişi şerefine yapılmış olan Julian Sütunu eser yayınlandıktan bir yıl sonra yerinden taşınmıştır. Eserde en çok üzerinde durulan maddi miras Ankara Kalesi ve Augustus Tapınağı'dır. Ankara Kalesi fiziki olarak bugün Mamboury'nin gördüğünden daha sağlam durumdadır. Augustus Tapınağı ise koruma altındadır. Bu ve bunun gibi bazı değişiklikler Ankara'nın değişiminin somut kanıtıdır. Her ne kadar ilk günkü gibi korunamasa da; Ankara'nın maddi kültür mirası bundan sonra tarihi odak noktasına alan bir turizm modeli oluşturularak korunmaya çalışılmalıdır. Bunun için şehirdeki turizm potansiyeli, kalifiye turizm personeli ve tesisleri iyi irdelenmeli ve sürece dahil edilmelidir.

Mamboury; çalışmasında Ankara'ya gelecek turistler için yapmaları gerekenler ve karşılaşacakları ile ilgili tavsiyede bulunmuştur. Şehrin hangi mevsimde ziyaret edilmesi gerektiği, oteller ve restoranların hizmetleri, posta hizmetleri, elçiliklerin bilgileri, ibadethaneler ve hastaneler gibi önemli ve çok detaylı bilgiler bulunmaktadır (Resim. 2-7.). Ankara'da resmi olarak çalışan rehber yada tercüman bulunmadığını, gerekirse oteller tarafından yardımcı olunabileceği ve harfiyen uyulursa ellerindeki kitabın Ankara'yı tek başlarına gezdirebileceği belirtilmiştir. Buna göre; Ankara'da henüz turizm ile ilgili bir teşkilatlanma bulunmamakta ve gelecek turistlere yönelik olarak bu kitabın onlara yardımcı olabileceği öngörülmektedir. Ankara'nın bugünü düşünüldüğünde cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren çok fazla yol katedilmiştir.



Çankaya'da bir köşk
ANKARA'YI HANGİ MEVSİMDE
ZİYARET ETMEK GEREKİR?

Resim. 2. Ziyaret Mevsimi Tavsiyeleri

OTELLER
Ankara'da en güç beğenen ziyaretçileri dahi memnun edebilecek ve aynı zamanda her bütçeye uygun hizmet sağlayabilecek iyi oteller vardır.

Otelin Adı	Bulunduğu yer	Yatak sayısı	Sıcak/Sıcak Mülük Sayısı	Restoran ve Banyo
1. Ankara Palas	İstasyon Caddesi	120	var	var
2. Bebu Palas	İstiklal Caddesi	15	var	var
3. Lozan Palas	Postane yakını	30	var	var
4. Taşhan Palas	Millet Meydanı	60	-	var
5. Aydın Otel	Millet Meydanı	22	-	-
6. Meydan Palas	Millet Meydanı	25	-	-
7. İstanbul Palas	Millet Meydanı	25	var	var

Türk Lirası ile otel fiyatları.

Otelin Adı	1 yataklı oda	2 yataklı oda	1 yataklı-banyolu	Sabit ücreti
Ankara Palas	3-6	6-10	10	1,50
Bebu Palas	3-4	3,5-6	5-7	1,25
Lozan Palas	3-4	5	5	0,9
Taşhan Palas	1,50-2	-	-	-
İstanbul Palas	3-4	4-5	6	1,00

Resim. 3. Ankara'daki Otellerin Listesi

* Mamboury, E.(1933), Ankara Guide Touristique, Ankara, Edition Française, s. 14-38.

RESTORANLAR

Ankara'da birçok otelde sabit menü bulunur; bununla beraber, oteller ziyaretçilerinin istedikleri başka bir yerde yemek yiyebilecekleri biçimde odalarını ayrı ayrı da kiralamaktadır, işte mutfak türlerinin de gösterildiği bir yemek listesi:

Mutfak	Fiyat
Ankara Palas Restoran	Avrupa Mutfak (yaklaşık olarak) 1,50 lira
Lozan Palas Restoran	Avrupa Mutfak 0,90 lira
Behi Palas Restoran	Avrupa Mutfak 1,25
Karpis Restoran	Avrupa Mutfak 1 lira
Zevk Restoran	Türk Mutfak 1 lira
İzmir Restoran	Türk Mutfak 60-80 kuruş
Lazzet Restoran	Türk Mutfak 60-80 kuruş
Yıldız Restoran	Türk Mutfak 60-80 kuruş



Ankara Palas

Foto. Sebah & Joullier

Resim. 2. Ziyaret Mevsimi Tavsiyeleri

Elçilikler

Afganistan	Telefon: 1332	Yenişehir.
Almanya	Telefon: 2442-3	Çankaya Caddesi.
Amerika Birleşik Devletleri	Telefon: 2636	İncebu Caddesi
		Muhürdarlık
		Telefon: 1347



İngiltere Büyükelçiliği

Yüksel Mimar J. Ağsınan

Foto. Sebah & Joullier

Resim. 5. Ankara'daki Büyükelçilikler Listesi

POSTANELER, TELGRAF, TELEFON

Millet Meydanı'ndan Postane'ye gitmek için ortasında ağaçların dikili olduğu Gazi Bulvarı takip edilir. Postane ve Telgraf binası ikinci sokaktan sonra, solda, 120 m. mesafededir.

Posta Fiyat Listesi

	Türkiye	Ankara
Kartpostal	7 ½ kuruş	4 kuruş
Kısa mektup	12 ½ kuruş	6 kuruş
Taahhütlü mektup	28 ½ kuruş	12,5 kuruş

*Taahhütlü her tir göndermeye 2 adet pul yapıştırılmalıdır.

Resim. 6. Ziyaret Mevsimi Tavsiyeleri

HASTANELER

Başkent, Avrupa'nın hastaneleri ile yarışabilecek düzeyde olan modern sağlık kuruluşları ile donatılmıştır. İşte en önemli hastaneler:

- Numune Hastanesi, Namazgâh
- Askeri Hastane, Milli Savunma Bakanlığı, Yenişehir
- Doğumevi, geçici olarak eski şehirde
- Hıfzıssıhha, Sağlık Bakanlığı arkası, Yenişehir

Resim. 7. Ankara'daki Otellerin Listesi

4. Sonuç

Tarih boyunca seyyahların ve tüccarların uğrak noktalarından biri olan Ankara, seyyahların verdiği genel geçer bilgilerin dışında kapsamlı ve bir hedef kitleye yönelik olarak detaylı bir biçimde hazırlanmış bu çalışmayla, 20. yüzyılın başlarındaki fiziki durumu kaydedilmiştir. Fransızca basımların ardından 2014 yılında Ankara Üniversitesi Ankara Çalışmaları ve Uygulama Merkezi (ANKAMER) tarafından Türkçe olarak bir basım daha gerçekleştirilmiştir. Birden fazla çevirmen tarafından çevrilen bu basımda bölümler arasındaki dil farklılıkları kendini göstermektedir.

Mamboury'nin çalışması 1930'lu yıllar düşünüldüğünde oldukça önemli bir eserdir. Ankara'ya gelme ihtiali olan yabancıların ya da turist olarak gelenlerin faydalanabileceği, kendini yabancı hissetmeyeceği bir ortam hazırlanmak istenmiş ve gerek yol tarifleriyle, gerek tavsiyelerle döneminde başarılı bir girişim olarak sonuçlanmıştır. Bugünkü turizm faaliyetlerine bakıldığında bu çalışma ile Türkiye'deki turizmin neredeyse ilk temeli atılmış ve bu temel üzerine bir turizm modeli yaratılmıştır. Mamboury'nin yaptığı bugün lisanslı turist rehberleri tarafından yapılmakta ve Ankara tarihsel, sosyo-kültürel, sanatsal açılardan kalifiye bir sistemle tanıtılmaktadır.

Bu kalifiye tanıtımın dayanakları arasında elbette Türkiye Cumhuriyeti'nin de dayanağı olan tarihsel geçmiş, gelenek pratikleri ve bilimsellik bulunmaktadır.

Ankara'yı bugün tanıtmakla yükümlü olan lisanslı turist rehberleri Ankara'nın başkent oluşuyla birlikte girdiği değişim-dönüşüm sürecinin anlatılması konusunda Ankara'nın ilk rehber kitabındaki bilgileri kullanmayı

tercih etmelidir. Özellikle erken cumhuriyet döneminde Ankara'nın fiziki yapısı hakkında milletvekillerinin hatıratları dışında çok fazla bilgi ve belge bulunmamasından dolayı bu kaynak, turistlere yol gösterdiği gibi hem araştırmacılara bir kaynak olarak hem de turist rehberlerine geçmişi zihinlerinde yorumlayıp, bugün ile kıyaslayarak tanıtım yapmalarına olanak sağlamaktadır.

Değişim başlı başına bir süreçtir. Dünya üzerindeki her şey değişir ve gelişir. Önemli olan değişimin yıkıcı etkisine karşı dirençli olabilmektir. Ankara; değişimin yıkıcı etkisiyle birlikte geliştirici etkisine de maruz kalmıştır.

5. Kaynakça

Mamboury, E.(1933), Ankara Guide Touristique, Ankara, Edition Française.

Mamboury, E.(2014), Ankara Gezi Rehberi, Ankara, Ankara Üniversitesi Basımevi.

TURİST REHBERLİĞİNİN AKADEMİK ÇALIŞMALARA YANSIMASI: BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

Araştırma Görevlisi, Sadık Can, Gazelci
Antalya Bilim Üniversitesi
sadikcan.gazelci@antalya.edu.tr

* Yüksek Lisans Öğrenci, Melda, Gazelci
Hacı Bayram Veli Üniversitesi
melda.gazelci@hbv.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Haziran 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu sonrasında “turist/turizm rehberleri” hakkında yapılan akademik çalışmaları “bibliyometrik analiz tekniği” kullanarak incelemektir. Akademik çalışmalar arasında “turist/turizm rehberliği” hakkında yapılmış makale, yüksek lisans ve doktora tezleri çalışma kapsamına dâhil edilmiştir. Araştırma kapsamında anahtar kelime olarak “turist rehberliği, turizm rehberliği, turist rehberleri, turizm rehberleri, turist rehberi ve turizm rehberi” belirlenmiş; www.dergipark.org.tr üzerinden ulaşılan makaleler ve Ulusal Tez Merkezi’nde yayımlanan ulaşılabilir doktora ile yüksek lisans tezleri incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda makale en çok 2019 yılında, yüksek lisans tezi en çok 2019 yılında ve doktora alanında yazılmış olan tez en çok 2017 yılında yazılmıştır.

Anahtar kelimeler: Turist/ turizm rehberliği, bibliyometrik analiz, TUREB

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the academic researches which were made about “tourist/tourism guides” after Tourist Guiding Professional Law No. 6326 which was legislated on 22 June 2012 by bibliometric analyze technique. Among academic researches; articles, master and doctoral thesis which have been conducted about “tourist/tourism guides” were included into this study. Within the scope of research, “tourist guidance, tourism guidance, tourist guides, tourism guides, tourist guide and tourism guide” were determined as keywords and articles scanned in www.dergipark.org.tr and accessible master and doctoral thesis published in the National Thesis Center and master’s theses were examined. As a result of research, it can be concluded that maximum number of articles were published on Journal of Tour Guiding(TURED) and maximum number of master and doctoral thesis were studied in Balıkesir University Institute of Social Sciences.

Keywords: Tourist/ tourism guidance, bibliometric analysis, TUREB

1. Giriş

Önemli sektörlerden biri olan turizm, bir ülkeye ya da bölgeye turist çekebilmek amacıyla yapılan ekonomik, teknik ve kültürel çalışmalar; görüp tanıma, eğlenme ve dinlenme gibi amaçlarla yapılan geziler olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2020). Turizm faaliyetleri kapsamında bu tür gezilerde önemli role sahip mesleklerden birisi de turist rehberliğidir. Uzun yıllardır turist rehberleri turizm faaliyetlerinde bulunmuş olmalarına rağmen 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu Haziran 2012’ de yürürlüğe girmiştir. Kelime anlamı olarak rehber, birinin doğruyu bulmasına yardımcı olan, yol gösteren kimse olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2020). Turist

* Sorumlu Yazar: Melda Gazelci

rehberi ise 22 Haziran 2012 tarihinde yayımlanan 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile yasal bir statüye kavuşmuş; tur süresince turistlere eşlik eden, destinasyon hakkında bilgi veren, arabuluculuk, yönlendiricilik gibi rolleri üstlenen turizm çalışanıdır. Diğer bir tanıma göre ise turist rehberi, turist rehberi kimliğine sahip, bir bölgenin veya şehrin maddi ve manevi özelliklerini ve zenginliklerini içeren tarihini, coğrafyasını, kültürünü, gelenek ve göreneklerini, sit alanlarını, ören yerlerini ve müzelerini yerli/yabancı turistlere profesyonel olarak tanıtmayı meslek edinmiş kişidir (Batman, 2003). Turist rehberliği, turizm sektöründe destinasyonların tanıtılmasında, pazarlanmasında ve destinasyonlar arası rekabette üstünlük sağlama konusunda en etkili role sahip hizmetlerden birisidir (Aksaray ve Ateş, 2019). Turizm sektöründe doğrudan yasası olan ilk kurum 1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu ile Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) iken, bu kanunundan sonra doğrudan yasası olan ikinci kurum 6326 sayılı kanun ile Turist Rehberleri Birliği (TUREB) olmuştur. Turist rehberlerin turizmde etkin rol almalarını sağlayan ve turizm politikaları doğrultusunda çalışan bu kurum, hizmet standardizasyonu ve akademik çalışmalara ilham olması açısından oldukça önemli bir konuma sahiptir. Böyle bir meslek kanununa sahip olmadan önce turist/turizm rehberliği ve turist rehberleri hakkında pek akademik çalışmalara rastlanmazken, turizm sektöründe yasal olarak yer almasıyla beraber turist/turizm rehberleri hakkında akademik çalışmalarda bir artış olduğu açıkça gözlemlenmektedir.

2. Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, örnekleme, araştırma deseni ve araştırmanın sınırlılıklarına açıklayan detaylar yer almaktadır.

2.1. Amaç

Bu çalışmada, 22 Haziran 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu sonrasında, turist ve turizm rehberleri hakkında yapılan akademik çalışma olarak makale, yüksek lisans ve doktora tezlerinin bibliyotmetrik analizini yapmak amaçlanmıştır.

2.2. Örneklem

Çalışmanın evrenini Haziran 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu sonrasında yapılmış makalelerde, yüksek lisans ve doktora tezleri oluşturmaktadır. Örneklem çerçevesinde incelenen akademik çalışmaların yürürlüğe giren kanun sonrasında ne denli değişiklik olduğu ile ilgili araştırma yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda www.dergipark.org.tr üzerinden ulaşılabilir durumda olan makaleler ve ulusal tez merkezi üzerinden kısıtlanmamış durumda olan tezler üzerinde “turist rehberliği, turizm rehberliği, turist rehberleri, turizm rehberleri, turist rehberi ve turizm rehberi” gibi kelimeler anahtar kelime olarak kullanılarak ve araştırma yapılmıştır. Kanun sonrasında yapılmış ve araştırma kriterlerinde incelenmiş akademik çalışma olarak toplam 92 makaleye, 79 yüksek lisans tezine ve 12 doktora tezine ulaşılmıştır.

2.3. Araştırmanın Deseni

Çalışmada nitel bir araştırma yöntemi olan ‘bibliyotmetrik analiz’ tekniği kullanılmıştır. Bibliyometri; çalışmaların, belgelerin veya yayınların bazı özelliklerinin incelenmesi ve bilime katkı sağlayıcı bulguların tedarik edilmesi ile elde edilmektedir (Al ve Coştur, 2007). Nitel araştırma yöntemlerinden olan bibliyotmetrik analiz tekniğinde ele alınan temel kriterler arasında; yazar sayısı, yazarların akademik unvanı, yazarların çalıştıkları kurum, makale sayısı, makalelerin konusu, makalelerde kullanılan araştırma yaklaşımı, makalelerin sayfa sayısı ve anahtar

kelime sayısı, makalelerde kullanılan yerli ve yabancı kaynak kullanımı, makalelerin kaynakçasında kullanılan kitap, dergi, bildiri ve diğer kaynak sayısı, öz atıf ve dergiye yapılan atıf sayıları şeklindedir (Hotamışlı ve İrem, 2014). Bibliyografi çalışmaları disiplinler arası olarak düşünüldüğünde yol gösterici olarak düşünülür (Evren ve Kozak, 2014). Bu çalışma da ileride yapılacak olan çalışmalara yol gösterici olması için önem arz etmektedir.

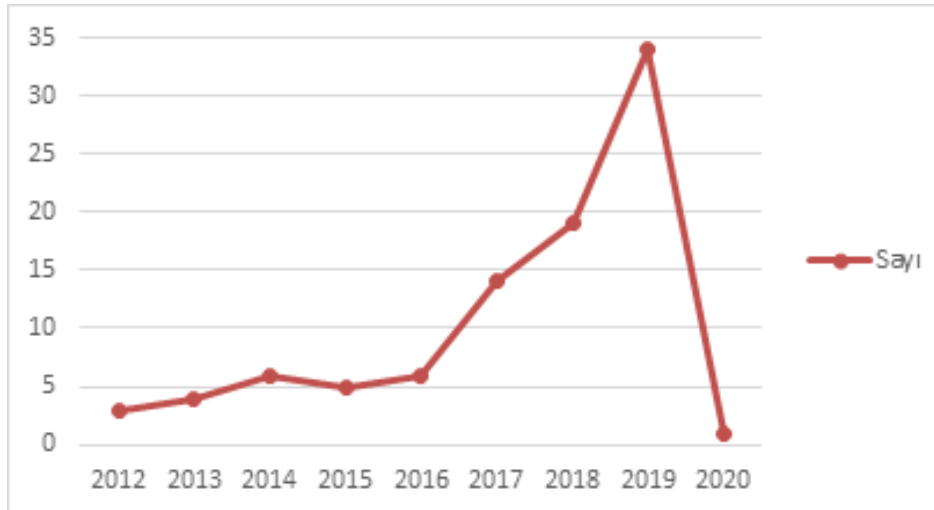
2.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın sınırlılığını belirleyen birkaç unsur bulunmaktadır. Bunlar arasında sınırlılık çerçevesinde ilk olarak Haziran 2012 de yürürlüğe girmiş olan 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu sonrasında yazılmış olan makaleler, yüksek lisans tezleri ve doktora tezleri yer almaktadır. Diğer sınırlılık ise “turist rehberliği, turizm rehberliği, turist rehberleri, turizm rehberleri, turist rehberi ve turizm rehberi” kelimelerinin anahtar kelime olarak kullanılmasıdır. Araştırmada yer alan tezler Ulusal Tez Merkezi’nde ulaşılabilir durumda olan tezlerdir, makaleler ise www.dergipark.org.tr üzerinden ulaşılmış makalelerdir.

3. Bulgular

Yapılan veri tabanı incelemeleri sonucunda 2012-2020 tarihleri aralığında toplamda 183 akademik çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmalar arasında 92 makale, 91 lisansüstü tez bulunmaktadır. Lisansüstü tezlerinden 79’u yüksek lisans tezi ve 12’si doktora tezidir. Akademik çalışmaların yıllara göre dağılımı grafiklerde açıklanmış olup; çalışmaların başlık, anahtar kelime, yazar sayısı ve yayım yılı gibi bilgileri tablolarda belirtilmiştir. Grafik 1 yıllara göre makale çalışma sayısı ile ilgili durumu göstermektedir.

Grafik 1: Yıllara Göre Makale Çalışmaları



Araştırmanın sınırlılıklarında belirtildiği üzere 2012 – 2020 (Ocak) tarihleri arasındaki makale sayısı Grafik 1’de sunulmuştur. Grafik incelendiğinde; 2012 yılında yalnızca üç çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu yıldan sonra yayımlanan makale sayısı çoğunlukla artış göstermekte olup 2019 yılında otuz dört çalışma yapıldığı görülmektedir. Bu sonuçlar ışığında; 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’ndan sonra “turist/turizm rehberleri” hakkında yapılmış akademik çalışmaların yıllar içerisinde çoğunlukla artış gösterdiğini söylemek mümkündür.

Tablo 1’de makale çalışmalarının başlık, anahtar kelime, yayım yılı ve yazar sayısı bilgilerini belirten bilgiler sunulmuştur.

Tablo 1: Makaleler

Makalenin Adı	Anahtar Kelimeler	Yayımlı Yılı	Yazar Sayısı
Turist Rehberlerinin Performansına ve Etik Davranışlarına Yönelik Turist Algularının İncelenmesi	Turist Rehberi, Performans, Etik Davranış, Algı, Turist	2019	1
Selahattin Çoruh: Turizmde Bir Adanmışlık Öyküsü	--	2018	1
Seyahat Acentelerinin Turist Rehberi Seçim Kriterlerinin Analitik Hiyerarşi Süreci (Ahs) Yöntemi ile Değerlendirilmesi	Turist Rehberi, Personel Seçimi, Çok Kriterli Karar Verme, Ahs.	2019	2
Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterliliklerinin Destinasyon İmajına ve Memnuniyetine Etkisi	Turist Rehberliği, Mesleki Yeterlilik, Destinasyon İmajı, Turist Memnuniyeti, Antalya.	2019	2
Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinde Genel Öz Yeterlilik Algısı, Mesleki Kaygı ve Mesleği Yapma Niyeti İlişkisi	Öz-Yeterlilik, Mesleki Kaygı, Mesleği Yapma Niyeti, Turist Rehberliği.	2019	2
Turist Rehberliğinde Meslek Etiği İlkelerinin Faydacı Etik Yaklaşımı ile Belirlenmesi	Meslek Etiği, Faydacı Etik, Turist Rehberliği, Turist Rehberleri	2017	1
Gastronomi Uzmanlığı, Turları ve Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve	Gastronomi Turizmi, Turist Rehberliği, Gastronomi Uzmanlığı, Gastronomi Turları, Gastronomi Rehberliği	2018	4
Turist Rehberlerinin Stresle Başa Çıkma Tarzları ile Mizah Tarzları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	Stres, Stresle Başa Çıkma Tarzları, Mizah, Mizah Tarzları, Turist Rehberleri	2018	2
Turist Rehberliğinde Duygusal Emek ve Duygusal Emek Kullanımının İş Doyumu ile Tükenmişlik Düzeyi Üzerine Etkileri	Turist Rehberliği, Duygusal Emek, İş Doyumu, Tükenmişlik	2016	2
Turist Rehberliği Mesleğinde Robot Rehberlerin Yükselişi	Turizm, Turist Rehberliği, Robot Turist Rehberleri.	2019	1
Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleğe Yönelik Tutumları	Turizm Rehberliği, Meslek Seçimi, Öğrenciler, Mesleğe Yönelik Tutum	2016	2
Turist Rehberlerinin Liderlik ve Aracılık Rollerinin Tur Deneyimine Etkisi: Doğa Turları Üzerine Bir Araştırma	Profesyonel Turist Rehberi (Ptr), Liderlik, Aracılık, Tur Deneyimi, Doğa Turları, Yapısal Eşitlik Modeli	2014	2
Turist Rehberlerinin Liderlik Yönelimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma	Rol, Liderlik Rolü, Liderlik, Turist Rehberi.	2017	1
Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi	Hizmet Sunumu, Kültür, Kültürel Zekâ, Özyeterlilik, Turist Rehberleri	2019	1
Turist Rehberlerinin Tükenmişlik Düzeylerinin İşe Yabancılaşma Eğilimlerine Etkisi	Turist Rehberleri, Tükenmişlik, İşe Yabancılaşma.	2017	2

Makalenin Adı	Anahtar Kelimeler	Yayın Yılı	Yazar Sayısı
Öğrencilerin Geleceğinde Kariyer Günleri Etkinliklerinin Rolü: Turizm İşletmeciliği ve Rehberlik Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	İstihdam ve Kariyer Günleri, Kariyer Planlama, Turizm Öğrencileri, Karar Alma.	2017	2
E-Şikâyetler Turist Rehberleri Hakkında Ne Söylüyor?	Şikâyet, E-Şikâyet, Turist Rehberleri.	2018	2
Turist Rehberliği Meslek Kanununun Profesyonel Turist Rehberlerince Değerlendirilmesi	Profesyonel Turist Rehberleri, Rehberlik Meslek Kanunu, Değerlendirme	2017	2
Turist Rehberliği Yurtiçi Uygulama Gezilerinin Öğrenciler Açısından Önemi: Akademisyenler ve Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Turist Rehberi, Turist Rehberliği Eğitimi, Uygulama (Eğitim) Gezisi.	2018	2
Yerli Turistlerin Paket Turlarda Yaptıkları Etik Dışı Davranışlar Üzerine Turist Rehberleri Gözüyle Bir Değerlendirme	Etik Davranış, Turist Rehberi, Paket Turlar, Yerli Turistler	2019	2
Lisans Turist Rehberliği Öğrencilerinde Öğrenme Stillerinin Genel Akademik Başarı Puanına Etkisi	Turizm Rehberliği, Öğrenme Stilleri, Lisans Öğrencileri, Genel Akademik Başarı Puanı	2019	2
Turist Rehberlerinin Sürdürülebilir Turizme Bakış Açısı	Sürdürülebilir Turizm, Turist Rehberi, Trabzon Bölgesel Rehberler Odası	2016	2
Profesyonel Turist Rehberlerinin Foodie Turist Tipine Bakış Açıları: Nitel Bir Araştırma	Turizm, Profesyonel Turist Rehberi, Foodie	2020	2
Öğrenciyi Merkeze Almak: Turist Rehberliği Eğitiminde Uzman Mantosu Yaklaşımı	Uzman Mantosu Yaklaşımı, Drama, Turist Rehberliği Eğitimi, Turizm Eğitimi	2019	2
Önlisans Turist Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilere-Rin Geleceğe Ait Düşüncelerinin Belirlenmesi: Mar-Maris Turizm Meslek Yüksekokulu Örneği	Eğitim Memnuniyeti, Öğrenci Kaygısı, Turist Rehberliği, Marmaris	2018	2
Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliği Mesleğine Etkileri Üzerine Bir Swot Analizi	Teknoloji, Yenilik, Turist Rehberliği	2017	2
Turist Rehberlerinin Hizmet Kalitesinin Destinasyon İmajına Etkisi	Turist Rehberi, Hizmet Kalitesi, Turist Rehberlerinin Hizmet Kalitesi, Destinasyon, Destinasyon İmajı, Mevlâna Müzesi, Konya.	2019	2
Turist Rehberliği Bölümleri Ders Programlarının “Türk Kimliği” Açısından İncelenmesi	Turist Rehberliği, Eğitim, Türk Kimliği	2018	2
Turizm Rehberliği Alanında Yapılan Makalelerin Bibliyometrik Analizi	Turizm Rehberliği, Tur Lideri, Turist Rehberi, Bibliyometrik Analiz	2019	2
Turist Rehberlerinde Tükenmişlik ve Meslekten Ayrılma Niyeti	Turist Rehberliği, Tükenmişlik, Meslekten Ayrılma Niyeti.	2018	2

Makalenin Adı	Anahtar Kelimeler	Yayın Yılı	Yazar Sayısı
Turlarda Teknoloji Kullanımı: Turistler ve Turist Rehberleri Gözüyle Bir Değerlendirme	Tur, Teknoloji Uygulamaları, Turist, Turist Rehberi	2019	4
Kültürel ve Doğal Mirasın Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolüne İlişkin Turist Algısı	Kültürel ve Doğal Miras, Sürdürülebilirlik, Turist Rehberi, Rol, Turist Algısı.	2017	2
Turist Rehberliği Alanının Bibliyometrik Profili (Ulusal Turizm Kongreleri Bildirileri)	Turist Rehberliği, Bibliyometri, Ulusal Turizm Kongreleri.	2015	2
Trabzon Ayasofya Müzesi'nin Camiye Dönüştürülmesine İlişkin Turist Rehberlerinin Değerlendirmesi	Kültür, Kültürel Değer, Turist Rehberi, Ayasofya Müzesi, Trabzon	2014	2
Nevşehir Bölgesi'ndeki Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Yatkinlığı Düzeylerinin Ölçülmesi	Turizm, Hizmet Verme Yatkinlığı, Turist Rehberi	2017	2
Etik ve Sosyal Sorumluluk Konulu Bildirilerin Bibliyometrisi: Ulusal Turizm Kongreleri Örneği (2009-2017)	Turizm, Etik, Sosyal Sorumluluk, Ulusal Turizm Kongresi, Bibliyometrik Analiz.	2019	5
Birey-Meslek Uyumunun Meslek Seçimine Etkisi: Eğitim Gezilerine Katılan Turist Rehberi Adayları Üzerine Bir Araştırma	Birey-Meslek Uyumunu, Meslek Seçimi, Turist Rehberi.	2019	2
Delphi Yöntemi ile Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğine İlişkin Sorunların Tespit Edilmesi	Profesyonel Turist Rehberi, Meslek Sorunları, Delphi	2019	2
Turist Rehberi Adaylarında Yeni Yiyecek Deneme Korkusu (Neophobia)	Yeni Yiyecek Deneme Korkusu, Turist Rehberi Adayları, Alışkanlık, Mersin.	2019	3
Turist Rehberlerinin Gastronomi Bilgisi ve Algısının Tavsiye Niyetine Etkisi	Gastronomi Bilgisi, Gastronomi Turizm Algısı, Tavsiye Niyeti, Gastronomi, Turist Rehberliği.	2019	2
Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Akademik Motivasyonlarının Mesleğe Dönük Tutumlarına Etkisi	Turizm Rehberliği, Mesleğe Dönük Tutum, Lisans Öğrencileri, Akademik Motivasyon	2019	2
Türkiye'de Lisans Düzeyindeki Turizm Rehberliği Bölümlerinin Staj Yönergelerinin Mesleğe Uyumunun İncelenmesi	Mesleğe Uyum, Staj, Staj Yönetmeliği, Turizm Rehberliği.	2019	3
Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Fakültelerin Müfredatlarının İncelenmesi	Turizm Rehberliği Eğitimi, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, Müfredat	2018	3
Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma	Turist Rehberi, Meslek, Sorunlar, Turizm	2018	2
Turist Rehberleri Açısından İş Doyumunun Önemi	Turist, Turist Rehberi, İş Doyumu	2018	1
Turist Rehberlerinin Meslekten Beklentileri Üzerine Bir Araştırma	Turist Rehberi, Meslek, Beklenti, Turizm	2018	2

Makalenin Adı	Anahtar Kelimeler	Yayın Yılı	Yazar Sayısı
Türkiye’de Turist Rehberliği Öğretiminin Değerlendirilmesi	Turist Rehberliği, Turist Rehberliği Öğretimi, Üniversite Kontenjanları.	2018	2
Turist Rehberliği Mesleğinde Taraflar Açısından Yaşanan Sorunlar Üzerine Bir Değerlendirme	Turist Rehberliği, Turist Rehberliği Eğitimi, Mesleki Sorunlar	2018	2
Turizm Rehberliği Alanında Yapılan Akademik Çalışmaların İncelenmesi	Turizm, Turizm Rehberliği, Turist Rehberi, Bibliyometri.	2018	3
Turist Rehberliğinde İstihdam Alanları ile İlgili Sorunlar	Turizm, Turist Rehberliği, Turist Rehberi ve İstihdam Alanları.	2019	2
Turizm Rehberliğinde Alan Uzmanlığı Önerisi: Sağlık Turizmi Rehberliği	Turist Rehberliği, Sağlık Turizmi, Medikal Turizm, Sağlık Turizmi Rehberliği	2018	5
Turist Rehberlerinin Tur Cazibesini Artırmada Yararlanabilecekleri Bir Araç Olarak Efsaneler: Afyonkarahisar Efsaneleri Örneği	Turist Rehberleri, Efsaneler, Afyonkarahisar	2018	1
Turist Rehberlerine Yönelik E-Şikâyetlerin İçerik Analizi ile İncelenmesi	E-Şikâyet, Turist Rehberleri, Turist.	2019	1
Turizm Rehberliği Öğrencilerinin İletişim Becerileri Üzerine Bir Araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği	İletişim, İletişim Becerileri, Turizm, Turizm Rehberliği Öğrencileri.	2019	1
Turist Memnuniyetinde Turist Rehberinin Rolü: Konya’da Bir Araştırma	Turist Rehberliği, Turist Memnuniyeti, Turist Deneyimi, İletişim Becerileri	2019	2
Dünyada Turist Rehberliği Eğitimi	Turizm Rehberliği, Turist Rehberliği, Turist Rehberliği Eğitimi	2019	3
Sinop İlinin Turizm Odaklı Gelişimine Dair Turist Rehberlerinin Roller ve Görüşleri	Bölgesel Kalkınma, Sürdürülebilir Kalkınma, Turizm Rehberliği, Sinop.	2019	1
Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Cinsel Taciz ile İlgili Bir Araştırma	Turist Rehberleri, Cinsel Taciz, Profesyonel Turist Rehberliği.	2019	2
Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişisel Gelişimi ve Mesleki Donanımı Üzerine Bir Araştırma	Kişisel Gelişim, Donanım, Mesleki Gelişim, Turist Rehberi, Performans.	2019	2
Mutfak Müzelerinin Sergileme Şekilleri ve Turist Rehberlerinin Etkisi: Şanlıurfa Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi Örneği	Gastronomi Müzesi, Mutfak Kültürü, Şanlıurfa Hacıbanlar Evi, Turist Rehberi	2019	3
Avrupa Birliğinde Hizmetlerin Serbest Dolaşımı Kapsamında Turist Rehberliği Mesleğinin Değerlendirilmesi	Avrupa Birliği, Turist Rehberi, Hizmet.	2017	7
Doğaya Dayalı Gerçekleştirilen Turizm Faaliyetleri İçerisinde Turist Rehberlerinin Roller Üzerine Bir İnceleme	Doğaya Dayalı Turizm, Turist Rehberi, Roller.	2012	3
Duygusal Beceri Değerlendirme Sürecinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Uygulama	Duygusal Zekâ, Duygusal Becerileri Değerlendirme Süreci, Turist Rehberliği, Müşteri Memnuniyeti.	2016	1

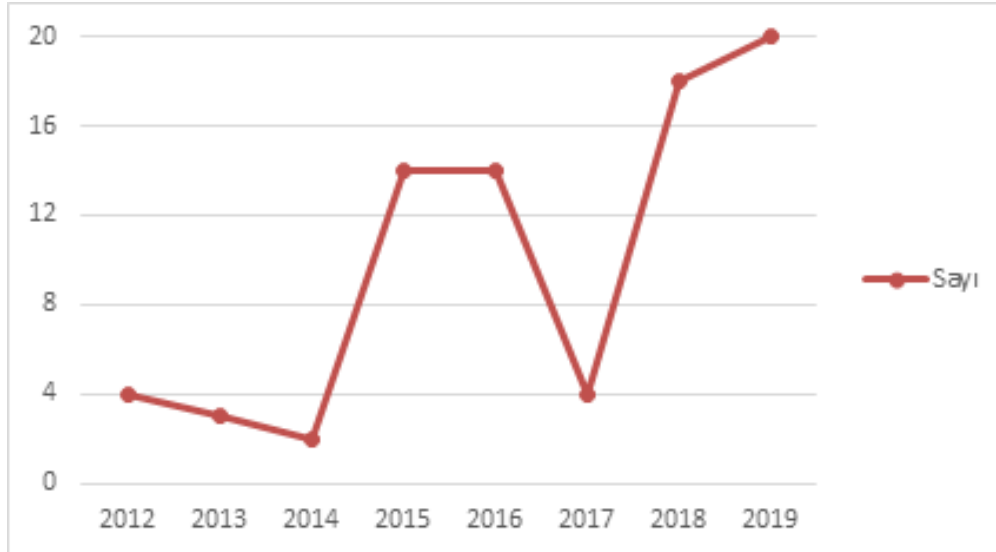
Makalenin Adı	Anahtar Kelimeler	Yayın Yılı	Yazar Sayısı
Duygusal Emek ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma	Duygusal Emek, İşten Ayrılma Niyeti, Turizm Sektörü, Profesyonel Turist Rehberleri, Lojistik Regresyon Analizi.	2013	3
Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Duygusal Emek Davranışları, Tükenmişlik, Turist Rehberleri	2012	2
Lisans Düzeyindeki Turist Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma	Turist Rehberliği Mesleği, Rehberlik Eğitimi, Mesleki Tutum	2015	2
Lisans Düzeyindeki Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleğe Dönük Tutumlarına Göre Kümelendirilmesi	Turizm Rehberliği, Mesleğe Dönük Tutum, Lisans Öğrencileri	2017	2
Motivasyonun Demografik ve Mesleki Özelliklere Göre Farklaşması: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Turizm, Turist Rehberliği, Turist Rehberleri, Motivasyon Düzeyleri	2017	1
Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	Profesyonel Turist Rehberleri, Algılanan Mesleki Engeller, Turizm	2014	3
Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinin Aile Yaşantısı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir İnceleme	İş, Aile, İş-Aile Çatışması, Profesyonel Turist Rehberliği, Trabzon	2014	1
Seyahat Acentelerinin Turist Rehberlerini Seçme ve İşe Alma Sürecindeki Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	Seyahat Acenteleri, Turist Rehberleri, İşgören Bulma, İşgören Seçme, İşe Alma.	2012	2
Türk Turizminde Kokartlı Turist Rehberlerin Mevcut Durumunun Analizi	Turist Rehberleri, Rehberlik Hizmetleri, Kültür Turizmi,	2012	2
Türkiye’de Rus Turist Pazarına Hâkim Tur Acentalarında İstihdam Edilen Turist Rehberleri Üzerine Bir İnceleme	Türkiye, Turist Rehberi, Türkiye-Rusya Turist Pazarı, Tur Acentası	2015	2
Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi	Turist Rehberi, Lisans, Eğitim, Ders Müfredatı	2013	2
Turist Rehberi Adaylarının Kişilik Özelliklerinin Mesleğin Gereklere Açısından Değerlendirilmesi	Kişilik, Mbtı, Turist Rehberliği	2019	2
Turist Rehberliği Meslek Kuruluşlarının Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi	Turist Rehberliği, Mesleki Örgütlenme, Meslek Kuruluşu, Web Siteleri, İçerik Analizi.	2017	3
Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme	Turist Rehberi, Rol, Örgütsel Rol, Turist Rehberlerinin Rollerini.	2013	1
Turist Rehberlerinin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma	Turist Rehberi, Duygusal Zekâ, Duygusal Zekâ Düzeyi	2017	2
Turist Rehberlerinin Müze Hizmet Kalitesi Algılamaları Üzerine Bir Araştırma: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği	Müze Hizmet Kalitesi, Göreme Açık Hava Müzesi, Profesyonel Turist Rehberi.	2015	1

Makalenin Adı	Anahtar Kelimeler	Yayın Yılı	Yazar Sayısı
Turist Rehberlerinin Mesleklerine Yönelik Pozitif ve Negatif Yönlü Algılarının İçerik Analizi Yöntemi ile Belirlenmesi	Turist Rehberi, Çalışma Koşulları, Rehberlik Mesleğine Yönelik Algılamalar, İçerik Analizi.	2015	2
Turist Rehberlerinin Motivasyonu ile Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	Motivasyon, Performans, Demografik Özellikler, Turist Rehberleri, Turizm	2014	2
Turist Rehberlerine Yönelik E-Şikâyetlerin Analizi	E-Şikâyet, Turist Rehberliği, Turist, Turizm, İçerik Analizi.	2017	2
Turizm Rehberliği Öğrencilerinin "Türk Mutfağı" Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Yöntemi ile Belirlenmesi	Turizm Rehberliği Öğrencileri, Türk Mutfağı, Algı, Metafor	2018	3
Turist Rehberlerinde Duygusal Zekâ, Motivasyon, Performans İlişkisi	Turist Rehberliği, Duygusal Zekâ, Motivasyon, Performans, Turizm.	2019	2
Turist Rehberlerinin İletişim Yeterlilikleri: Turistlerin Görüşlerinin Chaid Analizi ile Değerlendirilmesi	Turist, Turist Rehberi, İletişim, Performans, Chaid Analizi, Antalya	2013	2
Turist Rehberlerinin Duygusal Zekâ ile Rehberlik Stilleri İlişkisi	Turist Rehberliği, Rehberlik Stilleri, Duygusal Zekâ	2019	2
Turist Rehberlerinin Performanslarının Turist Memnuniyetine Etkileri	Memnuniyet, Turist, Turist Rehberi, Müşteri, Pazarlama.	2019	2
Turist Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Kariyer Devamlılığı: Çoklu Uyum Analizi Çalışması	Kariyer, Turist Rehberi, Eğitim, Çoklu Uyum Analizi	2019	2
Turist Rehberliği Meslek Kanununun, Meslek Örgütleri ve Öğretim Elemanlarının Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi	--	2014	3
Turizm Rehberliği Eğitimi Müfredatlarının Uygulama Yeterliliğinin Profesyonel Turist Rehberleri Bakış Açısıyla İrdelenmesi	Turizm Eğitimi, Turist Rehberi, Turist Rehberliği Eğitimi,	2016	2
Yasa Dışı Rehberlik Faaliyetlerinin İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi: İstanbul Rehberler Odası Örneği	Turist Rehberi, Denetim, Tutanak, İstanbul Rehberler Odası, Yasa Dışı Rehberlik.	2019	1
Yerli Turistlerin Türkiye, İstanbul, Turizm ve Turist Rehberi ile İlgili Metaforları	Metafor, Turizm, Türkiye, İstanbul, Turist Rehberi.	2018	3

Konuya ilişkin makalelerin sunulduğu Tablo 1 incelendiğinde yıllar içerisinde yayımlanan makalelerin artış gösterdiği ve en çok 2019 yılında otuz dört makalenin yayımlandığı görülmektedir. Yazar sayıları arasında tek yazarlı olan makalelerden yedi yazarlı olan makalelere kadar çeşitlilik bulunmaktadır. Anahtar kelime sayısı olarak ise en çok dört ve beş kelimenin anahtar kelime olarak belirlendiği anlaşılmaktadır.

Grafik 2 yıllara göre yüksek lisans tez çalışma sayısı ile ilgili durumu göstermektedir.

Grafik 2: Yıllara Göre Yüksek Lisans Tezleri



Araştırma kapsamındaki zaman aralığı incelendiğinde yapılan lisansüstü yüksek lisans tezlerinin sayısı Grafik 2’de sunulmuştur. Grafik incelendiğinde; 2012 yılında dört çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu yıldan sonra yapılan yüksek lisans tezlerinin sayısında dalgalanmalar olduğu görülmektedir. En çok yüksek lisans tez çalışma sayısının 2019 yılında yirmi çalışma olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre meslek kanunundan sonra konu ile ilgili yapılmış yüksek lisans tez çalışmalarının yıllar içerisinde, özellikle son iki yılda artış gösterdiği söylenebilmektedir.

Tablo 2’de yüksek lisans tez çalışmalarının başlık, anahtar kelime ve yayım yılı bilgilerini belirten bilgiler sunulmuştur.

Tablo 2: Yüksek Lisans Tezleri

Yüksek Lisans Tez Konusu	Anahtar Kelimeler	Yayım Yılı
Paket Turlarda Tüketici Hakları ve Turist Rehberlerine Yönelik Şikâyetlerin İncelenmesi	Paket Tur, Tüketici, Tüketici Hakları, Turist Rehberi, Şikâyet.	2012
Turizm Politikalarının Oluşturulmasında Turist Rehberlerinin Rolü	--	2012
Türkiye’deki Turizm Rehberliği	Eğitim, Öğretim, Program Değerlendirme, Turizm Eğitimi, Turizm Rehberliği Programları	2012
İstanbul Rehber-İ Seyyahin ve Ernest Mamboury (Transkripsiyon ve Değerlendirme)	İstanbul, Rehber-İ Seyyahin, Ernest Mamboury, Seyyahlar, Turist Rehberi	2012
Profesyonel Turist Rehberlerinin Performans Kriterleri ile Çalışma Koşulları Arasındaki İlişki: Antalya Örneği	Profesyonel Turist Rehberi, Çalışma Koşulları, Performans Kriteri	2013
Meslek Etiği: Turist Rehberleri Üzerine Araştırma	Etik, Meslek Etiği, Turizm, Turist Rehberi.	2013
Kültürlerarası Turist Davranışı: Turistlerin Tur Esnasındaki Davranışlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma	Kültürlerarası Turist Davranışı, Ulusal Kültür, Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıları	2014

Yüksek Lisans Tez Konusu	Anahtar Kelimeler	Yayın Yılı
Profesyonel Turist Rehberlerinin Liderlik Yönelimleri: Aydın Turist Rehberleri Odası'na Kayıtlı Olan Profesyonel Turist Rehberleri Örneği	Liderlik, Turizm, Rehberlik	2014
Profesyonel Turist Rehberlerinin Türkiye İmajını Algılamalarındaki Değişim	--	2015
Profesyonel Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Turizm Rehberliği Eğitim Müfredatlarının Uygulama Yeterliliği	Eğitim, Turizm Eğitimi, Profesyonel Turist Rehberi, Profesyonel Turist Rehberi Eğitimi, Mesleki Uygulama	2015
Turist Rehberlerinin Performansının Turist Tatminine Etkisi:Kapadokya'yı Ziyaret Eden Yabancı Turistler Üzerinde Bir Araştırma	Turist, Turist Rehberi, Turist Rehberinin Performansı, Turist Tatmini, Kapadokya.	2015
Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Turist Rehberlerinin Rolü	Somut Olmayan Kültürel Miras, Turist Rehberi,Rol	2015
Profesyonel Turist Rehberlerinin Sahip Olması Beklenen Nitelikleri ile Sergiledikleri Performansın Yerli Turistler Tarafından Değerlendirilmesi	Turizm, Turizm Rehberliği, Yerli Turist, Rehberlik Hizmetleri.	2015
Sesli Rehber Uygulamalarına Yönelik Turistlerin Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma	Tüketici ve E-Tüketici Memnuniyeti, Mobil Teknolojiler, Mobil Cihazlar, Sesli Rehber	2015
Bir Kültür Elçisi Olarak Profesyonel Turist Rehberinin Turistlere Aktarılan Kültürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği	Profesyonel Turist Rehberi, Kültür Elçisi, Kültürel Değerler, Kapadokya Bölgesi.	2015
Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma	Turist Rehberi, İletişim Becerileri, Tur Deneyimi	2015
Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterliliklerinin Turistlerin Destinasyon İmajı Algısı ve Genel Memnuniyeti Üzerine Etkisi (Alman Turistlere Yönelik Antalya Şehir Turunda Bir Uygulama)	Destinasyon, Destinasyon İmajı, Profesyonel Turist Rehberleri, Alman Turistler, Antalya.	2015
Kentlerin Markalaşma Sürecinde Profesyonel Turist Rehberleri: Çanakkale Örneği	Turizm, Kent Markalaşması,Profesyonel Turist Rehberi	2015
Paket Turlarda Müşteri Memnuniyetini Arttırma Aracı Olarak Algılanan Riskin Azaltılmasında Turist Rehberinin Rolü	Algılanan Risk, Müşteri Memnuniyeti, Turist Rehberi	2015
Rehberli Turlarda Tur Rehberlerinin Turist Memnuniyeti Üzerinde Oynadığı Rol ve Bu Bağlamda Yeniden Ziyaret Eğilimine Etkisi: İstanbul'da Bir Araştırma	Tur Rehberi; Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati; Yeniden Ziyaret, İstanbul.	2013
Turist Rehberlerinin Duygusal Emek Kullanımı ile İş Doyumu ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği	Tur Rehberi; Duygu, Duygusal Emek; İş Doyumu, Tükenmişlik	2015
Turist Rehberlerinin Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi (Ankara Ölçeği)	Tükenmişlik, Turist Rehberi, Kopenhag Tükenmişlik Ölçeği	2015

Yüksek Lisans Tez Konusu	Anahtar Kelimeler	Yayın Yılı
Ziyaretçilerin Profesyonel Turist Rehberlerinden Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Örneği	Ziyaretçi Memnuniyeti, Memnuniyeti Etkileyen Faktörler, Profesyonel Turist Rehberliği.	2016
Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yaratıcı Turizm: Antalya İli Örneği	Sürdürülebilir Turizm, Yaratıcılık, Yaratıcı Endüstriler, Yaratıcı Turist, Yaratıcı Turizm.	2016
Turist Rehberlerinin Tükenmişlik Düzeylerinin İşe Yabancılaşma Eğilimlerine Etkisi	Turist Rehberi, Tükenmişlik, İşe Yabancılaşma.	2016
Turist Rehberlerinin Performans Kriterlerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma: Turist Rehberliği Performans Ölçeği Geliştirilmesi	Seyahat Sektörü, Turist Rehberleri, Turist Rehberi Performansı, Performans Ölçeği, Ölçek Geliştirmede Geçerlik-Güvenirlilik	2016
Turist Deneyiminde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü	Deneyim, Turist Deneyimi, Profesyonel Turist Rehberliği.	2016
Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Verilen Üniversitelerde Sanat Tarihi Eğitiminin Mesleki Turizm Eğitimindeki Yerine Yönelik Bir Değerlendirme	Eğitim, Mesleki Turizm Eğitimi, Turizm Rehberliği Eğitimi, Sanat Tarihi ve Yardımcı Disiplinlerin Eğitimi	2016
Profesyonel Turist Rehberlerinin Duygusal Zekâ Düzeyi ile Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişkinin Günlük Turlarda Karşılaştıkları Yönetsel Sorunlar Bazında İncelenmesi	Duygusal Zekâ, Problem Çözme, Profesyonel Turist Rehberliği, Turizm, Yönetsel Sorunlar.	2016
Uluslararası Skal Ödülü “Turizm Eğitim Oscarı” Almış Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Hizmet Kalitesi Ölçümü: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Turizm Eğitimi, Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi, Turizm Rehberliği Eğitimi, Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi, Turizm Eğitiminde Hizmet Kalitesi, Skal.	2016
Turist Rehberlerinin Duygusal Zekâ Yetenekleri ile Liderlik Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma	Duygusal Zekâ, Liderlik, Turist Rehberi.	2016
Turist Rehberlerinde Personel Güçlendirme Uygulamalarının İş Doyumuna Etkisi	Güç, Güçlendirme, İş Doyumu, Turist Rehberliği, Turizm.	2016
İş Aile Çatışması ve Turist Rehberlerinin İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi	Turist Rehberleri, İş Aile Çatışması, İşten Ayrılma Niyeti.	2016
Turist Rehberlerinde Empatik Eğilim ve Çatışma Çözme Davranışı İlişkisi	Turist Rehberi, Empati, Empatik Eğilim, Çatışma, Çatışma Çözme	2016
Kültürel ve Doğal Mirasın Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü: Kapadokya'yı Ziyaret Eden Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma	Miras, Sürdürülebilirlik, Turizm, Turist Rehberi	2016
Örgütsel Sinizm ve İş Tatmini Arasındaki İlişkiler: Aydın Turist Rehberleri Odası'na Kayıtlı Olan Profesyonel Turist Rehberleri Örneği	Örgütsel Sinizm, İş Tatmini, Turist Rehberi	2016

