



T.C  
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM REHBERLİĞİ ANA BİLİM DALI

**KÜLTÜREL DEĞERLERİN AKTARILMASINDA PROFESYONEL  
TURİST REHBERLERİNİN ROLLERİ: KONYA ÖRNEĞİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

Ayşenur AKKUL

Danışman  
Prof. Dr. İbrahim YILMAZ

Nevşehir  
Haziran, 2022



T.C  
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM REHBERLİĞİ ANA BİLİM DALI

**KÜLTÜREL DEĞERLERİN AKTARILMASINDA PROFESYONEL  
TURİST REHBERLERİNİN ROLLERİ: KONYA ÖRNEĞİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

Ayşenur AKKUL

Danışman  
Prof. Dr. İbrahim YILMAZ

Nevşehir  
Haziran, 2022

## BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi

**Tezi Hazırlayan**

Ayşenur AKKUL

## TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“Kültürel Değerlerin Aktarılmasında Profesyonel Turist Rehberlerinin Rollerini: Konya Örneği” adlı Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

**Tezi Hazırlayan**

Ayşenur AKKUL

**Danışman**

Prof. Dr. İbrahim YILMAZ

Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı Başkanı

Prof. Dr. İbrahim YILMAZ

## KABUL VE ONAY SAYFASI

Prof. Dr. İbrahim YILMAZ danışmanlığında Ayşenur AKKUL tarafından hazırlanan “Kültürel Değerlerin Aktarılmasında Profesyonel Turist Rehberlerinin Rollerini: Konya Örneği” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

### JÜRİ

Danışman :.....

Üye :.....

Üye :.....

### İMZA

...../...../.....

### ONAY:

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

...../...../.....

.....  
Enstitü Müdürü

## TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleştirilen her aőamasında yölendiren, destekleyen ve ilgisini esirgemeyen danışman hocam, Sayın Prof. Dr. İbrahim YILMAZ'a, teőekkürü bir borç bilirim. Ayrıca çalıőmamın başladığı günden bugüne desteklerini esirgemeyen ablam Fatma Zehra ÇAKIR'a, arkadaőım Dilan ARABACIOğLU'na, kuzenim Erva GÜLER'e ve sevgili aileme sonsuz teőekkürlerimi iletirim.



# KÜLTÜREL DEĞERLERİN AKTARILMASINDA PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN ROLLERİ: KONYA ÖRNEĞİ

Ayşenur AKKUL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Haziran 2022  
Danışman: Prof. Dr. İbrahim YILMAZ

## ÖZET

Turist rehberleri ülke imajını yansıtmada önemli bir elçi konumundadır. Turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına olan etkisi büyüktür. Bu çalışmanın amacı; profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerleri aktarmasındaki rollerinin ne derece belirleyici olduğunu tespit etmektir. Araştırma evrenini Konya ilini en az bir kez ziyaret etmiş eylemli olarak görev yapmakta olan profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. Veriler anket aracılığı ile 2022 Ocak-Mart ayları arasında toplam 250 turist rehberlerinden elde edilmiştir. Verilerin analizinde Açıklayıcı Faktör Analizinden, Bağımsız Örneklem T-testinden, Tek Yönlü Varyans Analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarında profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasında etkin rollerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Demografik özelliklere ilişkin analizlerde, kültürel değerlerin aktarılmasına ilişkin üç boyutta da yaşa göre bir farklılaşma söz konusu olduğu görülmüştür. Yine demografik özelliklerden bir diğeri olan eğitim faktörünün turist rehberleri tarafından kültürel değerlerin aktarılması boyutunda farklılaşma söz konusu olduğu görülmüştür. Turist rehberlerinin mesleki tecrübelerinin kültürel değerlerin aktarılması boyutunda da bir farklılaşma söz konusu olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Profesyonel Turist Rehberi, Kültür, Kültürel Değerler, Konya

**THE ROLES OF PROFESSIONAL TOURIST GUIDES IN TRANSFERRING  
CULTURAL VALUES: THE CASE OF KONYA**

**Ayşenur AKKUL**

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences Department  
of Tourism Guidance, M.B.A, March 2022**

**Supervisor: Prof. İbrahim YILMAZ**

**ABSTRACT**

Tourist guides are an important ambassador in reflecting the image of the country. Tourist guides have a great influence on the transfer of cultural values. The aim of this study; The aim of this study is to determine to what extent the role of professional tourist guides in transferring cultural values is decisive. The research population consists of professional tourist guides who have visited the province of Konya at least once and are actively working. The data were obtained from a total of 250 tourist guides between January and March 2022 by means of a survey. In the analysis of the data, Explanatory Factor Analysis, Independent Sample T-test, One-Way Analysis of Variance were used. As a result of the analysis, it has been determined that professional tourist guides have an active role in the transfer of cultural values. In the analyzes of demographic characteristics, it was observed that there was a differentiation according to age in all three dimensions of the transfer of cultural values. It has been observed that there is a differentiation in the dimension of transferring cultural values by the tourist guides of the education factor, which is another demographic characteristic. It has been observed that there is a differentiation in the dimension of transferring cultural values of professional experiences of tourist guides.

**Keywords:** Professional Tourist Guide, Culture, Cultural Values, Konya



## İÇİNDEKİLER

<b>BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK .....</b>	<b>ii</b>
<b>TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KABUL VE ONAY SAYFASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>TEŞEKKÜR.....</b>	<b>v</b>
<b>ÖZET .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>İÇİNDEKİLER.....</b>	<b>viii</b>
<b>TABLolar LİSTESİ .....</b>	<b>x</b>
<b>GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### TEMEL KAVRAMLAR VE TEORİK ÇERÇEVE

1.1. Turist Rehberliği.....	3
1.1.1. Dünyada Turist Rehberliği.....	4
1.1.2. Türkiye’de Turist Rehberliği .....	6
1.2. Turist Rehberlerinin Üstlendiği Roller .....	9
1.2.1. Kültürel Değerlerin Aktarılması Rolü .....	9
1.2.2. Kültürlerarası Etkileşime Katkı Rolü.....	10
1.2.3. Kültürel Değerlerin Tanıtılması Rolü .....	11
1.3. Kültür Kavramı.....	13
1.4. Kültür Çeşitleri .....	15
1.5. Kültürel Miras .....	18
1.6. Kültür Turizmi.....	19
1.6.1. Somut Kültürel Miras .....	21
1.6.2. Somut Olmayan Kültürel Miras.....	22
1.7. Konya İlinin Tarihi .....	23
1.8. Konya’nın Kültürel Miras Değerleri .....	24
1.8.1. Somut Kültürel Miras Değerleri .....	24

1.8.2. Somut Olmayan Kültürel Miras Değerleri.....	26
--	----

## İKİNCİ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ, VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	30
2.2. Araştırmanın Yöntemi.....	31
2.2.1. Araştırmanın Soruları.....	31
2.2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	32
2.2.3. Veri Toplama Aracı.....	34
2.3. Verilerin Analizi ve Bulgular.....	34
2.3.1. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi.....	34
2.3.2. Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Turist Rehberlerinin Kültürel Değerleri Aktarması.....	38
2.3.2.1. Cinsiyete Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması.....	38
2.3.2.2. Yaşa Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması.....	38
2.3.2.3. Eğitime Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması.....	39
2.3.2.4. Tecrübeye Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması.....	40
2.3.2.5. Hizmet Verilen Turist Grubuna Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması.....	41
<b>SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....</b>	<b>43</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>54</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>71</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>73</b>

## TABLULAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.1.</b> Kùltür Kavramı Tanımları.....	14
<b>Tablo 1.2.</b> Konya'nın Önemli Kültürel Değerleri.....	26
<b>Tablo 2.1.</b> Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri .....	33
<b>Tablo 2.2.</b> Kültürel Değerlerin Aktarılmasında Rehberlerin Rolü: Tanımlayıcı İstatistikler .....	35
<b>Tablo 2.3.</b> Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları .....	37
<b>Tablo 2.4.</b> Cinsiyete Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması .....	38
<b>Tablo 2.5.</b> Yaş'a Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması.....	39
<b>Tablo 2.6.</b> Eğitime Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması .....	40
<b>Tablo 2.7.</b> Tecrübeye Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması .....	41
<b>Tablo 2.8.</b> Hizmet Verilen Turist Grubuna Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması.....	41

## GİRİŞ

Turistlerin seyahatlerinde tarihi ve kültürel alanları görme eğilimleri artmaktadır. Ziyaret ettikleri yerlerin tarihini öğrenme isteği doğmasından kültürel değerlere olan talep artmıştır (Yılmaz, 2011:1). Bu seyahat etme eğiliminin gerçekleştirilmesinde turist rehberlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Turizmin kilit unsurlarından biri olan rehberler, turistlere tur başlangıcından tur bitimine kadar eşlik eden, geçmiş tarihin öğrenilmesine ışık tutan, onları gezilere çıkaran kişiler olarak tanımlanmaktadır (Mancini, 2001: 5).Modern kitle turizminin başlamasıyla turist rehberliği mesleğine verilen önem daha fazla artmıştır. Turist rehberleri olmadan, tur hizmetinin karşılanması mümkün olmamaktadır. Ar'ın (2015) da vurguladığı gibi turist rehberleri, ülkeyi ya da bölgeyi tanıtmada bir kültür elçisi ve bir kültür tanıtımcısıdır.

Bir ülkenin veya bölgenin imajını yansıtmada turist rehberlerine önemli roller düşmektedir. Turist rehberlerinin önemli görevlerinden biri kültürel değerleri etkili bir şekilde aktarmaktır (Moscardo, 2000). Boyle ve Arnott (2004), bir turist rehberinin asıl görevinin, bilgiyi ilginç ve kültürel açıdan duyarlı bir şekilde sunarak turistlerin deneyimini en keyifli hale getirmek olduğunu ifade etmektedir. Turist rehberleri bölgenin veya ülkenin sahip olduğu kültürel değerleri tanıma alanında turistlere farklı deneyimler sunmaktadır. Rehberler kültürel değerleri tanıtmada, aktarmada ve sürdürülebilirliğinsağlanmasında turistleri bilinçlendirerek değerlerin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadırlar.

Bunun yanı sıra turistlerin tarihi ve kültürel çekiciliklere sahip alanlardan memnuniyetle ayrılmasında ve bu alanları yorumlamalarını sağlamada da büyük önem arz etmektedirler (Ling vd., 2011). Bu bakımdan turist rehberleri geçmişten günümüze bir toplumun sahip olduğu tüm tarihi ve kültürel değerleri ile var olan mirasın yaşatılmasına, korunma bilinci oluşturulmasına katkı sağlayan birer kültür yorumcusu, kültür elçisi olarak büyük öneme sahiptir (Çapar ve Yenipınar, 2017).

Turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerine ilişkin algılarının belirlenmesine ve bunların demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığına odaklanan bu tez çalışması temel olarak literatür incelemesi ve alan araştırmasından oluşan iki bölümden meydana gelmektedir. Turist rehberliği ve kültürel değerler adlı birinci bölümde, turist rehberliği mesleğinin tanımı yapılarak Dünyada ve Türkiye’de turist rehberliği mesleğinin üzerinde durulduktan sonra, turist rehberlerinin üstlendikleri rollerin önemi incelenmekte ve üstlendikleri roller doğrultusunda turist rehberliği mesleğinin doğru ve başarılı bir şekilde icra edilebilmesi için gerekli olan bilgilerden bahsedilmektedir. Bölümün devamında, kültürel değerler adı altında kültür kavramına, kültürel miras kavramına değinilerek, kültür çeşitlerine de yer verilmektedir. Bu bölümde ayrıca Konya ilinin sahip olduğu kültürel değerler kapsamında, bölgenin tarihi ve kültürünün aktarılmasında turist rehberlerinin önemi incelenmekte ve turist rehberlerinin katkıları örneklerle açıklanmaktadır.

Tezin ikinci bölümünde, yapılan teorik incelemelere bağlı olarak yapılan ampirik çalışmanın amaçları, hipotezler ve metodolojisi hakkında ayrıntılı bilgi sunulmaktadır. Konya ilini en az bir kez ziyaret etmiş eylemli olarak görev yapmakta olan turist rehberinden toplanan verilerin analizinden elde edilen bulgular bu bölümde aktarılmaktadır.

Tezin son bölümünde ise elde edilen bulgular ışığında, turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasında, tanıtılmasında, kültürlerarası etkileşimin sağlanmasındaki algıları hakkında değerlendirmeler yapılmakta ve demografik özelliklere göre elde edilen benzerlikler ve farklılar irdelenmektedir. Turist rehberliği mesleğine yenilikler katılarak geliştirilmesi ile ilgili önerilerde burada sunulmaktadır. Ayrıca, araştırmanın kısıtları hakkında bilgiler verilmekte ve gelecek çalışmalar için önerilere yer verilmektedir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## TEMEL KAVRAMLAR VE TEORİK ÇERÇEVE

### 1.1.Turist Rehberliği

Holloway (1981),turist rehberlerini: “aktör”, “elçi”, “katalizör (düzenleyici)”,”bilgi aktarıcı”, “yorumcu”, “tur lideri, seyahat eden ziyaretçilere yardımcı olan “etrafındaki liderler veya “açıklayıcılar” olarak tanımlamıştır.

Profesyonel turist rehberleri, sorumlu oldukları turist gruplarına yaşadıkları ülkeyi en iyi ve en doğruşekilde tanıtacak, tur başlangıcından tur bitimine kadar geçen süre boyunca yardımcı olacak, bölgenin doğal, tarihi, kültürel değerleri ile ilgili gerekli olan destinasyona ait bilgileri aktaracak bilgi birikimine, yeterli donanıma aynı zamanda iletişim becerisine sahip olmalıdır. Turist rehberlerinin turist rehberliği mesleği ile ilgili eğitimini tamamlamış olup, Kültür ve Turizm Bakanlığınca gerekli görölen tüm şartları yerine getirerek, bakanlık tarafından belgelendirilmiş olması gerekmektedir (Güzel ve Köroğlu, 2014: 940). Turist rehberleri ülkeye veya bölgeye gelen turistleri gerçekleştirecek olan gezilere veya turlara yönlendiren, yol gösteren; davranışında, kariyerinde vb. bir başkasına örnek teşkil eden kişi olarak tanımlanmaktadır (Collins, 2000: 22). Turist Rehberleri, bölgenin doğal, tarihi, arkeolojik ve kültürel varlıkları hakkında doğru bilgi vermek,ülke veya bölge gezileri sırasında turistlere en iyi şekilde yardım eden kişidir (Usta, 1992: 167). Tur esnasında, ülke adına en sorumlu ve yetkili kişiler turist rehberleridir. Gezi sırasında oluşan bir problem durumunda en hızlı şekilde çözüm üretmek ve en etkili şekilde şartların karşılanabilmesi neticesinde grubun beklentilerini karşılayabilmekle yetkililerdir. Ülkeye veya bölgeye gelen turisti mutlu ederek ülkeyi veya bölgeyi temsil eden kişilerdir (Uzun, 2007: 9).

Turist rehberleri, kendi ana dilini veya uzmanlaştığı dili kullanarak herhangi bir turistik işletmelere bağlı kalmadan bölgenin doğal peyzaj alanlarını, tarihsel ve sanatsal değer

taşıyan bölgelerini kültür ve turizm ilkeleri doğrultusunda tanıtan ve paket içerisinde yer alan turların tüketiciye satıldığı şekliyle yürütülmesini sağlayan kişilerdir (TUREB, 2022).

Tur rehberleri, destinasyon ile ziyaretçiler arasındaki temel arayüzdür. (Ap ve Wong, 2001: 551). Kültürel değerlerin en iyi yorumlayıcısı ve aktarıcısı olan turist rehberleri destinasyon imajının oluşmasında önemli bir etken konumundadır. Turist rehberleri, turist ile destinasyon arasında aracı konumunda olmasından ötürü turistin seyahat sırasında her türlü maddi ve manevi ihtiyaç duyduğu hizmetin karşılanmasında yardımcı olan kişilerdir (Yılmaz ve Çokal, 2020: 138).

### **1.1.1. Dünyada Turist Rehberliği**

İnsanlık tarihinin ilk dönemlerinden bugüne kadar ihtiyaçları doğrultusunda seyahat etme gereksinimleri oluşmuştur (Albuz vd. 2018: 2). Seyahat (travel) kelimesinin kökeni olan “travail”in anlamı acı çekmek tabirinden gelmektedir (Öter, 2017: 120). Ahipaşaoğlu’na (2006) göre, dünyanın en eski turist rehberleri; Mısır’da Pkargoh III. Amenhotep’in kırılmış taş heykeli ile ünlü Thebes Meydanı’nı Romalı turistlere gezdiren Mısırlı rahiplerdir Orta çağlarda kitle turizmine elverişliliğin arttığı seyahatler kutsal kentlere seyahatlerin başlamasıyla gerçekleştirilmiştir. Bu seyahatler Avrupalı devletlerin doğunun kültürüyle kaynaşmalarına ön ayak olmuş ve böylece seyahat faaliyetlerinde önemli ölçüde artış görülmüştür. Örnek verilecek olursa; doğu kültüründeki halı, kumaş ve dokumalar Avrupa’ya taşınmıştır (Yılmaz, 2017: 120). Devamlılık gösteren diğer seyahatler ise; Haçlı seferleri ile olmuştur. Venedik yolu kullanılarak kutsal topraklara olan ziyaret gerçekleştirilmiş, bu seyahatler sırasında da yeme içme, konaklama ve rehberlik gibi hizmetlerden de yararlanılmıştır. Yolculuklardan edinilen izlenimler 13.yy’da Marco Polo’ya olan güveni de arttırmıştır (Ahipaşaoğlu, 2001: 8-10). Venedikli Marco Polo, Moğolistan üzerinden bütün Asya’yı dolaşarak orta çağın en önemli seyahatini yapmıştır (Çimrin, 1995: 28). Marco Polo, kardeşleri Nicolo ve Matteo’yu da yanına alarak İran, Belh, Doğu Türkistan ve Pamir’den geçerek uzun bir yolculuk yapmışlardır (Kurt ve İspir, 2014: 5). Karayolu ile uzun mesafeli en iyi bilinen ve 24 yıl süren Çin seyahatini 1275 yılında gerçekleştirmiştir (İçöz, 2011: 2). 15. yy ikinci yarısı ve 16.yy başlarında Avrupalıların pusulayı bulmasıyla birlikte dünyayı keşfetme isteği de ortaya çıkmıştır. Böylelikle Hint Yolu’nu Vasco de Gama’nın, Kuzey Amerika’yı ise Kristof Kolomb’un

keşfettiği bilinmektedir (Çimrin, 1995: 28). İlk dünya turunu yapan da Macellan'dır (Çimrin, 1995: 28). İnsanlar seyahat olayını sadece gezmek, eğlenmek, kültürel yerleri ziyaret edip görmek amaçlı değil, aynı zamanda insanlarla birlikte olmak ve insanlara faydalı bilgileri ulaştırmak için gerçekleştirmişlerdir. Bu seyahatleri sırasında rehber olarak kendilerini yönlendirebilecekleri, kendilerine kılavuzluk edebilecekleri bilgiç kişileri aramışlardır(Ahipaşaoğlu, 2001a:10). 16.yy başlarında İngiltere Kraliçesi Elizabeth tarafından diplomatların eğitimleri için düzenlenen uygulama gezileri başlatılmıştır. Bu turlar Sir Philip Sidney'in başkanlığında Fransa, İsviçre, İtalya, Almanya, Avusturya ve Belülüks ülkelerinin gezilmesiyle de ilk kez gerçekleşmiştir (Ahipaşaoğlu, 2001a: 15). Roma'nın turistik yerlerini yaklaşık 1606-1659 yılları arasında 1300 ziyaretçiye İsviçreli muhafız Hans Hoch,gezdirmiştir. Seyahatler, hangi amaçla yapılmak istenirse istensin ulaşım altyapılarının oluşmasını, güzergâh üzerindeki lokantaların, konaklama mekânlarının, kervansarayların ve güvenlik güçlerinin gelişmesini sağlamıştır (Ahipaşaoğlu, 2001a: 14).

