



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BİR KÜLTÜR ELÇİSİ OLARAK PROFESYONEL TURİST REHBERİNİN
TURİSTLERE AKTARILAN KÜLTÜREL DEĞERLERE KATKISINA
YÖNELİK TURİST ALGILAMALARI: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Zeynep ÇOKAL

Danışman

Prof. Dr. Zeynep ASLAN

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Nevşehir

Haziran 2015



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

BİR KÜLTÜR ELÇİSİ OLARAK PROFESYONEL TURİST REHBERİNİN
TURİSTLERE AKTARILAN KÜLTÜREL DEĞERLERE KATKISINA
YÖNELİK TURİST ALGILAMALARI: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Zeynep ÇOKAL

Danışman

Prof. Dr. Zeynep ASLAN

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Nevşehir

Haziran 2015

Bütün hakları saklıdır.

Kaynak göstermek koşuluyla alıntı ve gönderme yapılabilir.

© Zeynep ÇOKAL, 2015

“Bir Kùltür Elçisi Olarak Profesyonel Turist Rehberlerinin Turistlere Aktarılan Kùltürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği” adlı yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

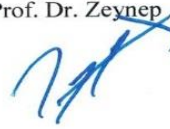
Tezi Hazırlayan

Zeynep ÇOKAL



Danışman

Prof. Dr. Zeynep ASLAN



Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Başkanı

Yard. Doç. Dr. Duygu EREN



Prof. Dr. Zeynep ASLAN danışmanlığında Zeynep ÇOKAL tarafından hazırlanan “Bir Kültür Elçisi Olarak Profesyonel Turist Rehberinin Turistlere Aktarılan Kültürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

30 / 06 / 2015

JÜRİ:

Danışman : Prof. Dr. Zeynep ASLAN

Üye : Prof. Dr. Ali HALICI

Üye : Doç. Dr. İbrahim YILMAZ

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 07.07.2015 tarih ve 2015.13.603 sayılı Kararı ile onaylanmıştır.

07 / 07 / 2015

Doç. Dr. Neşe YALÇIN

Enstitü Müdürü



TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın her aşamasında yönlendiren, destekleyen ve ilgisini esirgemeyen danışman hocam, Sayın Prof. Dr. Zeynep ASLAN'a, anketlerimin uygulanmasında destekleyen Nevşehir Rehberler Odası denetmenlerine ve anketlerin uygulanması ve toplanmasında yardımcı olan sevgili arkadaşlarım Sinem KARASU, Meltem BOZKURT ve İrem BOZKURT'a teőekkürü bir borç bilirim. Ayrıca tezimin baőladıėı günden bittiği güne kadar hiçbir desteğini esirgemeyen eőim Hüseyin ÇOKAL'a sonsuz teşekkür ederim.

ÖZET

BİR KÜLTÜR ELÇİSİ OLARAK PROFESYONEL TURİST REHBERİNİN TURİSTLERE AKTARILAN KÜLTÜREL DEĞERLERE KATKISINA YÖNELİK TURİST ALGILAMALARI: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Zeynep ÇOKAL

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Haziran 2015**

Danışman: Prof. Dr. Zeynep ASLAN

Kültürel miras, kültürel değerler gibi kavramlar kültür turizminin temel çekiciliklerini oluşturmaktadır. Kültür turizmi ikamesi olmayan bir turizm türüdür. Bu nedenle kültür turizminin temel çekiciliği olan kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilirliği büyük öneme sahiptir. Kültürel değerlere bu katkıyı yapacak olan kişilerden birisi de profesyonel turist rehberleridir. Profesyonel turist rehberi turistlerle birebir iletişim halinde olan, ülkenin değerlerini turiste en iyi yansıtan ve bu değerlerin korunmasında, tanıtımında, gelecek nesillere aktarımında turistlere en iyi örnek olacak kişidir. Profesyonel turist rehberi, ülkesinin kültür elçisi rolüne sahip turizm hizmet elemanlarıdır. Bu tez çalışması ile; bir kültür elçisi olan profesyonel turist rehberinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısının ve turistlerin buna yönelik algılarının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaçla hazırlanan çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde kültür turizmi ve kültürel değer kavramları incelenmiştir. İkinci bölümde profesyonel turist rehberliği mesleği, rehberin özellikleri ve rehberin mesleki rolleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise ilgili yazın taraması sonucunda araştırma hipotezleri geliştirilmiştir. Bu doğrultuda Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı 408 turiste anket uygulanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS (22) programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada turistlerin sosyo-demografik özelliklerinin ve ölçek maddelerinin değerlendirilmesine ilişkin Frekans dağılımı analizi, ölçeğin maddelerini gruplandırmak için Faktör Analizi, turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile algılamaları arasındaki farklılıkları ortaya koymak amacıyla da T Testi Analizi ve çoklu karşılaştırmalar için Anova Testi uygulanmıştır. Yapılan bu testler yardımıyla turist rehberinin kültürel değerlere nasıl katkı yaptığı ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda bir kültür elçisi olarak profesyonel turist rehberinin kültürel değerlerin korunmasına, tanıtımına ve kültürler arası etkileşime katkı yaptığı bulgusuna ulaşılmıştır. Turistlerin algılamalarının ise en çok milliyete, eğitim seviyesine ve gelir durumuna göre farklılık gösterdiği araştırmanın bir diğer bulgusudur.

Anahtar Sözcükler: profesyonel turist rehberi, kültür elçisi, kültürel değerler, Kapadokya Bölgesi.

ABSTRACT

THE TOURIST PERCEPTIONS ABOUT THE CONTRIBUTION OF PROFESSIONAL TOURIST GUIDES AS A CULTURAL ENVOY ON THE CULTURAL VALUES CONVEYED TO THE TOURISTS: CAPPADOCIA EXAMPLE

Zeynep ÇOKAL

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences
Tourism Management, M.B.A. June 2015
Supervisor: Proffesor Zeynep ASLAN**

Concepts such as cultural heritage and cultural values form the core attractiveness of the cultural tourism. Culture tourism is a type of tourism that cannot be replaced. For that reason, protection and sustainability of the cultural values that are the core attractiveness of the culture tourism have great importance. Professional tourist guides are the people that contribute to the cultural values. Professional tourist guides are the people that are in personal communication with the tourists and set as an example for the reflecting the values of country to tourists, protecting and promotion them to the next generations. Professional tourist guides are the tourism service elements that have the role of cultural envoy for their countries. In this study, it is aimed to determenine the contribution of professional tourist guides as a cultural envoy on the cultural values transmitted to tourists and perceptions of them towards these values.

This study is consisted of three sections. In the first section of the study, the concepts of cultural tourism and cultural values are examined. In the second section, profession of professional tourist guides, characteristics of guide and professional roles of guides. In the third section, there is a survey conducted to domestic and foreign groups with guide that visits the Cappadocia Region. Data obtained in the scope of the research has been analyzed with SPSS (22) program. Frequency distribution analysis regarding the evaluation of the socio-demographic features of tourists and articles of scale, Factor Analysis to categorize the articles of scale and T Test to present the differences between the socio-demographic features of tourists and their perceptions, Anova Test for multiple comparisons have been applied in the study. It's tried to measure how tourist guides contribute to cultural values with the help of these tests. As a result of the research, it's found that professional tourist guides contribute to the protection, promotion of cultural values and cross-cultural interaction as a cultural envoy. Another finding of the research shows that perceptions of the tourists differ according to the nationality, education level and income status.

Key Words: professional tourist guide, cultural envoy, cultural values, Cappadocia.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	ii
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	iii
KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iv
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET.....	vii
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar ve ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
EKLER LİSTESİ	xiii
KISALTMALAR	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR TURİZMİ VE İLGİLİ KAVRAMLAR

1.1.Kültür Kavramının Tanımı	4
1.2.Kültürel Miras (Kültürel Değerler) Kavramı	5
1.3.Kültür Turizminin Tanımı, Tarihsel Gelişimi ve Özellikleri.....	9
1.3.1. Kültür Turizminin Tanımı	9
1.3.1.Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi.....	14
1.3.2.Kültür Turizminin Özellikleri	15

İKİNCİ BÖLÜM

PROFESYONEL TURİST REHBERİNİN MESLEKİ ROLLERİ

2.1. Profesyonel Turist Rehberliğinin Tanımı.....	18
2.2.Profesyonel Turist Rehberliğinin Tarihsel Gelişimi	20

2.2.1.Dünyada Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi	20
2.2.2 Türkiye’de Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi.....	22
2.3.Profesyonel Turist Rehberinde Bulunması Gereken Özellikler	25
2.4. Profesyonel Turist Rehberinin Mesleki Rollerini	29
2.4.1.Aktör Rolü	30
2.4.2.Aracı Rolü.....	31
2.4.3.Bilgilendirme Rolü	31
2.4.4.Sorumlu Davranış Gösterme Rolü.....	33
2.4.5.Liderlik Rolü	33
2.4.6. Ülke İmajına Katkı Sağlama Rolü.....	34
2.4.7. Yol Gösteren Rolü	35
2.4.8. Satış Elemanı Rolü	36
2.4.9. Tur Yöneticisi Rolü	37
2.4.10. Yorumcu Rolü.....	37
2.4.11. Danışman Rolü.....	38
2.4.12. Erişim Kolaylaştırıcı Rolü.....	38
2.4.13. Kültür Elçisi Rolü.....	39
2.5. Yazın Taraması	41

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİR KÜLTÜR ELÇİSİ OLARAK TURİST REHBERİNİN TURİSTLERE AKTARILAN KÜLTÜREL DEĞERLERE KATKISINA İLİŞKİN TURİST ALGILAMALARINA YÖNELİK ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi	51
3.2. Araştırma Problemi	53
3.3. Araştırmanın Amacı	53
3.4. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları.....	54

3.5. Araştırmanın Yöntemi.....	55
3.5.1. Araştırmanın Hipotezleri	56
3.5.2.Evren ve Örneklem	59
3.5.3. Veri Toplama Aracı.....	61
3.6. Verilerin Analizi	61
3.6.1. Turistlere İlişkin Sosyo-Demografik Özellikler	62
3.6.2. Turistlerin Ziyaretlerine İlişkin Veriler	64
3.6.3. Faktör Analizi.....	65
3.6.4. Ölçek Maddelerinin Değerlendirilmesi.....	67
3.6.5. Güvenilirlik Analizleri	70
3.6.6. Hipotezleri Test Etmek İçin Varyans Analizi	70
SONUÇ	82
KAYNAKÇA	90
EKLER	100
ÖZGEÇMİŞ	

TABLolar ve ŞEKİLLER LİSTESİ

Tablo 1: Dünya Miras Listesi'ndeki Varlıklarımız	8
Tablo 2: Rehberin Anlatmakla Yüklümlü Olduğu Konular	32
Tablo 3: Turist Rehberinin Mesleki Rollerini	42
Tablo 4: Turist Rehberinin Anahtar Rollerini	43
Tablo 5: Kapadokya Bölgesini Ziyaret Eden Turist Sayısı (İllere Göre).....	60
Tablo 6: Turistlerin Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Veriler.....	63
Tablo 7: Turistlerin Ziyaretlerine İlişkin Veriler	64
Tablo 8: Ölçeğe İlişkin Faktör Analizi Sonuçları	66
Tablo 9: Ölçek Maddelerine İlişkin Analiz Sonuçları	67
Tablo 10: Cronbach Alpha Katsayıları.....	70
Tablo 11: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Yaş Gruplarının Karşılaştırılması	71
Tablo 12: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Eğitim Seviyelerinin Karşılaştırılması.....	71
Tablo 13: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Milliyetlerinin Karşılaştırılması.....	72
Tablo 14: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Ziyaret Sayılarının Karşılaştırılması.....	73
Tablo 15: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Turun Süresinin Karşılaştırılması	74
Tablo 16: PTR'nin Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Eğitim Seviyelerinin Karşılaştırılması.....	75
Tablo 17: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Milliyetlerinin Karşılaştırılması.....	76
Tablo 18: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Rehberin Cinsiyetinin Karşılaştırılması.....	76
Tablo 19: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Gelir Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	77
Tablo 20: PTR'nin Kültürlerarası Etkileşime Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Milliyetlerinin Karşılaştırılması.....	79

Tablo 21: PTR'nin Kùltùrlerasası Etkileşime Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Ziyaret Sayıları Karşılaştırılması.....	79
Tablo 22: PTR'nin Kùltùrlerasası Etkileşime Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Turun Süresinin Karşılaştırılması	80
Tablo 23: PTR'nin Kùltùrlerasası Etkileşime Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları İle Gelir Düzeylerinin Karşılaştırılması.....	81
Şekil 1: Kùltürel Turizm Kaynakları.....	12

EKLER LİSTESİ

Ek 1: Türkçe Anket Formu.....	100
Ek 2: İngilizce Anket Formu	102

KISALTMALAR

ICOMOS: (International Council on Monuments and Sites) Uluslararası Anıtlar ve

Sitler Konseyi

PTR: Profesyonel Turist Rehberleri

SPSS: Statistical Package for Social Sciences

TUİK: Türkiye İstatistik Kurumu

vd.: ve diğerler

GİRİŞ

Sanayi devrimi sonrası boş zamanın ve gelir düzeyinin artması, teknolojik gelişmeler gibi birçok etken turizme olan talebi arttırmıştır. İlk başlarda turizm hareketliliğindeki artış deniz-kum-güneş tatil anlayışına yol açsa da zamanla turizm türlerinde birçok alternatif ortaya çıktığı görülmektedir. İnsanlardaki merak unsuru, farklı kültürleri görme, tarihi yerleri ziyaret etme arzusu kültür turizmine olan ilgiyi arttırmıştır. Bununla birlikte kültür turizmi günümüzde en çok tercih edilen turizm türlerinden biri haline gelmiştir. Kültür turizmine katılan turistlerin genelde eğitim düzeyi yüksek yeni bilgiler öğrenmeye isteklerinin fazla olduğu görülmektedir. Kültür amaçlı seyahatlerde gidilen bölgeleri en iyi şekilde anlamak ve öğrenmek ise ancak turist rehberleri aracılığı ile olmaktadır.

Profesyonel turist rehberliği turizm sektörünün olmazsa olmazlarından biridir. Profesyonel turist rehberi ülkesinin tarihi, kültürel değerlerini en iyi şekilde anlatan, yorumlayan ve tanıtan kişidir. Turist rehberi ülkelerinin birer kültür elçisi konumundadır. Bu araştırmanın amacı, profesyonel turist rehberinin kültür elçisi rolünün turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısına yönelik turistlerin algılamalarını ortaya koymaktır. Ayrıca çalışmada turistlerin profesyonel turist rehberini ne derece kültür elçisi olarak algıladıklarını ve turist rehberlerinin kültürel değerlere katkısının ne yönde olduğunu belirlemek bir diğer amaçtır.

Gerek Türkçe gerekse yabancı yazın incelendiğinde turizm alanında rehberlikle ilgili birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Ancak yapılan araştırmalar turist rehberinin rollerini genel olarak ele almaktadır. Bunun yanı sıra yapılan

araştırmalarda bu rollerin kültürün aktarımına ya da kültürün tanıtımına katkısının olup olmadığı ile ilgili bulgulara rastlanmamaktadır. Bu araştırmada ise profesyonel turist rehberinin rollerinden biri olan kültür elçisi rolünün kültürel değerlere katkısı incelenerek turistlerin görüşleri ele alınacaktır.

Çalışma, profesyonel turist rehberlerinin kültür elçisi rolünün kültürel değerlerin korunmasına, tanıtımına ve kültürler arası etkileşime katkısı olduğu hipotezine dayanmaktadır. Araştırma nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket yöntemi ile yapılmıştır. Çalışma Türkiye’de kültür turizminde en çok tercih edilen bölgelerden biri olan Kapadokya Bölgesi’nde yapılmıştır ve çalışmanın evrenini Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistler oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni oldukça geniş olduğundan örnekleme gidilmiş ve basit tesadüfi örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Böylece alan araştırmasına Kapadokya Bölgesi’ndeki belli ren yeri ve müzeleri ziyaret eden turistler dahil edilmiştir. Örneklemeden elde edilen verilerin anket yoluyla toplanmasının nedeni, turistlerin zaman kısıtı olması ve seyahat ettikleri araçlarda sağlıklı ve rahat bir Şekilde anket doldurmalarıdır. Anket yönteminin diğer yöntemlere tercih edilmesinin nedeni turistlerin görüşme, mülakat, odak grubu çalışması gibi yöntemler için yeterli zamanlarının olmamasıdır. Elde edilen verileri analiz için temel belirleyici istatistiklerden ve istatistiksel analiz yöntemlerinden (Faktör analizi, T testi, Varyans Analizi) yararlanılmıştır. Veriler SPSS 22.00 ile analiz edilmiştir.

Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünde konuyla ilgili kavramlar teorik olarak ele alınmıştır. Birinci bölüm 3 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda kültür kavramı, ikinci kısımda ise bununla ilişkili olarak kültürel değerler kavramı ayrıntılı olarak bahsedilmiştir. Birinci bölümün üçüncü kısımda ise kültür turizminin tanımı, tarihsel gelişimi ve özelliklerine yer verilmiştir. nc kısımda alt başlıklarında bu konular

ayrıntılı olarak anlatılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümü ise 4 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda profesyonel turist rehberliği mesleği, ikinci kısımda ise rehberlik mesleğinin Dünya’da ve Türkiye’de göstermiş olduğu tarihsel gelişimi incelenmiştir. Üçüncü kısımda bir rehberde bulunması gereken temel özelliklere yer verilmiştir. İkinci bölümün dördüncü kısmı çalışmanın temelini oluşturan profesyonel turist rehberinin mesleki rollerini ele almaktadır. Bu kısımda yapılan literatür taraması sonucunda derlenerek ortaya konulan 13 role yer verilmektedir. Profesyonel turist rehberinin aktör, aracı, bilgilendirme, sorumlu davranış gösterme, liderlik, yol gösterici, ülke imajına katkı sağlama, satış elemanı, tur yöneticisi, yorumcu, danışman, erişim kolaylaştırıcı ve kültür elçisi rolü ele alınmaktadır. Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölüm ise 6 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda araştırmanın konusu ve öneminden bahsedilirken ikinci kısımda araştırmanın problemi ortaya konulmuştur. Üçüncü kısımda ise araştırmanın amacı belirtilmiş, dördüncü kısımda da araştırmanın varsayımları ve sınırlılıkları verilmiştir. Üçüncü bölümün beşinci kısmında araştırmanın hipotezlerine yer verilirken son kısmında ise toplanan veriler analiz edilmiştir. Son olarak da profesyonel turist rehberinin mesleki rollerinden biri olan kültür elçisi rolünün kültürel değerlere ne şekilde katkısı olduğu ortaya çıkan sonuçlar yardımıyla yorumlanarak tartışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR TURİZMİ VE İLGİLİ KAVRAMLAR

1.1.Kültür Kavramının Tanımı

Kültür, üzerinde en çok tanım yapılan kavramlardan biridir. Kültürün ortalama olarak 1600'e yakın tanımı bulunmaktadır. "Kültür" kelimesi köken olarak incelendiğinde Latince'deki 'tarım' anlamına gelen 'Cultura' kelimesinden türediği görülmektedir (Çeçen, 1996, s.9). Kültür kavramı, geçmiş dönemlerde insanın zihinsel kapasitesinin yarattığı bir değer olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1843'te Gustav Klemm tarafından yazılan "İnsanlığın Genel Kültür Tarihi" adlı kitapta "Kültür" sözcüğüne, çok açık ve net bir şekilde, bir insan topluluğunun yetenek ve becerileri, sanatları ve gelenekleri olarak topyekün yaşama tarzı şeklinde anlam kazandırılmaktadır (Usal ve Kuşlivan, 2002, ss.105-106). 19.yüzyılın İngiliz antropoloğu E.B.Taylor'a göre kültür, "bilgileri, inançları, sanatı, hukuku, morali, töreleri, kişinin toplumdan edindiği bütün istidat ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür" (Soysal, 1985, s.236). Diğer bir tanıma göre "kültür, sosyal miras ve gelenekler birliği olarak; insan varlığının yapısını belirleyen, sosyal bir süreç sonunda öğrenilen uygulama ve inançların, maddi ve manevi unsurların bütünü; hayat tarzı olarak toplumun bütün hayat biçimini, idealler, değerler, davranışsal açıdan, insanların yaşam şartlarına uyumlarının bütünü; eğitimsel olarak, toplumsal olarak öğrenilen ve aynı yoldan yeni nesillere aktarılan davranış biçimlerini; sembol olarak, maddi unsurların, davranışların ve duyguların, sembollere dayalı örgütlenmesini ifade etmektedir" (Boniface ve Fowler, 1993, s.12).

Kültürün somut ve somut olmayan iki cephesi bulunmaktadır. Başka bir deyişle maddi kültür ve manevi kültür olarak adlandırılmaktadır (Kırkpınar, 2006, s.55; Arslanoğlu, 2001, s.243). Kültürün bir toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerlerden oluşan bir bütün olduğunu söyleyen bilim insanları, aynı zamanda kültürün toplumda mevcut her tür bilgi, ilgi, alışkanlık, değer yargıları, genel tutumlar, görüş, düşünce ve tüm davranış şekilleriyle bir bütün olduğunu savunmaktadır (Turhan, 2010, s.45). Hem somut hem de somut olmayan cepheleri ile kültür, insana ait bir üretilerdir (Arslanoğlu, 2001, ss.243-255) ve “hayatı kolaylaştırmaya çalışan her somut ve soyut üretim, kültürü geliştiren bir unsur olarak algılanabilir”(Kırkpınar, 2006, s.55). ‘Kültür bir toplumun ya da bir insanın düşünce, tutum ve davranışlarını etkileyen öğretilerin yanı sıra, insanın, insanlığa kattığı değerler bütünü’ olarak da tanımlanmaktadır. Kültür, bir toplumun tüm değerlerini barındıran ve koruyan bir olgudur (Ersoy, 2002, s.157). Kısacası kültür nesilden nesile aktarılan insanla ilgili her türlü maddi manevi özellikler, bilgi, deneyim, gelenek görenek olarak tanımlanabilmektedir.

1.2.Kültürel Miras (Kültürel Değerler) Kavramı

Kültürel miras kavramı, kültürel değer ile eş anlamlı olarak kullanılabilir. Miras genel olarak, bir nesilden diğer nesile aktarılanlar şeklinde tanımlanmaktadır. Miras kavramı, hem doğal hem de kültürel öğeleri içine almaktadır. Kültürel alanda miras; müzelerde sergilenen eserlerin, tarihi ve mimari kalıntılar ve eserler gibi maddi formlarını tanımlamak için ya da felsefe, gelenek ve sanattaki bütün öğelerin maddi olmayan formlarını tanımlamak için kullanılır. Bununla birlikte tarihi kişilikler, büyük olaylardaki kutlamalar, yaşamdaki farklı olgular (yazılı eserler, eğitim çalışmaları vb.) ve folklor de miras içinde yer almaktadır (Hamengkubowono, 1993). Doğal öğelerde ise; mirasa dahil olan kır yerleri, parklar, dağlar, nehirler,

adalar, bitki örtüsü ve fauna bulunmaktadır (Ratz ve Puczko 1999, s.1). Kültürel miras, bir toplumun üyelerine ortak geçmişlerini anlatan, aralarındaki dayanışma ve birlik duygularını güçlendiren bir hazinedir. İnsanların tarih boyunca biriktirdikleri deneyimlerin ve geleneklerin devamlılığını, geleceğin doğru kurulmasını sağlamaktadır (www.cekulvakfi.org.tr).

Kültürel değer kavramı içine birçok konu girebilmektedir. Ayrıca bunlar bir ülkenin kültürel sermayesi konumundadır. Bunlar arasında; çevresel yapılar (eğlence ve doğa parkları; kültürel merkezler, alış-veriş merkezleri); gösteriler (etkinlikler ve festivaller) sayılabilir (Craik, 2004:41). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 1988 yılında hazırladığı "Bir Yörenin Turizm İmkânlarının Değerlendirilmesi için Rehber" adlı yayında "Kültürel Değerler" başlığı altında bazı alt başlıklar verilerek bir sınıflandırma yaptığı görülmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır (Arınç, 2002, s.108):

- Tarihi eserler adı altında yörenin tarihini yansıtan, günümüze kadar gelmiş eserler: Cami, han, hamam, türbe, su kemeri, tescilli yapı- sokak, anıtsal ağaçlar, çeşme, kervansaray, saat kulesi sayılabilir.
- Arkeolojik eserler olarak ise yörede yaşamış çeşitli medeniyetlerden günümüze kalan eserler olarak değerlendirilmektedir. Antik kent, kale, sur, tiyatro, hamam, su kemeri, nekropol, akropol, mabed, tapınak, kilise, sarnıç ile yeraltı arkeolojik eserleri buna örnektir.
- Tarihi dini merkezler, değişik tarih dönemlerinde yapılmış dini yapılarıdır. Cami, türbe, manastır, kilise, sinagog gibi mekanlar çekicilik unsurlarıdır.
- Müzeler, ülke ve yörenin tarihi ve kültürel özelliklerini yansıtan taşınabilir eser ve eşyaların sergilendiği açık ya da kapalı mekânlardır. Etnografya müzesi, arkeoloji müzesi, açık hava müzesi, özel konulu müzeler buna örnektir.

- Festivaller, yılın belirli günlerinde düzenlenen konulu ulusal veya uluslararası katılıma açık (müzik, tiyatro, özel konulu toplantılar) faaliyetler bütünü olarak kabul edilmektedir.
- Özel günler, gelenek ve göreneklerden ya da dini inançlardan kaynaklanan, törensel özelliği olan günlerdir.
- Yöresel el sanatları adı altında ise halı, kilim gibi dokumalar, toprak işleme, ağaç işleme, bakır işleme, taş işleme, mücevher yer almaktadır.
- Türk folkloru, Türk turizmine entegre edilebilecek özgün değerlere sahiptir. Folklor turistik talebin doğmasında rol oynadığı gibi turizme arz edilen değerler açısından da önemlidir.

Kültürel miras kavramı; somut kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras olarak ikiye ayrılmaktadır. Kültürel miras kavramının “somut” olandan “somut olmayan” doğru geçirdiği evreler önemlidir. Yakın zamana kadar kültür turizmine katılımı etkileyen unsurlar düşünüldüğünde ilk olarak mimari, doğa güzellikleri ya da doğa olayları gibi gözle görülebilen elle dokunulabilen somut nesnelere akla gelmiştir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) 1972’de bir sözleşme ile “Dünya Kültürel ve Doğal Mirasını” korumayı hedeflemiştir. Bunu yaparken de “insanlığın bugüne kadar yaratmış olduğu uygarlıkların birer göstergesi olan tarihsel yapıların, sit alanlarının ve doğal zenginliklerin korunmasını” esas almıştır (Özünel 2011, ss.255-262).