Yüksek Lisans Tez Konusu	Anahtar Kelimeler	Yayımlı Yılı
Turist Rehberlerinin Paket Turlarda Kullandıkları İzlenim Yönetimi Tekniklerinin Kişisel Etkileşim Kalitesi Üzerine Etkisi	Turist Rehberi, İzlenim Yönetimi, İzlenim Yönetimi Teknikleri, Kişisel Etkileşim Kalitesi, Eskişehir Rehberleri	2017
Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi	Kültür, Kültürel Zekâ, Özyeterlilik, Hizmet, Hizmet Sunumu, Turist Rehberleri.	2017
Turist Rehberlerinin Duygusal Emek Düzeyi ve İşe Yabancılaşmalarının Tükenmişlik Üzerine Etkisi	Duygusal Emek, İşe Yabancılaşma, Tükenmişlik, Turist Rehberleri, Nevşehir.	2017
Turist Rehberlerinin Meslek Etiği Algısının Ölçülmesi	Etik, Meslek Etiği, Turizm, Turist Rehberliği.	2015
Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamındaki Günübürlük Kültür Turlarının Önem-Performans Analizi ile Değerlendirilmesi	Kültür Turizmi, Günübürlük Tur, Turistik Ürün, Önem- Performans Analizi, Destinasyon, Yiyecek, Turist Rehberi, Ulaşım	2017
Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Ege Bölgesi'nde Görev Yapan Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Turist Rehberi, Duygusal Emek, Tükenmişlik	2018
Turist Rehberlerinin Gastronomi Bilgisi ve Algısının Tavsiye Niyetine Etkisi	Gastronomi Bilgisi, Gastronomi Turizm Algısı, Tavsiye Niyeti, Gastronomi, Turist Rehberliği.	2018
Turist Rehberlerinin Hizmet Kalitesinin Destinasyon İmajına Etkisi	Turist Rehberi, Hizmet Kalitesi, Turist Rehberlerinin Hizmet Kalitesi, Destinasyon, Destinasyon İmajı, Mevlâna Müzesi, Konya.	2018
Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinde Genel Özyeterlilik Algısı, Mesleki Kaygı ve Mesleği Yapma Niyeti İlişkisi	Turist Rehberliği, Öz-Yeterlilik, Mesleki Kaygı, Mesleği Yapma Niyeti	2018
Kişilik Özelliklerinin Mesleki Tutum ve İş Doyumuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Kişilik, Mesleki Tutum, İş Doyumu, Turist Rehberi	2018
Toplum Temelli Turizm Yaklaşımı: Turist Rehberlerinin Algulamaları Üzerine Bir Araştırma	Toplum, Turizm, Toplum Temelli Turizm, Turist Rehberi.	2018
Turist Rehberliğinde Foodie Özelliğinin Önemi	Kültür, Yemek Kültürü, Foodie, Turist Rehberleri.	2018
Turist Rehberlerinin Stresle Başa Çıkma Tarzları ile Mizah Tarzları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	Stres, Stresle Başa Çıkma Tarzları, Mizah, Mizah Tarzları, Turist Rehberleri.	2018
Veganlar Ne İster? Veganların Seyahat Deneyimlerinden Hareketle Seyahat Acentaları ve Turist Rehberleri İçin Bir Yol Haritası Önerisi	Vegan, Vejetaryen, Seyahat Deneyimi, Seyahat Acentası, Turist Rehberi.	2018
Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları ve Çözüm Önerileri: İstanbul Örneği	Turist Rehberliği, Mesleki Sorunlar, Meslek Odası, İstanbul.	2018
Turist Rehberlerinin Duygusal Zekâ ile Rehberlik Stilleri İlişkisi	Turist Rehberliği Rehberlik Stilleri Duygusal Zekâ	2018
Profesyonel Turist Rehberlerinin Eğitim-Öğretim Dönemlerinde Aldıkları Yabancı Dil Eğitiminin Mesleki Açından Yeterliliği	Turizm, Turist Rehberi, Eğitim, Yabancı Dil	2018

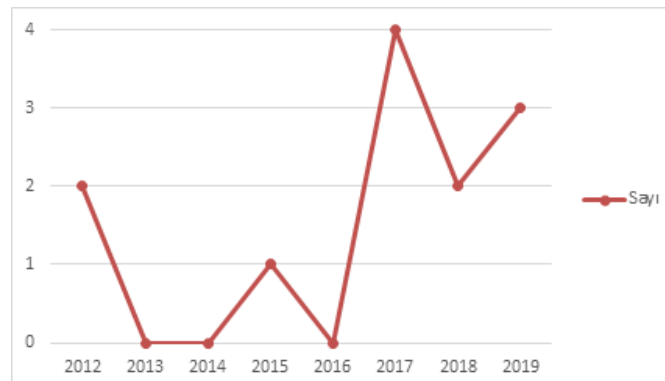
Yüksek Lisans Tez Konusu	Anahtar Kelimeler	Yayımlı Yılı
Depresyon ve Mesleki Doyumun İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Depresyon, Mesleki Doyum, İşten Ayrılma Niyeti, Turist Rehberi, Tureb	2018
Turist Rehberlerinin Yaşam Kalitesinin Türkiye’de Rehberlik Mesleğinin Çalışma Koşulları Açısından Değerlendirilmesi	Turist Rehberliği, Yaşam Kalitesi, Çalışma Koşulları, Türkiye	2018
Turist Rehberlerinin Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarına Yönelik Algılarının Belirlenmesi	Turist Rehberi, Artırılmış Gerçeklik, Algı.	2018
Turistlerin Mobil Turist Rehberi Uygulamalarına İlişkin Memnuniyetlerin Belirlenmesi: Muğla İlinde Bir Uygulama	Turist Rehberi, Mobil Turist Rehberi, Turist Memnuniyeti, Muğla İli	2018
Turist Rehberlerinin Performanslarının Turist Memnuniyeti ve Turistlerin Alışveriş Davranışı Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Uygulama	Turist Rehberi, Turist Memnuniyeti, Alışveriş Davranışı, Nevşehir İli	2018
Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Zorlukların Kariyer Bağlılığına Etkisi	Mesleki Zorluklar, Kariyer, Kariyer Bağlılığı, Turist Rehberi, Süreç	2018
Turist Rehberlerinin Performansının Turistin Memnuniyet Düzeyine Etkisi	Turist, Turist Rehberi, Müşteri Memnuniyeti	2019
Turist Rehberlerinin Türkiye'nin İmajı ve Pazarlamasındaki Etkileri: Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma: Malezya Örneği	Turist Rehberi, Malezya, Türkiye, Hedef Destinasyon, Türkiye İmajı, Turizm Pazarlama	2019
Profesyonel Turist Rehberliği Mesleği: Mevcut Durum, Meslek Sorunlarının Tespiti ve Çözüm Önerileri	Profesyonel Turist Rehberi, Meslek Sorunları, Turizm.	2019
Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişilik Özelliklerinin Algılanan Hizmet Kalitesi Üzerindeki Rolü	Turist Rehberi, Kişilik Özelliği, Hizmet Kalitesi, Performans, Servis	2019
Profesyonel Turist Rehberlerinin Davranış ve Mesleki Yeterliliklerinin Tur Kalitesine Etkisi	Turizm, Turist Rehberi, Davranış, Kalite, Hizmet Kalitesi	2019
Turist Rehberlerinin Demografik ve Mesleki Değişkenler Bakımından İş ve Yaşam Doyumlarının İncelenmesi		2019
Turist Rehberlerinin Mizah Tarzları Üzerine Bir Araştırma	Turist Rehberliği, Mizah Tarzı.	2019
Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberler Odasına Bağlı Rehberlerin Özelliklerinin Turizm Coğrafyası Açısından Değerlendirilmesi	Turizm, Şuro, Turist Rehberi, Destinasyon	2019
Rekreasyonel Turizm Faaliyetlerinde Turist Rehberliği Hizmetlerine İlişkin Bir Değerlendirme: Paket Tur Örneği	Rekreasyonel Turizm, Paket Tur, Turist Rehberliği, Memnuniyet	2019
Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitiminde Mesleki İngilizce Dersine Yönelik Bir Değerlendirme	Turizm Rehberliği Eğitimi, Mesleki İngilizce, Özel Amaçlı İngilizce	2019
Profesyonel Turist Rehberlerinin Kültürel Mirasın Korunmasındaki Rolü: Türkiye’deki Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Profesyonel Turist Rehberliği, Profesyonel Turist Rehberlerinin Roller, Kültürel Miras ve Kültürel Mirasın Korunması	2019

Yüksek Lisans Tez Konusu	Anahtar Kelimeler	Yayın Yılı
Profesyonel Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Yatkınlığının Ziyaretçi Memnuniyeti ve Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı Üzerine Etkisi:Kapadokya Örneği	Profesyonel Turist Rehberi, Hizmet Verme Yatkınlığı, Ziyaretçi Memnuniyeti, Geleceğe Yönelik Ziyaretçi Davranışı.	2019
Yerel Kültürün Turist Rehberleri Tarafından Aktarılması- Nero Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Yerel Kültür, Köy Hayatı,Kapadokya'nın Gelenek ve Göreneklere, Kapadokya Kültürü	2019
Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişisel Gelişimi ve Mesleki Donanımı Üzerine Bir Araştırma	Profesyonel Turist Rehberi, Kişisel Gelişim, Mesleki Gelişim,Performans, Donanım, Mesleki Yeterlilik.	2019
Turist Rehberlerinde Duygusal Emek ve İş-Aile Çatışması İlişkisi	Turist Rehberi, Duygusal Emek, İş-Aile Çatışması.	2019
Turist Rehberliği Uygulama Gezisi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma	Tureb, Turist Rehberliği Eğitimi, Uygulama Gezisi	2019
Duygusal Zekâ ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin Turist Rehberleri Açısından Değerlendirilmesi	Bilişsel Olmayan Zekâ, Duygusal Zekâ, İş Performansı, Turist Rehberleri	2019
Turist Rehberlerine Yönelik Algılanan Hizmet Kalitesinin Davranışsal Niyetlere Etkisi: Çanakkale Örneği	Turist Rehberi, Hizmet, Kalite, Davranışsal Niyet.	2019
Duygusal Emek ve Öznel İyi Oluş İlişkisi:Kuşadası'nda Görev Yapan Turist Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma	Duygusal Emek, Öznel İyi Oluş, Turist Rehberleri	2019
Turist Rehberliği Mesleğinde Meslek Odası ve Rehber İlişkileri: Nevşehir Rehberler Odası Örneği	Meslek, Meslek Odası, Turizm, Turist Rehberliği	2019
Turist Rehberliği Mesleğinde Meslek Odası ve Rehber İlişkileri: Nevşehir Rehberler Odası Örneği	Meslek, Meslek Odası, Turizm, Turist Rehberliği	2019

Konu hakkında yüksek lisans tezlerinin sunulduğu Tablo 2 incelendiğinde yıllar içerisinde yapılan tez çalışmalarının sayısının farklı şekilde değişiklik gösterdiği görülmektedir. En çok 2019 yılında yirmi tez çalışmasının yapıldığı görülmektedir. Anahtar kelime sayısı olarak ise en çok üç ve beş kelimenin anahtar kelime olarak belirlendiği anlaşılmaktadır.

Grafik 3 yıllara göre doktora tez çalışma sayısı ile ilgili durumu göstermektedir.

Grafik 3: Yıllara Göre Doktora Tezleri



Araştırma dahilindeki yıllar arasında yapılan lisansüstü doktora tezlerinin sayısı Grafik 3’te sunulmuştur. Grafik incelendiğinde; 2012 yılında iki çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu yıldan sonra yapılan doktora tezlerinin sayısında, yüksek lisans tez çalışmalarında olduğu gibi dalgalanmalar olduğu görülmektedir. En çok yüksek lisans tez çalışma sayısının 2017 yılında dört çalışma olduğu görülmektedir. 2013, 2014 ve 2016 yıllarında bu konu ile ilgili bir doktora tez çalışması yapılmadığı gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar neticesinde, meslek kanunundan sonra konu ile alakalı yapılan doktora tez çalışmaların yıllar içerisinde farklı şekilde dalgalandığını fakat diğer yıllar ile karşılaştırıldığında son yıllarda artış gösterdiğini söylemek mümkündür.

Tablo 3’te doktora tez çalışmaların başlık, anahtar kelime ve yayım yılı bilgilerini belirten bilgiler sunulmuştur.

Tablo 3: Doktora Tezleri

Doktora Tez Konusu	Anahtar Kelimeler	Yayım Yılı
Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişim Yeterlilikleri: Alman, İngiliz ve Rus Turistlerin Algılamaları	Turist Rehberi, Kültür, İletişim, Kültürlerarası İletişim, Turizm.	2012
Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterlilikleri:Doğu Karadeniz Örneği	Sürdürülebilir Turizm, Ekoturizm, Turist Rehberi, Ekotur Rehberi, Önem-Performans Analizi.	2012
Mobbing ve Motivasyon Arasındaki İlişki: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma	Turist Rehberliği, Mobbing, Motivasyon, Turizm.	2015
Turist Rehberlerinin Tükenmişlik ve Ekonomik Kaygı Düzeylerinin Mesleki Bağlılık Düzeyleri Üzerindeki Etkisi	Turist Rehberi, Mesleki Bağlılık, Tükenmişlik, Ekonomik Kaygı, Türkiye.	2017
Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişilik Özellikleri ile Mesleki Bağlılık Arasındaki İlişki Üzerine Psikolojik Sermayenin Aracılık Etkisi	Beş Faktör Kişilik Özellikleri, Kişilik, Psikolojik Sermaye, Mesleki Bağlılık, Turist Rehberi	2017
Turist Rehberliği Eğitimi Kapsamındaki Uygulama Gezilerinin İncelenmesi: Bir Karma Yöntem Araştırması	Turist Rehberi, Turist Rehberliği Eğitimi, Turist Rehberliği Uygulama Gezisi, Karma Araştırma Yöntemi.	2018
Turizm Endüstrisinde Kriz Yönetimi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Alan Araştırması	Kriz Yönetimi, Turizm Endüstrisi, Turist Rehberi	2018
Kişilik Özelliklerinin Mesleğe Yönelik Tutuma Etkisinde Öğrenme Stilleri ve Akademik Motivasyonun Aracılık Rolü: Lisans Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Kişilik Özellikleri, Öğrenme Stilleri, Akademik Motivasyon, Mesleğe Dönük Tutum, Turizm Rehberliği, Lisans	2017
Turist Rehberlerinin Performansının Destinasyon İmajına Etkisinde Etik Davranışlarının Düzenleyici Rolü: Nevşehir Örneği	Destinasyon İmajı, Turist Rehberi, Performans, Etik Davranış, Düzenleyici Etki, Nevşehir	2019
Turist Rehberliği Eğitiminde Memnuniyet, Mesleki Yeterlilik ve Mesleği İcra Niyeti İlişkileri	Mesleki Yeterlilik, Memnuniyet, Mesleği İcra Niyeti.	2019
İş Stresi ve İş Stresiyle Başetme: Turist Rehberleri Üzerine Bir Çalışma	İş Stresi, Başetme, Turist Rehberi, Sorun Odaklı Başetme, Stres Yönetimi	2019
Turist Rehberlerinde İş Doyumu ve Tükenmişlik İlişkisi: Bir Alan Araştırması	Tükenmişlik Sendromu, İş Doyumu, Turist Rehberliği.	2017

Konu hakkındaki Tablo 3 incelendiğinde, doktora tez çalışmalarının sayısının yıllar içinde farklı şekilde değişiklik gösterdiği görülmektedir. En çok 2017 yılında dört tez çalışmasının yapıldığı görülmektedir. Anahtar kelime sayısı olarak ise en çok beş ve üç kelimenin anahtar kelime olarak belirlendiği anlaşılmaktadır

4. Sonuç

Bu çalışmada Haziran 2012 – Aralık 2019 tarihleri arasında 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu sonrasında turist/turizm rehberleri hakkında yapılan makale, yüksek lisans ve doktora tezleri çeşitli parametreler çerçevesinde değerlendirmiştir. Bu değerlendirmeler neticesinde 92 makale, 79 yüksek lisans ve 12 doktora tezine ulaşılmıştır. Turist Rehberliği Meslek Kanununun öncesinde ve sonrasında yapılan çalışmalar karşılaştırıldığında, kanun ile birlikte çalışma sayısının arttığını söylemek mümkündür. Nitekim, Çelebi ve Can (2019) tarafından yapılan turizm rehberleri hakkındaki makalelerin bibliyometrik çalışmasında bilim insanlarının turizm rehberliği alanına 2000’li yıllardan sonra ağırlık vererek yöneldiği sonucuna varılmış. Bu durumu destekler şekilde 2000’li yıllardan sonra özellikle 22 Haziran 2012 tarihinde 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunundan sonra turist/turizm rehberleri hakkında yapılan akademik çalışmalarda artış görüldüğünü söylemek mümkündür. Araştırmadaki makaleler için yayım yılı, makale adı, yazar sayısı ve anahtar kelimeler; yüksek lisans ve doktora tezlerinde tez adı, yayım yılı ve anahtar kelimeler gibi parametreler göz önünde bulundurulmuştur. Araştırma sonucunda; makale en çok 2019 yılında, yüksek lisans tezi en çok 2019 yılında ve doktora alanında yazılmış olan tez en çok 2017 yılında yazılmıştır. Dikkat çekici bir diğer husus ise 2013, 2014 ve 2016 yılında bu alanla ilgili doktora tezinin yazılmamış olmasıdır.

Bir diğer gözlem ise çoğu makale ve tezlerin nicel araştırma yöntemi olan anket tekniğiyle yapıldığı görülmüştür. İlerleyen zamanlarda yapılacak olan çalışmalarda hem parametre çerçevesi genişletilip daha derinlemesine hem de nitel araştırma yöntemi olan yüz yüze görüşme tekniğinden faydalanılabilir. Bu sayede görüşme formu ile anketlerde ulaşılamayan nitelikte veriler toplanabilir ve farklı sonuçlara ulaşılabilir. Bunlara ek olarak makale ve tezler dışındaki akademik çalışmalar hakkında da bibliyotmetrik çalışma yapılabilir.

Kaynakça

Aksaray, M., Ateş, A. (2019). Turist Rehberlerinin Hizmet Kalitesinin Destinasyon İmajına Etkisi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22 (1), 112-132.

Al, U. ve Coştur, R. (2007). Türk Psikoloji Dergisi’nin bibliyometrik profili, Türk Kütüphaneciliği, 21 (2): 142-163.

Batman, O. (2003). Türkiye’deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, (2), 117-134.

Çelebi, S. K., Can, B. K. (2019). Turizm Rehberliği Alanında Yapılan Makalelerin Bibliyometrik Analizi. International Journal of Contemporary Tourism Research,(2), 213 – 223.

Evren, S., Kozak, N. (2014). Bibliometric analysis of tourism and hospitality related articles published in Turkey. Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 25(1), 61-80.

Hotamışlı, M., Erem, I. (2014). Muhasebe ve Finansman Dergisi’nde Yayımlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi. Muhasebe ve Finansman Dergisi, (63).

TÜRKİYE’DE TURİST BAŞINA DÜŞEN REHBER SAYILARININ TESPİTİ VE İHTİYAÇ ANALİZİ

* Öğretim Görevlisi, Emrullah CANSU
Kapadokya Üniversitesi, Turist Rehberliği
Programı
emrullahcansu58@gmail.com

Dr. Öğretim Üyesi, Mehmet BAHAR
Kapadokya Üniversitesi
mehmet.bahar@kapadokya.edu.tr

ÖZET

Turizm aktiviteleri günden güne artmakta ve yenilikler göstermektedir. Bu yenilikler, beraberinde yer aldığı turizm aktivitelerinde öncülük edecek kişi ihtiyacını ön plana çıkarmaktadır. Turist rehberleri, istedikleri yabancı dillerde anlatım yapan, ülkenin tarihi, kültürel, doğal vb. güzelliklerini ve miraslarını ülkelerini ziyaret edenlere anlatan kişilerdir. İnsanlar doğası gereği güvenlik tedbirlerinden ve bir bölgeyi ilk ziyaretlerinde detaylı bilmedikleri için çağlar boyunca sürekli rehberlik edecek kişilere ihtiyaç duymuşlardır. Bu doğrultuda bakıldığında ülkelerine giren turistleri ilk karşılayan ve onlara öncülük eden rehberlerin önemi de her geçen gün artmaktadır. 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na göre rehberlik sertifika programları, “Birlik ve Seyahat Acenteleri Birliğinin ortak önerileri ve Bakanlığın onayı” ile açılabilir. İlaveten üniversiteler aracılığıyla da rehberlik eğitimi verilmektedir. Bu çalışma ile Türkiye’deki Turist Rehberlerinin sayıları ve sahip oldukları diller ile Türkiye’ye gelen turistlerin konuştukları dillerin kıyaslanması amaçlanmıştır. Bu yolla elde edilecek bulgular hem TUREB’ e hem de TURSAB’ a mevcut durumun bir fotoğrafını ortaya koyma imkânı verecektir. Böylece karar ve onay mercii olan bakanlığın da rakiplerimiz ile olan durumunun incelenerek varsa gerekli tedbirlerin alınmasına imkân sağlayacaktır. Bunların sağlanabilmesi için çalışmada Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 yılı “Bakanlık Belgeli ve Belediye Belgeli” konaklama istatistikleri ile 2020 yılı TUREB verilerine göre olan “Dillere Göre Rehber Sayıları” istatistikleri kullanılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Turist, Turist Rehberi, Turist Rehberi Sayıları

NEEDS IDENTIFICATION AND ANALYSIS OF PER CAPITA NUMBER OF TOURIST GUIDE IN TURKEY

ABSTRACT

Tourism activities are increasing day by day and showing innovations. These innovations highlight the need of the person to lead in the tourism activities that it accompanies. Tourist guides tell the foreign languages they want, the country’s history, cultural, natural etc. are the people who tell their beauties and heritages to those who visit their country. People, by their nature, needed people who will constantly guide through the ages because they did not know in detail about their first visit to an area and security measures. In this respect, the importance of the guides who first meet and lead the tourists entering their countries is increasing day by day. According to the Tourist Guidance Occupational Law numbered 6326, guidance certificate programs can be opened with the common suggestions of the Union and Travel Agencies Association and the approval of the Ministry. In addition, guidance education is provided through universities. In this study, aimed to compare language that they have the

* *Sorumlu Yazar*

number of tourist guides in Turkey and the number of tourists coming to Turkey with languages they speak. The findings to be obtained in this way will give both TUREB and TURSAB the opportunity to reveal a photograph of the current situation. Thus, the situation of the ministry, which is the decision and approval authority, with our competitors will be examined and the necessary measures will be taken, if any. In order to ensure these, in the study, the Ministry of Culture and Tourism 2018 “Ministry Certified and Municipal Certified” accommodation statistics and the “Number of Guidelines by Languages” statistics according to TUREB data of 2020 were used.

Key Words: Tourism, Tourist, Tourist Guide, Tourist Guide Numbers.

GİRİŞ

Dünya ekonomisinin önemli gelir kaynaklarından biri turizm sayılmaktadır. Her yıl dünya üzerinde turizm aktivitelerine katılan turist sayıları da artmaktadır. Bu sektörün çekirdeği sayılan turistler ise günümüz teknolojisi sayesinde istediği zaman istedikleri bilgiye ulaşabilmektedirler. Ancak turist rehberleri hem bu bilgilere sahip olup hem de tecrübeli olarak turistleri gezdirmede ve ülkelerini tanıtmada tercih edilmektedir (Köroğlu, 2013: 91-92). Turist rehberleri sadece bilgi vermenin dışında özellikle tur operatörleri tarafından, bilgi sağlayan, yorumlayan ve doğal bir kaynak yöneticisi olarak görülmektedirler (Randall ve Rollins, 2009: 358). Dünya üzerinde gelişmekte ve rekabet olgusu içerisinde bir sektör olan turizm, içerisindeki pazar payını korumak veya arttırmak isteyen ülkelerin müşterilerinin taleplerini dikkate almalı ve hizmet kalitelerini arttırmaları gerekmektedir. Bu bağlamda da turistleri ilk karşılayan ve son uğurlayan turist rehberleri oldukça önemlidir çünkü seyahat süreleri boyunca turistlere ülkelerini gezdiren ve gezdikleri yerleri olumlu ve olumsuz tatil deneyimi kazandırabilen kişilerdendirler (Şahin, Tezcan ve Bekçi, 2018: 252). Bu nedenle nitelikli bir rehberin sorumluluğunda bilgiyi sadece aktarmak yeterli değildir. Mesleğın verdiği sorumluluklar gereği, bilgisini doğru, güncel, zevkli ve ilginç bir yol ile turistlere aktarması gerekmektedir. Bir aracı ve kültür elçisi olan rehberler, ülkelerinin kültürel ve doğal güzelliklerini bilmesi gerektiği kadar anlatım yaptığı yabancı dilin kültürünü ve milletinin özelliklerini de bilmesi gerekmektedir (Yarcan, 2007: 35).

Yukarıda verilen bilgiler ışığında, bu araştırmanın amacı Türkiye’de turist başına düşen rehber sayılarını tespit edip, elde edilen veriler ışığında bir ortalama belirleyerek hangi yabancı dillerde eksik olduğunu ortaya koymaktır. Bu bağlamda da bu çalışmada, 2018 yılında Türkiye’ye gelip konaklama yapan turistlerin verileri ile 2020 yılı TUREB istatistiklerine göre açıklanan turist rehberi sayılarının istatistiki olarak karşılaştırılarak bir sentez elde edilmiştir. Çalışmanın gerekliliği ise sektörde var olan rehber sayıları ve sahip oldukları dil sertifikaları ile ülkemiz otellerinde konaklayan bu dilleri konuşan ülkemiz yabancı misafirlerinin karşılaştırılması yapılarak rehber başına düşen turist sayısını tesbit etmek ve elde edilen bu sayıdan yola çıkarak, hangi yabancı dillerde öncelikli olarak ihtiyaç olduğunu istatistiki olarak ortaya koymaktır.

TURİST REHBERLİĞİNİN ÖNEMİ

Turist rehberliği mesleği için birçok tanımlama yapılabilir ancak en doğru tanım olarak Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonuna göre, turistlere kendi seçtikleri yabancı dilde anlatım yapan, ülkelerinde uygun yasal yetkilere sahip ve ziyaret edecekleri bölgelere özgü nitelikleri olup, kültürel ve doğal miraslarını yorumlayan kişiler olarak açıklanabilir (WFTGA, 2020).

Turist rehberleri, yerel mirasları yorumlama, kültür ve değerleri koruma ve tanıtmak için anahtar bileşendir. Turist rehberlerinin diğer turizm personellerinden farkı ise turizmi sürdürülebilirlik ilkelerine bağlı olarak koruyan,

turistlerle sürekli yüz yüze ve yoğun olarak iletişim kuran kişiler olmasındadır. Kültür elçisi olarak adlandırılan turist rehberi, özellikle yabancı turistler tarafından ziyaret ettikleri ülkelerde bulunmanın zorluklarını yaşamamak için tercih edilmektedir (Aslan ve Çokal, 2016: 55-56). Yapılan araştırmalara göre, ev sahibi toplumlar ile turistlerin deneyimleri arasında turist rehberlerinin kültürel etkileşiminin doğrudan biçimde etkisi vardır (Yu, Weiler ve Ham, 2002:75).

Turist rehberlerinin yabancı dil bilgisi oldukça önemlidir. Gezdirdikleri ülkelere ait halk oyunlarını, yöresel yemeklerini, gelenek ve göreneklerini, kısacası turistler için yabancı sayılan birtakım kültürleri tanıdık hale getirebilir. Yabancı dil becerileri ne kadar güçlü olursa, ne kadar iyi konuşur ve anlarsa, turistlere gezdikleri ülkenin kültürlerini aktarmaları ve turistleri memnun etme dereceleri de o kadar yüksek olacaktır. Bu bağlamda bir turun başarısı veya başarısızlığı etkileyebilecek en büyük etkenlerden biri olarak turist rehberlerinin yabancı dil bilgisi demek yanlış olmayacaktır (Yenipınar, Bak ve Çapar, 2014: 89-90).

TURİST REHBERLİĞİ EĞİTİMİ VE MESLEĞİN YASAL EVRİMİ

Eski çağlarda gerçekleşen seyahatlerin amacı şüphesiz ki zorunluluk ve ihtiyaç temelliydi. Bunların altında da yiyecek bulmak, zorlu iklim şartlarından uzaklaşmak vb. nedenler yatmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında da seyahat kelimesinin İngilizce karşılığı Fransız dilinde çalışmak anlamına gelen “Travailler” kelimesinden gelmektedir ve rehberlerin o zamanki rolü yol göstericiliktir (Arslantürk, 2016: 188).

Turist rehberliği mesleğinin geçmişi bilindiği üzere yüzlerce yıl önceye dayanmaktadır ancak modern anlamda Türkiye’de ortaya çıkışı 19. yüzyıla, Osmanlı’nın son dönemlerine gitmektedir. Tanzimat Fermanı (1839) sonrasında İstanbul’a ticaret amaçlı gelen iş adamlarına, Ermeni, Rus, Fransız, İtalyan ve birçok yabancı ailelerin çocukları tercüman rehberlik yapmışlardır (Zengin, Bayram ve Eker, 2017: 144). Cumhuriyet dönemi öncesinde 1890 yılında Seyyahine Tercümanlık Edenler hakkında 190 sayılı nizamname yayınlanmıştır ancak Cumhuriyet döneminde ilk olarak, 1925 yılında “Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname” adında düzenleme yapılmıştır. İlerleyen yıllarda yasal çerçevede çeşitli düzenlemeler getirilmiştir ancak 1950’li yıllardan sonra turizm ve rehberlik mesleğini önemi farkındalık kazanmıştır. 1953-1970 yılları arasında rehberlik kursları açılmıştır ancak Turist Rehberliği açısından yasal olarak ilk yayınlanan yönetmelik 3 Eylül 1971 yılında, 13945 sayılı Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliğidir (Albuz, Çakmak, Eren, Tekin ve Yeşildağ, 2018: 84-85). Günümüz rehberlik yasası ise 2012 yılında, 6326 sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” olarak yürürlüğe girmiştir (Resmi Gazete, 2012).

Türkiye’de turist rehberliği eğitimi, Kültür ve Turizm bakanlığı ile üniversitelerin sorumluluğundadır. Üniversitelerde turist rehberliği eğitimi ilk olarak “Ankara Üniversitesi Başkent Meslek Yüksekokulu Turizm Rehberliği Programı” açılmış ve 1992 yılında ilk mezunlarını vermiştir. Yine alanda verilen ilk lisans eğitimi ise 1997 yılında açılmış olan “Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nda verilmeye başlanmıştır (Tolga, Atay ve Korkmaz, 2015: 28). 6326 sayılı kanunla birlikte Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın teşvikiyle turist rehberliği eğitimi veren üniversitelerin sayıları arttırılıp, nitelikli eğitim verilerek mesleğe önem kazandırılmıştır (Avcıkurt, Alper ve Geyik, 2009: 59-60). Günümüzde rehber olabilmek için genel şartlar arasında (TUREB, 2014):

- T.C. vatandaşı olmak,
- 18 yaşını doldurmuş olmak,

- Üniversitelerin turist rehberliği önlisans, lisans veya yüksek lisans bölümlerinden mezun olmak veya bakanlığın açacağı sertifika programını tamamlamak
- Bakanlık aracılığıyla yapılan Uygulama (Eğitim) gezilerine katılmak
- En az 1 yabancı dil sınavından başarı sağlamak vardır.

Dünyada turist rehberliği eğitim düzenlemeleri birçok açıdan birbirinden farklıdır. Bazı ülkelerde ne çalışma belgesi ne de eğitim gereklidir. Bazı ülkelerde ise ülkenin yasal kanunlarına göre rehberlik eğitimi verilmektedir (Lovrentjev, 2015: 557). Dünyada verilen turist rehberliği eğitiminin süresi, eğitimi veren kurum ve yetki düzeyleri gibi ortak bilgiler tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Dünya’da Turist Rehberliği Eğitimindeki Ortak Bilgiler

Avrupa	Rehber Olma Şartı	Eğitim Süresi	Düzy Türleri	Çalışma Zamanları	Bağlı Olunan Kurum	Kurum	Rehber Profili	Çalışma Alanları
İngiltere	En az 30 yaş Yazılı Sözlü Sınav	1-2 yıl	Beyaz Yeşil Mavi Rozet	Tam Yarı Zamanlı	Turist Rehberleri Enstitüsü	University of Westminster	İngiltere Kuzey İrlanda Jersey A.	Bölge Ülke
İskoçya	%70 Başarı 4 tane Deneme 1 Proje	680 saat teorik 7 gün uygulama gezisi	Beyaz Yeşil Mavi Sarı Rozet	-	İskoç Turist Rehberleri Birliği	University of Edinburgh	İskoçya	Bölge Ülke
İrlanda	En az 21 yaş Üniversite Mezunu Dil yeterlilik	1 yıl 444 saat teorik 6 gün uygulama gezisi	Yok	-	-	-	İrlanda Kanada Almanya İsveç Norveç İspanya	-
Fransa	En az 2 dil	12-14 hafta	Yok	Tam Yarı Zamanlı	Milli Eğitim Bakanlığı	BTS Turizm Programı Turizm Uygulama Okulu ve Uygulama Enstitüsü	Fransa	Bölge
Almanya	Kurumlar belirler	6-9 ay	Yok	-	Yasal Bir Düzenleme Yok	Seyahat Acentesi Tur Op. Belediye	Almanya	Bölge
Rusya	En az 1 dil	5 yıl	Yok	Tam Yarı Zamanlı	Turizm Müdürlüğü	Üniversite Meslek Liseleri	Rusya	Bölge Ülke
Ukrayna	Ülke içi ve dışı staj	4 yıl	Yok	Tam Yarı Zamanlı	-	Üniversite	Ukrayna	Bölge
Yunanistan	En az lise mezunu Akıcı Yunanca	2,5 yıl	Yok	Tam Yarı Zamanlı	Kalkınma Bakanlığı	Üniversite	AB ülkesi Yunan	Ülke
Avusturya	En az 2 dil	3 yıl	Yok	-	Ticaret Odası	Avusturya Federal Cum. Turizm Bakanlığı	Avusturya	Bölge
Hırvatistan	En az lise mezunu En az 1 dil	-	Yok	Tam Yarı Zamanlı	Turizm Bakanlığı	Üniversite	AB ülkesi Hırvat	Bölge
İtalya	Üni. Mezunu	-	Yok	-	Yerel Yönetimler	Yerel Yönetimler	İtalyan	Bölge
İspanya	En az lise mezunu En az 18 yaş Dil Yeterliliği	Bölgelere göre değişmekte	Sarı Rozet	Tam Yarı Zamanlı	Yerel Yönetimler	Yerel Yönetimler	AB ülkesi İspanyol	Bölge
Slovenya	En az 18 yaş En az ortaokul mezunu En az 1 yabancı dil	3 aşamalı eğitim	-	-	Çalışma, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kültür ve Turizm Bakanlığı	Slovenya Cum. Ticaret Odası	Slovak	Bölge
Amerika	Rehber Olma Şartı	Eğitim Süresi	Düzy Türleri	Çalışma Zamanları	Bağlı Olunan Kurum	Kurum	Rehber Profili	Çalışma Alanları
ABD	7 Günlük Kurs 10 Gün Eğitim	17 Gün	Yok	-	Uluslararası Tur Yönetimi Enstitüsü Uluslararası Rehber Akademisi	Uluslararası Tur Yönetimi Enstitüsü Uluslararası Rehber Akademisi	ABD	Bölge
Kanada	Ortaöğretim Mezunu Olma En Az 1 Yabancı Dil	-	Yok	-	-	-	ABD	Bölge

Asya	Rehber Olma Şartı	Eğitim Süresi	Düzye Türleri	Çalışma Zamanları	Bağlı Olunan Kurum	Kurum	Rehber Profili	Çalışma Alanları
Çin	Her Yıl Ulusal Rehberlik Sınavı Lisans Mezunlu Olmak	Sınavı Geçmek Yeterli	Yok	-	Tur Şirketi Seyahat Acentesi	Çin Ulusal Turizm İdaresi	Çin	Ülke
Hong Kong	En Az 50.000 Avro	Yerli 4 Yıl Yabancı 6 Yıl	Grade E	-	Seyahat Endüstrisi Konsül	Caritas Institute of Community Education Hkct	Çin Diğer	Bölge Ülke
Singapur	En Az 21 Yaş	Sınavı Geçmek Yeterli	Yok	-	TourismMngmnt. Inst of Singapore (Tms)	TourismMngmnt.Institute of Singapore (Tms)	Singapur	Bölge
Japonya	Orta Derece İngilizce	20 Saat	Yok	-	-	Temple Üniversitesi	Japonya	Bölge
Tayland	Tai Vatandaş En Az 18 Yaş	Sınavı Geçmek Yeterli	Yok	-	Turizm ve Spor Bakanlığı	Turizm Okulları	Kore Çin Rusya	-
Kırgızistan Azerbaycan Özbekistan	14 Günlük Uygulama Gezisi	2 ya da 4 Yıl	Yok	-	-	Turizm Fakülteleri	Kırgız Azerbaycanlı Özbek	-
Diğer Ülkeler	Rehber Olma Şartı	Eğitim Süresi	Düzye Türleri	Çalışma Zamanları	Bağlı Olunan Kurum	Kurum	Rehber Profili	Çalışma Alanları
Mısır	En az 21 yaş En az 1 yabancı dil	Sınavı Geçmek Yeterli	Yok	-	Turizm Bakanlığı ve Mısır Rehberler Sendikası	Turizm Fakülteleri	-	Ülke
Zimbabve	Matematik İngilizce	3 ay	Yok	-	Zimbabve Turizm Otoritesi	Üniversite	-	-
BAE (Dubai)	En az lise mezunu Sabık kaydının olmaması	10 gün	Yok	-	-	DCT DED DTCM	Dubai'de yaşamak ve Arap	Bölge
Avusturya	VET Sertifika Programlarına katılmak	5 seviyeli eğitim	Yok	-	-	Teknik Ve İleri Eğitim Kurumları Özel Eğitim Kuruluşları Savannah Turist Rehberleri Birliği	-	Bölge Ülke
KKTC	İyi derecede Türkçe En az lise mezunu Kamuda çalışmamak	2 yıl 3 ay	Yok	-	Turizm ve Çevre Bakanlığı	Üniversite Turizm ve Çevre Bakanlığı	KKTC	Ülke

Kaynak: Tanrısever, C., Bektaş, I. ve Koç, D. E. (2019). Dünyada Turist Rehberliği Eğitimi. Turist Rehberliği Dergisi (TURED), 2(1), 44-56.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 yılı “Bakanlık Belgeli ve Belediye Belgeli” konaklama istatistikleri kullanılmıştır. Bu istatistiklerde yer alan Milliyetler tek tek listelenmiş olup, o ülkede konuşulan dil veya diller tespit edilmiştir. Bazı ülkelerde resmi olarak bir den fazla dil konuşulması sebebiyle bu durumlar da tespit edilerek kayıt altına alınmıştır. Bu son durumda elde edilen Türkiye’ye gelen 2018 yılındaki turistlerin konuşabildikleri diller ve kişi sayıları tespit edilmiştir. Elde edilen bu veriler ışığında TUREB web sitesinden elde edilen 2020 yılı “Dillere Göre Rehber Sayıları” bu dili konuşan kişilerin karşısına yazılmıştır. Böylece Türkiye’ye gelen turistlerin konuşabildikleri dillere göre rehber başına kaç turist düştüğü tespit edilmiştir.

BULGULAR

Araştırmada elde edilen 2018 yılının konaklama istatistikleri ile 2020 yılı TUREB’in dillere göre rehber dağılımı istatistikleri harmanlanıp, tek tablo halinde düzenlenmiştir. Oluşturulan istatistiki veriler tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Turist Başına Düşen Rehber İstatistiği

Konuşulan Dil	Konaklayan Turist Sayısı	Toplam % Payı	Rehber Sayısı	Rehber Başına Düşen Turist Sayısı
Gürcüce	105.565	0,31%	1	105.565
Litvanca	188.530	0,55%	2	94.265
Hintçe	165.268	0,48%	2	82.634
Slovakça	135.432	0,40%	3	45.144
Çekçe	249.939	0,73%	6	41.657
Danca	326.576	0,95%	8	40.822
Romence	649.085	1,89%	21	30.909
Farsça	1.154.883	3,37%	39	29.612
Fince	126.623	0,37%	7	18.089
İbranice	406.200	1,19%	23	17.661
Lehçe	703.901	2,05%	47	14.977
Urduca	111.614	0,33%	9	12.402
Rusça	8.205.080	23,95%	699	11.738
Arapça	4.119.948	12,02%	365	11.288
İsveççe	305.524	0,89%	28	10.912
Makedonca	83.207	0,24%	8	10.401
Korece	342.418	1,00%	33	10.376
Boşnakça	77.914	0,23%	8	9.739
İzlandaca	9.380	0,03%	1	9.380
Flemenkçe	1.087.394	3,17%	236	4.608
Macarca	96.140	0,28%	22	4.370
Çince	1.249.042	3,65%	287	4.352
Sırpça	169.624	0,50%	45	3.769
Ermenice	24.311	0,07%	7	3.473
Norveççe	102.419	0,30%	32	3.201
Almanca	4.969.319	14,50%	1.650	3.012
Bulgarca	397.032	1,16%	231	1.719
Hırvatça	30.397	0,09%	24	1.267
Fransızca	1.409.064	4,11%	1.119	1.259
Yunanca	126.137	0,37%	142	888
Endonezce	104.385	0,30%	130	803
İtalyanca	350.029	1,02%	551	635
İspanyolca	413.454	1,21%	768	538
İngilizce	2.989.959	8,73%	7.039	425
Portekizce	149.353	0,44%	377	396
Japonca	160.558	0,47%	589	273
Ukraynaca	913.048	2,66%	0	0
Kazakça	325.569	0,95%	0	0
Azerice	285.827	0,83%	0	0
Malayca	229.785	0,67%	0	0
Belarusca	228.842	0,67%	0	0
Arnavutça	207.222	0,60%	0	0
Özbekçe	137.480	0,40%	0	0

Konuşulan Dil	Konaklayan Turist Sayısı	Toplam % Payı	Rehber Sayısı	Rehber Başına Düşen Turist Sayısı
Türkçe	90.878	0,27%	0	0
Tayca	89.568	0,26%	0	0
Türkmençe	75.829	0,22%	0	0
İrlandaca	70.971	0,21%	0	0
Kırgızca	63.684	0,19%	0	0
Estonca	63.505	0,19%	0	0
Afrikaans	54.336	0,16%	0	0
Letonca	48.111	0,14%	0	0
Slovençe	32.803	0,10%	0	0
Filipince	22.600	0,07%	0	0
Tacikçe	15.923	0,05%	0	0
Bengalce	9.244	0,03%	0	0
Karadağca	4.221	0,01%	0	0
GENEL TOPLAM	34.265.150	100,00%	14.559	2.354

Tablo 2’deki veriler incelendiğinde, rehber başına düşen turist sayısı en yüksek dil, 105.565 kişi ile “Gürcüce” olmuştur. Burada dikkat edilmesi gereken husus, Türkiye’ye 2018 yılında toplam 105.565 Gürcüce konuşan turist gelmesine rağmen TUREB kayıtlarında bu dili konuşabilen rehber sayısının sadece 1 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu dilde ilave birkaç turist rehberi olması bu rakamı hızla aşağıya çekebilecektir.

Benzer durum Litvanca ve Hintçe içinde geçerli olup, bu dillerde kayıtlı rehber sayısı sadece 2 olduğu görülmektedir. Fakat Hintçe konuşan kişilerin tamamının Hindistanlı olması, Hindistan’ın resmi ikinci dilinin İngilizce olması sebebiyle ve İngilizce konuşan rehber sayısının gelen misafir başına en düşük üçüncü değer olan 425 kişi olması sebebiyle Hint dilinde yeni bir rehber ihtiyacı bulunmadığı anlaşılmaktadır.

Aynı şekilde Ukraynaca, Kazakça, Azerice, Belarusa, Özbekçe, Türkmençe, Kırgızca ve Tacikçe konuşan herhangi bir belgeli turist rehberi bulunmamasına rağmen bu ülkelerden gelen turistlerin ikinci dil olarak konuşabildikleri dilin “Rusça” olması sebebiyle bu dillerde de yeni turist rehberi ihtiyacı öngörülmemektedir. Liste de 90.878 kişi ile gözükten “Türkçe” konuşabilen turistlerin sayısı Kuzey Kıbrıslı misafirlere aittir. Bu misafirler zaten Türkçeyi çok iyi konuşabilmekte ve ilave olarak İngilizce de konuşabilmektedir. Bu yönüyle her iki durumda da Türkiye’de kayıtlı 11.036 rehberin tamamının “Türkçe” konuşabilmesi ve buna ilaveten bu sayının içinden de 7039 rehberin de “İngilizce” rehberlik sertifikasının olması sebebiyle yeni bir sertifikaya ihtiyaç duyulmamaktadır.

Belgeli rehberi bulunmayan “İrlandaca” ve “Afrikaans” dili konuşan turistlerin tamamının İngilizce konuşabiliyor olması sebebiyle bu dillerde ilave rehber ihtiyacı duyulmadığı anlaşılmaktadır.

Bengalce konuşan turist sayısının 9.244 ve Karadağca konuşan kişi sayısının da 4.221 olması sebebiyle bu dillerde de daha fazla turist rehberi ihtiyacının yakın gelecekte ihtiyaç olmadığı düşünülmektedir. Bu dilleri konuşan misafirlerin sayıları 20.000 ve üzeri olması durumunda yeniden değerlendirilerek ele alınmalıdır.

2018 yılında Türkiye’de otelde konaklamış olan toplam turist sayısına baktığımızda 31.135.545 kişinin hem bakanlık belgeli hem de belediye belgeli tesislerde konaklamış oldukları görülmektedir. Konaklayan bu kişilerin

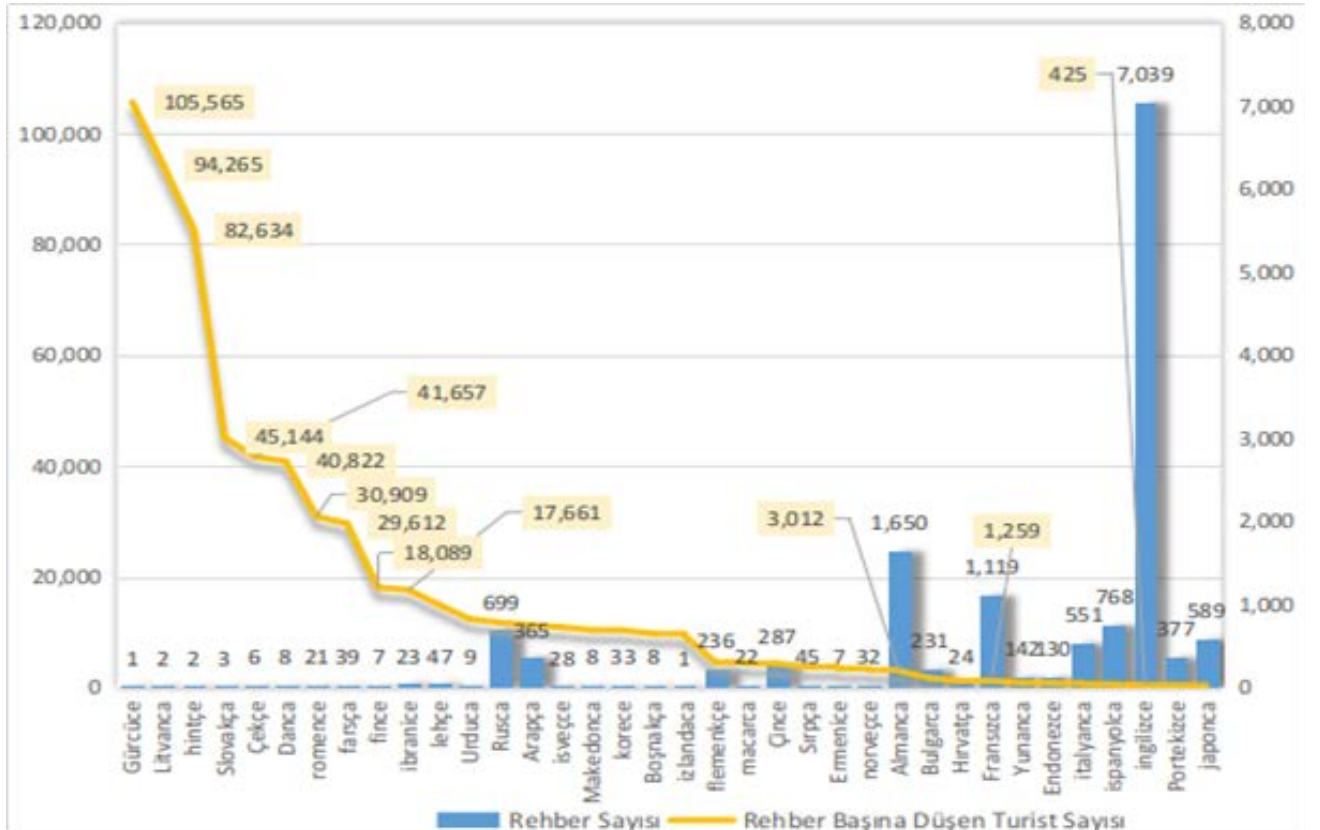
milliyet istatistiklerine baktığımızda 94 farklı milliyetteki kişinin 56 farklı dili konuşabildikleri görülmüştür. Aynı ülke vatandaşlarının birden fazla dil konuşabilmesi sebebiyle bu 56 farklı dili konuşabilen kişilerin toplam rakamı toplam kişi sayısından 3.129.604 kadar fazla olarak 34.265.150 olarak bulunmuştur. 14.559 rehber sayısı bu rakama bölündüğünde toplamda rehber başına düşen turist sayısını 2.354 olarak ortaya çıkmaktadır.

Otelde konaklayan Litvanca konuşan turist sayısı 188.530 kişi iken mevcut kokartlı rehber sayısı sadece 2 kişi olup, rehber başına 94.265 turist düşmektedir. Türkiye'nin en büyük pazarı konumunda olan Rusça konuşan milletleri incelediğimizde, 699 kayıtlı rehber bulunduğu görülmektedir. Rehber başına düşen kişi sayısı da 11.738 kişidir.

1.154.883 kişinin "Farsça" konuşabildikleri görülmektedir. Buna karşın Farsça konuşabilen belgeli rehber sayısı sadece 39 kişidir. Rehber başına düşen sayısı da 29.612 olarak görülmektedir. Böylesi bir yüksek rakam çıkmasına rağmen, resmi dili Farsça" olan İran nüfusunun %50-60 oranının Türkçe dilini biliyor olmasının ve Türkiye'ye gelenlerin genellikle bu orandan kişiler olması sebebiyle geldiklerinde iletişim konusunda bir sıkıntı ile karşılaşmadıkları bilinmektedir.

Bir milyonun üzerindeki konuşulan dillere bakıldığında, 1.409.064 kişi ile Fransızca, 1.249.042 kişi ile Çince, 1.087.394 kişi ile Flemenkçe gelmektedir. Bu dillerdeki turist rehberi kişi başına düşen kişi sayıları da sırasıyla; Fransızca için 1.259, Çince için 4.352, Flemenkçe için de 4.608 misafir düşmektedir. Bu üç dilden sadece Fransızca hariç diğer diller ortalama rehber başına düşen sayının üzerindedir.

Grafik 1: Rehber Başına Düşen Turist Sayısı İle Dillere Ait Rehber Sayısı



Grafik 1 incelendiğinde turuncu ile gösterilen çizgiler Rehber Başına Düşen Turist sayısını, onun yanında ise mavi renkteki veriler de o dillerdeki belgeli rehber sayılarını göstermektedir.