Eski toplumlarda insanların, bu hizmetleri ve ihtiyaçları doğrultusunda yaşamda karşılaşılan bazı meslek grupları ortaya çıkmıştır. Rehberlik mesleği de ilk çağlardan günümüze kadar süregelmiş önemli meslek gruplarından biri olmuştur. Antik dönemlerde, organize turlar festivaller aracılığı ile başlamıştır. Festivaller aracılığı ile başlayan antik döneme ait Isthmia, Nemea, Olympia olmak üzere üç önemli festival vardır. Farklı bölgelerden gelenleri misafir eden Olympia festivali en önemli festival olarak kaynaklarda geçmektedir (Güneş ve Şengül, 2017: 4; akt. Eser vd. 2018: 28).Roma İmparatorluğu'nun çöküşünün ardından, seyahat faaliyetlerine olan ilgi merak ve zevkten çok dini nedenlerle yapılmıştır. En önemli dini geziler ise; İslam'ın ve Hıristiyanlığın yayılmasıyla Müslümanların ve Protestanların Mekke'yi ve Yahudilerin Kudüs'ü ziyaretleriydi. Orta çağda insanların en önemli ziyaret yolculuğu hac yolculuğu olmuştur. Binlerce rahip, halk, erkek ve kadın ile zengin ve fakir insanlar hacı olmak için Kudüs, Roma, Orta İtalya veya Kuzey İspanya'ya seyahat ettiler (Löshcburg, 1998: 32).İlk olarak M.Ö 7. yüzyılda yaşayanMısırlı rahiplerin ülkeye veya bölgeye gelen yabancı kişilere eşlik ederek Mısır'ın mimari ve sanatsal varlıklarından, tarihi ve kültürel değerlerinden bahsetmeleri neticesinde turist rehberliği mesleği başlamıştır. (Albuz vd. 2018: 4). Rehberlik mesleğinin ve rehberlerin varlığı yaklaşık iki bin yıl öncesine kadar dayanmaktadır, ancak modern kitle



turizminin başlangıcıyla birlikte, seyahat endüstrisinin gelişmesinde önemli bir faktörü haline gelmiştir (Rabotic, 2008: 213). I. Dünya Savaşı ile II. Dünya Savaşı sonralarında motorlu araçlar, sivil hava taşımacılığının gelişmesi uluslararası turizm faaliyetlerini artırmıştır (Çolakoğlu ve diğerleri, 2010: 130). Paket turlara olan ilgi bu seyahatlerle artmıştır. Özellikle Charter uçuşları, gruplara özgü tarifeli seferler devreye girmiş ve tur düzenleme organizasyonlarının önemi ortaya konmuştur (Mısırlı, 2015: 206). Seyahat faaliyetlerinin gerçekleştiği ulaşım alanlarında teknolojinin etkisi büyük önem arz etmiştir. Bu da turistlerin ihtiyaçlarına yönelik yapılmış olan paket turların temelinin oluşmasını sağlamıştır (Batman, Yıldırğan ve Demirtaş, 2000: 1). Tarihte modern anlamda tur liderliğinin başlangıcını yapan kişi Thomas Cook olarak bilinmektedir. Aynı zamanda 571 kişilik ilk paket turu düzenleyen bilim insanıdır. (Çolakoğlu ve diğerleri, 2010: 130; Mısırlı, 2015: 205). Seyahate yönelme eğilimleri Paris-İstanbul arasında “Orient –Express” olarak adlandırılan trenleri kullanarak yatırım yapmak amaçlı iş adamları ve tüccarların ülkeye gelmeleri ile artmıştır (Hacıoğlu, 2000: 5). Rehberli geziler düzenlemesi, tur programları, tur broşürleri ve voucherlar (makbuz) Thomas Cook’un ilkleri arasında yer almaktadır (İçöz, 2011: 232-233).

### **1.1.2. Türkiye’de Turist Rehberliği**

Orta çağlarda seyahat etme eylemi sebebiyle popülerlik kazanan turizm; Türk devletleri için büyük önem arz etmeye ilk defa bu dönemde başlamıştır. Dünya da kurulan modern turizm örnekleri birçok ülkede yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte modern turizm, Türk devletlerini de etkilemeye bu dönemde başlamıştır. Kuruluşlarının ilk örnekleri olarak kabul edilen ve çok sayıda inşa edildiği bilinen, Anadolu’da ilk kez seyahat edenlerin hizmetine sunulduğu kervansaray örnekleri ilk kez Selçuklu Döneminde görülmeye başlanmıştır; ve İslam kültüründe de ilk turizm hareketleri olarak tarihe geçmiştir. Develer aracılığı ile yapılan seyahatlerde inşa edilen kervansaraylar, insanların konaklama, yeme-içme, barınma ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte tasarlanmıştır. Bu kervansaraylar Selçuklu Döneminde ilk kez kullanılmış olup daha sonra Osmanlı Döneminde de bu amaçla kullanılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu hakimiyeti altında olan geniş topraklarda seyahat edenlerin kullanımı için ilk kez inşa edilmiş olanyollar köprüler gibi pek çok imkân içinde barındıran olanaklar da sağlamıştır (Kozak vd., 2006: 28).

Tanzimat Fermanının ilanı ile birlikte Osmanlı Devletinin Avrupa ile ilişkileri genişlemiştir. Bu dönemde İstanbul'a yabancı turistlerin gelip gidişinin artmasıyla birlikte seyahate yönelme eğilimleri farklı alanlar için de şekillenmeye başlamıştır(Değirmencioğlu, 2001: 190).Kırım Savaşında Osmanlı Devleti Rusya'ya karşı Batılı güçlerle birlik olmuş, bu sayede yabancıların İstanbul kentine olan ilgisi artmış, ilk yabancı turistler İstanbul'da görülmeye başlanmıştır (Gülersoy, 1996: 4). Bu kurulan birliğin ardından İstanbul kentine olan ilginin artmasıylaözellikle azınlık grupları içerisinde, tercüman-rehberlik adında yeni bir meslek grubunun ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Değirmencioğlu, 2001: 190). İlk rehberler, hem tercümanlık hem de rehberlik yapan azınlık gruplarından ortaya çıkmıştır. Rumlar bu dönemde bu mesleğe ilgi duyanlar arasında olmuştur. Yahudi grupları yabancı dil konuşmada iyi olmalarından ötürü, bu mesleğe olan ilgileri yabancı dil sebebiyle artmıştır(Değirmencioğlu, 2001: 190). Türk-Müslüman halkı ise Batılılara özenmeyi veya onların dilini öğrenmeyi şeriata aykırı olarak görmeleri sebebiyle uzun süre bu mesleğin dışında kalmıştır (Değirmencioğlu, 2001: 14). Ticari hizmetler ve hekimlik gibi işlerle uğraşan Museviler, Fransız ve İtalyan ailelerinin çocukları yabancı dillerinin gelişmesi için tercüman-rehberlik mesleğine yönelmişlerdir. Osmanlı Devleti'nde kendi dillerinden başka bir dil öğrenmeyi ilk başta uygun bulmadıklarından ötürü resmi dil tercümeleri işini Fenerli Rumlar üstlenmişlerdir. Ancak 1808'den sonra yabancı bir dil öğrenmeye sıcak bakmaya başlayan Müslüman gençleri teşvik etmek amacıyla tercüme odaları kurulmuştur (Pirinçcioğlu, 1996: 44). İlk olarak 29 Ekim 1890 tarihinde yayımlanan 190 sayılı yönetmelikte Osmanlı Devleti'nde "Tercümanlık-Rehberlik" ile ilgili belgeler bulunmuştur. Bu yönetmelik tercüman-rehberlik mesleğine girecek ya da girmiş olan kişilere disiplini sağlamak maksatlı yapılacak olan bir yönetmelik niteliği taşımaktadır. Belgenin içeriği iyi niyet ve ahlak kurallarını içinde barındıran bir çerçevede oluşturulmuştur. Bu yönetmeliği içeren şartlardan biri sınavla uygulanacak olan mesleğin icrası sırasında mesleğin etik kurallarına uyularak, yeteri kadar Türkçe ve yabancı dil bilgisinin olup olmadığının test edilmesi öngörülmüştür (Çimrin, 1995: 11).

“Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edenler Hakkında Talimatname” 8 Kasım 1925 tarihinde, 2730 sayılı kanunla yayımlanmıştır (Dinçer ve Kızılırmak, 1997:147). Cumhuriyet Döneminde çıkarılan bu yönetmelikte de, tercüman rehber adaylarından

yabancı dil bilgisi olmadan önce Türkçe dilini konuşma, yazma ve okuma becerilerine sahip olmaları istenmiştir. Azınlık grupların ve yabancı uyruklu vatandaşların tercüman rehber olarak çalışmasına imkân veren durumun ülke zararına sonuçlanacağı ön görülerek, tercüman rehber olarak görev yapacakların sadece Türk vatandaşı olmaları 1932'de yayımlanan 2007 sayılı kanun ile yasallaştırılmıştır (Saruhan, 1989: 24). 1900'lü yılları arasında tüm dünyayı etkisi altına alan ekonomik kriz Türkiye'deki turizm faaliyetlerini de büyük ölçüde olumsuz yönde etkilemiştir. Tercüman rehberler ekonomik kriz sebebiyle işi bırakmak zorunda kalmıştır. 1935 yılında turizm tekrar canlanarak belediyelerde turizm büroları kurulmuş ve aynı yıl içerisinde tercüman rehberliği kursu açılmış ve bu kurstan 53 kişi mezun olmuştur. Böylece tercüman rehberlik mesleği tekrar artış göstermiştir (Çimrin, 1995: 14). Tercüman rehberlerin belge alması yolundaki ilk uygulama, İstanbul Belediyesi ile Basın-Yayın İstanbul İl Müdürlüğü tarafından 1955 yılında gerçekleştirilmiş, 1958 ve 1960 yıllarında aynı koşullarda iki kurs daha açılarak, toplam 128 kişi çeşitli dillerde tercümanlık yapma hakkını elde etmiştir. 1964 – 1968 yılları arasında tercüman rehberlerin ruhsat alma kapsamında kurslar açılmıştır. İlk kez 3 Eylül 1971'de 13945 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren “Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği” yürürlüğe girmiştir. 18159 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan, 8 Eylül 1983'te yürürlüğe giren “Profesyonel Turist Rehberleri Yönetmeliği”, 2 Temmuz 1986 tarihinde 19152 Sayılı Resmi Gazete' de son şeklini almıştır (Dinçer, 1997: 148–149).”Tur Rehberliği Mesleği” Yasası 07 Haziran 2012 tarihinde kabul edilmiş ve Resmi Gazetede yayımlanmıştır. Turist rehberi faaliyet gösterebilmesi için belirtilen eğitimi aldıktan, uygulama gezisini de mevzuattaki şekliyle tamamladıktan sonra ruhsatname ve çalışma kartı alma hakkı kazanır. Çalışma kartını almış olan turist rehberinin mesleğini icra edebilmesi için deikametgahının bulunduğu ilde şayet bir oda bulunuyorsa bulunan o odaya, ikamet ettiği ilde bulunmuyorsa en yakın ilde bulunan odaya kayıt yaptırması gerekmektedir. Türkiye'de Nisan 2020 tarihi itibari ile Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilmiş ruhsatnamesi bulunan ve Turist Rehberleri Birliğine bağlı 8148 eylemli profesyonel turist rehberi bulunmaktadır. Turist Rehberliği eğitimi, Kültür ve Turizm Bakanlığının açtığı sertifika programları veya üniversitelerin ön lisans, lisans ve yüksek lisans seviyesinde verilmektedir. Turist rehberliği mesleğine dair programlar her geçen yıl

ülkemizde yapılan çalışmalarla desteklenmekte ve turist rehberliği mesleğine ilgi artmaktadır (Tureb,2022).

