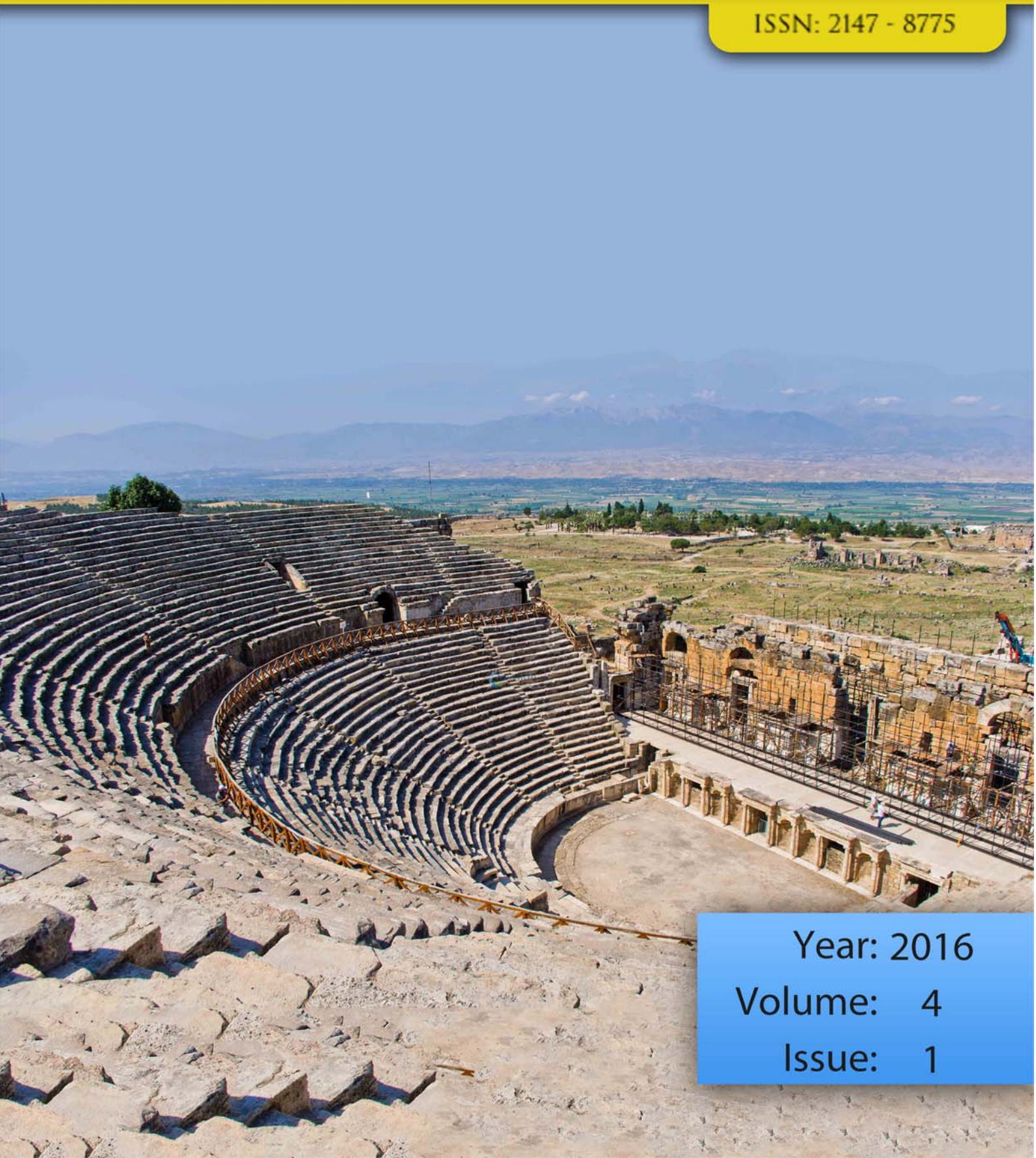




JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES

WWW.JOTAGS.ORG

ISSN: 2147 - 8775



Year: 2016

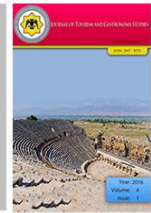
Volume: 4

Issue: 1



Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



ISSN: 2147-8775

2016

Volume4

Issue1

ABOUT THIS JOURNAL

Journal of Tourism and Gastronomy Studies is an academic, refereed and online journal publishing research, review, and theoretical articles in the field of tourism and gastronomy. The journal is published four times a year. The articles to be submitted should be in English or Turkish. Journal of Tourism and Gastronomy Studies welcomes articles from different institutions and countries. All manuscripts submitted to the Journal of Tourism and Gastronomy Studies is sent to the referees after the initial review of the editorial board with respect to formatting and content. Manuscripts must be submitted in accordance with the style of writing specified in the book of "The Publication Manual of the American Psychological Association (5th edition).

Web Adress

www.jotags.org

Chairman of The Editorial Board

Kurban ÜNLÜÖNEN (Ph.D.)

Editor in Chief

İrfan YAZICIOĞLU (Ph.D.) editor@jotags.org

The Members of The Editorial Board

R. Pars ŞAHBAZ (Ph.D.)

Fügen DURLU ÖZKAYA (Ph.D.)

Menekşe CÖMERT (Ph.D.)

Hakan KOÇ (Ph.D.)