Yukarıdaki bilgiler ışığında Grafik 1'e göz atıldığında, en yüksek rehber sayısının 7.039 kişi ile "İngilizce", ikinci en yüksek rehber sayısının 1.650 kişi ile Almanca ve bunları takiben 1.119 kişi ile Fransızca, 768 kişi ile İspanyolca, 699 kişi ile Rusça, 589 kişi ile Japonca ve 551 kişi ile İtalyanca turist rehberi olduğu görülmektedir. En yüksek rehber sayısına ait bu dillerde rehber başına düşen turist sayısına bakıldığında sırasıyla; İngilizce için 425, Almanca için 3.012, Fransızca için 1.259, İspanyolca için 538, Rusça için 11.738, Japonca için 273 ve İtalyanca için 635 kişi düşmektedir. Rehber başına düşen ortalama misafir sayısının 2.354 olduğuna göre, bu ortalamanın üzerinde yüksek çıkan Rusça ve Almanca olmuştur. Kalan diğer rehber sayısı çok olan diller genel ortalamanın altında kalmıştır. Portekizce belgeli rehber sayısı 377 olup, Arapça belgeli rehber sayısı ise 365'tir. Rehber sayılarının neredeyse aynı olmasına rağmen rehber başına düşen turist sayısına baktığımızda Arapça konuşan rehber başına düşen turist sayısı 11.288 kişi iken Portekizce de bu durum sadece 396 kişidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Öncelikle bu çalışma gerçekleştirilirken kullanılan verilen Türkiye'ye gelen turistlerin "Sınır" giriş veya çıkış istatistikleri yerine "Konaklama" istatistikleri kullanılmıştır. Bunun en önemli sebebi Türkiye'ye giriş yapan ve kayıtlar da turist olarak gözüken, "Türk asıllı" yabancı ülke vatandaşlarının Türkiye'yi ziyaret sebepleri genellikle eş dost ve akraba ziyareti şeklinde olmasından kaynaklanmaktadır. Bu sebeple bu kişiler Türkiye'de buldukları süre içerisinde profesyonel rehberlik hizmetleri talebi giriş sayılarına göre çok düşük ve sınırlıdır. Ayrıca yine Ermenistan ve Gürcistanlı kişilerin Türkiye sınır istatistiklerinde turist olarak gözükmekle birlikte genellikle turistik bir seyahatten çok gayri resmi olarak "çalışma" veya "mal ticareti" yapma gibi sebeplerle Türkiye'ye gelmektedirler. Bu sebeple bu çalışma için kullanılması durumunda sınır istatistikleri verileri doğru olmayan sonuçlara sebep olabilecektir. Bu durumdan ötürü turizmin genel tanımında yer alan ve turizm faaliyetinin gerçekleşebilmesinin tek ve en önemli şartı olan "en az bir gece konaklama" şartı sebebiyle Türkiye'ye gelmiş ve en az bir gece konaklamış yabancı misafirlerin istatistikleri kullanılmıştır.

Yukarıda yer alan veriler incelendiğinde Türkiye'ye gelen turistlerin konuştuğu bazı dillerde oldukça ciddi turist rehberi eksiği olduğu görülmektedir. Aşağıda detaylı olarak incelenecek olan bu durum ile ilgili önerimiz, rehber başına düşen turist sayısı ülke ortalaması 2.354 turist sayısının iki katı yani 4.708 kişi ve üzerindeki diller için ciddi rehber ihtiyacı olduğu düşünülmektedir.

Ayrıca Türkiye'de konaklama tesislerinde konaklamış olan misafirlerin konuştukları diller dikkate alınarak toplam konuşulan dilleri oranlanarak toplamdaki payları %0.50 ve üzeri olanlar ile rehber başına düşen turist sayısı 4.708 (ortalama rehber başına düşen turist sayısı x2) ve üzeri olan diller filtrelenerek aşağıya çıkarılmıştır. Bulunan bu rehber başına düşen rakamlar, azami turist rehberi başına düşen kişi sayısı olan 4.708'e bölünerek bu dilde ihtiyaç duyulan rehber sayısı tespit edilmiştir. Yapılan literatür taramasında bu konuda tespit edilmiş ortalama bir rakama rastlanmamıştır. Bu sebeple yukarıda izah edildiği şekilde bir filtreleme gerçekleştirilerek ortaya çıkan tablo ve ihtiyaç rakamlarının tespitine çalışılmıştır. Elde edilen bu değerler kesin bir yargıdan çok sektörel bir tavsiye niteliğinde olup, yapılacak başka çalışmalar da farklı sonuçlar elde edilebilecektir.

Ayrıca ihtiyaç duyulan sayı tespit edildikten sonra Türkiye'ye gelen turistlerin rehberlerin sezondaki yoğun programlarından ve birden fazla dil bilen rehberlerin aynı anda tura çıkamama ihtimallerinden ötürü ihtiyaç duyulan rehber sayılarının 2 katı kişi sayısı olması önerilmektedir. Bu durumun dayanağı olarak var olan rehber

sayısının 1/4'inin eylemsiz olarak aktif rehberlik yapmaması gösterilmektedir. Konu ile ilgili detaylı bilgiler tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3: İhtiyaç Duyulan Dillere Göre İhtiyaç Duyulan Rehber Sayısı

Konuşulan Dil	Konaklayan Turist Sayısı	Toplam % Payı	Rehber Sayısı	Rehber Başına Düşen Turist Sayısı	İhtiyaç Duyulan Sayı	Açılması Önerilen Sayı
Litvanca	188.530	0,55%	2	94.265	20	40
Çekçe	249.939	0,73%	6	41.657	9	18
Danca	326.576	0,95%	8	40.822	9	18
Romence	649.085	1,89%	21	30.909	7	14
Farsça	1.154.883	3,37%	39	29.612	6	12
İbranice	406.200	1,19%	23	17.661	4	8
Lehçe	703.901	2,05%	47	14.977	3	6
Rusca	8.205.080	23,95%	699	11.738	2	4
Arapça	4.119.948	12,02%	365	11.288	2	4
İsveççe	305.524	0,89%	28	10.912	2	4
Korece	342.418	1,00%	33	10.376	2	4

İhtiyaç duyulan bu dillerdeki eksikliklerin acilen kapatılması için kısa dönemde TUREB tarafından ihtiyaç olan dillerde yabancı dil kursları açılmalı ve bu eğitimler sonucunda ihtiyaç giderilmelidir. Ayrıca üniversitede eğitim görmekte olan öğrencilere ihtiyaç olunan dillerin eğitimlerinin verilmesi için Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TUREB aracılığıyla üniversiteler ile görüşmeler gerçekleştirilmeli ve ihtiyaç olan dillerin eğitimlerinin verilmesi sağlanmalıdır.

Kokartlı rehberlerin de ek yabancı dil öğrenmeleri ve sektörde ihtiyaç olan dillerin var olan kokartlı rehberler arasında paylaşılması için bölge bazlı ihtiyaç analizlerinin çıkartılması ve ihtiyaç olunan dillere göre yabancı dil eğitim kurslarının açılması sağlanmalıdır.

Ayrıca 2018 yılında Türkiye'de konaklamış misafirlere elde edilen bu verilerin her yıl gerçekleştirilen yeni turizm verileri ışığında tekrarlanarak tablo halinde güncelleştirilmeli ve varsa yeni ilave dillerle birlikte ihtiyaç duyulan rehber sayıları tespit edilmelidir.

KAYNAKÇA

Albuz, N., Çakmak, T.F., Eren, A., Tekin Ö. ve Yeşildağ, G.N.G. (2018). Turist Rehberliğine Giriş, Detay Yayıncılık, Ankara.

Arslantürk, Y. (2016). Mesleki Bağlılık: Turist Rehberleri Üzerine Bir İnceleme. İşletme Araştırmaları Dergisi, 8(1), 186-207.

Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016). Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katısına İlişkin Turist Algılamaları. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4(1), 53-69.

Avcıkurt, C., Alper, B. ve Geyik, S. (2009). Education and Training of Tourist Guides in Turkey. Management and

Education Academic Journal, 5(1), 57-63.

Köroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (16), 91-112.

Lovrentjev, S. (2015). Education of Tourist Guides: Case of Croatia. Procedia economics and finance, 23, 555-562.

Resmi Gazete, (2012). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm>. Erişim Tarihi: 04.02.2020.

Randall, C. ve Rollins, R. B. (2009). Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas. Journal of Sustainable Tourism, 17(3), 357-374.

Şahin, S., Tezcan, A. E., & Bekci, M. (2018). Yerli Turistlerin Türkiye, İstanbul, Turizm ve Turist Rehberi İle İlgili Metaforları. Turizm Akademik Dergisi, 5(1), 251-264.

Tanrısever, C., Bektaş, İ. ve Koç, D. E. (2019). Dünyada Turist Rehberliği Eğitimi. Turist Rehberliği Dergisi (TURED), 2(1), 44-56.

Tolga, Ö., Korkmaz, H. ve Lütfi, A. T. A. Y. (2015). Lisans Düzeyindeki Turist Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 12(2).

TUREB, (2014). <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/62>. Erişim Tarihi: 04.02.2020.

Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(1), 33-44.

Yenipınar, U., Elif, B. A. K. ve Çapar, G. (2014). Turist Rehberliği Meslek Kanununun, Meslek Örgütleri ve Öğretim Elemanlarının Bakış Açısı İle Değerlendirilmesi. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(2), 86-114.

Yu, X., Weiler, B. ve Ham, S. (2002). Intercultural Communication and Mediation: A Framework For Analysing The Intercultural Competence of Chinese Tour Guides. Journal of Vacation Marketing, 8(1), 75-87.

Zengin, B., Eker, N. ve Erkol Bayram, G. (2017). Turist Rehberliği Meslek Kanununun Profesyonel Turist Rehberlerince Değerlendirilmesi. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 14(2), 142-156.

WFTGA, (2020). <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide>. Erişim Tarihi: 04.02.2020

EYLEMLİ REHBERLERİN SANAL TUR REHBERLİĞİ UYGULAMALARINA YÖNELİK DEĞERLENDİRMELERİ

Arş. Gör. Dr. Burcu KOÇ
Pamukkale Üniversitesi
burcuk@pau.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Kemal Gürkan KÜÇÜKERGİN
Atılım Üniversitesi
gurkan.kucukergin@atilim.edu.tr

ÖZET

Pek çok sektörde olduğu gibi turizmde de teknoloji kullanımı her geçen gün artmaktadır. Literatürde “artırılmış ve sanal gerçeklik ile gerçekleştirilen geziler, çevrimiçi şehir/müze turları, dijital tur rehberliği ve sanal turlar” şeklinde anılan teknoloji temelli uygulamalar, bilgi paylaşımını hızlandıran ve yaygınlaştıran gelişmeler olarak değerlendirilmektedir. Kurgu ya da gerçek hayattan derlenen bilgilerin tüketiciye sunulduğu ve erişilebilirliği gittikçe artan bu uygulamalar, özellikle fiziksel katılım gerçekleştirilmeden ya da diğerlerinden bağımsız şekilde turizm faaliyetinde bulunmak isteyen kişiler için alternatif bir yol olarak görülmektedir. Ancak, sektörün geleceğe adapte olması bakımından yaygınlaşması gerektiği düşünölen dijital programların geleneksel tur rehberliği ve kişiler arasındaki reel etkileşim üzerindeki negatif etkileri büyük ölçüde görmezden gelinmektedir. Bu bağlamda; mevcut çalışma ile eylemli tur rehberlerinin sanal tur rehberliği ile ilgili görüşleri incelemeye tabi tutulmuştur. Katılımcı cevaplarına istinaden bu tür uygulamaların rehberlik mesleği için oluşturabileceği algılanan tehditler de derlenmiştir. Ek olarak, rehberlik mesleğinin tercih edilirliliğini arttırmak için alınabilecek önlemler tartışılmıştır. Araştırma kapsamında ruhsatnamesi ve çalışma kartı bulunan 8 Türk rehber ile mülakat yapılmıştır.

Anahtar kelimeler: Sanal tur rehberliği, teknoloji, geleneksel tur rehberliği, turizm

ABSTRACT

As in many sectors, the use of technology in tourism is increasing day by day. Technology-based applications, which are referred in the literature with various concepts such as “trips carried out within the scope of augmented and virtual reality, online city/museum tours, digital tour guidance and virtual tours”, are considered as developments that accelerate and spread information sharing. These applications, in which the information gathered from fiction or real life are presented to the consumers and whose accessibility progressively increases, are seen as an alternative way especially for those who want to engage in tourism activities without physical participation or independently from others. However, the negative effects of digital programs, which are supposed to become widespread in terms of adapting the industry to the future, on the traditional tour guidance and the real interaction between people are largely ignored. In this regard, opinions of active tour guides on virtual tour guidance were examined with the current study. Based on the responses of the participants, the perceived threats that such practices may cause for the guidance profession were also compiled. In addition, precautions that may increase the preferability of guidance profession have been discussed. Within the scope of the research, interviews were made with 8 Turkish tourist guides with a license and a working card.

Keywords: Virtual tour guidance, technology, traditional tour guidance, tourism

1. Giriş

Turizm aktivitelerine katılan bireylerin kullandığı çeşitli rehberlik hizmetleri mevcuttur. Geleneksel yöntemler arasında en popüler olanlardan bazıları broşürler ve haritalardır. Bunun yanı sıra ziyaretçi gruplarına liderlik eden, tur güzergâhlarını belirleyen ve turistik değerlerle ilgili sözlü bilgi aktarımında bulunan eylemli tur rehberleri de alan için oldukça önemlidir (Seo, Kim, & Park, 2010). Son yıllarda ön plana çıkan yenilikçi uygulamalar ise teknoloji temellidir. Özellikle kültürel miras niteliğindeki yerlerde gittikçe kullanımı artan sanal rehberler, ses ve videolar yardımıyla katılımcılara temassız hizmet verebilmek amacıyla tasarlanmıştır. Sanal tur rehberleri dinamik bir ortamın dijital kanallar yardımıyla dünyanın herhangi bir yerinde bulunan kişilerle paylaşımına olanak tanıyan yazılımlardır (Burgard vd., 1999). Bu tür yazılımlar aynı zamanda; bir destinasyona fiziksel varışlarda diğer bireylerle yoğun interaktif iletişimi tercih etmeyen turistlerin kullanabileceği güvenilir ve hızlı alternatif yollardan birisi olarak kabul edilmektedir. İnsan-insan etkileşiminden ziyade robot-insan iletişimini ön plana çıkaran sanal tur rehberliği; çevresel değişkenleri dahi algılayabilen, etkin bir planlama ile seçilen mekânın/destinasyonun haritalandırılması işlemini yürütebilen, turizm hareketliliği süresince takip edilebilecek rotaları tasarlayan ve kullanıcı dönütlerini sanal yöntemle alıp hafızasına kaydeden işlevsel bir yapıya sahiptir (Alvarez-Santos, Iglesias, Pardo, Regueiro, & Canedo-Rodriguez, 2014). Bu işlevsellik düzeyini belirleyen diğer faktörlerden bazıları dilin doğal ve kurallara uygun biçimde kullanılması, kişilerin vücut hareketlerini algılayabilme hassasiyeti, bir turistik alanda kodlanan şekilsel karakterleri hızla tanıyabilme ve sözlü olarak dökümünü yapabilme konularındaki yeterlidir (Huang, Cerekovic, Pandzic, Nakano, & Nishida, 2009).

Sanal tur rehberliğinin bahsedilen tüm bu özellikleri literatürde gün geçtikçe daha fazla tartışılır hale gelmiştir. Bunun yanı sıra, artırılmış ve sanal gerçeklik ile gerçekleştirilen turlar da sıkça ele alınmıştır (örn., Fenu & Pittarello, 2018; Harley, Lajoie, Tressel, & Jarrell, 2018; Haugstvedt & Krogstie, 2012; Jung, tom Dieck, Lee, & Chung, 2016). Ancak, dijital yöntemlerin olası negatif etkilerinin neler olabileceğini sorgulayan araştırma alanında ciddi bir boşluk mevcuttur. Örneğin; eylemli tur rehberlerinin sektördeki teknolojik gelişmelere yaklaşımlarının nasıl olduğu, bu gelişmeleri kendileri ve meslek grupları için bir tehdit olarak görüp-görmedikleri gibi hususlar önem arz etmektedir. Bu bağlamda mevcut bildiriye, eylemli turist rehberleri ile görüşülmüş ve sanal rehberliğin yaygınlaşması ile ilgili algıları değerlendirilmiştir. İlaveten; rehberlik hizmetinde yaşanan teknolojik gelişmelerin ortaya çıkarabileceği olası tehditler ve bu tehditlere karşı alınabilecek önlemler de sektörün birincil temsilcileri niteliğindeki kişilerin perspektifinden irdelenmiştir.

2. Yöntem

Bu bağlamda Temmuz 2020'de Türkiye'de faaliyet gösteren 8 farklı turist rehberi ile görüşülmüştür. Araştırmaya dahil edilen kişilerin belirlenmesinde kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılara ilk olarak demografik sorular yöneltilmiştir. Daha sonra; yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılarak, dijital/sanal turist rehberliği uygulamaları ile ilgili önceden hazırlanan üç soruya cevap vermeleri istenmiştir: (1) Dijital / sanal turist rehberliği hizmeti hakkındaki görüşleriniz nelerdir? Sizce dijital rehberler eylemli rehberler kadar işlevsel olabilir mi? (2) Dijital rehberleri rehberlik alanının geleceği için bir tehdit olarak görüyor musunuz? Yanıtınızın evet ya da hayır olmasına bakılmaksızın, nedenini açıklar mısınız? (3) Sahayı sanal rehberlere bırakmamak adına alınabilecek önlemler neler olabilir? Turist taleplerini eylemli rehberlere odaklandırabilecek önerileriniz var mıdır? Mülakata katılan kişilere cevap verme sürecinde soru ile bağlantılı önemli farklı hususlara da değinebilecekleri konusunda esneklik tanınmıştır. Katılımcılar K1-K8 aralığında kodlanmış ve Tablo 1'de cevaplar sunulurken tanımlanan bu kodlardan faydalanılmıştır. Dökümü yapılan geri dönütler kontrol amacıyla son evrede katılımcılara tekrar iletilmiş ve çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliği sınanmıştır.

3. Bulgular

Görüşme çıktılarına göre; katılımcılardan 2'si 40 yaş üzeridir ve diğer 6 kişinin yaşı 30-37 aralığında değişmektedir. Sektörde bulunma süresi 10 yılın üzerinde olan rehber sayısı 4'tür. 3 rehber 1 ila 10 yıldır turist rehberliği unvanına sahipken, 1 yılın altında aktif çalışma geçmişine sahip olan yalnızca 1 kişi vardır. 8 katılımcıdan 2'si uluslararası pazar grubuna rehberlik yaparken, yerli turiste hizmet verenlerin sayısı 6'dır. Sadece 1 kişinin rehberlik türü bölgeseldir. Diğer tüm rehberler ülkesel bazda görev almaktadır.

Mülakat neticesinde elde edilen sonuçlar işlevsellik, olası tehditler ve önlemler isimli başlıklar altında kategorize edilmiştir. Sanal rehberlik uygulamalarının işlevselliği ile ilgili rehber görüşlerinin sorulduğu ilk etapta birbirine paralel yanıtların alındığı dikkat çekmektedir. Katılımcıların %50'si, teknoloji kullanımının alan için kaçınılmaz bir gelişme olduğunun altını çizmiştir (K3, K5, K6 ve K7). Ancak genel kanı, sanal uygulamaların interaktif eylemlere izin vermeyeceği yönündedir. Örneğin; K3 kodlu katılımcı, rehberliğin yalnızca bilgi aktarımı olmadığından bahsetmekte ve bilginin yanı sıra tecrübe, iletişim ve mizah gibi değişkenlerin gerekliliğine de vurgu yapmaktadır. K2 ve K3 geleneksel rehberliğin turistlere soru sorabilme özgürlüğü sunduğunu dile getirmektedir. K7'ye göre; grup içinde disiplin ve kontrolün sağlanması, insan ilişkilerinin pekiştirilmesi ve özel ihtiyaçların (turla ilgili ya da tur dışı) karşılanması gibi konularda sanal uygulamalar yetersiz kalacaktır. K8 ise tur ruhunun ve enerjisinin oluşturulmasında eylemli rehberlerin avantajlı durumda olduğuna işaret etmektedir. K1, "turizmde insandan insana etkileşimin zorunlu olduğu" savından yola çıkarak teknoloji temelli uygulamalara kesin bir dille karşı çıkarken; K5, dijital rehberlerin eylemli rehberlere rakip olmaktan ziyade destekleyici role sahip olabileceğini düşünmektedir.

Olası tehditler alt başlığında verilen (Tablo 1) açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, rehberlerin 4'ü dijital uygulamaları sektör ve paydaşları için bir risk olarak görmemektedir. K2, K5, K7 ve K8 şeklinde isimlendirilen bu kişilerin genel yorumu, tüketici talebinin zamanla yeniden geleneksel rehberliğe kayacağı yönündedir. Buna göre; iletişim imkânı bulamayan turistler olası problemlerin çözümünde sıkıntı yaşarlar ve geri dönüt alma noktasında tecrübe edilen bu zafiyet rehberli turlara yönelik talebi tekrar artırır. Yenilikçi gelişmeleri tehdit olarak algılayan katılımcılar ise K1, K3, K4 ve K6'dır. K1'in açıklamalarına istinaden asıl sorunun acentalardan kaynaklanacağı çıkarımını yapmak mümkündür. Zira; eylemli rehber istihdam etmenin işletmelere yüklediği maliyetler, dijital programların kullanılması yolu ile minimize edilebilir. Dolayısıyla; acentaların sanal rehberlik hizmetini kendileri için bir avantaj olarak değerlendirmeye başladıkları nokta, rehberlerin asıl negatif etkileri hissedeceği eşik olabilir. Katılımcılara son olarak, sanal rehberlerin sektörde bırakabileceği olumsuz izlere dair ne tür önlemler alınabileceği sorulmuştur. Önlemler başlığı altında sıralanan fikirler, "güven duygusunun oluşabilmesi için rehberlik hizmetinin yalnızca eğitimli kişilerce yapılması, tanıtım ve imaj çalışmalarında eylemli rehberlerin ön plana çıkarılması, dijital rehberliğin kullanılması konusunda resmi otoritelerce kısıtlamanın getirilmesi ve sanal rehberler ile eylemli rehberlerin hizmet bedellerinin tüketici tercihini faal rehberlere yönlendirecek biçimde planlanması" şeklinde özetlenebilir (K3, K4 ve K6).

Tablo 1: Katılımcı Cevapları

	<i>İşlevsellik</i>	<i>Olası tehditler</i>	<i>Önlemler</i>
K1	İnsanların insanla etkileşiminden vazgeçemeyeceğini öngörerek olamaz, olmamalı	Görüyorum. Bu gelişmelerle, tek bir robota çok fazla bilgi ve yabancı dil yüklenbilir. Rehber, o robota başa çıkacak bilgiye haiz olmayacaktır. Acentalar bireye ödedikleri SGK, maaş vb. unsurları ödemek zorunda kalmayacak ve bunu bir avantaj olarak değerlendirecek. Sanal uygulamalara bir kereye mahsus yatırım yapıldıktan sonra rutin şekilde tekrar tekrar masraf etme gibi bir durum da söz konusu değil. Dijital programların "hastayım, işim çıktı vb." gibi gayet insani bahaneleri de olmayacak. Dolayısıyla eylemli rehberlere ikame olarak kabul görmeleri oldukça olası. Bu nedenle; rehberlik sektöründe insana dair her türlü etkileşiminin son bulma riski var.	Rehberliği eğitiminden itibaren eşit olmayan, beklentileri yüksek, egolu, bir o kadar da iş kovalanan sıkıntılı bir meslek olarak görüyorum. Ülkedeki bölümlerinden mezun olup da o bölümlerden istihdam edilme oranına ve pandemi ile oluşan turizm sektörüne bakıldığında çözüm önerisinde bulunmuyorum.
K2	Sanal turist rehberliği müzeler için işlevsel olabilir. Ancak öğren yerleri ve tur programında yer alan yerleşim yerlerinin anlatımı için işlevsel olmaz. Ayrıca eylemli rehberlik misafirin soru sormasına imkân verir. Ancak sanal rehberlikte misafirin aklına geleni sormasına, sordukları sorunun cevabına hızlı ulaşmasına imkân yok. Bu nedenle eylemli rehberlik daha işlevseldir.	Hayır görmüyorum. Ne kadar geliştirilirse geliştirilsin, eylemli rehberliği sağladığı iletişim imkânı sanal rehberler ile sağlanamayacaktır.	Kendi çalıştığı yerli pazar için; toplumumuzda rehberlik hizmeti olarak seyahat eden grubun çoğunluğunu 3. yaş dedikimiz, emekli olmuş kesim oluşturuyor. Genç kesim daha çok kendi tatillerini internet üzerinden planlıyor. 3. yaş grubununca internet kullanım oranı oldukça az ve kendilerini bir yerler eşliğinde gezerken daha güvende hissediyorlar. Bu nedenle kısa vadede bu tarz bir riskin olduğunu düşünmüyorum.
K3	Turist rehberliği de her meslek dalı için geçerli olduğu gibi teknolojiyen etkilenmektedir. Eğer ki rehberlik ile amaçlanan sadece bilgi aktarımı olacaksa (ki değil) bu dijital dönüşüme olumlu yaklaşmak mümkün olabilir. Rehberliğin geleneksel yollarla sürdürülmesi ne yazık ki karşılaşılan küresel etkilerle giderek zor bir hal almaktadır. Sanal rehberlik hizmetlerinin, geleneksel rehberlik ile birlikte var olması ve seçenek olarak insanlara sunulması taraftarıdır. Ancak işlevsel anlamda bu uygulamalar; geleneksel rehberin aktardığı bilgi, tecrübe, iletişim, mizah vb. unsurları barındıramayacağından kısıtlı özelliklerde hizmet sağlayabilmektedir.	Dijital rehberlerin alternatif olarak sektörde bulunması çeşitlilik açısından gerekli. Ancak ne yazık ki geleneksel rehberliğin geleceği açısından da bir risk algısı uyarandır. Zira kuşaklar değiştiğinde manuel olarak sürdürülen meslek ve işlerin yerini yapay zekâ uygulamalarının doldurması kaçınılmaz olacak. Belki meslek yok olmayacak ancak can çekişir hale gelecek. Şu anda seyahat acentalarının mevcut durumu ile bunu örneklemek mümkün. Artık insanlar tatil satın almak için acentalara uğramıyor hatta onları aramıyor bile. Bu sistemler tamamen dijital platformlara taşındığından hiçbir yere gitmeden ya da hiç kimse ile görüşmeden tatillerimizi planlayabiliyoruz. Tüketim; ihtiyaçlar ya da oluşturulan ihtiyaç algıları üzerine kurulu olduğundan ne yazık ki ilerleyen zamanlarda geleneksel rehberliğin, sadece nostalji deneyimi kapsamında başvurulan bir hizmet haline gelmesi muhtemel görünüyor.	Öncelikle insanlar, bilgi ve tecrübelerine güvenebilecekleri rehberlere ihtiyaç duyar. Bu nedenle rehberlik hizmetinin yalnızca bu işin eğitimini almış kişilerce yürütülmesi ve bunun denetlenmesi elzem. Özellikle kamu/özel sektör iş birliği ile rehberlerin, ülkenin tanıtım ve imaj çalışmalarının bir parçası olduğu sık sık gözler önüne serilmeli. Nasıl ki destinasyonları marka haline getirmek için plan/stratejiler yürütülüyorsa, rehberlik mesleğini de bu marka çalışmalarının bir parçası haline getirmek gerektiğini düşünüyorum. Çalışma koşullarındaki düzensizlik ve motivasyon kırıcı unsurlar (maddi/manevi), çoğu rehberin sektörde ve mesleği terk etmesi ile sonuçlanmaktadır. Temel özlük haklarının standart hale getirilmesi, en azından rehberlik mesleğini ıcr eden kimselerin mesleğe küsmelerinin önüne geçebilecekleri gibi toplumdaki serbest meslek (rehberlik için) algısını da kırabilir.
K4	Tüm sanal çalışmalar yetersizdir veya faydasızdır diyemeyiz. Fakat hiçbir sanal çalışma yüz yüze yapılan çalışmaların yerini tutamaz. Bu yaşı pencereden izlemekle yağışın altında isliyanor olmak kadar büyük bir fark taşır.	Dijital rehberlerin değil de dijital rehberlik sistemini rehberlik alanı için birebir iletişim açısından tehdit olarak görmektir. Neticede dijital rehberlik, rehberlik alanındaki çalışma ortamını sağlıklı olarak yürütmez ve bu iş gücünün azalmasına neden olur.	İletişimin nasıl sağlıklı yürütüleceğini düşünmemiz bunun için alınabilecek önlemler arasında sayılabilir. Dijital rehberliklerde dijital turist olgusuna da dögurabilir. Turizm gibi iletişim kanallarının tümünün bir arada kaldırıldığı bir alanda dijital rehberlik sistemi turistin ayağına ülkemizden kesmek olur. Bu riskin gerekli otoritelere duyurulması en önemli tavsiyemdir.

	<i>İşlevsellik</i>	<i>Olası tehditler</i>	<i>Önlemler</i>
K5	Sanal gerçeklik uygulamaları günümüzde oldukça tercih ediliyor. Bu teknolojiler hem turistler hem de rehberler açısından turların kalitesinde önemli bir yere sahip. Dijital rehberlerin eylemli rehberlere rakip olmaktan ziyade destekleyici role sahip olduğunu düşünmekteyim. Turistler merak güdüyle hareket ettikleri için, dijital rehberliğin onları bu ihtiyacı karşılayabileceğini düşünmüyorum. Dikkat edilmesi gereken önemli bir diğer konu, sanal rehberlik uygulamalarının yazılım olarak eksiklerinin olmasıdır.	Hayır görmüyorum. Destekleyici rolde dijital rehberler kullanılabilir. Ancak turistler ile tüm gün etkileşim kurabilen bir dijital rehber henüz bulunmuyor. Rehberler sadece bilgi aktarmıyor. Aksine turistlerin destinasyonunda nasıl hareket edebileceklerini, deneyimlerin püf noktalarını da aktarıyor. Özellikle konaklamalı turlarda dijital rehberler tehdit olmaktan çok destekleyici niteliktedir.	Rehberler teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeli ki sanal rehberliğe güvenerek gelen turistlerin ihtiyaçlarını tespit edebilsin. Aslında sanal rehberlik, rehberlerden çok seyahat acenteleri için tehdittir. Dijital rehberlere güvenerek gelen turistler, turlara katılmadan ziyade tüm organizasyonu bizzat kendisi yapmak isteyebilir. Bu noktada seyahat acenteleri ya da tur operatörleri turist göndermeden eylemli rehberlerin yönetimine ilişkin taahhüt bilgi vermelidir. Ülke olarak dijital rehberliğe henüz çok adapte olmadığımız için ulusal pazar bakımından şu anda herhangi bir önleme ihtiyacı duyulmadığı kanaatindeyim.
K6	Teknolojinin gelişmesi ve onun dışında kalmak neredeyse imkânsız artık. Biz rehberler istemese de dijital bir gerçeklik var bu alanda da. Ancak dijital rehberlerin eylemli rehberler kadar etkili olduğunu asla düşünmüyorum. Bir antik kenti anlatırken rehber bir tiyatroyun tüm özelliklerini göstererek ve canlı canlı anlatarak bilgi verirken, dijital rehberlikte bu söz konusu olamaz. Turist dijital rehberlere soru sormazken, eylemli rehberlere istedikleri soruyu gereksiz dahi olsa sorabilir. Bir de şu nokta var ki rehberlik de bir meslek yasasına sahip. Nasıl bir doktor dijital olarak hastasını muayene edemiyor, bir hemşire dijital ortamda iğne yapamıyor ve bir avukat dijital ortamda kendisi olmadan davaya giremiyor ise rehberlik yasasının da buna müsaade etmemesi gerekir.	Evet görüyorum. Zaten turizm her türlü siyasi, sağlık ya da ekonomik temelli krizden etkileniyor. Bir de üzerine dijital rehberlerle birlikte rehberlik mesleği sanal hale gelirse, o kadar eğitimli/mezun rehber ne yapacak? Nasıl hayatını devam ettirecek? Covid19 sürecinde rehberlerinin içinde düştüğü tur durumu açık şekilde gördük. Bu dönemde dahı bir adım ileriye gidemedik. Evet dijitalleşelim, çağa ayak uyduralım... Ancak nasıl bir turist Almanya'dan Türkiye'ye gelip herhangi bir yeri gezmeden bilgilenebilir veya denize girebilir, dijital rehberlik için de bir kısıt ve sınırlama getirilmelidir diye düşünüyorum.	Önerilerim şu şekilde: ➤ Dijital rehberlere ilişkin kısıtlama getirilmesi, ➤ Dijital rehberler ile eylemli rehberlerin hizmet bedellerinin doğru planlanması. Eylemli rehberlerin ücret aralıkları dijital rehberlere kıyasla tercih edilebilir seviyede tutulabilir.
K7	Teknoloji hayatımıza girdiği her alanda olduğu gibi turizm sektöründe de bir nebeze yer alabilir. Ancak bir rehber sadece bilgi aktarımı yapmanın yanı sıra grup içinde disiplin sağlama, kontrolü elde tutma, gelen kafilenin ihtiyaçlarını karşılama ve insan ilişkilerini pekiştirme gibi hizmetleriyle sanal turist rehberliğinden ayrılır. Dolayısıyla; dijital rehberlik uygulamaları bir noktaya kadar ihtiyacı karşılarsa da bilgi vermenin ötesine geçemez.	Dijital rehberliği gelecek için bir tehdit olarak görmüyorum. Tanıtımının yapıp ön plana çıkarılması konusunda çaba harcansa da bazı şeyler alamadıkları geri dönümler sebebiyle rehberli bir turu her zaman için tercih ederler. Turist verilen standart bilginin dışında aklına takılan bir konu olduğunda muhtemelen beklentisini karşılayamaz. Çünkü dönüt sağlayamaz ve bu tür uygulamaların yetersiz kaldığı anlaşılır.	Bir turist kafesi öncelikle gittiği bölgede güven ihtiyacını karşılamak ister. Bu ihtiyacı karşılayabilecek kişi ise, turun başlangıcından sonuna kadar ona her daim eşlik edecek olan turist rehberidir. Dolayısıyla; turistleri münferit ziyaretler yerine, bir seyahat acentesinin güvencesinde ve turist rehberi eşliğinde gezilere katılma konusunda teşvik etmek doğru olur.
K8	Bu tür uygulamalar ile interaktif bir şekilde çalışma olamaz. Rehber açısından daha kolay ama her iki taraf açısından da tur ruhu ve enerjisinin yaşanması mümkün değil diye düşünüyorum.	Tehdit olarak görmüyorum. Misafirler soru sorduklarında her şekilde iletişim kurabilecekleri birinin yanlarında olmasını, karşılaştıkları herhangi bir problemi çözecek birinin varlığını verdiği güveni hissetmek isterler. Hiçbir zaman salt bilgi vermek bir tur için yeterli değildir. Ancak yine de bazı kısa süreli bilgi alımı için dijital rehberlik hizmetine başvurabilirler.	Dijital rehberlik hizmetinin daha pahalı olacağını ve bir yerden sonra yetersiz kalacağını düşündüğüm için böyle bir önerim yok. Örneğin bazı müzelerde zaten hali hazırda kulaklık takip müze dinlenebilir ama bunları kimler hangi oranda tercih ediyor incelemek gerekir. Yüksek oranda kullanıldığını zannetmiyorum. Müşteri ile rehber arasında müşterinin hayatını kolaylaştıran organik bir bağ kurulur ve bu gerçeğin varlığı zaman ne kadar geçse veya teknoloji ilerlese de değişmez. Tatile çıkan biri detaylarla uğraşmak istemez, aman tadım çıkarmaya odaklıdır. Bu nedenle, yanında hem bilgisine ve tecrübesine inandığı hem de elindeki imkânları kendisi ile paylaşmaya hazır bir rehber olsun ister.

4. Sonuç

Sanal uygulamalar diğer çoğu sektöre kıyasla turizmde son yıllarda popüler olmaya başlamıştır. Dünya genelinde özellikle genç kuşağın teknoloji ile kurduğu bağ, bu eğilimin gelecekte de artarak devam edeceğini belirtirler arasındadır. Söz konusu gelişme turistler, acentalar ve rehberler için bazı noktalarda kolaylık sağlayabilecek destekleyici bir faktör olarak kabul edilebilir. Ancak; turizm faaliyetlerinin temellerini tamamen dijital kanallarla atmak, belirli bir süre sonra sektör paydaşlarının çıkarlarına zarar verecektir. Örneğin; rehberlik konusunda eğitim almış ve profesyonel yaşantısını bu sahada kurmuş olan kişilerin dijital rakipleri "haklarını gasp eden

aktörler” olarak görmeye başlamaları kaçınılmazdır. Yine; sanal rehberlerin yaygınlaşması sanal turist algısını da pekiştirebilir (K4). Bunun neticesinde; turizm sektörünün ekonomi için ciddi bir öneme sahip olduğu Türkiye gibi ülkelerde, ziyaretçi sayısında belirgin daralmalar gözlemlenebilir. Öte yandan; dijital uygulamalar her ne kadar aracı firmalar (acentalar) için kısa vadede bir avantaj olarak değerlendirilse de rehberlik hizmetini yapay yollarla almak isteyen kimselerin ileride tüm turu bireysel olarak planlama yoluna gidebileceği de unutulmamalıdır (K5). Son olarak; turizm aktivitelerine fiziksel olarak katılım gösteren kişilerin önceliği, güven duygusunu yüksek seviyede hissetmektir. Bu ihtiyacı karşılayabilmek için ise, turun başlangıcından sonuna kadar ona her daim eşlik edecek olan turist rehberlerine ihtiyaç vardır. Dolayısıyla; turistleri münferit ziyaretler yerine, bir seyahat acentesinin güvencesinde ve rehber eşliğinde gezilere katılmaya teşvik etmek gerekir (K7). Tatil esnasında kişiler detaylarla uğraşmak istemez ve tamamen anın tadını çıkarmaya odaklıdır. Bu nedenle, yanında hem bilgisine ve tecrübesine inandığı hem de elindeki imkânları kendisi ile paylaşmaya hazır bir rehber olsun ister. Turist ve rehber arasında kurulacak bu organik bağ, teknolojik ilerlemelerin sektöre entegre olmasını yavaşlatabilir (K8).

5. Kaynakça

Alvarez-Santos, V., Iglesias, R., Pardo, X. M., Regueiro, C. V., & Canedo-Rodriguez, A. (2014). Gesture-based interaction with voice feedback for a tour-guide robot. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 25(2), 499-509.

Burgard, W., Cremers, A. B., Fox, D., Hähnel, D., Lakemeyer, G., Schulz, D., Steiner, W., & Thrun, S. (1999). Experiences with an interactive museum tour-guide robot. *Artificial Intelligence*, 114(1-2), 3-55.

Fenu, C., & Pittarello, F. (2018). Svevo tour: The design and the experimentation of an augmented reality application for engaging visitors of a literary museum. *International Journal of Human-Computer Studies*, 114, 20-35.

Harley, J. M., Lajoie, S. P., Tressel, T., & Jarrell, A. (2018). Fostering positive emotions and history knowledge with location-based augmented reality and tour-guide prompts. *Learning and Instruction*, 101163.

Haugstvedt, A. C., & Krogstie, J. (2012, November). Mobile augmented reality for cultural heritage: A technology acceptance study. In 2012 IEEE international symposium on mixed and augmented reality (ISMAR) (pp. 247-255). IEEE.

Huang, H. H., Cerekovic, A., Pandzic, I. S., Nakano, Y., & Nishida, T. (2009). Toward a multi-culture adaptive virtual tour guide agent with a modular approach. *AI & Society*, 24(3), 225-235.

Jung, T., tom Dieck, M. C., Lee, H., & Chung, N. (2016). Effects of virtual reality and augmented reality on visitor experiences in museum. In *Information and communication technologies in tourism 2016* (pp. 621-635). Springer, Cham.

Seo, B. K., Kim, K., & Park, J. I. (2010, November). Augmented reality-based on-site tour guide: a study in Gyeongbokgung. In *Asian Conference on Computer Vision* (pp. 276-285). Springer, Berlin, Heidelberg.

TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİN İÇERİK ANALİZİ YOLUYLA DEĞERLENDİRİLMESİ: EKŞİ SÖZLÜK ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Dr. Ezgi KIRICI TEKELİ
Iğdır Üniversitesi, Iğdır Meslek Yüksekokulu,
Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü,
Turist Rehberliği Programı,
ezgi.krc@windowslive.com.

ÖZET

Bu araştırmanın amacı turist rehberliği mesleğine ilişkin görüşlerin içerik analizi yoluyla değerlendirilmesidir. Belirlenen amaç doğrultusunda “Ekşi Sözlük” incelenmiş ve yorum yapanların turist rehberliği mesleği ile ilgili bilgi düzeyleri ve mesleğe ilişkin görüşleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Literatür incelendiğinde, turist rehberliği mesleğine ilişkin böyle bir araştırmanın eksik olması araştırmanın önemini ortaya koymakta ve literatürde önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Araştırma deseni olarak fenomenolojik desen (betimleyici fenomenoloji) belirlenmiştir. Yapılan çalışmada, veri toplama aracı olarak doküman inceleme tekniği kullanılmıştır. Bahsi geçen katılımcı sözlük tarzındaki ağ sayfasında toplam 95 yorum tespit edilmiş ve analize tabi tutulmuştur. Veri analiz stratejisi olarak içerik analizinden yararlanılmış ve verilerin görselleştirilmesi için “MAXQDA 20” yazılım programı kullanılmıştır. Verilerin işlenmesi tümdengelsel ve tümevarımsal yöntemlerin bir arada kullanılması ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada öncelikle kapalı kod sisteminden yararlanılmış olup, alanyazın doğrultusunda temalar ve alt temalar belirlenmiş ve sonrasında sahadan gelen veriler ışığında açık kod sistemiyle temalar ve alt temalar yeniden ele alınmıştır. Araştırma sonucunda, dört ana tema ve on iki alt tema belirlenmiştir. Bu temalar arasında en fazla görüşün “zor bir meslek olması,” “sevilen ve tavsiye edilen bir meslek olması” ve “sevilmeyen ve ön yargı oluşturan bir meslek olması” alt temalarına ait olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda turist rehberliği mesleğine yönelik birtakım görüş ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği Mesleği, İçerik Analizi, Ekşi Sözlük, Nitel Araştırma, Maxqda.

THE EVALUATION OF OPINIONS REGARDING THE TOURIST GUIDING PROFESSION THROUGH CONTENT ANALYSIS: THE EXAMPLE OF THE EKŞİ DICTIONARY

ABSTRACT

The aim of this research is to evaluate the opinions about the tourist guiding profession through content analysis. In line with the stated aim, “Ekşi Dictionary” was examined and it was tried to determine the knowledge levels of the commenters about the tourist guiding profession and their opinions about the profession. When the literature is examined, the lack of such a research regarding the tourist guiding profession reveals the importance of the research and fills an important gap in the literature. Qualitative research methods were used in this research. The

phenomenological pattern (descriptive phenomenology) was determined as the research pattern. In the research, the document review technique was used as a data collection tool. A total of 95 comments were determined and analyzed on the mentioned participant dictionary-style web page. Content analysis was utilized as a data analysis strategy and the “MAXQDA 20” software program was used to visualize the data. The processing of the data was carried out by using deductive and inductive methods together. Firstly, closed code system was used in the research, themes and sub-themes were determined in line with the literature, and then themes and sub-themes were re-examined with the open code system in the light of the data coming from the field. As a result of the research, four main themes and twelve sub-themes were determined. It was determined that the most opinions among these themes belonged to the sub-themes of “being a difficult profession,” “being a profession that is loved and recommended” and “being a profession that is unloved and biased.” In this direction, a number of opinions and suggestions are presented for the tourist guiding profession.

Keywords: Tourist Guiding Profession, Content Analysis, Ekşi Dictionary, Qualitative Research, Maxqda.

1. Giriş

Turist rehberliği, turizm sektörünün vazgeçilmez dinamiklerinden biri olup, kilit öneme sahip bir meslektir. Turist rehberleri tarafından sunulan hizmet, tur operatörleri tarafından hazırlanan turların temel bileşenini oluşturmaktadır. Turist rehberlerinin kaliteli hizmet sunup sunamaması hem rehberin bağlı olduğu tur operatörünün başarısını hem de rehberin temsil ettiği destinasyonun genel imajını etkilemektedir (Huang vd., 2010). Ayrıca turların iyi organize edilmesi ve bu organizasyonlara ehil kişilerce rehberlik edilmesi turistik deneyimin başarılı olması anlamına gelmektedir (Ap ve Wong, 2001; Chilembwe ve Mweiwa, 2014; Lovrentjev, 2015). Dolayısıyla ülkeler, aşırı rekabetçi turizm pazarında, turistik çekiciliğe sahip olmanın yanı sıra turist rehberlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Nihayetinde turist rehberleri turistik deneyimin oldukça önemli araçları arasında yer almaktadırlar (Yarcan, 2007).

Turist rehberleri, meslekleri gereği gösterdikleri çabalarla turistlerin destinasyonla ilgili olumlu düşüncelere sahip olmalarında ve destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde oldukça etkili olmaktadır. Turistlerin bir destinasyonu ilk ziyaret edişlerinde, o ülke ve yerel halkla ilgili olumlu ya da olumsuz izlenimin oluşmasında turist rehberlerinin etkisi oldukça büyüktür. Turistlerin bir destinasyondan memnun ayrılmasında en etkili olan faktörlerden birinin, turist rehberlerinin bilgi, beceri, tutum ve davranışları olduğu savunulmaktadır (Akmel, 1992). Diğer bir deyişle müşteri memnuniyetini sağlamada, tur süresince turistlerle sürekli ve yoğun temasta bulunan turist rehberlerine büyük rol düşmektedir (Geva ve Goldman, 1991).

Yeni ve farklı kültürel deneyimler elde etmek isteyen turistler için rehberlik hizmeti önemli bir faktör olup, rehberin performansı turistin tatil deneyimini büyük ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle bir ülkeye gelen yabancı turistin elinde rehber kitaplar, haritalar, tanıtıcı broşürler bulursa da, turist o ülkenin dilini, gelenek ve göreneklerini bilmediği için turist rehberine ihtiyaç duymaktadır. Tek başına veya grup halinde tarihi yerleri, anıtları, sanat eserlerini ve ilgi alanına giren yerleri görmeye gelen yabancı turistlere ziyaret ettikleri ülkeyi ve yerel halkını tanıttak ve yanlış bilgilerini düzeltecek kişiler yalnızca turist rehberleridir (Çimrin, 1995). Bu sebeplerden dolayı turist rehberleri, Türkiye'nin turistik yerlerini turistlere en iyi biçimde tanıtmak ve sevdirmenin yanı sıra ülkenin farklı yönlerini ve zenginliklerini de doğru bir şekilde anlatmak gibi önemli misyonlar üstlenmektedirler (Gündüz, 2002). Bu çerçevede, turistlere gezileri esnasında ziyaret edilen ülke, bölge, turistik merkez hakkında doğru ve detaylı bilgiler sunmak, turist rehberlerinin temel görevini oluşturmaktadır (Çolakoğlu vd., 2014).

Turist rehberliği mesleğinin hem tur operatörleri hem de destinasyonlar hem de turistler için önemli olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bu araştırmanın amacını turist rehberliği mesleğine ilişkin görüşlerin içerik analizi yoluyla değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Belirlenen amaç doğrultusunda “Ekşi Sözlük” incelenmiş ve yorum yapanların turist rehberliği mesleği ile ilgili bilgi düzeyleri ve mesleğe ilişkin bakış açıları ölçülmeye çalışılmıştır. Literatür incelendiğinde turist rehberliği mesleğine ilişkin böyle bir araştırmanın daha önce yapılmadığı görülmektedir. Ayrıca bu araştırma ile “Ekşi Sözlük”te yer alan yorumlar doküman inceleme tekniği ile incelenmiş ve “Maxqda 20” nitel veri analiz programı ile analiz edilmiştir. Bu bilgiler ışığında yapılan araştırma literatüre ve yönetime katkılarından dolayı önem arz etmektedir.

2. Literatür

Meslekler, insanların günlük yaşamlarında gereksinim duydukları çeşitli hizmetleri birbirine sağlamak için ortaya çıkmıştır. Öyle ki turist rehberliği mesleği ilk çağlardan beri var olan ve özellikle kıtalar arası göçlerde, savaşlarda, ticaret kervanlarında, kutsal yerlerin ziyaretlerinde, kara ve deniz yolculuklarında kendini ön planda göstermiş bir meslektir (Çimrin, 1995). Bu sebeplerin haricinde insanlar ilk çağlardan bu yana kültür, din, spor, sağlık, keşif ve askeri gibi birçok farklı amaçlarla seyahat etmektedirler. Bu bağlamda, günümüzdeki turizm çeşitliliğinin kaynağını geçmişin derinliklerinde bulmak mümkündür (Dinçer ve Kızılırmak, 1997). Görüldüğü üzere turist rehberliği hizmeti vermek, insanlığın en eski faaliyetlerinden biridir. İlk çağlardan beri var olan turist rehberleri, modern kitle turizminin başlaması ile birlikte seyahat sektöründe en önemli etken haline gelmiştir. Öyle ki Rabotic (2008) günümüzde turist rehberlerinin olmadığı bir turizm sektörünün düşünülmemeyeceğinin altını çizmiştir.

Literatürde turist rehberi ile ilgili farklı tanımlara ulaşmak mümkündür. Cohen (1985) turist rehberinin “turistlerin ilk kez ziyaret ettikleri yerlerde yönlerini bulabilmelerini sağlayan bir yol gösterici; kendi deneyimlerinden yola çıkarak turistlerin gidilen yerlerde ne şekilde davranmaları gerektiğini açıklayan bir danışman veya kültürler arası geçişin sağlanmasına yardımcı olan bir arabulucu” olduğunu ifade etmektedir. Weiler ve Davis’e (1993) göre turist rehberi veya tur lideri, “tur operatörleri tarafından organize edilen seyahat deneyimlerinin sunumundan sorumlu olan kimsedir.” Schmidt (1979), turist rehberlerinin “turistlerce fotoğraflanan mekânlar, ziyaret edilen yerler ve karşılaşılan insanlar ile ilgili bilgisi ve anlatacak anekdotları olan; tur otobüslerinin camlarından sessizce geçip giden manzarayı metne döken kişiler” olduğunu ifade etmektedir. Ap ve Wong (2001) ise turist rehberlerinin iş tanımlamasını; “üzerinde uzmanlaşılan dil bilgisi, ziyaret edilen ülkenin kültürel ve coğrafi çekiciliklerini anlatma kabiliyeti, turistlerin ziyaretini turdan deneyime aktarma yeteneği” olarak yapmaktadırlar.

Yapılan tanımlara göre turist rehberlerinin temel işlevi tur programını seyahat işletmesi adına uygulamak ve turistlere bilgi vermektir. Gerçekten rehberler yüksek düzeyde bilgi sahibi olmayı ve doğru bilgi vermeyi görevlerinin profesyonelliği için bir ön koşul olarak görmektedirler (Holloway, 1981). Turistler de başarılı rehberlerin gezilen yerler ve çekim öğeleri hakkında yüksek düzeyde bilgi sahibi olduklarına inanmaktadırlar (Yu vd., 2001).

Turistlerin ziyaret edecekleri destinasyonda kazanacakları deneyimlerin inşasında önemli rol oynayan ve turist ve yerel halk arasında arabuluculuk görevini üstlenen turist rehberlerinin bir takım sorumlulukları mevcuttur (Cohen, 1985). Turistlerin sağlık ve güvenliğini teminat altına alma, gezi programını oluşturma ve lojistiği sağlama, nezaket içerisinde kaliteli hizmet verme, diğer kültürlerden gelen turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarına cevap verme, turist grupları arasındaki etkileşimi yönetme, yüksek kalitede bilgi verme, eğlenceli sunum yapma ve paydaşların

beklentilerini ve yasal sorumlulukları yerine getirme bu sorumluluklardan bazılarıdır (Weiler ve Ham, 2001). Ülkelere ait turistik ürünlerin tanıtımında doğrudan yer alan ve turistlerin bilgilendirilmesinde aktif rol oynayan turist rehberleri iletişim ve etkileşim konularında yetenekli, mesleğin gerektirdiği etik ilkeler çerçevesinde hareket edebilen, zaman yönetimi konusunda başarılı kişiler olarak yetiştirilmek zorundadırlar (Değirmencioğlu ve Ahipaşaoğlu, 2003). Turist rehberleri tanıtımını yaptıkları destinasyonların kültürel zenginliklerine hâkim olmanın yanı sıra sosyolojik ve psikolojik alanlarda da bilgi sahibi olan, grup psikolojisi, dinamiği ve motivasyonu gibi unsurları da iyi yönetebilen kişiler olmak durumundadırlar (Cohen vd., 2002). Ülke tanıtımında oldukça önemli görevler üstlenen turist rehberlerinin iyi eğitim almış ve kendini iyi yetiştirmiş olması, ülkeyi ziyaret eden turistlerin gözünde iyi bir yer edinme anlamına gelir ki, bu durum da ülkenin uluslararası alanda saygınlık kazanmasına ve iyi bir imaja sahip olmasına imkân sağlamaktadır (Eker ve Zengin, 2016).