## **1.2. Turist Rehberlerinin Üstlendiği Roller**

### **1.2.1. Kültürel Değerlerin Aktarılması Rolü**

Kişilerin sosyal davranışlarını sergileme yetisini gösterebileceği rol kavramı; insanların sosyal ve kişisel kimliklerini, özel durumlarını, bilişsel ve kişisel özelliklerini sergileyebilecekleri davranıştır (Biddle, 1986: 68). Kültürel değerlerin aktarılması rolünde rehber; turistlerin tur esnasında gidecekleri, görecekleri, konaklayacakları yerler hakkında bilgiler aktarır, aktarırken turistlerin tur esnasında destinasyonda gerekli olacak ihtiyaç ve beklentileri temin edip onları destinasyon yerinden tatmin eder (Hu, 2007: 29). Alan yazın çalışmalarında bu konuyla ilgili turist rehberlerinin tur esnasında sergileyecekleri rollerinin çok çeşitli olduğu ve bu rollerin katılımcıların ihtiyaçlarını karşılama doğrultusunda yönlendirilip şekillendirilebileceği görülmektedir (Pond, 1993; akt. Weiler ve Black, 2014: 21). Turist rehberlerinin tur esnasında yapması gereken birçok görev ve sorumlulukları bulunmaktadır (Ooi, 2003; Tetik, 2012; Plawin, 2003; Min, 2011). Turistlere kültürel değerleri etkili ve doğru bir şekilde tanıtmaları, turistlerin turdan memnun ayrılmaları için turist rehberlerinin yönetim ve organizasyon fonksiyonları olan planlama, organizatörlük, liderlik, koordinasyon gibi konularda bilgi sahibi olmalıdırlar (Tetik, 2012). Cohen(1985) rehberlerin ülkenin veya bölgenin tanıtılmasında iki konuya odaklandığını belirtir: Biri “yol göstericilik” diğeri “danışmanlık”tır. Yol gösterici rolü, tura katılanların daha önce hiç bilmediği sosyal, kültürel ve doğal alanlardan onları yönlendiren kişi olarak tanımlanır; danışmanlık rolü ise; kişisel öğretmen kavramını içinde barındıran diğeri bir değışle ülkesine ve milletine hizmet eden, turistlerin aydınlanmasını sağlayan bir uzman" olarak tanımlanır.

Turist rehberleri turu gerçekleştirecekleri süre boyunca ülkesinin, destinasyonunun ve bağlı bulunduğu işletmenin temsilcisi konumundadırlar. Bu sebeptendir ki bir takım görevleri ve yükümlülükleri bulunmaktadır (Avcıkurt, 2009: 83). Bunlar: Turu önceden planlamak, turun organizasyonunu en iyi, en doğru şekilde planlamak ve faaliyete geçirmek olarak sıralanmaktadır. Yol gösterici olmak, yaratıcı olmak, motive edici olmak, turu iyi bir şekilde koordine edebilmek, kişilerarasında meydana gelebilecek problemleri çözebilmek,

oluşabilecek herhangi olumsuz bir olaya karşı ziyaretçileri olabildiğince rahatsız etmeden kriz yönetimini kısa sürede sağlayabilmek, ziyaretçiler arasında çıkabilecek sorunlara engel olabilmek ve soğukkanlı bir şekilde turdaki sorunların üstesinden gelebilmek iyi bir turist rehberinde bulunması gereken özelliklerdendir (Asmadili vd. 2018: 331).

Turist rehberinin deneyim ve bilgi birikiminden hareketle, oluşturulmuş bir rota içerisindeki standartlardan ayrı olarak farklı seçenekleri de değerlendirerek grubun memnuniyetini ve turdan daha fazla zevk almasını sağlamak amaçlı alternatif yollar, alternatif rotalar ve duraklar oluşturarak grubun ilgisini çekebilecek güzergahlara da yönlendirebilmesi bölgenin veya ülkenin sahip olduğu kültürel değerlerin tanıtılmasına katkı sağlayacaktır (Cohen, 2004: 164).

### **1.2.2. Kültürlerarası Etkileşime Katkı Rolü**

Bir turist rehberi sahip olduğu bilgi birikimi ve yeteneklerini bir kültürden başka bir kültüre etkili bir biçimde aktarabilmelidir (Reisinger ve Steiner, 2006: 483). Literatürde birçok araştırmacı profesyonel turist rehberinin kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında bir aracı, köprü ve kültür elçisi olduğunu savunmuşlardır (Cohen, 1985; Leclerc, ve Martin, 2004); Zhang, ve Chow, 2004; akt: Weiler ve Black, 2014). Bir tur organizasyonunun gerçekleştiği farklı dil ve etnik kültürlerden oluşan milletlerin bir araya geldiği ortamlarda kültürlerarası iletişimin sağlanmadığı takdirde bir kültürel boşluk oluştuğu düşünülmektedir. Bu kültür boşluğunu ortadan kaldırmak, kültürlerarası etkileşimi sağlamak bir turist rehberinin varlığı ile mümkün olacaktır (Yu vd. 2002: 76-77). Turist rehberlerinin destinasyonda yer alan tarihi ve sanatsal alanları tura katılanlara aktarırken kültür boşluğunu doldurabilmek için bölge veya ülke hakkında bilgiye ve donanımına sahip olmalarının yanı sıra, kültürel değerleri, dini inanışı, milli ve idari kuralları, kaideleri, normları bilip bunları turistlere doğru bir şekilde iletmesi gerekmektedir (Lovrentjev, 2015: 557). Turist rehberinin farklı kıtalarda yaşayan kişilerin kültürlerini gelenek ve göreneklerini iyi bilmesi gerekmektedir. Bu yeteneği sayesinde kültürel anlamda bir köprü görevi kültür aracılığı yaptığı konumda kültür elçisi olarak da görülebilir ve rehber bu farklı kıtalardan gelen kişileri daha iyi anlayabilir (Xie, 2009). Tangüler (2002) farklı kültürlerden oluşan grupların bir araya geldiği esnada karşılıklı olarak birbirlerine gösterdikleri anlayışın rehberin kendi kişisel bakış açısına zarar vermeden turistlerin

taleplerine göre hareket ederek onların kültürel değer yargılarına girerek sağlanabileceği üzerinde durmaktadır.

### **1.2.3. Kültürel Değerlerin Tanıtılması Rolü**

Kültürel değerlerin tanıtılması rolü, turist grubunadestinyasyonun gerekli tanıtımını yaparak, destinyasyonu önemli kılan özellikleri detaylıca ve doğru bir şekilde aktararak tur katılımcılarının destinyasyon hakkındaki merak edilenlerin giderilmesi, destinyasyon hakkında bilgilendirilmesi şeklinde açıklanabilmektedir (Pond, 1993; akt. Asmadili vd. 2018: 331). Gidilen destinyasyonda ziyaret edilen tarihi ve kültürel alanların bir bütün halinde kombinasyonun sağlanması, turistlerin etkileşimlerinin başarılı yönetimi, tur katılımcıları arasında belirli bir memnuniyet düzeyine ulaşması turist rehberlerinin kültürel değerlerin tanıtılmasındaki yönetsel becerisini temsil etmektedir (Quiroga, 1990).

Turist rehberleri, turistlerin ziyaret ettikleri destinyasyondan memnun bir şekilde ayrılmasında ve tekrar o destinyasyonu ziyaret etme davranışı sergilemelerinde, turistleri destinyasyonda ilgi çekici diğer turistik alanlara da yönlendirmede önemli bir etkidir (Kong vd., 2009: 68). Turist rehberleri, seyahat işletmesi adına çalışmaktadır ve turistlerin çekim merkezi haline gelen ülkesinde sunulan turizm hizmetlerinin tüketiminde vazgeçilmez bir aracı, önemli bir rol modelidir. Ziyaret edilen destinyasyonun turistik kaynakları hakkında olumlu ya da olumsuz bir izlenimin ve o ülkeye veya o bölgeye dair turistik imajın oluşmasından birinci derecede sorumludurlar. Ülkenin veya bölgenin turist açısından cazibe merkezi haline gelmesinde belirleyici rolleri bulunmaktadır (Yarcan, 2007: 35).

Destinyasyonu ziyaret gelen turistler,soysal medya vs. aracılığı ile tanıtıcı bilgilere sahip olsalar da; o ülkenin veya bölgenin kültürünü, tarihini, örf ve adetlerini, gelenek göreneklerini, somut ve soyut tüm kültürel miras değerlerini öğrenmek için turist rehberlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu bağlamda ülkenin veya bölgenin tarihi, kültürel yerlerini, anıtlarını, doğal sit alanlarını, sanat eserlerini, müze ve ören yerlerini anlatmakla yükümlü olan turist rehberleri; yönettikleri geziler süresince, ülkesini, milletini, yöre halkını tanıtmakta, turistlerin zihnindeki daha önce oluşmuş herhangi bir ön yargıları var ise bu ön yargıyı olabildiğince yok etmekte ve sahip oldukları yanlış bilgileri düzeltip

Ülkelerini veya bölgelerini tanıtarak gerçeği aktararak en doğru Şekilde temsil etmektedirler (Tosun ve Temizkan, 2004: 356).

Turist rehberleri kültürel değerleri aktarırken; farklı kültürdeki insanlara ve yeniliklere açık, konuŐmaları net, diksiyonu düzgün, kibar, iyi bir espri yeteneğine, fiziksel görünüŐe ve pozitif enerjiesahip olmalıdırlar(Tangüler, 2002: 15).Turistlerin katılmıŐ oldukları tur programında onlara pozitif duygular aŐılamak ve tur boyunca sıcak bir atmosfer yaratmak kişileri olabildiğince turdan keyif almalarını sağlayarak ağırlamak onları bilgilendirirken hem eğlendirmek hem de motive etmek kültürel değerlerin aktarılmasında önemli etkenlerdir (Heung, 2008: 306).Turist rehberleri kültürel değerleri tanıtarak, doğru bir Şekilde aktararak, kültürlerarası etkileşimi sağlayarak bölgenin sahip olduğu kültürel miras değerlerinin korunmasına, geliştirilmesine ve geleceğe aktarılmasına katkı sunmaktadır.