Somut kültürel miras, geçmiş ve çağdaş kültür miraslarından olan ören yerlerine ve müzelerine sahip destinasyonlarda temel belirleyici durumundadır (Gülcan, 2010, ss.99-118). Somut kültürel miras alanları UNESCO Dünya Mirası varlıkları listesine girdiğinde hem koruma altına alınmakta hem de daha fazla ziyaretçi sayısına ulaşmaktadır. 2014 yılı itibariyle Dünya genelinde UNESCO Dünya Miras

Listesi'ne kayıtlı 1007 kültürel ve doğal varlık bulunmakta olup bunların 779 tanesi kültürel, 197 tanesi doğal, 31 tanesi ise karma (kültürel/doğal) varlıktır. Her yıl gerçekleşen Dünya Miras Komitesi toplantıları ile bu sayı artmaktadır. UNESCO Dünya Miras Listesi'nde Türkiye on üç varlığı ile yer almaktadır (www.unesco.org). Unesco Dünya Miras Listesi'ndeki varlıklarımız ve listeye alınış tarihleri Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1: Dünya Miras Listesi'ndeki Varlıklarımız

Miras Varlığının Adı	Listeye Alınış Tarihi	Bulunduğu Şehir
İstanbul'un Tarihi Alanları	06 Aralık 1985	İstanbul
Göreme ve Kapadokya Milli Parkı	06 Aralık 1985	Nevşehir
Divriği Ulu Cami ve Darüşşifası	06 Aralık 1985	Sivas
Hattuşaş (Boğazköy)	28 Kasım 1986	Çorum
Nemrut Dağı	11 Aralık 1987	Adıyaman
Xanthos-Letoon	9 aralık 1988	Antalya- Muğla
Pamukkale - Hierapolis	17 Aralık 1988	Denizli
Safranbolu Şehri	17 Aralık 1988	Karabük
Truva Arkeolojik Kenti	5 Haziran 1998	Çanakkale
Selimiye Camii ve Külliyesi	29 Haziran 2011	Edirne
Çatalhöyük Neolitik Sit Alanı	01 Temmuz 2012	Konya
Bursa ve Cumalıkız: Osmanlı İmparatorluğunun Doğuşu	22 Haziran 2014	Bursa
Bergama Çok Katmanlı Kültürel Beyzaj Alanı	22 Haziran 2014	İzmir

Bu bağlamda somut olmayan kültürel miras kavramının içinde görülen alanlar ise üç başlık altında şu biçimde sıralanmaktadır (www.turk_halkbilimi.gazi.edu.tr).

1. Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar;
2. Gösteri sanatları,
3. Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler;
- d) Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar;
- e) El sanatları geleneği.

Sosyal araştırmalarda kültürden söz edilirken, somut maddi unsurlardan ziyade; onların arkasında olduğu varsayılan inançlar, kurallar, değer yargıları gibi manevi

unsurlar anlaşılmaktadır. Toplumları kültürel açıdan farklılaştıran konular, onların kullandıkları araç ve gereçlerden daha çok, bu araç gereçlerin arkasındaki düşünce ve manevi değerlerdir (Güngör, 1990, s.35).

Kültürel miras, kültürel değerler, kültürel varlık gibi kavramlar incelendiğinde hepsinin aslında benzer anlamlara sahip olduğu görülmektedir. Bütün bu kavramlar kültür turizminin kaynağı olan turistik çekicilikleri betimlemektedir.

1.3.Kültür Turizminin Tanımı, Tarihsel Gelişimi ve Özellikleri

İnsanları turizme yönelmesindeki temel unsur meraktır. Turizm talebi farklılık gösterse de temel de yatan merak unsurudur. Farklı kültürleri görme, tanıma ve deneyimleme merakı da insanları kültür turizmine yönlendirmiştir. Kültür turizmi, değişik kültürel deneyimler kazanmak isteği ve geçmişe hasret esasına dayanan seyahatlerdir. Bu tür seyahatler; festival seyahatlerini ve diğer kültürel olayları, bölge ve anıt ziyaretlerini, doğal, folklorik, sanatsal ve hac yolculuğu için yapılan seyahatleri kapsamaktadır (Aksu, 2004, s.20).

1.3.1. Kültür Turizminin Tanımı

Turizm kavramı, kök itibariyle eski bir geçmişe sahiptir. Latince’de dönmek, çevreyi dolaşmak, geri dönmek anlamına gelen ‘’tornus’’ kökünden türetilmiştir (Usta, 2012, s.1). Turizmin terimsel anlamı dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi olmakla birlikte bir diğer ifade ile bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin ve yapılan çalışmaların tümüdür (Türk Dil Kurumu Terimler Sözlüğü). Uluslararası turizm sözlüğünde ise turizm ‘’zevk için yapılan geziler ve seyahatleri yapmak için gerçekleştirilen insan faaliyetlerinin tümü’’ olarak tanımlanmaktadır. Turizmin ilk tanımını 1905 yılında Guyer-Feuler ortaya atmıştır. Guyer- Feuler’a göre ‘’Turizm gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri

tanıma isteğine, doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olaydır” (Kozak, 2002, s.2).

Günümüz turizm bilimcileri ise turizmi daha yalın ifadelerle tanımlamaktadır. Turizm genel olarak “bir yıldan fazla süreli kalmama ve gelir elde etmeme koşullarıyla kişilerin dinlenme, iş ve diğer amaçlarla sürekli buldukları çevre dışında seyahat etmeleri ve geçici olarak orada konaklamalarıdır” şeklinde tanımlanmaktadır (Pekin, 2011, s.31).

Olalı ise (1990, s.5) Turizm kavramını “İnsanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışında devamlı olarak yerleşmemek, sadece para kazanmak veya politik ya da askeri bir amaç gütmek üzere, liberal bir, ortamda, iş, merak, din, sağlık, spor, dinlenme, eğlence, kültür, deneyim kazanma, dikkat çekme amaçları veya aile ziyareti, kongre ve seminerlere katılmak gibi nedenlerle, kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerden, gittikleri yerlerde 24 saati aşan veya o yerin bir konaklama işletmesinde en az bir geceleme süre ile konaklamalarından ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan bir tüketim olayı, sosyal bir olay ve bir hizmet endüstrisidir." şeklinde tanımlamaktadır.

Turizm olayında en önemli nokta ikamet edilen yere geri dönülmesi ve gidilen yerde 24 saatten fazla kalınmasıdır. Bu turizm olayının gerçekleşmesi için de belli çekiciliklerin var olması gerekmektedir. Her turizm türünde bu çekicilikler farklılık göstermektedir. İnsanlar ilk çağlardan başlayarak çeşitli etkenlerle seyahat etmiştir ve kültür bu etkenler arasında önemli bir yere sahiptir (Dinçer ve Ertuğral, 2000, s.69). Kültür turizmi, bir bölgenin temel çekim ögesinin kültürel değerler olduğu turizm çeşididir (Kahraman ve Türkay, 2012, s.51). Kültürün turizme yol açması ve

turistlerin gittikleri gezdikleri yerlerin kültürüne etkileri, kültür ve turizm arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır (Emekli, 2007, s.54). Olalı (1990, s.171) kültür turizmini; “merak, dinlenme, eğlence, sağlık, spor amaçlarının yanı sıra kişiliğin zenginleştirilmesi, yeni bilgilerin kazanılması amacı ile yapılan seyahatler” olarak tanımlarken; diğer bir tanımda ise (Özgüç, 1998, s.86), “yeni kültürleri tanıma ve geçmişteki kültürleri merak etme temeline dayanan, insanların kendi kültürlerinin eğlenceli yanlarıyla birlikte diğer grupların kültürlerine de açık olmaları ile ilgili turizm faaliyetlerinin tümüdür” şeklinde ifade edilmektedir. Gülcan (2010, s.102) ise kültür turizmini ‘Çağdaş ve geçmiş kültürlere ait somut ve somut olmayan değerlerle ilgili olarak, onları görme, haklarında bilgi ve deneyim edinme amacıyla gerçekleşen ve bununla ilgili ürün ve hizmetlerin satın alınmasına bağlı olarak doğrudan ve dolaylı faaliyetlerden oluşan bir turizm olgusudur’ şeklinde tanımlamaktadır. Pekin’e (2011, s.151) göre ise ‘‘Kültür turizmi, doğal ve tarihsel kültür varlıklarını, kültürel etkinlikleri ve güncel sanat eserlerini, kültür sanayilerinin sonuçlarını, bazı sosyo-ekonomik olguları turistik bir ürün biçiminde gezginlerin hizmetine sunan bir turizm anlayışdır’’. Kültür turizmi yalnızca tarihsel olanı değil, güncel olanı da kapsayan bir terimdir. Kültür turizminin kaynak açısından iki yönü vardır.

1. Kültür mirası (geçmişe ait olan her şey).

2. Yaşayan Kültür

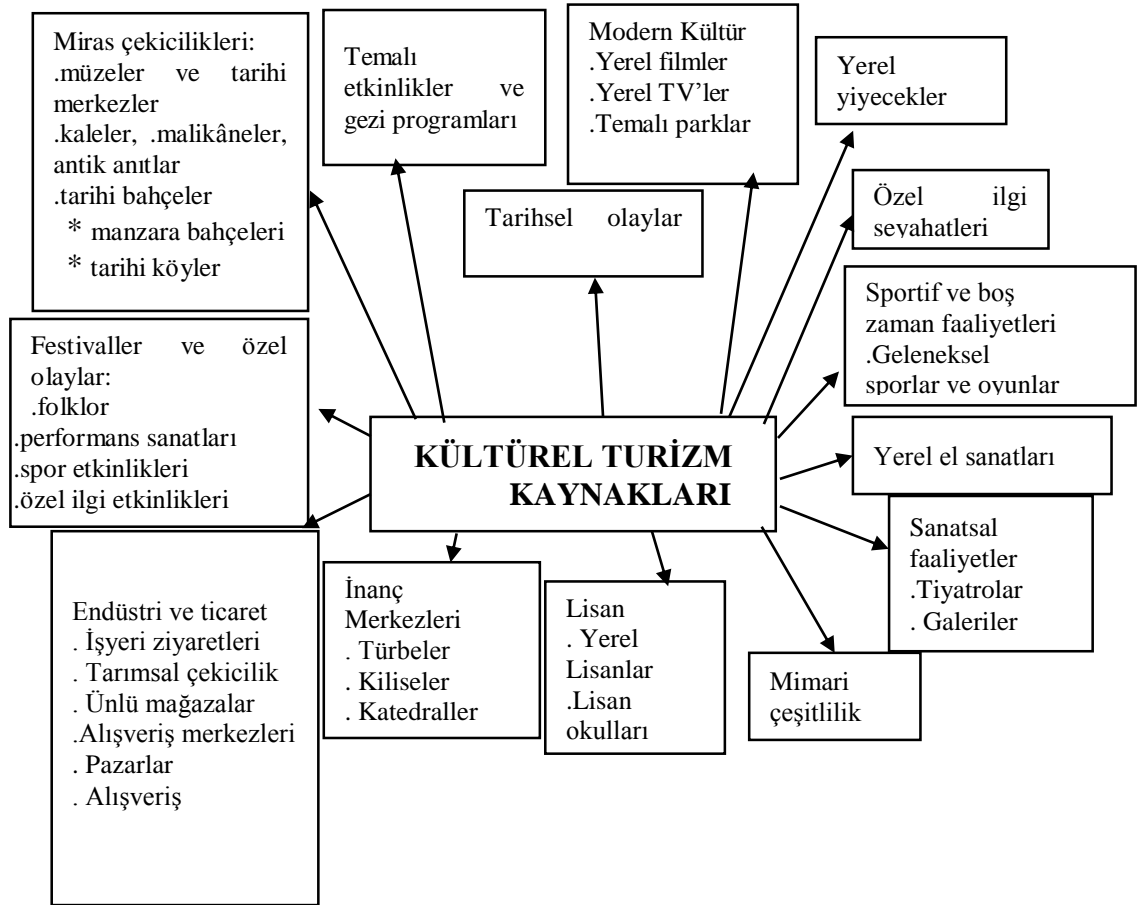
a) Gelenekler, görenekler, folklor, dinsel inançlar, mutfak vb. yaşam kültürü,

b) Çağdaş kültür ürünleri, gösteri ve sahne sanatları, yaratıcı kültür

endüstrilerinin tüm sonuçları.

Geçmiş ve çağdaş kültürün öğeleri kültür turizminin temel çekicilikleridir. Kültür turizmine katılan insanlar yöredeki kültürel değerleri ziyaret ederken aynı zamanda yöresel özellikler ve geleneklerle de ilgilenirler (Emekli, 2003, s.3). Kültür

turizminde çekicilikler, kültür kavramı içinde yer alan her şeyi kapsamaktadır. Bunlar tarih, din ve güzel sanatlar, müzeler, tarihi eserler, dil, mimari, yaşam tarzı, mutfak, el sanatları, folklor, sergiler ve fuarlardır. Bunların dışındaki kültürel çekicilikler, sanatçılar, spor ve eğlence aktiviteleri veya yüzyıllar içinde oluşmuş gelenek-görenekler olabildiği gibi bugüne ait olaylar veya insan yapımı eserler olabilmektedir. Kültür turizminin temel çekicilikleri Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1: Kültürel Turizm Kaynakları
Kaynak: Richards, 2011, s.78

Kültür turizmin küreselleşme ile birlikte büyük bir önem ve değer kazandığı görülmektedir. Günümüzde insanlar kendi kültürleri dışındaki yerel kültürlere de ilgi duymaya başlamış, bu bağlamda kültürel seyahatlere yönelmişlerdir. Turizmi tüm yıla yaymak, turizme bir dinamizm kazandırmak, yerli ve yabancılara ülke kültürünü

tanıtmak, korumak, geçmişe ve geleceğe sahip çıkmak için kültür turizminin geliştirilmesi büyük bir avantaj sağlamaktadır (Emekli, 2007, s.54).

Turizmin sürekliliği için doğal ve kültürel kaynakların korunması, geliştirilmesi gerekirken; kültürel ve doğal değerlerin geliştirilmesi için de turizm önemli bir araçtır (Uslu ve Kiper, 2006, s.3). Turizm, yerel kalkınma için önemli araç olan mevcut kültürel miras kaynaklarının ortaya çıkarılması, restore edilmesi ve geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Turizm, kent ya da yöreye ait eski özelliklere yeni değerler katmaktadır (Anonymus ve Kim, 2005, s.38). Bununla birlikte kültür turizmi gelir sağlayıcı etkisinin yanında, kültürel değerlerin korunması açısından da üzerinde durulan bir turizm şeklidir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002, s.189). Kültür turizminin bölgesel ve ülkesel açıdan gelir getirici etkisi yadsınamaz. Ancak, bölgelerin turizm kaynakları kullanılarak gelişmesi planlanırken, diğer yandan kültürel değerlerin tahrip edilmemesi ve korunması için de gereken tedbirlerin alınması gerekmektedir (Toker, 2011, s.14). Bunun için ulusal ve uluslararası örgütler birçok çalışma yapmaktadır. 2006 yılında “Kültür Turizminin Desteklenmesi ve Kontrolü” temasıyla Malta’da düzenlenen Europa Nostra Kongresi’nde kabul edilen bir bildiri, kültür turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması yolundaki önemli adımlardan biridir. Bu bildiri, kültür turizmi ile uğraşan turizm ve kültürel miras kuruluşlarını, Dünya Turizm Örgütü’nün Turizm Etiği Kuralları’ndaki ve ICOMOS Uluslararası Kültür Turizmi Şartı’ndaki ilkelere uymaya teşvik etmektedir. Bu kurallara uyularak kültür turizminin devamlılığına oldukça büyük katkı sağlanabilmektedir. Kültür turizmi ülkelere gelir getirici etkisinin yanı sıra toplumların kaynaşmasına ve kültürel değerlerin korunmasına da doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağlamaktadır.

1.3.1.Kültür Turizminin Tarihsel Gelişimi

İnsanlığın varoluşundan itibaren sürekli yer değiştirmeler olmuştur. Seyahatin temeli insanlığın ilk varolduğu dönemlere kadar uzanmaktadır. Yiyecek bulmak, avlanmak, su kaynağı bulmak, malını değiş-tokuş etmek, dini ziyaretler yapmak gibi çeşitli amaçlarla da olsa seyahat edilmiştir. Bunlar turizmin ilkel hali olsa da ilk turizm faaliyetleri olarak düşünülmektedir. İnsanlık geliştikçe seyahat amaçları da farklılaşmaya başlamıştır. Yeni meraklar, yeni yerler görme, ziyaret edilen yerlere ait yerel eşyalarıyla ve öyküleriyle geri dönme dürtüsü, başkalarına göre farklı olma isteği, ardından özellikle Avrupa çevresinde yeni araçlarla (tren, kruvaziyer, uçak vb.) gezme arzusu turizmi iyice çeşitlendirmiştir. Seyahat edebiyatının gelişmesi, efsanevi Wagon-Lits, Orient Express, Transsibirya Ekspresi gezileri kültür turizmine yönelik talebi önemli ölçüde artırmıştır (Pekin, 2011, s.146). Geçen yüzyıllar boyunca kültür amaçlı gerçekleştirilen seyahatler, turistik bir aktivite boyutu kazanmış, tarihi ve kültürel alanları ziyaret etmek, bugünün popüler seyahatleri olmuştur. Aileler, üst sınıfa mensup bireyler, gruplar ve hatta uluslararası turistler; boş zamanlarında sıklıkla tarihi mekanlara seyahat etmeyi tercih etmektedir (Hargrove, 2002, s.10). Turizm hareketliliğinin başlangıcında Deniz-Kum-Güneş üçlüsünden oluşan kıyı turizminden ziyade kültür turizmi ön planda olmuştur. Ardından Avrupalılar Fransa ve İtalya kıyılarına inmeye başlamıştır. Daha sonra da ise Akdeniz Çanağı'ndaki, ardından dünyanın bazı yerlerinde kıyı turizmi belirleyici olmaya başlamıştır (Pekin, 2011, s.146).

Kültürün bir seyahat motivasyonu olması, çok eski tarihlere dayanmasına karşın; "kültür turizmi" sözcük olarak ilk kez, 1980'li yılların başında, Avrupa Komisyonu'nda, Avrupa Birliği'nin kültürel kimliğini ve kültürel mirasını ortaya çıkarmak için yapılan çalışmalar sırasında ortaya atılmıştır (Çulha, 2008, s.817).

1990'lı yıllara gelindiğinde tur operatörlerinin de devreye girmesiyle daha fazla önem kazanmıştır (Günel, Alaeddinoğlu ve Şahinalp, 2009, s.277). Ayrıca alternatif turizm kavramıyla birlikte, çekiciliğini yavaş yavaş kaybetmeye başlayan kitle turizmine karşı yeni modeller geliştirilmiş ve bunun sonrasında kültür turizmi oldukça revaçta olmaya başlamıştır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008, s.9).

Dünya Turizm Örgütü verilerine göre 2014 yılında seyahat edenlerin sayısı yaklaşık 1 milyar 135 milyon kişidir. Dünya Turizm Örgütü'ne göre 2020 yılında, kültür turizmi Avrupa, Ortadoğu ve Asya Bölgelerinde önemli sayılabilecek bir oranda artış gösterecektir. Ayrıca Dünya Turizm Örgütü, yapılan seyahatlerin %37'sinin kültür seyahatleri olduğunu ve bu talebin her yıl %5 oranında artacağını da öngörmektedir (Mckercher ve Cros, 2002, s.135). Teknolojik gelişmeler, nüfusun artması ve eğitim seviyesinin yükselmesi gibi nedenler kültür turizmine olan talebin yıllar içinde artmasını sağlamıştır. Taleple orantılı olarak da tarihsel süreç içerisinde kültür turizminin gelişim gösterdiği görülmektedir.

1.3.2.Kültür Turizminin Özellikleri

Kültür turizmini diğer turizm türlerinden ayıran belli başlı özellikleri vardır. Ancak literatürde bu özellikler farklı şekilde belirtmektedir. Jansen-Verbeke (1997, s.238) kültür turizminin özelliklerini şu şekilde belirtmektedir;

- Turistlerin, bilgi birikimlerinin artmasını sağlar. Böylece bilgi birikimi artan turist ile iletişim kurmak kolaylaşır,
- Çağdaş turizm tüketim kalıplarına uyar: daima yüksek tatmine yol açan yeni ürünleri ve yeni deneyimleri araştırır,
- Gelişen ve bölümlere ayrılmış turizm pazarının taleplerini karşılayan farklı bir turizm ürününün oluşturulmasına katkıda bulunur,

- Güneş, deniz ve kum kaynaklarının dışında geriye kalan yeni destinasyonlar için farklı bir bakış açısı yaratır,
- Turizmin mevsimlik sorununu çözmek için daha aktif tatilleri, daha çevreci etkinlikleri, kısa süreli gezileri, iş gezisi yapanlara artı değer yaratan seyahatleri önerir.

Pekin (2011, s.152) ise daha ayrıntılı bir sıralama yaparak kültür turizminin özelliklerini şu şekilde belirtmektedir;

- Kültür turizmi ekonomik anlamda'' mukayeseli üstünlük'' niteliğine sahiptir.
- Arz açısından nadir olan ürünlerden olan kültür gezileri bir çok gezgin açısından oldukça büyük önem taşımaktadır.. Terör olayları, savaş, politik istikrarsızlıklar gibi bazı konular dışında turizmin diğer türlerine göre daha istikrarlı bir talebe sahiptir.
- Kültür turizmine katılanların toplumsal statüsü ortalama kitle turizmi müşterilerine göre daha yüksektir.
- Kültür turizmine katılan gezginlerin eğitim düzeyleri daha yüksektir ve daha meraklı, daha ilgili, daha özgür, acelesi olmayan, gittiği yerde daha fazla zaman ve para harcayabilen, kültürel ve sanatsal etkinliklere daha duyarlı, gittiği ülkenin günlük yaşamını tanımaya arzulu, doğaya, çevreye, gidilen bölgenin kültürüne ve geleneklerine daha saygılı, yöre insanını tanımaya istekli, grup içinde seyahat edebilen kişilerdir.
- Kültür turizmi gelişmekte olan sanal ortamdan ve global sermaye hareketlerinden Güneş-Deniz-Kum turizmine göre daha az etkilenmektedir.
- Kültür turizmi turistik gelirlerin ülkesel düzeyde daha geniş alanlara yayılmasında, bölge halklarının turizmden daha geniş oranda pay almasına ve bölgelerin kültür düzeylerinin yükselmesine yöneliktir.

- Kültür turizmi turistik etkinliği 12 aya yayma potansiyeline sahiptir.
- Kültür turizmi çevreye, tarihsel ve kültürel mirasa karşı daha duyarlıdır.
- Kültür turizminin bir diğer ana hedefi de o ülkede yaşıyan insanlardır. Kültür turizmi i turizmi geliştirmek zorunda olan ana turizm bileşenlerinden biridir.
- İyi yönetildiği takdirde kültür turizminin tükenme, tüketilme riski yoktur.
- Kültür turizmi Güneş-Deniz-Kum turizminin olumsuzluklarına, dezavantajlarına çözüm üretir.

Kültür turizminin en temel özelliği ikamesinin olmamasıdır. Her toplumun kültürü kendisine özgü olduğu için aynı kültürün başka bir coğrafyada bulunması mümkün değildir. Benzer coğrafyalarda benzer kültürler olabilir ancak birebir aynısı olmamaktadır. Kültür turizmini oluşturan ekiciliklerde sadece var oldukları yere özgü varlıklardır. Bu nedenle başka bir destinasyonda aynısını bulmak mümkün değildir. Bu da kültür turizminin ayrıcalıklı özelliğini oluşturmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

PROFESYONEL TURİST REHBERİNİN MESLEKİ ROLLERİ

2.1. Profesyonel Turist Rehberliğinin Tanımı

Turist rehberleri, turistin destinasyondaki deneyimini şekillendiren turizm endüstrisinin temel çalışanlarından. Dünya Turist Rehberleri Federasyonu turist rehberliğini ‘‘Turistlere kendi seçtikleri dillerde kılavuzluk eden ve bölgedeki doğal ve kültürel miras alanlarını anlatan kişidir’’ şeklinde tanımlamaktadır (www.wftga.org). Oxford İngilizce Sözlüğüne göre turist rehberi ‘‘Özellikle yabancı bir ülkede dolaşan birine kılavuzluk eden veya yol gösteren kişi olmakla birlikte özel olarak turisti dolaştıran ve ona ilginç yerleri göstermek için kiralanan kişi olarak tanımlanmaktadır.

Literatür incelendiğinde ise bu tanıma yakın bir çok tanım bulunmaktadır. Usta (1992, s. 167) turist rehberlerini ‘‘Yerli ve yabancı turistlere; bir ülkenin doğal, tarihi, arkeolojik ve kültürel değerlerini; Türkçe ve diğer yabancı dillerde en iyi biçimde tanıtabilecek, onlara gezileri sırasında yardımcı olabilecek ve doğru bilgiler verebilecek personel’’ olarak tanımlanmaktadır. Çimrin’in (1995, s.9), tanımına göre ‘‘Turist rehberleri; turistlere, ziyaretçi ve konuklara eşlik ederek; anıtlar, türbeler, mabetler, sanat eserleri, tarihi eserler, tarihi yerler, tarihi kalıntılar, folklor, doğal güzellikler, ulaştırma, konaklama, eğlence yerleri, avcılık, kayakçılık, hatıra eşyaları, vb. hakkında bilgiler veren; turistleri gezdiren, temaslar sağlayan kişilerdir’’.

Ahipaşaoğlu'na (2001, s.2) göre, ‘‘Profesyonel turist rehberleri; tur operatörlerine bağlı olarak çalışan, bir destinasyona ulaşmış turistlere yol gösteren, bilgi aktarımı yapan, destinasyonu tanıtan, iş tanımları ve görevi gereği turistlerle birebir temas halinde olan, ürünü birlikte üreten, turistin mutluluklarını ve Őikyetlerini birlikte yaşayan; deyim yerindeyse turizmin cephede savaşan neferleri; gözlemleri, deneyimleri ve geri bildirimleri ile hem kaliteyi sağlayan hem de turizmin geleceğini Şekillendiren elemanlardır’’. Batman vd. (2001, s.115) tanımına göre ‘‘Turist rehberi kimliğini taşımaya hak kazanmış, ülkenin tarihini, coğrafyasını, idari yapısını, kültürünü, gelenek ve göreneklerini, müzelerini, sit alanlarını, ren yerlerini, zenginliklerini yerli ve yabancı turistlere profesyonel olarak aktarmayı meslek edinmiş kişiye turist rehberi’’ denir. Yukarıda profesyonel turist rehberiyle ilgili belli başlı tanımlara yer verilmektedir. Yapılan tanımlar incelendiğinde büyük farklılıklar olmadığı görülmektedir.

Turist rehberi 02.07.1986 tarih ve 19152 sayılı Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin 1. maddesine göre ‘‘Türkiye’yi yerli ve yabancı turistlere en iyi Şekilde tanıtacak ve onlara gezileri süresince yardımcı olacak ve doğru bilgiler verebilecek kişi’’ olarak tanımlanmaktadır (www.kulturturizm.gov.tr). Resmi Gazetenin 25.11.2005 tarihli 26004 sayısı 4. maddesinde ise bu tanım daha da genişletilmiştir. 2005 yılında yayınlanan bu yönetmeliğe göre Profesyonel Turist Rehberleri yönetmelikte belirlenen usul ve esaslara uygun olarak rehberlik mesleğini icra etme yetkisini kazanmış olup, yerli veya yabancı turistlere, turistlerin gezi öncesinde Őeđmiř oldukları dil ile uyumlu olmak üzere, rehberlik kimlik kartlarında belirtilen dillerde rehberlik eden, onlara tanıttıkları bölgenin kültürel ve doğal mirasını aktaran, gezi programının; tur operatörü veya seyahat acentesinin yazılı belgelerinde tanımlandığı ve tketickiye satıldığı Şekilde yürütülmesini sağlayan ve gezi programını

seyahat acentesi adına yöneten kişiler olarak tanımlanmaktadır (www.kulturturizm.gov.tr).

Turist rehberleri turistlerin tur organizasyonundan ve seyahat deneyimlerinden memnun kalması bölge ve ülke imajının oluşturulup tanıtılması konusunda son derece önemli ve belirleyici bir rol oynamaktadır (Tosun ve Temizkan, 2004, s.359). Literatürdeki ve mevzuattaki tanımların ortak noktası rehberin turiste hizmet veren olmakla birlikte turist ile destinasyon arasındaki en önemli aracı ve bağ olduğudur.