Turist rehberliği mesleğinin kendine özgü birtakım özellikleri bulunmaktadır. Ahipaşaoğlu (2006) ve Çolakoğlu vd. (2014) bu özellikleri; fiziki güce dayalı olması, dışsal faktörlere bağlı olması, mevsimlik bir iş olması, sürekli kendini yenileme zorunluluğu, iş güvencesinin olmaması, emekliliğinin olmaması veya çok geç olması ve disiplinler arası donanım gerektirmesi şeklinde özetlemektedirler. Bu özellikler değerlendirildiğinde, turizm sektörünün temel özellikleri ile benzerlik gösterdiği görülmektedir.

3. Yöntem

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Nitel yöntem, sosyal gerçekliğin ve insan davranışlarının arkasında yatan nedenlerin anlaşılmasına çalışıldığı ve gözlem, görüşme, doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı bir araştırma türüdür (Gürbüz ve Şahin, 2018). Yapılan çalışmada turist rehberliği mesleğine ilişkin görüşlerin doküman inceleme tekniği ile tespit edilmesi amaçlandığı için nitel yöntem tercih edilmiştir.

Araştırma deseni olarak fenomenolojik desen belirlenmiştir. Fenomenoloji, Türkçe’de “olgubilim” olarak da adlandırılan bir nitel araştırma desendir (Saban ve Ersoy, 2017). Fenomenolojik desen, tek bir kavram veya düşüncenin ifade edildiği, araştırılacak bir fenomene vurgu yapmaktadır. Birkaç birey tarafından deneyimlenen bir fenomenin derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır. Yani fenomenolojik çalışma, birkaç kişinin bir fenomen veya kavramla ilgili yaşamış deneyimlerinin ortak anlamını tanımlamaktadır (Creswell, 2018). Bu çalışmada söz konusu olan fenomen (olgu) turist rehberliği mesleği olup, bu fenomeni deneyimleyen kişi ise turist rehberliği mesleği hakkında bilgi sahibi olan ve “Ekşi Sözlük”te yorum yapan kişilerdir. Fenomenolojik araştırma iki farklı biçimde ele alınmaktadır. Bunlar; betimleyici fenomenoloji ve yorumlamacı fenomenoloji yaklaşımlarıdır. Bu araştırma kapsamında “betimleyici fenomenoloji” araştırma deseni için belirlenmiştir.

Yapılan çalışmada veri toplama aracı olarak doküman inceleme tekniği kullanılmıştır. Dokümanlar, her türlü yazılı, görsel ve işitsel materyali ifade etmektedir. Doküman inceleme, çeşitli materyalin araştırma konusu veriyi içermesi nedeniyle çözümlenmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018). Bu çalışmada, katılımcı sözlük tarzında bir ağ sayfası olan “Ekşi Sözlük” incelenmiş olup, turist rehberliği mesleğine ilişkin tüm yorumlar doküman inceleme tekniği ile tespit edilmiştir. Ekşi Sözlük’te “turist rehberi,” “turist rehberliği,” “sözlükteki turist rehberleri,” “tur rehberliği” ve “profesyonel turist rehberliği” şeklinde beş farklı başlık kullanılarak arama yapılmıştır. Bu başlıklar dâhilinde 04.08.2001-19.05.2020 tarihleri arasındaki yorumlar dikkate

alınmıştır. Toplam yorum sayısı 95 olup, bu yorumların tamamı belirlenen zaman aralığına aittir.

Veri analiz stratejisi olarak içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizi, çok çeşitli söylemlere uygulanan bir takım metodolojik araç ve tekniklerin bütünü olarak tanımlanmaktadır. İçerik analizi adı altında toplanan bu araç ve teknikler, her şeyden önce kontrollü bir yorum çabası olarak ve genelde tündengelimine dayalı bir “okuma” aracı olarak nitelendirilmektedir. Söz konusu okuma, sınırları belirlenmiş söylem örneklerinin çözümlenmesi esasına dayanmaktadır. Dolayısıyla içerik analizi, mesajda, bireyi görünmeden etkileyen öğelerin belirlenmesine yönelik “ikinci bir okuma”dır. Yapılan araştırmada içerik analizi türlerinden olan “frekans analizi” kullanılmıştır (Bilgin, 2014).

Verilerin işlenmesi tündengelimsel ve tümevarımsal yöntemlerin bir arada kullanılması ile gerçekleşmiştir. Öncelikle kapalı kod sisteminden yararlanılmış olup, alanyazın doğrultusunda ana temalar, alt temalar ve kodlar belirlenmiş ve sonrasında sahadan gelen veriler ışığında açık kod sistemiyle ana temalar, alt temalar ve kodlar yeniden ele alınmıştır.

Ekşi Sözlük'ten elde edilen verilerin sistematik analizini kolaylaştırmak için “MAXQDA 20” nitel veri analiz programı kullanılmıştır. Bu program araştırmacılara verileri kodlamada ve görselleştirmede önemli olanaklar sunmaktadır. Ayrıca bu tür programların nitel veri analizinde güvenilirliği arttırıcı yönde katkı sağladığı bilinmektedir. Araştırmancının güvenilirliği için klasik yöntemlerden biri olan alan uzmanlarına danışma stratejisinden yararlanılmıştır.

4. Bulgular

Araştırmancının bu bölümünde, saha araştırması kapsamında yapılan doküman inceleme tekniği ile elde edilen verilerin analizine ilişkin sonuçlar yer almaktadır. Bu bağlamda turist rehberliği mesleğine ilişkin görüşlerin belirlenmesi için “Ekşi Sözlük” yorumları incelenmiş olup, elde edilen bulgulara bu bölümde yer verilmiştir. Bu kapsamda öncelikle ana tema, alt tema ve kod sayısını gösterir kod sistemine ve ana temalara ve alt temalara ilişkin açıklamalara yer verilmiştir. Nitel araştırmalarda bulgular betimsel, karşılaştırmalı ve ilişkişel olarak değerlendirilmektedir. Bu araştırma, betimsel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Betimsel bulguları ortaya koyabilmek için kelime frekans analizi (MAXDicto), kelime bulutu, kod-alt kod-bölümler modeli ve belge portresi kullanılmıştır.

4.1. Ana Temalara ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar

Araştırmancının bulgularını elde etmek amacıyla doküman inceleme tekniği ile elde edilen veriler deşifre edilerek bir “MAXQDA” projesi olarak tanımlanmıştır. Kapalı ve açık kod sistemi yardımıyla veriler elde edilmiş olup, ana temalar, alt temalar ve kodlar belirlenmiştir. Böylece fenomenolojik bir araştırma olarak desenlenen “turist rehberliği mesleği” kavramı ile ilgili derinlemesine ve bütünsel bir biçimde kavramsal çatı oluşturulmuştur. Şekil 1’de ana temalara, alt temalara ve toplam kod sayısına ilişkin kod sistemine yer verilmiştir.

▲ ● 📁	Kod Sistemi	184
▲ ● 📁	● 📁 Turist Rehberi Olmak İçin Gerekli Şartlar	0
● 📁	● 📁 Üniversite Eğitimi ile Rehber Olunması	12
● 📁	● 📁 Bakanlık Kursları ile Rehber Olunması	8
● 📁	● 📁 Çalışma Kartı Sahibi Olunması	15
▲ ● 📁	● 📁 Turist Rehberinde Olması Gereken Özellikler	0
● 📁	● 📁 Yeterli Düzeyde Bilgi Birikimi Gerektirmesi	20
● 📁	● 📁 İyi Düzeyde Yabancı Dil Bilgisi Gerektirmesi	10
● 📁	● 📁 Olumlu Kişilik Özelliklerine Sahip Olmayı Gerektirmesi	7
▲ ● 📁	● 📁 Turist Rehberliği Mesleğinin Olumlu Yönleri	0
● 📁	● 📁 İyi Gelir Elde Edilmesi	17
● 📁	● 📁 Meslek Kanununa Sahip Olunması	6
● 📁	● 📁 Sevilen ve Tavsiye Edilen Bir Meslek Olması	25
▲ ● 📁	● 📁 Turist Rehberliği Mesleğinin Olumsuz Yönleri	0
● 📁	● 📁 Zor Bir Meslek Olması	36
● 📁	● 📁 Çalışma Saatlerinin Uzun Olması	5
● 📁	● 📁 Sevilmeyen ve Ön Yargı Oluşturan Bir Meslek Olması	23

Şekil 1: Ana Temalar, Alt Temalar ve Kod Sayısına İlişkin Kod Sistemi

Araştırmada dört ana tema belirlenmiş olup, bunlar “turist rehberi olmak için gerekli şartlar, turist rehberinde olması gereken özellikler, turist rehberliği mesleğinin olumlu yönleri ve turist rehberliği mesleğinin olumsuz yönleri”dir. Turist rehberi olmak için gerekli şartlar; üniversite eğitimi ile rehber olunması, bakanlık kursları ile rehber olunması, çalışma kartı sahibi olunması, turist rehberinde olması gereken özellikler; yeterli düzeyde bilgi birikimi gerektirmesi, iyi düzeyde yabancı dil bilgisi gerektirmesi, olumlu kişilik özelliklerine sahip olmayı gerektirmesi, turist rehberliği mesleğinin olumlu yönleri; iyi gelir elde edilmesi, meslek kanuna sahip olunması, sevilen ve tavsiye edilen bir meslek olması ve son olarak turist rehberliği mesleğinin olumsuz yönleri; zor bir meslek olması, çalışma saatlerinin uzun olması, sevilmeyen ve ön yargı oluşturan bir meslek olması alt temalarından oluşmaktadır. Sahadan gelen veriler ışığında toplamda 184 kod belirlenmiş olup, ana temalara ve alt temalara ilişkin kod sayıları Şekil 1’de görselleştirilmiştir. Ana temalara ve alt temalara ilişkin açıklamalar ise Tablo 1’de özetlenmektedir.

Tablo 1: Ana Temalara ve Alt Temalara İlişkin Açıklamalar

Ana Temalar	Alt Temalar	Açıklamalar
Turist Rehberi Olmak İçin Gerekli Şartlar	Üniversite Eğitimi ile Rehber Olunması	Üniversitelerin ön lisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olup, eğitim gezisi ve yabancı dil şartını tamamladıktan sonra turist rehberi olunmasını ifade etmektedir.
	Bakanlık Kursları ile Rehber Olunması	Bakanlık tarafından açılan kursu bitirdikten sonra eğitim gezisi ve yabancı dil şartını tamamlayıp, turist rehberi olunmasını ifade etmektedir. Ancak günümüzde Bakanlık tarafından kurs açılmamaktadır.
	Çalışma Kartı Sahibi Olunması	Eylemli turist rehberlerine, kayıtlı oldukları oda tarafından bir yıl süreyle geçerli olmak üzere mesleği icra edebilmeleri için verilen izin belgesine sahip olunmasını ifade etmektedir.
Turist Rehberinde Olması Gereken Özellikler	Yeterli Düzeyde Bilgi Birikimi Gerekirmesi	Arkeoloji, mitoloji, sanat tarihi, dinler tarihi, ekonomi, politika, ilk yardım vb. alanlarda bilgi sahibi olunmasını ifade etmektedir.
	İyi Düzeyde Yabancı Dil Bilgisi Gerekirmesi	Mesleğini icra ettiği dilde iyi düzeyde konuşma, dinleme, okuma ve yazma becerilerine sahip olunmasını ifade etmektedir.
	Olumlu Kişilik Özelliklerine Sahip Olmayı Gerekirmesi	Sabırlı, hoşgörülü, güler yüzlü, kibar, dışa dönük vb. gibi kişilik özelliklerine sahip olunmasını ifade etmektedir.
Turist Rehberliği Mesleğinin Olumlu Yönleri	İyi Gelir Elde Edilmesi	Mesleği icra eden bir turist rehberinin yıllık kazancının yüksek olması durumunu ifade etmektedir.
	Meslek Kanuna Sahip Olunması	07.06.2012 tarihinde kabul edilen 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nu ifade etmektedir.
	Sevilen ve Tavsiye Edilen Bir Meslek Olması	Mesleği icra edenler tarafından zevkle ve severek yapıldığını ve mesleğin sahip olduğu olumlu yönlerinden dolayı başkalarına tavsiye edildiğini ifade etmektedir.
Turist Rehberliği Mesleğinin Olumsuz Yönleri	Zor Bir Meslek Olması	Her türlü hava koşullarına maruz kalınması, sürekli evden uzakta olunması, sorumlulukların fazla olması, birçok kişiyle ilgilenmeyi gerektirmesi, yorucu olması vb. gibi zorlukları ifade etmektedir.
	Çalışma Saatlerinin Uzun Olması	Günübirlik turlardan ziyade turist rehberinin çıkmış olduğu paket turlarda uzun mesai yapması durumunu ifade etmektedir.
	Sevilmeyen ve Ön Yargı Oluşturan Bir Meslek Olması	Mesleği icra edenlerden ziyade rehberli tura katılım gösteren kişilerin mesleğe ilişkin olumsuz bakış açılarını ve ön yargılarını ifade etmektedir.

Aynı şekilde “meslek” kelimesi de en sık tekrarlanan ikinci kelimedir. Turist rehberliği mesleğinin olumlu ve olumsuz birçok yönüne ilişkin yorumlar yapılmıştır. Yine yorumlar incelendiğinde “turist” kelimesi en sık tekrarlanan üçüncü kelime olmuştur. Turist rehberlerinin turistlere nasıl davranmaları gerektiğine ilişkin görüşler bildirilmiştir. En sık tekrarlanan dördüncü kelime ise “tur” kelimesi olup, turist rehberi ile tura katılanlar, tur boyunca rehberi iyi ya da kötü yönleri ile ele almışlardır. “İnsan” kelimesi ise en sık tekrarlanan beşinci kelimedir. Mesleğe ilişkin birçok yorum, bu kelimeyi içermektedir. Bazı yorumlar da rehber, bazılarında ise turist kelimesi yerine kullanılmıştır.

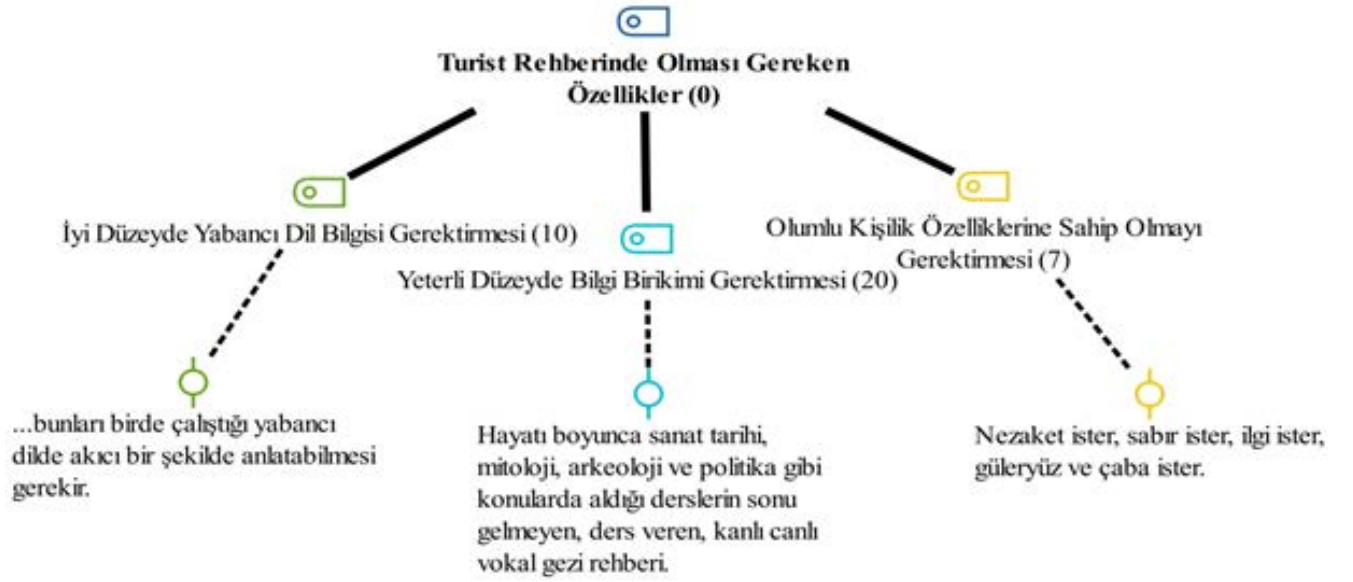
Tüm belgeler içinde rehber kelimesi 126 kez, meslek kelimesi 110 kez, turist kelimesi 86 kez, tur kelimesi 71 kez ve insan kelimesi 53 kez tekrarlanmıştır. “Gezi, grup, dil, bilgi, kişi, ülke, işler, kokart, para, satış” kelimeleri de en sık tekrarlanan kelimeler arasında yer almaktadır. Gezi 44 kez, grup 44 kez, dil 29 kez, bilgi 26 kez, kişi 25 kez, ülke 25 kez, işler 24 kez, kokart 23 kez, para 23 kez ve satış 22 kez tekrarlanmıştır.

Kelime bulutu ile “Ekşi Sözlük”te yorum yapanların görüşlerine ilişkin en sık kullanılan kelimeler ve frekansları belirlenmiştir. Kod-alt kod-bölümler modeli kullanılarak da alt temaların kodlanma sıklığı tespit edilmiş ve alt temalara ilişkin ifadeler yer verilmiştir. Turist rehberliği mesleği ile ilgili yorum yapanların turist rehberi olmak için gerekli şartlara, turist rehberinde olması gereken özelliklere, turist rehberliği mesleğinin olumlu yönlerine ve turist rehberliği mesleğinin olumsuz yönlerine ait görüşlerinin dağılımını gösterir kod-alt kod bölümler modeline Şekil 3’te, Şekil 4’te, Şekil 5’te ve Şekil 6’da yer verilmiştir.



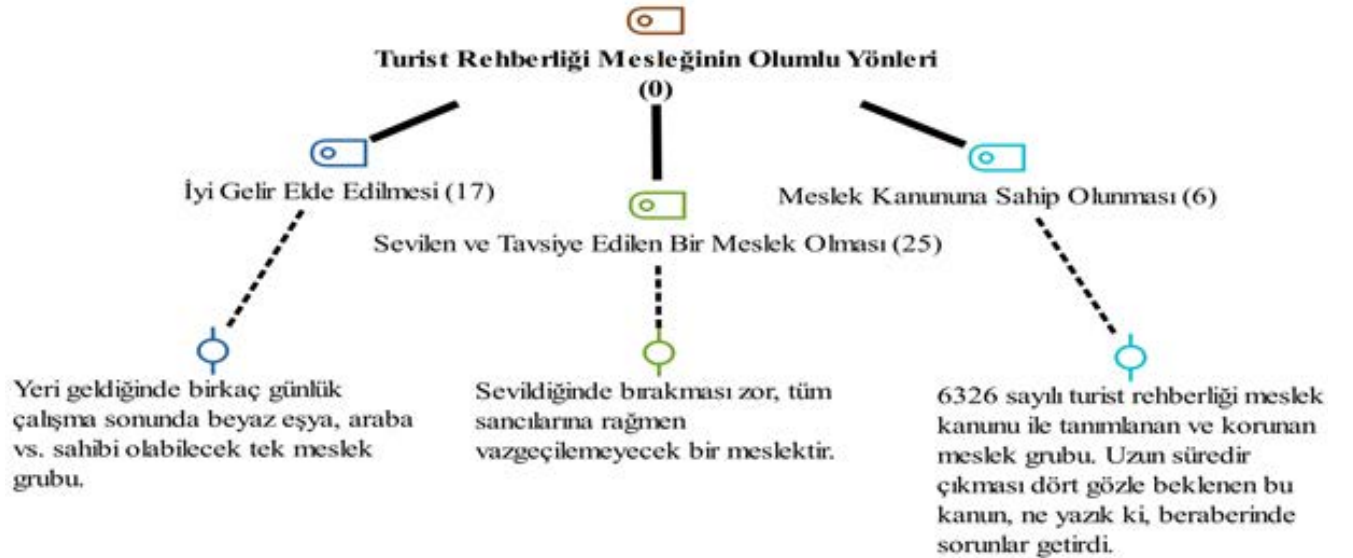
Şekil 3: Turist Rehberi Olmak İçin Gerekli Şartlar Kodu ile İlgili Katılımcıların Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölümler Modeli

Şekil 3 incelendiğinde turist rehberi olmak için gerekli şartlar ana temasına ait çalışma kartı sahibi olunması alt temasının 15 kez; üniversite eğitimi ile rehber olunması alt temasının 12 kez; son olarak ise bakanlık kursları ile rehber olunması alt temasının 8 kez kodlandığı görülmektedir. Turist rehberi olmak için gerekli şartlar ana temasının toplam 35 kez kodlandığı ve en az kodlanan ana tema olduğu saptanmıştır.



Şekil 4: Turist Rehberinde Olması Gereken Özellikler Kodu ile İlgili Katılımcıların Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölümler Modeli

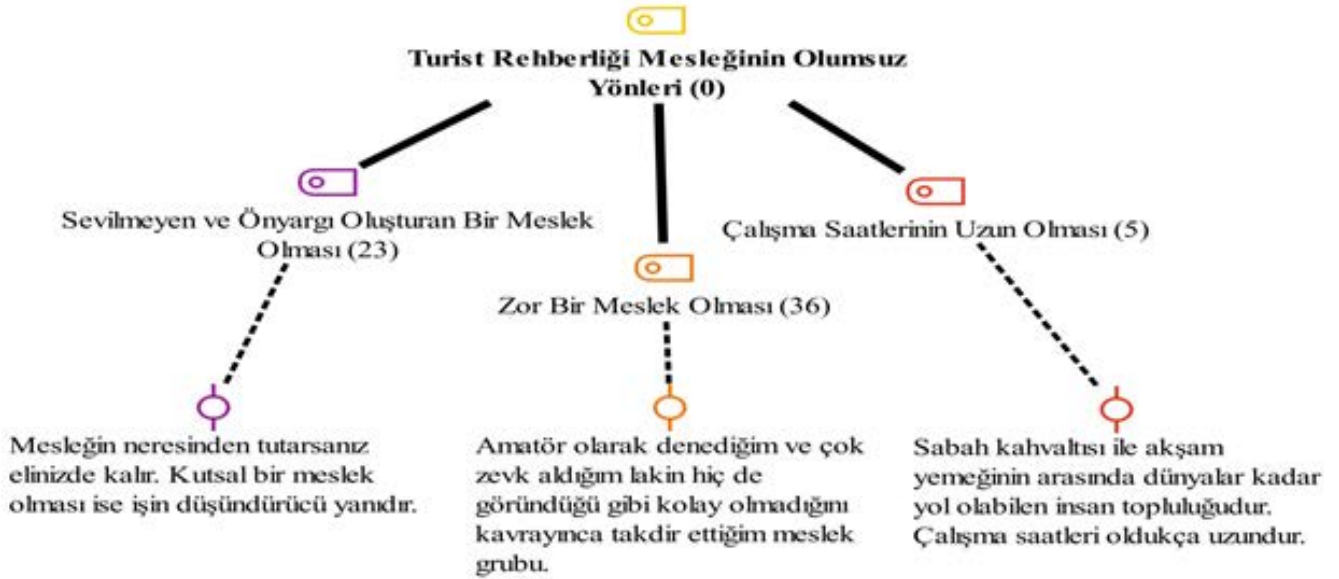
Şekil 4 incelendiğinde turist rehberinde olması gereken özellikler ana temasına ait yeterli düzeyde bilgi birikimi gerektirmesi alt temasının 20 kez; iyi düzeyde yabancı dil bilgisi gerektirmesi alt temasının 10 kez; son olarak ise olumlu kişilik özelliklerine sahip olmayı gerektirmesi alt temasının 7 kez kodlandığı görülmektedir. Turist rehberinde olması gereken özellikler ana temasının toplam 37 kez kodlandığı ve en çok kodlanan üçüncü ana tema olduğu saptanmıştır.



Şekil 5: Turist Rehberliği Mesleğinin Olumlu Yönleri Kodu ile İlgili Katılımcıların Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölümler Modeli

Şekil 5 incelendiğinde turist rehberliği mesleğinin olumlu yönleri ana temasına ait sevilen ve tavsiye edilen bir meslek olması alt temasının 25 kez; iyi gelir elde edilmesi alt temasının 17 kez; son olarak ise meslek kanuna sahip olunması alt temasının 6 kez kodlandığı görülmektedir. Turist rehberliği mesleğinin olumlu yönleri ana

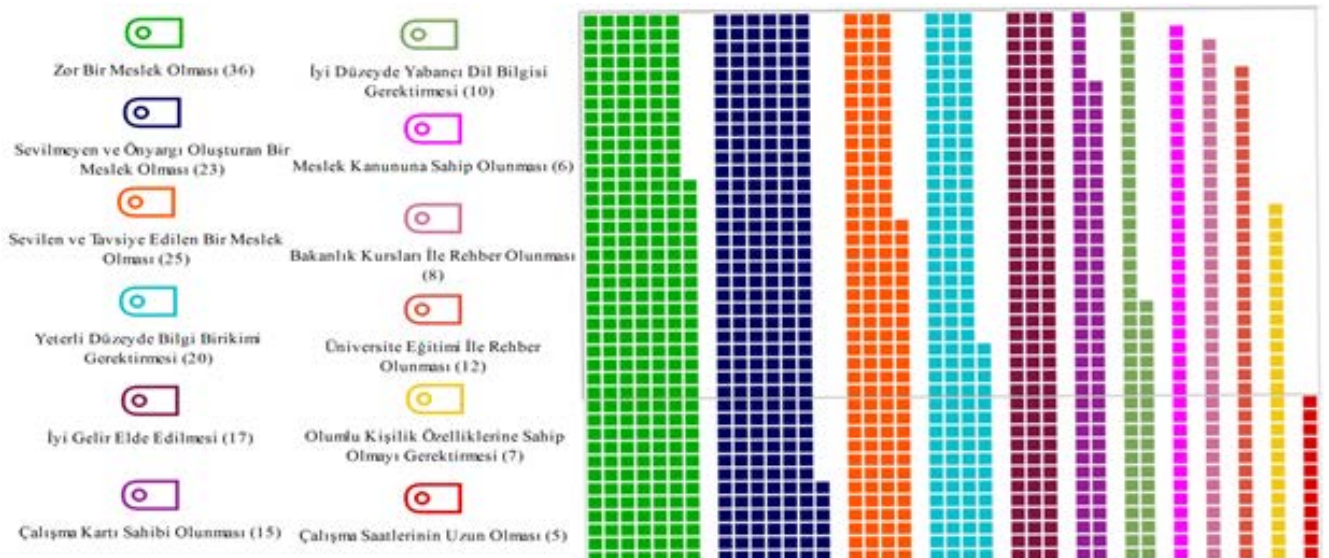
temasının toplam 48 kez kodlandığı ve en çok kodlanan ikinci ana tema olduğu saptanmıştır.



Şekil 6: Turist Rehberliği Mesleğinin Olumsuz Yönleri Kodu ile İlgili Katılımcıların Görüşlerinin Dağılımını Gösterir Kod-Alt Kod-Bölümler Modeli

Şekil 6 incelendiğinde turist rehberliği mesleğinin olumsuz yönleri ana temasına ait zor bir meslek olması alt temasının 36 kez; sevilmeyen ve ön yargı oluşturan bir meslek olması alt temasının 23 kez; son olarak ise çalışma saatlerinin uzun olması alt temasının 5 kez kodlandığı görülmektedir. Turist rehberliği mesleğinin olumsuz yönleri ana temasının toplam 64 kez kodlandığı ve en çok kodlanan ana tema olduğu saptanmıştır.

Daha önce belirtildiği üzere kod -alt kod- bölümler modeli ile alt temaların kodlanma sıklığı yani frekansı ortaya koyulmuş ve her bir alt temaya ilişkin örnekler sunulmuştur. Son olarak ise turist rehberliği mesleğine ilişkin görüşleri analiz etmek için oluşturulan alt temaların belge içerisinde kodlandığı alanı gösteren belge portresine Şekil 7’de yer verilmiştir.



Şekil 7: Turist Rehberliği Mesleğine İlişkin Görüşleri Gösteren Belge Portresi

Turist rehberliği mesleğine ilişkin görüşleri gösteren belge portresinde farklı renklerle görselleştirilen her bir kutucuk kodlanan alanının belge içerisindeki uzunluğunu göstermektedir. Farklı bir ifadeyle bazen bir kod tek bir kelimedenden oluşurken, bazen de uzun bir paragraftan oluşabilmektedir. Bu nedenle kelime frekansının çokluğu ile kodlu alanın uzunluğu doğru orantılı olmayabilmektedir. Ancak bu araştırmada zor bir meslek olması alt teması hem en çok kodlanan hem de en uzun kodlanan alt tema olmuştur. İnsanlar “Ekşi Sözlük”teki yorumlarında uzun uzun turist rehberliği mesleğinin zorluklarından bahsetmişlerdir. Her türlü hava koşullarına maruz kalınması, sürekli evden uzakta olunması, sorumlulukların fazla olması, birçok kişiyle ilgilenmeyi gerektirmesi, yorucu olması vb. gibi mesleğe ait zorluklara değinilmiştir. Turist rehberliği mesleğine ilişkin en uzun dile getirilen görüşlerden ikincisi ise sevilmeyen ve ön yargı oluşturan bir meslek olması alt temasına aittir. Özellikle rehberli turlara katılım gösteren kişiler mesleğe ilişkin olumsuz bakış açılarından ve ön yargılarından uzun uzun bahsetmişlerdir. En uzun bahsedilen diğer bir konu ise sevilen ve tavsiye edilen bir meslek olması alt temasına aittir. Bu konudaki görüşler daha çok mesleği icra edenler tarafından zevkle ve severek yapıldığı ve mesleğin sahip olduğu olumlu yönlerinden dolayı başkalarına tavsiye edildiği yönünde olmuştur.

5. Sonuç

Turist rehberliği, turizm sektörünün en önemli meslek dallarından biridir. Gerek bir destinasyonun tanıtılmasında ve olumlu bir imajın oluşturulmasında gerekse turistlerin tatil deneyimlerinin olumlu yönde etkilenmesinde ve tekrar ziyaret etme niyetinin oluşturulmasında, turist rehberliği mesleği kritik bir öneme sahiptir. Mesleğin turizm sektörü açısından önemi bilindiği için bu araştırmanın amacını turist rehberliği mesleğine ilişkin görüşlerin içerik analizi yoluyla değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Bu kapsamda “Ekşi Sözlük”te yer alan yorumlar incelenmiş ve temalar ve alt temalar oluşturularak yorumlar sınıflandırılmıştır. Böylelikle Ekşi Sözlük’te yorum yapanların hem meslek hakkında sahip oldukları bilgi düzeyleri hem de mesleğe ilişkin olumlu veya olumsuz bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Ekşi Sözlük’te yazarlar turist rehberi olmak için gerekli şartlar, turist rehberinde olması gereken özellikler, turist rehberliği mesleğinin olumlu yönleri ve turist rehberliği mesleğinin olumsuz yönleri hakkında bilgi ve görüşlerini bildirmişlerdir. Mesleğe ilişkin en çok yorum, turist rehberliği mesleğinin olumsuz yönleri temasına yönelik olmuştur. Yazarlar turist rehberlerinin her türlü hava koşullarına maruz kaldıklarını, sürekli evden uzakta olduklarını, turu iyi bir şekilde bitirebilmek için fazla sorumluluk aldıklarını, birçok kişiyle ilgilendiklerini ve mesleğin yorucu olduğunu ifade etmişlerdir. Zor bir meslek olmasının yanı sıra çalışma saatlerinin uzun olmasına ve rehberli tura katılım gösteren kişilerin mesleğe ilişkin olumsuz bakış açılarına ve ön yargılı oluşlarına değinmişlerdir.

Turist rehberliği mesleğinin olumlu yönleri ise en çok görüşün bildirildiği ikinci tema olmuştur. Yazarlar turist rehberlerinin iyi bir gelire sahip olduğunu yani yıllık kazançlarının oldukça yüksek olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca birçok kişi, mesleği elde ettiği gelire tanımlamış olup, kısa sürede maddi mal varlıklarını satın alma gücüne sahip kimseler olarak turist rehberlerinden bahsetmişlerdir. Meslek kanuna sahip olunması da mesleğin olumlu yönü olarak yorumlanmıştır. Ayrıca mesleği icra edenler tarafından zevkle ve severek yapıldığı ve mesleğin sahip olduğu olumlu yönlerinden dolayı başkalarına tavsiye edildiği ifade edilmiştir.

Yazarlar tarafından en çok görüşün bildirildiği üçüncü tema ise turist rehberinde olması gereken özellikler

temasıdır. Yorum yapanlar turist rehberlerinin arkeoloji, mitoloji, tarih, sanat tarihi, dinler tarihi, coğrafya, ekonomi, politika, ilk yardım vb. alanlarda bilgi sahibi olmaları ve mesleklerini icra ettikleri dilde iyi düzeyde konuşma, dinleme, okuma ve yazma becerilerine sahip olmaları gerektiğini belirtmişlerdir. İyi bir turist rehberi olabilmek için tüm bunların tek başına yeterli olmadığına, sabırlı, hoşgörülü, güler yüzlü, kibar, dışa dönük vb. gibi kişilik özelliklerine de sahip olunması gerektiğine değinmişlerdir.

Turist rehberliği mesleğine ilişkin en az yorum, turist rehberi olmak için gerekli şartlar temasına aittir. Yazarlar turist rehberi olabilmek için üniversitelerin turist rehberliği programından mezun olup, eğitim gezisi ve yabancı dil şartını tamamlamaları gerektiğini belirtmişlerdir. Aynı şekilde Bakanlık tarafından açılan kursu başarıyla bitirdikten sonra turist rehberi olunabileceğinden bahsedilmiştir. Ancak günümüzde Bakanlık tarafından kurs açılmamaktadır. Son olarak ise mezuniyet, eğitim gezisi ve dil şartı sağlandıktan sonra mesleği icra edebilmek için gerekli olan ruhsatname ve çalışma kartı sahibi olunduğu ifade edilmiştir.

Araştırma, Ekşi Sözlük'te turist rehberliği mesleğine yönelik yorum yapan yazarların görüşleri ile sınırlandırılmıştır. Bir başka araştırmada, seyahat acentelerinin web sitelerinde bulunan turist rehberleri ile ilgili yorumlar incelenebilir. Ayrıca turist rehberliği mesleğine ilişkin daha detaylı bilgi elde edebilmek için meslek hakkında bilgi sahibi olan veya mesleğin icrasına tanıklık eden turist rehberi, acenteci, turist vb. gibi kişilerle görüşme yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

Ahipaşaoğlu, S. (2006). Turizmde Rehberlik. Ankara: Gazi Kitabevi.

Akmel, J. (1992). Turist Rehberliğinde Üniversite Eğitimi, Turizm Eğitimi Konferansı ve Workshop. Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayınları.

Ap, J. & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22 (5), 551-563.

Bilgin, N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Chilembwe, J. M. & Mweiwa, V. (2014). Tour guides: Are they tourism promoters and developers? Case study of Malawi. *International Journal of Research in Business Management*, 2(9), 29-46.

Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.

Cohen, E. H., Ifergan, M. & Cohen, E. (2002). A new paradigm in guiding: The madrich as a role model. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 919-932.

Creswell, J. W. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri. (Çev. Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çimrin, H. (1995). Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si. Antalya: Akdeniz Kitabevi.

Çolakoğlu, O. E., Efendi, E. & Epik, F. (2014). Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği. Ankara: Detay Yayıncılık.

Değirmencioğlu, Ö. & Ahipaşaoğlu, S. (2008). Anadolu'da Turizm Rehberliği Temel Bilgiler. Ankara: Gazi Kitabevi.

Diñçer, F. İ. & Kızılırmak, İ. (1997). Türkiye'de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü, turizm rehberliğinin gelişimi ve Türkiye'deki konumu. Hafta Sonu Semineri IV (s. 5-7). Nevşehir, Türkiye.

Eker, N. & Zengin, B. (2016). Turist rehberliği eğitiminin değerlendirilmesi: Profesyonel turist rehberleri üzerine bir araştırma. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 5(4), 65-74.

Geva, A. & Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. Annals of Tourism Research, 18(2), 177-185.

Gündüz, S. (2002). Turist rehberliği eğitimi ve üniversitelerle Turizm Bakanlığı arasındaki koordinasyona yönelik bir model önerisi. Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop (s. 243-255). Ankara, Türkiye.

Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Holloway, J. C. (1981). The guided tour, a sociological approach. Annals of Tourism Research, 8(3), 377-402.

Huang, S., Hsu, H. C. C. & Chen, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. Journal of Hospitality and Tourism, 34(3), 3-33.

Lovrentjev, S. (2015). Education of tourist guides: Case of Croatia. Procedia Economics and Finance, 23(2015), 555-562.

Rabotic, B. (2008). Tourist guides as cultural heritage interpreters: Belgrade experience with municipality-sponsored guided walks for local residents. The Proceedings Book of the International Tourism Conference (pp. 213-233). Antalya, Türkiye.

Saban, A. & Ersoy, A. (2017). Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri. Ankara: Anı Yayıncılık.

Schmidt, C. J. (1979). The guided tour: Insulated adventure. Urban Life, 7(4), 441-467.

Weiler, B. & Davis, D. (1993). An exploratory investigation into the role of the nature based tour leader. Tourism Management, 14(2), 91-98.

Weiler, B. & Ham, S. H. (2001). Tour Guide Training: Lessons for Malaysia About What Works and What's Needed. Chris Nyland, Wendy Smith, Russell Smyth & Marika Vicziany (Ed.), Malaysian Business in the New Era içinde (pp. 149-161). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(1), 33-44.

Yu, X., Weiler, B. & Ham, S. (2001). Intercultural communication and mediation: A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. Journal of Vacation Marketing, 8(1), 75-87.

DUYGUSAL EMEĞİN TURİST REHBERLERİNİN İŞ TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Doç. Dr. S. Pınar Temizkan
Osmangazi Üniversitesi
sptemizkan@ogu.edu.tr

*Erdal Arslan
Anadolu Üniversitesi
erdal_a@anadolu.edu.tr

Duygusal emek ve iş tatmini olgularına ilişkin çeşitli disiplinlerde çok sayıda araştırma yapılmıştır. Ancak turizm disiplini ve özellikle turist rehberleriyle ilgili çalışmalar oldukça sınırlıdır. Buradan hareketle bu araştırmanın amacı; duygusal emeğin üç boyutu olan yüzeysel, derin ve samimi davranışlar sergilemenin Türkiye’deki eylemli turist rehberlerinin iş tatmini üzerindeki etkisinin incelenmesi olarak belirlenmiştir.

Erving Goffman’ın klasikleşen “The presentation of self in everyday life” adlı çalışmasından (1956) esinlenerek duygusal emek kavramını literatüre kazandıran Hochschild (1983), bu öncü çalışmasında; duygusal emeğin, kişileri etkilemek için yüz yüze veya sesli etkileşimler üzerinden yüz ifadeleri ve bedensel hareketlerle duyguların yönetilmesi olduğunu ifade etmektedir. Duygusal emek; yüzeysel, derin ve samimi davranışlar yoluyla (Ashforth ve Humphrey, 1993, s. 88) işletmelerin, çalışanlarından müşterilere göstermelerini istediği duyguları yansıtmayı başarabilmeleri için uygun davranışların sergilenmesi olarak tanımlanmaktadır (Zapf ve Holz, 2006, s. 1). Yüzeysel davranış, turistler üzerinde istenilen olumlu duyguların yaratılması sürecinde, çalışanların kendilerinden beklendiği gibi davranış sergileyerek olumlu izlenim yaratmasıdır (Morris ve Feldman, 1996, s. 991). Derin davranış, çalışanın bedensel ifadelerini, hislerine uygun olacak şekilde sergileyebilmek (Grandey, 2003) için düşünceleri, anıları ve sembelleri aktif bir şekilde kullanımını kapsamaktadır (Hochschild, 1983). Samimi davranış ise çalışanların istenen olumlu davranışları sergilemek zorunda olduklarını düşünmeksizin, doğal olarak içlerinden geldiği şekilde, hissettikleri gibi davranışlarıdır (Ashforth ve Humphrey, 1993).

Duygusal emeğe ilişkin yapılan araştırmaların büyük ölçüde havayolları (Hochschild, 1983), hemşirelik (Jonge, Blanc, Peeters ve Noordam, 2008), çağrı merkezleri (Holman, Chissick, ve Totterdell, 2002), ağırlama (Chu ve Murrmann, 2006) ve son zamanlarda ise turizm (Sezgin, Çoban ve Çoban) hizmet alanlarında yoğunlaştığı ve tükenmişlik, yabancılaşma, duygusal uyumsuzluk, kimlik kargaşası gibi konularla ilişkilendirildiği görülmektedir. İş tatminine yönelik çalışmalar da duygusal emeğe paralel olarak çoğunlukla hizmet endüstrisinde gerçekleştirilmekte ve çoğunlukla demografik değişkenler, çalışma koşulları ve olumsuz duygularla (Park, 2014) ilişkilendirilmektedir. Bu ifade edilenler ışığında, literatürde gerek duygusal emek gerekse de iş tatminine ilişkin ayrı ayrı çok sayıda araştırma bulunmasına rağmen bu iki olgunun birlikte incelendiği çalışmaların yetersiz olduğu düşünülmektedir. Nitekim Wharton (2009, s. 155), çalışanların işlerinde duygusal emek sergilemelerinin onlar üzerinde iyi veya kötü nasıl bir etkisinin olduğuna yanıt verecek düzeyde araştırmanın literatürde yer almadığını vurgularken ilgili konudaki boşluğa gönderme yapmaktadır.

Yapılan ampirik araştırmalar, derin ve samimi davranışların sergilenmesi ile çalışanların psikolojik iyi olma durumları arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu; yüzeysel davranışların sergilenmesi ile olumsuz bir ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır (Brotheridge ve Grandey, 2002; Gross ve John, 2003). Bu sonuç, duygusal emek boyutları ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Turist rehberleri üzerine yapılan

diğer bir araştırmada da Wijeratne, van Dijk, Kirk-Brown ve Frost (2014), duygusal emeğin düşük iş tatminine yol açabileceği sonucuna ulaşmıştır.

Yapılan literatür taraması ve değerlendirmesi ışığında duygusal emeğin; yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranış boyutları çerçevesinde turist rehberlerinin iş tatmini üzerindeki etkisinin tespit edilmesine yönelik şu hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Yüzeysel davranışın turist rehberlerinin iş tatmini üzerinde negatif yönlü anlamlı bir etkisi vardır

H2: Derin davranışın turist rehberlerinin iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır

H3: Samimi davranışın turist rehberlerinin iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır

Bu araştırmada, araştırmanın amaç ve sistematığına uygun olarak nicel araştırma yöntemlerinden; nedensel, hipotez içeren araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Türkiye Turist Rehberliği Birliği'nin (TUREB) yayımladığı istatistiklere göre, Türkiye'de eylemli turist rehberi sayısı 7960'dır (Rehber İstatistikleri, 2020). Krejcie ve Morgan (1970), evren hacmi bilinen araştırmalarda bu sayıdaki bir evren için alınması gereken örneklem biriminin 367 olması gerektiğini belirtmektedir. Gönüllülük esasına dayalı olarak uygun örnekleme tekniğinden yararlanılarak Türkiye'de odalara bağlı bulunan turist rehberlerinin oluşturduğu online "Türkiye Profesyonel Turist Rehberleri" platformu üyelerinden çevrimiçi ve yüz yüze olmak üzere toplam 119 geçerli anket toplanabilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak Brayfield ve Rothe'un (1951) geliştirdiği; Keser ve Bilir'in (2019) aslına bağlı kalarak Türkçeye uyarladığı 5'li Likert "İş Tatmin Ölçeği" ve Chu ve Murmann'ın (2006) geliştirdiği, Pala (2008) tarafından Türkçeye uyarlanan 5'li Likert "Duygusal Emek Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek yüzeysel, derin ve samimi davranış olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır.

Regresyon analizi betimsel sonuçları turist rehberlerinin iş tatmininin yüksek ($X_{ort} = 4,03$), duygusal emek boyutlarından yüzeysel davranışın orta düzeyde ($X_{ort} = 3,19$), samimi davranış ($X_{ort} = 3,51$) ve derin davranışın ($X_{ort} = 3,86$) ise ortalamanın üzerinde olduğunu göstermiştir. Analiz sonuçları yüzeysel davranış ($\beta = 0,23$, $p = 0,003$), derin davranış ($\beta = 0,42$, $p = 0,000$) ve samimi davranış ($\beta = 0,30$, $p = 0,000$) boyutlarının her birinin iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin olduğunu göstermiştir. Duygusal emeğin üç boyutu, rehberlerin iş tatmini varyansının %43'ünü açıklamaktadır ($R^2 = ,43$). Beta değerleri incelendiğinde turist rehberlerin iş tatmini üzerinde en fazla etkiye sahip olan duygusal emek boyutunun derin davranış olduğu, bunu sırasıyla samimi davranış ve yüzeysel davranışın takip ettiği görülmektedir. Modelden elde edilen sonuçlar için post-hoc güç analiz testi sonuçları, yüzeysel davranışın iş tatmini üzerindeki etki gücünün %97,6 ($\eta = ,802$), derin davranışın %94,6 ($\eta = ,756$) ve samimi davranışın ise %75,2 ($\eta = ,625$) olduğunu göstermiştir. Bu sonuç, 119 kişilik örneklem birimi üzerinden gerçekleştirilen regresyon analiz sonuçlarının yüzeysel ve derin davranış için yüksek düzeyde; samimi davranış için ise orta düzeyde güvenilir ve uygun olduğunu göstermektedir (Ntoumanis, 2003). Sonuç olarak; H1 reddedilmiş, H2 ve H3 desteklenmiştir.

Araştırma sonuçları turist rehberlerinin yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranışlarının her birinde meydana gelen değişimlerin çalışanların iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı etki oluşturduğunu ortaya koymuştur. Özellikle derin ve samimi davranışın iş tatmini üzerindeki etkisi oldukça yüksektir. Orta seviyede duygusal emek gerektiren derin davranışın iş tatmini üzerindeki etkisinin yüksek olması, rehberlerin başarıya arzusuyla motive olduklarını göstermektedir. Samimi davranışın iş tatmini üzerindeki etkisinin yüksek olmasının ise, uzun süre turistlerle etkileşimde olan turist rehberleri için onlarla yakın ilişkiler kurmanın ve onlara açık olmanın taklit yapmaktan daha fazla ön planda olmasıyla ilgili olduğu söylenebilir. Derin davranış ve samimi

davranış için elde edilen bu sonuçlar literatürdeki diğer bazı araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir (Diefendorff vd., 2005; Duke vd., 2009; Chu, Baker ve Murrmann, 2012). Yüzeysel davranışın iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin olması ise literatürdeki diğer araştırma sonuçlarıyla farklılık göstermektedir. İlgili literatür, duygusal emeğin çalışanların iş tatmini üzerinde negatif yönlü bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar mevcut araştırma kapsamında Türkiye'deki turist rehberlerine özgü bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Literatürde yer alan ampirik araştırmalarda, çalışanları kendi kişisel özelliklerinden uzaklaştıracak diğer bir ifadeyle kimlik kaybına yol açabilecek davranışlar gerektirmesi nedeniyle yüzeysel davranışın iş tatmini üzerinde olumsuz etkisinin olduğundan bahsedilmektedir (Hülshager ve Schewe, 2011). Bu bağlamda oluşturulan hipotezin reddedilmesine rağmen, elde edilen sonucun ilgili literatür için önemli olduğuna dikkat çekilmesi gerekmektedir. Buna göre turist rehberleri için hizmet sundukları müşterilerde memnuniyet oluşturmak amacıyla taklit yapmak da dahil olmak üzere gereken her türlü davranışın sergilenebilmesi, turist rehberlerinin iş tatmini için önemli bir unsur olarak nitelendirilebilir. Buna göre turist rehberlerinin tur sırasında dramaturjik yeteneklerini sergilemelerinin iş tatminlerinin artmasında etkili olduğu ifade edilebilir.

Kaynakça

Makale:

Ashforth, B. E. &Humphrey, R. H. (1993). Emotionallabor in service roles the influence of identity. *Academy of Management Review*, 18, 88-115.

Brayfield, A. H., &Rothe, H. F. (1951). An index of jobsatisfaction. *Journal of appliedpsychology*, 35(5), 307-315
Brotheridge, C. M., &Grandey, A. A. (2002). Emotionallabor and burnout: Comparingtwoperspectives of “peoplework”. *Journal of vocationalbehavior*, 60(1), 17-39.

Chu, K. H. L., &Murrmann, S. K. (2006). Development and validation of the hospitalityemotionallaborscale. *Tourism Management*, 27(6), 1181-1191.

Grandey, A. A. (2003). When “the showmustgo on”: Surfaceacting and deepacting as determinants of emotionalexhaustion and peer-rated service delivery. *Academy of management Journal*, 46(1), 86-96.

Gross, J. J., & John, O. P. (2003). Individualdifferences in twoemotionregulationprocesses: implications for affect, relationships, and well-being. *Journal of personality and socialpsychology*, 85(2), 348.

Holman, D., Chissick, C., ve Totterdell, P. (2002). The effects of performancemonitoring on emotionallabor and well-being in callcenters. *Motivation and Emotion*, 26(1), 57-81.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determiningsample size for researchactivities. *Educational and psychologicalmeasurement*, 30(3), 607-610.

Morris, J. A., &Feldman, D. C. (1997). Managinemotions in the workplace. *Journal of ManagerialIssues*, 9(3), 257-275.

Park, W. Y. (2014). The effect of the exposure to hazardfactors on jobsatisfaction in employees. *Journal of the KoreaSafety Management and Science*, 16(3), 257-266.

Sezgin, E., Çoban, E., & Çoban, S. (2019). Emotionallabour in tourism industry: perceptions of Eskisehir City Hotels' employees. *Global Review of Research in Tourism, Hospitality and Leisure Management*, 5(1), 744-755.

Wharton, A. S. (2009). The sociology of emotionallabor. *Annualreview of sociology*, 35, 147-165.

Wijeratne, A. J. C., Van Dijk, P. A., Kirk-Brown, A., & Frost, L. (2014). Rules of engagement: The role of emotionaldisplayrules in deliveringconservationinterpretation in a zoo-based tourism context. *Tourism Management*, 42, 149-156.

Zapf, D., & Holz, M. (2006). On the positive and negativeeffects of emotionwork in organizations. *Europeanjournal of work and organizationalpsychology*, 15(1), 1-28.

Kitap:

Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. SocialSciences Research Centre, University of Edinburgh

Hochschild, A. R. (1983). *The managedheart: Commercialization of humanfeeling*. Berkeley. University of California Press.

Ntoumanis, N. (2003). *A step-by-step guide to SPSS for sport and exercisestudies*. Routledge.

Tez:

Pala, T. (2008). *Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Düzeyi ve Boyutları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

İnternet Kaynakçası

Türkiye Turist Rehberleri Birliği (2020) <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/> (Erişim Tarihi: 04.03.2020).

Türkiye Turist Rehberleri Birliği, (2020). <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>, (Erişim Tarihi: 21.02.2020).