Bir toplumun kültürünün temelini oluşturan değerler, bir kişi veya bir grup tarafından kabul edilen standartlar, inançlar, ritüeller, davranış Őekilleri veya ahlaki ilkelerdir. Değerler, belirli davranışların, eylemlerin ve hedeflerin toplum tarafından değerlendirilmesi, toplum tarafından kabul edilmesi için genel standartlar ve neyin iyi neyin kötü, neyin kabul edilebilir veya neyin kabul edilemez olduğunun değerlendirilmesi için bazı kriterler sağlar (Siber ve Sikavica, 2001).

Kültürel değerler, standartları belirlenmiŐ aynı değer yargılarını taşıyan toplum tarafından kabul edilebilir olduğuna ilişkin paylaşılan soyut fikirleri içermektedir. Bu tür değerler, insanları çeşitli durumlarda davranışlarını yönlendiren belirli normların temeli olan özgürlük, refah ve güvenliği içerebilir (Schwartz, 1999).

Değer kavramı ile ilgili literatür incelendiğinde çok sayıda yapılmış olan çalıŐmalara rastlamak mümkündür. Örneğin, Schwartz (1999)'a göre, kendine yönelme-kendini aŐma ve deęiŐime aıklık-muhafazakarlık boyutlarının karşılıklı bağımlılığı ve bileŐiminden ortaya çıkan değer gruplarıdır (Doğan, 2012:44-45). Değerler olgusuna kuramsal olarak yaklaŐan Elizur ve arkadaŐları (1991:21-38), bireysel değerleri baz alan temel unsurlar ile bunların ilgili olduğu ynlerin belirlenmesi üzerinde durmuŐlardır.

Değer konusunda önemli çalışmalar yapan Schein (1990:109-119)' e göre, değerin kültürel ögelerin toplum tarafından belirlenmesinde ve kabul edilmesinde en önemli unsurlardan

olduğunu ifade etmiştir. Schein’ın tanımından da anlaşılacağı üzere kültürün en temel konusu ülkenin veya bölgenin sahip olduğu değerler ve değerlere benzeyen olguların incelenmesidir. Değerler, bazı durumları başkalarına göre tercih eden geniş eğilimlerdir. Hofstede (1980:19) değer tanımı, bazı olayları başkalarına karşı tercih etme konusunda geniş bir eğilim olduğunu ifade etmiştir.

Hofstede (1983:46-74)’e göre, değerlerin oluşumu toplumların geçmişe ışık tutan bilgilerinin yok olma tehlikesi ve endişesiyle karşı karşıya kaldığı, bu tehlike ve endişelerin giderilmesine dayandığı için kuramsal bir özellik taşımakta olduğunu belirtmiştir. Hofstede’nin değerler olgusu, değerlerin tanımlanmasından çok değerlerin ilgili olduğu boyutları belirlemeye ve tanımlamaya yönelik olmuştur.

Hofstede (2015:547), kültürün bireysel düzeyde yararlı olmadığını ifade etmiştir, çünkü eğer kültür nesilden nesile paylaşılmazsa kültür değil mizaç ortamı, kişilik, deneyim, tecrübe ya da inanç olarak kalabileceğini ifade etmiştir. Çünkü bireyler kendi değer ve yargılarını başkaları tarafından gözlemlenerek başkalarının aktarıcılığı ile kültürü taşırlar. Yine de, “kültür” sözcüğü, algıların, değerlerin veya uygulamaların paylaşımlarının bir bütünü şeklinde de tarif edilmektedir.

Lu, Rose ve Blodgett (1999) kültür kavramının açıklanmasında gelenek, görenek, miras, ritüel gibi faktörlerin, bireyleri hem psikolojik olarak hem de içinde bulunduğu farklı toplulukların normlarından, standartlarından ahlaklarından, inançlarından ve davranış biçimlerinden yararlanılabileceğini savunmuştur.

### **1.3. Kültür Kavramı**

Kültür, bir milleti diğer milletlerden ayıran yaşam biçimlerini, sembollerini, edebiyatını, sanatını, müziğini, kendine has millî değerlerini deneyimler aracılığı ile şekillendiren toptekun yaşam tarzı olarak tanımlanmaktadır (Ergin, 1986: 31-37; Çelik ve Türker, 2012:88). Kültür kavramı 12. yüzyıldan beri kullanılmakta olan Latincedeki “Cultura” ya da “Colere”den kelimelerinden gelmektedir (Çelik ve Türker, 2012:88).



Kültür olgusunu konu edinen araştırmalar arasında en kapsamlı araştırmalardan biri Hofstede'e (1984) aittir. Hofstede (1984) kültür olgusunu, bir topluluğu diğerlerinden ayıran zihinselprogramlama olarak açıklamaktadır (Köz ve Seçilmiş, 2015:70).

Küçükaslan (2007) kültürü olgusunu; toplumların din, dil, ahlak, hukuk, sanat, gelenek ve görenekler, yöresel lezzetler gibi değerlerin bütünü olarak tanımlamaktadır(Köz, 2014:4).

Sosyoloji alanında uzmanlaşmış psikologlar Kenrick, Neuberg ve Cialdini (1999)kültürü; belirli bir zaman diliminde ve belirli bir yerde yaşayan insanlar tarafından paylaşılan gelenekler, alışkanlıklar, inançlar,ve dil olarak benzer terimlerle tanımlamışlardır.

Arnold, (1993) için kültür, bir insanlık üzerinde medenileştirme ve iyileştirici etkisi bulunan, ahlaki ve toplumsal gelişimi sağlayan normlar anlamına gelmektedir.

Briggs, (2007) sosyal eleştirmenler için kültür kavramını; farklı milletlerin ve ulusların dilini, ritüellerini, edebiyatını, coğrafyasını, müziğini, sanatsal ve mimari değerlerini, geleneksel yemeklerini, yöresel kıyafetlerini toplumun kuramları, normları ve deneyimleri aracılığıyla nesilden nesile aktarılması olarak ifade etmiştir.

Tablo 1.1.'de kültür kavramı ile ilgili çeşitli yazarların düşünceleri yer almaktadır.

**Tablo 1.1.Kültür Kavramı Tanımları**

Yazar	Tanım
Edward Tylor(1871)	"Kültür, toplumun bir üyesi olarak insanın edindiği bilgileri, inançları, sanatı, ahlaki, hukuku, gelenekleri ve diğer yetenekleri ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür."
Herskovits (1948)	"Kültür, çevrenin insan yapımı parçasıdır."
Bennet (1995)	"On dokuzuncu yüzyıl, Çartist hareketin yükselişinin, halkın söz sahibi olmasında oy hakkının genişlemesinin ve kentli yoksulları medenileştirme ihtiyacının kültürel kurumların gelişmesine yol açtığı kültürün faydasının çoğalması için önemli bir adım olmuştur."
Mead (1951)	"Geçmişten günümüze süregelen geleneklerin, fikirlerin ve alışkanlıkların bir koleksiyonudur. Toplum üyelerinin paylaştığı ve öğrendiği bir grup insanı diğerinden insanlardan ayıran kendi milli benliğini oluşturan en önemli öğedir."
Tylor (1924)	"Bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve bir üyenin edindiği diğer yetenek ve alışkanlıkların bütünüdür."
Lederach (1995)	"Kültür, çevrelerindeki sosyal gerçekleri algılamak, yorumlamak, ifade etmek ve onlara cevap vermek için bir dizi insan tarafından yaratılan ortak bilgi ve planlardır."
Gökalp (2013)	"Kültür, kültürel daire içerisinde bireylerin uyması gereken toplumsal ülküler ve vicdani kaidelerdir."

Kaynak:(Karimzadi, 2019: 41).

Çeşitli yazarların ifadeleri ile kültür, "belirli bir insan grubuna" katılan "çevrenin insan yapımı parçası" (Herskovits, 1948: 17, aktaran Reisinger ve Turner, 2011) olarak

tanımlanmaktadır (Barnlund ve Araki, 1985; Harris ve Moran, 1987). Diğer bir yazarın ifadesine göre ise; “sosyal olarak edinilmiş duygu ve düşünme yolları” (Harris, 1988'den aktaran Reisinger ve Turner, 2011) ve “etkileşimde davranışa rehberlik eden tutarlı bir gruba ait kurallar ve değerler” aracılığıyla aktarılan normlar bütünüdür. “(Parsons, 1951 akt: Reisinger ve Turner, 2011).

#### **1.4. Kültür Çeşitleri**

Kültür kavramı toplumlar arasında birçok türde şekillendirilebilmektedir. Geçmişten günümüze süregelen örf, adet gelecek, görenek, davranış biçimlerinin tümünü oluşturan kültür kavramının çeşitliliği toplumda dikkat çekici olmuştur. Kültürün maddi ve manevi gelişimleri sosyal gruplar arasında farklılık göstermektedir. Her toplumun kültürü örf, adet, gelenek görenek, sanat, dil, din, tarih, mimari yapı, yaşam tarzı gibi unsurları içine almaktadır. Bu unsurlar insanların turizm faaliyetlerine katılma sebepleri arasında önemli rol oynamaktadır (Doğan vd., 2009:303; Çiçek, 2013: 101). Bu sebeple kültür kavramı toplumlar arasında çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitlilik kitle kültürü, halk kültürü, yüksek kültür, alt kültür, karşı kültür ve popüler kültür olarak sınıflandırılmaktadır (Gökalp, 2011: 40-43).

Kitle kültürü, toplum tarafından kültür endüstrisi içerisinde üretilip toplumsal düzeyde tüketilen bir kültür çeşididir (Köz, 2014: 5). Kitle kültürü kapitalizme ait bir kültür türüdür. Uluslararası pazarın değişimlerine ve ihtiyaçlarına göre biçimlenip şekillenen, Kapitalist ekonomi tarafından önceden kesilip biçilmiş paketlenip sunulmuş topluma mal edilmiş bir kültür biçimidir (Selçuk, 2011: 4135; Erdoğan, 1999:22). Kitle kültürü sanayileşme ile birlikte ortaya çıkmış ve geniş halk kitlelerine yayılmış, onların yaşamsal çıkarlarına karşılık veren davranışlar bütünüdür (Gönenç, 2002: 129).