2.2.Profesyonel Turist Rehberliğinin Tarihsel Gelişimi

Profesyonel turist rehberi turist ile birebir iletişim halinde olan, tur süresince ona yol gösteren ve hizmet eden kişidir. Turist rehberi turist ile destinasyon arasındaki temel aracı konumundadır. Rehberler günümüzde destinasyon imajı oluşumunda, ülke imajının yansıtılmasında ve turistin ülkeye karşı fikirlerinin oluşmasında büyük öneme sahip turizm elemanlarıdır. Geçmişten günümüze kadar olan süreç içerisinde de rehberlik mesleğinin önemi gittikçe artmıştır.

2.2.1.Dünyada Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi

Göçer olarak yaşamını sürdüren ilk insanlar yerleşik düzene geçtiklerinde ve neolitik dönemlerden itibaren, bir anlamda endüstriyel denilebilecek üretime başlayıp, tüm ihtiyaçlarını tek başlarına üretemez duruma geldiklerinde; önce komşularıyla, daha sonra kentlerde oturan yöneticilerle alışverişe başlamışlardır. Bu alışverişler doğal olarak ilk seyahatleri, kent aşırı ulaşimleri ve kesin bir kanıt olmamakla beraber, belki de ilk turizm faaliyetlerini oluşturmuştur (Ahipaşaoğlu, 2001, ss.4–5).

Dünyada yazılı kaynaklara geçmiş ilk rehberler ise Mısırlı rahipler olarak anılmaktadır. Ancak, İ.Ö. 7. yüzyılda başlayan olimpiyat oyunları organize seyahatlerin başlangıcı olmuş ve beraberinde turist rehberliğini de getirmiştir

(www.iro.org.tr). Olimpiyat oyunları bugünün futbol şampiyonaları gibi o günlerin fenomeni olmuştur. Her yıl sayıları sürekli artan Mısırlı, Mezopotamyalı, Finikeli insanlar oyunları izlemek üzere Yunanistan'a gitmişlerdir. Yunanlılar da, o gezilerden kaynaklanan talebe cevap verebilmek amacıyla, konaklama ve eğlence yerleri inşa etmişlerdir. Bununla birlikte, turistleri karşılayıp konaklama yerlerine ya da etkinliklere yönlendiren özel görevliler olmuştur. Bu görevlerle "proxenos" denen kişiler, yani "ilk tur rehberleri" tarih sahnesine çıkmıştır (Şen, 2010, s.6).

Ortaçağ, Haçlı seferleri ile büyük ölçekli kitlesel yer değiştirmelere sahne olmuştur. Kutsal kentlere doğru yolculuğa çıkan insanların çoğu macera amaçlı yola çıkmıştır. Bu tür seyahat organizasyonlarında ulaşım, konaklama, yeme-içme, sınır geçiş hizmetleri, güvenlik, rehberlik, giriş ücreti gibi çağımızın tur öğelerinin tümünü ilkel biçimlerde de olsa görmek mümkündür. 17. yüzyıla gelindiğinde seyahat etmek, hala statü kazanmak isteyenlerin, ayrıcalıklı ve zengin olanların katılabildikleri bir yaşam biçimi olmuştur. Çünkü yolculuğun olağanüstü masraflarını karşılanabilmeyi ve uzun süre (kimi zaman birkaç yıl) çalışmadan geçinebilmeyi gerektirmiştir (www.aro.org.tr). 1851'de Thomas Cook'un İngiltere'de düzenlediği bir günlük tren gezisi modern turizm hareketlerinin de başlangıcı sayılır. İlk geziden yaklaşık 150 yıl sonra günümüzde turizm, önceki nesillerin gitmeyi hayal bile edemeyecekleri kadar geniş bir alanda yer değiştirebilen kitleleri, gezinin her karesini planlayan tur profesyonellerini, hizmet içi eğitimleri başka meslek gruplarıyla kıyaslanmayacak ölçüde süreklilik gösteren turist rehberlerini kapsamaktadır (www.aro.org.tr). 20. yüzyıl başlarında İngiltere'de Londra Kulesi ve Windsor Şatosu rehberli gezilere açılmış, bazı seyahat acenteleri rehber istihdam etmeye başlamışlardır. Ancak, bölgesel olarak rehberlerin eğitimi ve örgütlenme çalışmaları 1930'lu yıllardan itibaren başlamıştır. Turizmin gelişmesi ve kitle turizminin başlaması ile profesyonel

turist rehberliği hizmeti zorunluluğu doğmuştur (www.iro.org.tr). Turizmin ve turist rehberliğinin günümüzdekine benzer bir içeriğe kavuşabilmesi üretim yapısını bütünüyle değiştiren ve kitlelerin yaşamında büyük altüstlere yol açan Sanayi Devrimi ile olmuştur (www.aro.org.tr).

Günümüzde ise profesyonel turist rehberliği mesleği ülkelerin belirlediği kurallar çerçevesinde yapılmaktadır. Bazı ülkeler rehberlik mesleğini yapabilmek için kurslar düzenlemekte ve sertifika sahibi olmak şartı ile mesleği icra ettirmektedir. Bazı ülkeler ise üniversitede rehberlik mesleği ile ilgili bir bölümden eğitim alma şartı getirmektedir. Bununla birlikte her geçen gün daha da popüler bir meslek haline gelen turist rehberliğine bilimsel çalışmalarda da daha fazla yer verilmektedir. Bu gelişmeler de turist rehberliği mesleğinin günümüzde önemli bir meslek haline geldiğini göstermektedir.

2.2.2 Türkiye’de Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi

17.yüzyılın ortalarında ticaretteki artışa, yol ağlarının genişlemesine, güvenliğin artmasına bağlı olarak Anadolu kıyıları da turizmden ciddi paylar almaktadır. Önemli bir turizm merkezi olan Truva’da turistler İlyada’dan bölümler okuyan, eğitilmiş, ayrıntıları gözden kaçırmayan rehberler eşliğinde gezebilmektedir. Ancak bu dönemde genel olarak rehberlik henüz kişinin geçimini sağlayabileceği bir iş değildir, rehberlerin anlatımları gerçeklere değil, söylencelere, kulaktan dolma bilgilere dayalıdır, bu nedenle güvenilirlikleri sınırlı olmuştur (www.aro.org.tr). Tanzimat Fermanı’nın 1839’daki ilanıyla birlikte, Avrupa ile ilişkiler artarken, İstanbul’a gelip giden veya İstanbul’da sürekli ikamet eden yabancı sayısı da artmıştır. Beyoğlu’nda toplanan ve ülkeye yatırım yapmaya başlayan iş adamları ve tüccarlar, ülkeye gelen ilk yabancılar olmuştur (Değirmencioğlu, 2001, s.190). Avrupa’da seyahat alanındaki gelişmelere paralel olarak Paris-İstanbul arasında Orient-Express

tren seferlerinin 5 Haziran 1883'de başlaması (www.iro.org.tr) ve Kırım Savaşı'nda Osmanlı'nın, Rusya'ya karşı Batılı güçlerle birlik olması; Batılı ülkelerde efsaneler kenti İstanbul'a ilgiyi artırmış ve böylece ilk dikkat çeken turistler İstanbul'da görülmeye başlamıştır (Gülersoy, 1996, s.4). Bu hareketlilik bir süre sonra İstanbul'da, özellikle azınlıklar içinde, tercüman-rehberlik adında yeni bir meslek grubunun ortaya çıkmasına neden olmuştur (Değirmencioğlu, 2001, s.190). Bu gelişmeyle birlikte Osmanlı'da 19. yüzyıl sonunda görülmeye başlayan turist rehberliği, ülkenin tanıtımı ve ulusal güvenlik açısından büyük önem taşımıştır (www.iro.org.tr).

"Rehberlik"le ilgili ilk belgelere, 29 Ekim 1890 tarihinde yayımlanan 190 sayılı Nizamname'de rastlanmaktadır. Rehberleri belli kurallara bağlayan bu nizamnamenin yürütülmesi görevi, İçişleri Bakanlığı tarafından belediyelere verilmiştir. Amacı tercüman rehberlik mesleğini halihazırda yürütenleri veya mesleğe başlayacak olanları disiplin altında tutmak olan nizamname ile mesleğin icrası sırasında iyi niyet gözetmek, düzgün bir Türkçe ve yabancı dil bilgisi yeterliliğinin sınavla belirlenmesi öngörülmüştür (www.aro.org.tr). Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından iki yıl sonra 8 Kasım 1925 tarih ve 2730 sayılı Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname ile rehberlik konusunda sıkı kurallar getirilmiştir. Kararnamenin üzerinde durduğu en önemli konu tercüman rehberlerin eğitimi olmuş, ancak turistik faaliyetlerle ilgili bir kuruluş olmadığından rehberlerin yeterliklerinin saptanması konusundaki sınav koşulu kağıt üzerinde kalmıştır. 1920'li yılların sonlarında ekonomik krizin etkisiyle Türkiye'de de turizmin durma noktasına geldiği bir sırada 1928 yılı Aralık ayında İstanbul İktisat Müdürlüğü bir rehberlik kursu açılacağını basın aracılığı ile duyurmuş, bu ilanla kursa sınavla alınan adaylardan 50'si tercüman-rehber olmaya hak kazanmıştır. 1935 yılında belediyelerde turizm şubelerinin kurulmasının ardından bir rehberlik kursu daha açılmış ve bu kurstan da

53 kişi mezun olmuştur. Ancak, 40'lı yıllarda II. Dünya Savaşı'nın etkisi ile turizm durmuş ve rehberlerin büyük bölümü mesleği bırakmıştır. 1950'li yıllarda modern turizm önem kazanmış ve 1950 yılındaki 2. Turizm Danışma Kurulu'na Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü tarafından sektör için önemini vurgulayan Turist Tercüman Rehberliği başlıklı bir rapor sunulmuştur. Bunun ardından 1951 yılında Türkiye Milli Talebe Federasyonu (TMTF) rehberliğin günün koşullarına uygun hale getirilmesi için bir çalışma yapmıştır. Üniversite öğrencileri için açılan rehberlik kursunu tamamlayan 129 genç mesleğe adım atmıştır. 1955-60 yılları arasında çeşitli öğrenci derneklerinin organizasyonu ile başlatılan ve İstanbul Belediyesi ile Basın Yayın İstanbul İl Müdürlüğü tarafından gerçekteştirilen iki ayrı kurstan 128 öğrenci mezun olarak çeşitli dillerde rehberlik yapma hakkı kazanmıştır. 20 Ağustos 1963 tarihinde kurulan ve çalışma alanına giren konularda personel yetiştirmek üzere kurslar, uzman okullar açabilme yetkisine sahip olan Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, 1964-68 yılları arasında kurslar düzenlemiştir. Ancak bu kurslar bir yönetmeliğe değil, 8 Kasım 1925 gün ve 2730 sayılı Kararname'ye dayanmış, hizmetiçi talimat ve genelgelerle gerçekteştirilmiştir. Turist rehberliği ile ilgili ilk yönetmelik 3 Eylül 1971 gün ve 13945 sayılı Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği adıyla yayımlanmıştır (Dinçer ve Kızılırmak, 1997, ss.148–149). Bu yönetmelik 21 Mart 1974 tarihinde değiştirilerek Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği adını almış, 1981 ve 1983 yıllarında ise bazı değişikliklere uğramıştır (Değirmencioğlu, 2001, s.191). 2 Temmuz 1986 tarihinde 19152 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği de bazı değişikliklere uğrayarak 25 Kasım 2005 tarihli ve 16004 sayılı Resmi Gazete'de yeni Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği adıyla yayımlanmıştır (www.iro.org.tr).

Günümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açtığı kursların yanı sıra üniversitelerin iki yıllık ön lisans ve dört yıllık lisans programları ile de turist rehberi yetiştirilmektedir. Geçen yıllar içerisinde barındırdığı kültürel ve doğal zenginlikler nedeniyle Türkiye için turizmin önemi giderek artmış, ancak turizmde önemli rol oynayan rehberlerle ilgili yasal düzenlemelerde arzulanan sonuca ulaşamamıştır. Rehberliğin gerektirdiği çağdaş yasal düzenlemeleri içeren bir yasa önerisi "6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu "07.06. 2012 tarihinde TBMM'de kabul edilmiş, 22.06.2012 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

2.3.Profesyonel Turist Rehberinde Bulunması Gereken Özellikler

Turist rehberliği, yeterli bir bilgi birikimi ve eğitimle birlikte çok çeşitli becerilere sahip olmayı gerektirmektedir. Rehberler, her konuda bilgi sahibi olmanın yanı sıra, iyi bir yönetici, iyi bir kültür adamı, iyi bir psikolog, iyi bir diplomat, iyi bir animatör, iyi bir anlatıcı ve iyi bir çevirmen olmak durumundadır (Ahipaşaoğlu, 1997, Tetik, 2006) Ülkenin turizm elçisi olarak adlandırılan turist rehberlerinin eğitimlerinden önce belli başlı özelliklerine dikkat edilerek seçilmesi gerekmektedir. Gereken özellikleri taşıyan turist rehberi olacak kişiler gerekli eğitimi daha sonra almalıdır (Güzel, 2007, s.12).

Profesyonel turist rehberlerinin sahip olması gereken özellikler şu şekildedir;

1.Kişilik Özellikleri (Güzel, 2007, ss.12-19)

- Etkin İletişim Becerisine Sahip Olma
- Misafirperverlik
- Konuşma ve Espri Yeteneği
- Sevgi, Saygı, Hoşgörü ve Dürüstlük
- Kendine Güven ve İstek
- Liderlik Ruhu

- Sorumluluk Sahibi
- İş Ahlakı Bilinci
- Adil Olma

2.Bilgi (Tetik, 2006, ss.52-55)

- Yabancı Dil Bilgisi
- Genel Kültür Bilgisi
- Diğer Kültürler ve Yöre Hakkında Bilgi
- İlk Yardım Bilgisi

3. Beceriler (Tetik, 2006, ss.55-63, Güzel, 2006, ss.12-19)

- Anlatım Becerisi
- İletişim Becerisi
- Yorumlama Gücü
- Espri Yapabilme Becerisi
- Organizasyon Yapabilme Becerisi
- Koordinasyon Sağlama Becerisi
- Sorularla Başa Çıkabilme Becerisi
- Yenilikleri İzleyebilme
- Aniden Gelişen Durumlarla Baş Edebilme

4. Fiziksel Görünüm

Polat (2001, s.24) yapmış olduğu literatür taraması sonucunda ise profesyonel turist rehberinin sahip olması gereken özellikleri daha ayrıntılı bir şekilde sıralamıştır.

Polat'ın yapmış olduğu sıralama şu şekildedir;

- Rehber tura çıkmadan önce iyi bir plan ve hazırlık yapmalıdır. Eğer iyi bir hazırlık yaptıysa, kendine güvenli ve istekli olacaktır. Kendine güven ve istek de başarıyı getirir (Snell, Carpenter, 1992, s.27 aktaran Polat, 2001, s.24).
- Bir rehberin iyi bir görünümü olmalı, etkileyici tavır ve davranışlara, güzel giyime, pozitif kişiliğe ve iyi ses tonuna sahip olmalıdır (Doswell and other contributors, 1979, s.66 aktaran Polat, 2001, s.24).
- Rehber iyi bir hikayeci (narrator) olarak da kabul edildiğinden meslekten başka ansiklopedik bilgisi de olmalıdır. En az bir yabancı dili çok iyi ve rahat bir şekilde konuşmalıdır. Sesin tonuna hakim olmalı, iyi bir hitabet yeteneğine sahip olmalıdır.
- Bir rehber asla politik ve dinle ilgili taraflı konuşmalar yapmamalıdır. Dini inançla ilgili konularda daha duyarlı ve tarafsız olmalıdır. Taraflı olmamalı ve konunun hassasiyetini unutmamalıdır.
- Görev sırasında turistin veya turistlerin yanında uygun bir yer seçmeli, arabanın önünde oturmalı, gerekmedikçe turistlere sırtını dönmemelidir.
- Gruptaki turistlerin isimlerini olabildiğince çabuk öğrenmeli, onlara isimleriyle hitap etmeli ve grubun dikkatini toplayabilmesi açısından, karşısındaki kişinin gözünün içine bakarak hitap etmelidir.
- Nazik ve ciddi olmalıdır. Bilgiçlik taslamamaya dikkat etmelidir ve gerekirse bir konuyu kendisinden daha iyi etüt etmiş uzman turiste söz hakkı vermesini bilmelidir.
- Sofra ve salon bilgilerine aşina olmalıdır.
- Randevu saatlerine çok önem vermeli, randevulara ölçülü oranda erken gitmelidir.

- Gezi programının hazırlanmasında ve uygulanmasında inisiyatifi elinde tutmalıdır. Turistin yapısını, eğilimini, nereden gelip, nereye gideceğini, neler görmüş olduğunu dikkate almalıdır.
- Turistlerin otelde, pansiyonda, gezide, alışverişte gereken yardımı gösterir.
- Rehberler bir konsolos gibi her yönden ülkesini temsil ettiğinin bilincinde olmalıdır. Dozunu kaçırmadan ve asla belli etmeden memleketi yararına propaganda yapabilme sanatını bilmelidir.
- Mutlaka dürüst davranmalıdır. Kötü izlenimlere olanak vermemelidir. Kişisel yararını, kişisel çıkar haline getirmemelidir.
- Turistlerle medeni ölçüde haberleşmek fırsatını kaçırmamalıdır. Yılbaşı ve bunun gibi günlerde hatırlamaya çalışmalıdır. Mektup ve tebriklere mutlaka cevap vermelidir. Arkadaşlık yaptığı turistler için kısa bir adres defteri tutmalıdır (Crick, 1992, s.142 aktaran Polat, 2001, s.24).
- Herhangi bir konu hakkında turistin sorduğu konunun cevabı bilinmiyor veya hatırlanmıyorsa araştırmak için izin istemeli, gereğinde cevap kendisine mektupla bildirilmelidir.
- Turist rehberi mesleğini severek yapmalıdır. Rehber turistin fikirlerine saygı duymalı, turisti dinlemeli, sözünü kesmemelidir.
- Bir rehber, eğer bir şeyler yanlış giderse asla paniklememelidir. Eğer turistlerde güven oluşturmuşsa, onlar sakin ve sempatik yaklaşırlar. Onlara ayrıca bu yanlışlığın nasıl ve neden ortaya çıktığını ve nasıl düzeltileceğini açıklamalıdır” (Snell, Carpenter, 1992, s.27 aktaran Polat, 2001, s.24).
- Turist rehberi, kendisinin de grubun bir parçası olduğunu vurgulamalı, gruba birlikte aynı amaç için toplanmış olduğunu gruba hissettirmelidir.

- Sezgi gücü ve algılama düzeyi yüksek olmalıdır. Turistin gereksinimlerini fark edip, bunlara zamanında ve yerinde cevap verebilme büyük önem taşır.
- Rehber grupta karar veren durumundadır. Bu kararlar anlaşılır olmalıdır. Rehber kararlılığını net olarak ifade etmelidir.
- Rehber her yönden objektif olabilme özelliğini saklamalıdır. Mantıklı kararlar almalı ve duyguları ile hareket etmemelidir. Ayrıca, sadece grubun belli bir kesimi ile ilgilenmeyip, grubun tümüyle sözle olmasa da gözle iletişim kurabilmelidir.
- Turist rehberi, sorunları yöntemli ve mantıklı yollarla ele alabilmelidir. Profesyonel Turist Rehberleri, bir acentaya bağlı olarak çalıştığına göre işverenine bağlı olmalıdır. Seyahat acentasının çıkarlarını önde tutmalıdır.
- Turist rehberi eğer teknik bir alet kullanıyorsa, bunun nasıl çalıştığını bildiğinden emin olmalıdır (Snell, Carpenter, 1992, s.27 aktaran Polat, 2001, s.24). Örneğin ören yerlerinde bir noktayı göstermek amacıyla lazer ışık kullanacaksa bunun nasıl kullanıldığını bilmelidir.
- Grupla ilk karşılaşma ve tanışmanın yeri biçimi ve zamanı, rehberin kendini kabul ettirmesinde rol oynamaktadır (Güler, 1978, s.61 aktaran Polat, 2001, s.24)

Profesyonel Turist Rehberleri turistlerle birebir iletişim halinde olan turizm elemanlarıdır. Rehber sadece birey olarak kendisini değil ülkesini de temsil eden kişi olarak turistlerle iletişim kurmaktadır. Bu nedenle rehberin nitelikli olması önem arz etmektedir. İyi bir turist rehberinin bu özelliklerin çoğuna sahip olması gerekmektedir.

2.4. Profesyonel Turist Rehberinin Mesleki Roller

Organize turları rehberlik hizmeti olmadan düşünmek mümkün değildir. Hem tur boyunca gruba eşlik eden tur lideri hem de grubu destinasyonda karşılayan rehber bu hizmeti vermektedir (Rabotić, 2008, ss.213-233). Turist rehberlerinin turizm sektöründe oldukça önemli bir fonksiyonu vardır ve turist rehberlerinin iş yaşamında

yerine getirmekle yükümlü olduğu bir çok rolü bulunmaktadır. Turist rehberliği üzerine yapılan çalışmalarda da, turist rehberinin rolü ve fonksiyonları üzerinde önemle durulmuş, rehberlerin rolleri hakkında farklı tanımlara yer verilmiştir (Zhang ve Chow, 2004, s.82). Profesyonel turist rehberi olabilmek için bir çok özelliğe sahip olmak gerekmektedir. Rehberin mesleğe başladıktan sonra ise bazı gereklilikleri yerine getirmesi beklenmektedir. Bunlar da profesyonel turist rehberlerinin mesleki rollerini kapsamaktadır. Turist rehberlerinin rolleri oldukça karmaşık ve alt rollerden oluşmaktadır.

Turist rehberinin rollerinin kökeni ve orjinali Eric Cohen tarafından 1985 yılında yapmış olduğu çalışmada açıklanmıştır. Kendisi turist rehberliğini bilimsel olarak ele alan kişilerden biridir (Rabotić, 2008, ss.213-233). Literatür taraması sonucunda Profesyonel Turist Rehberinin mesleki rolleri 13 başlık altında toplanmıştır.

2.4.1.Aktör Rolü

Aktör, bir konuda rol yapan kişileri tanımlamaktadır. Turist rehberleri de yeri geldiğinde rol yapmak zorunda kalabilmektedir. Turist rehberleri kötü bir ruh halinde olsalar bile, onlardan turistleri seyahatleri boyunca eğlendirmeleri beklenmektedir (Wong ve Wang, 2009, s.251). Turist rehberleri turistlere pozitif duygular sağlamak ve tur boyunca sıcak bir atmosfer yaratmak sorumluluğu ile eğlendirici ve motive edici görevleriyle de hizmet etmektedir (Heung, 2008, s.306). Profesyonel turist rehberinin mesleki rollerinden biri de grubu eğlendirmek, turistlerin keyifli zaman geçirmelerini sağlamaktır. Bir başka deyişle turist rehberi; tur sırasında yeri geldiğinde grubu eğlendiren animatör olarak, yeri geldiğinde ise duygularını dışa yansıtmayan bir aktör olarak hizmet vermektedir.

2.4.2.Aracı Rolü

Turistler bazen ziyaret ettikleri yöre hakkında hiçbir bilgiye sahip olmayabilmekte ve o yörede hangi hizmetleri alabileceğini bilmemektedir. Turist rehberi ise turistin yöredeki en iyi hizmeti almasına yardımcı olmaktadır. Bu da turist rehberinin ‘aracı’ rolü ile ilgilidir. Rehberli bir turda, turist rehberleri çevirmenlik görevlerine ek olarak turistler ve sosyal çevre, yeme-içme, konaklama, ulaşım hizmetleri arasında bir ‘tampon’ ya da ‘arabulucu’ olarak hareket ederler (Kong, Cheung ve Baum, 2009, s.66). Cohen’e göre (1985), turist rehberlerinin arabuluculuk rolü; etkileşim ve iletişim bileşenlerinden oluşmaktadır. Bu noktada turist rehberi; ev sahibi toplum, tarihi alanlar ve turistik olanaklar ile grubu arasında bir aracı olarak hareket etmelidir. Etkileşim bileşeni, temsil etme ve organizasyon olarak iki ögeye ayrılmıştır. Temsil etme ögesi, turist rehberlerinin grubundaki turistlerin destinasyonda rahat etmelerini ve o bölgeye saygı duymalarını sağlamasını ifade etmektedir. Organizasyon konusunda rehberin sorumlulukları ise; yeme-içme, kalacak yer ve diğer tüm hizmetlerin planının yapılmasıdır. İletişim bileşeni, rehberlerin üstlendiği rollerin arasındaki temel bileşendir. Bu rol, turist rehberlerinin turistlere bir öğretici ya da eğitmen olma gerekliliğini ifade etmektedir. Turistler gittikleri bölgede kendilerini hemen rahat hissetmeyebilirler ancak, turist rehberleri burada bölge ile turistler arasında ‘tampon’ görevini üstlenmektedir (Oschell, 2009, ss.25–26). Ayrıca rehber grupta sosyalliği teşvik eden ve uyumu sağlayan olmalıdır (Schmidt, 1979:454 aktaran Oschell, 2009, ss.25–26). Bu da ancak rehberin ‘Aracı’ rolü ile mümkündür.

2.4.3.Bilgilendirme Rolü

Turistler broşür ve tabela gibi farklı kaynaklardan bilgi edinebilmektedir. Bununla birlikte turistler yüz yüze iletişim halinde olduğu turist rehberinden bilgi

edinmeyi de tercih etmektedir. Literatürde turist rehberinin yaygın olarak kabul edilen temel rollerinden biri rehberin bilgi verme rolüdür (Black ve Weiler 2005, s.26). Rabotic (2011, s.155) tarafından yapılan araştırmada turistler tarafından rehberlerin en temel rolünün bilgi aktarıcı ve eğitimci olarak algılandığı ortaya çıkmıştır. Seyahat edenlerin çoğu rehberlere eğitimci gözüyle bakmaktadır. Ziyaret ettikleri yerler hakkında bilgi sahibi olmayı istemekte ve tüm sorularına mantıklı cevaplar verilmesini beklemektedirler (Plawin, 2003, s.9) Turist rehberinin en önemli görevlerinden biri ziyaret edilen bölge hakkında turistlere bilgi vermesi ve bölgeyi turistlere tanıtmasıdır. Bu nedenle turist rehberi anlatım yaptığı bölgeyi çok iyi tanınmalıdır. Rehberin tanıttığı bölgenin sadece tarihini değil kültürünü, coğrafyasını ve sosyal yapısını da her yönüyle bilmesi gerekmektedir. Profesyonel turist rehberinin tur sırasında anlatmakla yükümlü olduğu temel konular vardır. Tablo 2’de turist rehberinin anlatmakla yükümlü olduğu konular görülmektedir;

Tablo 2: Rehberin Anlatmakla Yükümlü Olduğu Konular

Tarih	Milli tarih, sanat ve dinler tarihi, geçmiş uygarlıkların politik durumları, sosyal yapıları, günlük yaşamları, dini yaşamları, savaş ve barışları, mimari tarzı, mitoloji, arkeolojik kazılar, eserlerin sınıflandırılması, sergilenmesi, tarihleme yöntemleri, tarihi eser kaçakçılığı.
Coğrafya	Dağlar, ormanlar, akarsular, göller, denizler, yeraltı zenginlikleri, iklim
Ekonomi	Ekonomik yapı, ekonomik durum, tarımsal yapı
Yaşam	Kent ve köy hayatı, hukuki yapı, eğitim öğretim durumu, sendikal örgütlenme, gelenek ve görenekler, müzik, folklor, dans, giyim, yemek, basın-yayın, TV tartışmaları, kadın sorunları, çocuk ve insan hakları, düşünce ve konuşma özgürlüğü, suç işleme oranları
Politika	Ülkedeki politik geçmiş ve şimdiki durum, uluslar arası ilişkiler
Sanat	Edebiyat, tiyatro, bale, sergiler, sezonluk kutlama ve gösteriler

Kaynak: Ömer Genç, 1992, s.215.