TÜRKÇE REHBERLİK ÖNERİSİNİN PAYDAŞLAR TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Dr.Öğr. Üyesi, Ertuğrul, DÜZGÜN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm
Fakültesi
duzgunertugrul@gmail.com

ÖZET

Ülkelerin sosyo-kültürel tanıtımlarında ve turizmden sağlamış oldukları ekonomik getirilerde kilit rol oynayan turist rehberlerinin önemi her geçen gün artmaktadır. Ülkemize gelen turist sayıları ve turizm gelirlerine bakıldığında bu önemin artmaya devam edeceği söylenebilir. Turist rehberlerinin haklarını korumak, mesleğe kabul etmek ve genel olarak turist rehberliği mesleğine yasal bir zemin oluşturmak üzere 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu 22 Haziran 2012 tarihinde resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanuna göre turist rehberliği yapabilmek için en az bir yabancı dil yeterliliğine sahip olmak gerekmektedir. Ancak belirli dönemlerde gerek turizm birlikleri gerekse sivil toplum kuruluşları tarafından Türk gruplara yönelik rehberlik hizmetinin yabancı dil bilen turist rehberleri yerine Türkçe rehberlik çalışma kartı olarak anlatım yapan rehberler tarafından verilebileceğine yönelik talepler gündeme gelmektedir. Buradan hareketle araştırmanın amacı Türkçe rehberliğin sektöre ne gibi katkılar sunacağı veya zararlar verebileceği Doğu Karadeniz Bölgesindeki uygulayıcılar (turist rehberleri, acentalar) tarafından tespit edebilmek olmuştur. Bu amaç doğrultusunda ilgili paydaşların görüşleri yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile yüz yüze veya telefon aracılığıyla toplanmıştır. Elde edilen bulgular bilgisayar ortamına aktarılarak betimsel olarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda Türkçe rehberlik faaliyetinin sektöre getireceği olumlu ve olumsuz durumlar paydaşların gözünden ortaya çıkarılmıştır. Araştırma kapsamında ulaşılan sonuçların sektör temsilcilerine, uygulayıcılara ve kanun yapıcılara yol göstereceği düşünülmektedir.

AnahtarKelimeler: Türkçeturistrehberliği, DoğuKaradeniz, Paydaşgörüşü, Turistrehberi.

ASSESSMENT OF PROPOSAL OF TURKISH GUIDANCE BY THE STAKEHOLDERS: THE CASE OF EASTERN BLACK SEA REGION

ABSTRACT

The significance of tourist guides, that play a key role in the socio- cultural promotion of the countries and in the economic returns they obtain through tourism, is increasing as days pass. When we consider the number of tourists coming to our country and tourism revenues, it can be claimed that the significance of tourist guides will be even more prominent for the coming years. Tourist Guiding Profession Law No. 6326 was published in the official newspaper on June 22, 2012 and has been in effect since then in order to protect the rights of tourist guides and for the approval of the profession and to set a legal basis for the tourist guiding profession in general. According to said law, proficiency of at least one foreign language is required to be able to perform the tourist

guidance profession. However, in certain periods, requests are brought to agenda by the tourism associations and non-governmental organizations that instead of the guides with foreign language proficiency, the guidance service for the Turkish tourist groups can be provided by the guides who obtain Turkish Tourist guide ID card. Within this context, the aim of the study is to be able to determine the contributions or the negative impacts from the perspective of the practitioners (tourist guides, agencies) in the Eastern Black Sea Region that Turkish guidance may have for the tourism industry. In line with the aim of the study, the opinions of the relevant stakeholders will obtain by face-to-face interviews or by telephone, using the semi-structured interview technique. The findings acquired will transfer to the computer and examined by means of descriptive analysis. As a result of the research, the positive and negative impacts that Turkish guidance may have on the industry will be revealed from the perspective of stakeholders. Within the scope of the research, the results obtained are considered to guide sector representatives, practitioners and lawmakers.

Key Words: Turkish tourist guidance, Eastern Black Sea, Stakeholder opinion, Tourist guide.

TURİST REHBERLERİNİN BAKIŞ AÇISIYLA BİREYSEL DÜZEYDE BAHŞIŞ VERME EĞİLİMİNİ ETKİLEYEN DAVRANIŞLAR

Dr. Öğr. Üy. Mikail KARA Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik YO mikailkara@karatekin.edu.tr	Arş. Gör. Dr. Sinem KUNT Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik YO sinemkunt@karatekin.edu.tr	* Arş. Gör. Sema KÜÇÜKALİ Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik YO semakucukali@karatekin.edu.tr
---	--	--

ÖZET

Günümüzde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler arasında hizmet kalitesi ve rekabet etme kavramları önem kazanmaktadır. Turizm işletmelerinde tüketicilerle etkileşim içinde olan çalışanların, hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini, müşteri sadakatini ve müşteri bahşiş verme davranışını etkilemede ve dolayısıyla işletmelerin rekabet üstünlüğünü ve performansını belirleme açısından önemli olduğu genel olarak kabul edilmektedir. Diğer bir ifadeyle, turist rehberleri de bağlı oldukları seyahat acentelerinin temsilcileri olarak ve doğrudan tur katılımcılarıyla iletişim ve etkileşim içerisinde bulunmaları açısından önemli bir rol üstlenmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın amacı, paket turlarda hizmet sunan ve bir seyahat acentesine bağlı olarak çalışan turist rehberlerinin bakış açısıyla bu tura katılan turistlerin bahşiş verme eğilimini etkileyen davranışları bireysel düzeyde ortaya koymaktır. Yapılan literatür taramasında, bahşişi artıran davranışların neler olduğu, memnuniyetin bahşiş üzerindeki etkisi ve psikolojinin bahşişi nasıl etkilediği üzerinde durulmuştur. Araştırmanın örneklemini bir seyahat acentesine bağlı olan ve paket turlarda hizmet sunan 15 profesyonel turist rehberi oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yönteminden faydalanılarak belirtilen 15 turist rehberleri ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Çalışmadan elde edilen verilerin analizinde altı aşamalı içerik analizi modeli kullanılmıştır. Birinci aşamada, araştırma sorusu (Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla Bireysel Düzeyde Bahşiş Verme Eğilimini Etkileyen Davranışlar Nelerdir?) tanımlanmıştır. Buna bağlı olarak bir kodlama şeması geliştirilmiştir. İkinci aşamada araştırmanın kapsamı dahilinde analiz edilecek kaynaklara karar verilmiştir. Üçüncü aşamada kolayda örnekleme tekniği ile örneklem çerçevesi geliştirilmiştir. Dördüncü aşamada kodlama kategorileri oluşturulmuştur. Beşinci aşamada veriler kodlanmış ve başlangıçta oluşturulan temaların ve verilerin birbirleri ile uyumu karşılaştırılmıştır. Anlamlı bir bütünlük oluşana kadar kodlar tekrar analiz edilmiştir. Altıncı son aşamada ise hazırlanan veri kodlama sistemi son halini almıştır. Yapılan çalışma sonucunda turist rehberlerinin bir kişilik özelliği olarak hizmet verme yatkınlığının müşteri davranışı üzerinde olumlu etki yarattığı ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifadeyle, turist rehberlerinin davranışları bireysel düzeyde bahşiş verme eğilimini etkilediği ve bahşişin de turist rehberlerinin motivasyonu ve performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte bahşişin bir kültür unsuru olduğu, milletten millete, kişiden kişiye kültürlerarası farklılık gösterebileceği anlaşılmıştır. Ayrıca demografik özelliklere bağlı olarak da farklılıklar ortaya çıkabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, Bahşiş, Hizmet Kalitesi, Performans, Motivasyon.

THE BEHAVIOURS AFFECTING THE TENDENCY OF GIVING INDIVIDUAL TIP FROM THE PERSPECTIVE OF TOURIST GUIDES

ABSTRACT

Today, the concepts of service quality and competition among businesses operating in the tourism sector are gaining importance. It is generally accepted that employees interacting with consumers in tourism businesses are important in influencing the service quality, customer satisfaction, customer loyalty and customer tipping behavior and thus determining the competitive advantage and performance of the businesses. In other words, tourist guides also play an important role as representatives of the travel agencies they are affiliated with and to communicate and interact directly with the participants of the tour. In line with this information, the aim of the study is to reveal the behaviors that affect the tendency of the tourists participating in this tour to tip, from the point of view of the tourist guides who provide services in package tours and work under a travel agency. The literature review focused on what are the behaviors that increase the tip, the effect of satisfaction on tip, and how psychology affects the tip. The sample of the research consists of 15 professional tourist guides who are connected to a travel agency and provide package tours. Face-to-face interviews were made with 15 tourist guides mentioned by making use of the sampling method easily. In the analysis of the data obtained from the study, a six-stage content analysis model was used. In the first stage, the research question (What are the Behaviors Affecting the Individuals' Tipping Tendency from the Point of View of Tourist Guides?) Is defined. Accordingly, a coding scheme has been developed. In the second stage, the sources to be analyzed within the scope of the research were decided. In the third stage, sampling frame was developed with easy sampling technique. In the fourth stage, coding categories were created. In the fifth stage, the data were coded and the compatibility of the themes and data created at the beginning were compared. The codes were analyzed again until a meaningful integrity occurred. In the sixth stage, the data coding system prepared took its final form. As a result of the study, it has been revealed that the disposition of tourist guides to serve as a personality trait has a positive effect on customer behavior. In other words, it has been determined that the behaviors of tourist guides affect the tendency to provide tips at an individual level and that they have a positive effect on the motivation and performance of tourist guides. However, it has been understood that the tip is a cultural element and may differ from nation to nation, from person to person. In addition, there may be differences depending on the demographic characteristics.

Key words: Tourist Guide, Tip, Service Quality, Performance, Motivation.

Giriş

Hizmetlerin kendine has olan heterojenlik, soyutluk, eş zamanlılık ve stoklanamama gibi özellikleri (Lovelock, 2007) hizmet işletmelerinin kaliteyi korumak, müşteri memnuniyeti yaratmak ve müşterilerle uzun süreli ilişki sürdürmek için yoğun çaba harcamalarını zorunlu hale getirmektedir. Gün geçtikçe daha da büyüyen hizmetler sektörüne paralel olarak, bir taraftan çeşitli hizmetlerle ilgili tüketici beklentileri ve istekleri artmakta, diğer taraftan da hizmet işletmeleri arasındaki ulusal ve uluslararası rekabet yoğunlaşmaktadır (Kuşluvan ve Eren, 2008). Bu durum hizmet işletmelerin farklı rekabet üstünlüklerine sahip olmasını gerektirmektedir. Hizmet işletmelerinde müşteri beklentilerini karşılamanın ve müşteri memnuniyetini sürekli hale getirmenin en önemli faktörlerinden biri müşteri odaklılık olarak ifade edilmektedir (Homburg, Hoyer ve Fassnacht 2002). Müşteri odaklılık ile işgörenlerin tüketicilere hizmet verme konusundaki istekliliği ve hizmet verme sürecinde bireylerarası

ilişki ve iletişim yetkinliği, hizmet verme yatkınlığı olarak ifade edilmektedir. Brown ve arkadaşlarının (2002) yaptıkları çalışmaya göre müşteri odaklılık diğer bir ifadeyle müşteriye merkeze almak, bir çalışanın iş ortamında müşteri ihtiyaçlarını karşılama eğilimi veya yatkınlığı olarak ifade edilmektedir. İşgörenler verilen hizmetin bir parçası olmakta, işletmenin temsilcisi haline gelmekte ve işletmenin tüketici gözündeki imajının oluşmasını sağlamaktadır (Bitner, Booms ve Tetreault 1990; Hartline ve Jones 1996). Brown ve arkadaşları, Rust, Zahorik ve Keiningham (1996) “hizmetlerin kişisel etkileşim bileşeninin genellikle müşterinin genel memnuniyetinin birincil belirleyicisi olduğunu” belirtmektedir. Müşteri odaklı olmak, diğer bir ifade ile müşteriye merkeze almak her işletme için oldukça önemlidir. Özetle, hizmet odaklılık, işgörenlerin hizmet verme isteği, becerisi, yeteneği ve hizmet vermekten duyduğu memnuniyet ile ilgilidir. Tüm bunlar müşterinin işletmeye ve hizmeti sunan personele bakış açısını olumlu yönde etkilemektedir. Bu bağlamda, çoğu hizmet kuruluşunda olduğu gibi seyahat acenteleri içinde bireysel hizmet çalışanları özellikle pazarlama kavramının uygulanmasında oldukça etkilidir. Bir paket tura katılan turistlerle doğrudan iletişim ve etkileşim içinde olan turist rehberleri hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini, müşteri sadakatini etkilemekte ve dolayısıyla bağlı olduğu seyahat acentesinin üstünlüğünü ve performansını belirleme açısından da çok kritik olduğu genel olarak kabul edilmektedir. Hizmetler çoğu zaman turist rehberlerinin eylemlerine dayalı olarak yerine getirilmekte ve soyut kabul edilen özellikler hizmet sunanın kişiliğinde, görünümünde, tutum ve davranışlarında somutlaşmaktadır. Diğer bir ifadeyle, hizmetin kendi olarak algılanmaktadır. Lynn ve Sturman’a göre (2010) bahşiş de müşteri memnuniyetinin ve tekrarlanan ziyaretlerin önemli bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Müşteriler genellikle sunulan hizmet karşılığında tatminini göstermek ve bir takdir göstergesi olarak otellerde ve restoranlarda hizmet sağlayıcılara faturalarında ekstra para öderler (Jessica, 2015; Saayman, 2014; Azar, 2007b). Bununla birlikte bahşiş kültürü küresel bir fenomen ve bir çeşit sosyo-kültürel davranış haline gelmiştir (Abraham, 2014). Diğer taraftan, birçok ulusal kültür, bahşiş verme geleneğine katılırken, verilen miktar ve bahşiş verme şekilleri ülkeler arasında büyük farklılıklar göstermektedir (Lynn ve Starbuck, 2014). Sosyal bir norm olan (Azar, 2007) bahşiş, çoğu ülkede yerleşik bir davranışken, aynı zamanda kültürel olarak da spesifiktir (Casey, 2001). Bahşiş esas olarak müşterinin, sağlanan hizmet kalitesini fiziksel olarak izleyebildiği işlerde mevcutsa, bahşişin ekonomik verimliliği artırdığı varsayılabilir. Bu, işletme yöneticileri ve sahipleri tarafından bireysel açıdan bakıldığında da hizmeti sunan için hizmet kalitesinin ve müşterinin memnuniyetinin bir göstergesi olarak kullanılabilir. Aynı durum turist rehberleri içinde söylenebilir. Azar’a (2014) göre Amerikalıların bahşiş verme eğiliminin yüksek olmasının en makul ve geçerli yanıtı, bahşişin doğal olarak hizmet kalitesini desteklediği ve güvence altına aldığı varsayımdır.

1. Literatür

Turist rehberleri, turizm endüstrisinin önde gelen oyuncularından birisidir. Aynı zamanda turist rehberleri, turizm endüstrisinde turistlerin bir destinasyondaki deneyimini şekillendirmede önemli bir rol üstlenen cephe çalışanlarıdır (Huang, Hsu ve Chan, 2009). Şöyle ki bir destinasyona ait cazibe merkezleri ve o destinasyonun kültürü hakkındaki bilgi ve yorumları ile iletişim ve hizmet becerileri sayesinde rehberler, turistlerin ziyaretini bir turdan bir deneyime dönüştürebilirler. Özetle turist rehberleri ev sahibi destinasyon ile ziyaretçiler arasında köprü görevi üstlenmektedir.

Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti, pazarlama literatüründe kapsamlı olarak araştırılan iki kavramdır (Fornell, Johnson, Anderson, Cha ve Bryant, 1996; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988). Operasyonel düzeyde, hizmet performansının hem hizmet kalitesi hem de müşteri memnuniyeti için daha güvenilir ve geçerli bir faktör olduğu ortaya konulmuştur (Crompton ve Love, 1995; Johns, Avcı, ve Karatepe, 2004; Yuksel ve Rimmington, 1998). Turist rehberlerinin turu bireysel ihtiyaçlara ve tercihlere göre özelleştirmek için iyi bir pozisyonda olması ve bu

nedenle turist memnuniyetinin sağlanmasında büyük bir sorumluluk üstlendiği yaygın olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla sunulan hizmet performansı da hizmet kalitesi ile yakından ilgilidir. Hizmet performansı, bazı araştırmacılar tarafından, özellikle hizmet kalitesinin işlevselleştirilmesinde en önemli unsur olarak görülmektedir (Crompton & Love, 1995; Johns vd., 2004). Müşteri memnuniyeti de her zaman hizmet kalitesiyle kavramsal ve metodolojik olarak ilişkilendirilmiştir. Özetle, hizmet performansı hizmet kalitesini etkilerken hizmet kalitesi de müşteri memnuniyeti üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. Müşteri memnuniyeti de müşterinin işletmeye ve/veya hizmet personeline olan davranışlarını etkilemektedir. Heung ve diğ. (2002) Hong Kong'daki havaalanı restoranları bağlamında turistlerin hizmet faktörleri algılarını ve bunların turist memnuniyeti üzerindeki etkilerini incelemişlerdir ve burada çalışanların niteliklerinin, güvenilirliğinin ve fiziksel özelliklerinin de genel memnuniyete katkıda bulunan önemli göstergeler olduğunu ortaya koymuşlardır. Son zamanlarda yapılan araştırmalara göre hizmet kalitesi, genellikle turist memnuniyetinin belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmektedir (Baloglu, Pekcan, Chen ve Santos, 2003; Chan, 2004; Heung, Wong ve Qu, 2002; Kang, Okamoto ve Donovan, 2004; Lee, Graefe ve Burns, 2004). Chan (2004) ise, paket turlarda tur hizmetlerinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmıştır ve iki ayrı memnuniyet yapısı içeren yapısal bir model ileri sürmüştür: Tur hizmetinden memnuniyet ve tur deneyiminden memnuniyet. Sonuçlara bakıldığında ise, tur hizmetinden duyulan memnuniyetin büyük ölçüde turist rehberliği hizmeti, boş zaman etkinlikleri ve yiyecek-içecek faktörleri tarafından yönlendirildiğini, tur deneyiminden memnuniyetin ise çoğunlukla boş zaman etkinlikleri, turist rehberi hizmeti ve alışveriş tarafından belirlendiğini göstermektedir. Ayrıca, hizmet kalitesinin müşterilerin davranışsal niyetleri üzerinde doğrudan bir etkiye ve / veya müşteri memnuniyetinin aracılık ettiği bu tür niyetler üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olduğuna dair güçlü kanıtlar vardır (Zeithaml, vd., 1996; Cronin, vd., 2000). Bu bakış açısıyla turist rehberlerinin turistlerin deneyiminde önemli bir paya sahip olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Bütün bunların sonucunda ise sunulan hizmetten memnun kalan hizmet alıcıları ise bazı davranışlar sergilemektedir. Örneğin, ağızdan-ağıza reklam (olumlu duyurum) tekrar satın alma, müşteri sadakati ve bahşış verme gibi davranışlar ortaya çıkmaktadır.

Müşterilerin davranışsal niyetlerinden biri olan bahşış, memnuniyetin ve tekrarlanan ziyaretlerin önemli bir göstergesi olarak kabul edilir (Lynn ve Sturman, 2010). Bahşış kültürü birçok ülkede yaygın olmasına rağmen, Japon kültürü gibi bazı kültürlerin bu davranışı reddettiği de bilinmektedir (Casey, 2001). Aynı zamanda bahşış, küresel bir görüngü ve bir tür sosyo-kültürel davranış haline de gelmiştir (Abraham, 2014). Bahşış bilinçli ve gönüllü bir eylem olduğundan, açıklaması sadece insan motivasyonunda yatmaktadır (Lynn, 2015). Bazı ülkelerde ise, bahşış norm güdümlü bir davranıştır. Bu kültürü anlamak, bize sunulan hizmetlerden ne ölçüde memnun kaldığımızın bir göstergesi olarak da kabul edilebilir. Fakat, işletmenin temsilcisi olan çalışanlar, müşteriler tarafından sunulan bahşış miktarına karşılık olarak hizmet kalitesini değiştiremez (Jessica, 2015). İyi hizmet ödülü olarak bahşış vermek (Kerr ve Domazlicky, 2009) son zamanlarda daha fazla ilgi görmektedir (Azar, 2009). Ek olarak, bahşışlerle ilgili normların ülkeler, meslekler ve bazen de kuruluş türü arasında dahi değiştiği dikkate alınmalıdır (Azar, 2007). Ayrıca bahşış verme davranışının müşterinin yaşı, ırkı ve cinsiyeti gibi demografik özelliklerden de etkilendiğini gösteren araştırmalar da literatürde yerini almıştır (Kerr ve Domazlicky, 2009). Van Vaarenbergh ve Holmqvist (2013) çalışmalarında, hizmet dilinin de tüketicilerin gerçek davranışını etkilediğini ve ikinci dilde hizmet veren çalışanların, müşterilerin daha düşük hizmet kalitesi algılamalarına ve bu yüzden bahşış vermeye daha az istekli oldukları sonucuna varmışlardır. Mupandawana (2009) ayrıca anlatıcının özelliklerinin ve algılanan hizmet kalitesinin bahşış kararı ve bahşış oranları üzerinde bir etkisi olduğunu ifade etmiştir.

Özetle bahşiş kültüre dayalı bir norm olmakla birlikte ülkeden ülkeye hatta aynı ülke içinde farklı bölgeler arasında bile değişiklik gösterebilmektedir. Kimi ülkede yerleşik bir kültür haline gelmişken, diğer bazı ülkelerde bu davranışı reddedebilmektedir. Bahşişin isteğe bağlı olması ve genellikle sunulan hizmetin sonunda diğer bir ifadeyle geriye dönük olarak gerçekleşmesi, çeşitli hizmet alanlarında bahşiş verilmesinin altında yatan nedenleri önemli hale getirmiştir. Yapılan araştırmalar insanların bahşiş vermesinin birçok farklı motivasyona dayandığını ortaya koymuştur. Genel olarak verilen hizmetten memnun kalınması sonucunda gerçekleştirilen bir eylem olması dikkat çekerken, memnuniyeti etkileyen farklı faktörler de bu hususta önem kazanmaktadır. Hizmet sunanın kişilik özellikleri, hizmet alanın demografik özellikleri, hizmet dili, alınan hizmetin sıklığı, hizmet sunanın tutum ve davranışları gibi faktörler bahşiş ve bahşiş miktarı üzerinde tetikleyici bir güce sahip olduğu yapılan araştırmalarla da desteklenmektedir.

2. Yöntem

Araştırmada nitel araştırma yaklaşımından faydalanılmıştır. Böylece turist rehberlerinin bahşiş davranışını etkileyen faktörlere ilişkin görüşlerinin derinlemesine incelenebileceği düşünülmüştür. Nitel yaklaşım çerçevesinde veri toplama tekniği olarak doküman incelemesi ile yarı yapılandırılmış görüşme, veri analiz yöntemi olarak da Neumann (2014)'ın 6 aşamalı içerik analizi modelinden yararlanılmıştır. Birinci aşamada, araştırmanın amaçları ve hedefleri tanımlanmıştır. Bir kodlama şeması geliştirilmiştir. İkinci aşamada, araştırmanın kapsamı dahilinde; profesyonel turist rehberlerinden elde edilen görüşme notları (veri kaynakları) toplanmıştır. Üçüncü aşamada, görüşme notları, turistlerin bireysel düzeyde bahşiş verme eğilimleri ana tema ve alt temalar olmak üzere analiz edilmiştir. Dördüncü aşamada, başlangıçta oluşturulan temaların birbirleri ile uyumu karşılaştırılmıştır. Beşinci aşamada anlamlı bir bütünlük oluşana kadar kodlar tekrar analiz edilmiştir. Altıncı son aşamada ise sonuçlar gözden geçirilmiş ve araştırma bulguları sonuçlandırılmıştır. Veriler, 02.01.2020-20.01.2020 tarihleri arasında toplanmıştır.

2.1. Araştırmanın amacı

Çalışmanın amacı, paket turlarda hizmet sunan ve bir seyahat acentesine bağlı olarak çalışan turist rehberlerinin bakış açısıyla bu tura katılan turistlerin bahşiş verme eğilimini etkileyen davranışları bireysel düzeyde ortaya koymaktır.

2.2. Örneklem ve veri toplama

Örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın örneklemini bir seyahat acentesine bağlı olan ve paket turlarda hizmet sunan 15 profesyonel turist rehberi oluşturmaktadır. 15 turist rehberleri ile önceden randevu alınarak çalışma ofislerinde görüşme yapılmıştır. Görüşme esnasında bir görüşme formu, not kâğıtları ve ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde rehberleri tanımlayıcı sorular (yaş,cinsiyet,deneyim,gelir) yer almıştır. İkinci bölümde ise turistleri bahşiş vermeye iten motivasyonların irdelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda araştırma sorusu katılımcılara (Turistlerin bahşiş verme eğilimlerini etkileyen davranışlar nelerdir?) açık uçlu şekilde ifade edilmiştir. Rehberlere soruları cevaplama süresi konusunda bir kısıtlama getirilmemiş ve süre esnekliği tanınmıştır. Bu şekilde rehberler herhangi bir kısıtlama olmaksızın düşüncelerini ayrıntılı bir şekilde dile getirmişlerdir. Araştırmaya katılan rehberler Rehber1, Rehber 2

şeklinde kodlanmıştır.

2.3. Geçerlik ve güvenilirlik

Bu çalışmada elde edilen bulgular; Kültür ve Turizm Bakanlığından ruhsatname alan ve bir rehber odasına kayıtlı, çalışma kartına sahip ve en az 2 yıl meslek deneyimi olan bir seyahat acentesine bağlı olarak çalışan eylemli profesyonel turist rehberlerinden elde edilmiştir. Çalışmada sistematik bir yöntem izlenmiştir. Veriler, 6 aşamalı içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Analitik bir bakış açısı benimsenmiş bulgular çok boyutlu ve derinlemesine incelemeye (verilerin toplanması, analiz edilmesi ve değerlendirilmesi) tabi tutulmuştur. Bu açıdan ifade edilen bilgilerin, çalışmanın geçerliği ve güvenilirliği yönündeki kaygıları azaltıcı nitelikte olduğu söylenebilir.

2.4. Araştırmanın varsayılan modeli

Araştırmada yapılan literatür taramasına bağlı olarak bahşış verme davranışı her ne kadar bir çok faktörün altında incelense de bahşışin daha çok hizmet verme yetkinliği ve müşteri memnuniyeti ile ilgili olduğu görülmüştür. Dolayısıyla araştırmanın modeli Şekil 1’de görüleceği üzere hizmet verme yetkinliği ve müşteri memnuniyeti temelinde şekillenmiştir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



3. Bulgular

Paket turlarda hizmet sunan ve bir seyahat acentesine bağlı olarak çalışan turist rehberlerinin bakış açısıyla bu tura katılan turistlerin bahşış verme eğilimini etkileyen davranışları bireysel düzeyde ortaya koymak amacı ile yapılan bu çalışmada elde edilen bulgular aşağıda tablo ve şekiller ile sunulmaktadır.

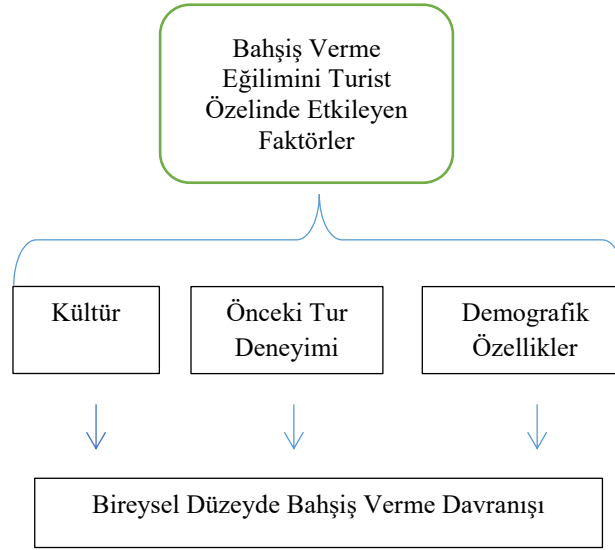
Tablo 1. Turist Rehberlerine İlişkin Demografik Özellikler

Rehber	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Medeni Durum	Gelir(Aylık) [†]	Mesleki Deneyim (Yıl)
1	Erkek	34	Yüksek Lisans	Bekar	7.000 TL ve üzeri	3
2	Erkek	32	Lisans	Bekar	20.000 TL	9
3	Erkek	32	Lisans	Bekar	5.000 TL ve üzeri	9
4	Erkek	40	Lisans	Evli	15.000 TL ve üzeri	15
5	Kadın	33	Yüksek Lisans	Bekar	7.000 TL ve üzeri	8
6	Erkek	31	Lisans	Bekar	9.000 TL ve üzeri	8
7	Erkek	31	Lisans	Bekar	9.000 TL ve üzeri	9
8	Erkek	42	Doktora	Evli	7.000 TL ve üzeri	8
9	Erkek	29	Lisans	Bekar	7.000 TL ve üzeri	2
10	Kadın	31	Lisans	Bekar	10.000 TL ve üzeri	9
11	Kadın	31	Lisans	Bekar	10.000 TL ve üzeri	8
12	Erkek	35	Lisans	Bekar	7.000 TL ve üzeri	7
13	Erkek	33	Lisans	Bekar	9.000 TL ve üzeri	6
14	Erkek	30	Lisans	Bekar	10.000 TL ve üzeri	5
15	Erkek	34	Lisans	Bekar	7.000 TL ve üzeri	9

† Sezona göre değişiklik göstermektedir.

Tablo 1’de sunulduğu gibi, görüşmeye katılan turist rehberlerinin hemen hemen tamamına yakını erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların önemli bir bölümünün 30-35 yaş aralığında toplandığı görülmektedir. Turist rehberlerinin büyük çoğunluğu lisans mezunudur. Medeni durum kategorisi açısından incelendiğinde ise neredeyse tamamına yakını bekarıdır. Aylık gelir açısından bakıldığında 7.000 TL ve 20.000 TL arası değişmektedir. Mesleki deneyim konusunda katılımcılar 2-15 yıl arası deneyime sahiptir.

Şekil 2: Turist rehberlerinin bakış açısıyla bireysel düzeyde bahşiş verme eğilimini turist özelinde etkileyen faktörler



3.1. Turist rehberlerinin bakış açısıyla bireysel düzeyde bahşiş verme eğilimini turist özelinde etkileyen genel faktörler

3.1.1. Kültür

Bahşiş verme davranışı turistin geldiği ülkede bahşiş kültürünün olup olmamasına bağlı olarak değişir. Buna örnek Hintlilerde bahşiş kültürünün olmadığı söylenebilir (Rehber 2). Bahşiş eyleminin sadece bir sebebe bağlanması yanlış olur. Etki eden birçok faktör bulunmakla birlikte en önemlisi gelinen destinasyondaki bahşiş kültürüdür (Rehber 3, Rehber 14, Rehber 13). Öncelikle bahşişe bir kültür olarak bakmak gerekir çünkü bahşiş kültürü olmayan turist gruplarında rehber ne yaparsa yapsın bahşiş alması çok zordur (Rehber 5, Rehber 7). Bahşiş davranışında en önemli unsur misafirin kültürüdür. Öncelikle kendi kültüründe olması ya da bir yerde görmesi, tecrübe etmesi gerekiyor ki bunu bir davranışa dönüştürebilsin (Rehber 6). Hizmet verdiği grubun bahşiş kültürü var mı yok mu en önemli unsur bu sorunun altında yatmaktadır. Zaten bu bir kültür olarak yerleşmemişse diğer tüm unsurlar geçersiz kalır (Rehber 11, Rehber 12).

Görüşülen rehberlerin çoğu, bahşiş davranışında kültürün en önemli unsur olduğunu, bahşiş davranışının benimsenmediği ya da kabul edilmediği kültürlerde diğer tüm unsurlar pozitif yönlü de olsa bunun bir davranışa dönüşmeyeceğinin altını çizmektedir. Dolayısıyla Hofstede (1980)’nin ileri sürdüğü gibi birçok insan, kendi ülkesinin ortak değerlerini ve fikirlerini yansıtan ulusal özellikler gösterir. Örnek olarak, çoğu Asya ülkesinde bahşiş eylemi oldukça hassas bir konudur. Çünkü bu davranışın hizmet sunan ve hizmet alan arasındaki eşitsizliği vurguladığı buna bağlı olarak da hizmet sunanın “küçük düştüğü/lose face” düşüncesi hakimdir (Dewald, 2003).

Japon turistler ise bahşiş yerine armağan vermeyi daha uygun bulmaktadırlar (Cho, 2005).

3.1.2. Önceki tur deneyimi

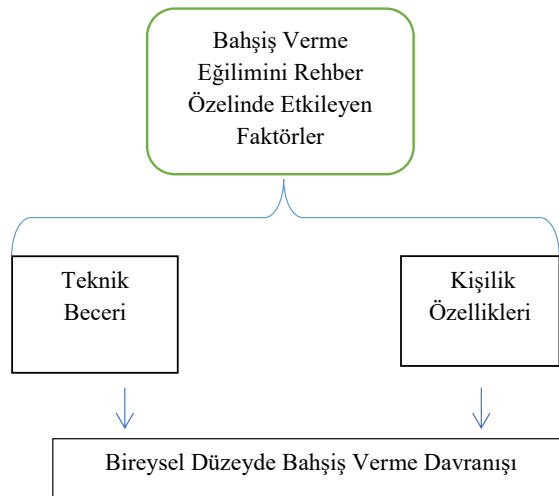
Bahşiş verme davranışında kültür kadar etkili olmamakla birlikte yaşanan tecrübe ve deneyimlerin bahşiş davranışında etkili olduğu görüşmeciler tarafından ifade edilmiştir. Rehber 5'e göre, kendi kültüründe bu davranış yaygın olmasa da, daha önce böyle bir deneyim yaşamaması bahşiş davranışı etkiler. Yine Rehber 6 ve 10, tur tecrübesinin önemli olduğunu ifade etmektedir. Rehber 13'e göre de sosyal etkileşim önemli faktörler arasında gösterilmektedir.

Bu faktörün de Covey'in 2011 yılında yapmış olduğu çalışmanın çıktıkları ile uyumluluk sağladığı görülmektedir. Convey (2011), geleneksel olarak bahşiş davranışını reddeden Yeni Zelandalıların batılı turistlerin etkisiyle bahşiş davranışında bir artış olduğunu ileri sürmüştür. Bu da sosyal etkileşim ve deneyim kazanmanın bahşiş davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır.

3.1.3. Tura katılan turistlerin demografik özellikleri

Katılımcıların gelir düzeyleri, katılımcıların eğitim düzeyleri bahşiş davranışında önemli etkenlerdir (Rehber 1). Ekonomik gelir arttıkça bahşiş ve bahşiş miktarı da artar (Rehber 8, Rehber 3). Tura katılanların gelmiş oldukları ülke (Alman, İngiliz, Çek Cumhuriyeti ve Norveç çok bahşiş verir, Polonya, Romanya, Bulgaristan az verir) yani milliyetleri çok önemlidir. Türk gruplarda gelmiş oldukları şehir (İzmir, Eskişehir, İstanbul gibi şehirlerden gelen turlarda çok bahşiş çıkar fakat Adana, Kayseri, Konya'dan gelen katılımcılardan tip alamazsın). Katılımcıların yaşları (Öğrenci ve üniversite gruplarından bahşiş davranışı göremezsiniz). Burada aslında ekonomik durumda önemli etken diyebiliriz.(Rehber 10). Katılımcıların eğitim durumları (Eğitim seviyesi yüksek olanlar bahşiş verir) (Rehber 7, Rehber 9). Ekonomik durumu etkilidir diyebiliriz (Rehber 2, Rehber 4, Rehber 13, Rehber 15). Bir paket turda yer alan turistlerin demografik özelliklerinin de bahşiş davranışını etkilediği görüşmelerden elde edilen diğer bir bulgudur. Bu bulgu da literatürde yer alan diğer araştırmalarla uyum sağlamaktadır (Lynn 2004; Maynard & Mupandawana, 2009; Kerr & Domazlicky,2009).

Şekil 3: Turist rehberlerinin bakış açısıyla bireysel düzeyde bahşiş verme eğilimini rehber özelinde etkileyen faktörler



3.2. Turist rehberlerinin bakış açısıyla bireysel düzeyde bahşış verme eğilimini turist rehberleri özelinde etkileyen faktörler

3.2.1. Teknik beceri

Turist rehberlerinin sorumlu oldukları süreçleri yönetmede ihtiyaç duyulan bilgi ve becerileri ve bunun yanı sıra uzmanlık düzeyleri turist rehberlerinin teknik yetkinliklerini ifade etmektedir (Akoğlan Kozak & Yetgin, 2013). Bu yönüyle yapılan görüşmelerde bahşış davranışını etkilediği ileri sürülen faktörler ortaya konulmuştur. Öncelikle programın planlandığı gibi yapılması, sorunlara pratik çözümler getirmenin bahşışı etkilediğini diyebiliriz (Rehber 6). Tur esnasında turist rehberinden kaynaklanmamak şartıyla çıkan aksaklıkların çözülmesi, pratik davranabilmek önemlidir. Uçağın iptal olması veya saatinin değişmesi, bir turistin hastalanması ve tur programının yanlış olması gibi sorunlar buna örnek gösterilebilir (Rehber 2). Turist rehberinin bilgi ve donanımı, turistlerin ihtiyaç ve isteklerini okuyabilmesi bahşış üzerinde oldukça önemlidir (Rehber 1, Rehber 7, Rehber 14). Zamanı iyi yönetebilmesi, tur planına uyması gibi unsurlar turun sağlıklı yürütülmesi açısından önemlidir. Bu da bahşış üzerinde olumlu etki yaratacaktır (Rehber 3, Rehber 11, Rehber 4). Tur süreci boyunca görev alanı ile ilgili işlerini aksatmadan yerine getirmesi yine turun gidişatında etken rol aldığından, bahşış davranışını etkiler (Rehber 15). Ayrıca Rehber 5'e göre hizmet dili de bahşış üzerinde önemli bir güce sahiptir. Özellikle milliyetçi olarak bilinen bazı ülke insanları ile ortak bir dil yerine kendi dilleri ile iletişim kurulması hoşlarına gittiğinden etkili bir faktör olduğu ileri sürülmüştür. Fransızlar için bunun önemli bir unsur olması ve rehberlere sempati duyması bu hususta örnek gösterilebilir.

Akoğlan Kozak ve Yetgin (2013)'in "Profesyonel turist rehberlerinin yetkinliklerinin mesleki yeterlilikler çerçevesinde değerlendirilmesi" başlıklı çalışmasında teknik yetkinlik ve beceri liderlik ve yöneticilik yetkinliğinden sonra rehberlerin en sık kullandığı yetkinlik olarak ikinci sırada gösterilmektedir. Bu sonuç Lynn ve Simons (2002)'nin kendini daha bilgili ve yetkin olarak sunan çalışanların daha fazla bahşış aldığını ileri süren çalışmasıyla paralellik göstermektedir. Müşterilere (turistlere) kendi dilleriyle hitap etmenin bahşış üzerindeki etkisi de Vaerenberg ve Holmqvist'in "Speak My Language If You Want My Money: Service Language's Influence on Consumer Tipping Behavior" çalışmasıyla desteklenmektedir.

3.2.2. Turist rehberinin kişilik özellikleri

Yapılan görüşmelerden tur rehberinin kişilik özelliklerinin ve davranışlarının memnuniyeti etkileyen ve bahşış davranışına etki eden önemli faktörler olduğu da anlaşılmaktadır. Turist rehberinin iletişim becerisi ve dışa dönük olması önemli etkenlerdir (Rehber 12). Nezaket, incelik ve saygı yine bahşış davranışında etken rol oynamaktadır (Rehber 7 ve Rehber 10). Rehber 2, Rehber 5, Rehber 13, Rehber 11 ve Rehber 14 göre, turist rehberinin kendini ve hizmeti sunuşu yine bahşış üzerinde etkiye sahip olan davranışların başında gelmektedir. Turist rehberinin güler yüzlü olması, kişisel yakınlık yani hizmeti özelleştirmek, kişiselleştirmek turistlere kendini önemli ve özel hissettirmesi açısından bahşış üzerinde önemli role sahip olan davranışlardır (Rehber 1, Rehber 9, Rehber 13, Rehber 15). Yine Rehber 3 ve Rehber 4'e göre ne kadar ilgi alaka gösterilirse ve beklenenin üzerinde bir performans sergilenirse, memnuniyet ve bahşış artar. Burada yakınlıktan kast edilenin ise kendilerini güvende hissetmelerini sağlama, güven verme olarak ifade etmektedirler. Rehber 2, Rehber 1, Rehber 6, Rehber 9 ve Rehber 12; tur esnasında sadece turist rehberinin davranışlarının değil diğer tur görevlilerinin hem turist rehberi ile hem de turistler ile ilgili tutum ve davranışlarının da bahşış üzerinde önemli etkiye sahip olduğunun altını çizmektedirler. Rehberin genel yaklaşımı, grupla kaynaşması, pratik olması ve grup hakimiyeti de bahşış üzerinde

etkili olan diğer faktörler olarak sıralanabilir..

Turist rehberinin teknik becerileri ve kişilik özelliklerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan memnuniyetin bahşiş davranışı üzerinde en önemli faktör olarak gösterilmesi dikkat çeken diğer bir bulgudur. Bununla ilgili turist rehberinin ifadelerine sırasıyla yer verilmiştir. Bahşiş kültürü tamamen memnuniyetle ilgilidir. Ne kadar kaliteli hizmet sunarsanız memnuniyet de aynı doğrultuda artar ve bu da bahşiş davranışını ve miktarını etkiler (Rehber 3). Turdaki memnuniyet en önemli etkenlerdendir. Memnuniyeti açıklamak gerekirse öncelikle programın planlandığı gibi yapılması, sorunlara pratik çözümler getirmek diyebiliriz (Rehber 6). Tur hizmetinden memnuniyet bahşiş artırır. Memnuniyeti ise etkileyen pek çok davranış burada sayılabilir; rehberin bilgi ve donanımı, turistlerin ihtiyaç ve isteklerini okuyabilmek, verilen boş vakitler gibi (Rehber 8). Sunulan hizmetten memnun kalan misafir bahşiş verir (Rehber 9). En önemli faktör memnuniyet ve kültürdür (Rehber 10). Genel olarak memnuniyet diyebiliriz. Memnuniyeti açarsak turun başladığı andan bitiş anına kadar geçen süredeki her bir olay memnuniyeti etkiler (Rehber 2 ve Rehber 14). Tavsiye edilen mekanlardan/yiyeceklerden memnun kalınması bahşiş davranışında önemlidir (Rehber 5).

Tur hizmeti, müşterilere bütünlük deneyimler sunan bir hizmet bütünüdür. Dolayısıyla söz konusu müşteriye (turist) sunulan hizmetin her bir halkası müşteri memnuniyetini veya memnuniyetsizliğini etkilemektedir. Bir turist rehberinin gerek teknik becerileri gerekse de kişilik özellikleri birbirini tamamladığında ortaya çıkan davranışlar bütünü memnuniyet üzerinde daha güçlü etkiye sahip olacaktır. Barkan ve Israeli (2004)'e göre, müşteriler verilen hizmetten memnun kaldıklarında bahşiş davranışı gösterirler. Bahşiş müşteri memnuniyetinin ve tekrarlanan ziyaretlerin önemli bir göstergesi olarak kabul edilir (Lynn ve Sturman,2010). Dolayısıyla iyi hizmetin ve müşteri memnuniyetinin bahşişin belirleyicisi olduğu söylenebilir.

4. Sonuç

Bahşiş davranışlarıyla ilgili artan çalışmalar, bahşişin karmaşık bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır. Temeli kültüre dayanan bahşiş davranışının altında birçok etken rol oynamaktadır. Genel olarak literatüre bakıldığında, bahşiş davranışı ve miktarı üzerine yapılan çalışmaların otel ve restoran çalışanları özelinde ağırlık kazandığı görülmektedir. Bahşiş kültürünün meslekler arasında da farklılık gösterdiğini, müşterilerle daha sık ve tekrarlanan etkileşimler içerisinde olan çalışanların daha fazla bahşiş aldığı yapılan çalışmalarla da desteklenmektedir. Yine hizmetin özelleştirilmesi, müşteriye kendini özel ve önemli hissettireceğinden diğer bir ifadeyle gelecekteki hizmet endişelerini ve hizmet sunan ile ilgili düşüncelerini olumlu yönde etkileyeceğinden bahşiş davranışında önemli görülmektedir. Meslekleri gereği turist ile birebir iletişim ve etkileşim içerisinde olan turist rehberleri bu hususta önem kazanmaktadır. Literatür taramasına dayalı olarak turist rehberleri özelinde bahşiş kültürünü/davranışını irdeleyen çalışmaların sınırlılığı çalışmaya özgün bir değer kazandırmaktadır.

Çalışmada, tur hizmeti boyunca diğer bir ifadeyle hizmet mübadelesi süresince yaşanan ve hissettirilen her bir olay bahşiş davranışını olumlu veya olumsuz yönde etkilediği paket turlarda görev alan turist rehberleri tarafından ifade edilmiştir. Kültür temelli bir davranış olan bahşiş, sunulan hizmetten ne ölçüde memnun kalındığının bir göstergesi olarak da kabul edilebilir. Memnuniyetin bahşiş üzerindeki etkisi yapılan çalışmayla da ortaya konulmuştur. Burada önemli husus, turist rehberlerinin bazı kişilik özelliklerinin memnuniyeti etkilemesi ve bununda bahşiş olarak geri dönmesi şeklinde ifade edilebilir. Turist rehberinin, dışa dönük olması, güler yüzlü olması, tur katılımcılarıyla ve diğer tur görevlileri ile uyumlu olması, ince ve kibar olması gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla bahşiş eğiliminde turist rehberlerinin nitelikleri (bilgi ve donanımı, istek, ihtiyaç ve beklentileri karşılayabilmesi, grupta kaynaşması, çözüm odaklı ve pratik olması) ve güvenilirliği turistler için karar

verici faktörler olarak düşünülebilir. Bunların dışında ise dikkat çeken diğer ifadeler; tur programında aksaklıkların yaşanmaması, boş vakit, diğer görevlilerin tutum ve davranışları, tavsiye edilen mekan ve işletmelerden memnun kalınması ve tur esnasındaki ikramlar olarak sıralanabilir.

Son olarak tura katılan turistlerin özelinde ise turist rehberlerinin bahşış eğilimini etkilediğini belirttiği faktörlerin başında kültür gelmektedir. Diğer bir ifade ile kişinin ait olduğu kültürün bahşış davranışını, sosyal bir norm haline getirip getirmemesi ile ilgilidir. Başka bir faktör ise kişinin daha önce tur deneyimi yaşamış olması, bu davranışı benimsemesi ile ilgili olarak açıklanabilir. Bahşış davranışı üzerinde teşvik edici veya caydırıcı etkiye sahip olan faktörleri ise; gelir düzeyi, eğitim seviyesi, yaş ve milliyet gibi demografik özellikler şeklinde sıralamak mümkündür.

5. Kaynakça

Abraham, Z., (2014). The Influence of National Culture on Tipping Behavior. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 2626. <https://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations/2626>.

Akoğlan Kozak, M., & Yetgin, D. (2013). Profesyonel turist rehberlerinin yetkinliklerinin mesleki yeterlilikler çerçevesinde değerlendirilmesi, İçinde K. Karamustafa (ed.) 14. Ulusal Turizm Rehberliği Kongresi (ss. 408-428). Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Azar, O.H., (2007). Why pay extra? Tipping and the importance of social norms and feelings in economic theory. The Journal of Socio-Economics, 36(2), 250-265.

Azar, O. H., (2010). Do people tip because of psychological or strategic motivations? An empirical analysis of restaurant tipping. Applied Economics, 3039-3044.

Baloglu, S., Pekcan A., Chen, S. L., & Santos, J., (2003). The relationship between destination performance, overall satisfaction, and behavioral intention for distinct segments. Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism, 4, 149-165.

Berry, L. L., Parasuraman, A. & Zeithaml, V.A., (1994). Improving service quality in America: Lessons Learned, The Academy of Management Executive, 8 (2), 32-52.

Bitner, M.J., Booms, B. & Tetreault, M., (1990), The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. Journal of Marketing, Vol. 54 (1), 71-84.

Brown, J., Mowen, C., J., Donovan, T., & Licata, J., (2002). The customer orientation of service workers: personality trait determinants and effects on self- and supervisor performance ratings,” Journal of Marketing Research, 39, 110–19.

Casey, B., (2001). Tipping in New Zealand restaurants. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 42(1), 21-25.

Cho, M., (2005). A re-examination of cultural influences on restaurant tipping behavior: a comparison of Japan and the U.S. Journal of Foodservice Business Research, 8 (1), 79- 96.

- Cohen, E., (1985). The tourist guide: The origins, structure and Dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Crompton, J., & Love, L., (1995). The predictive validity of alternative approaches to evaluating quality of a festival. *Journal of Travel Research*, 34, 11-24.
- Dewald, B., (2003). Tipping in Hong Kong restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 22(3), 307-319.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E., (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, 60, 7-18.
- Heung, V. C. S., Wong, M. Y., & Qu, H., (2000). Airport-restaurant service quality in Hong Kong: An application of SERVQUAL. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41, 86-96.
- Homburg, C., Hoyer, W. D. & Fassnacht, M., (2002). Service orientation of a retailer business strategy: Dimension, antecedents and performance outcomes, *Journal of Marketing*, 66(44), 86-101.
- Hofstede, G., (1980). Motivation, leadership, and organization: Do American theories apply abroad? *Organizational Dynamics*, 9(1), 42-63.
- Huang, S., Hsu, C.H.C., & Chan, A., (2009). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34(1), 3-33.
- Jessica, J. (2015). Factor influencing customers tipping behavior in restaurant in LUZERN. *Journal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 13-27.
- Johns, N., Avci, T., & Karatepe, O. M. (2004). Measuring service quality of travel agents: Evidence from Northern Cyprus. *The Service Industries Journal*, 24, 82-100.
- Kang, S., Okamoto, N., & Donovan, H. A. (2004). Service quality and its effect on customer satisfaction and customer behavioral intentions: Hotel and Ryokan guests in Japan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9, 189-202.
- Kerr, P. M., & Domazlicky, B.R. (2009). Tipping and Service Quality: Results from a Large Database. *Applied Economics Letters*, 16(15), 1505-1510.
- Kuşlivan, S., & Eren, D. (2008). Örgütsel hizmet odaklılığın işletme performansı üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 177-193.
- Lovelock, C.H. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. *Journal of Marketing*, 9-20.
- Lynn, M. (2001). Restaurant tipping and service quality: A tenuous relationship. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(1), 14-20.

- Lynn, M. (2015). Service gratuities and tipping: A motivational framework. *Journal of Economic Psychology*, 46, 74-88.
- Lynn, M., & Sturman, M C. (2010). Tipping and service quality: A within-subjects analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34(2), 269-275.
- Lynn, M., Zinkhan, G. M., & Harris, J. (1993). Consumer tipping: A cross-country study. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 478-488.
- Lynn, M., & Graves, J. (1996). Tipping: an incentive/reward for service?. *Hospitality Research Journal*, 20(1), 1-14.
- Lynn, M., & Starbuck, M. M. (2014). Tipping customs: The effects of national differences in attitudes toward tipping and sensitivities to duty and social pressure. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*.
- Maynard, L.J., & Mupandawana, M. (2009). Tipping Behavior in Canadian Restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 597-603.
- Neumann, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*, Seventh Edition, New York: Pearson.
- Rust, R.T. & Zahorik, A.J. (1993). Customer satisfaction, customer retention, and market share. *Journal of Retailing*, 69 (2), 193-215.
- Saayman, M. (2014) To tip or not to tip?. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. 3 (2).
- Waerenbergh, Y., V. & Holmqvist, J. (2013). Speak my language if you want my money: Service language's influence on consumer tipping behavior. *European Journal of Marketing*, 48(8), 1276-1292.
- Yuksel, A., & Rimmington, M. (1998). Customer-satisfaction measurement. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 39(6), 60-70.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 52, 35-48.