Süer, (2011: 12) kitle kültürü kavramını; kitlesel pazar için üretilen sanayileşmenin etkisiyle kitle iletişim araçları ile zamanla topluma yayılan tek tip ürünler olduğunu ifade etmiştir.

Erdoğan, (2004) kitle kültürünü; 19'uncu yüzyılda gerçekleşen sanayi devrimi ile sanayileşmiş toplumların kapitalizmi kitle kültürünü çıkarmış olduğunu ve sanayileşmiş kültürün sürekli olarak artan ve en önemlisi, ilk defa işçi sınıfının haklarını gözetmeye

yönelik ve özellikle onların tüketimini ve işçi sınıfının refahını sağlamak için üretilen bir kültür olarak ortaya çıkmış olduğunu belirtmiştir.

Halk kültürü,asında Romantik hareketin toplumu mekanikleştiren ve sistematikleştiren aynı zamanda toplumsal düzeni bozan endüstriyel kapitalist düzene bir tepki olarak ortaya çıkmıştır(Apaydın, 2001).

Popüler kültür bir diğer adıyla halk kültürü, modern toplumda devam eden halka ait olan halkın kültürü anlamına gelmektedir.(Erdoğan, 2004:3).

Millî kültür değerlerini gözetip kollayan halk kültürü, ülkeyi ayakta tutan, toplumun refahını gözeten en önemli güçlerden biridir. Halkın arasında mayalanarak, halkın çıkarlarını koruyarak kültürel yapıyı belirleyen, nesilden nesile aktarılmasını sağlayan, halkın ortak duygu ve düşüncelerini dile getiren unsurdur (Artun, 1996:12-25).

Popüler kültür kapitalist bir mal üretme, pazarlama, dağıtım biçimlerine göre önce kullanım sahası oluşturulup daha sonra tüketilmesi için pazara sunulan toplum için hazır hale gelmiş bir kültürdür (Erdoğan, 2004; Coşgun, 2012:841).

Popüler kültür hem nadir insanlar tarafından hem de halk arasında herkes tarafından kabul edilen, beğenilen anlamına gelmektedir (Biggsby, 1999; akt: Güllüoğlu, 2012:66). Popüler kültür, kitle kültürünün somutlaştırılmış şekillerinden biridir. Toplumun bazı kesimlerinin sahip olduğu ana kültürün dışında kendilerine özgü geliştirmiş oldukları kültüre, “alt kültür” denilmektedir. Alt kültürler yerel halkın ana kültüründen bağımsız olarak bazı etnik grupların kendi içlerinde oluşturdukları toplumsal kuralları, normları ve yaşam tarzlarını ifade eden kültür çeşididir. Alt kültür, toplumun belirli bir kesimini toplumun genelinden ayırmaya yarayan bir kültür olgusudur(Bahar, 2009: 56).

Reddedilen kalıplaşmış değer yargılarına direniş gösterme,toplum tarafından yeni, özgün davranış kalıplarının oluşturulması, alt kültür kavramının tanımlanmasında belirleyici rol oynamaktadır(Negus, 1996:153; akt: Tanrıkulu,2015:476).

Altkültür, yaşadığı toplumdan tamamen bağımsız olmayıp, kendi içinde oluşturmuş olduğu toplumsal kurallar bütünü ile farklılığını yaratarak varlığına yeni bir kimlik kazandırır (Jenks ve Demirkol, 2007:2).

Mehtap Demir (2018) Alt kültür kavramını, ana toplumun egemen olduğu siyasal düzenden, toplumsallaştırılmış normlardan ve ilişkilerden bağımsız olarak kendilerinin oluşturdukları toplumsal normlarla, kendilerine özgü ahlaki değerlerle, iletişim ve eğlence biçimleriyle, sanatsal etkinlikleriyle kültür adına yeni bir toplum düzeni oluşturan toplumsal ilişkiler sistemi şeklinde tanımlamıştır.

Bu kültürün en belirgin ayırt edici özelliği sanatçılar ve eleştirmenler gibi belli bir konuma gelmiş insanlar tarafından şekillendiriliyor olmasıdır (Gans 2014, 109-113; akt:Üstün; 2019:9). Bir toplumda sanatçılar ve eleştirmenler gibi yüksek statüde bulunan insanlar kendilerini diğer insanlardan ayırt edip mevcut konumlarını sürdürebilmek için araçlara ve kaynaklara başvururlar. Bu araçlar ve kaynaklar genellikle toplumun diğer kesimlerinde kolay elde edilemeyecek olan her kesimden insanın ulaşamayacağı nitelikte kaynak veya araçlardır. Yüksek statüye sahip olan şahıslar elde ettikleri statüyü korumak ve geliştirmek bu statünün devamlılığını sağlamak için kültürel unsurları da kullanırlar. Yalnız, bu kültürel unsurlar toplumun geniş kesimleri tarafından kolayca ulaşılabilir unsurlar dışındaki kültürel unsurlardır. Bu anlamda toplumun diğer kesimlerinden ayırt edilen toplum yapısını oluşturan kalıplara “yüksek kültür” denir. Yüksek kültür kalıbıyla eğitilmiş insan arasında diğer insanlara nazaran fark olduğu düşünülerek bu kalıp oluşturulmuştur. Klasik müzik, resim, opera, dram, tiyatro, şiir gibi edebi unsurlar “yüksek kültür” kalıbının içinde değerlendirilmektedir (Bahar, 2009: 60).

Toplumsal grupların oluşturmak istedikleri norm ve değerler niteliğinde toplumun sahip olduğu ana kültürün genel özelliklerini reddeden ve onunla açık bir şekilde çatışmaya giren kültüre “karşı kültür” denir (Eroğlu, 1993:123; akt: Aktan, 2007:9). Toplumda herkes tarafından yaygın olarak kabul edilmiş, geçmişten günümüze dek varlığı süregelen, herkesçe benimsenmiş olan; halkı ve halkın milli benliğini ifade eden kültürel kalıpların dışında oluşan ve bu kültürel kalıplara karşı olan kültüre karşı ya da karşıt kültür denilmektedir (Bahar, 2009: 59). Her toplumun kendine özgü gelenek, görenek, örf, adet ve davranış biçimlerinin sergilendiği o yöreye veya bölgeye has kültür biçimleri vardır.

İnsanlar biyolojik olarak her ne kadar birbirlerine benziyor olsalar da herkesin doğru yanlış hakkındaki fikirleri yaşam biçimine göre sergilemiş oldukları hal ve hareketleri farklılık göstermektedir. Bu nedenle insanların düşünce ve yaşam tarzlarının farklılığından kaynaklanan fikir ayrılıkları doğmakta ve karşıt kültür türü oluşmaktadır (Bahar, 2009: 59).

Karşı kültür, genel anlamda politik, ekonomik, psikolojik, toplumsal, ve kültürel olaylar çerçevesinde toplumun yaşadığı ana kültür düzenine karşı koyma durumudur (Abay, 2021:9).

### **1.5. Kültürel Miras**

Miras, “bir neslin kendinden sonra gelen nesle bırakmış olduğu bütün maddi ve manevi değerlerin tamamı” olarak açıklanmaktadır (www.tdk.gov.tr, 2020). Kültürel miras, bir toplumun geçmişinin ve bugününün sahip olduğu kültürel öğelerin gelecek nesillere aktarılmasını hedefleyen maddi ve manevi değerler bütünüdür (Sarı ve Nazlı, 2018: 2).

Prentice (1993) yayımlanmış olduğu çalışmasında “miras” sözcüğünü sadece tabiat, doğal tarih, binalar, insan eliyle yapılmış eserler, kültürel gelenekler ve tam anlamıyla veya mecazi olarak bir nesilden diğerine aktarılan şeyler değil, aynı zamanda turizm ürünleri olarak gelişebilen, yenilenebilen ve düzenlenebilen mekanlar olarak da tanımlamıştır. Prentice çalışmasında, orijinal şeklini bozmaksızın inşa edilebilen, yeniden şekillendirilmesi, onarılması gerekli görülen doğal ve kültürel miras alanlarının turizme yeniden kazandırılması için farklılaştırılmasını önermiştir. Peterson (1994), tarihi ve sanatsal yerleri ziyaret etmenin üç temel nedenini ortaya koymuştur: Bunlardan ilki; her zaman yaşamış oldukları çevreden farklı bir çevreyi, zamanı veya mekanı deneyimlemek, mekanın tarihini, kültürünü, coğrafyasını, çocuklara öğretmek veya diğer bireylerle paylaşmak, deneyimlerden, gezilen alanlardan zevk almayı, tecrübe edinmeyi aynı zamanda bölgenin kültürel değerlerini öğrenmek, ikincisi; kültürel miras turizmi, sahne ve görsel sanatları içinde barındıran tüm kültürel değerler hakkında bilgi edinmek, üçüncü ve son olarak ele aldığı neden; kültürel sergiler ve diğer ilgili yerlerden deneyimleri doğrultusunda memnun ayrılan turist kesimi olarak da tanımlanmaktadır.

Kültürel miras milli kimliğimizle, kültürümüzle, tarihimizle ilgili olan soyut ve somut değerlerin tümüdür. Tarihi kentler ve dokular, kültürel peyzajlar, anıtsal yapılar, arkeolojik

alanlar; dil, gelenek, dans, müzik, ritüeller gibi değerler kültürel mirası oluşturur(Taş ve Kuşcuoğlu, 2017:60).

Kültürel miras, insanların tarih boyunca yaşadıkları tecrübelerini, gelenek göreneklerini ve ortak geçmişlerini konu alan değerlerin orijinalliği bozulmadan şekillendirilmesini ve farklılaştırılmasını sağlayarak geçmişle bugün arasında bir bağlantı oluşturur (Kültürel Mirasın Korunması İsmep Rehber Kitapları, 2014; akt: Savaş ve Özdemir, 2020:79).

Kültürel Miras tanım ve kapsam olarak tarihsel süreç içinde gelişim ve değişim göstererek günümüze kadar gelen değerler topluluğudur(Güleç Korumaz, 2015, 14; akt: Açııcı vd., 2017:54).