Aybuke CEYHUN SEZGİN

Ahmet TAYFUN

Alper İŞİN

Burcu KOÇ

Abstracting&Indexing

Index Copernicus International

Asos Index

Global Impact Factor (GIF)

International Scientific Indexing

Universal Impact Factor

Scholarsteer (Scholarly Information)

Acar Index

Address

Gazi University

Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts

06830 Gölbaşı / Ankara, TURKEY

BOARD OF REFEREES

Ahmet TAYFUN, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Türkiye, tayfun@gazi.edu.tr

Ali YAYLI, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Türkiye, yayli@gazi.edu.tr

Alptekin SÖKMEN, Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye, asokmen@gazi.edu.tr

Arzu KILIÇLAR, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Türkiye, karzu@gazi.edu.tr

Azize TUNÇ, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Türkiye, azize@gazi.edu.tr

Badar Alam İkbāl, Monarch Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ticaret Bakanlığı, İsviçre, adar.iqbal@fulbrightmail.org

Bahattin ÖZDEMİR, Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, bahattin@akdeniz.edu.tr

Burhan KILIÇ, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yiyecek-İçecek İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, bkilic@mu.edu.tr

Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, ctopaloglu@mu.edu.tr

Demet KOCATEPE, Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Yiyecek-İçecek İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, dkocatepe@sinop.edu.tr

Ebru GÜNEREN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye, ebruguneren@nevsehir.edu.tr

Ece KONAKLIOĞLU, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Türkiye, ece@gazi.edu.tr

Evren GÜÇER, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Türkiye, evrengucer@gazi.edu.tr

Fulya SARPER, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Türkiye, afulya@gazi.edu.tr

Gonca GÜZEL ŞAHİN, Atılım Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, guzel@atilim.edu.tr

Gürkan AKDAĞ, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, gurkanakdag@mersin.edu.tr

H. Dilek SEVİN, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Türkiye, dsevim@gazi.edu.tr

Hulusi DOĞAN, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yiyecek-İçecek İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, hulusidogan@mu.edu.tr

Ionel BOSTAN, Al. I.Cuza Üniversitesi, Romanya, ionel_bostan@yahoo.com

Kemal BİRDİR, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, kemalbirdir@mersin.edu.tr

Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, karamustafa@erciyes.edu.tr

M. Mithat ÜNER, Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye, mithatuner@gazi.edu.tr

Muhammed Arkam, Poonch Üniversitesi, Pakistan, makram_0451@yahoo.com

Muhammed Ziya-ur-Rehman, Modern Diller Ulusal Üniversitesi, Pakistan, mziaurre@student.bradford.ac.uk

Murat BAYRAM, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, mbayram@pau.edu.tr

Murat KIZANLIKLI, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Türkiye, muratkizanlikli@gazi.edu.tr

Nevin ŞANLIER, Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Türkiye, ntekgul@gazi.edu.tr

Nebojsa Pavlovic, Lise "Djura Jaksic", Raca, Sırbistan, racapn@gmail.com

Noor Mohammad, Multi Medya Üniversitesi, Malezya, noormmu2011@gmail.com

Nurten ÇEKAL, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, ncekal@pau.edu.tr

Onur GÖRKEM, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, ogorkem@pau.edu.tr

Osman ÇALIŞKAN, Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, ocaliskan@akdeniz.edu.tr

Peide Liu, Shandong İktisat Üniversitesi, Çin, peide.liu@gmail.com

R. Pars ŞAHBAZ, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Türkiye, pars@gazi.edu.tr

Rafikul İSLAM, Uluslararası İslam Üniversitesi Malezya, Malezya, rislam@iiu.edu.my

Recai M. YÜCEL, Albany New York University, ABD, recaiyucel@mac.com

Reynaldo Gacho SEGUMPAN, Universiti Utara Malezya, Malezya, segumpan@gmail.com

Sedat YÜKSEL, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Umman, sedatyuksel@gmail.com

Semih ÖZKAN, Alanya HEP Üniversitesi, Türkiye, sozkan1@yahoo.com

Serkan BERTAN, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, sbertan@pau.edu.tr

Sevil BÜLBÜL, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Türkiye, sevilbulbul@gazi.edu.tr

Subbash C. Sharma, Jai Narain Vyas University, Hindistan, subhashchandrasharma@gmail.com

Suzan Şeren KARAKUŞ, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Türkiye, suseren@gazi.edu.tr

Umut AVCI, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı, Türkiye, aumut@mu.edu.tr

Ümmühan BAYRAM, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, ubayram@pau.edu.tr

Vinod Kumar Singh, Gurukul Kangri'nin Üniversitesi, Hindistan, drvksingh1969@gmail.com

Yalçın ARSLANTÜRK, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Türkiye, arslanturk@gazi.edu.tr

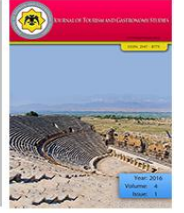
Yüksel ÖZTÜRK, Gazi Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Türkiye, oyuksel@gazi.edu.tr

Zeynep ASLAN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakóltesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye, z.aslan@nevsehir.edu.tr



Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



ISSN: 2147-8775

2016

Volume 4

Issue 1

www.jotags.org

Contents

Likes and Dislikes of Local Foods Among Young International Volunteers in Ghana

Francis Eric AMUQUANDOH.....3-13

Relationship Between Mobbing and Intention to Leave in Hotel Industry

Serkan AYLAN, Hakan KOÇ.....14-20

A Study For the Evaluation of Alternative Tourism Opportunities in Fethiye Destination

Özgür ÖZER, Mehmet AVCI, Nihat KARAKUŞ.....21-26

An Evaluationary Work on Two Prevailing Research Methods: SEM and MR in the Context of Food Tourism

Gülşah AKKUŞ.....27-30

Latin Amerika Uygarlıklarının Mirası Kakaonun Tarihçesi ve Çikolataya Dönüşümü (The History of Cacao as the Heritage of Latin American Civilizations and Conversion to Chocolate)

Fügen DURLU ÖZKAYA, Tolga ÖZKAPTAN.....31-41

ISSN: 2147-8775

Türk Tatlı Kültüründe Türk Lokumunun Yeri (The Place of Turkish Delight (Lokum) in Turkish Sweet Culture)