TURİST REHBERLİĞİNİN MULTİDİSİPLİNER YANSIMASINA BİR ÖRNEK: “DİNLER TARİHİ”

* Doç. Dr. Mehmet Alparslan KÜÇÜK
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi
a.kucuk@hbv.edu.tr

Ufuk ÇAM
AHBVÜ
Turizm Fakültesi Yüksek Lisans Öğrencisi
ufuk.cam@hbv.edu.tr

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği, Multidisipliner, Dinler Tarihi

Rehberlik; her sektörün olduğu gibi Turizm sektörünün de en önemli unsurlarından birini oluşturmaktadır. Kökeni insanlık tarihinin başlangıcına dayanan rehberlik, insanlara yardım etme amacıyla ortaya çıkan ve zamanla sektör haline gelen bir olgudur. Çünkü insanlar; yapıları/fıtratları gereği bir rehber ve rehberliğe ihtiyaç duymaktadır. Duruma göre yönetici-eğitici, arabulucu ve bir nevi “kültür elçisi” olma özelliklerini ihtiva eden rehberler, hem toplumsal/ulusal bir anlayışın hem de bir devletin/ülkenin temsilcisi olarak hizmet etmektedirler. Diğer bir ifadeyle onlar, üyesi olduğu toplumun ve mensubu olduğu dinin bir göstergesini oluşturmaktadırlar. Bu bağlamda Turist Rehberliği, hem ahlâkî yönü hem eğiticilik ve öğreticilik fonksiyonu hem de liderlik vasfı çerçevesinde Turizm sektöründe önemli bir unsur olarak dikkat çekmektedir. (Küçük 2017a:177) Dolayısıyla Dinler Tarihi, yukarıda bahsi geçen özellikleri sağlamada ve uygulamaya koymada önemli bir vasıta olarak kendisini göstermektedir.

Türkler, meslekleri “yol” kavramıyla ifade ederek hem yol-meslek arasındaki ilişkiyi hem de meslek/iş ahlâkı bakımından önemini ortaya koymuşlardır. (Küçük 2017a:178) Turist Rehberliği de multidisipliner bir alan olarak bu noktada ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Ayrıca o; İkonografi, Sanat Tarihi ve Arkeoloji gibi birçok alanı ihtiva etme özelliğini bünyesinde barındırmaktadır. Bu bilim dalları, “Turist Rehberliği”nin en önemli temel taşlarındandır. Söz konusu bilim dallarının daha iyi anlaşılabilmesi, sembollerin (doğru) yorumlanabilmesi ve bunların Turist Rehberliği sektöründe en iyi şekilde uygulamaya konulabilmesi noktasında “Dinler Tarihi” ayrı bir öneme ve konuma sahiptir. Bundan dolayı Dinler Tarihi, kültürleri tanımaya hizmet etme aşamasında diğer alanlardan bir adım öndedir. Çünkü uygarlıkları/medeniyetleri bilebilmenin, kültürlerini tanıyabilmenin yolu onların dinlerini ve “Dinler Tarihi” bilmekten geçmektedir.

Dinler Tarihi, günümüzde insanların ve toplumların, birbirleriyle ekonomik, siyasî, kültürel ve dinî ilişkiler içerisinde olmasında da anahtar rol oynamaktadır. Çünkü her din mensubu, Dinler Tarihi ile hem mensup olduğu kendi dinini/kültürünü anlama ve diğer dinlere/kültürlere karşı konumunu belirleyebilme hem de diğer dinleri/kültürleri öğrenerek onları tanıma olanağını elde edebilmektedir. (Küçük v.d. 2020:15-16) Bu sebeple Turist Rehberliği için “Dinler Tarihi” olmazsa olmazlardandır.

Dinler Tarihi, Turist Rehberliği’nin hem akademik eğitimi hem de uygulama alanı için önem taşımaktadır. Çünkü Turist Rehberliği’nin ders müfredatında Dinler Tarihi başta olmak üzere İkonografi, İnanç Turizmi ve Mitoloji gibi dersler yer almaktadır. Bunlardan “imaj/resim yazısı” olarak da ifade edilen İkonografi; ikonaları şekilsel açıdan

inceleyen ve konularına göre sınıflandıran bir disiplin/bilim dalı olarak tarif edilmektedir. (Küçük 2019:185) Bu bağlamda İkonografi, ikonaları tanımayı/yorumlamayı gerektirmektedir. İsa Mesih, Meryem, Yahya ve diğer önemli dinî şahsiyetler ile Hıristiyanlık dinine ait olayları ihtiva eden resim veya tasvirler şeklinde tanımlanan ikonaları yorumlayabilmenin yolu da Hıristiyanlık bilgisinden geçmektedir. (İkona ile ilgili farklı tanımlar için bkz. Küçük 2016:231; Küçük-Arslan 2018:55) Bu bağlamda Türkiye’de de orijinal örnekleri bulunan ikonaları anlayabilmek ve yorumlayabilmek için özelde Hıristiyanlığı genelde Dinler Tarihi’ni bilmek bir ihtiyaçtır.

“Mit/Söylence Bilimi” şeklinde ifade edilen Mitoloji ise “dinin insan boyutlu algılanışı ve açıklayıcısı özelliği” vasfıyla Dinler Tarihi ile ilişkili yorumlanabilmektedir. O, toplumların inanç haline gelmiş efsanelerini, mitlerini ortaya çıkış ve gelişim süreci açısından inceleyen, yorumlayan bir bilim dalı olarak ifade edilmektedir. Doğal olarak “kutsal hikâye” biçiminde yorumlanabilen Mitoloji, tanımdan da anlaşılacağı gibi genellikle “Din” ile iç içe değerlendirilmektedir. Çünkü her mitolojinin bir dinî uzantısı bulunmaktadır. (Bkz. Öskan 2002:9-10; Küçük 2015b:22-23)

Turistlerin ilgi gösterdiği mekânların başında genellikle birden fazla dinî geleneğin yaşandığı/mevcut olduğu yerler gelmektedir. (Küçük 2013:106; Küçük 2018a:92-93) Dolayısıyla İnanç Turizmi, Dinler Tarihi ile doğrudan ilişkilidir. Bu ilişki/ilgi, İnanç Turizmi’nin, dinî ihtiyaçların giderilmesi amacıyla ulusal veya uluslararası “dinî miras” özelliğine sahip kutsal mekânların turizm sektörünün seyahat, rehberlik ve konaklama gibi tüm hizmetlerinden faydalanmak suretiyle yapılan seyahatler ile bu seyahatler sürecindeki tüm faaliyetlerin Turizm ekseninde yorumlanması şeklindeki tanımında da kendisini göstermektedir. (Küçük 2017b:430; Küçük 2018b:203) Dinler Tarihi, Hac ile İnanç Turizmini benzer, ortak ve farklı yönleriyle doğru ve objektif değerlendirebilme noktasında da önem taşımaktadır. (Bu konuda geniş bilgi için bkz. Küçük 2018b:201-216) Bununla birlikte Hıristiyanlık için büyük bir önemi bulunan ilk konsiller, Anadolu coğrafyasında gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple Hıristiyanlığı bilmek bir zarurettir. (Konsiller hakkında geniş bilgi için bkz. Dvornik 1990:1-26; Aydın 1991:12-24) Ayrıca Anadolu toprakları, çeşitli Anadolu uygarlıkları/medeniyetleri ile birlikte Yahudiliğe ve Hıristiyanlığa ait çok önemli dinî mekânlara ev sahipliği yapma noktasında da ayrı bir öneme sahiptir. Bu konuda örnekleri artırmak mümkündür. (Bu konuda geniş bilgi ve örnekler için bkz. Küçük 2010:772-788; Küçük 2015a:III-IV, 37-52, 259-268) Dolayısıyla Turist rehberinin, Dinler Tarihi alanına hâkim olması bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

Dinler Tarihi, Turizmin Rehberlik alanı ile birlikte Rekreasyon ve Gastronomi alanları için de önemlidir ve bu alanlar ile yakından ilişkilidir. Örneğin Yahudilik’te ve Hıristiyanlık’ta boş zaman algısını anlayabilmek, değerlendirebilmek için yaratılış hadisesini bilmek gerekmektedir. (Bkz. Yaratılış 1.-2. Baplar. Ayrıca Kuran ile karşılaştırma için örnek olarak bkz. Hud Suresi 7, Furkan Suresi 59, Kaf Suresi 38) Bununla birlikte eğlence sektörünün en önemli örneklerinden birisini oluşturan “Karnaval” kelimesinin kökeni de dinî anlayış ve uygulamaya dayanmaktadır. Çünkü Ortaçağ’da, Büyük Perhiz Dönemi öncesine (Paskalya Bayramına) kadar et yenilmeme özelliğinden dolayı oruç öncesi topluca etli yemekler yenilmiştir. Bu duruma “et(ler)e/et yemeye veda” anlamında Latince “Caro Levara” veya “Carnem Levare (Carne Levamen)” kelimelerinden türediği rivayet edilen “Carne Vale” denilmiş ve bu kavram, eğlence sektörünün bir örneği olarak günümüzde “Karnaval” şeklinde yer almıştır. (Bu konuda geniş bilgi ve farklı görüşler için bkz. Freitas 2001:33, 186; Goldwasser 2005:1440-1445; Eroğlu 2015:173) Ayrıca Yahudi mutfağını anlamak, Yahudiliğin “Koşer” kuralını bilmeyi gerektirmektedir. (Koşer hakkında geniş bilgi için bkz. Kurt 2010:103-149) Örneklerden de anlaşılacağı gibi Rehberlik alanından Gastronomi ve Rekreasyon alanına kadar toplumların genel yapısını/kültürünü tanımada “Dinler Tarihi”nin büyük bir katkısı olduğu anlaşılmaktadır.

Yukarıdaki örnekler çerçevesinde Turist Rehberliği başta olmak üzere Turizm sektörünün hemen hemen her alanında “Dinler Tarihi”nin anahtar kavram olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Çünkü Dinler Tarihi, diğer kültürleri tanımaya aracı olma noktasında öncelik teşkil etmektedir. Netice olarak Dinler Tarihi, farklı kültürleri tanıma, bu kültürlerle ait sembollerini yorumlayabilme ve çeşitli kültürler ile doğru ilişkide bulunabilme noktasında “Turist Rehberliği”nin multidisipliner yansımalarına güzel bir örnek teşkil etmektedir.

5. Kaynakça

- Aydın, M. (1991). Hıristiyan Genel Konsilleri ve II. Vatikan Konsili. Konnya: Selçuk Üniversitesi Basımevi.
- Dvornik, F. (1990). Konsiller Tarihi İznik’ten II. Vatikan’a. Çev. Mehmet Aydın, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Eroğlu, A. H. (2015). Hıristiyanlık, Dinler Tarihi El Kitabı. Ankara: Grafiker Yayıncılık, 134-197.
- Freitas, P. L. De. (2001). Shakespeare’s Shrew: Orthodoxy and Carnival. Unpublished PhD Thesis (Doctor of Philosophy), University of London, London. (http://research.gold.ac.uk/id/eprint/28881/1/DRAM_thesis_DeFreitas_2002.pdf)
- Goldwasser. M. J. (2005). Carnival. Encyclopedia of Religion. Ed. Lindsay Jones, USA, 3, 1440-1445.
- Kitabı Mukaddes. (2000). İstanbul: Acar Matbaacılık.
- Kurt, A. O. (2010). Yahudilik’te Koşer ve Koşer Ekonomisi. C.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi, XIV(2), 103-149.
- Küçük, M.A. (2010). İnanç Turizmi Açısından Türkiye. Ali İsra Güngör v.d. (ed.) Türkiye’de Dinler Tarihi (Dünü, Bugünü ve Geleceği), (s. 754-789) Ankara: Dinler Tarihi Araştırmaları-VII.
- Küçük, M.A. (2013). Din-Turizm İlişkisi Çerçevesinde Yahudilikte, Hıristiyanlıkta ve İslamiyette Hac Uygulamasına Genel Bakış. Dinî Araştırmalar Dergisi, 16(42), 101-128.
- Küçük, M.A. (2015a). İnanç Turizmi Açısından Türkiye’de Dini Mekânlar (Yahudilik-Hıristiyanlık Örneği). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Küçük, M.A. (2015b). “Kurandaki Renk Algısına Mitolojik ve İkonografik Açından Karşılaştırmalı Bir Bakış”. Türk İslâm Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(2), 19-54.
- Küçük, M.A. (2016). “İkonografiden İnanca İsa Mesih’in Dirilişi Paskalya Süreci”. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(8), 230-274.
- Küçük, M.A. (2017a). Ahlaki Motif Olarak Turist Rehberi. JOTAGS, 5(2), 174-187.
- Küçük, M.A. (2017b). Dinler Arası İlişkiler-Turizm, İnanç Turizmi Yansıması. Dinler Arası İlişkiler, Ed. Ali İsra Güngör, Ankara: Grafiker Yayınları, 427- 450.

Küçük, M.A. (2018a). Hac ve Dini Turizmin Ortak Kutsal Mekânı: “Meryem Ana Evi/Kilisesi”. *Türk-İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*, 13(26), 85-106.

Küçük, M.A. (2018b). Prof. Dr. Erkan ÖNGEL’e Armağan: Çok Disiplinli Çalışmalar, Kutsal-Profan İkileminde Hac Ve Dinî Turizm (Karşılaştırmalı Bir Bakış). Ed. Bilgehan Gülcan-Güler Arı, Ankara: Detay Yayıncılık, 201-216.

Küçük, M.A. & Arslan, E. (2018). Ortodoks İkonalarında Bir Ölüm Motifi: “Meryem Ana’nın Ölümü”. *Mukaddime*, 9(1), 53-75.

Küçük, M.A. (2019). “İsa’nın Doğumu-İkonografi İlişkisi Üzerine”. *Dini Araştırmalar*, 22(55), 181-212.

Küçük, A. & Tümer, G. & Küçük, M.A. (2020). *Dinler Tarihi*. Ankara: Berikan Yayınevi.

Öskan, A.R. (2002). Din - Mitoloji İlişkisi. *EKEV Akademi Dergisi*, (6)11, 9-14.

AN EXAMPLE OF MULTIDISCIPLINARY TOURIST GUIDANCE REFLECTION: “HISTORY OF RELIGIONS”

Keywords: Tourist Guidance, Multidisciplinary, History of Religions

Guidance is one of the most important elements of the tourism industry. Guidance whose origins date back to the beginning of human history, emerged with the aim of helping people. And It has become a sector in time. Because people/societies need guidance by their nature. The guides are both manager and trainer, mediator and “cultural ambassador”. They are representative of a social/national understanding, even a state/country. The guides are an indicator of the society and religion of which it is a member. In this context, Tourist Guidance is an important element in the Tourism sector with its moral aspect, its teaching and teaching function and its leadership. (Küçük 2017a:177) Therefore, History of Religions is an important tool in providing and putting into practice the features mentioned above.

Turks, by expressing the professions with the concept of “road”, have demonstrated the importance of both the relationship between the road and the profession and their professional / business ethics. (Küçük 2017a:178) Tourist Guidance has a privileged position at this point as a multidisciplinary area. Also It includes many fields such as Iconography, Art History and Archeology. These branches of science are among the most important cornerstones of “Tourist Guidance”. “History of Religions” has a special importance and position in terms of understanding these branches of science better, interpreting symbols (correctly) and putting them into practice in the Tourist Guidance sector in the best way. Therefore, among these fields, History of Religions is one step ahead of other fields. Because the way to know civilizations and to know their cultures is to know their religions and “History of Religions”.

The History of Religions is the key to the fact that today, people, societies are in commercial, economic, political,

cultural, military and religious relations with each other. Because every religious member understands his own religion with the History of Religions. It can determine its position against other religions. He even knows different cultures by learning the history of religions and other religions. (Küçük v.d. 2020:15-16) For this reason, “History of Religions” is a important for Tourist Guidance.

The History of Religions is important for both the academic education and the field of application of Tourist Guidance. The course curriculum of Tourist Guidance includes courses such as History of Religions, Iconography, Faith Tourism and Mythology. Iconography means “image/caption, paintin /image writing”. Iconography is a discipline/science that examines icons formally and classifies them according to their subjects. (Küçük 2019:185) In this context, iconography requires recognizing/interpreting icons. Icons are pictures or depictions that include Jesus Christ, Mary, John, and other important figures and events belonging to the Christian religion. The way to interpret the icons is through the knowledge of Christianity. (See for different definitions Küçük 2016:231; Küçük-Arslan 2018:55) Thus, there are instances of the original icons in Turkey. It is necessary to know Christianity and History of Religions in order to understand and interpret them.

Mythology is expressed as the “Science of Myth”. Mythology has the characteristic of “human-dimensional perception and explanatory feature of religion”. And It can be interpreted in relation to the History of Religions. Mythology is a branch of science that examines and interprets the legends and myths of societies in terms of their emergence and development process. Naturally, Mythology is teeming with Religion. Because every mythology has a religious extension. (Öskan 2002:9-10; Küçük 2015b:22-23)

One of the places where tourists show interest is generally places where there are more than one religious tradition. (Küçük 2013:106; Küçük 2018a: 92-93) Therefore, faith tourism is directly related to the History of Religions. Faith Tourism is defined as the travel of sacred places, which are national or international heritage in order to fulfill religious needs, travels and all activities made by using all services of the tourism sector. (Küçük 2017b:430; Küçük 2018:203)

History of Religions is important in terms of evaluating Hajj and Faith Tourism with their similar, common and different aspects correctly and objectively. (For detailed information on this subject, see Küçük 2018: 201-216) Also, The first councils, which are of great importance for Christianity, took place in the Anatolian geography. Therefore, It is a necessity to know Christianity. (For detailed information about councils, see. Dvornik 1990:1-26; Aydın 1991:12-24) Anatolian lands, together with various Anatolian civilizations, have a special importance in having very important religious places belonging to Judaism and Christianity. It is possible to increase these examples. (For extensive information and examples on this subject, see. Küçük 2010:772-788; Küçük 2015a:III-IV, 37-52) Therefore, it is a necessity for the tourist guide to have a command of the History of Religions.

The History of Religions is important not only for Tourist Guidance but also for the Recreation and Gastronomy areas of Tourism and is closely related to these areas. For example, in order to understand and evaluate the perception of leisure in Judaism and Christianity, it is necessary to know the incident of creation in Judaism and Christianity. (See. Genesis 1-2. For an example for a comparison with the Quran, see. Surah Hud 7, Surah Furkan 59, Surah Qaf 38) However, the most important concept of the entertainment industry is “Carnival”. The origin of this word is based on religious understanding and practice. Because in the Middle Ages, meat was not eaten until the period of Lent (Easter). Therefore, meat dishes were eaten collectively before fasting. This situation was called “Carne Vale”, derived from the Latin words “Caro Levare” or “Carnem Levare/Carne Levamen”. The meaning of

this word is “farewell to meat”. And this concept has come today as “Carnival” as an example of the entertainment industry. (For extensive information and different opinions on this subject, see. Freitas 2001: 33, 186; Goldwasser 2005: 1440-1445; Eroglu 2015: 173) It is also necessary to know the Kosher rule of Judaism to understand Jewish cuisine. (For detailed information on Kosher, see Kurt 2010: 103-149) As can be understood from the examples, “History of Religions” has a great contribution in getting to know the general structure / culture of societies from the field of Counseling to Gastronomy and Recreation.

Within the framework of the above examples, “History of Religions” is a key concept in almost every field of the tourism sector, especially in Tourist Guidance. Because History of Religions is a priority in terms of getting to know other cultures. In conclusion, It is important for getting to know different cultures and interpreting the symbols of these cultures. History of Religions is a good example of the multidisciplinary reflection of the Tourist Guide in terms of having the right relationship with various cultures.

PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN GASTRONOMİ KAVRAMINA YAKLAŞIMLARININ KELİME İLİŞKİLENDİRME TESTİ İLE ANALİZİ

* Abidin Can Aktaş
Profesyonel Turist Rehberi
abidincanaktas@gmail.com

Araş. Gör. Serkan Yiğit
Dokuz Eylül Üniversitesi
serkan.yigit@deu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; profesyonel turist rehberlerinin “gastronomi” kavramını nasıl algıladıklarını kelime ilişkilendirme testi (KİT) ile belirleyebilmektir. Veri toplama aracı olarak kullanılan KİT’de gastronomi kavramı bir sayfada 10 kez alt alta sıralanmıştır. Bu sayede katılımcıların, zincirleme cevap vermesinin önüne geçilmiştir. Çalışmaya katılan 20 profesyonel turist rehberine, KİT hakkında bilgi verilmiş ve testin uygulanması sırasında katılımcılardan, 30 saniye içerisinde anahtar kavramın akıllarına getirdiği ilgili kavramları kağıda yazmaları istenmiştir. Sonuç olarak; çalışmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin kelime ilişkilendirme testine vermiş oldukları cevaplar ile gastronomi kavramı en çok; Gaziantep (n:16), kültür (n:14), aşçılık (n:12), yemek (n:11) ve Hatay (n:10) kelimeleri ile ilişkilendirmişlerdir. Bu kelimeler değerlendirildiğinde çalışmaya katılan profesyonel turist rehberleri için gastronomi kavramı; Türkiye’nin gastronomi şehirlerinden olan iki kentini, gastronominin bir kültür olduğu, son yıllarda popüler bir meslek haline gelen aşçılığı ve gastronominin temelinde yer alan yemek ilk olarak akıllarına gelmektedir. Bu durum profesyonel turist rehberlerinin, gastronomi kavramına ilişkin temel anahtar kelimeleri bildiklerini ortaya koymaktadır.

Anahtar kelimeler: Gastronomi, Turist Rehberliği, Kelime İlişkilendirme Testi, Nitel Araştırma

ABSTRACT

The purpose of this study; To determine how professional tourist guides perceive the concept of “gastronomy” with word association test (WAT). The concept of gastronomy in WAT, which is used as a data collection tool, is listed 10 times in a row on a page. In this way, participants were prevented from answering chains. 20 professional tourist guides who participated in the study were informed about the WAT and the participants were asked to write the relevant concepts brought to their minds within 30 seconds during the application of the test. As a result; The concept of gastronomy with the answers given by the professional tourist guides to the word association test is the most common; It associated Gaziantep (n: 16), culture (n: 14), cookery (n: 12), food (n: 11) and Hatay (n: 10). When these words are evaluated, the concept of gastronomy for professional tourist guides participating in the study; the two cities, one of Turkey’s gastronomic cities, gastronomy is a cultural, culinary and gastronomy situated on the basis of a profession that has become popular in recent years, “eat” as the first word comes to their mind. This reveals that professional tourist guides know the fundamental keywords related to the concept of gastronomy.

Keywords: Gastronomy, Tourist Guiding, Word Association Test, Qualitative Research

Giriş

Günümüzde turistler, çeşitli amaçlarla gitmiş oldukları destinasyonlarda, yerel yiyecek ve içecekleri deneyimlemek ve yerel mutfak kültürünü yerinde öğrenme istemektedirler (Bucak ve Yiğit, 2019). Turistler, yeni lezzetleri yerinde deneyimlemenin yanı sıra hikayesini ve üretim şekillerini görmek için destinasyonları ziyaret edebilmektedirler (İriğüler ve Güler, 2017). Bu nedenle son yıllarda destinasyonlar gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarına son derece önem vermektedirler. Gastronomi turizmindeki genel amaç, gidilen destinasyonların yerel mutfak kültürüne ait olan değerlerin yerinde ve yerel halkla temasa geçerek deneyimlenmesidir. Bu noktada destinasyona gelen turistlerin gastronomi turizmi kapsamında memnun olarak ayrılabilmesinde profesyonel turist rehberlerine önemli görev düşmektedir (Ap ve Wong, 2001; Akay ve Özögütü, 2018).

1. Literatür

1.1. Turist Rehberliği Kavramı

Turizm sektörü, hizmet sektörünün önemli bir kısmını içerisine almaktadır. Bu durumdan yola çıkarak turizm sektörünün diğer sektörlerle göre iş yükü daha fazla olabileceği düşünülmektedir. Turist rehberliği kavramına bakıldığında hizmet sunmanın önemi ortaya çıkmaktadır. İnsan ilişkileri vasıtasıyla hizmet sunmak turist rehberinin en önemli görevleri arasında yer almaktadır (Yarcan, 2011). Köroğlu (2013) çalışmasında turist rehberlerini, turistleri seyahatleri boyunca doğru şekilde bilgilendiren, bir ülkenin coğrafyası, tarihi, kültürü ve doğası gibi çeşitli unsurlarını turistlere tanıtan kişi olarak tanımlamaktadır. Turistlerin bölgeye zarar verebilme ihtimaline karşın, turist rehberleri bu zararı önlemek ve uygun ortamı sağlamakla yükümlü olmaktadır. Destinasyonları ziyaret eden turistlere pozitif bir iletişim vasıtasıyla iyi bir imaj yaratmak hayati önem taşırken, turist rehberleri bu görevi icra eden turizm elçisi konumundadır (Eker ve Zengin, 2016). Bu konumda bulunan turist rehberleri gittikleri bölgelerde güvenilir bireyler olarak görülmektedir. Tüm bunlar ışığında turistlerle yerel halkın arasında arabulucu niteliğindeki rolüyle turist rehberleri, yerel halk ve ziyaretçiler arasındaki iletişimsizliği kaldıran kişilerdir (Hu, 2007). Turist rehberleri, gidilen bölge için yapılacak aktivitelere ve tadılması gereken yiyeceklere öncülük eden kılavuz kişilerdir (Cohen, 1985).

1.2. Gastronomi Turizmi ve Turist Rehberliği İlişkisi

Gastronomi, yemek kültürü içerisinde kuralları bulunan, yemeğin hazırlanışından servis edilmesine kadar geçen süreyi içeren, göze hoş gelen ve estetiğe sahip olan, ait olduğu destinasyona özgü kültürü yansıtan sanat ve bir bilim dalı olarak tanımlanabilmektedir (Sarıışık ve Özbay, 2015). Aynı zamanda gastronomi kavramını, iyi yiyecek ve içecek sanatını inceleyen ve tüketilen tüm yiyecek ve içecekleri kültürlere entegre eden bir disiplin olarak tanımlamak mümkündür (Durlu Özkaya ve Can, 2012). Buradaki tanımlamalarla birlikte gastronomiyi, tüm mutfak kültürünü, görselliği, estetiğini ve sofraya düzenini inceleyen ve bu unsurlar arasındaki ilişkiye vurgu yapan, lezzetli yiyecekleri ve hoş içecekleri inceleyip sunan bir disiplin olarak adlandırmak da mümkün olmaktadır (Şengül ve Türkay, 2016).

Kişilerin hayattan zevk almasının, iyi beslenerek korunmasının, turizm kapsamında önemli bir yeri bulunmaktadır (Kemer, 2011). Amacı ne olursa olsun, seyahat eden turistlerin seyahatleri boyunca yaşamlarını sürdürebilmek ve seyahatlerinden zevk alabilmeleri için beslenmeleri gerekmektedir. Bu durum turizm kelimesinin içerisine yiyecek içecek unsurlarının girmekte olduğunun göstergesi durumundadır. Sadece seyahat veya tur sırasında

hayatlarını sürdürebilmek, ihtiyaçları doğrultusunda yiyecek için değil, aynı zamanda zevk için seyahat edip turlara katılan kişiler de bulunmaktadır. Bu amaçla yapılan tur ve sayahatlara gastronomi turizmi kavramıyla bakmak gerekmektedir (Şengül ve Türkay, 2016).

Gastronomi turizmi sayesinde kendi kültürlerini, gelen ziyaretçilere sunarak destinasyonlar arası rekabeti güçlendiren yerel halk, diğer destinasyonlardan bir adım daha önde olarak görülmektedir. Bu tutumla beraber destinasyona gelen turist sayısı da artabilmektedir (Acar, 2016). Destinasyonlara ziyaret gerçekleştiren turistler, yöreye ait yiyecek ve içecekler konusunda turist rehberlerinden tavsiyeler ve öneriler almaktadır. Bu öneriler doğrultusunda turist rehberlerine güven artabilmektedir. Turist rehberleri önerilerde bulundukça, yöreye has yemeklerin olduğu gibi sunulmasını sağlamakta ve bu durum yerel yiyecekler üzerinde olumlu bir izlenip bırakmaktadır (Çalışkan, 2013). Ziyaretçiler farklı kültürdeki ülkeleri ziyaret esnasında, yöreye ait yemekleri yeme konusunda tereddütte bulunabilmektedir. Farklı ve değişik lezzetleri tatmaktan ziyade alışlagelmiş ve aşına oldukları yemekleri yeme eğilimindedirler. Böylesi bir durumda turist rehberlerinin ziyaretçilere yaptığı sunum ve yerel yiyeceklere karşı oluşturduğu algı oldukça önemlidir (Mak vd., 2017). Turist rehberlerinin tavsiyeleri ve yönlendirmesiyle birlikte turistler rahatlamakta ve farklı yiyecekleri yeme konusunda seçenek arayışına girebilmektedir (Cohen ve Avieli, 2004). Buradan hareketle yerel paydaşlar gastronomi turizmi konusunda pozitif yönde etkilenebilmektedir. Paydaşlar içerisinde yer alan turist rehberlerinin etkisiyle bölgeye hem istihdam hem de ekonomik avantaj sağlamaktadır. Turist rehberlerinin gastronomi bilgisi, yalnızca ziyaretçilere değil aynı zamanda yöre halkına fayda sağlamaktadır (Üner ve Şahin, 2016).

2. Yöntem

Bu çalışmanın amacı; profesyonel turist rehberlerinin “gastronomi” kavramını nasıl algıladıklarını kelime ilişkilendirme testi (KİT) ile belirleyebilmektir. Nitel araştırmalarda veri toplama araçlarından biri olan kelime ilişkilendirme testi, “katılımcıların belirli olay ve olgulara karşı bilinçlerinde ortaya çıkan bilgilerin ve ilişkilerin anlam derecelerini ve yeterlilik düzeylerini belirlemeye çalışan ölçme ve değerlendirme” yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Işıklı, Taşdere ve Göz, 2011). Veri toplama aracı olarak kullanılan KİT’de gastronomi kavramı bir sayfada 10 kez alt alta sıralanmıştır. Bu sayede katılımcıların, zincirleme cevap vermesinin önüne geçilmiştir. Çalışmaya katılan 20 profesyonel turist rehberine, KİT hakkında bilgi verilmiş ve testin uygulanması sırasında katılımcılardan, 30 saniye içerisinde anahtar kavramın akıllarına getirdiği ilgili kavramları kağıda yazmaları istenmiştir. 30 saniyelik zaman dilimi, daha önceki çalışmalarda (Kempa ve Nicholls, 1983; Yalvaç, 2008; Polat, 2013; Keskin ve Örgün, 2015) yapılan ön testlerde en uygun zaman dilimi olarak belirlenmiştir. Son yıllarda kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla turizm alanında da çalışmalar yapıldığı belirlenmiştir (Keskin ve Örgün, 2015; Keskin, Örgün ve Akbulut, 2017; Akyurt, 2019; Onat ve Keskin, 2019).

3. Bulgular

Gastronomi kavramının profesyonel turist rehberleri tarafından algılanışı kelime ilişkilendirme testi ile 20 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri ve analiz sonuçları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

	n	%
Cinsiyet		
Kadın	7	35
Erkek	13	65
Toplam	20	100
Meslekteki Tecrübe		
0-2 Yıl	7	35
3-5 Yıl	5	25
6-8 Yıl	6	30
9 Yıl ve Üzeri	2	10
Toplam	20	100

Tablo 1’de çalışmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin demografik özellikleri yer almaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%65) erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların mesleki tecrübeleri ise; 0-2 yıl (%35), 3-5 yıl (%25), 6-8 yıl (%30) ve 9 yıl ve üzeri (%10) şeklindedir.

Tablo 2: Gastronomi Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Sonuçları

Kelimeler	Toplam Katılımcı	Cevaplayan Katılımcı Sayısı	Boş Bırakan Katılımcı Sayısı
Kelime 1	20	20	0
Kelime 2	20	20	0
Kelime 3	20	20	0
Kelime 4	20	20	0
Kelime 5	20	17	3
Kelime 6	20	15	5
Kelime 7	20	11	9
Kelime 8	20	9	11
Kelime 9	20	8	12
Kelime 10	20	5	15
Toplam Kelime Sayısı		145	

Tablo 2’de, çalışmaya katılan 20 profesyonel turist rehberinin, gastronomi kavramını 145 kelime ile ilişkilendirdiği görülmektedir. Çalışmaya katılan katılımcılar, dördüncü kelimedenden sonra gastronomi kavramı ile bağıntılı kelime bulmakta zorlanmaya başladıkları görülmektedir. Bu durum şu şekilde yorumlanabilmektedir; katılımcıların, gastronomi kavramı ile ilişkili en az dört kelime söyleyebildiklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Gastronomi Kavramı İle İlişkilendirdikleri Kelimeler ve Bu Kelimelerin Tekrarlanma Sıklığı

Sıra	Kelime	Tekrarlanma Sıklığı
1	Gaziantep	16
2	Kültür	14
3	Aşçılık	12
4	Yemek	11
5	Hatay	10
6	Baklava	10
7	Yerel Lezzet	9
8	Restoran	7
9	Lezzet	6
10	Kebap	5
11	Lahmacun	4
12	Künefe	3
13	Ayran	3
14	Döner	2

Sonuç olarak; çalışmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin kelime ilişkilendirme testine vermiş oldukları cevaplar ile gastronomi kavramı en çok; Gaziantep (n:16), kültür (n:14), aşçılık (n:12), yemek (n:11) ve Hatay (n:10) kelimeleri ile ilişkilendirmişlerdir.

4. Sonuç

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular ışığında; çalışmaya katılan profesyonel turist rehberleri için gastronomi kavramı; Türkiye'nin gastronomi şehirlerinden olan iki kentini, gastronominin bir kültür olduğu, son yıllarda popüler bir meslek haline gelen aşçılığı ve gastronominin temelinde yer alan yemeği ifade etmektedir. Bu durum, çalışmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin, gastronomi kavramına ilişkin temel anahtar kelimeleri bildiklerini ortaya koymaktadır.

Gastronomi kavramı, turistlerin yeni bir kültürü tanımada sıklıkla deneyimlemek istedikleri bir olgudur. Yeni bir bölgeyi ziyarete gelen turistlerin bölgenin doğal ve tarihsel değerinin yanında gastronomik unsurlarını da yerinde görmek istemektedirler. Bu noktada turistlerin bu isteklerini karşılamada profesyonel turist rehberleri devreye girmektedir. Profesyonel turist rehberleri, turistlere doğal ve kültürel zenginlikler dışında bölgeye özgü yiyecek ve içecekleri de aktarmalıdır. Bu nedenle profesyonel turist rehberlerinin gastronomi kavramı ile yakından ilgilenmesi gerekmektedir.

Turist Rehberleri Birliği (TUREB) ve meslek odaları tarafından gastronomi ile ilgili uzmanlık programları yapılmaya devam etmelidir. Profesyonel turist rehberlerinin gastronomi uzmanlık programlarına katılmasını teşvik etmek amacıyla, program sonunda bu çalışmanın sonucunda bahsi geçen gastronomi şehirlerine ziyaret gerçekleştirmeleri sağlanmalıdır. Gaziantep ve Hatay'a gerçekleştirilen gününbirlik geziler uygulama konusunda profesyonel turist rehberlerine yardımcı olacaktır. Bununla birlikte, lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren üniversitelerin ilgili ders programlarında gastronomiyle ilgili ders sayısını arttırmaları gerekmektedir. Böylelikle profesyonel turist rehberi adayları gastronomi bilgisine mesleğe başlamadan önce ulaşmış olacaktır.

5. Kaynakça

Acar, Y. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Aksaray ili Güzelyurt (Gelveri) yöresel mutfağının unutulmaya yüz tutmuş tatlarının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 81-86.

Akay, B. ve Özögütçü, B. (2018). Turist rehberlerinin turlarda gastronomiyi kullanmaları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 143-153.

Akyurt, H. (2019). Turizm lisans öğrencilerinin kelime ilişkilendirme testi yöntemi ile turizm eğitimi algılamalarının ölçülmesi: Giresun Üniversitesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 759-774.

Ap, J. ve Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22, 555-563

Bucak, T. ve Yiğit, S. (2019). Türkiye'de yiyecek ve içecek işletmelerini sınıflandıran gastronomi rehberleri üzerine bir değerlendirme. İçinde Ş. Aydın, Ö. Çoban, Y. Karakuş ve Çalışkan, N. (ed). IV. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi (9-15). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.

Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.

Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food in tourism attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.

Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.

Durlu Özkaya, F. ve Can A. (2012). Gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasına etkisi. *Türktarım Dergisi*, Temmuz-Ağustos, 206, 28-33.

Eker, N. ve Zengin, B. (2016). Turist rehberliği eğitiminin değerlendirilmesi: Profesyonel turist rehberleri üzerine bir uygulama. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 65-74.

Hu, W. (2007). Tour guides and sustainable development: the case of Hainan, China. Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of Waterloo Department of Geography, Canada.

Işıklı, M., Taşdere, A. ve Göz, N. L. (2011). Kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla öğretmen adaylarının Atatürk ilkelerine yönelik bilişsel yapılarının incelenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 50-72.

İriğüler, F. ve Güler, M. E. (2017). Tourist guides' perceptions on gastronomic tourism in Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 3-19.

Kemer, A. K. (2011). Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin ve Aşçılık Alanında Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Kempa, R. F. ve Nicolas, C. E. (1983). Problem solving ability and cognitive structure – An explanatory investigation. *European Journal of Science Education*, 5, 171-184.

Keskin, E. ve Örgün, E. (2015). Kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla sürdürülebilir turizm olgusunun kavramsal analizi: Ürgüp örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 30-40.

Keskin, E., Örgün, E. ve Akbulut, B. A. (2017). Gastronomi kavramının kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 255-267.

Köroğlu, Ö. (2013). Turist rehberlerinin iş yaşamındaki rolleri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 91-112.

Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A. ve Chang, R. C. Y. (2017). The effects of food-related personality traits on tourist food consumption motivations. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 1-20.

Onat, G. ve Keskin, E. (2019). Organik gıda kavramının kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3275-3289.

Polat, G. (2013). 9. sınıf öğrencilerinin çevreye ilişkin bilişsel yapılarının kelime ilişkilendirme test

tekniği ile tespiti. NEF-EFMED, 7(1), 97-120.

Sarışık, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. Turizm Araştırmaları Dergisi, 26(2), 264-278.

Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 4(4), 86-99.

Üner, E. H. ve Şahin, G. G. (2016). Gastronomi turizmi potansiyelinin her şey dahil satış sistemi içinde değerlendirilmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 4(3), 76-100.

Yalvaç, G. H. (2008). İşbirlikli Öğrenme Yaklaşımının Öğretmen Adaylarının Çevreye İlişkin Zihinsel Yapılarına Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Yarcan, Ş. (2007), Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(1), 33-44.

ŞANLIURFA BÖLGESEL TURİST REHBERLERİ ODASI'NA BAĞLI TURİST REHBERLERİNİN PROFİLİ

<p>* Arş. Gör. Merve Ofloğu Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu merweofluoglu@gmail.com</p>	<p>* Dr. Öğr. Üyesi Sonay Kaygalak Çelebi Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu kaygalak.sonay@gmail.com</p>
---	---

ÖZET

Turist rehberlerinin meslek kuruluşu olan meslek odaları, üye rehberlerin hak ve yükümlülüklerini koruyan, uzmanlaşma programlarını yürüten ve rehberlerin üye olmak zorunda oldukları kuruluşlardır. 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca kurulmuş olan Turist Rehberleri Birliği, meslek odalarının üst kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir ve Türkiye’de birliğe bağlı yetki alanları farklı olan 7’si meslek odası 6’sı bölgesel meslek odası niteliğinde olan toplam 13 oda bulunmaktadır. Bu bölgesel meslek odalarından biri de Şanlıurfa, Adıyaman, Ağrı, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Hakkari, Mardin, Muş, Siirt, Şırnak, Tunceli ve Van illerinin bağlı bulunduğu Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası’dır. Toplamda 15 ilin bağlı bulunduğu bir meslek odası olarak, bölgede kayıtlı turist rehberlerinin profilini ortaya çıkarmak önem arz etmektedir. Araştırmanın amacı, Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası’na (ŞURO’ya) bağlı bulunan turist rehberlerinin profilini belirlemektir. Bu doğrultuda ŞURO’ya bağlı bulunan turist rehberlerinin profili cinsiyet, eğitim, yaş, ülkesel ve bölgesel olma durumları, eylemli ve eylemsizlik durumları, turist rehberi olarak çalıştıkları yıl, çalışma dili, uzmanlaşma alanı değişkenleri kullanılarak belirlenmiştir. Araştırma nitel araştırma yöntemini benimsemekle birlikte veriler ikincil veri kaynakları yoluyla Türkiye Turist Rehberliği Birliği (TUREB) rehber veritabanından elde edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analiz yöntemi ile Excel programında incelenmiştir. Yapılan içerik analizine ait temel bulgular sonucunda 20.01.2020 tarihi itibariyle ŞURO’ya bağlı bulunan 34’ü kadın 109’u erkek toplam 143 turist rehberi bulunmaktadır. Üye rehberler arasında 111’i ülkesel, 32’si bölgesel çalışma kartına sahiptir. ŞURO’ya üye turist rehberlerinin ikametleri Şanlıurfa, Mardin, Adıyaman, Diyarbakır, Elazığ, Batman, Siirt, Van , Ağrı illerine dağılmış durumdadır. Farklı dil seçeneklerine sahip üyeleri de bulunan ŞURO’da 101 turist rehberinin çalışma kartında İngilizce dili yer almaktadır. 143 turist rehberinin 69’u lisans mezunu, 53’ü Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın düzenlediği kurs mezunu, 10’u ise Sertifika Programı mezunu olarak mesleğe kabul edilmişlerdir.

Anahtar kelimeler: Turist Rehberi, Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası, Mesleki Profil

ABSTRACT

Chamber of tourist guides, which are professional organizations of tourist guides in Turkey, protect the rights and obligations of its members, conduct specialization programs and all tourist guides in Turkey have to become member one of this chamber. Tourist Guides Association which is established according to number 6326 law, operates as the main organization of chamber of tourist guides and in Turkey, there are total 13 chambers, which is within the scope of this association and has a different realm of authority, six of it is the chamber of regional tourist guides and seven of it is the chamber of tourist guides. One of these chamber of regional tourist guides

* Sorumlu Yazar: Dr. Öğr. Üyesi Sonay Kaygalak Çelebi

is the Chamber of Şanlıurfa Regional Tourist Guides that the provinces of Şanlıurfa, Adıyaman, Ağrı, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Hakkari, Mardin, Muş, Siirt, Şırnak, Tunceli and Van are included in the scope of this chamber. As a totally 15 provinces are in the scope of this chamber, it is important to reveal the profile of tourist guides that registered in this chamber in the region. The purpose of this research is to determine the profile of tourist guides who registered to Chamber of Şanlıurfa Regional Tourist Guides (ŞURO). Accordingly, the profile of tourist guides, that registered to ŞURO, was determined by using the parameters of gender, education, age, the national and regional status of guides, the active and inactive status of guides, the year they worked as a tourist guide, the language of they work, the field of specialization. This research while using qualitative research methods, data were obtained from the Turkey Tourist Guides Association guide database through secondary data sources. The data were analyzed in Excel by using the content analysis method. As a result of the main findings of the content analysis, as of 20.01.2020, there is a total of 143 tourist guides registered to ŞURO, that 34 of them are female and 109 of them are male. Among the member guides, 111 of them have national and 32 of them have a regional licensed tourist guide card. In ŞURO, which has members with different language options, the English language is included in 101 licensed tourist guide cards. Among the 143 tourist guides, 69 tourist guides graduate from undergraduate education, 53 tourist guides graduate from courses organized by the Ministry of Culture and Tourism and 10 tourist guides graduate from the certificate program.

Keywords: Tourist Guide, Chamber of Şanlıurfa Regional Tourist Guide, Vocational Profile

Giriş

Tarihsel süreç içerisinde birçok farklı yasal düzenlemeye tabi tutulan ve farklı kurum ve kuruluşların bünyesinde uygulanmaya çalışılan turist rehberliği mesleği oldukça uzun bir geçmişe sahiptir (Öter, 2019). Bu süreç içerisinde yaşanan en önemli gelişmelerden biri 7 Haziran 2012 tarihinde çıkan 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'dur. Bu kanunla birlikte turist rehberlerinin çalışma esasları, hak ve yükümlülüklerinin belirlenmiş, ayrıca rehberlerin mesleki kuruluşları da yasayla düzenlenmiştir (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012). Buna göre Türkiye'de turist rehberlerinin meslek üst kuruluşu TUREB olarak belirlenmiştir. Ayrıca TUREB'e bağlı turist rehberlerinin kayıtlı olmak zorunda olduğu meslek odaları kurulmuştur. Bu meslek odalarına üyelik, odaların coğrafi olarak sorumlu oldukları bölgelere göre farklılaşmaktadır (TUREB, 2020). Bu bağlamda turist rehberlerinin profilleri bağlı buldukları meslek odasına göre değişmektedir. Çünkü her meslek odasının üye sayısı ve yetki alanı birbirinden farklıdır.

Alanyazın taraması yapıldığında turist rehberlerinin profilini belirlemeye yönelik sınırlı sayıda araştırmanın olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Çetin ve Kızılırmak (2012) tarafından yapılan araştırma Türkiye'de kokartlı turist rehberlerinin mevcut durumunu analiz eden öncü çalışmalardan biridir. Ayrıca ŞURO'ya bağlı faaliyet gösteren turist rehberleri üzerine Özberk (2019) tarafından yapılan çalışma dışında araştırmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın amacı ŞURO'ya bağlı turist rehberlerinin profilini çeşitli parametreler ışığında ortaya çıkarmaktır. Böylelikle araştırmanın ŞURO'ya bağlı bulunan turist rehberlerinin genel profilini ortaya koyacağı ve diğer meslek odalarına bağlı turist rehberlerinin profiline dair yapılacak araştırmalara yol göstereceği düşünülmektedir.

1. Literatür

Bir tura eşlik etmekten çok daha derin anlamlara sahip olan rehberlik mesleği çok sayıda bilgi, beceri, nitelik ve sorumluluk sahibi olmayı gerektiren bir iş koludur (Çolakoğlu, Epik ve Efendi, 2010). Turist rehberinin sahip

olması gereken bu çok yönlülük turun başarısında önemli bir etkidir (Cohen, 1985). Uysal (2019: 11) bu çok yönlülüğü ifade edecek şekilde turist rehberini; “iyi bir hatip, iyi bir dinleyici, kültürlerarası iletişim uzmanı, güçlü bir takım lideri, tur sırasında konuklar için dinlenme ve öğrenme ortamı yaratan, ülkesini iyi tanıtan, zamanı iyi yöneten, yerel halkla iyi diyalog kuran ve onları gözeten, turda çıkan anlık sorunlara çözüm üreten, keşif, eğlence ve dostluk ruhu yaratan, keyifli bir gezi için güvenli ortam yaratan ve seyahat işletmesinin kurallarına uyararak turu başarılı bir biçimde yürüten kişi” olarak tanımlamaktadır. Bu özellikler turist rehberinin sahip olması gereken birçok niteliği kapsamaktadır. Ancak bir turist rehberinin ayırt edici özellikleri bunlarla sınırlı değildir. Sektörden ve misafirlerden gelen talepler de çok yönlü ve ayrıca kişiye özgü rehberlik hizmetleri sunulmasını sağlamaktadır (Weiler ve Black, 2015). Bu bağlamda turist rehberinin dikkat etmesi gereken en önemli unsur kişisel özelliklerinin yanında bilgi yetkinliklerini de geliştirmektir (Şahin, 2018: 53). Bu girişimler turist rehberinin diğer rehberlerden farklılaşmasını ve turistlerin geziden memnun ayrılmasını sağlar (Huang, Hsu ve Chan, 2010). Turist rehberlerinin ayırt edici özellikleri böylelikle ortaya çıkar ve profilleri çeşitlilik gösterir.

Turist rehberliği mesleği toplumsal farkındalığın yeni oluşmaya başladığı bir meslek olsa bile tarihsel olarak uzun bir arka planı vardır. Osmanlı İmparatorluğu'nun sonlarından günümüze kadar birçok yasal düzenleme ve teşkilatlanma sürecine giden rehberlik mesleği nihai haline 2012 yılında kavuşmuştur (Öter, 2019: 114). 2012 yılında yayımlanan 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu, akabinde 2013 yılında yürürlüğe giren Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği ve 2014 yılında yönetmelikte yapılan değişiklikle turist rehberliği mesleğine kabul, mesleğin icrası, meslek kuruluşları ve işleyişlerine ilişkin usul ve esaslar belirlenmiştir (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012; Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014). Böylelikle turist rehberliği mesleği yasa ile tanımlanmıştır. 2012 yılında çıkan 6326 Sayılı Meslek Kanunu ile Türkiye Turist Rehberliği Birliği (TUREB) kurulmuştur. TUREB, turist rehberlerinin etkin rol almaları, ülkenin kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılması ve yasa dışı rehberlik faaliyetlerinin önlenmesi amacıyla kurulmuş meslek üst kuruluşudur. TUREB'e bağlı hizmet veren 7 meslek odası ve 6 bölgesel meslek odası olmak üzere toplam 13 meslek odası bulunur. Turist rehberleri eylemli ve eylemsiz olmalarına bakılmaksızın ikamet ettikleri yerleşim yerinin kapsamına giren meslek odasına üye olmak zorundadır. Meslek odaları, rehberlerin hak ve yükümlülüklerini koruyan ve uzmanlaşma programlarını yürüten kuruluşlardır. 2020 yılı itibarıyla meslek odalarının bölgelere göre dağılımı aşağıdaki gibidir (TUREB, 2020):

- Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası (ADRO): Adana, Mersin, Osmaniye
- Ankara Turist Rehberleri Odası (ANRO): Ankara, Afyonkarahisar, Bartın, Çankırı, Çorum, Eskişehir, Karabük, Karaman, Kastamonu, Kırıkkale, Konya, Zonguldak
- Antalya Turist Rehberleri Odası (ARO): Antalya, Burdur, Isparta
- Aydın Turist Rehberleri Odası (ATRO): Aydın, Denizli
- Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası (BURO): Bursa, Bilecik, Kütahya
- Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası (ÇARO): Çanakkale, Balıkesir, Tekirdağ
- Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası (GARO): Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya
- İstanbul Rehberler Odası (İRO): İstanbul, Bolu, Düzce, Edirne, Kırklareli, Kocaeli, Sakarya, Yalova
- İzmir Turist Rehberleri Odası (İZRO): İzmir, Manisa, Uşak
- Muğla Turist Rehberleri Odası (MURO): Muğla
- Nevşehir Turist Rehberleri Odası (NERO): Nevşehir, Aksaray, Kayseri, Kırşehir, Niğde, Sivas, Yozgat
- Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası (ŞURO): Şanlıurfa, Adıyaman, Ağrı, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Hakkari, Mardin, Muş, Siirt, Şırnak, Tunceli, Van
- Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası (TRO): Trabzon, Amasya, Ardahan, Bayburt, Erzincan, Erzurum,

Gümüşhane, Iğdır, Kars, Ordu, Rize, Samsun, Sinop, Giresun, Tokat

Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası, 6326 Sayılı Meslek Kanunu ile 11 Mart 2013 tarihinde kurulmuş bölgesel nitelikte bir odadır. Diğer meslek odaları ve bölgesel meslek odalarıyla aynı görev ve sorumluklara sahiptir. Odanın merkezi Şanlıurfa'dadır. Merkez ofiste yönetim kurulu ve genel sekreter bulunmakta, merkez dışında yetki alanı içerisinde yer alan 15 ilde ise mobil denetim elemanlarıyla çalışmaktadır (Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası, 2020).