Süer (2021) Bir toplumun sahip olduğu kültürel miras değerlerinin ve kültürel miras varlıklarının geçmişte insan eliyle yaratılmış varlıklar olduğunu aynı zamanda o toplumun milli kimliğini ifade eden en önemli unsurlar olduğunu belirtmiştir

### **1.6.Kültür Turizmi**

Kültür turizmi, Avrupa bölgelerinde 1960'lı yıllarda gelişmeye başlamış, kültürel etkileşimin sağlanması amaçlı farklı şehirlere yönelik seyahat eğilimleri artmıştır (Uca Özer, 2010:53). İnsanlar farklı toplumların kültürlerini, yaşam biçimlerini tanıma isteği içinde seyahat etmektedir. İnsanlar seyahat ettikleri bölgelerin geçmiş kültürlerinin veya geçmiş medeniyetlerinin izlerini görme isteğinin yanı sıra kendi yaşadıkları kültürlerinin dışında farklı kültürleri de tanımaya ilgi duymaktadırlar. İnsanların bu farklı kültürleri tanımak ve öğrenmek için yaptıkları turizm çeşidine "kültür turizmi" adı verilmektedir. (Arınç, 2002:101; akt:Baykan ve Uygur, 2007:33).Sosyo-kültürel değere sahip varlıkların doğal özelliklerinin korunmasının ve gelecek nesillere aktarılmasının sağlanmasında en etken araç kültür turizmidir (Toptaş ve Saçılık, 2017:109).

Kültür turizmi, sanat eserleri, anıtlar, müzeler, camiiler, kiliseler, milli parklar gibi doğal, tarihi ve kültürel varlıkların, sosyo-ekonomik olguların turistik bir ürün biçiminde turistlere sunulan turizm anlayışıdır (Baykan ve Uygur, 2007:33-37).Kültür turizmi, belirli bir bölgede veya ülkede yaşayan topluluklara özgü soyut ve somut varlıkların turistik bir amaç kaygısıyla turistlerin ilgi ve alakasına göre gerçek ortamda deneyimlemesi için

yapılan seyahat olarak tanımlanmaktadır. Kùltür turizmi geçmiş ve řuan ki nesillerin özelliklerini anlatmaktadır (Bahçe, 2009).

Kùltür turizmi, tarihi ve sanatsal binaların, doğal sit alanlarının mÙze ve ren yerlerinin ziyaret edilmesi, yerel halkın davranış biçimlerinin gözlemlenmesi veya deneyimlenmesi gibi pek çok etkinliği içerebilmektedir. İnsanlar ziyaret ettikleri yerlerin kùltürleri, gelenek ve görenekleri, ziyaret ettikleri bölgenin dilleri, dinleri hakkında bilgi edinmek, doğal gÙzelliklerini ve tarihi mekanlarını deneyimlemek için kùltür turizmi etkinliğinekatılırlar. Aynı zamanda doğa, macera, spor olayları, festivaller ve el sanatları gibi diğer etkinliklerden de yararlanabilirler (Joliffe ve MacDonald, 2003: 308).

Kùltür turizmi ile ùlke veya bölge toprakları üzerinde bulunan geçmiş medeniyetlerin maddi kalıntıları turistik amaçla kullanılırken zarar verilmeden toplumun yararlanabileceği bir değere dnùřtür÷lmesi anlatılmaya çalışılmaktadır (Emekli, 2006:102). Az gelişmiş veya gelişmekte olan ùlkeler, sahip oldukları kùltürel değerleri ùlkelerine gelen ziyaretçi turistlere açıp yerel ekonomilerine de katkı sağlamayı amaçlamışlardır. Bu durum, kùltür turizminin ortaya çıkmasında, yayılmasında ve gelişmesinde etkili olan sebeplerden bir diğeri olarak gösterilebilmektedir (Albayrak, 2011:15).Turistler sadece temel kùltürel miras alanlarını görmek için değil aynı zamanda yerel halkla etkileşim kurmak ve bu miras alanlarını benzersiz kılan kùltürü deneyimlemek için de turizm alanlarını ziyaret ederler(Li ve Hunter, 2015:256).

Alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkışı, turistlerin deniz, kum, gÙneř gibi yaz turizmi kapsamında gerçekleştirdikleri seyahat tÙrlerinden sıkılarak yeni turizm tÙrleri arayışı içine girmesiyleve seyahat tercihlerindedişmesiyle olmuştur. Turistlerin kùltürel farklılıklara sahip toplumları ve kùltürel değer taşıyan miras varlıklarını tanıma, öğrenme istekleri ile seyahat etmeleri, kùltür turizminin gelişmesine yol açmıştır (Emir ve Avan, 2010: 204; akt: Deniz ve Savaşkan, 2018:95).

İnsanları buldukları bölgeden başka bir bölgeye seyahat etmeye teşvik eden nedenlerden biri farklı kùltürleri öğrenmeye olan merak ve ilgidir. Bir bölgenin veya ùlkenin tarihini, sanatsal değerlerini, yaşam biçimlerini, gelenek ve göreneklerini merak eden turistler, farklı kùltürdeki insanlarla tanışmak, yeni yerler keşfetmek aynı zamanda farklı kùltürleri

öğrenmek için seyahat etmektedirler (Confer vd., 2002: 7; akt: Emir ve Avan, 2010:207). Bu sebeple, tarihi, sanatsal, kültürel değerleriyle ünlü olan bölgelerin yaptıkları reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, hedef kitlenin karar sürecinde etkin bir rol üstlenmesi bakımından önem arz etmektedir (Emir ve Avan, 2010:207).

Zengin bir kaynak unsuru olan Türkiye'nin kültürel varlıkları turizm sektöründe önemli bir değere sahiptir. Turizm sektöründe önemli değere sahip olan bu zengin kaynakların turizm amaçlı kullanılması hem yerel ekonomiye hem de ülke tanıtımına katkı sağlayacaktır. Ayrıca turizm sayesinde, bu kültürel zenginliklere sahip olan kaynakların koruma altına alınması ve gelecek kuşaklara aktarılması da etkili bir planlama yöntemi ile gerçekleştirilecektir (Polat ve Polat, 2014; akt:Deniz ve Savaşkan,2018:94). Etkili planlama ile bölgenin sahip olduğu değerlerin dengesi korunursa; hem miras alanı hem de turizm paydaşları kültür turizminin olumlu etkilerinden faydalanabilecektir. Böylelikle, yerel ekonomi iyileşecek ve bunun sonucunda yerel halkın refahı artacaktır. Fonlar altyapı geliştirme ve tarihi varlıklardaki koruma faaliyetlerine yönlendirilebilir. En önemlisi kültürlerarası diyalog, kültürler arasında daha iyi bir anlayış ve hoşgörüyü yol açacaktır (McKercher and Cross, 2003:45-58). Bir ortak yaşam alanı yaratmak için kültür turizmi geliştirme planlama sürecine bölge sakinleri, mülk sahipleri, turizmle ilgili tesis sahipleri, yerel, bölgesel ve ulusal devlet turizm kuruluşları, tur operatörleri, seyahat firmaları ve yerel turist rehberlerinden oluşan çeşitli paydaşlar eklenebilir. Bu paydaşların varlığı, hem zaman hem de mekan açısından turizm kaynaklarının kullanımında ve kontrolünde katkı sağlayacaktır (McKercher and Cross, 2003:45-58). Turizm ve kültürel miras varlıkları arasında tam ortaklık, çalışma ilişkileri ve barış içinde bir arada yaşamaları kültürel değerlerin korunmasında ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında, turizm paydaşlarının da katkısıyla turizm faaliyetlerinin canlanmasına yarar sağlayacaktır (McKercher and Cross, 2003:45-58).

### **1.6.1. Somut Kültürel Miras**

Somutkültürel miras, bir toplumda nesiller arası üretilen, muhafaza edilen ve iletilen fiziksel eserleri ifade etmektedir. Sanatsal kreasyonları, binalar ve anıtlar gibi inşa edilmiş mirasları ve bir toplumda kültürel öneme sahip olan insan yaratıcılığının diğer fiziksel veya somut ürünlerini içermektedir. Somut kültürel mirası; tarihi binalar, müze ve ören yerleri,



anıtlar, doğal sit alanları, müzik aletleri, çiftlikler, evler, yemekler gibi geçmişten günümüze süregelen tüm kültürel değerler oluşturmaktadır (Okuyucu, 2011: 20-37).

Aslan ve Ardemagni (2006) Somut kültürel miras değerlerini taşınabilir ve taşınamaz olarak iki şekilde incelemiştir. Taşınabilir kültürel miras değerleri; günlük eşyalar, müzik aletleri, el yazmalı eserler, el sanatları, süs eşyaları, resimler, heykeller ve sikkelerdir. Taşınamaz kültürel miras değerleri ise; türbeler, köprüler, doğal ve kültürel alanlar, tarihi ve arkeolojik yerler, binalar, anıtlar, müzeler, park ve bahçelerdir. Günümüzde uluslararası kurum ve sözleşmelerle korunan tarihi nitelik taşıyan alanlar ve mimari anıtlar somut kültürel mirası kapsamaktadır (Yılmaz, 2020: 158).

İnsanların günlük yaşantılarında ekonomik, dini, kültürel varlıkları anlamaya ve tanımaya ihtiyaçları vardır. Bir milletin geçmişine ışık tutan kültürel varlıkların izleridir. Bu izler inşa edilmiş olan tarihi ve sanatsal nitelik taşıyan yapılar, ortaya çıkmış olan değerlerdir. Bu değerler ise somut kültürel miras adı altında incelenmektedir (Mavuş, 2021:112).

### **1.6.2. Somut Olmayan Kültürel Miras**

Somut olmayan kültürel miras, toplumların veya bireylerin geçmişine ışık tutan tarihsel nesnelere, sanatsal eserlere ve kültürel alanları kapsamaktadır (UNESCO, 2003). Somut olmayan kültürel miras mimari yapılar, tarihi anıtlar veya sanatsal eserler gibi maddi değer taşıyanları içerdiği gibi, sözlü anlatımlar, ninniler, halk oyunları, gösteri sanatları, toplumsal adetler, ritüel ve festivaller, evren ve doğa ile ilgili uygulamalar, ebru sanatı, el sanatları geleneği gibi kültürel ürünleri kapsayan bir kavram olarak da günümüzde kullanılmaktadır (Öncü, 2021:903). Popüler yer ile yakından ilgili olup teknolojik bileşenler eşliğinde gerçekleştirilen geleneksel kültür veya uygulanan kültür anlamına gelmektedir. Başka bir ifadeyle; bir topluluğun alışagelmış ritüellerini temsil etmektedir (Du Cros ve Lui, 2012:1). Sözlü geleneklerden destanlar, masallar ve hikayeler, şenlikler, doğa ve bilim ile ilgili uygulamalar, müzik, şarkı, dans, kuklacılık ve tiyatro dahil olmak üzere sahne sanatları, sosyal uygulamalar, ritüeller gibi kültürel olarak önemli faaliyetlerin ve olayların tümü somut olmayan kültürel miras değerlerini oluşturmaktadır (Kurin, 2004: 67).