Ali BATU, Heysem Suat BATU.....42-52

Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları (Tourists' Perception of Professional Tourist Guide's Contribution to Cultural Values)

Zeynep ASLAN, Zeynep ÇOKAL.....53-69

Potansiyel İş görenler Açısından İşveren Markası Algısı: Akdeniz Üniversitesi Turizm Öğrencileri Örneği (Employer Brand Perception in terms of Potential Employees: Sample of Akdeniz University Tourism Students)

Ebru GÖZEN.....70-80

Gastronomi Turizmi Kapsamında Aksaray İli Güzelyurt (Gelveri) Yöresel Mutfağının Unutulmaya Yüz Tutmuş Tatlarının Değerlendirilmesi (Evaluation of Aksaray Güzelyurt (Gelveri) Local Cuisine Tastes Which is About Forgotten Scope of Gastronomy Tourism)

Yusuf ACAR.....81-86

Yerli Gastroturistlerin Eğitim Seviyeleri ve Yaş Gruplarına Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları: Gaziantep'i Ziyaret Eden Gastroturistler Üzerine Bir Araştırma (Participation of Local Gastrotourists to Gastronomy Events and Activities According to the Education Levels and Age Groups: A Research on Gastrotourists Visiting Gaziantep)

Şaban KARGİGLİOĞLU, Atilla AKBABA.....87-95

Mevlevilikte Mutfak Kültürü ve Ateşbaz-ı Veli Makamı (Culinary Culture and Ateşbaz Veli Chair in Mevleviyeh)

Mustafa AKSOY, Ayşenur Burcu AKBULUT, Nurhayat İFLAZOĞLU.....96-103



Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları (Tourists' Perception of Professional Tourist Guide's Contribution to Cultural Values)

Zeynep ASLAN^a, *Zeynep ÇOKAL^a

^aNevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guiding, Nevşehir / Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:03.12.2015

Kabul Tarihi:19.02.2016

Anahtar Kelimeler

Profesyonel turist rehberi

Kültür elçisi

Kültürel değerler

Öz

Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında birçok turizm türü bulunmaktadır. Kültür turizmi bu çeşitlilik kapsamında ilk sıralarda yer alan ve ikamesi olmayan bir turizm türüdür. Kültür turizmine katılan turistlerin temel motivasyon kaynağı ise kültürel değerler ve kültürel mirastır. 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. Turist rehberleri ülkelerinin kültür elçisi olmasının yanı sıra, turistlere aktardıkları kültürel değerlere karşı da sorumluluk taşımaktadır. Buradan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmada profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere ne şekilde katkısının olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda Kapadokya Bölgesi'ni ziyaret eden yerli ve yabancı 408 turiste anket uygulanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler istatistikî yöntemlerle analiz edilmiştir. Yapılan bu analizler 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.

Keywords

Professional tourist guide

Cultural ambassador

Cultural values

Abstract

There are many tourism products in the scope of tourism product diversification. Cultural tourism is one of the primary products among these and also a non-replaceable tourism product. The basic sources of motivation for tourists who participate in cultural tourism are cultural values and cultural heritage. For this reason, the preservation and sustainability of cultural values which are the main attraction of cultural tourism are of great importance. Professional tourist guides are among those who are expected to make this contribution to cultural values. Besides being cultural ambassadors of their countries, tourist guides also have the responsibility for the cultural values they convey to tourists. With this study which has been carried out with this point of view, it is aimed to determine how the professional tourist guide contributes to cultural values. Questionnaires were applied to 408 domestic and foreign tourists who visited Cappadocia region. Data collected through survey were analyzed with statistical methods. Through these analyses, it was aimed to evaluate how the tourist guide contributed the cultural values. In the scope of this research, it was determined that the professional tourist guide contributed to intercultural interaction and the preservation and promotion of cultural values as a cultural ambassador.

* Sorumlu yazar

zeynepkabaoglu@nevsehir.edu.tr (Z. Çokal)

GİRİŞ

Sanayi devrimi sonrası; boş zamanın ve gelir düzeyinin artması, teknolojik gelişmeler gibi birçok etken turizmde olan talebi arttırmıştır. Turizm hareketliliğinin başladığı ilk dönemlerdeki artış deniz-kum-güneş tatil anlayışına yol açmış ancak zamanla turizm türlerinde birçok alternatif ortaya çıkmıştır. İnsanlardaki merak unsuru, farklı kültürleri görme, tarihi yerleri ziyaret etme arzusu kültür turizmine olan ilgiyi arttırmıştır. Bu gelişmelerle birlikte kültür turizmi günümüzde en çok tercih edilen turizm türlerinden biri haline gelmiştir.

Kültür turizmine katılan turistlerin genelde eğitim düzeylerinin yüksek, yeni bilgiler öğrenme isteklerinin fazla olduğu görülmektedir. Kültür amaçlı seyahatlerde gidilen bölgeleri en iyi şekilde anlamak ve öğrenmek ise ancak turist rehberleri aracılığı ile olmaktadır.

Turist rehberleri, turistlerin 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). Profesyonel turist rehberi ülkesinin tarihi ve 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 bir diğer amaç ise; turistlerin profesyonel turist rehberini ne derece kültür elçisi olarak algıladıklarını ve turist rehberlerinin kültürel değerlere katkısının ne yönde olduğunu belirlemektir. 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 tanıttacak ve onlara gezileri süresince yardımcı olacak ve doğru bilgiler verebilecek kişi" olarak tanımlanmaktadır (www.kulturturizm.gov.tr). Turist rehberleri turistlerin tur organizasyonundan ve seyahat deneyimlerinden memnun kalmasının yanı sıra, bölge ve ülke imajının oluşturulup tanıtılması konusunda son derece önemli bir rol oynamaktadır (Tosun ve Temizkan, 2004:359). Literatürdeki ve mevzuattaki tanımların ortak noktası rehberin turiste hizmet veren olmakla birlikte turist ile destinasyon arasındaki en önemli aracı ve bağ olduğudur.