Bu konular rehberlerin anlatmakla yükümlü olduğu konulardan sadece bir kısmıdır. Bu listeye; topluma saygı, çevre bilinci aşılama, grup bilinci oluşturma, gezerken uyulması gereken kurallar (örneğin, bir milli parkta) gibi konular da eklenebilir. Bu ve bunun gibi konuları turistler ile paylaşan rehberler başarılı sayılmaktadırlar (Tetik 2006, s.54).

2.4.4.Sorumlu Davranış Gösterme Rolü

Sorumlu davranış gösterme rolü rehberin doğal çevreye yönelik sorumluluk almasını ifade etmektedir (Randall ve Rollins, 2005, s.115). Profesyonel turist rehberlerinin tur esnasında çevreye duyarlı olmaları ve turistleri de bu konuda motive etmeleri gerekmektedir. Randall ve Rollins (2005) rehberlerin bu konudaki önemini iki görevle açıklamaktadır. Turist rehberinin motive edici kaynak yöneticisi görevini çevreye karşı sorumlu davranış göstermeye katkı sağlamak olarak ifade etmektedir. Rehberin çevresel yorumcu olarak görevini ise, uzun dönemli bilgi ve davranış değişikliği sağlamak olarak tanımlamaktadır. Turist rehberleri, motive edici bir rol üstlenerek destinasyona gelen turistlerin çevresel açıdan sorumlu davranışlara katkıda bulunmasını ve çevresel yorumcu olarak da turistlerin uzun dönemde davranışlarının değişmesini sağlayacaklardır (Toker,2011, s.41).

2.4.5.Liderlik Rolü

Lider, ‘‘Bir grup insanın, kendi kişisel grup ve amaçlarını gerçekleştirmek üzere takip ettikleri, emir ve talimatı doğrultusunda davrandıkları kişi’’ olarak tanımlanabilir (Koçel, 1998, s.397). Liderlik ise amaçların veya vizyonun başarılmasına yönelik grubu etkileyebilme yeteneğidir (Robbins ve Judge çev.Erdem 2012, s.377). Liderlik, iç ve dış çevrede ortaya çıkan değişikliklere uyum sağlamak için esneklik, yenilikçilik ve sorun çözme yeteneğidir ve üstün iletişim becerisini gerektirmektedir (Barutçugil, 2004, s.266). Rehberin sahip olması gereken önemli özelliklerden birisi, rehberin grubu benimseyerek kendisini grubun bir parçası ve lideri olarak görüp, grupla bütünleştiğini hissettirmesi ve turu elinden geldiğince iyi bir şekilde tamamlamasıdır. Liderlik rolü rehberin en önemli yapı taşlarından birisidir. Liderlik rolü, rehberin görev ve sorumluluklar listesinin en başında bulunmaktadır (Güzel, 2007, s.17). Stevens, profesyonel olarak davranmak ve turistler üzerinde

liderlik kurmak için rehberlerin hiçbir zaman şahsen gruba karışmaması gerektiğini, aksi durumda turun kontrolünü kaybedebileceklerini belirtmektedir. Şüphesiz ki rehber tur boyunca büyük bir baskı altındadır. Görevlerini yerine getirebilmeleri için sabırlı ve ilgili olmaları gerekmektedir. Mancini'ye göre rehber, adaletli olmalı, grubun davranışlarını övmeli, müşterilerin beklentilerini karşılamalı, rahatsız edici bir davranışla karşılaştıklarında sağlam olmalı, liderlik özelliğini ön plana çıkarmalı ve esnek olmalıdır (Bowie ve Chang, 2005, s.303). Cohen, turist rehberlerinin liderlik rollerini, enstrümantal ve sosyal yönlü olmak üzere iki bileşene ayırmaktadır. Burada sözü geçen enstrümantal bileşen; yöneltme, erişim ve kontrol öğelerinden oluşmaktadır. Yöneltme, turist rehberinin bir turu deneyime dönüştürme yeteneğini, turistlerin bir tur esnasında görebilecekleri en ilginç yerlere yönlendirilmelerini ve organize edilmelerini belirtmektedir. Bir turist rehberi, grubuna sadece coğrafik alanlarda değil aynı zamanda sosyal ortamlarda da rehberlik etmektedir. Liderlik rolünün diğer bileşeni olan sosyal bileşen ise bir grubun uyumunun sağlanmasını ve moralinin yüksek tutulmasını ifade etmektedir (Toker 2011, s.39-40).

2.4.6. Ülke İmajına Katkı Sağlama Rolü

İmaj kavramı ‘‘Kısa ve uzun vadede bir kişinin, kurumun, objenin veya ülkenin sahip olduğu tüm değerleriyle ilgili simgelerin algılanışıdır’’ şeklinde tanımlanmaktadır (Gültekin, 2005, s.127). İmaj bir defa sahip olunan ve ilelebet sürdürülen bir kavram olmayıp, her bireyin zihninde yavaş yavaş ve birikimsel olarak oluşan imgelerin bütünüdür (Tunç, 2003, s.39). Turistik yer ya da destinasyon imajı, bir birey ya da grubun belli bir yer hakkında sahip olduğu tüm nesnel bilgilerin, izlenimlerin, önyargılar, hayaller ve duygusal düşüncelerin ifadesi olarak tanımlanabilir (Avcıkurt, 2005, s.24). Destinasyon imajının oluşmasında hiç şüphesiz turizm sektöründe hizmet verenlerin özellikle turist rehberlerinin büyük rolü

bulunmaktadır. Pazarlama ve reklam kampanyalarında turist rehberlerinin, turistlerin tekrar destinasyonu ziyaret etme davranışı ve yeni işler yaratmak konusunda doğrudan bir etkisi bulunmaktadır (Kong, Cheung ve Baum, 2009, s.68). Turist rehberleri, temelde seyahat işletmesi adına çalışmaktadır ve ziyaret edilen ülkede sunulan turizm hizmetlerinin tüketiminde vazgeçilmez bir araçtır. Destinasyon hakkında olumlu ya da olumsuz bir izlenimin ve ülke imajının oluşmasından birinci derecede turist rehberi sorumludur ve bu konuda belirleyici rolleri bulunmaktadır (Yarcan, 2007, s.35). Turist rehberleri; yönettikleri geziler süresince, ülke ve halkını tanıtmakta, turistlerin zihnindeki ön yargıları yok etmekte ve sahip oldukları yanlış bilgileri düzeltmektedir (Tosun ve Temizkan, 2004, s.356). Turist rehberleri turistin seyahati boyunca birebir iletişimde olduğu kişilerdir. Turistler turist rehberini gidilen bölgenin yansıması olarak görmektedir. Bu nedenle ülkenin ve ya ziyaret edilen bölgenin imajına doğrudan etki eden kişilerdir. Turist rehberinin verdiği hizmet ne kadar iyi olursa ülke imajına olumlu katkısının da o kadar çok olacağı düşünülmektedir.

2.4.7. Yol Gösteren Rolü

Rehberlik genel anlamda yol göstericilik olup, insanların bilmedikleri bir konuda veya yerde ulaşmak istedikleri noktaya götüren doğru yolların gösterilmesi demektir. Rehber yol gösteren, kılavuzluk eden anlamlarına gelen bir kavramdır (Yazıcıoğlu, Tokmak ve Uzun, 2008, s.3). Turist rehberlerinin üstlendiği yol gösterme rolü; turistlerin nereye gidecekleri, orada ne kadar süre kalacakları, ne görecekleri, ne yapacakları, yerlilerle nasıl iletişim kuracakları ile ilgili sorunların çözümünü içerir ve turistlerin ihtiyaç ve beklentilerini tatmin etme konusunu ifade etmektedir (Hu, 2007, s.29). Rehberlik mesleğinin temelini yol göstermek, kılavuzluk etmek oluşturmaktadır. Yol gösterme (kılavuz) rolünün rehberin temel rollerinden biri olduğu görülmektedir.

2.4.8. Satış Elemanı Rolü

Turun tüketimi aşamasında turistlerle yoğun iletişime geçen, acente-turist ilişkisinde acenteyi her yönüyle temsil eden ve acente adına bazı yetkilere sahip olan rehber, turist üzerinde sahip olduğu yönlendirme gücüyle, acentenin ve diğer işletmelerin pazarlama faaliyetlerine önemli katkılar sağlamaktadır (Yıldırım ve Atay 1997, s.85). Rehberler, müşterilerle kurdukları ve geliştirdikleri ilişkilerle seyahat acentalarına müşteri ilişkileri yönetimi veritabanı oluşturulmasında istihbarat sağlayabilecekleri gibi acentanın diğer ürünlerinin de tanıtılması ve satılmasında rol oynayarak acentanın gelirlerinde artış sağlayabilmektedir (Korkmaz, Temizkan ve Temizkan, 2010, s.138)

Tur sırasında çeşitli alternatifler arasında seçim yapmakta zorlanan turist, pazar şartlarını ve ihtiyaçlarını daha iyi bildiğine inandığı rehberin tavsiyeleri doğrultusunda karar verebilmektedir. Rehberin bu şekilde bir fonksiyon sahibi olması, başta seyahat acentaları olmak üzere, diğer işletmeler açısından rehberi turistik ürün pazarlaması sürecinde çok önemli bir konuma getirmektedir (Toker 2011, s.45). Profesyonel turist rehberi turun ne kadar iyi geçmesini sağlarsa bir sonraki turun talep edilmesi de o kadar mümkündür. Rehberlerin performansları turistlerin destinasyona tekrar gelmelerini sağlayacağı gibi, yeni işler de üretebilmektedir (Zhang ve Chow, 2004, s.82). Turist rehberi ziyaret edilen bölgede yeme-içme hizmetinden faydalanmalarını sağlayabilmektedir. Bununla birlikte turistlerin alışverişlerini de yönlendirebilmektedir. Örneğin turistler, turist rehberinin önerdiği restoranda yemek yemeyi tercih edebilmekte ve turist rehberinin yönlendirdiği hediyelik eşya mağazasından alışveriş yapabilmektedir. Bu da turist rehberinin satış elemanı rolünü doğrudan desteklemektedir.

2.4.9. Tur Yöneticisi Rolü

Turist rehberleri, tur programı hazırlama, turistleri karşılama, turistlerin konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence ihtiyaçlarını karşılama, gezi programını uygulama, turistleri bilgilendirme vb. hizmetleri yerine getirmektedir (Güzel, 2007, s.24). Bu görevleri sırasında rehberler birer tur yöneticisi konumundadır. Turist rehberleri, turist tarafından satın alınan turun bir bileşeni ve tur kalitesini önemli ölçüde belirleyen bir unsur olarak görülürken; turu organize eden seyahat acentaları veya tur operatörleri tarafından ise bir temsilci ve en önemlisi, tur paketindeki hizmetlerin uyumlu bir şekilde verilebilmesini sağlayan ve turu yöneten bir yönetici olarak görülmektedirler (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006, s.70–71).

2.4.10. Yorumcu Rolü

Bilgi, kullanılan malzemelerden sadece biridir. Yorumlama ise, bilgiye dayanılarak konunun açıklığa kavuşturulmasıdır. Bununla birlikte, bilgi aktarılmadan da yorumlama yapılması imkansızdır. Etkili bir yorum, verilecek bilginin iyi seçilmesi ve damıtılması ile mümkün olabilecektir (Tetik, 2006, s.59). Rehberin en önemli iletişim rollerinden biri de müşterileri için ortamı fiziksel ve kültürel açıdan yorumlayarak anlatmasıdır. Moscardo'ya göre etkin yorumlama tekniklerinin kullanımı, ev sahibi toplum ve misafir arasındaki kültürel farklılıklar açısından köprü kurmayı sağlamaktadır. Rehberin iyi bir yorumlama gücüne sahip olması misafirlerin tarihi ve kültürel değerleri anlamasına yardımcı olmaktadır (Yu, Weiler ve Ham, 2002, s.75). Başarılı bir yorumda bilginin ötesinde rehberden en az üç şey beklenir; birincisi, ziyaret edilen yere karşı tutku ve sempati beslemesi, ikincisi, öykü yaratma ve anlatma yeteneği ile canlı bir betimlemeye ve aynı zamanda mizah duygusuna sahip olmasıdır (Güzel 2007, s.24).

2.4.11. Danışman Rolü

Rehber, sadece kamp yapanlara yol gösteren bir kılavuz değil; turistlerin görmek istedikleri her ne varsa görmelerini sağlayan ve gördüklerini yorumlama konusunda yardımcı olan, danışmanlık yapan, ruhsal olarak rehberlik eden ve onları eğiten kişidir (Cohen, Ifergan ve Cohen, 2002, s.920). Rehberlerin “danışmanlık (akıl hocalığı)” görevi bir öğretici, eğitmen ya da tavsiye edici gibi anlamlara da gelmektedir. Danışmanlar turistlere ilgi çekici nesnelere açıklamanın yanı sıra nerede ve nasıl davranmaları gerektiğini de açıklamaktadırlar (Köroğlu, Köroğlu ve Bilge, 2012, s.135). Rehberleri sadece çeviri yapan kişiler değil de, turistlerin başka kültürleri tanımasını ve seyahat deneyimi kazanmalarını sağlayan, turistlerin başka kültürleri görmesini, duymasını, koklamasını, tatmasını ve hissetmesini sağlayan kişiler olarak görmek gerekmektedir (Dahles, 2002, s.785-786).

2.4.12. Erişim Kolaylaştırıcı Rolü

Rehberlik, destinasyondaki çekim merkezlerine fiziksel ve bilişsel olarak ulaşmayı kolay kılmaktadır. Özellikle destinasyondaki o mekanlarda daha önce bulunmadıklarından, turistlerin ziyaret etmedikleri yerler algılarında oluşmamaktadır. Eğer düzenli olarak yaptıkları aktiviteleri turizmle bağlantılı değilse yada içermiyorsa, sadece rehber eşliğinde olan bir turla bu destinasyonlara ulaşmaları mümkündür. Turist rehberleri bu şekilde erişim kolaylığı sağlamaktadır. (Rabotic 2010, s.6). Halka açık olmayan mekanları rehber eşliğinde bir turla ziyaret etmek daha kolay olabilmektedir. Örneğin ziyaret saati geçmiş bir müzeyi rehber eşliğinde, rehberin iletişim gücü sayesinde ziyaret etmek mümkün olabilmektedir. Bununla birlikte her isteyen istediği zaman gidemeyeceği özel izinlerle girilebilen mekanları rehberli grupların ziyaret etmesi daha kolay olabilmektedir.

2.4.13. Kültür Elçisi Rolü

Yerel mirası yorumlama, yaşayan kültür, değerler ve genel olarak kültürel kimlik ağdaş turist rehberinin anahtar bileşenidir. Turist rehberleri diğer turizm çalışanlarından farklı olarak sürdürülebilir turizmin çıkarlarını korurken turistlerle yakınlık kuran, yoğun ve turistle yüz yüze iletişim halinde olan kişilerdir. Turist rehberleri kendi destinasyonlarında turizm elçisi olarak adlandırılır (Rabotic, 2010, s.6).

Kültür elçisi terimi, destinasyon kültürü ile turist kültürü arasında bir aracı ya da arabulucuyu ifade etmektedir. Kültür elçisi, genellikle o destinasyonu ziyaret edenlere karşı, yerli kültürü anlatmakta veya tanıtma rolünü üstlenmektedir. Bir turist rehberi, turistlerin gördüklerini yorumlayan, tur programındaki farklı yerlerde turistlere eşlik eden biri olarak kültür aracısı olmaktadır (Toker 2011, s.47).

Profesyonel turist rehberi, kültürlerarası iletişimin temel taşlarından birisidir. Kültürlerarası oluşumlarda, genellikle turist ile ziyaret edilen yer arasında kültürel bir boşluk meydana gelmektedir. Turistler bir çok nedenden dolayı rehberli turlara katılmakta ya da rehberlik hizmetinden yararlanmaktadır. Yeni bir kültür deneyimi yaşamak istemek ya da yabancı bir ülkede bulunmanın zorluklarından sakınmak, yabancı turistlerin rehberlik hizmeti kullanma nedenlerinin merkezini oluşurmaktadır. Birçok araştırmacının da kabul ettiği gibi rehberlik hizmetinin performansı turist deneyimlerini etkilemektedir. Örneğin rehber, turistlerin nereye gidecekleri, ne görecekleri ya da turistlerin yerel kültürün hangi yönleriyle ilişki kuracakları konusunda büyük bir etkiye sahiptirler. Turist rehberleri turistlerin deneyimlerinin geliştirilmesinde oynayacakları önemli rolün yanı sıra, yerel kültür ve turistler arasında da kültür arabuluculuğunun sağlanmasında doğrudan rol oynamaktadır (Yu, Weiler ve Ham, 2002, s.77). Rehberin kültür elçisi rolü kültürler

arası aracılığı, kültür elçiliğini ve kültür dostluğunu içermektedir (Yu, Weiler ve Ham, 2002, s.75).

Araştırmacılar tur rehberlerinin kültür elçisi rolünü açıklamak için çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalar turist rehberinin ev sahibi toplum ile turist arasında kültür elçisi rolünü oynadığını ve ev sahibi toplumun kültürünü turistlere yansıtmının rehberin temel rolü olduğunu vurgulamaktadır(Huang, Hsu ve Chan, 2010, s.34). Çalışmalar turist rehberlerinin ev sahibi toplum ve turist arasında kültürel etkileşimde özellikle turist deneyiminde doğrudan rol aldığını göstermektedir (Yu, Weiler ve Ham, 2002, s.75). Cohen'e göre (1985), kültür elçiliği, temel olarak merak uyandıran düşünceleri aktarmayı ve ev sahibi toplumla turistlerin aralarında bağ kurmalarına yardımcı olmayışı işaret etmektedir. Kültür elçiliği profesyonel turist rehberlerinin öncelikli rolüdür (Yu, Weiler ve Ham, 2004, s.3). Yu vd.(2002) göre turist rehberlerinin kültür elçisi rolündeki başarısı temelde üç faktöre dayanmaktadır. Bunlar turist rehberlerinin bilgisi, tutumları ve kişilerarası iletişim becerileridir (Huang, Hsu ve Chan, 2010, s.34). Rehberin kültür bilgisi, turistlerin derin bir destinasyon görüşü kazandırarak onların destinasyon hakkında neyin gerçek ve güvenilir olduğu konusunda değerlendirmeler yapmalarını sağlamaktadır. Bununla birlikte bir rehberin yabancı dil bilgisi de kültürel aracılıkta önemli bir yer tutmakta ve her iki kültürün de dilini akıcı bir şekilde konuşuyor olması, rehberin bir kültürü diğer kültür karşısında daha adil bir şekilde savunma imkânı sağlamaktadır (Yu., Weiler ve Ham, 2002, s.79).

Turist rehberlerinin kültür elçiliği rolü, hiç bilinmeyen ülkelere ya da bölgelere ulaşılmasını sağlayan yol göstericiliği, bir araştırmacı olarak hizmet eden danışmanlığı gibi bir çok profesyonel kariyer unsurlarını oluşturan kapsamlı bir uzmanlık alanının varlığını içermektedir (Dahles, 2002, s.784). Turist rehberleri, kültür elçisi olarak

önemli görevler üstlenmekte ve turistler ile yerel halk arasında iletişim sağlaması bakımından önemli bir hizmet vermektedir (Leclerc ve Martin, 2004, s.181).

2.5. Yazın Taraması

Turist rehberliği ile ilgili bilimsel çalışmalara ilk olarak 1970'li yıllarda yabancı literatürde rastlanmaktadır. Yazın taraması yapıldığında Schmit'in 1979 yılında rehberlikle ilgili bilimsel çalışmalar yaptığı görülmektedir. Profesyonel turist rehberinin rolleri üzerine ise ilk olarak 1985 yılında Eric Cohen'in turist rehberliğinin kökeni, yapısı ve dinamiğine ilişkin yapmış olduğu çalışmada rastlanmaktadır. Yabancı literatür incelendiğinde Profesyonel Turist Rehberliğinin rollerine ve kültür turizmine katkısına ilişkin şu çalışmalara rastlanmaktadır.

Ap ve Wong (2001) çalışmalarında turist rehberliği mesleğinin profesyonellik düzeyini ve problemlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmada turist rehberliğinin mevcut durumu, rehberlik mesleğinin zorlukları ve profesyonel hizmet standartları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma alanı olarak Hong-kong seçilmiştir. Çalışmanın evrenini Hong-Kong'lu turist rehberleri, örneklemini ise Hong-Kong Turist Rehberleri Birliği'ne bağlı 13 profesyonel turist rehberi oluşturmaktadır. Çalışmada 13 turist rehberi ile odak grup görüşmesi yapılmıştır. Görüşmeler sonucunda rehberlik mesleğinin zorlukları ve profesyonel hizmet verilmesini engelleyen durumlar ele alınmıştır. Profesyonel turist rehberinin sahip olması gereken roller belirtilmiş ve bu rollerin profesyonelleşme yolunda öneminden sözedilmiştir. Bu rollerin yerine getirilmesinin zorluklarından bahsedilmiş ancak bu roller yerine getirildiğinde iyi bir tanıtım yapılacağı ve hizmet kalitesinin artacağı sonucuna varılmıştır.

Zhang ve Chow'un (2004) yapmış olduğu çalışmada, turist rehberlerinin performansları önem-performans modeline göre değerlendirilmektedir. Önem

performans uygulamasına göre Hong-Kong’lu turistlere 20 tane ifade verilmektedir. Bu ifadeleri önemli-çok önemli şeklinde değerlendirmeleri istenmektedir. Çalışma sonucunda turistlerin en önemli rehber özelliği olarak; dakik olması, sorunları çözebilmesi ve destinasyon bilgisini seçtiği görülmektedir. Çalışmada turist rehberinin rollerine de yer verilmektedir. Araştırmada çeşitli araştırmalarda turist rehberleri ile ilgili farklı rolleri ve tanımları bir araya getirilmiştir. Literatür taraması sonucunda turist rehberlerinin araştırılmış olan 16 mesleki rolü olduğu sonucuna varılmaktadır. Yapılan çalışmalarda turist rehberlerinin en fazla denge unsuru, yorumcu/çevirmen, arabulucu, organizatör ve öğretmen rollerinin üzerinde durdukları görülmektedir.

Tablo 3: Turist Rehberinin Mesleki Rollerini

Tanım	Araştırmacı	Yıl	Tanım	Araştırmacı	Yıl
Aktör	Holloway	1981	Aracı	Schmidt Ryan ve Dewar	1979 1995
Elçi	Holloway	1981	Lider	Cohen Geva ve Goldman	1985 1991
Denge unsuru	Schmidt Pearce Fine ve Speer Holloway	1979 1982 1985 1981	Yorumcu / Çevirmen	Almagador Halloway Katz Ryan ve Dewar	1985 1981 1985 1995
Bakıcı/Gözetmen	Fine ve Speer	1985	Arabulucu	Schmidt Halloway Cohen Katz	1979 1981 1985 1985
Katalizör	Holloway	1981	Organizatör	VandenBerghe Hughes Pearce Schuchat	1980 1991 1981 1982
Kültür Sımsarı	Holloway Katz	1981 1985	Satış Elemanı	Fine ve Speer Gronroos Schmidt	1985 1978 1979
Bilgi Aktarıcı	Holloway Hughes	1981 1991	Öğretmen	Holloway Pearce Fine ve Speer Mancihni	1981 1982 1985 2001

Kaynak: Zhang ve Chow, 2004, s.83

Black ve Weiler (2005) yapmış oldukları çalışmada profesyonel turist rehberlerinin meslek hayatlarında sergilemeleri beklenen rolleri teorik olarak incelemişlerdir. Rehberlerin sergilemeleri gereken rollerin kaliteyi arttırdığını vurguladıkları çalışmalarında, turizm endüstrisinde bazı standartları oluşturarak bu rollerin desteklenmesi ve denetlenmesi gerektiğini ortaya koymuşlardır. Çalışmada

Dünya'daki örnekleriyle turist rehberliği mesleğinin zorlukları üzerinde durulmuş ve rehberlerin sahip olması gereken 10 temel rol ortaya konulmuştur. Tablo 4'te bu roller ve bu roller ile ilgili çalışma yapmış araştırmacılar yer almaktadır. Bu rollerin iyi bir turist rehberi olabilmek için gerekli niteliklerin ve yetkinliklerin tanımlanmasına temel oluşturduğu savunulmaktadır. Çalışmada profesyonel turist rehberinin yerel kültürleri yorumlama ve doğal kaynaklara yönelik olumsuz etkileri azaltıcı şekilde ziyaretçileri yönlendirme, doğal kaynakların korunması konusunda motive etme gibi uzmanlık gerektiren rollere sahip olduğu teorik bir şekilde ortaya koyulmuştur.

Tablo 4: Turist Rehberinin Anahtar Roller

Turist rehberlerinin anahtar rolleri	(1979)	(1981)	(1985)	(1985)	(1991)	(1993)	(1993)	(1997)	(1997)	(2000)	(2001)	(2001)
	Schmidt	Holloway	Cohen	Almagor	Hughes	Weiler & Davis	Pond	Gurung, Simmons & Devlin	Haig	Bras	Howard, Thwaites & Smith	Ballantyne, & Hughes
Yorumcu/ Eğitici	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bilgi aktarıcı	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Lider			*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Değerlerin korunmasını yönelik motivasyon sağlar /Rol model	*	*	*			*	*	*	*		*	*
Sosyal rol /Katalizör	*	*	*		*	*	*		*		*	*
Yol gösterici /Koruyucu simsar /Arabulucu	*	*	*	*				*		*	*	*
Kültür simsar /Arabulucu	*	*	*		*		*	*		*	*	
Tur&grup yöneticisi /Organizator			*		*	*			*	*		
Halkla ilişkiler /İşletme temsilcisi		*	*				*			*		
Halka açık olmayan alanlara erişimi kolaylaştırıcı		*							*	*	*	

Kaynak: Black ve Weiler 2005, s.26

Hu (2007) yapmış olduğu doktora çalışmasında, turist rehberlerinin sürdürülebilir turizme katkısını ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmada turist rehberliği ve sürdürülebilir turizm arasındaki bağ, turist rehberlerinin sürdürülebilirliğe katkısı gibi konular ortaya konulmuştur. Çalışmada 3 araştırma sorusu üzerinden hareket edilmiştir. İlk olarak ‘‘Sürdürülebilir gelişmenin sürdürülebilir turizm ile ilişkisi nedir?’’ sorusu cevaplandırılmıştır. Sonrasında ‘‘Turist rehberinin sürdürülebilir turizm kapsamındaki rolleri nelerdir?’’ bunlar belirlenmiştir. Son olarak ise ‘‘Turist rehberleri neden sürdürülebilir turizme katkı sağlamalıdır?’’ sorusu cevaplandırılmıştır. Çalışmada 112 turist rehberi ile birebir görüşme yapılmıştır. 492 turiste ise anket uygulanmıştır ve yerel yönetimden de yetkili 4 kişi ile mülakat yapılmıştır. Çalışma sonucunda yerel yönetimin rehberlerle ilgili düşünceleri ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Turist rehberlerinin kendilerini; arabulucu, kültür elçisi, satış elemanı, bakıcı ve arkadaş rollerinde gördüğü sonucuna varılmıştır. Turistler ise profesyonel turist rehberlerini destinasyon ve turist arasındaki en önemli aracı olarak gördüğünü belirtmiştir.