2. Yöntem

Araştırmada ŞURO'ya bağlı turist rehberlerinin bilgileri analiz edildiği için ikincil veri kaynakları kullanılmıştır. İkincil veri kaynakları, kişilerden doğrudan toplanan verilerin dışında nitel araştırmalarda kullanılan dokümanları kapsar. Araştırmacı bu verileri yani dokümanları kendisi oluşturabilir. Bunun dışında araştırmacıdan bağımsız, farklı amaçlarla üretilen dokümanları da araştırmaya dahil edebilir (Kümbetoğlu, 2015: 415). Araştırmacılar, genellikle gözlem ve görüşmelerin olanaklı olmadığı durumlarda veya araştırmanın geçerliliğini arttırmak amacıyla ikincil kaynaklardan yararlanmaktadırlar. Bunun yanında ikincil kaynaklar tek başına kullanılan bir veri toplama yöntemi de olabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 217-227). Nitel araştırmalarda kullanılan ikincil kaynaklar, yazarlar tarafından farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır (Merriam, 2013: 132). Patton (2002: 4), kaynakları; yazılı materyaller, program kayıtları, resmi kayıtlar ve raporlar, günlükler, mektuplar, fotoğraflar olarak belirtmektedir. Kümbetoğlu (2015: 150) ise yazılı belgeler (kişisel dokümanlar-kamusal dokümanlar) ve görsel belgeler (fotoğraf, film, resim, broşür vb.) olarak ayırmaktadır.

Araştırmada ikincil veri kaynakları olarak araştırmanın evrenini oluşturan ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin bilgilerinden elde edilmiştir. Bu bilgilere TUREB rehber veritabanından ulaşılmıştır. Araştırmada kullanılan kaynaklar yazılı belgelerdir. Bu bilgilerin rehber veritabanından elde edilmesinin nedeni; araştırmacıların ŞURO'ya kayıtlı turist rehberleriyle bireysel görüşmeleri için zaman ve maliyet açısından yeterli kaynağa sahip olmamasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca araştırma verilerinin bütün halinde olması ŞURO'ya kayıtlı tüm turist rehberlerine dair bilgilerin elde edilmesini sağlamaktadır. Veri paylaşımı ve kullanımı için 5.01.2020 tarihinde ŞURO'ya yazılı başvuruda bulunulmuş ve ŞURO yönetim kurulu kararıyla veriler araştırmacılar ile paylaşılmıştır. Elde edilen veriler Excel programına aktarılarak niceliksel içerik analizine tabi tutulmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Veriler aşağıda belirtilen parametreler kullanılarak analiz edilmiştir.

- ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin sayısı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin cinsiyete göre dağılımı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin medeni duruma göre dağılımı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin yaşa göre dağılımı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin yaşadıkları illere göre dağılımı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin eğitim durumuna göre dağılımı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin ülkesel/bölgesel olma durumlarına göre dağılımı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin eylemli/eylemsiz olma durumlarına göre dağılımı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin ruhsatname alışı şekline ve çalışma yılına göre dağılımı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin çalışma diline göre dağılımı
 - ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına göre dağılımı
- Araştırmanın en önemli sınırlılığı sadece bir meslek odasına bağlı turist rehberlerinin bilgilerini incelemesidir.

Gelecek araştırmaların diğer odalara bağlı turist rehberlerinin profilini ele almasıyla meslek odaları arasında kıyaslama yapma imkanı doğacaktır. Ayrıca tüm meslek odalarına bağlı turist rehberlerinin bilgilerinin analiz edilmesi Türkiye’de bulunan turist rehberlerinin profilini bütüncül bir bakış açısıyla görme imkanı sağlayacaktır.

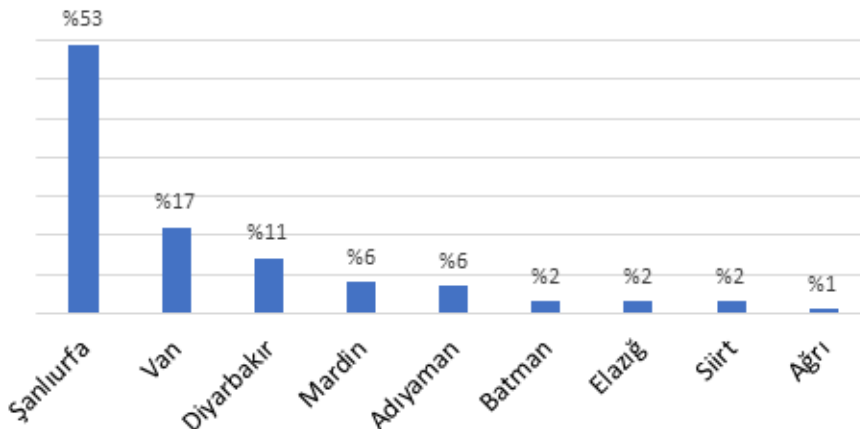
3. Bulgular

Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası’na kayıtlı turist rehberlerine ait bulgular rehberlerin genel profili ve mesleki profili olmak üzere iki kod altında incelenmektedir.

•ŞURO’ya Kayıtlı Turist Rehberlerinin Genel Profili

Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası 20.01.2020 tarihi itibarıyla 34’ü kadın 109’u erkek toplam 143 üyeye bir sahip meslek odasıdır. Odaya bağlı çalışan turist rehberlerinin %81’ini erkek, %19’unu kadın üyeler oluşturmaktadır. Bu veriler ışığında bölgede kadın turist rehberi sayısının sınırlı sayıda olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum kadın rehberlerin annelik ve eve ait sorumluluklarının fazla olmasıyla ilişkilendirilmektedir. Kadın rehberlerin özel hayatlarında edindikleri sorumluluklar meslekten uzaklaşmalarına neden olmaktadır (Aytekin-İnce, 2019: 351). Üyelerin medeni halleri incelendiğinde 45 üyenin bekâr, 98 üyenin ise evli olduğu görülmektedir. Alanyazında yapılan araştırmalar genellikle rehberlik mesleğinin uzun çalışma koşullarına sahip olmasından dolayı aile yaşantısını etkilediği ve rehberlerin bekar olmayı tercih ettiklerini göstermektedir (Doğan, Üngüren ve Dönmez Kesgin, 2010). Bu araştırmada farklı olarak ŞURO üyeleri arasında evli turist rehberlerinin sayıca fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ŞURO üyelerini yaş dağılımına bakıldığında en yaşlı üyenin 1949 doğumlu, en genç üyenin 1996 olduğu görülmektedir. 1949-1996 yılları arasında doğmuş olan üyelerin medyanına bakıldığında 1980 doğumlu 13, 1982 doğumlu 13, 1985 doğumlu 14, 1986 doğumlu 17 turist rehberlerinin olduğu görülmüştür. Bu veriler ışığında ŞURO üyesi turist rehberlerinin yaş ortalaması 40’dır.

ŞURO’ya kayıtlı turist rehberlerinin yaşadıkları illere göre dağılımları farklılık göstermektedir. ŞURO’nun yetki sorumluluğuna giren 15 il içinde Bingöl, Bitlis, Hakkari, Muş, Şırnak ve Tunceli illerinde ikamet eden turist rehberi bulunmamaktadır. ŞURO üyesi turist rehberlerinin ikamet ettikleri illerin yoğunluğu sırasıyla %53 Şanlıurfa, %17 Van, %11 Diyarbakır, %6 Mardin, %6 Adıyaman, %2 Batman, %2 Elazığ, %2 Siirt ve %1 Ağrı şeklindedir. Bu doğrultuda Mezopotamya turlarının merkezi konumunda yer alan ve diğer illere kolay ulaşımın sağlandığı Şanlıurfa ilinde turist rehberlerinin yoğunlukla ikamet ettiği görülmektedir. ŞURO’ya kayıtlı turist rehberlerinin yaşadıkları illere göre dağılımı Şekil 1’de gösterilmektedir.

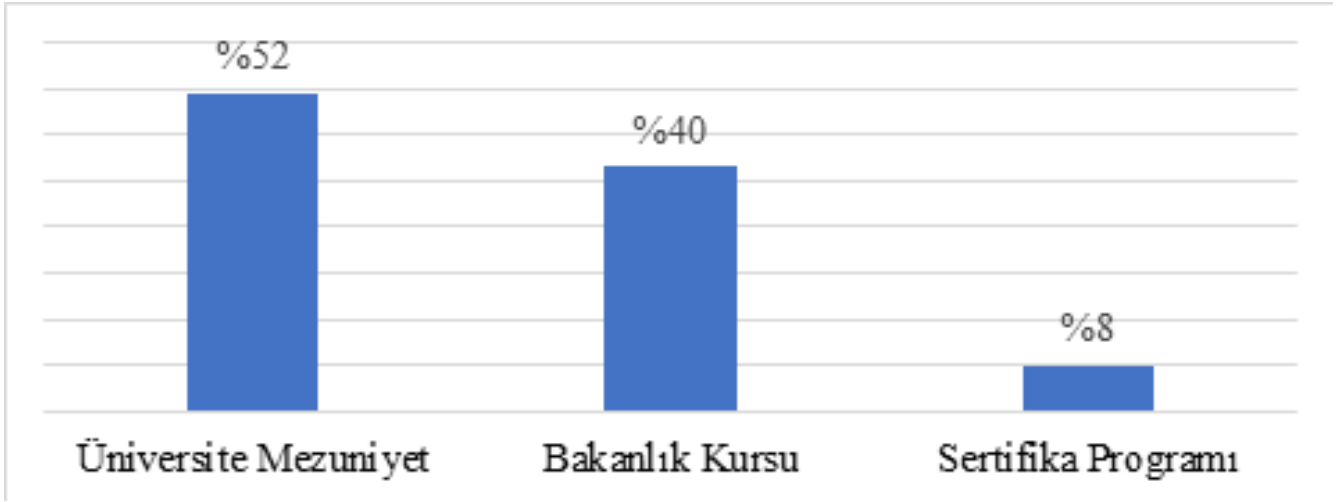


Şekil 1: ŞURO Üyesi Turist Rehberlerinin İllere Göre Dağılımı

•ŞURO'ya Kayıtlı Turist Rehberlerinin Mesleki Profili

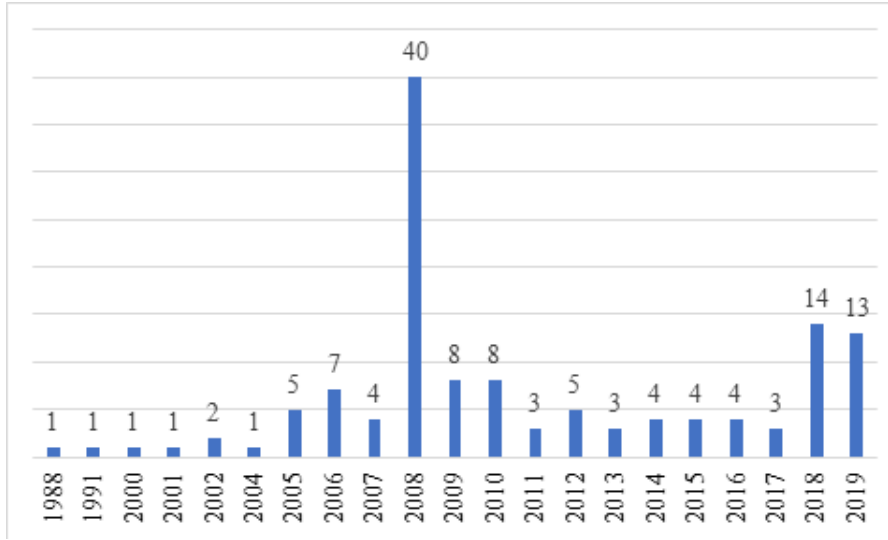
ŞURO'ya kayıtlı toplam 143 turist rehberi vardır. Ancak eğitim bilgileri mevcut olan turist rehberi sayısı 132'dir. 132 üye incelendiğinde Şekil 2'de görüldüğü gibi ŞURO üyesi turist rehberlerinin %52'sinin üniversiteden %40'nın bakanlık kursundan, %8'nin ise sertifika programından mezun olarak ruhsatname aldıkları görülmektedir. Ruhsatname alışı şeklinde en çok orana sahip olan üniversite mezuniyeti incelendiğinde ise 47 üyenin çeşitli üniversitelerin turist/turizm rehberliği önlisans programından, 14'ünün ilgili turist/turizm rehberliği lisans bölümlerinden ve 2'sinin ise turizm rehberliği anabilim dalı tezsiz yüksek lisans programından mezunu olduğu görülmüştür.

Şekil 2. ŞURO Üyesi Turist Rehberlerinin Ruhsatname Alış Şekli



Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2007 yılında Şanlıurfa, Gaziantep ve Konya illerinde Profesyonel Turist Rehberi Kursu açılmış olup bu kursları başarıyla tamamlayanlar 2008 yılında turist rehberliği mesleğine kabul edilmiştir. Bu kurslarla doğru orantılı olarak Şekil 3'de görüldüğü gibi RBS'de güncel belge alışı şekli tanımlanmış olan 132 ŞURO üyesinin en yoğun belge almış olduğu yıl 2008'dir. Bugün ŞURO yetki sınırları içerisinde olan bölgede 1988 yılında belge almış olan 1 turist rehberi kayda geçmiştir. 2008 yılına kadar bölgede toplam 23 turist rehberinin olduğu ve bölgenin rehber ihtiyacının karşılanması için Kültür ve Turizm Bakanlığı yetkisinde açılmış olan kursla 2018 yılında bölgedeki turist rehberi sayısının 63'e yükseldiği görülmektedir. 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Meslek Yönetmeliği'nin 5. maddesi uyarınca Trabzon ve Şanlıurfa illerinde 2017 yılında düzenlenmiş olan Sertifika Programı'nı başarılı bir şekilde bitiren 10 turist rehberi adayı 2018 yılında ruhsatnamelerini alarak ŞURO'ya üye olmuşlardır.

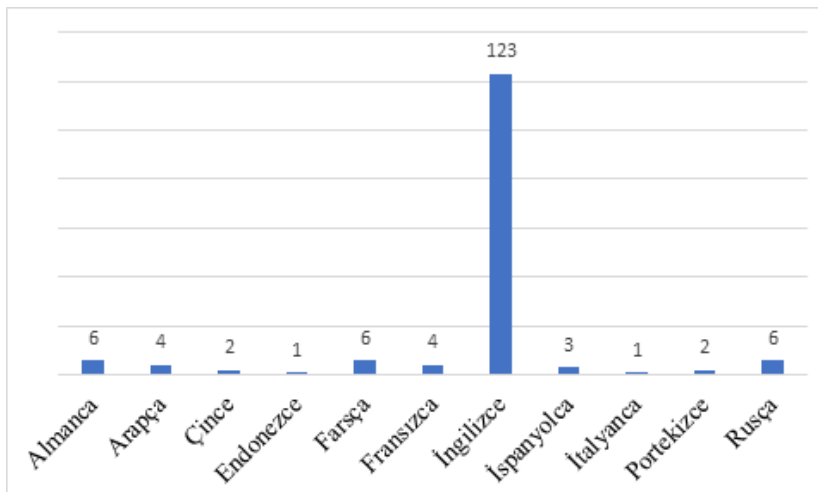
Şekil 3. ŞURO Üyesi Turist Rehberlerinin Belge Alış Yılları Dağılımı



Oda üyesi turist rehberlerinin 32'si eylemsiz iken 111'i ise eylemli olarak çalışmaktadır. ŞURO üyesi turist rehberlerinin çalışma alanları incelendiğinde 112 üyenin ülkesel, 31 üyenin bölgesel turist rehberi olduğu görülmektedir. Bölgesel turist rehberlerinin 12'si Güneydoğu Anadolu Bölgesi ile tek bu bölgede rehberlik yapma hakkına sahiptir.

ŞURO üyesi turist rehberlerinin %78 gibi büyük bir çoğunluğunun çalışma dili olarak sahip oldukları yabancı dil İngilizcedir. Şekil 4'de görüldüğü gibi İngilizce dışında Almanca, Arapça, Çince, Endonezce, Farsça, Fransızca, İspanyolca, İtalyanca, Portekizce ve Rusça dillerine sahip rehberler de vardır. Ancak farklı dillerde rehberlik yapabilecek düzeyde bir sayının olmadığını söylemek mümkündür. Ayrıca üyelerin 8'i çalışma kartında birden fazla dile sahiptir. Türkiye geneliyle kıyaslandığında en çok yoğunluğa sahip ilk üç dil olan İngilizce (7071), Almanca (1648) ve Fransızca (1119) haricinde Farsça diline sahip 39 turist rehberinden 6'sının, Endonezce diline sahip 131 turist rehberinden 1'nin, Çince diline sahip 287 turist rehberinden 2'sinin, Arapça diline sahip 366 turist rehberinden 4'ünün, Portekizce diline sahip 381 turist rehberinin 2'sinin, İtalyanca diline sahip 551 turist rehberinden 1'nin, Rusça diline sahip 699 turist rehberinden 6'sının, İspanyolca diline sahip 771 turist rehberinin 3'ünün ŞURO üyesi olduğu ortaya çıkmıştır.

Şekil 4: ŞURO Üyesi Turist Rehberlerinin Yabancı Dil Dağılımı

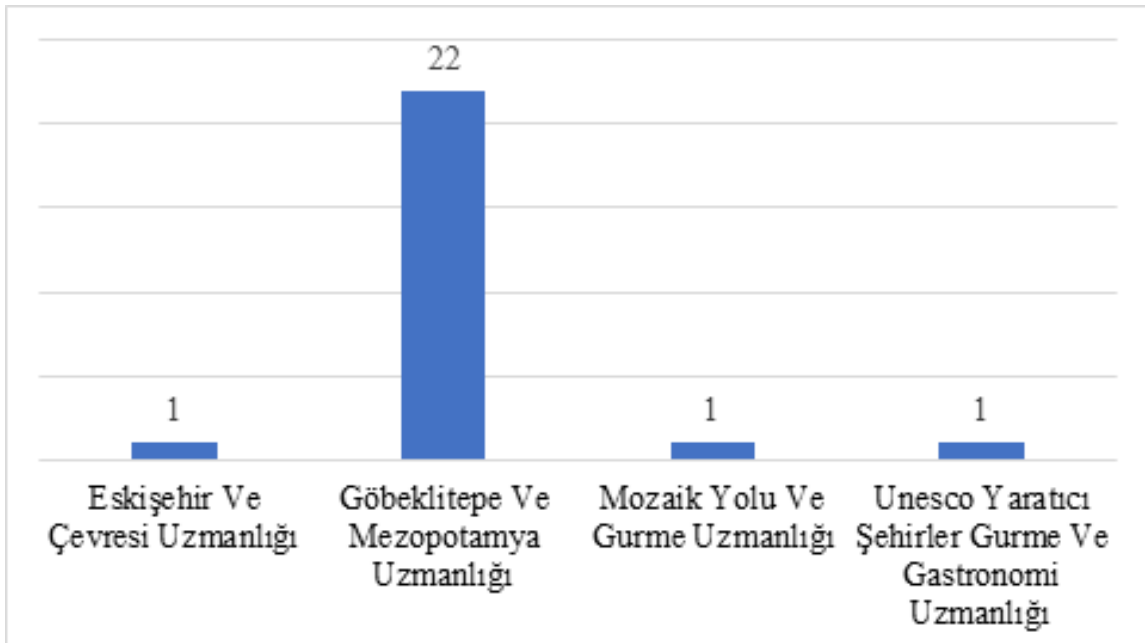


Meslek Yönetmeliği'nin 39. Maddesi kapsamında bölgelerde çeşitli konularda uzman turist rehberi yetiştirmek amacıyla Bakanlık gözetim ve denetiminde TUREB veya TUREB'in uygun görüşü ile meslek odaları tarafından uzmanlık eğitimi programları düzenlenebilmektedir. Günümüze kadar yapılmış olan uzmanlık programları şunlardır:

- Zeugma ve Göbeklitepe Uzmanlığı
- Akseki İbradı Bölgesi Uzmanlığı
- Gurma ve Gastronomi Uzmanlığı
- Troya ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlığı
- Mozaik Yolu ve Gurma Uzmanlığı
- Eskişehir ve Çevresi Uzmanlığı
- Doğa Yürüyüşü Uzmanlığı
- Doğu Roma Mirası Uzmanlığı
- Estam Uzmanlığı
- Kapadokya Yürüyüş Yolu Uzmanlığı
- Yedi Kiliseler Uzmanlığı
- Göbeklitepe ve Mezopotamya Uzmanlığı
- Kültürel Miras Uzmanlığı
- Sanat Tarihi Uzmanlığı
- Unesco Yaratıcı Şehirler Gurme ve Gastronomi Uzmanlığı

ŞURO tarafından 2019 Göbeklitepe Yılı kapsamında Göbeklitepe ve Mezopotamya Uzmanlık programı düzenlenmiş olup ülke çapında 45 turist rehberi bu alanda uzmanlık belgesi almıştır. Şekil 5'de ŞURO üyelerinin sahip oldukları uzmanlık alanlarına bakıldığında Eskişehir ve Çevresi Uzmanlığı'na sahip 1, Mozaik Yolu ve Gurme Uzmanlığı'na sahip, 1, Unesco Yaratıcı Şehirler Gurme ve Gastronomi Uzmanlığı'na sahip 1 ve Göbeklitepe ve Mezopotamya Uzmanlığı'na sahip 22 turist rehberinin olduğu görülmektedir.

Şekil 5: ŞURO Üyesi Turist Rehberlerinin Uzmanlık Alanları



4. Sonuç

Bu çalışma Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası'na üye olan turist rehberlerinin profilini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırma sonucunda rehberlerin genel profiline bakıldığında ŞURO'ya üye toplam 143 turist rehberinin bulunduğu görülmektedir. Özberk (2019) tarafından 2019 yılında yapılan araştırmada ise ŞURO'ya üye turist rehberi sayısı 133 olarak belirtilmiştir. ŞURO'ya kayıtlı turist rehberlerinin sayıca arttığı görülmektedir. Turist rehberlerinin arasında alanyazında belirtildiği gibi (Aytekin-İnce, 2019) erkek turist rehberlerinin kadın turist rehberlerinden sayıca fazla olduğu görülmektedir. Alanyazında yapılan çalışmalardan (Doğan vd., 2010) farklı olarak ŞURO'ya üye turist rehberleri arasında evli rehberler daha fazladır. ŞURO'ya üye turist rehberlerinin yaş ortalaması ise 40'tır.

Turist rehberlerinin 32'si eylemsiz 111'i ise eylemlidir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne yönelik yaşanan tur sayısında artışlar nedeniyle eylemli rehber sayısının fazla olduğu düşünülmektedir. En fazla rehberlik yapılan dil İngilizcedir. Nitekim Türkiye'de rehberlik hizmetinin en fazla verildiği yabancı dil İngilizce'dir. Bunun dışında Farsça, Endonezce ve Çince gibi nadir dillerde rehberlik hizmeti verebilecek turist rehberlerinin olduğu görülmektedir. Turist rehberlerinin çalışma alanlarına bakıldığında ise ülkesel turist rehberleri sayıca daha fazladır. Günümüze kadar 15 farklı alanda uzmanlık eğitimi düzenlenmiştir. ŞURO üyelerinin 15 farklı uzmanlık alanından dördüne katıldığı görülmektedir. Bunların arasında katılımın en yüksek olduğu uzmanlık alanı ise 2019 yılında yapılan Göbeklitepe ve Mezopotamya Uzmanlığı'dır. ŞURO'ya kayıtlı rehberlerin bölge içerisinde gerçekleşen uzmanlık eğitimlerini tercih ettikleri görülmektedir.

5. Kaynakça

- Aytekin-İnce, G. (2019). Turlarda Yaşanabilecek Sorunlar ve Çözüm Önerileri. İçinde Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği, ed. Özlem Köroğlu ve Özlem Güzel, Ankara: Nobel Yayıncılık, 321-363.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Çetin, G ve Kızılırmak, İ. (2012). Türk turizminde kokartlı turist rehberlerin mevcut durumunun analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2) , 307-318.
- Çolakoğlu, E. O., Epik, F. ve Efendi, E. (2010). Tur yönetimi ve turist rehberliği. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, H., Üngüren, E. ve Dönmez-Kesgin, D. (2010). Meslek ve aile yaşamı ilişkisi: Profesyonel turist rehberlerine yönelik bir araştırma. *Yaşar University*, 20(5), 3430-3442.
- Huang, S., Hsu, C. H. C. ve Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), 3-33.
- Kümbetoğlu, B. (2012). Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Merriam, S., B. (2015). Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber. Çev. ed. Selahattin Turan. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Öter, Z. (2019). Turist Rehberinin Çalışma Esasları. İçinde Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği,

ed. Özlem Köroğlu ve Özlem Güzel, Ankara: Nobel Yayıncılık, 113-131.

Özberk, F. (2019). Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberler Odasına Bağlı Rehberlerin Genel Özelliklerinin Turizm Coğrafyası Açısından Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şanlıurfa.

Patton, Q., M. (2002). Qualitative research & evaluation methods. London: Sage Publications.

Şahin, S. (2018). Turist Rehberinin Yetkinlikleri. İçinde Turist Rehberliği, ed. Seçkin Eser, Seda Şahin ve A. Celil Çakıcı, Ankara: Detay Yayıncılık, 47-74.

Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası. (2020). Hakkımızda. <http://www.urfarehberlerodasi.com/Hakkimizda.html>, Erişim Tarihi: 6 Mart 2020.

TUREB. (2020). Hakkımızda. <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/50>, Erişim Tarihi: 6 Mart 2020.

Turist Rehberliği Meslek Kanunu. (2012). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.html>, Erişim Tarihi: 6 Mart 2020.

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği. (2014). <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-120445/turist-rehberligi-meslek-yonetmeli.html>, Erişim Tarihi: 6 Mart 2020.

Weiler, B. ve Black, R. (2015). Tour guiding research: Insights, issues and implications. Bristol: Channel View Publications.

Yenipınar, U. (2019). Turist Rehberliği Mesleği. İçinde Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği, ed. Özlem Köroğlu ve Özlem Güzel, Ankara: Nobel Yayıncılık, 1-26.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin.

TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİ İCRASINDA İDARE HUKUKU

Doç. Dr. Dilşat YILMAZ
AHBVÜ Üniversitesi Hukuk Fakültesi, İdare
Hukuku ABD. Öğretim Üyesi
dilsat.yilmaz@hbv.edu.tr

Turist rehberliği mesleği, fiilen özel hukuk kişileri tarafından yerine getirilmekle beraber; söz konusu faaliyetin gerçekleştirilmesinde mutlak bir serbestinin tanınmasının kamu düzeni açısından mümkün olmaması; söz konusu alana kamu tüzel kişiliği müdahalesini gerekli kılmıştır. İdare hukuku sistemimiz bağlamında anılan müdahale, devlet kamu tüzel kişiliği yanında; başka kamu tüzel kişilerinin de sürece dâhil edilmesi ile gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, anılan faaliyetin yerine getirilmesi sürecine 1982 Anayasası'nın 135. maddesi uyarınca kamu kurumu niteliğinde meslek/meslek üst kuruluşu sayılan ve ayrıca idari teşkilatın da parçası olan "Odalar" ve "Birlik" dâhil edilmiştir. Anılan madde incelendiğinde görüleceği üzere; böylelikle mesleğin icrası öngörülebilir bir düzene kavuşturulmuş; mesleği yerine getiren bireylerin de belli kurallara riayeti ve yine anılan kişilerin sahip oldukları hakların güvence altına alınması sağlanmıştır. Turist rehberliği mevzuatında da ; -faaliyetin belli bir düzen ve standart altında sağlanabilmesi için-, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın (Bakanlık) başka bir ifadeyle merkezi idarenin de bu sürece dâhil edilerek, mesleğin icrasının düzene kavuşturulmasının/denetiminin sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir (Teşkilata ilişkin bkz. 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu (Kanun), Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği (RG. 29217, Yönetmelik)).

Turist rehberliği mesleğinin idari teşkilat içerisindeki yapılanması; idare hukuku ve idari yargılama hukuku alanı ile de ilişki yaratmaktadır. Odaların, Birliğin ve Bakanlığın bu süreçte yürütmekte olduğu faaliyet dikkate alındığında; (Odalar, Birlik ya da Bakanlık tarafından) turist rehberliği hizmeti için düzenlenecek eğitimlerden, mesleğe kabul / ruhsat/ /odaya kayıt /çalışma kartı verilmesi süreçlerine, mesleğin icra şartlarının belirlenmesine, yapılacak denetimler sonucunda tesis edilecek işlemlere ya da meslek mensuplarına uygulanabilecek disiplin cezalarına kadar; pek çok "idari işlem" söz konusu olup; bunların hukuka uygunluklarının denetimleri idari yargı yerleri tarafından yapılacaktır. Örneğin, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği' nin 48. maddesinde de verilecek disiplin cezalarının/ itiraz üzerine verilen kararların idari yargının denetimine tabi olacağı açıkça ifade edilmektedir. Yine -örneğin-, disiplin soruşturmalarında usule (örneğin bkz. Yönetmelik m. 43) riayet edilmemesi hukuka aykırılık hali oluşturup, idari davalarda ileri sürülebileceği gibi; -yine bu bağlamda- disiplin soruşturmalarında Yönetmelikte öngörülen hak düşürücü sürelerin ihlali de -idari yargı kararları dikkate alındığında- işlemin iptaline sebep olabilecektir.

Yapılan özet açıklamalardan da görüldüğü üzere, turist rehberliği mesleğinin icrası; mesleğe kabule hazırlık sürecinden başlayarak idare /idari yargılama hukuku ile iç içe geçmiş durumdadır. Bu sebeple de, mesleğin icrasına ilişkin pek çok faaliyet, aynı zamanda idare/idari yargılama hukuku boyutunu da içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Turist rehberliği, Anayasa, kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşu, idare mahkemesi, idare hukuku.

Kaynakça

Akyılmaz, B., Sezginer, M. & Kaya, C. (2019), Türk İdare Hukuku, Yenilenmiş 11. Baskı, Ankara: Savaş Yayınevi.

Akyılmaz, B., Sezginer, M. & Kaya, C. (2019), Türk İdari Yargılama Hukuku, 3. Baskı, Ankara: Savaş Yayınevi.

Aslan, Z., Barlass, İ., Berk, K., Arat, N., Sayhan, Ş., Bardakçı, M. A., Gümüşkaya, G., Kağıtçıoğlu, M. & Altındağ H. (2019), Açıklamalı ve İçtihatlı İdari Yargılama Usulü Kanunu, Vergi Yargılaması ile Birlikte, ed. Zehreddin Aslan, Ankara: Seçkin Yayınevi, s. 1-son.

Çağlayan, R. (2018), İdari Yargılama Hukuku, Güncellenmiş 10. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi.

Günday, M. (2011), İdare Hukuku, Güncellenmiş ve Gözden Geçirilmiş 10. Baskı, Ankara: İmaj Yayınevi.

LİSANSÜSTÜ DÜZEYDE TURİST/TURİZM REHBERLİĞİ EĞİTİMİ VEREN PROGRAMLARIN MÜFREDATLARININ İNCELENMESİ VE ÖNERİLER

* Dr. Yunus TOPSAKAL
Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji
Üniversitesi
topsakal.yunus@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3202-5539

ÖZET

Turizm endüstrisi sisteminde turizm rehberlerinin rolü ve sorumlulukları yadsınamayacak düzeydedir. Bundan dolayı, ülkeler turizm rehberliği mesleği ile ilgili sertifika programları, ön lisans, lisans ve yüksek lisans eğitimleri vermekte ve turizm rehberliği ile ilgili yasal düzenlemeler yapmaktadır. Literatürde turizm rehberliği ile ilgili ön lisans ve lisans ders müfredatları ile ilgili çalışmalar gerçekleştirilmişken, yüksek lisans düzeyinde herhangi bir çalışmanın olmadığı belirlenmiştir. Bundan dolayı, çalışmanın amacı turizm rehberliği tezli ve tezsiz yüksek lisans eğitimi veren üniversitelerde zorunlu ve seçmeli olarak okutulan derslerin turizm rehberi ruhsatnamesi sahibi olunması için Turizm Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde yer alan dersler bağlamında incelenmesidir. Araştırma nitel yöntem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada öncelikle turizm rehberliği eğitimi ve müfredatlar ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Ardından turizm rehberliği tezli ve tezsiz yüksek lisans eğitimi veren ve müfredatlarına ulaşabilen programlar belirlenmiştir. Tezli ve tezsiz programların müfredatları Turizm Rehberliği Meslek Yönetmeliği'ndeki zorunlu dersler ile karşılaştırılmıştır. Çalışmada ayrıca tezli ve tezsiz yüksek lisans programlarındaki dersler yabancı dil, bölgesel temalı dersler ve belli uzmanlık gibi unsurlar kapsamında da incelenmiştir. Araştırma ile tezli ve tezsiz turizm rehberliği veren programların müfredatlarının Turizm Rehberliği Meslek Yönetmeliği'ndeki derslerle ve farklı üniversitelerdeki programların müfredatlarının birbiri ile uyumlaştırılması önemli görülmektedir. Çalışma bulgularının turizm rehberlik mesleği ile ilgili TUREB, Turist Rehberleri Odalarının, sertifika eğitimi sağlayan ve lisansüstü düzeyde eğitim veren kurumların vereceği kararlar ve ilerde açılacak programlar için katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar kelimeler: Turizm Rehberliği, Lisansüstü Eğitim, Müfredat

ABSTRACT

The roles and responsibilities of tourism guides in the tourism industry are undeniable. Therefore, countries provide certificate programs, undergraduate and graduate educations and make legal arrangements related to tourism guidance. In the literature, while studies related to associate degree and undergraduate course curricula related to tourism guidance have been carried out, it has been determined that there is no study at graduate level. Therefore, the aim of the study is to examine the courses that are taught compulsory and elective in universities that provide graduate education with and without thesis in the context of the courses in the Tourism Guidance Vocational Regulations in order to have a tourism guide working card. The research was carried out using

* *Sorumlu Yazar*

qualitative method. In the research, firstly, literature review related to tourism guidance education and curricula were done. Then, programs curricula that provide tourism guidance graduate education with and without thesis were determined. The curricula of the programs with and without thesis have been compared with the compulsory courses in the Tourism Guidance Vocational Regulation. In the study, the courses in graduate programs with and without thesis were also examined within the context of foreign language, regional themed courses and specific expertise. It is important to harmonize the curricula of the graduate programs that provide tourism guidance with and without thesis and the curricula of the programs in different universities and the courses in the Tourism Guidance Vocational Regulation. The findings of the study are expected to contribute to the decisions to be given by TUREB, Tourist Guides Chambers, institutions providing certificate education and graduate education related to the tourism guiding profession and programs to be opened in the future.

Keywords: Tourism Guidance, Graduate Education, Curriculum

Giriş

Turist rehberi, ülkeye gelişlerinden geri dönüncüye kadar yabancı ziyaretçi grupları ile bir arada olan ve doğrudan ilişki içinde olan ülke vatandaşlarıdır (Ahipaşaoğlu, 2001). Bir başka tanıma göre turist rehberleri, turistlerin ziyaret ettiği yerler, karşılaştıkları yerel insanlar ve yolculuk esnasında çekilen fotoğraflar hakkında hikayeler ile bilgi veren profesyonellerdir (Leclerc ve Martin, 2004). Genel kabul gören tanıma göre turist rehberi, turistlere istedikleri dilde kılavuzluk eden ve destinasyondaki özel, kültürel ve doğal miras alanları hakkında eğlendirici şekilde bilgi sağlayan ve resmi makamlarca yetkinliği tanınan kişidir (WFTGA, 2019).

6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'na göre turist rehberi, bu kanun hükümlerince mesleğe kabul edilen ve turist rehberliği hizmeti verme hak ve yetkisine sahip gerçek kişilerdir. Bu kanuna göre rehberlik hizmeti: “seyahat acentalığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi” olarak ifade edilmektedir (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012).

Turist rehberlerinin profesyonel olmasını sağlayan ve yerine getirmesi gereken bazı sorumluluklar da bulunmaktadır. Turist rehberlerinin görev ve sorumluluklarından bazıları; liderlik özelliği taşımak; disiplinli olmak; doğru, dürüst, tutarlı ve adil olmak; meslek ve turist sırlarını paylaşmamak; kendini sürekli yenileyerek kültür, bilgi ve deneyimini arttırmak; turistlerin özelliklerinin farkında olup ona göre davranmak; ülkenin turiste sunduğu ürün ve turun özelliklerini iyi bilmek; ülke ile ilgili olumlu imaj yaratılmasına katkı sağlamak ve anında ve neşeli bir şekilde bilgi sağlamaktır (Yarcan, 2007). Bu özellikler ve sorumluluklar eğitimler ile kazandırılmaktadır.

Ülkemizde 1995 yılına kadar Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca verilen turist rehberliği eğitimi, sonradan çıkarılan kanunla aynı zamanda yükseköğretim düzeyinde de verilmeye başlanmıştır (Ahipaşaoğlu, 2001). Yükseköğretimde önceleri meslek yüksekokullarında ön lisans olarak verilen turist rehberliği, ardından yüksekokul ve fakültelerde lisans düzeyinde verilmeye başlanmıştır (Çokişler, 2017). Daha sonra turist rehberliği veya turizm rehberliği adı altında anabilim dalları kurularak turizm rehberliği eğitimi tezli ve tezsiz yüksek lisans düzeyinde de verilmeye başlamıştır. Bu aşamalarla eş zamanlı olarak, turizm endüstrisindeki rekabetten dolayı yeni destinasyonlar ve

turistik ürünler geliştirilmiştir. Bu kapsamda uzmanlık gerektiren turizm rehberliği alanları oluşmuştur. Turizm rehberli bu değişimlere ayak uydurmak için sürekli olarak yeni yerler, yeni kültürler, yeni diller ve yeni tarihler öğrenerek kendilerini güncel tutmalıdır (Yenipınar ve Kardaş, 2019).

Kaliteli bir eğitim ile kaliteli turizm rehberi yetiştirilebilir (Hacıoğlu, 2008). Bundan dolayı, turizm rehberliği müfredatlarının sertifika programındaki derslerle uyumlu ve güncel derslerden oluşması önemlidir. Ön lisan ve lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren üniversitelerdeki müfredatları konu alıp inceleyen çalışmalar (Güven ve Ceylan, 2014; İşçeli ve Kılıç, 2018; Yenipınar ve Kardaş, 2019) olmasına rağmen, özellikle son yıllarda hızla artan lisansüstü düzeyinde turizm rehberliği eğitimlerinin müfredatlarına yönelik herhangi çalışma gerçekleştirilmemiştir. Bundan dolayı, çalışmanın amacı turizm rehberliği tezli ve tezsiz yüksek lisans eğitimi veren üniversitelerde zorunlu ve seçmeli olarak okutulan derslerin turizm rehberi çalışma kartı sahibi olunması için Turizm Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde yer alan dersler bağlamında incelenmesi olarak belirlenmiştir.

1. Turist/Turizm Rehberliği Eğitimi ve İlgili Çalışmalar

Ülkemizde rehberlik ile ilgili ilk düzenleme 1925 yılında “Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname” ile hayata geçirilmiştir. Bu kararname ile tercüman rehberlik mesleğini yapanlar için 11 maddede uyulması gerekenler belirlenmiştir. O yıllarda ülkemizde turizm ile ilgili herhangi bir resmi kuruluş olmamasından dolayı, tercüman rehberler sadece kağıt üzerinde sınava tabi tutulmuştur (Çolakoğlu vd., 2010). Daha sonra 1971 yılında “Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği” adı altında mesleğe yönelik ilk yönetmenlik yayınlanmış ve 1974 yılında yapılan bazı değişiklikler ile “Profesyonel Turist Rehberliği Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” olarak tekrar yayınlanmıştır. Bu ilk yönetmelikte, zamanla ortaya çıkan ihtiyaçlar çerçevesinde bazı değişiklikler yapılmıştır (Değirmencioğlu, 2001; Hacıoğlu ve Demirbulut, 2014).

Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği uyarınca, ülkemizde 1995 yılına kadar turizm rehberliği ile ilgili eğitim kurslar ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca verilmekteydi. Fakat üniversitelerde eğitimin çeşitlenmesi ile beraber turizm rehberliği eğitimi üniversitelerde de vermeye başlanmıştır (Hacıoğlu, 2008). Günümüzde, turizm rehberliği eğitimi iki şekilde verilmektedir: örgün ve yaygın eğitim. Yaygın eğitim 2013 yılına kadar sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca kurslar ile verilmekteyken, 2013 yılında yayımlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nce sadece Birlikler ve TÜRİSAB ortak önerisi ve Kültür ve Turizm Bakanlığı onayı ile sertifika eğitimi vermektedir (Eker ve Zengin, 2016). Örgün eğitim ise üniversiteler aracılığıyla verilmektedir. İlk olarak ön lisans düzeyinde verilen turizm rehberliği eğitim, daha sonra lisans düzeyinde vermeye başlanmıştır. Ardından tezli ve tezsiz yüksek lisans turizm rehberliği eğitimi ile lisansüstü düzeyde eğitim vermeye başlanmıştır. Bundan dolayı, turizm rehberliği örgün eğitim ön lisans, lisans, tezli yüksek lisans, tezsiz yüksek lisans ve uzaktan tezsiz yüksek lisans olarak verilmektedir.

Güven ve Ceylan (2014) Turizm Rehberliği Meslek Yönetmeliği ile ön lisans ve lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren üniversitelerin müfredatlarının uyumluluğunu incelemiştir. Çalışma sonucunda, turizm rehberliği ön lisans ve lisans bölüm müfredatlarının üniversiteler arasında farklı olduğunu ve yönetmelikte zorunlu olan derslerin bazılarının müfredatlarda yer almadığı ya da seçmeli ders olarak verildiğini belirlemiştir. Eker ve Zengin (2016) turist rehberliği eğitimini turist rehberlerinin bakış açısıyla incelediği çalışmalarında turist rehberliği mesleğinin yapılabilmesi bağlamında teorik derslerin yetersiz olduğu sonucuna varmışlardır.

İşçeli ve Kılıç (2018) turist rehberliği sertifika programında verilmesi gereken zorunlu dersler ile lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren üniversitelerdeki müfredatları karşılaştırmışlardır. Sonuç olarak, sertifika programında zorunlu olan bazı derslerin bazı üniversitelerde seçmeli ders olarak verildiği ve ders isimlerinin farklılaşabildiğini belirlemişlerdir. Çakmak ve İstanbullu Dinçer (2018) turizm fakültelerindeki turizm rehberliği bölümlerinin müfredatlarını Türk kimliği bağlamında inceledikleri çalışmada, müfredat içeriklerinin daha çok Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Devleti üzerine derslerin olduğunu belirlemişlerdir.

Akdu vd. (2018) turist rehberliğinde bir uzmanlı alanı olarak sağlık turizmi rehberliği konusunu araştırdıkları çalışmada, sağlık turizm rehberliği ile ilgili verilen mevcut derslerin temel sağlık bilgisi ve ilkyardım olduğunu ve sağlık turizmi isimli dersin de üç üniversitedeki turizm rehberliği müfredatında yer aldığını belirlemişlerdir. Yenipınar ve Kardaş (2019) ise turizm rehberliği müfredatlarını güncellik, sektör beklentisi ve mesleki ihtiyaç bağlamında incelemişlerdir. Sonuç olarak, müfredatlardaki derslerin beklentileri karşıladığı, fakat güncellik, bölgesel temalı dersler ve yabancı dil kapsamında sınırlı olduğunu belirlemişlerdir.

2. Yöntem

Araştırmanın evrenini ülkemizde lisansüstü düzeyde turist/turizm rehberliği eğitimi veren üniversitelerin müfredatları oluşturmaktadır. Ön lisans ve lisans düzeyindeki turizm rehberliği müfredatlarının kapsam dışından bırakılmasının nedeni, bu konuda daha önceden çalışmaların gerçekleştirilmiş olması ve zaman kısıtıdır. Bir diğer neden ise çalışmanın hedefi son yıllarda sayısı artmaya başlayan lisansüstü turizm rehberliği eğitimine katkı sunmaktır. Gerçekleştirilen araştırma sonucu tezli ve tezsiz turizm rehberliği yüksek lisans eğitimi veren üniversiteler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Lisansüstü Eğitim Veren Üniversiteler ve Programlar

Üniversite	Program İsmi	Tezli	Tezsiz	Müfredat
Afyon Kocatepe	Turizm Rehberliği		√	√
Akdeniz	Turizm Rehberliği	√	√	√
Batman	Turizm Rehberliği	√	√	
Çanakkale Onsekiz Mart	Turist Rehberliği	√	√	
Eskişehir Osmangazi	Turist Rehberliği		√	√
İzmir Katip Çelebi	Turist Rehberliği	√	√	√
Kapadokya	Turist Rehberliği		√	
Mardin Artuklu	Turizm Rehberliği		√	
Necmettin Erbakan	Ekoturizm Rehberliği	√	√	
Recep Tayyip Erdoğan	Turizm Rehberliği		√	
Şırnak	Ekoturizm Rehberliği		√	
Ankara Hacı Bayram Veli	Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	√		√
Balıkesir Üniversitesi	Turizm Rehberliği	√		√
Ege	Rekreasyon ve Turist Rehberliği	√		√
Giresun	Ekoturizm Rehberliği	√		
Kırklareli	Turizm Rehberliği	√		
Mardin Artuklu	İnanç Turizm Rehberliği	√		
Mersin	Turizm Rehberliği	√		√
Nevşehir Hacı Bektaş Veli	Turizm Rehberliği	√		√
Pamukkale	Turizm Rehberliği	√		
Selçuk	Seyahat İşletmecligi ve Turist Rehberliği	√		

Tablo 1’de görüldüğü üzere tezli yüksek lisans düzeyinde 7 adet turizm rehberliği, 2 adet turist rehberliği, 1 adet seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği, ve 1 adet rekreasyon ve turist rehberliği, 1 adet seyahat işletmeciliği ve turist rehberliği, 2 adet ekoturizm rehberliği ve 1 adet inanç turizmi rehberliği olmak üzere toplam 15 program olduğu belirlenmiştir. Tezsiz yüksek lisans düzeyinde 5 adet turizm rehberliği, 4 adet turist rehberliği ve 2 adet ekoturizm rehberliği olmak üzere toplam 11 adet program belirlenmiştir. Doktora düzeyinde ise turist/turizm rehberliği eğitimi bulunmamaktadır. 15 programın ders müfredatına erişilememiştir. Müfredatlarına erişilemeyen programlar genel olarak yeni faaliyete başlamış veya başlayacak olan programlardır. Bundan dolayı çalışmada 7 tezli ve 4 tezsiz programın müfredatı kullanılmıştır. Bu kapsamda çalışma nitel araştırmadır. Programaların ders müfredatlarına web sitelerinden erişilmiş ve doküman incelemesi yapılmıştır.

Doküman incelemesinde karşılaştırma için Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde sertifika programlarında okutulacak zorunlu dersler kullanılmıştır. Bu dersler; genel turizm bilgisi ve turizm mevzuatı; meslek etiği ve meslek dersi; dinler tarihi; Türkiye’nin tarihi ve turizm coğrafyası; iletişim becerileri; genel Türk tarihi ve kültürü; arkeoloji; Türk dili ve edebiyatı; mitoloji; anadolu medeniyetleri tarihi; turizm sosyolojisi; Türkiye’nin flora ve faunası, doğa tarihi; müzecilik; genel sağlık bilgisi, ilkyardım, sağlık turizmi, turist sağlığı; türk halk bilimi ve geleneksel türk el sanatları; sanat tarihi, ikonografi (TUREB, 2018).

3. Bulgular

Çalışmanın amacı doğrultusunda öncelikle sertifika programında okutulan zorunlu dersler kapsamında lisansüstü ders müfredatları karşılaştırılmıştır. Sonuçlar Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2’de görüldüğü üzere sertifika programında verilen derslerin tamamı zorunlu olarak sadece İzmir Katip Çelebi Üniversitesi tezsiz yüksek lisans programında verilmektedir. Fakat bu üniversitenin müfredatında mitoloji ile ikonografi ve sağlık turizmi ile turist sağlığı derslerinin tek ders olarak, sanat tarihinin ise ikonografiden ayrı tek ders olarak verildiği belirlenmiştir. Müfredatı sertifika dersleri ile kısmen uyumlu olan ve dersleri zorunlu olarak veren ikinci program ise Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tezsiz yüksek lisans programıdır. Fakat bu programda da arkeoloji ile müzecilik, Türkiye turizm coğrafyası ile flora faunası ve mitoloji ile Anadolu medeniyetleri tarihi dersleri tek ders olarak verildiği belirlenmiştir. Afyon Kocatepe Üniversitesi tezsiz yüksek lisans programı müfredatında ise genel turizm bilgisi ve turizm mevzuatı dersinin zorunlu, geriye kalan diğer sertifika derslerinin ise seçmeli olarak ve arkeoloji ile müzeciliğin tek ders olarak verildiği ortaya çıkarılmıştır. Ankara HBV ve Ege Üniversitelerinde sadece bir adet seçmeli ders sertifika programı dersleriyle uyumludur. Bu iki üniversitedeki programların sadece turizm rehberliği değil de rekreasyon ve seyahat işletmeciliği ile beraber isimli program olması bunun nedeni olarak gösterilebilir. Akdeniz Üniversitesi tezli ve tezsiz müfredatlarında mitoloji ile ikonografi derslerinin ve Nevşehir HBV üniversitesinde ise arkeoloji ve müzecilik derslerinin ortak olarak verildiği belirlenmiştir. Nevşehir HBV üniversitesinde sanat tarihi ile ikonografi ise ayrı dersler olarak verilmektedir.

Tablo 2. Sertifika Programı Dersleri ile Lisansüstü Verilen Derslerin Karşılaştırılması

	Afyon Kocatepe	Akdeniz Tezli	Akdeniz Tezsiz	Ankara HBV	Balikesir	Ege	Eskişehir OG	İKCU Tezli	İKCU Tezsiz	Mersin	Nevşehir HBV
Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı	Z	S					Z		Z		S
Meslek Etiği ve Meslek Dersi	S	Z			S		Z		Z		S
Dinler Tarihi	S	S				S	Z		Z		
Türkiye'nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası	S	S					Z		Z	S	S
İletişim Becerileri	S				S		Z		Z	S	S
Genel Türk Tarihi ve Kültürü	S						Z		Z		
Arkeoloji	S	S	S		S		Z		Z		S
Türk Dili ve Edebiyatı	S								Z		
Mitoloji	S	S	S				Z	S	Z		S
Anadolu Medeniyetleri Tarihi	S		S		S		Z		Z		S
Turizm Sosyolojisi	S						S		Z	S	
Türkiye'nin Flora ve Faunası, Doğa Tarihi	S						Z		Z		
Müzecilik	S	S			S		Z	S	Z		S
Genel Sağlık Bilgisi, İlyardım, Sağlık Turizmi	S		S				Z		Z		
Turist Sağlığı	S								Z		
Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları	S			S			Z	Z	Z		
Sanat Tarihi, İkonografi	S	S	S				Z		Z		S

Yabancı dil bağlamında, lisansüstü turizm rehberliği programlarının müfredatlarında zorunlu veya seçmeli olarak herhangi bir yabancı dil dersi verilmediği ortaya çıkarılmıştır. Bölgesel temalı dersler ile ilgili bulgular ise Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Bölgesel Temalı Dersler

	Afyon Kocatepe	Akdeniz Tezli	Akdeniz Tezsiz	Ankara HBV	Balikesir	Ege	Eskişehir OG	İKCU Tezli	İKCU Tezsiz	Mersin	Nevşehir HBV
İzmir ve Rehberlik						√					
Turizm Rehberliğinde Bölgesel Uzmanlaşma: Ege, Akdeniz ve Doğu / Güneydoğu Anadolu								√			
Doğu Akdeniz Rehberliği		√									
Doğu Roma İmparatorluğu Döneminde İstanbul						√					

Tablo 3 incelendiğinde sadece dört adet bölgesel temalı ders verildiği görülmektedir. Ege Üniversitesi müfredatında 'İzmir ve Rehberlik' ve 'Doğu Roma İmparatorluğu Döneminde İstanbul', İzmir Katip Çelebi Üniversitesi tezli müfredatında 'Turizm Rehberliğinde Bölgesel Uzmanlaşma: Ege, Akdeniz ve Doğu / Güneydoğu Anadolu' ve Akdeniz Üniversitesi tezli müfredatında 'Doğu Akdeniz Rehberliği' dersleri bulunmaktadır.