Profesyonel turist rehberi olabilmek için birçok 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 orijinali Eric Cohen tarafından 1985 yılında yapılmış olduğu çalışmada açıklanmıştır. Eric Cohen turist rehberliğini bilimsel olarak ele alan kişilerden biridir (Rabotić, 2008:213-233). Literatür taraması sonucunda profesyonel turist rehberinin mesleki olarak; aktör, aracı, bilgilendirme, sorumlu davranış gösterme, liderlik, ülke imajına katkı sağlama, yol gösterme, satış elemanı, tur

yöneticisi, yorumcu, danışman, erişim kolaylaştırıcı ve kültür elçisi rolü olduğu görülmektedir.

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 çalışmada ise profesyonel turist rehberinin rollerinden biri olan kültür elçisi rolünün kültürel değerlere katkısı incelenerek turistlerin görüşleri ele alınmaktadır.

Kültürel Değerler ve Kültürel Miras 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, 1993:25). Doğal öğelerde ise; mirasa dahil olan kır yerleri, parklar, dağlar, nehirler, adalar, bitki örtüsü ve fauna bulunmaktadır (Ratz ve Puczko, 1999:1). 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 yapıldığı görülmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır (Arınç, 2002:108):

- 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 vb. buna örnektir.
- Tarihi dini mekanlar, 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.

Kültür turizminin temelini oluşturan kültürel değerler kültürel miras olarak ele alınmaktadır. 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 aklı 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, 2011:255-262).

Somut kültürel miras, geçmiş ve çağdaş kültür miraslarından olan ören yerlerine ve müzelerine sahip destinasyonlarda temel belirleyici durumundadır (Gülcan, 2010:99-118). Somut kültürel miras alanları UNESCO Dünya Mirası varlıkları listesine girdiğinde hem koruma altına alınmakta hem de daha fazla ziyaretçi sayısına ulaşmaktadır. 2014 yılı itibarıyla 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	Neveşehir
Divriği Ulu Camii 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 Beyzağ Alanı	22 Haziran 2014	İzmir
Efes	29 Haziran 2015	İzmir
Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri	4 Temmuz 2015	Diyarbakır

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

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.

Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlerin Aktarımındaki Rolü

Yerel mirası yorumlama, yaşayan kültür, değerler ve genel olarak kültürel kimlik, çağdaş turist rehberinin anahtar

bileşenidir. Turist rehberleri diğer turizm çalışanlarından farklı olarak sürdürülebilir turizmin çıkarlarını korurken turistlerle yakınlık kuran, yoğun ve turistlerle yüz yüze iletişim halinde olan kişilerdir. Turist rehberleri kendi destinasyonlarında turizm elçisi olarak adlandırılır (Rabotic, 2010:6).

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 tanıtmaya rolünü üstlenmektedir. Bir turist rehberi, turistlerin gördüklerini yorumlayan, tur programındaki farklı yerlerde turistlere eşlik eden biri olarak kültür aracısı olmaktadır (Toker, 2011:47).

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 zorluklarını yaşamamak, yabancı turistlerin rehberlik hizmeti kullanma nedenlerinin merkezini oluşturmaktadır. Birçok araştırmacının da kabul ettiği gibi rehberlik hizmetinin performansı turist deneyimlerini etkilemektedir. Örneğin turist rehberi, turistlerin nereye gidecekleri, ne görecekleri ya da turistlerin yerel kültürün hangi yönleriyle ilişki kuracakları konusunda büyük bir etkiye sahiptir. 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, 2002:77). Rehberin kültür elçisi rolü kültürler arası aracılığı, kültür elçiliğini ve kültür dostluğunu içermektedir (Yu, Weiler ve Ham, 2002:75).

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 yansıtmada rehberin temel rolü olduğunu vurgulamaktadır (Huang, Hsu ve Chan, 2010:34). Araştırmalar turist rehberlerinin ev sahibi toplum ve turist arasında kültürel etkileşimde özellikle turist deneyiminde doğrudan rol aldığını göstermektedir (Yu, Weiler ve Ham, 2002:75). 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, 2004:3). Yu vd.'ne (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, 2010:34). 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

konusuyor olması, rehberlere bir kültürü diğer kültür karşısında daha adil bir şekilde savunma imkânı sağlamaktadır (Yu, Weiler ve Ham, 2002:79).

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, 2002:784). Turist rehberleri, kültür elçisi olarak önemli görevler üstlenmekte ve turistler ile yerel halk arasında iletişim sağlaması bakımından önemli bir hizmet vermektedir (Leclerc ve Martin, 2004:181).

LİTERATÜR TARAMASI

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 rollerine ilişkin bilgilere 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 ulaşılmaktadır.

Ap ve Wong (2001) çalışmalarında turist rehberliği mesleğinin profesyonellik düzeyini ve sorunlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada turist rehberliğinin mevcut durumu, rehberlik mesleğinin zorlukları ve profesyonel hizmet standartları ortaya konulmaktadır. 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 yapıldığı görülmektedir. Görüşmeler sonucunda rehberlik mesleğinin zorlukları ve profesyonel hizmet verilmesini engelleyen durumlar ele alınmaktadır. Profesyonel turist rehberinin sahip olması gereken roller belirtilmekte ve bu rollerin profesyonelleşme yolunda öneminden söz edilmektedir. Bu rollerin yerine getirilmesinin zorluklarından bahsedilmiş ancak bu roller yerine getirildiğinde iyi bir tanıtım yapılacağı ve hizmet kalitesinin artacağı sonucuna varılmaktadır.