Rabotic’in (2008) yapmış olduğu çalışmanın amacı, turist rehberlerini kültürel miras aktarıcısı olarak analiz etmektir. Çalışmanın literatür kısmında Belgrad’ın kültürel miras alanları anlatılmıştır. Teorik bir araştırma olan bu çalışmada Avrupa’nın ilk kültürel miras projesi olan ve 1988 yılında Sırbistan’da uygulanmaya başlayan ‘Kültürel Mirası Koruma Projesi’ kapsamında profesyonel turist rehberleri analiz edilmektedir. Profesyonel turist rehberinde bulunması gereken özellikler ve kültürel miras koruma projesinde profesyonel turist rehberinin yeri ve öneminden bahsedilmektedir. Çalışma sonucunda turist rehberlerinin en önemli rollerinden birinin kültürel mirasın korunmasına katkı yapmak ve kültürel mirasın en doğru şekilde aktarılmasını sağlamak olduğu yargısına varılmıştır. Rabotic (2011a) bir meslek olarak

turist rehberliğini ele almış ve çalışmasında turist rehberlerinin kendilerini nasıl algıladığını ölçmeyi amaçlamıştır. Çalışmada rehberlerin çeşitli yönlerden kendilerini nasıl algıladığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmada 12 turist rehberi ile bire bir görüşme yöntemi uygulanarak veriler elde edilmiştir. Çalışmada rehberlere neden bu mesleği seçtiği, kendini hangi rollerde gördüğü gibi sorular sorulmuştur. Rehberlerin 5'inin kendisini bilgi veren olarak gördüğü, 2'sinin eğitimci, 2'sinin aracı, 2'sinin çevirmen, 2'sinin aktör, 1'inin kültür elçisi, 1'inin ev sahibi, 1'inin animatör, 1'inin de misafirlere eşlik eden olarak gördüğü sonucu ortaya çıkmıştır. Bazı rehberlerin kendisini birkaç rolde görmesi nedeniyle sayının 12'den fazla çıktığı dipnot olarak verilmiştir. Rabotic'in (2011b) yapmış olduğu bir diğer çalışması ise profesyonel turist rehberlerinin turistler tarafından değerlendirilmesine yönelik uygulamalı bir araştırmadır. Çalışmada Amerikalı turistler Belgrad'lı turist rehberlerini değerlendirmektedir. Çalışmanın uygulanması 2008 ve 2009 yıllarında anket yolu ile yapılmıştır. Belgrad'ı en çok ziyaret eden turist grubu olan kruvaziyer gemi turistleri çalışma kapsamında örneklem olarak seçilmiştir. 423 turiste anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda rehberlerin temel rolünün bilgi aktarıcı ve eğitimci olarak algılandığı ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte kültür simsarı, arabulucu, lider, organizatör gibi rollerinin de turistler tarafından yüksek oranda algılandığı sonucuna varılmıştır.

Luah ve Tsaur (2014) yapmış oldukları çalışmada turun süresinin ve turist rehberinin yaş aralığının rehberin rollerinin algılanmasına etki edip etmediğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmanın diğer amacı ise tur rehberinin yaşının ılımlı etkilerini, yaşın grup içi önyargılara neden olup olmadığını, ankete katılanların yaşının tur rehberinin rollerini algılamalarına etkisini ortaya koymaktır. Literatür taraması sonucunda rehberin altı temel rolü belirlenmiştir. Bu roller üzerinden turistlerin algısı

anket yöntemi ile ölçülmeye çalışılmış ve 447 adet anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda araştırmaya katılan turistlerin ve turist rehberinin yaşının, turistlerin rehberin rollerini algılamasına ve rehberle olan iletişimlerine etki ettiği ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte turun süresinin de rehberin rollerinin algılanmasına etki ettiği görülmüştür.

Türkçe literatür incelendiğinde Profesyonel Turist Rehberliğinin rollerine ve kültür turizmine katkısına ilişkin aşağıda belirtilen çalışmalara rastlanmaktadır.

Çeşmeci (2004) çalışmasında Türkiye’de paket turların yönetiminde turist rehberlerinin fonksiyonunu ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmanın bir diğer amacı turist rehberlerinin tur yönetiminde karşılaştıkları sorunları saptamak ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Çalışmada, yönetimin temel fonksiyonları açısından turist rehberlerinin rolü incelenmiştir. Araştırmada veriler turist rehberlerine anket uygulanarak elde edilmiş ve toplamda 254 adet anket uygulanmıştır. Araştırmada turist rehberleri için tur yönetiminde hareket esnekliği olmasına karşın öncelikli olarak zamanın kısıtlı olması nedeniyle planlamanın ne kadar önemli olduğu, turda görev alan elemanları ve tura katılan turistleri örgütleyebilmek için tur öncesi bilgilendirmenin önemli olduğu ve son olarak yönlendirme ve etkileme için turist rehberlerinin turist gruplarının özelliklerini ve turistlerin geldikleri ülkenin kültürünü iyi bilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Çeşmeci’nin çalışmasının turist rehberinin liderlik, aracı ve kültürel arabuluculuk rollerini destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

Tetik (2006) yüksek lisans çalışmasında profesyonel turist rehberlerinin yeterliliklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada turist rehberlerinin bilgi ve beceri düzeyleri, kişilik özellikleri dikkate alınarak turistlerin turist rehberlerinden beklentileri ve algıları önem-performans modeli ile karşılaştırmalı olarak ortaya konulmuştur. Çalışma alanı olarak Kuşadası yöresi seçilmiştir. Çalışmada Türkiye’ye gelen turistlerin katıldıkları turlarda turist rehberlerinin özelliklerinin turistler açısından

önem-performans düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında 521 turiste anket uygulanmıştır. Araştırmada rehberlerin yeterliliklerini ölçmek için turist rehberlerinin bilgi düzeyleri, beceri düzeyleri ve kişilik özellikleri olarak 3 faktör altında 41 ifade verilmiş ve bu ifadeler doğrultusunda turistlerden, rehberlerin nitelik ve özelliklerini, önem – performans dahilinde karşılaştırmalı olarak belirtmeleri istenmiştir. Araştırma sonucunda turistlerin, turist rehberlerinin bilgi açısından sahip olmaları gereken nitelikleri çok önemliye yakın bulduklarını ancak yine de turist rehberlerinin performanslarının önem düzeyini tam olarak karşılamadığı belirtilmiştir. Rehberlerin beceri düzeyleri incelendiğinde ise rehberin anlatım becerisi, iletişim becerisi, yorumlama gücü, esri yapabilme becerisi, beden dilini iyi kullanma becerisi, dikkat toplama becerisi, zamanı iyi kullanabilme becerisi, tur programına uyma, koordinasyon becerisi, empati becerisi, çabuk düşünüp çabuk karar verebilme becerisi, kendini ve duygularını kontrol edebilme becerisi, sorularla ve sorunlarla basa çıkabilme becerisi olarak 13 ifade belirlenmiştir. Rehberlerin sahip olduğu becerilerinin önem düzeylerine bakıldığında da tüm ifadelerin turistler tarafından önemli olduğu görülmektedir. Son olarak rehberin sahip olması gereken kişilik-karakter özelliklerini içeren önem düzeylerinin ortalamaları yüksek olup çok önemliye yakın olduğu ancak performansın önem düzeyini tam olarak karşılayamadığı sonucuna varılmıştır. Çalışma sonucunda ortaya çıkan bu özellikler bir anlamda turist rehberlerinin mesleki rollerini de kapsamaktadır.

Güzel (2007), Alman turistler üzerinde yapmış olduğu çalışmasında, profesyonel turist rehberlerinin Türkiye imajının geliştirilmesindeki rolü ve etkilerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma kapsamında Antalya’da Alman turistler üzerine anket çalışması yapılmıştır. Araştırmada rehberlerin ülke imajını geliştirmedeki rolleri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada 335 Alman turiste anket uygulanmış ve Türkiye hakkında, Türk halkı hakkında, politik konular ve diğer konular başlığı altında 49 ifade yer almaktadır. 49 ifadenin verildiği bölüm ‘rehberli

turdan önce' ve 'rehberli turdan sonra' olarak iki bölüme ayrılmış ve katılımcılardan verilen ifadeleri çok olumlu-çok olumsuz arasında derecelendirmeleri istenmiştir. İfadelerin rehberli turdan sonraki aritmetik ortalamaları olumlu olmamakla beraber katılımcılar herhangi bir görüş bildirmemişlerdir. Bunun dışındaki turdan önce diğer görüş bildirilmeyen maddeler ise olumlu yönde değişiklik göstermiştir. Rehberler, değiştirilmesi güç olan bazı konularda turistleri olumlu yönde etkileyemezlerken, turdan önce görüş bildirilmeyen Türkiye'nin AB'ye girişi, Kıbrıs sorunu ve Türk-Yunan ilişkisi hakkındaki görüşleri olumlu yönde değişmiştir. Araştırma sonucuna göre rehberler, üstlerine düşeni yapmış ve olumsuz olan yargıların tur sonrası olumluya dönüşmesini sağlamıştır. Ayrıca turist rehberlerinin Türkiye'nin markalaşmasına katkıda buldukları sonucuna da varıldığı belirtilmektedir. Bu araştırma ile turist rehberinin ülke tanıtımı kapsamındaki rolünün ne kadar önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Toker (2011) profesyonel turist rehberlerinin kültür elçisi olarak algılanıp algılanmadıklarını ölçmek amacıyla yapmış olduğu çalışmada, Ankara ilinde 387 turist rehberi, 425 turist ve 111 seyahat acentası yöneticisi olmak üzere, üç ayrı evrenden seçilen örneklem gruplarına anket uygulaması yapmıştır. Yapılan araştırma sonucunda, seyahat acentaları arasında en sık gerçekleştirilen seyahat türünün 'kültüre yönelik turlar' olduğu; Ankara'yı ziyaret eden turistlerin çoğunlukla yüksek eğitimli, orta yaş grubunda ve memur statüsünde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, seyahat acentası yöneticilerinin, turist rehberlerini bir kültür elçisi olarak algıladıkları fakat kültür turizminin tercih edilmesi, gelişimi, kültürel tutumların şekillenmesi ve kültürlerarası empati oluşturulması konusunda turist rehberlerinin yetersiz oldukları belirtilmiştir. Benzer şekilde turistler de profesyonel turist rehberlerini kültür elçisi olarak kabul etmiş; rehberlerinin kültürel varlıkların maddi değer kazanması,

korunması, gelişmesi, kültür turizminin tercih edilmesi, ziyaret edilen bölgelerde sorumlu davranışlar sergilenmesi ve kültürel tutumların şekillendirilmesi konularında yetersiz olduklarını belirtmişlerdir. Ancak turist rehberlerinin kendilerini tüm ifadelerde bir kültür elçisi olarak kabul ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Toker (2011), rehberlerin kültürlerarası diyalog kurabilmek için bilgi, altyapı ve donanımlarının eksiksiz olması gerektiğini belirtmektedir. Bunun için de rehberlerin eğitim düzeylerinin fakültelerin veya yüksek okul mezunu seviyesinde olması konusunda teşvik edilmesinin; söz konusu bölümlerde rehberlik mesleği ve rehberlerin kültür elçiliği rolüne ilişkin derslere yer verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Köroğlu vd.(2012) yapmış olduğu çalışmada turist rehberlerinin doğa temelli turizm faaliyetlerinde üstlendikleri rollerin belirlenmesi amaçlamıştır. Çalışma teorik bir çalışmadır ve kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Profesyonel turist rehberlerinin doğa temelli turizm faaliyetlerinde liderlik, arabulucuk ve kaynak yönetimi rolleri ile önemli bir unsur oldukları belirtilmiştir. Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin amacına ulaşması açısından bu faaliyetlerde görevlendirilecek rehberlerin; konusunda uzman, iyi ve özel bir eğitim almış rehberler olmalarının büyük önem taşıdığı sonucuna varılmıştır. Köroğlu (2013) bir diğer teorik çalışmada turist rehberlerinin iş yaşamındaki rollerini literatür taraması yaparak ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmanın amacına yönelik olarak konuyla ilgili yerli ve yabancı alan yazın taraması yapılmış ve kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Yapılan inceleme sonucunda turizm faaliyetleri içerisinde rehberlerin en fazla kaynak yöneticiliği rolüne, liderlik rolüne, bununla birlikte rehberlerin kültürel arabuluculuk rolüne ve yorumcu rolüne vurgu yapıldığı belirtilmiştir.

Zengin ve Eker (2014) çalışmalarında, turist rehberlerinin, bir turist grubunu sadece gezdiren ve onlara çevreyi tanıtan bir görevli değil; farklı toplumlar, ülkeler ve

kültürler arasında önemli bir bağ olduklarına, başka bir deyişle bir kültür elçisi olduklarına değinmişlerdir. Araştırmada kültür turizminin sürdürülebilirliğinde turist rehberlerinin rollerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda kültür turizmine katılan yerel gruplara ve turist rehberlerine anket uygulanmıştır. Profesyonel turist rehberlerine internet ortamından ulaşılarak 32 adet anket uygulanmıştır. Bununla birlikte kültür turizmine katılan turistlere 86 adet anket yüz yüze görüşülerek turistlerden toplanmıştır. Araştırma sonucunda, turist rehberlerinin bir kültür elçisi olarak kültür turizminin sürdürülebilirliğinde önemli rollere sahip olduğunu belirtilmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİR KÜLTÜR ELÇİSİ OLARAK TURİST REHBERİNİN TURİSTLERE AKTARILAN KÜLTÜREL DEĞERLERE KATKISINA İLİŞKİN TURİST ALGILAMALARINA YÖNELİK ARAŞTIRMA

Dünya’da oluşan birçok değişim ile birlikte turizm sektörü de değişim ve gelişim yaşamaktadır. Sanayi devrimi ile insanların çalışma saatlerinin kısılmasından nüfusun artmasına kadar birçok etken turizm sektörünün gelişmesine olanak sağlamıştır. Boş zamandaki artış insanları dinlenme ve eğlenmeye yöneltmiştir. Bu da turizm sektöründe gelişimler yaşanmasına neden olmuştur. Turizm sektörünün gelişmesi ile birlikte profesyonel turist rehberliği mesleği turizm sektörünün yapı taşlarından biri haline gelmiştir. Ülke turizmine büyük katkı sağlayan turist rehberleri mesleğini ne kadar iyi icra ederse ülkeye o kadar yararlı olmaktadır. Turist rehberliği mesleğinin en iyi şekilde yapılması ülkenin tanıtımına ve imajına büyük katkı sağlamakla birlikte profesyonel turist rehberleri ülkede var olan kültürel değerleri de en iyi şekilde tanıtmakla yükümlüdür. Bu da turist rehberinin kültür elçisi rolünü en iyi şekilde yerine getirmesi ile mümkün olmaktadır.

3.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi

‘‘Kültür, bir toplumu diğer toplumlardan farklı kılan, geçmişten günümüze değişerek devam eden, kendine özgü, sanatı, inançları, örf ve adetleri, anlayış ve davranışları ile onun kimliğini oluşturan yaşayış ve düşünüş tarzıdır. Topluma bir

kimlik kazandıran, dayanışma ve birlik duygusu verdiği toplumda düzeni de sağlayan maddi ve manevi değerlerin bütünüdür” (www.kultur.gov.tr). Her toplumun kültürü birbirinden farklı özelliklere sahiptir. Bu nedenle turistler kendi toplumları dışındaki kültürlerle ilgi duymaktadır. Farklı kültürlerin mirası ile tanışmak ve kaynaşmak turistlerin duygu ve düşüncelerine yeni ufuklar açmaktadır (Yılmaz, 2012, s.2). Kültür turizmi ise kültürel değerlerin farklı toplumlara aktarılmasını sağlayan, kültürel değerlerin temel çekicilik unsuru olduğu bir turizm türüdür. Uluslararası turizm verilerine bakıldığında kültür turizmine katılımın her geçen yıl arttığı görülmektedir. Turistler bilmedikleri yerler ve kültürler hakkında her zaman bir bilenden bilgi edinmek istemektedir. Bu bilgi akışı da tur sırasında ancak profesyonel turist rehberi ile mümkün olmaktadır.

Profesyonel turist rehberi, yerli veya yabancı turistlere, turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil ile uyumlu olmak üzere, rehberlik kimlik kartında belirtilen dillerde rehberlik eden, Türkiye’de tanıttığı bölgenin tarihi, kültürel ve doğal mirası hakkında bilimsel ve kapsamlı bilgi sahibi olan ve bu bilgileri iyi derecede bildiği en az bir yabancı dil ile turistlere aktarabilen, Türkiye’nin imajını en iyi şekilde yansıtabilen, seyahat acentaları tarafından düzenlenen tur programlarını seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürüten, gezi programının tüketiciye satıldığı şekilde yürütülmesini sağlayan veya müze ve ören yerlerinde organize olmuş grup ya da kişilere rehberlik eden kişidir (myk.gov.tr). Rehberlerin “milyarlarca doların döndüğü, milyonlarca insanın katıldığı, sayısız programların yer aldığı, doğal ve insan yapısı binlerce cazibe merkezinin sunulduğu, bilinemeyecek sayıda dükkanların, hatıra eşya satan yerlerin (halı, deri ve tekstil mağazaları, kuyumcu dükkanları... vs), otobüs şirketlerinin, çok sayıda otellerin ve restoranların iş gördüğü ve birçok yan hizmetlerin yapıldığı” turizm sektöründe, çok

önemli rolleri bulunmaktadır (Güzel, 2007, s.9). Profesyonel turist rehberleri sadece ziyaret edilen bölge hakkında bilgi vermemektedir. Yeri geldiğinde ziyaret edilen bölgenin tanıtımını yapmakta yeri geldiğinde ise iyi bir satış elemanı rolüne bürünerek bölgenin kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Profesyonel turist rehberinin liderlik rolü, kaynak yönetimi rolü, kılavuz rolü, bilgilendirme rolü, satış elemanı rolü ve kültür elçisi rolü başlıca rolleri arasında sıralanmaktadır. Bu rollerin bir kısmı yönetsel açıdan bir kısmı pazarlama bir kısmı ise kültür aktarımı açısından değerlendirilmektedir. Özellikle bir turist rehberinin kültür elçisi rolü kültürel değerlerin aktarımındaki en önemli rolüdür. Bu araştırmanın konusu da bir kültür elçisi olarak profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere katkısının ne şekilde olduğudur.

3.2. Araştırma Problemi

Profesyonel turist rehberinin mesleki rolleri birçok çalışmada farklı şekillerde ele alınmıştır. Profesyonel turist rehberinin mesleki rolleri bir turun öncesi ve sonrası dahil olmak üzere bütün sürecine etki etmektedir. Turist rehberinin rolleri ile ilgili özellikle yabancı literatürde yapılmış çalışmalara rastlamak mümkündür ancak bu roller ile ilgili Türkçe literatürde sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır. Türkiye’de profesyonel turist rehberinin kültür elçisi rolünü inceleyen ve kültür elçisi rolüne sahip PTR’nin kültürel değerlere katkısını ortaya koyan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Böylece çalışmanın turist rehberinin kültür elçisi rolünü ele alması, konuyla ilgili Türkçe yazında bir boşluğu doldurması açısından önemlidir. Dolayısıyla, bu çalışmanın problemi şu şekilde ifade edilebilir; ‘Kültür elçisi rolüne sahip profesyonel turist rehberinin kültür elçisi rolünün kültürel değerlere katkısı var mıdır?’.

3.3. Araştırmanın Amacı

Turizmin yıllar içinde büyük gelişim göstermesi ile birlikte ülkeler sektördeki en çok payı alabilmek için birbirleri ile rekabet içine girmişlerdir. Artan rekabet ile

birlikte çekicilikleri en iyi şekilde tanıtmak ve ülkeye gelen turiste en iyi şekilde sunmak önemli bir hale gelmiştir. Turiste ülkenin tarihi kültürel değerlerini en iyi şekilde sunacak olan kişi de turist rehberleri olmaktadır. Profesyonel turist rehberi turist ile bire bir iletişim halinde olan ülkenin tarihi kültürel değerlerini en iyi sunacak olan kişidir. Profesyonel turist rehberi ülkenin kültür elçisi konumundadır. Ülkesinin kültür elçisi rolünü en iyi şekilde yapan turist rehberi turistlerin memnuniyet düzeyini de arttırmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, profesyonel turist rehberinin kültür elçisi rolünün turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısını ortaya koymaktır. Çalışma Türkiye’de kültür turizminde en çok tercih edilen bölgelerden biri olan Kapadokya Bölgesi’nde yapılmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında turistlerin kültür elçisi algısı ve kültür elçisi rolünün kültürel değerlere katkısının ne derece olduğu incelenmektedir. Bu çalışmada, Kapadokya Bölgesine gelen turistlerin algıları açısından turist rehberlerinin kültür elçisi rolünün kültürel değerlerin aktarılmasına ne derece katkı sağladıklarının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

3.4. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

- Kapadokya bölgesi kültür turizminin en önemli merkezlerinden biridir. Kapadokya Bölgesi’ne gelen ziyaretçilerin önceki yıllardaki veriler incelenerek Mart, Nisan, Mayıs aylarında yoğunlaşacağı varsayılmaktadır.
- Bölgeyi ziyaret eden turist gruplarının rehberli olarak tura çıktıkları varsayılmaktadır.
- PTR’lerin kültür elçisi rolünü tur sırasında yerine getirdikleri varsayılmaktadır.

- Kapadokya bölgesi farklı illerden oluştuğundan bu illeri ziyaret eden bütün turistlere ulaşmak mümkün olmadığından örneklem en çok ziyaret edilen müze ve ören yerlerini ziyaret eden turistler ile sınırlandırılmıştır.
- Bütün yıl boyunca turistlere anket yapmak zaman kısıtı olması açısından oldukça güç olmaktadır. Bu nedenle anketlerin uygulanması en çok turistin geldiği aylardan olan Mart ve Nisan ayları ile sınırlandırılmıştır.
- Her milliyetten turiste eşit sayıda anket yapmak mümkün olmadığından milliyetlerin sayılarının farklılık göstermesi araştırmanın kısıtlılıkları arasındadır.

3.5. Araştırmanın Yöntemi

Bir kültür elçisi olarak profesyonel turist rehberinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısı olup olmadığını belirlemeye yönelik yapılan araştırmada verilerin toplanması için anket yöntemi kullanılmıştır (Ek 1). Anket, belirli bir konuda saptanmış hipotezlere ya da sorulara bağlı olarak, bir evren ya da örnekleme oluşturan kaynak kişilere sorular yönelmek suretiyle sistemli veri toplama tekniğidir (Balcı, 2005, s. 140). Anket yöntemi ile görece olarak çok sayıda veriyi, ekonomik olarak elde etmek mümkün olmaktadır. Elde edilen verilerin standardize olması bunların analizlerinin de kolay olmasını sağlamaktadır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012, s.68). Bu gerekçelerden dolayı anket yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler birincil veri toplama yöntemlerinden olan yüz yüze mülakat yöntemi ve tesadüfi örnekleme yolu ile toplanmış, gerekli olan durumlarda anket ve ifadelerle ilgili açıklamalar yapılmıştır. Araştırma kapsamında Nevşehir Rehberler Odası (NERO) denetmenlerinden anketlerin rehberli gruplara uygulanması aşamasında destek alınmıştır.

3.5.1. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmanın temel amacı, turistlerin PTR'lerin bir kültür elçisi olarak kültürel değerlere katkı yapıp yapmadığı konusundaki algılarını ortaya koymaktır. Bu temel amaca bağlı olarak, oluşturulan aşağıdaki hipotezlerin de denenmesi amaçlanmaktadır. Yapılan literatür taraması sonucunda araştırmanın temel hipotezleri şu şekilde açıklanabilir;

Hipotez 1: Kapadokya'ya gelen turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 1a: Kapadokya'ya gelen turistlerin cinsiyetleri ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 1b: Kapadokya'ya gelen turistlerin yaşları ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 1c: Kapadokya'ya gelen turistlerin eğitim seviyeleri ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 1d: Kapadokya'ya gelen turistlerin milliyetleri ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 1e: Kapadokya'ya gelen turistlerin ziyaret sayısı ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 1f: Kapadokya'ya gelen turistlerin yapmış oldukları turun süresi ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 1g: Kapadokya'ya gelen turistlerin hizmet aldıkları rehberin cinsiyeti ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 1h: Kapadokya'ya gelen turistlerin gelir durumları ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2: Kapadokya'ya gelen turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2a: Kapadokya'ya gelen turistlerin cinsiyetleri ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2b: Kapadokya'ya gelen turistlerin yaşları ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2c: Kapadokya'ya gelen turistlerin eğitim seviyeleri ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2d: Kapadokya'ya gelen turistlerin milliyetleri ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2e: Kapadokya'ya gelen turistlerin ziyaret sayısı ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2f: Kapadokya'ya gelen turistlerin yapmış oldukları turun süresi ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2g: Kapadokya'ya gelen turistlerin hizmet aldıkları rehberin cinsiyeti ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 2h: Kapadokya'ya gelen turistlerin gelir durumları ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3: Kapadokya'ya gelen turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3a: Kapadokya'ya gelen turistlerin cinsiyetleri ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3b: Kapadokya'ya gelen turistlerin yaşları ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3c: Kapadokya'ya gelen turistlerin eğitim seviyeleri ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3d: Kapadokya'ya gelen turistlerin milliyetleri ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3e: Kapadokya'ya gelen turistlerin ziyaret sayısı ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3f: Kapadokya'ya gelen turistlerin yapmış oldukları turun süresi ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3g: Kapadokya'ya gelen turistlerin hizmet aldıkları rehberin cinsiyeti ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez 3h: Kapadokya'ya gelen turistlerin gelir durumları ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3.5.2.Evren ve Örneklem

Araştırma alanı olarak Kapadokya Bölgesi seçilmiştir. Kapadokya doğa harikası olan peribacaları ile tanınmaktadır. Doğal güzellikleri dışında binlerce yıl farklı toplumlara ev sahipliği yaptığı için peribacalarının içlerine oyulmuş kayadan evler, yeraltı şehirleri, kiliseler, hastaneler gibi günümüze ulaşan tarihi ve sanatsal yapılarla dikkat çekmektedir. Bölge insanlık tarihi boyunca önemli bir ticaret ve kültür merkezi olarak gelişmiştir. Kültürel değerler bakımından oldukça zengin olan bölge yerli ve yabancı turistlerin oldukça ilgisini çekmektedir. Araştırma Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı turistler üzerinde yapılmıştır. Kapadokya Bölgesi hem yerli hem de yabancı turistlerin yoğun olarak ziyaret ettiği bir bölge olduğundan yerli ve yabancı turist ayırımına gidilmeden her iki gruba da anket uygulanmıştır. Anketlerin uygulanmasında dikkat edilen nokta ise turistlerin rehber eşliğinde bölgeyi ziyaret eden gruplardan seçilmesidir.

Araştırmanın evrenini son bir yıl içerisinde Kapadokya Bölgesi'ne gelmiş olan turistler oluşturmaktadır. Kapadokya Nevşehir ili merkez olmak üzere Aksaray, Kayseri, Kırşehir ve Niğde illerine uzanan toprakları kapsamaktadır. Bu nedenle araştırmanın evrenini bu illere gelen turistler kapsamaktadır. TÜİK verilerine göre 2014 yılında Nevşehir, Aksaray, Kayseri, Kırşehir ve Niğde illerini ziyaret eden turist sayıları Tablo 5'te verilmektedir.