Son yıllarda turizm rehberliği ile ilgili bir uzmanlığa yönelik 'ekoturizm rehberliği' ve 'inanç turizm rehberliği' tezli

ve tezsiz yüksek lisans programları açılmaya başlamıştır. Mardin Artuklu Üniversitesi bünyesinde ‘inanç turizmi’ ve Giresun Üniversitesi bünyesinde ‘ekoturizm rehberliği’ programlarının açılması, bu üniversitelerin bulunduğu bölgeler göz önünde bulundurulunca bölgesel ve uzmanlık gerektiren rehberlik alanlarındaki ihtiyaca yönelik olduğu söylenebilir. Bundan dolayı, Araştırmada incelenen 11 adet tezli ve tezsiz yüksek lisans programlarının ders müfredatları belli uzmanlaşmaya yönelik verilen dersler kapsamında da incelenmiş ve sonuçlar Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Belli Uzmanlık ile ilgili Dersler

	Afyon Kocatepe	Akdeniz Tezli	Akdeniz Tezsiz	Ankara HBV	Balıkesir	Ege	Eskişehir OG	İKCU Tezli	İKCU Tezsiz	Mersin	Nevşehir HBV
Yiyecek-İçecek ve Mutfak Kültürü	✓										
Sağlık Turizmi	✓						✓		✓		
Özel İlgi Turizmi											
Türk Mutfağı					✓		✓				
İnanç Turizmi				✓	✓					✓	
Alternatif Turizm						✓					
Sanat ve Edebiyat Turizmi										✓	

Tablo 4’de görüldüğü üzere toplam 7 adet belli uzmanlığa yönelik ders turizm rehberliği müfredatlarında yer almaktadır. Önemli olan nokta, sağlık turizmi dersinin sertifika programı derslerinden biri olmasına rağmen sadece üç üniversitedeki lisansüstü ders müfredatında yer almasıdır. Akdeniz Üniversitesi lisansüstü ders müfredatında ‘genel sağlık bilgisi ve ilkyardım’ dersi olduğundan dolayı Tablo 1’de ‘genel sağlık bilgisi, ilkyardım ve sağlık turizmi’ sertifika dersinde seçmeli olarak işaretlenmiştir. Bundan dolayı Tablo 4’de Akdeniz Üniversitesi lisansüstü ders müfredatında sağlık turizmi belli bir uzmanlığa yönelik ders olarak seçilmemiştir. Üniversitelerdeki turizm rehberliği lisansüstü ders müfredatında belli uzmanlığa yönelik derslerin üç adet inanç turizmi, üç adet sağlık turizmi, iki adet Türk mutfağı, bir adet yiyecek-ışecek ve mutfak kültürü, bir adet alternatif turizmi ve bir adet sanat ve edebiyat turizmi olduğu belirlenmiştir.

4. Sonuç

Çalışmada turizm rehberliği sertifika programında yer alan dersler ile üniversitelerde lisansüstü düzeyde turizm rehberliği veren programların müfredatları karşılaştırılarak uyumun ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Çalışma sonucunda, sertifika programında verilen derslerin genel olarak tezli ve tezsiz yüksek lisans müfredatlarında kısmen yer aldığı; bu derslerin çoğunun seçmeli ders olarak verildiği; mitoloji, ikonografi, müzecilik ve arkeoloji derslerinin ise birleştirilip tek dersler adı altında verildiği ve zorunlu veya seçmeli olarak herhangi bir yabancı dil dersi verilmediği ortaya çıkarılmıştır. Lisansüstü turizm rehberliği müfredatlarında sadece üç üniversitedeki programda birer adet bölgesel temalı ders olduğu ve belli bir uzmanlığa yönelik dersler kapsamında ise müfredatlarda inanç turizmi ve mutfak kültürüne yönelik olduğu belirlenmiştir. Bulgular ışığında turist/turizm rehberliği lisansüstü programlarının müfredatları için şu önerilerde bulunulmuştur;

- Tezli veya tezsiz program olması gözetilmeksizin turizm rehberliği lisansüstü programlarında sertifika

programında verilen derslerin uygun olanlarının birleştirilerek, zorunlu ders olarak verilmesi gerekmektedir.

•Turizm rehberliği lisansüstü programlara başvuru için yabancı dil puanı istenmesi önerilmektedir. Çünkü özellikle tezsiz programlarda dil puanı istenmemekte ve ders müfredatlarında yabancı dili dersi bulunmamaktadır. Oysaki tezsiz turizm rehberliği programlarına herhangi bir lisans mezunu olmak yeterli olduğundan en azından yabancı dil konusunda sorun yaşanmaması için başvuru aşamasında yabancı dil şartı konulabilir.

•Seçmeli dersler arasında üniversitenin bulunduğu ilçe, il veya bölge ile uyumlu belli uzmanlık gerektiren derslerin müfredatlarda yer alması önerilmektedir. Ayrıca uygulamaya yönelik müze gezisi veya belli bölgelerde turlara katılma derslerine müfredatlarda yer verilmelidir.

•Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde belirtildiği üzere, odalar tarafından, turizm çeşitliliği dikkate alınarak, bölgelerine göre uzman turist rehberi yetiştirmek ve turist rehberlerini çeşitli konularda eğitmek amacıyla uzmanlık eğitimi programları düzenleyebilmektedir. Bu kapsamda, turizm rehberliği anabilim dalı olan üniversitelerde belirli uzmanlık gerektiren alanlar için lisansüstü program açmak yerine, çalışma kartı olan rehberlere yönelik odalar ile ortak sertifika programları düzenlenmelidir. Örneğin; ekoturizm rehberliği, inanç turizmi rehberliği, gastronomi turizmi rehberliği, sağlık turizmi rehberliği sertifika programları.

•Akademik anlamda kariyer yapmak isteyen lisansüstü turizm rehberliği mezunlarına yönelik turizm rehberliği doktora programının açılması gerekli görülmektedir. Bu doğrultuda, gerekli altyapı ve üstyapının oluşturularak belli üniversitelerde turizm rehberliği doktora programının açılması önerilmektedir.

•Günümüzde 2 yıllık önlisans, 4 yıllık lisans ve tezli ya da tezsiz yüksek lisans mezunu kişiler turist rehberliği ruhsatnamesi aldıklarında mesleki olarak eşit statüye gelmektedirler. Bu kapsamda aldıkları taban ücret aynı olmakta ve piyasada statü olarak hiç bir farkları bulunmamaktadır. Bu konuda öncelikle taban ücretlerde kişinin aldığı eğitime göre taban ücret belirlenmesi önerilmektedir. Bu sebeple verilen ruhsatnameler ayrı kategoriaya ayrılmalıdır. Örneğin; A tipi turist rehberliği ruhsatnamesi sadece önlisans mezunlarına, B tipi lisans mezunlarına ve C tipi de yüksek lisans mezunlarına verilmeli.

5. Kaynakça

Ahipaşaoğlu, S. (2001), Turizmde rehberlik, Ankara: Detay Yayıncılık.

Akdu, U., Karakaş, D., Zurnacı, J., & Tabu Ö. (2018). Turizm rehberliğinde alan uzmanlığı önerisi: sağlık turizmi rehberliği. Turist Rehberliği Dergisi, 1(2), 124-138.

Çakmak, T.F., & İstanbullu Dinçer, F. (2018). Turist rehberliği bölümleri ders programlarının "Türk kimliği" açısından incelenmesi. International Journal of Contemporary Tourism Research, 2(2), 67-75.

Çokışler, N. (2017), Turizm rehberliği eğitiminde çeyrek asırdır değişmeyen parçalanmış yapı sorunu. 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı – 2 (ss. 325-335), Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

Çolakoğlu O.E., Epik F., & Efendi, E., (2010), Tur yönetimi ve turist rehberliği, Ankara: Detay Yayıncılık.

Değirmencioğlu, A.Ö.(2001), Türkiye’de turizm rehberliği eğitimi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 10-14.

Eker, N., & Zengin, B. (2016), Turist rehberliği eğitiminin değerlendirilmesi: profesyonel turist rehberleri üzerinde bir uygulama. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 65-74.

Güven, Ö.Z., & Ceylan, U. (2014), Lisans ve ön lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren okullardaki müfredatların turizm rehberliği meslek yönetmeliğine uygunluğunun incelenmesi. 15. Ulusal Turizm Kongresi, (ss. 186-195), Gazi Üniversitesi, Ankara.

Hacıoğlu, N. (2008), Türkiye’de profesyonel turist rehberliği eğitiminde yeni bir yaklaşım. 3. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (ss. 224-247), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Hacıoğlu, N., & Demirbulat, G.Ö. (2014), Türkiye’de turizm rehberliği eğitiminin ilgili mevzuat çerçevesinde kavramsal analizi. 15. Ulusal Turizm Kongresi (ss. 170-185), Gazi Üniversitesi, Ankara.

İşçeli, Z. & Kılıç, G. (2018), Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakültelerin müfredatlarının incelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(1), 41-56.

TUREB (2018). 6326 sayılı turist rehberliği meslek kanunu. Ankara: Dönmez Ofset.

Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012), Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm>

WFTGA (2019), <http://www.wftga.org/>.

Yarcan, Ş. (2007), Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33-44.

Yenipınar, U. & Kardaş, K. (2019), Turizm rehberliği bölümleri müfredart geliştirme önerisi. *Journal of Travel and Tourism Research*, 15, 1-26.

TURİST REHBERLİĞİ ÖĞRENCİLERİNİN MESLEKİ EĞİTİME YÖNELİK GÖRÜŞLERİ: BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Seda Şahin
Balıkesir Üniversitesi
ssen@balikesir.edu.tr

Mervenur Erdem
Balıkesir Üniversitesi
mrvmrdem@gmail.com

ÖZET

Turist rehberleri, kişilerin ziyaret ettikleri yer ile ilgili, tarihi, arkeolojik, mitolojik, kültürel bilgiler veren, en az bir yabancı dil bilen yol göstericilerdir. Turist rehberlerinin pek çok alanda bilgi sahibi olması ve gidilen yöreyi en doğru şekilde tanıtmaları gerekmektedir. Turist rehberleri ayrıca ülkesel ve bölgesel açıdan katkı sağlayan bir yapıya sahiptir. Turist rehberlerinin ziyaretçilere doğru ve faydalı bilgiler verebilmesi için ise nitelikli bir eğitim sürecinden geçmeleri gerekmektedir. Bu açıdan turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleki eğitime yönelik görüşlerinin belirlenmesi turist rehberliği eğitimine katkı sunarak nitelikli rehberlerin yetişmesini sağlayacaktır. Yapılan araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla öğrencilerin turist rehberliği eğitimine yönelik görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Elde edilen veriler kodlama ve içerik analizi yöntemleriyle çözümlenmiştir. Analizler sonucunda 17 kategori ve kategorilerde yer alan 197 ifade belirlenmiştir. Analizler sonucu elde edilen bilgilere göre turist rehberliği öğrencilerinin mesleki eğitime yönelik olumlu görüşlerinin çoğunlukta olduğu, fakülte ve TUREB' e yönelik uygulamalı eğitim, ders içeriklerinin çeşitlendirilmesi ve nitelikli bir yabancı dil eğitimi beklentisinde oldukları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği, Mesleki Eğitim, Beklenti

Kaynakça

Akyurt Kurnaz, H., Kurnaz, A. (2018). Önlisans Turist Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Geleceğe Ait Düşüncelerinin Belirlenmesi: Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu Örneği. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 8 (8), 237- 247.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sekizinci Baskı, Adapazarı: Sakarya Kitabevi.

Aydın, N., Korkmaz, H. (2018). Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin staj uygulamalarına yönelik tutumlarının belirlenmesi: Balıkesir Üniversitesi Örneği, Turizm/ Turist Rehberliği Eğitimi içinde ed. N. Hacıoğlu vd., (s. 181- 189). Ankara: Detay.

Aymankuy, Y., Aymankuy, Ş., Tetik, N., Girgin, G. K. (2012). Lisans düzeyinde turizm eğitimindeki staj uygulamasına öğrenci ve akademisyenlerin bakışları (Balıkesir Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu'nda Bir Uygulama). Turizm Eğitimi Konferansı, (ss. 303- 322). Ankara.

Değirmencioğlu, A. Ö. (1998). Türkiye’ de Turizm Rehberliği Eğitimine Bir Yaklaşım. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

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

Erdem, B., Etiz, N. (2012). Turist rehberliği bölümü öğrencilerinin rehberlik tatbikat gezisi algıları: Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği. Turizm Eğitimi Konferansı, ss. 323- 335. Ankara.

Esen, F., Gülmez, M. (2018a). Turist rehberliği yurtiçi uygulama gezilerinde eğitim, tur kalitesi ve tur memnuniyeti: Öğrenciler üzerine görgül bir araştırma. Turizm/ Turist Rehberliği Eğitimi içinde ed. N. Hacıoğlu vd., (s. 155-167). Ankara: Detay.

Esen, F., Gülmez, M. (2018b). Turist rehberliği yurtiçi uygulama gezilerinin öğrenciler açısından önemi: Akademisyenler ve turist rehberleri üzerine bir araştırma. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15 (2), 320- 335.

Hacıoğlu, N. (2008). Türkiye’de profesyonel turist rehberliği eğitiminde yeni bir yaklaşım. III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, (ss. 244- 247). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Karaman, S., Koroğlu, Ö., Koroğlu, A. (2012). Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin rehberlik eğitimine yönelik düşüncelerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. Turizm Eğitimi Konferansı, (ss. 351- 362). Ankara.

Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri, Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, 1 (1), 62-80.

Kozak, M. (2015). Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yazım teknikleri. İkinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

Kurgun, O. A. (2018). Hukuk ve turizmle ilgili temel kavramlar. Turizm Hukuku ve Mevzuatı içinde ed. H. Yıldırım. Ankara: Detay, 1- 9.

Kuşluvan, S., Çeşmeci, N. (2002). Türkiye’de turist rehberliği eğitiminin sorunları ve yeniden yapılandırılması. Turizm Eğitimi Konferansı (ss. 235-242). Ankara.

Resmi Gazete. (2012). Turist Rehberliği Meslek Kanunu. 22 Haziran 2012 tarih 28331 sayılı resmi gazete. 11 Şubat 2020 tarihinde [<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm>] internet adresinden edinilmiştir.

Şahin, B., Şahin, S. (2007). Türkiye’de profesyonel turist rehberliği eğitimi: yaygın ve örgün eğitim alanlarının görüşlerinin karşılaştırılmasına yönelik bir uygulama. Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu, (ss. 202- 215). Çeşme, İzmir.

Temizkan, R., Cankül, D. (2018). Turist rehberi adaylarının turist rehberliği eğitimi ve mesleğe kabul şartlarına karşı tutumu. Turizm/ Turist Rehberliği Eğitimi içinde, ed. N. Hacıoğlu vd., Ankara: Detay, 190- 199.

Tür, Ş. (2012). Üniversitelerde profesyonel turist rehberliği eğitimi ve karşılaşılan sorunlara ilişkin çözüm önerileri. Turizm Eğitimi Konferansı, (ss. 378- 381), Ankara.

Yıldız, S., Demirel, B. U. (2008). Türkiye’ de profesyonel turist rehberliği eğitimi bağlamında Kültür ve Turizm Bakanlığı kurs programının incelenmesi. III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, (ss. 255- 260). Balıkesir.

Yılmaz, G. A. (2011). Lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleğe bakış açılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14 (26), 281- 298.

Yüksel, A., Yüksel, F. (2004). Turizmde bilimsel araştırma yöntemleri, Ankara: Turhan Kitabevi.

TURİST REHBERLİĞİNDE UZMANLAŞMA: GASTRONOMİ REHBERLİĞİ AÇISINDAN ÖN LİSANS VE LİSANS PROGRAMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

* Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BAHAR
Kapadokya Üniversitesi
mehmet.bahar@kapadokya.edu.tr
ORCID: 0000-0015-3777-7292

ÖZET

“Medeniyetlerin Beşiği” olarak tabir edilen Anadolu coğrafyası, on bin yıllarca sayısız medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Bu topraklarda yaşayan her medeniyet kendine ait kültürel, mimari ve tarihi kalıntılar aracılığıyla kendi izlerini bırakmışlar, bu izler de nesilden nesile aktarılarak günümüze kadar ulaşmıştır. Bundan dolayı, Anadolu toprakları için tam bir “Medeniyetler Mozaığı” denilebilir. Bu bağlamda, ülkemizin her bir köşesinde binlerce yıl öncesine ait tarihi ve kültürel izler bulmak ve bu izlerin günlük şuan ki yaşamda yansımalarını görmek mümkündür. Bu yönüyle, ülkemiz kültür turizmi açısından birçok zenginliğe sahiptir. Bundan dolayı, ülkemiz özel ilgi alanlarına sahip turistlerinde çekim merkezi konumdadır. Bu çekim sayesinde, görev yapan turist rehberleri de talep gören bu özel ilgi alanları konusunda kendilerini uzmanlaştırma ihtiyacı duymaktadır. Bu alanlardan en önemlilerinden bir tanesi olan “Gastronomi Turizmi” hem kendi başına hem de kültür turizminin bir parçası olarak ülkemizde her geçen gün artarak ilgi görmektedir. Ortaya çıkan bu özel ilgi, bu alanda uzman turist rehberlerine ihtiyaç duyulmasına sebep olmaktadır. Bu çalışma ile ülkemizde turist/turizm rehberliği eğitimi veren önlisans ve lisans programlarının ders müfredatlarının incelenerek, gastronomi turizmine yönelik derslerin başlıkları çıkarılmıştır. Çalışma sonucunda “Gastronomi Rehberliği” ihtiyacını karşılamak için önerilerde bulunulmuştur. Böylelikle, bu alanda hizmet veren turist rehberlerinin yeterliliklerin arttırarak belli bir alanda uzmanlaşmaları sağlanmış olması ile beraber, bunun doğal sonucu olarak verilen hizmetin kalitesinde yükselme, yüksek performans ve rakip destinasyonlara karşı rekabet avantajı elde edilmiş olacaktır.

Anahtar kelimeler: Gastronomi Rehberliği, Lisans, Ön Lisans, Eğitim, Müfredat

ABSTRACT

The Anatolian geography, called the “Cradle of Civilizations”, has hosted countless civilizations for decades. Every civilization that lives in these lands has left their own traces through their own cultural, architectural and historical ruins, and these traces have been passed down from generation to generation and reached today. Therefore, Anatolian geography can be called “Mosaic of Civilizations”. In this context, it is possible to find historical and cultural traces dating back thousands of years in every corner of our country and to see the reflections of these traces in daily life. In this respect, our country has many riches in terms of cultural tourism. For this reason, our country is the center attraction for tourists with special interests. Due to this attraction, tourist

* *Sorumlu Yazar*

guides on duty also need to specialize in these special areas of interest. “Gastronomy Tourism”, which is one of the most important of these fields, is getting more and more popular both in our country and as a part of cultural tourism. This special interest that arises causes the need for expert tourist guides in this field. The curriculum of the associate and bachelor degree programs that providing tourist / tourism guidance education in our country were examined and the titles of the courses related to gastronomy tourism were determined with the study. As a result of the study, suggestions were made to meet the “Gastronomic Guidance” requirement. Thus, the tourist guides serving in this field will be able to specialize in a certain area by increasing the qualifications, and as a result of this, the quality of the service provided, high performance and competitive advantage against competing destinations will be obtained.

Keywords: Gastronomy Guidance, Bachelor Degree, Associate Degree, Education, Curriculum

Giriş

Gastronomi turizmi, her geçen gün artarak büyümekte ve kültür turlarının vazgeçilmez bir unsuru haline hızla gelmektedir. Bundan dolayı, kültür turlarının içerikleri bağlamında daha önceden olduğundan farklı olarak, gezilen ve ziyaret edilen yerlerin sadece tarihi ve kültürel mekanlarının ziyareti değil, o yöreye özgü yiyecek ve içeceklerinin de tadına bakıldığı birer “deneyim” turlarına dönüşmektedir. Özellikle son yıllarda yöresel lezzet ve tatları deneyimleme isteği, internetin yaygınlaşması ve bu sayede kullanılan iletişimin güçlenmesi ile ortaya çıkan “paylaşım ekonomisi” kapsamında değerlendirilince, yöresel yemeklerin hazırlandığı klasik restoranlar yerine o yörede yaşayan kişilerin evlerini açmasıyla “yerel deneyim” imkanı sunulmaktadır. Yerele ait lezzetlerin bu kadar öne çıkması zaman zaman bu kültür turlarının yerine getirilmesinden sorumlu rehberlerin yetkinlikleri ve yeterliliklerindeki eksiklikler, katılımcıların hayal kırıklığıyla karşılaşmalarına sebep olabilmektedir. Ayrıca bu eksiklik sebebiyle yerel değerlerin deneyimini yaşamak için çok uzak yerlerden bizzat oraya kadar gelmiş ziyaretçilerin yöreyi yeteri kadar tanımamasına sebep olmaktadır.

Ülkemizde mevcut haliyle turist rehberliği 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na göre; eylemli rehber ve eylemsiz rehber olarak ikiye ayrılmaktadır. Bunun dışında, statü ve kategori olarak rehberler herhangi bir ayrıma tabi tutulmamaktadır. Oysaki ülkemizin coğrafyasının büyüklüğü ve bu coğrafyaların kendi içinde barındırdığı değerler bakımından çok fazla çeşidin olması sebebiyle rehberlik mesleğinde de uzmanlaşmaya gidilmesi ve bu uzmanlık seviyesine göre çıkılan tura doğru rehberlerin görevlendirilmesi zaruridir. Bunun sağlanabilmesi için de rehberlik eğitimi veren üniversitelerimizin ön lisans ve yüksek lisans bölümlerine önemli görevler düşmektedir. Yükseköğretimde önceleri meslek yüksekokullarında ön lisans olarak verilen turist rehberliği, sonradan yüksek okul ve fakültelerde lisans düzeyinde de verilmeye başlanmıştır (Çokişler, 2017). Fakat her üniversitedeki turist rehberliği bölüm müfredatları farklıdır. Başka bir ifadeyle, yükseköğretim düzeyinde standart bir turist rehberliği ders müfredatı bulunmamaktadır. Güven ve Ceylan (2014), lisans ve ön lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren okullardaki müfredatların turizm rehberliği meslek yönetmeliğine uygunluğunu incelemiştir. İşçeli ve Kılıç (2014), lisans düzeyinde turist rehberliği ders müfredatlarının incelenmesi ve Yenipınar ve Kardaş (2019) ise turist rehberliği müfredat geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Spesifik bir konuya odaklanan çalışmalar kapsamında ise Akdu vd. (2018) sağlık turizmi rehberliği, Çakmak ve İstanbullu Dinçer (2018) Türk kimliği kapsamında turist rehberliği ile ilgili çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Başoda vd. (2018) ise gastronomi turizmi kapsamında turist rehberliği ile ilgili kavramsal çalışma yapmıştır. Bundan dolayı, çalışma ile ön lisans ve lisans düzeyinde turist/turizm rehberliği eğitimi veren programların ders müfredatlarının gastronomi ile ilişkin

dersler kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Bu yönüyle ülkemizde üniversitelerinde bulunan ön lisans ve lisans eğitimi veren rehberlik bölümlerinin ders müfredatları ilgili üniversitelerin web siteleri aracılığıyla araştırılmıştır.

1. Literatür Taraması

6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'na göre turist rehberi, bu kanun hükümlerince mesleğe kabul edilen ve turist rehberliği hizmeti verme hak ve yetkisine sahip gerçek kişilerdir. Bu kanuna göre rehberlik hizmeti: “seyahat acentalığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi” olarak ifade edilmektedir (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012). Yarcan'a (2007) göre turist rehberlerinin bazı görev ve sorumlulukları şunlardır;

- Liderlik özelliği taşımak;
- Disiplinli olmak;
- Doğru, dürüst, tutarlı ve adil olmak;
- Meslek ve turist sırlarını paylaşmamak;
- Kendini sürekli yenileyerek kültür, bilgi ve deneyimini arttırmak;
- Turistlerin özelliklerinin farkında olup ona göre davranmak;
- Ülkenin turiste sunduğu ürün ve turun özelliklerini iyi bilmek;
- Ülke ile ilgili olumlu imaj yaratılmasına katkı sağlamak;
- Anında ve neşeli bir şekilde bilgi sağlamaktır.

Bu özellikler ve sorumluluklar turist rehberlerine eğitimler ile kazandırılmaktadır. Ülkemizde turist rehberliği eğitimi yaygın ve örgün olarak verilmektedir. Yaygın eğitim, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın denetimde Birlikler tarafından sertifika programları ile verilmektedir. Örgün eğitim ise üniversiteler tarafından ön lisans, lisans ve yüksek lisans programları ile verilmektedir (Eker ve Zengin, 2016). Üniversitelerdeki programların ders müfredatları üniversiteye göre değişmekteyken, sertifika programında şu dersler verilmektedir;

- Genel turizm bilgisi ve turizm mevzuatı;
- Meslek etiği ve meslek dersi;
- Dinler tarihi;
- Türkiye'nin tarihi ve turizm coğrafyası;
- İletişim becerileri;
- Genel Türk tarihi ve kültürü;
- Arkeoloji;
- Türk dili ve edebiyatı;
- Mitoloji;
- Anadolu medeniyetleri tarihi;
- Turizm sosyolojisi;
- Türkiye'nin flora ve faunası,
- Doğa tarihi;
- Müzecilik;

- Genel sağlık bilgisi, ilkyardım, sağlık turizmi, turist sağlığı;
- Türk halk bilimi ve geleneksel türk el sanatları;
- Sanat tarihi, ikonografi (TUREB, 2018).

Başoda vd. (2018) çalışmalarında belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne özgü gastronomi uzmanlığının; konu, mekan ve etkinlik uzmanlığı, gastronomi turlarının; ziyaret, keşif, deneyim ve son olarak gastronomi rehberliğinin; bilgilendirme ve deneyim kazandırma bileşenleri ile açıklanabileceği ileri sürülmüştür. Akdu vd. (2018) turist rehberliğinde bir uzmanlı alanı olarak sağlık turizmi rehberliği konusunu araştırdıkları çalışmada, sağlık turizm rehberliği ile ilgili verilen mevcut derslerin temel sağlık bilgisi ve ilkyardım olduğunu ve sağlık turizmi isimli dersin de üç üniversitedeki turizm rehberliği müfredatında yer aldığını belirlemişlerdir. Çakmak ve İstanbullu Dinçer (2018) turizm fakültelerindeki turizm rehberliği bölümlerinin müfredatlarını Türk kimliği bağlamında inceledikleri çalışmada, müfredat içeriklerinin daha çok Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Devleti üzerine derslerin olduğunu belirlemişlerdir.

2. Yöntem

Araştırmanın evrenini ülkemizde ön lisans ve lisans düzeyde turist/turizm rehberliği eğitimi veren üniversitelerin müfredatları oluşturmaktadır. Yök atlastan elde edilen bilgiye göre turist/turizm rehberliği ön lisans eğitimi veren üniversiteler ve bu programların web sitelerinde ders müfredatların olup olmadığı bilgisi Tablo 1’de verilmiştir. Yök atlastan elde edilen bilgiye göre turist/turizm rehberliği lisans eğitimi veren üniversiteler ve ders müfredatların olup olmadığı bilgisi Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 1. Ön Lisans Eğitimi Veren Üniversiteler ve Meslek Yüksekokul İsmi

Üniversite	M.Y.O.	Müfredat
Akdeniz Üniversitesi	Demre Dr. Hasan Ünal Meslek Yüksekokulu	Yok
Ankara Üniversitesi	Beypazarı Meslek Yüksekokulu	Var
Bingöl Üniversitesi	Bingöl Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	Var
Burdur Mehmet Akif Ersoy Ünive	Yeşilova İsmail Akın Meslek Yüksekokulu	Var
Bursa Uludağ Üniversitesi	İznik Meslek Yüksekokulu	Var
Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.	Ayvacık Meslek Yüksekokulu	Yok
Erzincan Binali Yıldırım Üniver	Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu	Var
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniver	Yalvaç Meslek Yüksekokul	Var
Karabük Üniversitesi	Safranbolu Meslek Yüksekokulu	Var
Kocaeli Üniversitesi	Kartepe Turizm Meslek Yüksekokulu	Var
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokul	Yok
Malatya Turgut Özal Üniversitesi	Kale Turizm ve Otel İşletmeciliği M. Y. O.	Var
Marmara Üniversitesi	Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	Var
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Marmaris Turizm Meslek Yüksekokul	Var
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Ortaca Meslek Yüksekokul	Yok
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniver	Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz M. Y. O.	Var
Selçuk Üniversitesi	Akşehir Meslek Yüksekokulu	Var
Selçuk Üniversitesi	Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokul	Var
Selçuk Üniversitesi	Silifke Taşucu Meslek Yüksekokulu	Var
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi	Van Meslek Yüksekokulu	Var
İstanbul Arel Üniversitesi	Meslek Yüksekokulu	Var
İstanbul Aydın Üniversitesi	Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu	Var
İstanbul Ayvansaray Üniversitesi	Plato Meslek Yüksekokulu	Var
İstanbul Gelişim Üniversitesi	İstanbul Gelişim Meslek Yüksekokulu	Var
Kapadokya Üniversitesi	Kapadokya Meslek Yüksekokulu	Var

Tablo 2. Lisans Eğitimi Veren Üniversiteler ve Fakülte İsmi

Üniversite	Fakülte	Müfredat
Adıyaman Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Afyon Kocatepe Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Akdeniz Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Akdeniz Üniversitesi	Manavgat Turizm Fakültesi	Var
Aksaray Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Yok
Anadolu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Atatürk Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Yok
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Balıkesir Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Yok
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Ege Üniversitesi	Çeşme Turizm Fakültesi	Var
Erciyes Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Gümüşhane Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Yok
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Karabük Üniversitesi	Safranbolu Turizm Fakültesi	Var
Kastamonu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Kırklareli Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Mardin Artuklu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Mersin Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Necmettin Erbakan Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Yok
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Pamukkale Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Var
Selçuk Üniversitesi	Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi	Var
Selçuk Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Yok
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi	Var
İstanbul Gelişim Üniversitesi	İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	Var

Gerçekleştirilen tarama sonucunda ülkemizde 22 ayrı üniversitede 25 ayrı ön lisans turist/turizm rehberliği programının olduğu belirlenmiştir. Bu 25 programın bulunduğu ilgili üniversitenin web sayfasında 4 programın ders müfredatı olmadığından dolayı ön lisans programları kapsamında araştırmada 21 programın ders müfredatı incelenmiştir.

Tablo 2’de görüldüğü üzere lisans düzeyinde 27 ayrı üniversitede 29 program ile turist/turizm eğitimi verilmektedir. 29 programın 23 tanesinin ders müfredatına üniversitelerin web siteleri aracılığıyla erişilmiştir. Aksaray Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesinde bulunan turizm rehberliği lisans programlarının ders müfredatına erişilemediğinden dolayı çalışmaya dahi edilmemişlerdir.

Çalışma nitel bir araştırmadır. Lisans düzeyinde turist/turizm rehberliği eğitimi veren programların ders müfredatlarına üniversitelerin web sitelerinden erişilmiş ve doküman incelemesi gerçekleştirilmiştir. Erişilen ders müfredatları gastronomi ile ilgili dersler kapsamında incelenmiştir.

3. Bulgular

Çalışmanın amacı doğrultusunda ilk olarak ön lisans düzeyinde turist/turizm rehberliği eğitimi veren programların ders müfredatları gastronomi ile ilişkin dersler kapsamında incelenmiştir. Sonuçlar derslerin zorunlu/seçmeli olması ve okutulan dönem kapsamında Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Ön Lisans Ders Müfredatlarındaki Gastronomi İlgili Dersler

Üniversite Adı	Ders Adı	Seçmeli/Zorunlu	Dönemi
Ankara Üniversitesi	Türk ve Dünya Mutfakları	S	IV
Bursa Uludağ Üniv.	Anadolu Mutfak Kültürü	S	III
İstanbul Arel Üniv.	Gastronomi ve Yöresel Yemek Kültürü	Z	III
Karabük Üniv.	Yiyecek İçecek Hizmetleri	Z	III
Kocaeli Üniv.	Ziyafet ve İkram Yönetimi	S	IV
Malatya Turgut Özal Üniv.	Türk Mutfak Kültürü	S	IV

Ön lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren programların ders müfredatları incelendiğinde, sadece 6 tanesinde gastronomi ile ilgili derslerin olduğu tespit edilmiştir. Bu okutulan 6 dersin sadece 2 tanesi zorunlu ders kapsamında İstanbul Arel Üniversitesi Meslek Yüksekokulu'nda 'gastronomi ve yöresel yemek kültürü' ve Karabük Üniversitesinde Safranbolu M.Y.O.'da "yiyecek - içecek hizmetleri" başlığıyla okutulmaktadır. Diğer 4 üniversite olan, Ankara Üniversitesi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi ve Malatya Turgut Özal Üniversitesi açmış oldukları programlarda bu dersleri seçmeli olarak vermekte olup, öğrencinin kendisinin talep edip tercih etmesiyle okutulan derslerdir.

Çalışmanın diğer amacı doğrultusunda lisans düzeyinde turist/turizm rehberliği eğitimi veren programların ders müfredatları gastronomi ile ilişkin dersler kapsamında incelenmiştir. Sonuçlar derslerin zorunlu/seçmeli olması ve okutulan dönem kapsamında Tablo 4'de verilmiştir. Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren üniversitelerin 17 tanesinin ders müfredatında, 31 adet gastronomi ile ilgili ders bulunduğu tespit edilmiştir. Bu derslerden sadece 4 tanesi zorunlu ders olup, 27 tanesi öğrenci isteğine bırakılmış seçmeli ders niteliğinde okutulmaktadır.

Gerek ön lisans gerek lisans programlarının ders isimlerine bakıldığında, genellikle "Türk mutfağı", "dünya mutfağı" gibi isimler ile bunların bileşiminden oluşan "Türk ve dünya mutfağı" ya da benzer isimler ile okutulan dersler olduğu görülmektedir. Bunun dışında "beslenme", "beslenme ilkeleri ve menü yönetimi" ve "beslenme ve hijyen" gibi beslenmeye yönelik dersler bulunmaktadır. Ayrıca "ziyafet ve ikram yönetimi", "banket ve satış yönetimi", "servis ve protokol bilgisi" ve "catering" gibi gastronomiye yönelik dersler bulunmaktadır. Ders müfredatları incelenince, "gastronomi" kelimesi geçen, "gastronomi ve yöresel yemek kültürü", "gastronomi ve turizm", "gastronomi", "gastronomi ve yemek tarihi", "gastronomi rehberliği", "gastronomi turizmi" ismiyle dersler okutulduğu belirlenmiştir. Çalışmanın temel konusu olan "gastronomi rehberliği" ile ilgili başlık altında sadece Kırklareli Üniversitesinde ders okutulmaktadır. Bunun dışında "gastronomi turizmi" isimli bir ders Ondokuz Mayıs ve Pamukkale Üniversitelerinde, "gastronomi ve turizm" isimli bir ders Adıyaman Üniversitesi'nde okutulmaktadır.

Tablo 4. Lisans Ders Müfredatlarındaki Gastronomi İlgili Dersler

Üniversite Adı	Ders Adı	Seçmeli/Zorunlu	Dönemi
Adıyaman Üniv	Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi	S	III
Adıyaman Üniv	Uluslararası Mutfaklar	S	IV
Adıyaman Üniv	Beslenme İlkeleri ve Menü Yönetimi	S	V
Adıyaman Üniv	Yeme İçme Kültürü	S	VI
Adıyaman Üniv	Gastronomi ve Turizm	S	VII
Adnan Menderes Ü	Beslenme	S	III
Adnan Menderes Ü	Türk Mutfağı	S	VII
Adnan Menderes Ü	Dünya Mutfağı	S	VII
Afyon Üniversitesi	Türkiye Yiyecek - İçecek ve Mutfak Kültürü	S	IV
Akdeniz Ün. Turizm Fak.	Türk ve Dünya Mutfakları	S	IV
Bolu Abant İ.B. Ün	Türk Mutfak Kültürü	Z	V
Bolu Abant İ.B. Ün	Dünya Mutfakları	Z	VI
Erciyes Üniversitesi	Gastronomi	S	IV
Erciyes Üniversitesi	Türk ve Dünya Mutfakları	S	V
Gümüşhane Üniversi.	Gastronomi ve Yemek Tarihi	S	V
İzmir Katip Çelebi Ü.	Beslenme ve Hijyen	S	VI
Kastamonu Üniversi.	Gastronomi	S	II
Kırklareli Üniversite.	Türk ve Dünya Mutfağı	S	V
Kırklareli Üniversite.	Gastronomi Rehberliği	S	VI
Mardin Artuk Üniver.	Türk Mutfak Kültürü	S	VII
Mersin Üniversitesi	Türk ve Dünya Mutfak Kültürü	S	VIII
Nevşehir H.B.V. Ü.	Gastronomi	Z	IV
Nevşehir H.B.V. Ü.	Türk Mutfağı	S	-
Ondokuz Mayıs Ü.	Dünya Mutfak Kültürü	-	V
Ondokuz Mayıs Ü.	Gastronomi Turizmi	-	VII
Pamukkale Üniver.	Şarap Kültürü	S	VI
Pamukkale Üniver.	Yöresel Türk Mutfakları	S	VI
Pamukkale Üniver.	Gastronomi Turizmi	S	VII
Pamukkale Üniver.	Catering	S	VIII
Sakarya U.B. Ün.	Servis ve Protokol Bilgisi	S	IV
Selçuk Ün. Beyşehir	Banket Satışı ve Uygulamaları	Z	VIII

Gastronomi ile ilgili okutulan derslere bakıldığında ağırlıklı olarak yiyecek-içecek bağlamında derslerin okutulduğu, içecek temelli olarak “şarap kültürü” adıyla Pamukkale Üniversitesi’nde okutulan seçmeli ders dışında herhangi bir dersin bulunmaması dikkat çekicidir. Oysaki, gastronomi turizminin en temel bileşenlerinden biri ziyaret edilen yörenin kendine has yiyeceklerinin deneyimlenmesi olduğu kadar, o yöreye has her türlü içki ve içeceğinde bu deneyime dahil edilmesidir. Bu yönüyle oluşturulan programlarda ağırlıklı olarak yiyecek temelli bir anlayış olduğu gözlemlenmektedir. Oysa, iyi bir gastronomi rehberinin o yöreye ait yiyecek kültürü hakkında olduğu kadar, o yörenin kendine has içecekleri hakkında da derinlemesine bilgi sahibi olmalıdır.

4. Sonuç

Önceleri yabancı dil bilenlerin azlığı sebebiyle meslek birliklerinin açtığı kurs ve sınavları başarmanın yeterli olduğu “Rehberlik Mesleği”, bu alanda önceleri ön lisans olarak, daha sonra lisans ve yüksek lisans düzeyinde açılan eğitimler ile akademik ortama taşınarak verilmeye başlanmıştır. Her ne kadar yasal olarak meslek birliğinin (TUREB) bakanlık onayıyla çeşitli kursları açmaya hala yetkisi olsa bile, son yıllar da bu hiç uygulanmamış,

üniversitelerden gelen eğitilmiş kişilerin mesleğe kazandırılması yolu tercih edilmiştir. Bu yönüyle rehberlik eğitimi ülkemizde ilk olarak Ankara Üniversitesi Başkent Meslek Yüksekokulu 1990 tarihinde ön lisans düzeyinde başlamış olup (Yenipınar ve Zorkirişi, 2013), yazının kaleme alındığı tarih olan 15 Temmuz 2020 itibariyle üniversitelerde 25'i ön lisans, 29'u da lisans düzeyinde olmak üzere 54 farklı düzeyde eğitim verilmektedir. Araştırmaya konu edilmeyen yüksek lisans düzeyinde ise 14 tanesi tezli, 11 tanesi de tezsiz olmak üzere toplam 25 farklı programda “rehberlik” eğitimi verilmektedir.

Medeniyetler beşiği olarak anılan Anadolu'nun her bir yöresinde kendine has ve temeli binlerce yıla dayalı derin ve tarihi bir kökü olmasından dolayı dünyadaki gastronomi turizminin büyümesine paralel olarak ülkemizde de gastronomi turizmi her geçen gün hızla büyümektedir. Turizmin 12 aya ve coğrafi olarak belli bölgelerdeki sıkışmışlığından yurt sathına yayılması arzusuna paralel olarak da gerek Bakanlık, gerekse yerel otoriteler gastronomi turizmi alanında yapılan her türlü çalışmayı teşvik etmekte ve etmeye de devam edilmektedir. Yapılan bu teşviklerin hem yurt içinde hem de yurt dışında beklenen karşılığı gördüğü söylenebilir. Günümüzde sağlanan barış ortamının da katkısıyla hemen tüm yurt sathında düzenlenen kültür turlarında da önemli artışlar görülmektedir. Yapılan bu kültür turlarında, ziyaret edilen şehirlerde yörenin yeme - içme ile ilgili meşhur olmuş restoran ve mekanların var olması önemli bir satış unsuru olarak yer almaktadır. Bu sebeple, bu tür turlara çıkan “eyemli rehberlerin” bu konulardaki yeterlilikleri turun memnuniyeti ile doğru orantılı olmaktadır. Ülkemizin barındırdığı turizm türleri göz önünde bulundurulduğunda, ekoturizm, inanç turizmi, kış turizmi, kültür turizmi, macera turizmi gibi türlerin hemen tüm yörelerde yapılabildiği bilinmektedir. Bundan dolayı, detayları yukarıda verilen üniversitelerin programlarında yetiştirilen rehber adaylarının, bu kadar geniş coğrafyaya ait her türlü arkeolojik, ekolojik, rekreatif, gastronomi gibi türlere ait bilgilerin hepsinin kısıtlı zamanlarda verilen eğitimler ile verilmesi mümkün gözükmemektedir. Bu tercih, eğitim alan kişilerin serbest ilgi ve tercihlerine bırakılarak “seçmeli” dersler ile telafi edilmeye çalışılmaktadır.

Üniversitelerde ön lisans ve lisans düzeyinde verilen “rehberlik” eğitiminin genel bilgilerinin yanında elde ettikleri bu diplomalar ile birlikte gerek eğitim aldıkları süre içerisinde normal müfredat dışında alınacak dersler ile gerekse mezuniyet sonrası üniversite ve meslek birliğinin düzenlediği kurslara katılarak “alan uzmanlığı” sertifikaları düzenlenmeli ve özelliği olan hizmet ve turizm türleri bu sertifikaya sahip rehberler aracılığıyla gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Gastronomi özelinde ise mevcut haliyle çok genel ve temel gastronomi dersleri yerine, aynen normal rehberlik uygulamasında olduğu gibi, verilecek bu sertifikanın da “ülkesel” veya “bölgesel” olarak alınacak eğitimler doğrultusunda düzenlenmesi çalışmanın bir diğer önerisidir. Ayrıca bu eğitim içerikleri, sadece yiyecek temelli olmayıp, o yörenin var olan her türlü alkollü ve alkolsüz içecekleri hakkında da detaylı bilgiler içermesi gerekmektedir. Hatta ileri ki evrelerde gastronominin de alt dalı olan daha detaylı üst düzey uzmanlık eğitimleri düzenlenebilir. Örneğin günümüzde popüler olan ve fazlaca katılımcısı bulan “şarap turizmi” buna iyi bir örnektir. İyi bir şarap içmek için bu konuda seyahat eden ve bu amaç için önemli paralar ödeyen kişiler her geçen gün artmaktadır. Bu sebeple ülkemizin her yöresine ait üzümlerden elde edilen ve kendine has özellikleri olan bu şarapların düzenlenen turlarda hak ettikleri şekilde tanıtılmaları pek mümkün olmamaktadır. Bundan dolayı, bu tür turlar daha çok kaçak olarak, şarap konusunda bilgi sahibi olduğunu iddia eden ama tur düzenlemeye yetkili olmayan kişilerce gerçekleştirildiği gözlemlenmektedir. Açılacak bu tür uzmanlık eğitimleri ile konusunda yetkin olmayan kişilerin bu işi yapmalarının önüne geçilebilecektir.

5. Kaynakça

Akdu, U., Karakaş, D., Zurnacı, J., & Tabu Ö. (2018). Turizm rehberliğinde alan uzmanlığı önerisi: sağlık turizmi

rehberliği. Turist Rehberliği Dergisi, 1(2), 124-138.

Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. & Acar, Y. (2018). A Conceptual framework for gastronomy expertise, gastronomic tours and gastronomic guidance. Hitit University Journal of Social Sciences Institute, 11(3), 1809-1826.

Çakmak, T.F., & İstanbullu Dinçer, F. (2018). Turist rehberliği bölümleri ders programlarının “Türk kimliği” açısından incelenmesi. International Journal of Contemporary Tourism Research, 2(2), 67-75.

Çokişler, N. (2017), Turizm rehberliği eğitiminde çeyrek asırdır değişmeyen parçalanmış yapı sorunu. 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı – 2 (ss. 325-335), Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

Eker, N., & Zengin, B. (2016), Turist rehberliği eğitiminin değerlendirilmesi: profesyonel turist rehberleri üzerinde bir uygulama. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 5(4), 65-74.

Güven, Ö.Z., & Ceylan, U. (2014), Lisans ve ön lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren okullardaki müfredatların turizm rehberliği meslek yönetmeliğine uygunluğunun incelenmesi. 15. Ulusal Turizm Kongresi, (ss. 186-195), Gazi Üniversitesi, Ankara.

İşçeli, Z. & Kılıç, G. (2018), Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakültelerin müfredatlarının incelenmesi. Turist Rehberliği Dergisi, 1(1), 41-56.

TUREB (2018). 6326 sayılı turist rehberliği meslek kanunu. Ankara: Dönmez Ofset.

Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012), Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm>

Yarcan, Ş. (2007), Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(1), 33-44.

Yenipınar, U. & Kardaş, K. (2019), Turizm rehberliği bölümleri müfredat geliştirme önerisi. Journal of Travel and Tourism Research, 15, 1-26.

Yenipınar, U. & Zorkirişçi, A. (2013), Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi. Cag University Journal of Social Sciences. 10(2), 111-136.

TURİZM REHBERLİĞİ BÖLÜMLERİ İÇİN YENİ BİR FELSEFE VE MÜFREDAT ÖNERİSİ

Dr. Öğr. Üyesi Nazım ÇOKIŞLER
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi
cokisler@hotmail.com

Araştırmada turizm rehberliği bölümlerinin müfredatlarının hangi süreçlerden geçerek şekillendiği sorusuna cevap aranmıştır. Bu amaçla 1971-2014 yılları arasında Bakanlık tarafından yayımlanan 8 Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde yer verilen kurslarda okutulması gereken derslerin yıllar içindeki değişimi incelenmiş ve 2014 Yönetmeliği ile kıyaslanmıştır. Araştırma sonuçları, kurslarda okutulan derslerin adları açısından 1971 tarihli yönetmelik ile 2014 tarihli yönetmelik arasında önemli bir fark olmadığını, ilk yönetmelikte var olan 14 dersin son yönetmelikte de bulunduğunu göstermiştir. Yönetmelikler sadece kurslarda okutulacak dersleri değil, aynı zamanda turist rehberliği tezli ve tezsiz programlarının müfredatları üzerinde de belirleyici bir rol oynamakta, bu programların müfredatları 2014 Yönetmeliğindeki derslerle uyumlu hale getirilmektedir. Yani, 1971 yılının imkan ve gereklerine uygun olarak belirlenen kurs içeriği, küçük adlandırma farkları dışında önemli bir değişikliğe uğramadan, aradan geçen 49 yıl sonunda halen rehberlik eğitiminin felsefe ve altyapısını oluşturmaya devam etmektedir. Bu tespitten hareketle, araştırmada; ders ve konu adlarına bağlı kalınarak müfredat oluşturma anlayışının eskide kalması gerektiği, yerine, bölgesel bazlı ve tur temelli bir anlayışın hâkim kılınması gerektiği savunulmuştur. Bu anlayışa uygun olarak, rehberlik bölümlerinin her dönem farklı bir coğrafi bölgeye odaklanması ve öğrencilerin uygulama turlarına o bölgenin derslerini aldıktan sonra çıkmaları esasına dayalı bir felsefe önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: turist rehberliği yönetmeliği, turizm rehberliği eğitimi, müfredat önerisi.

KONGRE SONUÇ VE DEĞERLENDİRMESİ

III. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi, Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB) ve Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi iş birliği ile 5-6 Kasım 2020 tarihlerinde Çevrimiçi (Online) olarak gerçekleştirilmiştir. Online platformda TUREB'in ev sahipliğini üstlendiği kongreye değerli bilim insanları ve turizm profesyonelleri başta olmak üzere çok sayıda katılımcı iştirak etmiştir.

“MULTİDİSİPLİNER BİR MESLEK: TURİST REHBERLİĞİ” ana teması ile düzenlenen kongrede turist rehberliğine ilişkin güncel konuların tartışıldığı akademik çalışmaların, oluşturulan paralel oturumlarda katılımcılar ile buluşması sağlanmıştır.

Kongre'nin Açılış Konuşmaları; AHBV Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Sn Yusuf TEKİN, TUREB Başkanı Sn. Suat TURAL ve AHBV Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Sn. İrfan Yazıcıoğlu tarafından gerçekleştirilmiştir. Açılış konuşmalarının ardından kongreye Davetli Konuşmacı olarak iştirak eden tarihçi, yazar Prof. Dr. Sn. İlber Ortaylı'nın oturumu gerçekleşmiş ve bu oturum katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından ilgiyle izlenmiştir.

Kongrenin online platformda sorunsuz bir teknolojik altyapı ile gerçekleştirilmesi noktasında profesyonel destek alınmış, teknik altyapı hizmeti Hotel Linkage ve DigiHends firmaları sponsorluğunca sağlanmıştır. Bu hizmetler kapsamında kongre ile ilgilenen tüm çevrelerin sağlıklı bilgiye erişebilmeleri adına kongreye özel bir web sayfası tasarlanmış ve kongreye ait tüm güncel aktarımlar (kongre programı, online oturumlar, oturumlara nasıl katılırim? kongre hakkında bilgi...) bu web sayfası üzerinden gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan bu web portalına, süreç içerisinde 10.447 kişi tarafından erişim sağlanmıştır. Web sayfası ziyaretlerinde etkileşimin en fazla sağlandığı kısım “Hızlı Katıl”, ikinci olarak ise “Kongre Programı” başlığı olmuştur.

Kongrenin ikinci ve son günü olan 6 Kasım Cuma Program akışı; Prof. Dr. Pars Şahbaz'ın moderatörlüğünde gerçekleşen TUREB Özel Oturumu ile başlamıştır. Söz konusu bu oturum TUREB YK Üyelerinin katılımı ile “Sektör Akademi Buluşması” ana başlığı ile gerçekleştirilmiştir.

İki gün süresince devam eden kongrenin online oturumlarının düzenlendiği salonlara, kongrenin düzenlenmesinde emeği geçen kurum ve kuruluşların (TUREB, AHBV Üniversitesi, Hotel Linkage, Ankara) isimleri verilmiştir. Kongreye toplamda 1.566 kayıtlı katılımcı olduğu gözlemlenmiş, bu katılımcıların %70'i mobil cihazları ile kaydolmuşlardır. 34 farklı ülkeden kongreye katılım sağlanmış bunlardan ilk beşinin; Türkiye, ABD, Ortadoğu, Almanya ve İngiltere olduğu belirlenmiştir.



Türkiye Turist Rehberleri Birliği



ANKARA
HACI BAYRAM VELİ
ÜNİVERSİTESİ

III. ULUSAL TURİST REHBERLİĞİ KONGRESİ



5 - 6
KASIM
2020

KONGRE BİLDİRİ E-KİTABI

ISBN: 978-605-85309-1-1