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 turist rehberleri ile ilgili literatürde ortaya konmuş olan farklı roller ve tanımlar bir araya getirilmiştir. Ayrıca araştırmada literatür taraması yapılarak turist rehberlerinin araştırılmakta 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 2’de Zhang ve Chow’un turist rehberinin mesleki rollerine ilişkin derlemesi yer almaktadır.

Tablo 2: Turist Rehberinin Mesleki Rollerini

Tanım	Araştırmacı	Yıl	Tanım	Araştırmacı	Yıl
Aktör	Holloway	1981	Elçi	Holloway	1981
Aracı	Schmidt Ryan ve Dewar	1979 1995	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
Öğretmen	Holloway Pearce Fine ve Speer Mancihni	1981 1982 1985 2001	Organizator	Vanden Berghe 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	Katalizör	Holloway	1981

Kaynak: Zhang ve Chow, 2004:83

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 3’de 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 konulmuştur.

Tablo 3: Turist Rehberinin Anahtar Rollerini

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 & Haig	Bras	Howard, Thwaites &	Ballantyne, & Hughes	
Yorumcu/ Eğitimci	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bilgi aktarıcı	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Lider			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Değerlerin korunmasını yönelik motivasyon sağlar /Rol model	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sosyal rol /Katalizör	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Yol gösterici /Koruyucu sımsar /Arabulucu	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Kültür sımsarı /Arabulucu	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Tur&grup yöneticisi /Organizator			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Halkla ilişkiler /İşletme temsilcisi		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Halka acık olmayan alanlara erişimi kolaylaştırıcı		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Kaynak: Black ve Weiler 2005:26

Hu (2007) yapmış olduğu doktora çalışmasında, turist rehberlerinin sürdürülebilir turizme katkısını belirlemeyi 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?”, sonrasında “Turist rehberinin sürdürülebilir turizm kapsamındaki rolleri nelerdir?”, son olarak ise “Turist rehberleri neden sürdürülebilir turizme katkı sağlamalıdır?” soruları cevaplandırılmıştır. Araştırma kapsamında 112 turist rehberi ile birebir görüşme yapılmıştır. 492 turiste ise anket uygulanmış 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 olarak hazırlanan 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. 5 rehberin kendisini bilgi veren olarak gördüğü, 2 rehberin eğitimci, 2 rehberin aracı, 2 rehberin çevirmen, 2 rehberin aktör, 1 rehberin kültür elçisi, 1 rehberin ev sahibi, 1 rehberin animatör, 1 rehberin 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 2008 ve 2009 yıllarında anket yoluyla Belgrad'lı turist rehberlerini değerlendirmektedir. Belgrad'lı en çok ziyaret eden turist grubu olan kruvaziyer gemi turistleri çalışma kapsamında örneklem olarak seçilmiş ve 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 Tsaor (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 6 temel rolü belirlenmiştir. Bu roller üzerinden turistlerin algısı anket yöntemi ile ölçülmeye çalışılmış ve 447 adet anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda ankete 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. Araştırma kapsamında turist rehberlerine 254 anket uygulanarak veriler elde edilmiştir.

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 yöneltme 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. Araştırma kapsamında 521 turiste anket uygulanmıştır. Araştırmada rehberlerin yeterliliklerini ölçmek için turist rehberlerinin bilgi düzeyleri, beceri düzeyleri ve kişilik özellikleri olarak 3 faktör altında toplam 41 ifade verilmiş ve bu ifadeler doğrultusunda turistlerden, rehberlerin 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, iletişim, yorumlama gücü, espri yapabilme, beden dilini iyi kullanma, dikkat toplama, zamanı iyi kullanabilme, tur programına uyma, koordinasyon, empati, çabuk düşünüp çabuk karar verebilme, kendini ve duygularını kontrol edebilme 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 özelliklerini içeren önem düzeylerinin ortalamaları yüksek olup çok önemliye yakın olduğu ancak performansın önem düzeyini tam olarak karşılamadığı 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. Araştırmada rehberlerin ülke imajını geliştirmedeki rolleri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında Antalya'yı ziyaret eden 335 Alman turiste; Türkiye hakkında, Türk halkı hakkında, politik konular ve diğer konular başlığı altında 49 ifadenin yer aldığı bir anket uygulanmıştır. 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 eğitilmiş, 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 oldukları çalışmada turist rehberlerinin doğa temelli turizm faaliyetlerinde üstlendikleri rolleri belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma teorik bir yapıdadır ve bu doğrultuda 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, sadece bir grup turisti 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 ve kültür turizmine katılan turistlerden yüz yüze görüşülerek 86 adet anket toplanmıştır. Araştırma sonucunda, turist rehberlerinin bir kültür elçisi olarak kültür turizminin sürdürülebilirliğinde önemli rollere sahip olduğu belirtilmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

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 hipotezler ya da sorulara bağlı olarak, bir evren ya da örnekleme oluşturan kaynak kişilere sorular yöneltilmek suretiyle sistemli veri toplama tekniğidir (Balci, 2005: 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, 2012:68). 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.

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 ölçeğe 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) ile değerlendirilerek çıkan sonuçlar çerçevesinde bulgular ortaya konulmuş ve öneriler geliştirilmiştir.

Araştırma alanı olarak doğa harikası olan peribacaları ile tanınmakta olan Kapadokya Bölgesi seçilmiştir. Kapadokya 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 turistlere yönelik olarak yapılmıştır. Kapadokya Bölgesi hem yerli hem de yabancı turistlerin yoğun olarak ziyaret ettiği bir bölge olduğundan yerli ve yabancı turist ayrımına 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 oluşturmaktadır. TÜİK verilerine göre 2014 yılında Nevşehir, Aksaray, Kayseri, Kırşehir ve Niğde illerini ziyaret eden turist sayıları Tablo 4’te verilmektedir.