Tablo 5: Kapadokya Bölgesini Ziyaret Eden Turist Sayısı (İllere Göre)

İL	2014 Turist Sayısı
NEVŞEHİR	1.309.255
KAYSERİ	119.129
AKSARAY	52.568
NİĞDE	9.915
KIRŞEHİR	20.763
TOPLAM	1.511.630

Kaynak: TÜİK 2014 Yılı Ziyaretçi Raporu

Kapadokya'yı ziyaret eden 410 turist araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bir milyonun üzerindeki evren büyüklüklerinde 384 örnekleme yeterli olduğu belirtilmekte ve 30'dan büyük 500'den küçük örneklem büyüklükleri birçok araştırma için yeterli bulunmaktadır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012, s.137). Bu nedenle çalışmada 550 anket formu hazırlanıp, rehberler aracılığı ile araştırmacı tarafından uygulanmış bunlardan 425'inden geri dönüş alınmıştır. Ancak 425 anketin arasında analizler için uygun olmayan 17 anket hatalı olması sebebi ile araştırma dışı bırakılmıştır. 408 anket verilerin elde edilmesinde kullanılmıştır, bu da yüzde olarak %74,1'i ifade etmektedir. Verilerin analizinde kullanılan 408 anketin 89 (%21) adeti yerli turistlerden 319 (%79) adeti ise yabancı turistlerden toplanmıştır. Anketler yabancı turist grupları için İngilizce'ye çevrilerek, bölgedeki rehberlerin yardımı ile uygulanmıştır (Ek 2). Araştırma verileri, 2015 Mart ve Nisan aylarında toplanmıştır.

3.5.3. Veri Toplama Aracı

Bir kültür elçisi olan turist rehberlerinin kültürel değerlere katkısını ölçmeye yönelik olan bu çalışmada Toker (2011)'in tezinde kullandığı kültür elçisi rolüne ilişkin algıyı ölçtüğü ölçekten yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümde, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve katılmış oldukları turun süresi, rehberlerinin cinsiyeti gibi olgular belirlenmeye çalışılmıştır. Soru formlarının ikinci bölümündeki turist rehberlerinin “kültür elçisi olarak kültürel değerlere katkısına” yönelik algılamaları belirlemek amacıyla hazırlanan sorular; “Kesinlikle Katılmıyorum-1”, “Katılmıyorum-2”, “Fikrim Yok-3”, “Katılıyorum-4” ve “Kesinlikle Katılıyorum-5” şeklinde 5’li Likert ölçeği ile sorulmuştur. Olumsuz sorularda (3., 6., 10., 21., 23., 25., 26., 28., 29., ve 33. sorular) ise bu değerlendirme tersinden yapılarak “Kesinlikle Katılmıyorum-5”, “Katılmıyorum-4”, “Fikrim Yok-3”, “Katılıyorum-2” ve “Kesinlikle Katılıyorum-1” şeklinde derecelendirilmiştir. Orjinal ölçek derecelendirmesi 4’lü yapılmasına karşın verilerin daha sağlıklı analiz edilebilmesi adına ölçek 5’li likert ölçeğine dönüştürülmüştür. Hazırlanan anket formu pilot çalışma yapmak amacıyla Kapadokya Bölgesi’ni ziyaret eden 30 adet turiste uygulanmış ve anlaşılmayan bir ifade olmadığı sonucuna varılmıştır. Ankette olumsuz ifadelere de yer verilerek ters kodlama yapılmıştır. Veriler SPSS (22) yöntemi ile değerlendirilerek çıkan sonuçlar çerçevesinde bulgular ortaya konulmuş ve öneriler geliştirilmiştir.

3.6. Verilerin Analizi

Yapılan anketler SPSS (22) programına aktarılmış ve araştırma analizleri bu programda tamamlanmıştır. Analizler öncesi, verilerin parametrik testlere uygun olup olmadığı, Kolmogorov-Smirnov testi ile araştırılmıştır. Ayrıca, verilerin basıklık ve çarpıklık değerlerine de bakılmıştır. Yapılan testler sonucunda verilerin normal

dağılım gösterdiği sonucuna varılmıştır. Çalışmada turistlerin demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla frekans analizi yapılmıştır. Turist rehberlerinin kültürel değerlere katkısını belirlemek amacıyla kullanılan ölçekte yer alan ifadeleri belirli boyutlarda toplamak amacıyla faktör analizinden yararlanılmıştır. Boyutlandırılan faktörlerde bulunan maddelerin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Turistlerin nitelikleri ile PTR'lerin kültürel değerlere katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik ölçümler parametrik testlerden olan tek yönlü varyans analiz (ANOVA) testi ve bağımsız örneklem t testi ile yapılmıştır

3.6.1. Turistlere İlişkin Sosyo-Demografik Özellikler

Araştırma kapsamında turistlerin demografik durumları ile ilgili veriler frekans ve yüzde dağılımları ile analiz edilmiştir. Turistlere ilişkin sosyo-demografik veriler Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6'da katılımcıların sosyo-demografik özellikleri belirlenmiştir. Katılımcıların demografik verileri incelendiğinde erkek katılımcıların (% 51,8) kadın katılımcılara (% 48,5) oranının hemen hemen eşit olduğu arada çok az bir fark olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşlarına bakıldığında % 36,8'lik oran ile 26-35 yaş arası grup, yapılan çalışmaya en fazla katılan yaş grubudur. Bunu sırasıyla % 27,2'lik pay ile 36-45 yaş arası katılımcılar, % 17,2'lik pay ile 16-25 yaş arası, %9,8 ile 46-55 yaş arası, %5,9 ile 56-65 yaş arası grup izlemektedir. En az katılımın olduğu yaş grubu ise %3,2 ile 65 yaş ve üstü olanlardır. Bu veriler ile birlikte genç orta yaş grubundaki turistlerin kültür turizmine daha çok katıldığı belirtilebilir.

Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında en çok katılımın % 44,9'luk oran ile üniversite mezunlarından oluştuğu gözlemlenmektedir. Ardından % 35,8'lik pay ile lisansüstü eğitim mezunları gelmektedir. Lise mezunlarının %16,7 ve ilköğretim mezunlarının da %2,7'lik bir oranı oluşturduğu veriler arasında yer

almaktadır. Katılımcıların eğitim seviyesinin bu oranda yüksek olması eğitim seviyesi arttıkça kültür turizmine katılımın da arttığını destekler niteliktedir.

Tablo 6: Turistlerin Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Veriler

Sosyo-Demografik Değişkenler	n	%
Cinsiyet		
Kadın	198	48,5
Erkek	210	51,5
Yaş		
16-25	70	17,2
26-35	150	36,8
36-45	111	27,2
46-55	40	9,8
56-65	24	5,9
65+	13	3,2
Eğitim Durumu		
İlköğretim	11	2,7
Lise	68	16,7
Lisans Eğitimi	183	44,9
Lisansüstü	146	35,8
Medeni Durum		
Evli	198	48,5
Bekar	210	51,5
Milliyet		
Japon	48	11,8
Koreli	73	17,9
İspanyol	44	10,8
İsveçli	32	7,8
İtalyan	15	3,7
İngiliz	28	6,9
Türk	89	21,8
Amerikalı	58	14,2
Alman	21	5,1
Gelir		
1500 TL'den az	49	12
1501-3000 TL	97	23,8
3001-6000 TL	109	26,7
6001-9000 TL	105	25,7
9000 TL ve üzeri	48	11,8

Katılımcıların çoğunluğu % 51,5'lik pay ile bekarlardan oluşmaktadır. Katılımcıların milliyetlerine bakıldığında çalışmaya en çok %21,8'lik pay ile yerli turistlerin katıldığı görülmektedir. Yabancı turistlerin milliyetleri incelendiğinde ise en çok katılımı 17,9'luk oran ile Koreli turistler oluşturmaktadır. Koreli turistleri sırası ile Amerikalı turistler (14,2), Japon turistler (11,8), İspanyol turistler (10,8), İsveçli turistler (6,9), İngiliz turistler (6,9), Alman turistler (5,1), İtalyan turistler (3,7) izlemektedir. Katılımcıların gelir grubu incelendiğinde ise %26,7 ile ilk sırayı 3001-6000 TL arasında geliri olanlar oluşturmaktadır. Ardından 6001-9000 TL arası geliri olanlar (25,7), 1501-3000 TL arası geliri olanlar (23,8), 1500 TL'den az geliri olanlar (12) ve 9000 TL üzeri geliri olanlar (11,8) şeklinde sıralanmaktadır. Kültür turizmi gelir düzeyi orta ve üzeri olanların gerçekleştirdiği bir turizm çeşididir. Veriler incelendiğinde de elde edilen bulgular bunu destekler niteliktedir.

3.6.2. Turistlerin Ziyaretlerine İlişkin Veriler

Araştırma kapsamında turistlerin Kapadokya'yı ziyaretlerine ilişkin veriler frekans ve yüzde dağılımları ile analiz edilmiştir.

Tablo 7: Turistlerin Ziyaretlerine İlişkin Veriler

Turun Özellikleri	n	%
Kapadokya'yı Ziyaret Sayısı		
İlk Ziyaret	300	73,5
İkinci	69	16,9
Üçüncü	27	6,6
Daha Fazla	12	2,9
Turun Süresi		
1 Günlük	77	18,9
2-3 Günlük	245	60
4-5 Günlük	42	10,3
6-7 Günlük	38	9,3
8 Günlük	6	1,5
Tur Süresinde Hizmet Aldığı Rehberin Cinsiyeti		
Kadın	108	26,5
Erkek	300	73,5
Toplam	408	100

Tablo 7’de katılımcıların ziyaretleri ile ilgili özellikler belirlenmiştir. Tablo 7’ye bakıldığında katılımcıların çoğunluğu % 73,5’lik bir oranla Kapadokya’ya ilk kez geldiklerini belirtmiştir. Türkiye’ye gelen katılımcıların % 16,9’u ikinci gelişleri, % 6,6’sı üçüncü gelişleri, % 12’si ise daha fazla olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların çoğunluğu % 60’lık oran ile katılmış oldukları turun süresinin 2-3 gün olduğunu belirtmiştir. Turistlerin katıldıkları turun süresi sırası ile 1 günlük (18,9), 4-5 günlük (10,3), 6-7 günlük (9,3) ve 8 günlük (1,5) şeklinde olduğu görülmektedir. Katıldıkları turun rehberinin cinsiyetine bakıldığında ise %73,5 ile büyük çoğunluğun erkek rehber olduğu belirtilmektedir.

3.6.3. Faktör Analizi

Güvenilirliğin kesin olarak belirlenmesi, veri azaltımı yapılabilmesi ve araştırmanın bağımsız değişkenlerinin verilen cevaplara göre oluşturulabilmesi amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Ölçeğe faktör analizi uygulanması da literatürdeki bir çalışmadan esinlenilerek yapılmıştır. Zengin ve Eker (2014) ‘‘Alternatif Turizm Kapsamında Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü: Bir Uygulama’’ isimli çalışmalarında Toker’in (2011) hazırlamış olduğu ölçeğe faktör analizi uygulayarak faktörleri belli gruplar altında toplamayı amaçlamıştır. Araştırmada aynı şekilde ölçek için faktör analizi uygulanarak gruplandırmanın doğruluğu test edilmiş ve benzer şekilde 3 grubun ortaya çıktığı görülmüştür. Ancak ölçekte yer alan 2 ifadenin faktör yükü 0,32’nin altında olduğundan değerlendirme dışı bırakılmıştır. Faktör yüklerinin genel olarak en az 0,32’un üzerinde olması araştırmacılar tarafından önerilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014, s.304).

Tablo 8: Ölçeğe İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Özdeğer	Tanımlanan Fark Yüzdesi
PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısı (n:14)		16,20	%48,79
1.Turist rehberleri, tarihi ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlar	,586		
3.Turist rehberleri, kültürel değerlerin değer kazanmasında etkin değıldirler	,707		
7.Turist rehberleri, kültürel değerlerin korunmasına hassasiyet gösterirler	,546		
8.Turist rehberleri, kültürel değerleri korunması bilinci oluşturmaya yardımcı olurlar	,719		
9.Turist rehberleri, kültür turizminin gelişimi için toplum hizmetleri yapılmasını teşvik ederler	,466		
11.Turist rehberleri, turistlerin farklı kültürler hakkında deneyim kazanmalarını ve onların diğer kültürleri görmelerini, duymalarını ve hissetmelerini sağlarlar	,656		
12.Turist rehberleri, geleneksel Türk imajını yansıtmada önemli bir role sahiptirler	,451		
13.Turist rehberleri, turistlerin, ziyaret edilen yerlerde çevresel açıdan sorumlu davranışlar sergilemelerini sağlarlar	,399		
17.Turist rehberleri, ziyaretçilerin gidilen bölgelerdeki otantik yerel ürünleri tüketmelerinde etkili olurlar	,459		
21.Turist rehberleri, kültürel tutumların şekillendirilmesinde etkili değıldirler	,427		
24.Turist rehberleri, ziyaretçilerin, yerel kültürün düşünce tarzına ters düşmelerine neden olurlar	,716		
27.Turist rehberlerinin yabancı dil bilgisi kültürel aracılıkta etkili değıldir	,449		
29.İyi bir turist rehberi; 'kültürel deneyimler kazanma'nın, ziyaretçiler açısından temel beklenti olduğunu bilir	,388		
30.Turist rehberleri, yörenin kültürünü, geleneklerini, somut ve soyut diğer tüm değerlerini ziyaretçilere öğretmede önemlidirler	,530		
	Faktör Yüğü	Özdeğer	Tanımlanan Fark Yüzdesi
PTR'nin Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkısı(n:9)		3,65	%11,08
2.Ziyaretçilerin gittikleri bölgelerin tarihini ve o ulusa ait değerleri tanımalarında, turist rehberlerine önemli roller düşer	,734		
4.Turist rehberleri, kültürel değerlerin tanıtımda önemli bir elçidirler	,718		
5.Turist rehberleri, katılımcıların kültür turizmini tercih etmelerinde etkilidirler	,653		
10.Turist rehberleri, kültürel değerleri, ziyaretçilere eğlendirici bir biçimde aktarmazlar	,697		
14.Turist rehberleri, kültürel değerlerin gerçeğe en yakın yorumlanmasından sorumludurlar	,427		
16.Turist rehberleri, turistlerin, kültürel varlığı tanımalarında ve yorumlamalarında önemlidirler	,482		
19.Turist rehberleri bir kültürü yorumlayamaz	,445		
25.Turist rehberleri, gidilen bölgenin gelenek ve göreneklerinin tanıtımında önemli rollere sahiptirler	,634		
28.Turist rehberlerinin farklı kültürleri doğru yorumlamaları, ziyaretçilerin bu farklılığı anlamalarında önemlidir	,353		
	Faktör Yüğü	Özdeğer	Tanımlanan Fark Yüzdesi
PTR'nin Kültürlerarası Etkileşime Katkısı(n:8)		2,30	%6,98
6. Turist rehberleri, ülkeler arasındaki kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında önemli değıldirler	,710		
15.Turist rehberleri, turistler ve kültürel değerler arasında bir bağ oluştururlar	,553		
18.Turist rehberleri, popüler değerleri etnik kültürlere aktarmayı sağlarlar	,466		
20.Turist rehberleri, destinasyon kültürü ile turist kültürü arasında bir elçidirler	,716		

22. Turist rehberleri, seyahat organizasyonlarında, turist ile yerel halk arasındaki iletişimi sağlarlar	,646		
23. Turist rehberlerinin, kültürlerarası empati oluşturmak gibi bir misyonları yoktur	,745		
26. Turist rehberlerinin, kültürler arasında denge kurmaları gerekmez	,537		
31. Turist rehberleri, kültürel uyumsuzlukları gidermek için uğraşmazlar	,370		

Analiz kapsamında ölçek için Barlett Testi sonucu 4550,50 ve p 0,000 düzeyi ile Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değeri 0,78 olarak gerçekleşmiştir ki bu değer kabul edilebilir sınırların içindedir. Verilere uygulanan principal component analizinde, varimax seçeneği kullanılarak veriler değerlendirmeye alınmıştır. Sonuç olarak üç faktör ve bu faktörlerin altlarında da 31 değişken ortaya çıkmıştır. 3 temel faktöre uygun olarak Zengin ve Eker'in (2014) yapmış oldukları çalışma ile benzer şekilde 3 ifade verilmiştir. Faktör analizi sonucunda oluşan bu üç faktör ve faktörlerin altında yer alan değişkenlerin dağılım Tablo 8'de gösterilmiştir.

3.6.4. Ölçek Maddelerinin Değerlendirilmesi

Tablo 9: Ölçek Maddelerine İlişkin Analiz Sonuçları

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Kararsızım		Kesinlikle Katılıyorum		Ort.	S.S.				
	f	%	f	%	f	%						
PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısı												
1. Turist rehberleri, tarihi ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlar	15	3,7	18	4,4	7	1,7	16	40,7	202	49,5	4,27	,97
3. Turist rehberleri, kültürel değerlerin değer kazanmasında etkin değildirler	106	26	138	33,8	38	9,3	92	22,5	34	8,3	2,53	1,31
7. Turist rehberleri, kültürel değerlerin korunmasına hassasiyet gösterirler	2	0,5	19	4,7	13	3,2	202	49,5	172	42,2	4,28	,77
8. Turist rehberleri, kültürel değerleri korunması bilinci oluşturmasına yardımcı olurlar	11	2,7	20	4,9	38	9,3	198	48,5	141	34,6	4,07	,93
9. Turist rehberleri, kültür turizminin gelişimi için toplum hizmetleri verilmesini teşvik ederler	15	3,7	31	7,6	48	11,8	210	51,5	104	25,5	3,87	,99
11. Turist rehberleri, turistlerin farklı kültürler hakkında deneyim kazanmalarını ve onların diğer kültürleri görmelerini, duymalarını ve hissetmelerini sağlarlar	12	2,9	15	3,7	22	5,4	194	47,5	165	40,4	4,18	,91
12. Turist rehberleri, geleneksel Türk imajını yansıtmada önemli bir role sahiptirler	18	4,4	40	9,8	44	10,8	193	47,3	113	27,7	3,84	1,07
13. Turist rehberleri, turistlerin, ziyaret edilen yerlerde çevresel açıdan sorumlu davranışlar sergilemelerini sağlarlar	10	2,5	30	7,4	81	19,9	209	51,2	78	19,1	3,77	,92

17.Turist rehberleri, ziyaretçilerin gidilen bölgelerdeki otantik yerel ürünleri tüketmelerinde etkili olurlar	6	1,5	44	10,8	63	15,4	214	52,5	81	19,9	3,74	1,0
21. Turist rehberleri, kültürel tutumların şekillendirilmesinde etkili değildirlir	74	18,1	175	42,9	38	9,3	85	20,8	36	8,8	2,59	1,24
24.Turist rehberleri, ziyaretçilerin, yerel kültürün düşünce tarzına ters düşmelerine neden olurlar	86	21,1	163	40	18	4,4	105	25,7	36	8,8	2,61	1,30
27.Turist rehberlerinin yabancı dil bilgisi kültürel aracılıkta etkili değildir	104	25,5	149	36,5	38	9,3	70	17,2	47	11,5	2,52	1,34
29.İyi bir turist rehberi; 'kültürel deneyimler kazanma'nın, ziyaretçiler açısından temel beklenti olduğunu bilir	5	1,2	36	8,8	29	7,1	223	54,7	115	28,2	3,99	,90
30.Turist rehberleri, yörenin kültürünü, geleneklerini, somut ve soyut diğer tüm değerlerini ziyaretçilere öğretmede önemlidirler	7	1,7	27	6,6	10	2,5	226	55,4	138	33,8	4,12	,87
PTR'nin Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkısı												
2. Ziyaretçilerin gittikleri bölgelerin tarihini ve o ulusa ait değerleri tanımalarında, turist rehberlerine önemli roller düşer	9	2,2	15	3,7	12	2,9	146	35,8	226	55,4	4,38	,88
4. Turist rehberleri, kültürel değerlerin tanıtımında önemli bir elçidirler	3	0,7	17	4,2	11	2,7	210	51,5	167	40,9	4,27	1,31
5. Turist rehberleri, katılımcıların kültür turizmini tercih etmelerinde etkilidirler	3	0,7	29	7,1	38	9,3	205	50,2	133	32,6	4,06	,87
10. Turist rehberleri, kültürel değerleri, ziyaretçilere eğlendirici bir biçimde aktarmazlar	97	23,8	160	39,2	29	7,1	91	22,3	31	7,6	2,50	1,27
14. Turist rehberleri, kültürel değerlerin gerçeğe en yakın yorumlanmasından sorumludurlar	6	1,5	44	10,8	63	15,4	214	52,5	81	19,9	3,78	,93
16. Turist rehberleri, turistlerin, kültürel varlığı tanımalarında ve yorumlamalarında önemlidirler	7	1,7	28	6,9	53	13	212	52	108	26,5	3,94	,90
19.Turist rehberleri bir kültürü yorumlayamaz	134	32,8	166	40,7	49	12	38	9,3	21	5,1	2,13	1,12
25.Turist rehberleri, gidilen bölgenin gelenek ve göreneklerinin tanıtımında	17	4,2	46	11,3	25	6,1	195	47,8	125	30,6	3,89	1,08
28.Turist rehberlerinin farklı kültürleri doğru yorumlamaları, ziyaretçilerin bu farklılığı anlamalarında önemlidir	16	3,9	41	10	17	4,2	230	56,4	104	25,5	3,89	1,02
PTR'nin Kültürlerarası Etkileşime Katkısı												
6.Turist rehberleri, ülkeler arasındaki kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında önemli değildirlir	121	29,7	155	38	22	5,4	84	20,6	26	6,4	2,36	1,27
15.Turist rehberleri, turistler ve kültürel değerler arasında bir bağ oluştururlar	1	0,2	43	10,5	65	15,9	212	52	87	21,3	3,83	,88
18.Turist rehberleri, popüler değerleri etnik kültürlere aktarmayı sağlarlar	18	4,4	77	18,9	51	12,5	191	46,8	71	17,4	3,53	1,11
20.Turist rehberleri, destinasyon kültürü ile turist kültürü arasında bir elcidirler	16	3,9	43	10,5	35	8,6	232	56,9	82	20,1	3,78	1,00
22.Turist rehberleri, seyahat organizasyonlarında, turist ile yerel halk arasındaki iletişimi sağlarlar	19	4,7	46	11,3	29	7,1	235	57,6	79	19,4	3,75	1,03
23.Turist rehberlerinin, kültürlerarası empati oluşturmak gibi bir misyonları yoktur	93	22,8	172	42,2	20	4,9	83	20,3	40	9,8	2,52	1,30
26.Turist rehberlerinin, kültürler arasında denge kurmaları gerekmez	104	25,5	149	36,5	38	9,3	70	17,2	47	11,5	2,60	1,38
31.Turist rehberleri, kültürel uyumsuzlukları gidermek için uğraşmazlar	101	24,8	125	30,6	41	10	98	24	43	10,5	2,64	1,35

Araştırmada kullanılan ölçekteki maddeler 5’li Likert ölçeği ile ölçölmektedir. Ölçekte yer alan her bir ölçek maddesinin iki ucunda 1 kesinlikle katılmıyorum, 5 kesinlikle katılıyorum kategorileri bulunmaktadır. Ölçek maddeleri için işaretilenen 1 ve 2 seçenekleri katılmadıklarını ifade ederken 4 ve 5 seçenekleri verilen ölçek maddelerine katıldıklarını ifade etmektedir. Ölçekte 3 olarak yapılan puanlama ise adı geçen madde ile ilgili fikirleri olmadığını göstermektedir.

Tablo 9’da ölçekteki her bir maddenin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Maddelerin aritmetik ortalamalarına bakıldığında ziyaretçilerin gittikleri bölgelerin tarihini ve o ulusa ait değerleri tanımalarında, turist rehberlerine önemli roller düştüğü algısı en yüksek düzeydedir. Turistlere göre, turist rehberlerinin kültürel değerlerin tanıtımında en önemli role sahip olan kişi olduğu gözlemlenmektedir.

Bir diğer bulgu rehberlerin kültürel değerlerin korunmasına katkısına ilişkin turistlerin algılamalarıdır. Profesyonel turist rehberleri tarihi ve kültürel değerlerin korunmasında, gelecek nesillere aktarılmasında ve koruma bilinci oluşturulmasında önemli bir yere sahiptir. Turistlerin bu maddelere ilişkin algılama düzeylerinin de oldukça yüksek çıktığı gözlemlenmektedir. Kültürlerarası etkileşime ilişkin algılamalarının ise kararsızım ile katılıyorum arasında değerlerde çıktığı görölmektedir. Buradaki maddelere ilişkin genel olarak profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin korunmasına, tanıtımına ve kültürler arası etkileşime katkısına ilişkin turistlerin algılamalarının yüksek çıktığı elde edilen bulgular arasındadır. Bu sonuca dayanarak turistlerin, rehberlerin kültürel değerlerin korunmasına, tanıtımına ve kültürler arası etkileşime katkı yaptığını kabul ettikleri söylenebilir.

3.6.5. Güvenilirlik Analizleri

Faktörleri oluşturan maddelerin ait oldukları faktörlerle ne ölçüde ilişkili olduklarının belirlenmesi amacı ile güvenilirlik analizleri uygulanmıştır. Tablo 10’da bu faktörlerle ilgili güvenilirlik analizi sonuçları görülmektedir.

Tablo 10: Cronbach Alpha Katsayıları

	N	Cronbach's Alpha
PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısı	408	,797
PTR'nin Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkısı	408	,763
PTR'nin Kültürlerarası Etkileşime Katkısı	408	,758
Genel	408	,768

Yapılan güvenilirlik analizlerinde Tablo 10’da görüldüğü gibi test edilen tüm değişkenlerin güvenilirlik katsayıları ,70’in üzerindedir. Bu değerler, ölçeğin güvenilir olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir.

3.6.6. Hipotezleri Test Etmek İçin Varyans Analizi

Araştırmaya ilişkin hipotezleri test etmek için tek değişkenli analiz tekniklerinden biri olan Bağımsız T Testi ve ANOVA testinden faydalanılmıştır. Farklılıkların analizinde iki grubu karşılaştırmak için T Testi, çoklu karşılaştırmalarda varyans analizi için ise ANOVA testi uygulanmıştır.

H1: Turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır. H1 hipotezine bağlı alt hipotezlere ilişkin analiz sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

H1a, H1g ve H1h hipotezleri reddedilmiştir. Anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

H1b: Kapadokya’ya gelen turistlerin yaşları ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu hipoteze ilişkin analiz sonuçları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Yaş Gruplarının Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	14,275	5	2,855	2,922	,013
Grup içi	393,725	403	,977		
Toplam	408,000	408			

Bu hipotezi test edebilmek amacıyla ölçeğin kültürel değerlere katkıya ilişkin puanlarının yaş gruplarına göre ortalamaları arasındaki farkı belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonucunda, kültürel değerlere katkıya ilişkin algılama ile yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. ($p < 0.05$). Bu farklılığın hangi yaş grupları arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın 56-65 yaş arası ile 16-25 yaş, 36-45 yaş ve 46-55 yaş arası gruplardan kaynaklandığı bulunmuştur. Bu sonuca göre; 3.yaş grubundaki turistlerin genç ve orta yaş grubundaki turistlere göre, daha yüksek algı ortalaması ile rehberlerin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığını düşündükleri söylenebilmektedir.

H1c: Kapadokya'ya gelen turistlerin eğitim seviyeleri ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 12: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Eğitim Seviyelerinin Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	9,436	3	3,145	3,196	,023
Grup içi	398,564	405	,984		
Toplam	408,000	408			

H1c hipotezini test edebilmek için ölçeğin kültürel değerlere katkıya ilişkin puanlarının turistlerin eğitim seviyelerine göre ortalamaları arasındaki farkı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, PTR'nin kültürel değerlerin

korunmasına katkısına ilişkin turistlerin algılamaları ile eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. ($p < 0.05$). Bu farklılığın hangi eğitim seviyeleri arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın ilköğretim ve lise eğitimi alan gruplar ile diğer eğitim seviyesindeki gruplar arasında olduğu bulunmuştur. Eğitim seviyesi arttıkça kültür turizmine katılma isteği de artmaktadır. Bu nedenle ilköğretim ve lise eğitimi alanların algılamaları ile diğer eğitim seviyesindeki turistlerin algılamaları arasında farklılık orataya çıktığı görülmektedir.