Tablo 4: 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 örneklem sayısının yeterli olduğu belirtilmekte ve 30’dan büyük 500’den küçük örneklem büyüklükleri birçok araştırma için yeterli bulunmaktadır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012:137). 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 nedeni 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-Nisan aylarında toplanmıştır.

BULGULAR

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 uygulanmıştır. 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.

Araştırma kapsamında turistlerin demografik durumları ile ilgili veriler frekans ve yüzde dağılımları ile analiz edilmiştir. Turistlere ilişkin sosyo-demografik veriler Tablo 5’te verilmektedir.

Tablo 5’te katılımcıların sosyo-demografik özellikleri belirlenmiştir. Katılımcıların demografik verileri incelendiğinde erkek katılımcıların (% 51,8) kadın katılımcılara (% 48,5) oranının hemen hemen eşit 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 turizmüne 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 turizmüne katılımın da arttığını destekler niteliktedir.

Tablo 5: 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 (14,2), Japon (11,8), İspanyol (10,8), İsveçli (6,9), İngiliz (6,9), Alman (5,1) ve 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. Bu turizm çeşidi, özellikle satın alma gücü yüksek ülkelerde daha gelişmiş boyutlara erişmektedir (Köroğlu, 2015:158). Veriler incelendiğinde de elde edilen bulgular bunu destekler niteliktedir.

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'ün üzerinde olması araştırmacılar tarafından önerilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014:304).

Tablo 6: Ölçeğe İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

PTR'nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısı (n:14)	Faktör Yüğü
1.Turist rehberleri, tarihi ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlar	,586
3.Turist rehberleri, kültürel değerlerin değer kazanmasında etkin değildirlir	,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 değildirlir	,427
24.Turist rehberleri, ziyaretçilerin, yerel kültürün düşünce tarzına ters düşmelerine neden olurlar	,716
27.Turist rehberlerinin yabancı dil bilgisi kültürel aracılıkta etkili değildir	,449
29.İyi bir turist rehberi; 'kültürel deneyimler kazanmanın, ziyaretçiler açısından temel beklenti olduğunu bilir	,388
30.Turist rehberleri, yörenin kültürünü, geleneklerini, somut ve soyut diğer tüm değerlerini ziyaretçilere öğretmede önemlidirler	,530
PTR'nin Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkısı(n:9)	
2.Ziyaretçilerin gittikleri bölgelerin tarihini ve o ulusa ait değerleri tanımlarında, turist rehberlerine önemli roller düşer	,734

4.Turist rehberleri, kültürel değerlerin tanıtımında 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
PTR'nin Kültürlerarası Etkileşime Katkısın(n:8)	
6.Turist rehberleri, ülkeler arasındaki kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında önemli değildirlir	,710
15.Turist rehberleri, turistler ve kültürel değerler arasında bir bağ oluştururlar	,553
18.Turist rehberleri, popüler değerleri etnik kültürlerle 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 değerlendirilmeye 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 dağılımı Tablo 6'da gösterilmiştir.

Ölçek Maddelerinin Değerlendirilmesi

Tablo 7'de ölçekte yer alan her bir maddenin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçekteki maddeler 5'li Likert ölçeği ile ölçülmektedir. Ölçekte yer alan her bir ölçek maddesinin iki ucunda 1 kesinlikle katılmıyorum, 5 kesinlikle katılıyorum kategorileri bulunmaktadır. Ölçek maddeleri için işaretlenen 1 ve 2 seçenekleri verilen ölçek maddelerine katılmadıklarını ifade ederken 4 ve 5

seçenekleri katıldıklarını ifade etmektedir. Ölçekte 3 olarak yapılan puanlama ise adı geçen madde ile ilgili fikirleri olmadığını göstermektedir.

Tablo 7'da ölçekteki her bir maddenin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Maddelerin aritmetik ortalamalarına bakıldığında turistlerin 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 görülmektedir. Buradaki maddeler genel olarak ele alındığında profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin korunmasına, tanıtımına ve kültürler arası etkileşime katkısına ilişkin turistlerin algılamalarının yüksek çıktığı görülmektedir. Bu sonuca dayanarak turistlerin, turist rehberlerinin kültürel değerlerin korunmasına, tanıtımına ve kültürler arası etkileşime katkı yaptığını kabul ettikleri söylenebilir.

Tablo 7: Ölçek Maddelerine İlişkin Analiz Sonuçları

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Ort.	S.S.
	f	%	f	%	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 değildirlir	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 yapılmasını 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 araçılıkta 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 kazanmanın, 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 tanıtımda önemli bir elçidirlir	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 etkilidirlir	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 önemli rollere sahiptirler	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 kültürlerle 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 elçidirler	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

Güvenilirlik Analizleri

Faktörleri oluşturan maddelerin ait oldukları faktörlerle ne ölçüde ilişkili olduklarının belirlenmesi amacı ile güvenilirlik analizleri uygulanmıştır. Tablo 8'de bu faktörlerle ilgili güvenilirlik analizi sonuçları görülmektedir.

Tablo 8: 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 8'de görüldüğü gibi test edilen tüm değişkenlerin güvenilirlik katsayıları ,70'in üzerindedir. Bu değerler, ölçeğin güvenilir olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gelişen ve değişen Dünya'da insanların turizm çeşitlerine yönelik talepleri de değişmektedir. İnsanlar alışıldık deniz-kum-güneş talebinden farklı olarak alternatif turizm arayışlarına girmektedir. Alternatif turizm arayışında olan insanların bir kısmı kültür turizmine yönelmektedir. Kültür turizmi, insanların yeni yerler keşfetme, geçmiş kültürleri öğrenme ve farklı kültürleri görme isteklerini karşılamaktadır. 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 çalışmada; 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 aralığının ardından sıralananın 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 grubun 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.

Araştırmanın temel amacına yönelik olan bölümde, rehberlerin kültürel değerlere katkısının ne şekilde olduğu ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla verilen ifadeler analiz aşamasında 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.

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 tanıtımında önemli bir elçidirler” ifadesi takip etmektedir. Bu sonuçlar da göstermektedir ki turistler, rehberlerin kültürel değerlerin tanıtımı için çaba gösterdiğini 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.

Araştırma sonuçları doğrultusunda, profesyonel turist rehberlerinin bir kültür elçisi olarak turistlere aktardıkları kültürel değerlere birçok yönden katkı yaptığı sonucuna varılmıştır. Bu nedenle rehberler, kültürel değerlerin

korunmasında, tanıtımında ve kültürlerarası etkileşimi sağlamada en önemli kişiler olduklarının bilincinde olmalıdır. Rehberler ülkelerinin kültür elçisi oldukları bilinci ile hareket etmelidir. Rehberler tur süresince sadece bilgi veren rolünde olmayıp bununla birlikte ülkelerinin kültürel değerlerine de her yönden katkı yapmakla sorumludurlar. Profesyonel turist rehberi, ülkesinin kültürel değerlerini korumada ve tanıtımında 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. Profesyonel turist rehberliği geçmişte sadece kurslara giderek alınan sertifikalarla yapılan bir meslek halindeyken günümüzde üniversitelerin 4 yıllık ve 2 yıllık bölümlerinde rehberlik 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 olabilecektir. Ayrıca çalışma da turist rehberinin bir kültür elçisi olarak kültürel değerlere katkısını 3 boyutta ele alınmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda bu boyut sayısı artırılabilir ya da sadece tek boyuta yönelik çalışmalar yapılabilir. Literatür incelendiğinde turist rehberinin ülke imajına katkısının araştırıldığı 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

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, 7. Baskı. Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- 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.
- Balcı, A. (2005). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler, Pegem Yayınevi, Ankara.
- Black, R. ve Weiler, B. (2005). "Quality assurance and regulatory mechanisms in the tour guiding industry: a systematic review", *The Journal Of Tourism Studies* Vol. 16(1).
- 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).
- Çeşmeci, N. (2004). "Türkiye'de paket turların yönetiminde turist rehberlerinin fonksiyonu: yönetsel rollerin tespiti, sorunları ve çözüm önerileri", Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Dahles, H. (2002). "The politics of tour guiding image management in Indonesia", *Annals of Tourism Research*, 29(3).
- Gülcan, B. (2010). "Türkiye'de kültür turizminin ürün yapısı ve somut kültür varlıklarına dayalı ürün farklılaştırma ihtiyacı", *İşletme Araştırmaları Dergisi* 2(1), 99-118.
- Güngör, E. (1990). Türk Kültürü ve Milliyetçilik, Ötüken Neşriyat, İstanbul.
- Güzel, F. Ö. (2007). "Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü (Alman turistler üzerine bir araştırma)", Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- 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, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- [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://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://whc.unesco.org/](http://whc.unesco.org/) Erişim Tarihi 11.02.2015
- 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).
- 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.
- Köroğlu, Ö. (2015). "Turizmin çeşitli kriterlere göre sınıflandırılması", *Genel Turizm*, (Ed. Zeynep Aslan), Grafiker yayıncılık, Ankara.
- 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 Tsaor, S. (2014). "The effects of age stereotypes on tour leader roles", *Journal of Travel Research*, 53, 111.
- 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.
- 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.
- Rabotić, 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.
- Rabotić, B. (2011a). "American tourists' perceptions of tourist guides in Belgrade", *UTMS Journal of Economics* 2 (2), 151-161.
- Rabotić, 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.
- Ratz, T. ve Puczko, L. (1999). "A world heritage 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.
- 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.
- 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 kapsamında kültür turizminin sürdürülebilirliğinde 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.

(www.kulturturizm.gov.tr). Tourist guides play a very important role in the creation and promotion of region's and country's image as well as in tourist's satisfaction with the tour organization and their travel experience (Tosun and Temizkan, 2004:359). Common point of the definitions in the literature and legislation is that the guide is regarded as the most important intermediary and connection between the destination and tourist as well as being a server to tourist.

Many qualifications are needed in order to become a professional guide. Also, some necessities are expected to be fulfilled after beginning the profession. These include the tourist guide's professional roles. Tourist guides' roles are quite complicated and consist of sub-roles. Tourist guides' original roles and their roots were explained by Eric Cohen in his study in 1985. Eric Cohen is one of those first examined tourist guiding scientifically (Rabotić, 2008:213-233). Through literature review, it was assumed that the professional tourist guide have a professional role as an implementer, intermediary, information provider, exhibitor of responsible behavior, leader, contributor to the image of the country, assistant, sales person, tour manager, interpreter, consultant, access facilitator, and a cultural ambassador.

In this research which aims to evaluate the tourist guides' contribution to cultural values as cultural ambassadors, Toker's (2011) scale on the perception of cultural ambassador role, which she used in her thesis, was used. The questionnaire used in the research consists of two parts. In the first part, it is aimed to determine some aspects like participants' socio-demographic features, duration of the tour they attended, and guides' gender. In the second part, the questions which were formed to determine the perception of tourist guides' "contribution to cultural values as cultural ambassadors" were asked as 5 point Likert type scale as "Strongly disagree - 1", "Disagree - 2", "Neutral - 3", "Agree - 4", and "Strongly agree - 5". Data were analyzed via SPSS (22), and in the light of results, findings were exhibited and suggestions were made.