H1d: Kapadokya'ya gelen turistlerin milliyetleri ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 13: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Milliyetlerinin Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	60,745	8	7,593	8,750	,000
Grup içi	347,255	400	,868		
Toplam	408,000	408			

Hipotezi test edebilmek amacıyla ölçeğin kültürel değerlere katkıya ilişkin puanlarının milliyetlere göre ortalamaları arasındaki farkı belirlemeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, kültürel değerlere katkıya ilişkin algılama ile turistlerin milliyetleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. ($p < 0.05$). Bu farklılığın hangi milliyetler arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın İngilizler ile diğer milliyetler arasında olduğu görülmektedir. Bunun yan sıra Japonlar ile Türkler ve Amerikalılar arasında da anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmıştır.

Buna göre İngiliz turistlerin rehberlerin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algı ortalamalarının daha yüksek olduğu, Japon turistlerin de Türk ve

Amerikalı Turist gruplarına göre daha yüksek ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. İngiliz ve Japon turistlerin diğer turist gruplarına göre rehberlerin kültürel değerlerin korunmasına daha fazla katkı yaptığını düşündükleri söylenebilir.

H1e: Kapadokya'ya gelen turistlerin ziyaret sayısı ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 14: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Ziyaret Sayılarının Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	26,494	4	8,498	8,999	,000
Grup içi	381,506	404	,944		
Toplam	408,000	408			

H1e hipotezini test edebilmek için ölçeğin kültürel değerlere katkıya ilişkin puanlarının turistlerin Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret etme sayılarına göre ortalamaları arasındaki farkı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkısına ilişkin turistlerin algılamaları ile ziyaret sayıları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0.05$). Bu farklılığın kaçınılmaz ziyaretler arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın ilk kez ziyaret edenlerle ikinci kez ziyaret edenler arasında olduğu görülmektedir. İkinci kez ziyaret eden turistlerin rehberi daha ayrıntılı değerlendirdiği ve rehberlere daha olumlu roller yüklediği bu nedenle de rehberin kültürel değerlere daha fazla katkı yaptığını düşündüğü söylenebilir.

H1f: Kapadokya'ya gelen turistlerin yapmış oldukları turun süresi ile PTR'nin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 15: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Turun Süresinin Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	42,202	5	10,301	11,348	,000
Grup içi	365,798	403	,908		
Toplam	408,000	408			

Hipotezi test edebilmek amacıyla ölçeğin kültürel değerlere katkıya ilişkin puanlarının yapmış oldukları turun süresine göre ortalamaları arasındaki farkı belirlemeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, kültürel değerlere katkıya ilişkin algılama ile turistlerin yapmış oldukları turun süresi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. ($p < 0.05$). Bu farklılığın kaç günlük turlar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın 6-7 günlük turlar ile diğer tur süreleri arasında olduğu görülmektedir. Turistlerin tur süresinin artması ile rehberi daha iyi değerlendirebildiği ve rehber ile çıktığı turun süresi ne kadar uzun olursa rehberi o kadar iyi analiz ettiği varsayılmaktadır. Bu sonuca göre de rehber ile daha fazla zaman geçiren turistlerin rehberlerin kültürel değerlerin korunmasına daha fazla katkı yaptığı düşüncesinde oldukları söylenebilir.

Turizm, turistler için çekicilik taşıyan arkeolojik ve tarihi yerlerin korunmasına yardım edebilir ve bu mekanlara ilgi uyanmasını sağlayabilir. Aksi halde, bu yerlerin ve mekanların kötü kullanımı veya kaybolması, böylece kültürel mirasın yok olması söz konusu olabilir (Avcıkurt, 2015, s.56). Turist rehberleri de turistlerle tur süresince birlikte olan turizm çalışanı olarak kültürel değerlerin korunmasından ve bu bilincin turiste aktarılmasından sorumlu olan kişidir. Araştırmanın H1 Hipotezinin test edilmesi ile turistlerin, turist rehberlerinin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamalarının yüksek olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu

algılamalarının ise yaşa, eğitim seviyesine, milliyete, ziyaret sayısına ve turun süresine göre farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmaktadır.

H2:Kapadokya'ya gelen turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır. H2 hipotezine bağlı alt hipotezlere ilişkin analiz sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

H2a, H2b,H2e, H2f hipotezleri reddedilmiştir. Anlamlı bir farklılık bulunamamıştır

H2c: Kapadokya'ya gelen turistlerin eğitim seviyeleri ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 16: PTR'nin Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Eğitim Seviyelerinin Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	17,775	4	5,592	5,789	,001
Grup içi	390,225	404	,966		
Toplam	408,000	408			

H2c hipotezini test edebilmek için ölçeğin kültürel değerlerin tanıtımına ilişkin puan ortalamalarının turistlerin eğitim seviyelerine göre farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkısına ilişkin turistlerin algılamaları ile eğitim seviyeleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0.05$). Bu farklılığın hangi eğitim seviyeleri arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın ilköğretim ve lise mezunu olanlarla diğer eğitim seviyeleri arasında olduğu görülmektedir. Eğitim seviyesinin artması ile kültürel değerlerin algılanması ve değerlendirilmesinin de arttığı bunun sonucunda da turistlerin eğitim seviyelerinin

yüksek olması ile rehberin kültürel değerlerin tanıtıma katkı yaptığına ilişkin algılamasının da arttığı görülmektedir.

H2d: Kapadokya'ya gelen turistlerin milliyetleri ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 17: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Milliyetlerinin Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	26,501	8	3,313	3,474	,001
Grup içi	381,499	400	,954		
Toplam	408,000	408			

Hipotezi test edebilmek amacıyla ölçeğin kültürel değerlerin korunmasına katkısına ilişkin puan ortalamalarının milliyetlere göre farklılık gösterip göstermediği belirlemeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, kültürel değerlerin tanıtımına ilişkin algılama ile turistlerin milliyetleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0.05$). Bu farklılığın hangi milliyetler arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın Türklerin algılamaları ile Koreli, İsveçli ve İngiliz turistlerin algılamaları arasında görülmektedir. Yerli turistlerin yabancı turistlere oranla rehberlerin kültürel değerlerin tanıtımına daha fazla katkı yaptığı algısında oldukları görülmektedir.

H2g: Kapadokya'ya gelen turistlerin hizmet aldıkları rehberin cinsiyeti ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 18: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Rehberin Cinsiyetinin Karşılaştırılması

t	df	Sig.(2-tailed)
-2,971	406	,003
-3,306	236,088	,001

H2g hipotezini test edebilmek amacıyla ölçeğin kültürel değerlere katkıya ilişkin puan ortalamalarının rehberin cinsiyetine göre farklılık gösterip göstermediği belirlemeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan T testi sonucunda, kültürel değerlerin tanıtımına ilişkin algılama ile rehberin cinsiyeti arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bağımsız T testi analizinde t değerleri farklı çıktığında Sig.(2-tailed) değerlerinden 2. satırında yazan değere bakılmaktadır. Bu değer ise 0,05'den küçük olduğu görülmektedir (P=,001). Turistlerin, erkek turist rehberlerinin kültürel değerlerin tanıtımına kadın turistlere oranla daha fazla katkı yaptığı düşüncesinde oldukları söylenebilir.

H2h: Kapadokya'ya gelen turistlerin gelir durumları ile PTR'nin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 19: PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Gelir Düzeylerinin Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	18,063	4	4,516	4,679	,001
Grup içi	389,937	404	,965		
Toplam	408,000	408			

Hipotezi test edebilmek amacıyla ölçeğin kültürel değerlerin korunmasına katkısına ilişkin puan ortalamalarının turistlerin gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediği belirlemeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, kültürel değerlerin tanıtımına ilişkin algılama ile turistlerin gelir düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0.05$). Bu farklılığın hangi gelir grupları arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın 1500TL'den düşük gelire sahip turist grubu ile diğer gelir grubundaki turistler arasında olduğu çıkan bulgular arasındadır. Kültür turizmi gelir düzeyi ortalamasının üzerinde olan turistlerin katılım gösterdiği bir turizm türüdür. Bu

varsayım göz önünde bulundurulduğunda gelir düzeyi 1500TL'nin altındaki turistlerin diğer turist gruplarından farklı algılamalarının olması beklenen bir sonuçtur. Turistlerin gelir düzeyi arttıkça algı ortalamaları da artmaktadır.

Ülkenin tanıtımını yapıp olumlu imaj yaratabilecek kişiler turist rehberleridir. Rehberlerin en önemli görevlerinden birisi, ülkelerinden başka yerlere hiç bir şey bilmeden gelen, ya da başka bölgelerden bilmedikleri bölgelere gelen, yerli-yabancı gruplara ya da kişilere, geldikleri bölge ya da ülke hakkında, insanları, coğrafyası, iklimi vs. hakkında bilgiler verirken, ülkenin tanıtımını yapmak ve imajına katkıda bulunmaktır (Güzel, 2007, s.36). Turist rehberleri kültürel değerlerin tanıtımında en önemli yapı taşlarından biridir. Araştırmanın H2 Hipotezinin test edilmesi ile turistlerin, turist rehberlerinin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin algılamalarının yüksek olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu algılamalarının ise eğitim seviyesine, milliyete, rehberin cinsiyetine ve gelir düzeyine göre farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmaktadır.

H3: Kapadokya'ya gelen turistlerin sosyo-demografik özellikleri ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır. H3 hipotezine bağlı alt hipotezlere ilişkin analiz sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

H3a, H3b, H3c ve H3g hipotezleri reddedilmiştir. Anlamlı bir farklılık bulunamamıştır

H3d: Kapadokya'ya gelen turistlerin milliyetleri ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotezi test edebilmek amacıyla ölçeğin PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkısına ilişkin olan boyutunun puan ortalamalarının milliyetlere göre farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 20: PTR'nin Kùltùrlerarası Etkileşime Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Milliyetlerinin Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	46,360	8	5,795	6,411	,000
Grup içi	361,640	400	,904		
Toplam	408,000	408			

Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, kùltùrlerarası etkileşime katkıya ilişkin algılama ile turistlerin milliyetleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0.05$). Bu farklılığın hangi milliyetler arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın İspanyol turistler ile Japon, Koreli, İsveçli, Türk ve Amerikalı gruplar arasında olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra İngilizlerin algılamaları ile Koreli ve Türk turistlerin algılamaları arasında da anlamlı bir farklılık olduğu çıkan sonuçlar arasındadır.

H3e: Kapadokya'ya gelen turistlerin ziyaret sayısı ile PTR'nin kùltùrlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 21: PTR'nin Kùltùrlerarası Etkileşime Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Ziyaret Sayıları Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	15,710	3	5,237	5,407	,001
Grup içi	392,290	405	,969		
Toplam	408,000	408			

H3e hipotezini test edebilmek için ölçeğin kùltùrlerarası etkileşime katkıya ilişkin puanlarının ortalamaları ile turistlerin Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret etme sayılarına göre farklılık belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, PTR'nin kùltùrlerarası etkileşime katkısına ilişkin turistlerin algılamaları ile ziyaret sayıları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0.05$). Bu farklılığın kaçını ziyaretler arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi

sonucunda, farklılığın üçüncü kez ziyaret edenlerle birinci ve ikinci kez ziyaret edenler arasında olduğu görülmektedir. Ziyaret sayısı ile algı ortalaması arasında farklılık olması sonucunda turistlerin daha fazla ziyaret yaptıkça rehberi daha bilinçli değerlendirdiği söylenebilir.

H3f: Kapadokya'ya gelen turistlerin yapmış oldukları turun süresi ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 22: PTR'nin Kültürlerarası Etkileşime Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Turun Süresinin Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	13,696	4	3,424	3,508	,008
Grup içi	394,304	404	,976		
Toplam	408,000	408			

Hipotezi test edebilmek amacıyla ölçeğin kültürlerarası etkileşime katkıya ilişkin puanın ortalamalarının yapmış oldukları turun süresine göre farklılığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, kültürlerarası etkileşime katkıya ilişkin algılama ile turistlerin yapmış oldukları turun süresi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. ($p < 0.05$). Bu farklılığın kaç günlük turlar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın 6-7 günlük turlar ile diğer tur süreleri arasında olduğu görülmektedir.

H3h: Kapadokya'ya gelen turistlerin gelir durumları ile PTR'nin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotezi test edebilmek amacıyla ölçeğin kültürlerarası etkileşime katkıya ilişkin puan ortalamalarının turistlerin gelir durumuna göre farklılık gösterip göstermediği belirlemeye çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonucunda, kültürlerarası

etkileşime ilişkin algılama ile turistlerin gelir düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0.05$).

Tablo 23: PTR'nin Kültürlerarası Etkileşime Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Gelir Düzeylerinin Karşılaştırılması

	Kareler Toplamı	Sd	Ortalama	F	P
Gruplar arası	10,563	4	2,641	2,684	,031
Grup içi	396,437	403	,984		
Toplam	408,000	408			

Bu farklılığın hangi gelir grupları arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi sonucunda, farklılığın 1501-3000 TL gelir grubu ile 3001-6000 TL gelir grubu arasında olduğu çıkan bulgular arasındadır. Gelir seviyesi arttıkça kültür turizmine katılma isteği de artmaktadır. Bunun sonucunda daha bilinçli turist grupları olmakta ve rehberi değerlendirmeleri de daha farklı olmaktadır.

Turist rehberleri yönettikleri turun başlangıcından sonuna kadar katılımcılara destinasyon hakkında doğru bilgileri aktarmakla, onların sorularına cevap vermek, sorunlarını çözmekle, iyi bir iletişim sağlayıp etkileşim kurmakla yükümlüdürler. Verdikleri bilgiler ışığında turistlerin bir kültür hakkında deneyim kazanmasını, o kültürü anlamasını, yaşamasını ve hissetmesini sağlamaktadır (Zengin ve Eker, 2014, s.13). Profesyonel turist rehberi kültürel değerlerin aktarılmasında ve kültürlerarası arabulucukta en önemli role sahip kişilerden birisidir. Turist rehberi ülkesinin kültür elçisi konumundadır. Araştırmanın H3 hipotezinin test edilmesi ile turistlerin, turist rehberlerinin kültürlerarası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamalarının yüksek olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu algılamalarının ise, milliyete, ziyaret sayısına, turun süresine ve gelir düzeyine göre farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmaktadır.

SONUÇ

Gelişen ve değişen Dünya’da insanların turizm çeşitlerine yönelik talepleri de değişmektedir. İnsanlar alışıldık deniz-kum-güneş talebinden farklı olarak alternatif turizm arayışlarına girmektedir. Farklı yerler görme ve keşfetme arzusunda olan kişiler farklı turizm türlerini talep etmektedir. Alternatif turizm arayışında olan insanlar kültür turizmine yönelmektedir. Kültür turizmi, insanların yeni yerler keşfetme, geçmiş kültürleri öğrenme ve farklı kültürleri görme isteklerini tatmin etmektedir. Değişen turizm talebi ile kültürel miras, kültürel değerler daha ilgi çekici hale gelmektedir. Yeni turizm eğilimleri ile birlikte profesyonel turist rehberlerinin yeri ve önemi de artmaktadır. Turistlerle en çok iletişim halinde olan turist rehberlerinin kültürel aracılık, kültürel tanıtım, kültürler arası uzlaştırmacı ve en önemlisi de kültür elçisi olmak gibi birçok rolü bulunmaktadır. Profesyonel turist rehberleri turistlere kültürel değerleri en iyi şekilde aktaran kişiler olması açısından büyük öneme sahiptir. Bu çalışmanın yapılma nedeni de turist rehberlerinin aktardıkları kültürel değerlere bir kültür elçisi olarak nasıl katkı yaptıklarını incelemektir. Bu araştırmada; ülkemizde kültür turizminin başlıca çekim merkezlerinden biri olan, doğal ve kültürel değerler bakımından Dünya Miras Listesi’ne girmiş olan Kapadokya Bölgesi araştırma alanı olarak seçilmiştir.

Kapadokya Bölgesi’ne gelen yerli ve yabancı turistlere yönelik olarak yapılan çalışmada turistlerin, bir kültür elçisi olan profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere katkısının ne şekilde olduğuyla ilgili algılamaları ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Kapadokya Bölgesi’ni ziyaret eden turistlere Mart ve Nisan aylarında anket

araştırması yapılmıştır. Araştırma sonunda elde edilen sonuçlar ve bu sonuçlar çerçevesinde geliştirilen öneriler aşağıda sunulmaktadır:

Kültür elçisi olarak turist rehberlerinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısına ilişkin turist algılamalarına yönelik yapılan bu araştırma kapsamında; 408 turiste anket uygulanmıştır. Kapadokya Bölgesi'ne gelen turistlerin sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde katılımcıların yaklaşık olarak eşit oranlarda erkek ve kadınlardan oluştuğu gözlenmektedir. Katılımcıların yaş ortalamalarına bakıldığında çoğunluğu 26-35 (% 36,8) yaş aralığındaki turistlerden oluştuğu ve bu yaş aralığını az bir farkla takip edenin ise, 36-45 (%27,2) yaş aralığındaki turistler olduğu görülmektedir. Bu oranlara bakıldığında araştırmaya katılan turistlerin ağırlıklı olarak genç yetişkin yaş grubundaki turistler olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde büyük çoğunluğunun (% 44,9) lisans eğitimi aldığı bunu takip eden çoğunluğun da (%35,8) lisansüstü eğitim aldığı gözlemlenmektedir. Turistlerin çoğunluğunun (%26,7) ortalama aylık gelirinin ise 3000-6000 TL ile 6000-9000 TL arasında olduğu gözlenmiştir. Ankete katılanların milliyetlerinin dağılımına bakıldığında, %78,2 ile (319 kişi) yabancı olduğu, %21,8 ile (89 kişi) yerli turist olduğu saptanmıştır. Kapadokya'yı en çok ziyaret eden ilk 10 milliyet araştırmaya dahil edilmiştir. Bu milliyetler incelendiğinde araştırmaya en fazla katılan 3 milletin Koreli (%17,9), Amerikalı (%14,2) ve Japon (%11,8) turistler olduğu sonucuna varılmaktadır. Literatür araştırmasında görülmüştür ki; kültür turizmine katılan turistlerin profilleri diğer turizm türlerine katılan turistlere göre belli farklılıklar göstermektedir. Kültür turizmine katılan turistlerin öğretim ve gelir düzeyi hatta yaş ortalaması yüksektir. Son yıllarda, satın alma gücü yüksek, eğitilmiş kişilerin farklı kültürleri öğrenme merakı bu turizm türünün gelişmesine katkıda

bulunmaktadır. Araştırmanın sonucunda çıkan bulguların literatürü destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

Turistlerin tatil profillerine bakıldığında çoğunluğun Kapadokya Bölgesi'ne ilk kez geldiği görülmektedir. Büyük çoğunluğunun katılmış oldukları turun süresinin ise 2-3 gün arasında olduğu ve turun rehberinin ise çoğunluğunun erkek rehber olduğu çıkan sonuçlar arasındadır. Kültür turları rehberli olarak çıkılabilecek turların başında gelmektedir. Bu noktada da rehberler, turist ve ziyaret edilen yer arasında bağ kurabilecek kilit isimler olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle turist rehberleri tur süresince turistler için önemli görülmektedir.

Araştırmanın asıl amacına yönelik bölümde, rehberlerin kültürel değerlere katkısının ne şekilde olduğu ve turistlerin demografik özelliklerine göre bu katkıya ilişkin algılamalarında farklılık olup olmadığı ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla verilen ifadeler analiz aşamasında verilen ifadeler gruplandırılarak belli başlıklar altında toplanmıştır

İlk faktör olan turist rehberinin kültürel değerlerin korunmasına katkısı başlığı altında toplam 14 ifade yer almaktadır. Bu faktörün ortalamasına bakıldığında turistlerin rehberin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığı görüşünde olduğu sonucu çıkmaktadır. Turistlere göre bu 14 ifadeden en yüksek ortalamaya sahip olan ise 4,28 ile turist rehberlerinin, kültürel değerlerin korunmasına hassasiyet gösterdikleri yönündeki ifadedir. Bunu 4,27 ortalama ile "turist rehberleri, tarihi ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlar" ifadesi takip etmektedir. Bu sonuçlar da göstermektedir ki turistler rehberlerin kültürel değerlerin korunması için hassasiyet gösterdiğini düşünmektedir. Turistlerin demografik özelliklerine göre turist rehberinin kültürel değerlerin korunmasına ilişkin algılamalarında farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Turistlerin demografik

özellikleri ile turist rehberinin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasındaki karşılaştırmalarda; turistlerin yaşı, eğitim durumu, milliyetleri, ziyaret sayıları ve katılmış oldukları turun süresinin algılarını farklılaştırdığı sonucuna ulaşılrken; cinsiyet, medeni durum, gelir durumu ve rehberin cinsiyeti yönünde fark yaratmadığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre; 56-65 yaşları arasındaki yetişkin, 2. kez Kapadokya'yı ziyaret eden, 6-7 günlük tura çıkmış olan ve yüksek eğitimli turistlerin rehberlerin daha yüksek tercih ortalaması ile kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptıklarını düşündükleri ortaya çıkmıştır. Milliyetlere göre ise İspanyol ve Koreli turistlerin diğer milliyetlerden olan turistlere göre rehberin kültürel değerlerin korunmasına katkısının daha çok olduğunu düşünmektedir. Bu verilerden elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde turist rehberlerinin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptığı, bu konuda sorumlu davranış sergilediği ve turistleri de bu şekilde davranmaya yönlendirdiği görülmektedir.

İkinci faktör olan turist rehberinin kültürel değerlerin tanıtımına katkısı başlığı altında toplam 9 ifade yer almaktadır. Bu faktörün ortalamasına bakıldığında turistlerin, rehberin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığı görüşünde olduğu sonucu çıkmaktadır. Turistlere göre bu 9 ifadeden en yüksek ortalamaya sahip olan ise 4,38 ile ziyaretçilerin gittikleri bölgelerin tarihini ve o ulusa ait değerleri tanımalarında, turist rehberlerine önemli roller düştüğünü belirttiği ifadedir. Bunu 4,27 ortalama ile " Turist rehberleri, kültürel değerlerin tanıtımda önemli bir elçidirler" ifadesi takip etmektedir. Bu sonuçlar da göstermektedir ki turistler, rehberlerin kültürel değerlerin tanıtımı için çaba gösterdiğini düşünmektedir. Turistlerin demografik özelliklerine göre turist rehberinin kültürel değerlerin tanıtımına ilişkin algılamalarında farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Turistlerin demografik özellikleri ile turist rehberinin kültürel değerlerin tanıtımına katkı yaptığına ilişkin

algılamaları arasındaki karşılaştırmalarda; turistlerin eğitim durumu, milliyetleri ve gelir durumu ve rehberin cinsiyetine göre algılarını farklılaştırdığı sonucuna ulaşılrken; cinsiyet, yaş, medeni durum, ziyaret sayısı ve katılmış oldukları turun süresi ve yönünden fark yaratmadığı görülmüştür. Bu sonuçlara göre; yüksek eğitimli, gelir durumu yüksek olan ve erkek turist rehberi ile tura çıkan turistlerin daha yüksek tercih ortalaması ile rehberlerin kültürel değerlerin korunmasına katkı yaptıklarını düşündükleri ortaya çıkmıştır. Milliyetlere göre ise yerli turistlerin diğer milliyetlerden olan turistlere göre rehberin kültürel değerlerin tanıtımına katkısının daha çok olduğunu düşünmektedir.

Üçüncü faktör olan turist rehberinin kültürler arası etkileşime katkısı başlığı altında toplam 8 ifade yer almaktadır. Bu faktörün ortalamasına bakıldığında turistlerin, rehberin kültürler arası etkileşime katkı yaptığı görüşünde olduğu sonucu çıkmaktadır. Turistlere göre bu 8 ifadeden en yüksek ortalamaya sahip olan ise 3,83 ortalama ile turist rehberlerinin, turistler ve kültürel değerler arasında bir bağ oluşturduğunun belirtildiği ifadedir. Bunu 3,78 ortalama ile “Turist rehberleri, destinasyon kültürü ile turist kültürü arasında bir elçidirler” ifadesi takip etmektedir. Bu sonuçlar da göstermektedir ki turistler, rehberlerin kültürler arası etkileşime katkı yaptığını düşünmektedir. Ancak diğer iki faktörün ortalamalarına oranla üçüncü faktör daha düşük bir ortalamaya sahiptir. Bu da göstermektedir ki turistler diğer ikisine oranla bu konuda daha az katkı yapıldığını düşünmektedir. Turistlerin demografik özelliklerine göre turist rehberinin kültürler arası etkileşime katkısına ilişkin algılamalarında farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Turistlerin demografik özellikleri ile turist rehberinin kültürler arası etkileşime katkı yaptığına ilişkin algılamaları arasındaki karşılaştırmalarda; turistlerin milliyetleri, ziyaret sayısı, yapmış oldukları turun süresi ve gelir durumuna göre algılarını farklılaştırdığı

sonucuna ulaşılırken; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi ve rehberin cinsiyeti yönünden fark yaratmadığı grlmştir. Bu sonuçlara göre; gelir durumu yüksek olan, birden fazla ziyaret eden, 6-7 günlük tura çıkan ve gelir seviyesi yüksek olan turistlerin daha yüksek tercih ortalaması ile rehberlerin kültürler arası etkileşime katkı yaptıklarını düşündükleri ortaya çıkmıştır. Milliyetlere göre ise İşpanyol ve İngiliz turistlerin diğer milliyetlerden olan turistlere göre rehberin kültürler arası etkileşime katkısının daha çok olduğunu düşünmektedir. 3 temel faktör çerçevesinde ele alındığında turistlerin algılamalarının milliyete göre farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmaktadır. Bu da literatür taraması sonucunda elde edilen algılamanın milliyetlere, kültürlere göre farklılık gösterdiği bulgusunu desteklemektedir. Her kültürün tatil beklentisi, rehberden beklentisi farklılık göstermektedir.

Araştırma sonuçları doğrultusunda, profesyonel turist rehberlerinin bir kültür elçisi olarak turistlere aktardıkları kültürel değerlere birçok yönden katkı yaptığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle rehberler, kültürel değerlerin korunmasında, tanıtımında ve kültürlerarası etkileşimi sağlamada en önemli kişiler olduklarının bilincinde olmalıdır. Rehberler lkelerinin kültür elçisi oldukları bilinci ile hareket etmelidir. Rehberler tur süresince sadece bilgi vermekle yükümlü olmamakla birlikte ülkelerinin kültürel değerlerine de her yönden katkı yapmakla sorumludurlar. Profesyonel turist rehberi ülkesinin kültürel değerlerini korumada, tanıtımada örnek olacak kişidir. Kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılması ancak iyi bir koruma ile mümkündür.