Cappadocia region, which is famous for its nature wonder fairy chimneys, was chosen as the research field. The region which is quite rich in cultural values attracts domestic and foreign

Extensive Summary

Tourists' Perception of Professional Tourist Guide's Contribution to Cultural Values

Introduction

Tourist guides are the major tourism industry employees who shape the tourist's experience in the destination. Professional tourist guide is the person who explains, interprets, and promotes his or her country's historical and cultural values in the best way. Tourist guides are even the cultural ambassadors of their country. The purpose of this research is to discover tourists' perception of the contribution of the professional tourist guide's role as a cultural ambassador to cultural values that are conveyed to tourists. Another purpose of this research is to determine to what extent the tourists perceive the tourist guide as a cultural ambassador and in which way tourist guides' contribution to cultural values is. According to number 19152 Professional Tourist Guide By-law, article number 1, a tourist guide is defined as "the person who can promote Turkey to domestic and foreign tourist in the best way and assist them during their trip and give them accurate information"

tourists. The research was conducted on both domestic and foreign tourists who visit Cappadocia region. Questionnaires were applied to both domestic and foreign tourists because Cappadocia region is visited frequently by both of these groups. Another point that special attention was given while applying the questionnaire was that tourists were chosen among the ones who visit the region with guided tours.

408 tourists were applied questionnaires in the scope of this research which was conducted on tourists' perceptions of tourist guides', as cultural ambassadors, contribution to cultural values conveyed to tourists. When socio-demographic features of tourists who visit Cappadocia region were analyzed, it was seen that quantity of males and females was balanced. The majority of the participants were between 26-35 years old (36,8%) and the vast majority held undergraduate degree (44,9%). In terms of income, 26,7% of the tourists were in income groups of 3000-6000 Turkish liras and 6000-9000 Turkish liras. 78,2% (319 people) of the participants were foreigners and 21,8% (89 people) were domestic tourists. Top ten nationalities who most frequently visit Cappadocia were included in the research. In this research, top three groups were Koreans (17,9%), Americans (14,2%), and Japanese people (11,8%). In the literature review for this study, it was seen that the profiles of tourists who participate in cultural tourism were in some terms different from those who participate in other tourism types. Tourists who participate in cultural tourism have higher educational level, are of higher income groups and their average of age is higher. In the recent years, the interest of people who have high purchasing power and higher educational level contribute to the development of this type of tourism. It was observed that findings of this research are in accordance with the literature.

In the part related to main purpose of the research, the way of guides' contribution to cultural values were evaluated. So, the statements were grouped into some titles in analysis phase.

14 statements in total were grouped into the first factor namely tourist guides' contribution to preservation of cultural values. When the average of this factor examined, it was concluded that tourists thought that the guide contributed to the

preservation of cultural values. Based on tourists responses, the highest average of these 14 statements, with 4,28 points, was the statement "tourist guides express sensitivity for the preservation of cultural values". This was followed by "tourist guides contribute to handing down of historical and cultural values to the next generations" with 4,27 average. These results show that tourists think that guides express sensitivity for the preservation of cultural values.

In the second factor, 9 statements were included under the title of tourist guide's contribution to the promotion of cultural values. When the average of this factor considered, it was concluded that tourists thought that the guide contributed to the promotion of cultural values. Based on tourists' responses, the highest average of these, 4,38 points, was the statement that expresses tourist guides have important roles in visitors' obtaining information on history and national values about the regions they visit. This was followed by "Tourist guides are important ambassadors in the promotion of cultural values" with 4,27 average. These results show that tourists thought that guides made efforts for the promotion of cultural values. There are 8 statements in the third factor which is about tourist guide's contribution to the intercultural interaction. When the average of this factor examined, it was concluded that tourists thought that the guide contributed to the intercultural interaction. Based on tourists' responses, among these 8 statements, the statement that expresses tourist guides make a connection between tourists and cultural values had the highest average with 3,83. This was followed by the statement "Tourist guides are ambassadors between destination culture and tourist culture" with an average of 3,78. These results show that tourists thought that guides contributed to intercultural interaction. However, the third factor has a lower average when compared with the other two factors. This shows that tourists thought that the contribution made was lower than as it was in the other two factors.

Based on the results of the research, it was assumed that professional tourist guides contributed to the cultural values that are conveyed to tourists, in many terms. For this reason, guides should be aware that they are the most important

people in the preservation and promotion of cultural values and the provision of intercultural communication. Guides should act with the awareness of being cultural ambassadors of their countries. Guides do not only give information during the tours but they are also responsible for the contribution to their country's cultural values in every respect. The professional tourist guide is the person who should serve as a model in preservation and promotion of his/her country's cultural values. Transfer of cultural values to the next generations is only possible with good preservation.

This research on tourist guides, who communicate with tourist one on one, was conducted to determine the way guides contributed to the cultural values that they aimed to convey to tourists and to discover tourists' perceptions on this issue. Many studies were on guiding profession were conducted, however, no study on the way of tourist guide's contribution to the cultural values that he/she conveys was found in national literature. While the profession of professional tourist guiding used to be a profession that could be done with the certificates that are taken only through attending courses, there are also 2-year and 4-year tourist guiding programs at universities, now. Attention should be paid to issues on culture in professional tourist guiding education. Awareness of the preservation of cultural values should be provided to the prospective tourist guides. The most important recommendation of this study is that the universities and other organizations that provide guiding education should include culture classes in their curricula. Qualified guides in terms of culture should be grown for cultural interaction and conveying of cultural values to the tourists in the best way. In addition, it should be ensured that this profession is carried out by well-trained and qualified tourist guides. Only licensed guides should practice the profession. Those who practice this profession illegally act insensibly in terms of cultural values. For this reason, inspections should be increased and illegal practice of guiding profession should be prevented.