Turist ile birebir iletişim halinde olan turist rehberlerinin ele alındığı bu araştırma, rehberlerin turistlere aktarmaya çalıştığı kültürel değerlere nasıl katkı yaptığını belirlemek ve bu konuda turistlerin algılamalarını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Rehberlik mesleği ile ilgili birçok çalışma yapılmış ancak turist rehberinin aktardığı kültürel değere ne gibi katkısı olduğuna ilişkin ulusal bir çalışmaya

rastlanmamıştır. Araştırmanın en önemli sonuçlarından biri turistlerin algılamalarının milliyetlere göre farklılık gösterdiği'dir. Bunu iki şekilde yorumlamak mümkündür. Her kültür birbirinden farklıdır ve kültür, çevre gibi unsurlar algılamayı farklılaştırmaktadır. Bununla birlikte her milliyete farklı dillerde o milliyetin dilini bilen rehberler hizmet etmektedir. Rehberlerin milliyet ayrımı yapmaksızın her gruba eşit hizmeti sunması gerekmektedir. Algılamadaki farklılıkların rehberin hizmeti ile ilgili olması mümkündür. Profesyonel turist rehberliği geçmişte sadece kurslara giderek alınan sertifikalarla yapılan bir meslek halindeyken günümüzde 4 yıllık ve 2 yıllık üniversitelerde eğitimi verilmektedir. Profesyonel turist rehberliği eğitimi verilirken kültür ile ilgili konulara dikkat edilmesi gerekmektedir. Yetiştirilen turist rehberlerine kültürel değerlerin korunmasına ilişkin bilinç sağlanmalıdır. Rehber yetiştiren üniversite ve kurumların kültür derslerine yer vermesi bu çalışmanın en önemli önerisidir. Kültürel etkileşim ve kültürel değerlerin turiste en iyi aktarılması için kültür konusunda donanımlı rehberlerin yetiştirilmesi gerekmektedir. Bunlarla birlikte bu işin eğitim almış, donanımlı turist rehberleri tarafından yapılması sağlanmalıdır. Yasal olarak bu hakkı elde etmiş kişilerin bu görevi yapması gerekmektedir. Kaçak olarak görev yapan kişiler kültürel değerler konusunda bilinçsizce hareket etmektedir. Bu nedenle rehberlik denetimlerinin artırılması ve kaçak rehberliğin önüne geçilmesi gerekmektedir.

Araştırma sadece Kapadokya Bölgesi'ni kapsamaktadır. Bundan sonraki araştırmalarda diğer bölgelerde ve kültür turizmi açısından yoğun olarak tercih edilen farklı destinasyonlarda uygulanarak genelleme yapılabilir. Farklı sonuçlar elde edildiğinde ise bölgelerde rehberlik hizmeti verenleri karşılaştırma imkanı olabilir. Ayrıca çalışma turist rehberinin bir kültür elçisi olarak kültürel değerlere katkısını 3 boyutta ele almıştır. Bundan sonraki çalışmalarda bu boyut sayısı artırılabilir ya da

sadece tek boyuta yönelik çalışmalar yapılabilir. Literatür incelendiğinde turist rehberinin ülke imajına katkısının incelendiği görülmektedir. Bu çalışma ile turist rehberinin kültürel değerlere katkısı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda ise turist rehberinin destinasyon tercihine katkısı, seyahat acentası seçimine katkısı veya ziyaret edilen bölgenin yerel kültürüne katkısı gibi konular ele alınabilir. Bu çalışmada, turistlerin kültür elçisi rolü kültürel değerlere doğrudan katkı yaptığı için turist rehberi bir kültür elçisi olarak ele alınmıştır. Yapılacak olan çalışmalarda turist rehberinin diğer rolleri tek tek ya da bütün olarak ele alınabilir. Bütün rollerini içeren bir ölçek geliştirilerek genel bir bakış sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. (1997). *Seyahat işletmelerinde tur planlaması-yönetimi ve rehberliğin meslek olarak seçilmesinin nedenleri üzerine bir uygulama*. Ankara: Varol Matbaası, 145.
- Ahipaşaoğlu, S. (2001). *Turizmde rehberlik*. Ankara: Detay.
- Aksu, M. (2004). *Turistler Ve Destinasyonlarda Sunulan Kültürel Miras Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Troia Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. 7. Baskı. Sakarya: Sakarya.
- Anonymus, K. H. (2005). *Strategies for sustainable community development: developing cultural resources into tourism resources*, Korea Tourism Research Institute, Culturelink.Or.Kr/Doc/Hyongjokim.Doc Kore.
- Ap, J.K. ve Wong, K. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management* 22: 15-63.
- Arınç, P. C. (2002). *Selçuk'ta kültür turizmi*, Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi, İzmir.
- Arslanoğlu, İ. (2001). Kültür ve medeniyet kavramları, *Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, Sayı:15*, 243-255 .
- Avcıkurt, C. (2005). *Turizmde tanıtma ve satış geliştirme*, Sakarya: Değişim.
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm sosyolojisi genel ve yapısal yaklaşım*, 4. Baskı, Ankara: Detay.

- Balcı, A. (2005). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler*. Ankara: Pegem.
- Barutçugil, İ. (2004). *Organizasyonlarda duyguların yönetimi*, İstanbul: Kariyer.
- Batman, O., Yıldırğan, R. ve Demirtaş, N. (2001) *Turizm Rehberliği*, Sakarya: Değişim.
- Black, R. ve Weiler, B. (2005, Mayıs). Quality assurance and regulatory mechanisms in the tour guiding industry: a systematic review . *The Journal Of Tourism Studies Vol. 16(1)*.
- Boniface, P. ve Fowler, P. J. (1993). *Heritage and tourism in the global village*. London: Routledge.
- Bowie, D. ve Chang, J. C. (2005). Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour. *Journal of Vacation Marketing, Vol: 11(4)*, 303-322.
- Craik, J. (2004). *The culture of tourism, Critical concepts in the social sciences*, (Edited by Stephen Williams), Vol. II, New York: Routledge Taylor&Francis Group.).
- Cohen, E., Ifergan M. ve Cohen, E. (2002). A new paradigm in guiding the madrich as a role model, *Annals Of Tourism Research, Vol. 29(4)* sy.
- Çeçen, A. (1996). *Kültür ve politika*, Ankara: Gündoğan
- Çeşmeci, N. (2004). *Türkiye’de paket turların yönetiminde turist rehberlerinin fonksiyonu: yönetsel rollerin tespiti, sorunları ve çözüm önerileri*. Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Çimrin, H. (1995). *Turizm ve turist rehberliğinin abc’si*. Antalya: Akdeniz.
- Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan araştırması. *Journal Of Yasar University, 3(12)*, 815–840.

- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3).
- Değirmencioğlu, Ö. (2001). Türkiye’de turizm rehberliği üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 189–196.
- Dinçer, F.İ. ve Kızılırmak, İ. (1997). *Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık, Nevşehir.
- Dinçer, F. İ. ve Ertuğral, S. M. (2000). Kültürel mirasın korunması ve İstanbul ilindeki tarihi yapıların turizm amaçlı kullanımı üzerine bir deneme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11, 69-78.
- Emekli, G. (2003). *Kültür mirasının kültürel turizm yaklaşımıyla değerlendirilmesi*. Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu, E.Ü. Coğrafya Bölümü Sempozyumları:2 16-18 Nisan, 43-49.
- Emekli, G. (2007). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, Sayı: 15, 51-59.
- Ersoy, F. N. (2002). *Pamukkale arkeolojik ve doğal sit alanında toplum katılım projesi*. II. Turizm Ulusal Bildirileri, T.C. Turizm Bakanlığı, III: Cilt, Ankara.
- Genç, Ö. (1992). *Rehberlik eğitime eleştirel bir yaklaşım*. Turizm Eğitim Konferans-Workshop, Ankara: Yorum Yayın, 215.
- Gülcan, B. (2010). Türkiye’de kültür turizminin ürün yapısı ve somut kültür varlıklarına dayalı ürün farklılaştırma ihtiyacı. *İşletme Araştırmaları Dergisi* 2(1), 99-118.
- Gülersoy, Ç. (1996). Turizm elçilerimiz. *Rehber Dünyası*. Kasım.
- Gültekin, B. (2005). Türkiye’nin uluslararası imajında yükselen değerler. *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi*, 4 (1), 127.

- Günel, V., Alaeddinoğlu F. ve Şahinalp, M. S. (2009). Türkiye'ye yönelik kültürel turizm ve başlıca güzergahlar, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 275-298.
- Güngör, E. (1990). *Türk kültürü ve milliyetçilik*. İstanbul: Ötüken.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Güzel, F. Ö. (2007). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü (alman turistler üzerine bir araştırma)*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt C. (2008). *Turistik ürün çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel.
- Hamengkubowono, X. (1993). Revitalization of culture heritage within the context of tourism. *In universal tourism: Enriching or degrading culture. proceedings of the international conference on culture and tourism*, W. Nuryanti, Ed., 20-29. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hargrove, C. M. (2002). Heritage tourism. *Cultural Resource Managment Bulletin*, 25(1), 10–11.
- Heung, V.C.S. (2008). Effects of tour leader's service quality on agency's reputation and customers' word-of-mouth. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 305–315.
- [Http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14945/profesyonel-turist-rehberligi-yonetmeligi-rg-tarihi-020-.html](http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14945/profesyonel-turist-rehberligi-yonetmeligi-rg-tarihi-020-.html) Erişim Tarihi 14.11.2014
- [Http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14521/profesyonel-turist-rehberligi-yonetmeligi-rg-tarihi-251-.html](http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14521/profesyonel-turist-rehberligi-yonetmeligi-rg-tarihi-251-.html)). Erişim Tarihi 14.11.2014
- [Http://Www.Tdk.Gov.Tr/Index.Php?Option=Com_Gts&Arama=Gts&Guid=Tdk.Gts.5492bbbc22b945.72543368](http://Www.Tdk.Gov.Tr/Index.Php?Option=Com_Gts&Arama=Gts&Guid=Tdk.Gts.5492bbbc22b945.72543368) Erişim Tarihi 17.11.2014

- [Http://Www.Aro.Org.Tr/Rehberin_Rehberi.Asp?Id=5](http://www.Aro.Org.Tr/Rehberin_Rehberi.Asp?Id=5) Erişim Tarihi 25.12.2014
- [Http://İro.Org.Tr/Turist-Rehberligi/Rehberligin-Tarihcesi](http://İro.Org.Tr/Turist-Rehberligi/Rehberligin-Tarihcesi) Erişim Tarihi 25.12.2014
- [Http://www.cekulvakfi.org.tr/proje/cekulun-kulturel-miras-anlayisi](http://www.cekulvakfi.org.tr/proje/cekulun-kulturel-miras-anlayisi) Erişim Tarihi:22.01.2015
- [Http://www.kultur.gov.tr/TR,24295/kultur.html](http://www.kultur.gov.tr/TR,24295/kultur.html) Erişim Tarihi 09.02.2015
- [Http://turk_halkbilimi.gazi.edu.tr/posts/download?id=12925](http://turk_halkbilimi.gazi.edu.tr/posts/download?id=12925) Erişim Tarihi 11.02.2015
- [Http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide](http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide) Erişim tarihi 11.02.2015
- [Http://whc.unesco.org/](http://whc.unesco.org/) Erişim Tarihi 11.02.2015
- [Http://www.myk.gov.tr](http://www.myk.gov.tr) Erişim Tarihi 16.02.2015
- [Http://www.europanostra.org/UPLOADS/FILS/Malta_declaration_Cultural_Tourism.pdf](http://www.europanostra.org/UPLOADS/FILS/Malta_declaration_Cultural_Tourism.pdf) Erişim Tarihi 09.02.2015
- [Http://tuikapp.tuik.gov.tr/turizmapp/cikisyeni.zul?](http://tuikapp.tuik.gov.tr/turizmapp/cikisyeni.zul?) Erişim Tarihi 15.04.2015
- Hu W. (2007). *Tour guides and sustainable development: The case of Hainan, China*. (Doktora tezi) University of Waterloo, China.
- Huang, S., Hsu, 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(3).
- Jansen-Verbeke, M. (1997). *Urban tourism managing resources and visitors*. Tourism Development And Growth. London
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2012). *Turizm ve çevre*. 5. Baskı, Ankara: Detay.
- Karamustafa, K. ve Çeşmeci, N. (2006). Paket tur operasyonlarında turist rehberlerinin karşılaştığı yönetsel sorunlar üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 70–86

- Kirkpınar, L. (2006). Türk devrimi'nin kültür kuramı açısından bir değerlendirmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri Ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü Çıttad(Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları) Dergisi*, 5(13), 51–58.
- Koçel, T. (1998).*İşletme yöneticiliği, yönetim ve organizasyon, organizasyonlarda davranış, klasik-modern-çağdaş yaklaşımlar*. İstanbul : Beta, 397.
- Kong, H., Cheung C. ve Baum T. (2009). Are tour guides in china ready for thebooming tourism industry. *Journal of China Tourism Research*, 5, 65–76.
- Korkmaz, S., Temizkan S. P. ve Temizkan, R. (2010). Profesyonel turist rehberlerinin turizm pazarlamasındaki rolü ve hizmetiçi eğitim seminerlerinin pazarlama açısından içerik analizi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(1).
- Kozak, N. (2002). *Genel turizm bilgisi*. M.A. Kozak (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- Köroğlu Ö. , Köroğlu A. ve Bilge A. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 131-139.
- Köroğlu, Ö. (2013). Turist rehberlerinin iş yaşamındaki rolleri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 16, 91-112.
- Leclerc, D ve Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: french, german and american tourists' perceptions. *International Journal Of Intercultural Relations*, 28(3), 181-200.
- Luoh, H. ve Tsaur, S. (2014). The effects of age stereotypes on tour leader roles. *Journal of Travel Research*, 53, 111.
- Mckercher, B. ve Cros, H. (2002). *Cultural tourism, the partnership between tourism andcultural heritage management*. Newyork: The Howart Press.

- Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması*, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını.
- Oschell, C. M. (2009). *The development and testing of a relational model of competence in the context of guided nature-based tourism*. (Doktora Tezi), Montana: The Universty of Montana.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm coğrafyası: özellikler, bölgeler*. İstanbul: Çantay.
- Özünel, E. Ö. (2011). Kültür turizminde “yöresel” ve “otantik” olanı sorgulamak ve tüketilmiş mekânları yeniden üretmek üzerine. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic* Volume 6(4), 255-262.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm kültür turizmi*. İstanbul: İletişim
- Plawin, P. (2003). *Careers for travel buffs & other restless types*. USA : Mcgraw-Hill.
- Polat, T. (2001). *Seyahat işletmelerinde, profesyonel turist rehberliği, rehberlik mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir alan araştırması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Rabotić, B. (2008). *Tourist guides as cultural heritage interpreters: belgrade experience with municipality-sponsored guided walks for local residents*. MSc. The Proceedings Book of the International Tourism Conference 'Cultural and Event Tourism: Issues & Debates', Alanya, Turkey. 213-233.
- Rabotic, B. (2010). *Professional tourist guiding: the importance of interpretation for tourist experiences*. 20th Biennial International Congress: New Trends in Tourism And Hotel Management, Opatija (Croatia), 06.

- Rabotic, B. (2011a). American tourists' perceptions of tourist guides in Belgrade. *UTMS Journal of Economics* 2 (2), 151–161.
- Rabotic, B. (2011b). *Tour guiding as profession: perceptions and self-perceptions of guides in serbia*. 2nd IRFGT (International Research Forum on Guided Tours). University of Plymouth (Plymouth, UK), April 7-9.
- Randall, C ve Rollins, R. (2005). *Role of the tour guide in national parks*. Eleventh Canadian Congress on Leisure Research, May 17-20, Nanaiami, Canada, 115.
- Ratz, T. ve Puczko, L. (1999). *A world hentage industry? Tourism at Hungarian world heritage sites*. Cross Gazes At The Heritage Concept Worldwide At The End Of The 20th Century Symposium, Paris Iv- Sorbonne.
- Richards, G. (2001), *Cultural attractions and european tourism*. Newyork: CABI Publishing.
- Robbins, S. ve Timothy A. J. (2012). *Örgütsel davranış*. Çeviren: Prof. Dr.İnci Erdem. İstanbul: Nobel.
- Soysal, İ. (1985). İletişim inkılabı ve milli kültür. *Erdem Dergisi*, 1(1).
- Şen, A. (2010). Turizm insanlık tarihi kadar eski. *Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Dergisi*, Sayı 299, 6–11.
- Tetik, N. (2006). *Türkiye'de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Toker, A. (2011). *Kültür turizminin sürdürülebilirliğinde profesyonel turist rehberlerinin rolü: Ankara örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Tosun, C. ve Temizkan, R. (2004). *Türkiye'nin dış tanıtımın ve ülke imajında turist rehberlerinin rolü*. I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 351-264.

- Tunç, A. (2003). Dünyadaki Türkiye imajının turizm sektörüne etkisi ve bir uygulama. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:1*, 39.
- Turhan, M. (2010). *Kültür değişimleri (sosyal psikoloji bakımından bir teknik)*. 6. Baskı. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı.
- Usal, A. ve Kuşluvan Z. (2002). *Davranış bilimleri, sosyal psikoloji*, İzmir: Barış.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin kültürel miras üzerine etkileri: Beypazarı/Ankara örneğinde yerel halkın farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi (3)3*, 305-314.
- Usta Ö. (2012). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay.
- Usta, Ö. (1992). *Turizm*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Wong, J. Y. ve Wang, C. H. (2009). Emotional labor of the tour leaders: An exploratory study. *Tourism Management, 30*, 249–259.
- Yazıcıoğlu, İ., Tokmak, C. ve Uzun, S. (2008). Turist rehberlerinin rehberlik mesleğine bakışı. *Üniversite ve Toplum Dergisi, 8(2)*.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(1)*, 33–44.
- Yıldırım, S. ve Lütfi, A. (1997). *Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü*. Hafta Sonu Semineri IV, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu Nevşehir, 85.
- Yılmaz, İ. (2012). *Nevşehir’in kültür turizmi kaynakları, pazarlama sorunları ve çözüm önerileri*. 2.Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu, 20-22 Eylül, Aksaray Üniversitesi.
- 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*, 87.

- Yu, X., Weiler, B. ve Ham, S. (2004). Cultural mediation in guided tour experiences: a case study of Australian guides of chinese tour groups. *Department of Management Working Paper Series*, 44/04, (14.01.2015) <http://www.buseco.monash.edu.au/mgt/research/working-papers/2004/wp44-04.pdf>.
- Zengin, B. ve Eker, N. (2014). *Alternatif turizm kapsamunda kültür turizminin srdrlebilirliğinde turist rehberlerinin rolü: bir uygulama*. XIII. Geleneksel Turizm Paneli, 11 Nisan 2014, İstanbul.
- Zhang, H. Q. ve Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25, 81–91.

EKLER

Ek 1: Türkçe Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu anket; Profesyonel Turist Rehberlerinin kültür elçisi rolünün kültürel değerlere katkısını ortaya koymak amacıyla oluşturulmuştur. Verilen cevaplar, bilimsel amaçlar doğrultusunda, gizlilik ilkelerine bağlı kalınarak değerlendirilecektir. Soruları dikkatlice okuyup size en yakın gelen cevabı veriniz. Araştırmanın başarıya ulaşması, sizlerin sorulara tam ve doğru olarak cevap vermenizle mümkün olacaktır. İlginize teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Zeynep ASLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi
z.aslan@nevsehir.edu.tr

Arş. Gör. Zeynep ÇOKAL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi
zeynepkabaoglu@nevsehir.edu.tr

A) Demografik Sorular

1. Cinsiyetiniz?

Kadın Erkek

2. Yaşınız?

16–25 26–35 36–45

46–55 56–65 65+

3. Eğitim Durumunuz?

İlköğretim Lise Lisans Eğitimi Lisansüstü Eğitim

4. Medeni Durumunuz?

Evli Bekâr

5. Milliyetiniz?

Japon Koreli İspanyol

İsveçli İtalyan İngiliz

Amerikalı Alman Diğer.....(Lütfen Belirtiniz)

6. Kapadokya'yı kaçınıcı ziyaretiniz?

İlk ziyaretim 2. 3.

Daha fazla.....(Lütfen Belirtiniz)

7. Yapmış olduğunuz turun süresi?

1 günlük 2-3 Günlük 4-5 Günlük

6-7 Günlük 8 ve daha fazlası

8. Rehberinizin Cinsiyeti?

Kadın Erkek

9. Toplam aylık geliriniz?

1500 TL'den Az 1501-3000 TL Arası 3001 – 6000 TL Arası

6001 – 9000 TL Arası 9001 TL ve Üstü

Soru No	İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Turist rehberleri, tarihi ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasını sağlar					
2	Ziyaretçilerin gittikleri bölgelerin tarihini ve o ulusa ait değerleri tanımalarında, turist rehberlerine önemli roller düşer					
3	Turist rehberleri, kültürel değerlerin turizm yoluyla maddi değer kazanmasında etkin değildirler					
4	Turist rehberleri, kültürel değerlerin tanıtımında önemli bir elçidirler					
5	Turist rehberleri, katılımcıların kültür turizmini tercih etmelerinde etkilidirler					
6	Turist rehberleri, ülkeler arasındaki kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında önemli değildirler					
7	Turist rehberleri, kültürel değerlerin korunmasında hassasiyet gösterirler					
8	Turist rehberleri, kültürel değerleri koruma bilinci oluşturmaya yardımcı olurlar					
9	Turist rehberleri, kültür turizminin gelişimi için toplum hizmetleri yapılmasını teşvik ederler					
10	Turist rehberleri, kültürel değerleri, ziyaretçilere eğlendirici bir biçimde aktarmazlar					
11	Turist rehberleri, turistlerin farklı kültürler hakkında deneyim kazanmalarını ve onların diğer kültürleri görmelerini, duymalarını ve hissetmelerini sağlarlar					
12	Turist rehberleri, geleneksel Türk imajını yansıtmada önemli bir role sahiptirler					
13	Turist rehberleri, turistlerin, ziyaret edilen yerlerde çevresel açıdan sorumlu davranışlar sergilemelerini sağlarlar					
14	Turist rehberleri, kültürel değerlerin gerçeğe en yakın yorumlanmasından sorumludurlar					
15	Turist rehberleri, turistler ve kültürel değerler arasında bir bağ oluştururlar					
16	Turist rehberleri, turistlerin, kültürel varlığı tanımalarında ve yorumlamalarında önemlidirler					
17	Turist rehberleri, ziyaretçilerin gidilen bölgelerdeki otantik yerel ürünleri tüketmelerinde etkili olurlar					
18	Turist rehberleri, popüler değerleri etnik kültürlere aktarmayı sağlarlar					
19	Turist rehberleri bir kültürü yorumlayamaz					
20	Turist rehberleri, destinasyon kültürü ile turist kültürü arasında bir elçidirler					
21	Turist rehberleri, kültürel tutumların şekillendirilmesinde etkili değildirler					
22	Turist rehberleri, seyahat organizasyonlarında, turist ile yerel halk arasındaki iletişimi sağlarlar					
23	Turist rehberlerinin, kültürlerarası empati oluşturmak gibi bir misyonları yoktur					
24	Turist rehberleri, ziyaretçilerin, yerel kültürün düşünce tarzına ters düşmelerine neden olurlar					
25	Turist rehberleri, gidilen bölgenin gelenek ve göreneklerinin tanıtımında önemli rollere sahiptirler					
26	Turist rehberlerinin, kültürler arasında denge kurmaları gerekmez					
27	Turist rehberlerinin yabancı dil bilgisi kültürel aracılıkta etkili değildir					
28	Turist rehberlerinin farklı kültürleri doğru yorumlamaları, ziyaretçilerin bu farklılığı anlamalarında önemlidir					
29	İyi bir turist rehberi; 'kültürel deneyimler kazanma'nın, ziyaretçiler açısından temel beklenti olduğunu bilir					
30	Turist rehberleri, yörenin kültürünü, geleneklerini, somut ve soyut diğer tüm değerlerini ziyaretçilere öğretmede önemlidirler					
31	Turist rehberleri, kültürel uyumsuzlukları gidermek için uğraşmazlar					

Ek 2: İngilizce Anket Formu

Dear Participant,

This survey is prepared to reveal the contribution of the cultural envoy role of Professional Tour Guides to cultural values. Your answers will be used for scientific purposes only, and will be assessed confidentially. Please, read the questions carefully, and choose the alternative that is most convenient to you. The success of the survey is very much dependent on your answers. Thank you for your concern.

Professor Zeynep ASLAN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi
z.aslan@nevsehir.edu.tr

Research Assistant Zeynep ÇOKAL
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Fakültesi
zeynepkabaoglu@nevsehir.edu.tr

A) Demographic Questions

1. Gender?

Female Male

2. Age?

16–25 26–35 36–45

46–55 56–65 65+

3. Educational Background?

Primary School High School Undergraduate Postgraduate

4. Marital Status?

Married Single

5. Nationality?

Japanese Korean Spanish

Swedish Italian English

Turkish American German

Other.....(Please specify)

6. How many times have you visited Cappadocia?

Once Twice Three times

More.....(Please specify)

7. Duration of your tour?

1 day 2-3 days 4-5 days

6-7 days 8 and more

8. Gender of Your Guide?

Female Male

9. Total Monthly Income?

Less than €500 Between € 501 –1000 Between € 1001 – 2000

Between € 2001 – 3000 € 3001 and more

Please tick the box which is most convenient to you

Soru No		Strongly Disagree	Disagree	No idea	Agree	Strongly Agree
1	Tour guides help historical and cultural values to be handed down to next generations.					
2	Tour guides play a significant role in helping visitors have knowledge about history of the region they visit, and assets of that nation.					
3	Tour guides are not influential in cultural values to gain material value through tourism.					
4	Tour guides are important envoys in the publicity of cultural values					
5	Tour guides are effective in participants' preferring cultural tourism					
6	Tour guides are not important in intercultural interactions between countries					
7	Tour guides are sensitive in the protection of cultural values					
8	Tour guides help create awareness in the protection of cultural values					
9	Tour guides encourage the formation of community services for the development of cultural tourism					
10	Tour guides do not convey cultural values to visitors amusingly					
11	Tour guides help tourists gain experience in different cultures and help them see, hear, and feel other cultures					
12	Tour guides have a significant role in reflecting traditional Turkish image					
13	Tour guides help tourists exhibit responsible behaviours in terms of environmental consciousness in the places they visit					
14	Tour guides are responsible for the interpretation of cultural values in a realistic way					
15	Tour guides establish a bond between tourists and cultural values					
16	Tour guides are important in tourists' appreciation and interpretation of cultural values					
17	Tour guides are influential in the visitors' consumption of authentic local products in the places they visit					
18	Tour guides transfer popular values to ethnic cultures					
19	Tour guides cannot interpret a culture					
20	Tour guides are envoys between tourist culture and destination culture					
21	Tour guides are not influential in shaping cultural attitudes					
22	Tour guides establish communication between tourists and local people in travel organizations					
23	Tour guides do not have a mission to establish empathy between cultures					
24	Tour guides cause visitors to contradict the local people's way of thinking					
28	Tour guides have a significant role in the promotion of customs and traditions of the places of destination					
26	Tour guides do not need to balance between cultures					
27	Tour guides' knowledge of foreign languages is not effective in cultural mediation					
28	Tour guides' authentic interpretation of different cultures is important in visitors' appreciation of this difference					
29	A good tour guide knows that fundamental expectation for visitors is to gain cultural experience					
30	Tour guides are important in enlightening visitors on local culture, traditions, and all other abstract and concrete values					
31	Tour guides do not try to remove cultural differences					

ÖZGEÇMİŞ

Zeynep ÇOKAL

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Yüksek Lisans

Eğitim

Lisans	2012	Gazi Üniversitesi / Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Öğretmenliği
Önlisans	2009	Uludağ Üniversitesi / Turizm Rehberliği
Lise	2006	Mudanya Sami Evkuran Anadolu Lisesi

İş Deneyimi

Araştırma Görevlisi 2013- Nevşehir Hacıbektaş Veli Üniversitesi

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri/ yılı: İstanbul / 02.02.1988

Cinsiyet: Kadın

Yabancı dil: İngilizce