Somut olmayan sözlü olarak iletilen efsaneler, epik hikayeler, performans sanatları ve festivaller gibi edebi değerler de vardır. Bu somut olmayan değerler kültürün maddi olmayan yönlerini vurgulamaktadır. Geleneksel olan ve aynı zamanda yaşayan bir topluluk içinde paylaşılan miras değerleri, sürekli olarak yeniden oluşturulur, toplu olarak gerçekleştirilir ve bir kültüre sahip olan değerler arasında sözlü olarak iletilir (Wanda, 2010:377-379).

Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı bir işlev olan dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar; gösteri ve sahne sanatları; mitler, toplumsal uygulamalar, ritüeller, festivaller ve şöenler; doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar; el sanatları geleneği zanaatkar sanatları somut olmayan kültürel mirası konu alan kültürel mirası oluşturan unsurlar olarak kayda geçmiştir (Ekici, 2004: 3).

Farklı topluluklar birbirleriyle kültürel etkileşime girerek somut olmayan kültürel miras toplumunu kültürel çeşitliliğe teşvik etmiş bu sayede kültürel miras değerleri sadece ait olduğu toplumu veya ulusu değil tüm dünyayı ilgilendiren uluslararası bir konu hâline gelmiştir (Artun, 2004: 147; Du Cros ve Lui, 2012). 17 Ekim 2003 tarihinde kabul edilen, 20 Nisan 2006 tarihinde yürürlüğe giren ve uluslararası bir belge niteliği taşıyan Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi somut olmayan kültürel miras değerlerini koruyup geliştirmek için, uluslararası düzeyde farkındalığı artırıp duyarlılığı sağlamak için kabul edilmiştir (Oğuz, 2008b:5-7).

### **1.7. Konya İlinin Tarihi**

Yüzölçümü bakımından Orta Anadolu Bölgesinin en büyük ili olarak kabul edilen Konya, Kuzeyden Ankara, Eskişehir; doğudan Niğde; güneyden Mersin, Antalya; batıdan Isparta ve Afyon illeri ile çevrelenmiş bir ildir (Önder, 1971: 3). Konya ve çevresi M.Ö. 7. bin yılından bu yana yerleşim yeri olmuş, birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Çatalhöyük, yalnızca ülkemizin değil, dünya çapında da yemek kültürünün ilk kez başladığı, tarımın yapıldığı, ateşin kullanıldığı, hayvanların evcilleştirildiği, şehir yaşantısının görüldüğü, yerleşik hayata geçildiği, önemli merkez olarak tarif edilmiştir (Önder, 1971: 3). Konya ve çevresine tarihi çağlarda Hititler ve Lidyalılar, M.Ö. 6. yüzyılda Persler, M.Ö. 4. yüzyılda Büyük İskender, Selevkoslar, M.Ö. 2. yüzyılda Roma,

M.S. 395'te Bizanslılar hâkimiyet kurmuşlardır (Tapur, 2009: 475). Konya tarih öncesinden itibaren doğu ile batı kültürlerinin kesiştiği bir kavşak noktası olmuştur. Konya kentinin adı ilk kez Hitit yazılı kaynaklarında *Ikuvanija* (*Ikku-ua-ni-ia*) olarak geçmektedir. *Ikuvanija* Luvice bir isimdir. Luviler Konya'nın da bulunduğu Anadolu'nun güney ve batı kesiminde M.Ö. III. bin yılın ortalarından itibaren görülmektedir. Konya Ovası ise Luvilerin oturduğu önemli bölgelerden biri olduğu için Luvi Ülkesi anlamında *Lukkawanna* olarak adlandırılmaktaydı (Mellaart 1974:517; Laroche 1986: 221-225). *Ikuvanija* iki bin beş yüz yıl önce Klasik Çağ'da İkonion, iki bin yıl önce Antik Çağ'da Grek ve Roma yönetimlerinde *İkonium* ve *İkonia*'ya dönüşmüştür. Ortaçağ'da Araplar El-Koniya demiş ve Türkler de son şekli olan Konya adını vermişlerdir (Akt: Bahar, 2014: 84).

## **1.8.Konya'nın Kültürel Miras Değerleri**

Konya'nın kültürel miras değerleri somut ve soyut kültürel miras değerleri olmak üzere iki başlıkta incelenmektedir.

### **1.8.1. Somut Kültürel Miras Değerleri**

Konya Selçuklu döneminden bugüne kadar sahip olduğu tarihi geçmişi ile pek çok kültür ve medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Dünyanın ilk Hıristiyan yerleşim yeri ve mabetlerini bünyesinde bulunduran Konya, kültür turizminde oldukça önemli bir potansiyele sahiptir. İnanç turizminin zenginliği bakımından bilinen Konya, inanç turizminin yanında kültür turizminde de turizmin önemli merkezlerinden biri haline gelmiştir. Orta Anadolu'nun kültür bölgelerinden biri olan Konya, milattan önce 5500 yıllarına uzanan yerleşim yerlerinden Hıristiyanlığın ilk mabetlerine kadar çok değerli tarihi, arkeolojik ve sanat eserlerine ev sahipliği yapmaktadır. Konya topraklarına yerleşen her medeniyet ve topluluk kendi kültür ve sanat varlıklarını oluşturmuş ve kendilerinden sonra gelen toplumlara öncü olmuştur (Maç, 2006: 4 ve Tapur, 2009: 477).

Konya'da dünyanın ilk yerleşme yerlerinden Çatalhöyük başta olmak üzere, Sille (kiliseleri, manastırları, konutları, camileri), Kilistra, Alaaddin tepesi, Karahöyük, İvriz kabartmaları, antik kentler, Fasıllar ve Eflatunpınar anıtları kültür turizmi açısından önemlidir (Tapur, 2009: 477).Şehir merkezinin 8 kilometre kuzey batısında bulunan Sille (Siyata) Ören Yeri keşişlerin kayalara oyduğu manastırlarıyla turizme kültürel açıdan

oldukça önem katmıştır.M.Ö. 8-7. Yüzyıl Frig uygarlığına ait kalıntıların bulunduğu Sille önemli bir turizm merkezidir.Selçuklu Döneminden Osmanlı Dönemine kadar birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Sille Antik Kenti içerisinde yer alan 6 şapeli bulunan Ak Manastır ve Bizans İmparatoru Constantin'in annesi Helena tarafından Hac için Kudüs'e giderken düzgün kesme sille taşı ile yaptırılanana kubbesi dört fil ayağı üzerine oturtulan Hz. İsa, Hz. Meryem ile havarilere ait resimler bulunan üç nefli bir Aya Elenia Kilisesi de bulunmaktadır (Tapur, 2009).Helena'nın ilk Hıristiyanlığa ait oyma mabetleri görmesinden sonra yaptırdığı bu kilise, asırlar boyu onarılarak günümüze kadar ulaşmıştır. Bu kilise hem inanç turizmi açısından hem de kültür turizmi açısından cazibe merkezi haline gelmiştir.Konya'nın45 kilometre güneybatısında, Konya'nın meram ilçesine bağlı Hatunsaray (Lystra) Beldesi Gökyurt Köyüiçerisinde bulunan Kilistra Antik Kenti de önemli turistik mekânlar arasında yer almaktadır. Bu bölge de Sümbül Kilisesi ve Bizans devrine ait büyük bir su sarnıcı bulunmaktadır (Arat, 2017). Helenistik ve Roma dönemlerindeki yerleşime sahne olan ve Erken Hristiyanlık döneminin izlerini taşıyan Kilistra Antik Kenti, tarihi kral yolu üzerinde yer almaktadır. İmparator Augustus tarafından askeri koloni yapılan beş önemli merkezden biridir. Kilistra Aziz Paulus'un yaşamında önemli bir merkez olmuştur. Mimari açıdan kiliseler, manastırlar, şapeller, gözcü kuleleri, sığınaklar, antik yollar, mahalleler, seramik atölyeleri gibi değerli kültürel örnekleri ile ön plana çıkmaktadır.

Antik Çağlardan itibaren bütün medeniyetlere ev sahipliği yaparak bir yerleşim yeri olma özelliği taşıyan Konya'nın tarihsel döneminin ve bugünkü şeklinin belirlenmesinde en önemli devlet Selçuklu Devleti olmuştur. Bizans devleti hâkimiyeti altında surlarla çevrili ve az nüfuslu bir şehir olan Konya, Türklerin bu bölgeyi fethetmesinden sonra stratejik gelişme göstermiştir. Şehir Selçukluların merkezi haline gelmesiyle birlikte büyümesi de hızlanmıştır. Özellikle 13. yüzyılda cami ve mescitleri, ticaretin yoğunlaştığı çarşıları, hanları, hamamları, eğitim kurumları, dârüşşifâsı ve imaretleriyle Konya kentleşme, sosyalleşme yönünde önemli bir devlet merkezi olarak metropol haline gelmiştir (Baykara, 1985: 180-181).

**Tablo 1.2.** Konya'nın Önemli Kültürel Değerleri

<b>Kültürel Değerler</b>	
Höyükler	Çatalhöyük, Alaaddin Tepesi, Karahöyük, Hatip Höyük (Meram), Çarıklar Höyüğü, Boncuklu Höyük (Çumra), Sırçalı Höyük (Çumra), Alibeyhöyüğü (Çumra), Sızma Höyük (Selçuklu), Osmancık Höyük (Kadınhanı), Çobankaya (İlgın), Tombaktepe (Akşehir), Tavşançalı (Cihanbeyli), Yörükmezarı Höyük (Akşehir), Altnekin Höyük
Antik Kentler	Sille, Kilistra, Hadim Astra Antik Kenti, Seydişehir Vasada Antik Kenti, Bozkır Isaura Antik Kenti, Karapınar Oymalı Yeraltı Şehri
Anıtlar	Eflatunpınar Hitit Anıtı, Beyşehir Fasıllar Anıtı, İvriz Kaya Anıtı
Hanlar	Zazadın Hanı, Horozlu Hanı, Dokuzun Hanı, Kızılviran Hanı, Kadın Hanı, Obruk Han, Argıt Han (İlgın), Ereğli Rüstem Paşa Kervansarayı
Saraylar	Selçuklu Sarayı (Alaaddin Tepesi), Beyşehir Kubad-Abad Saray
Müzeler	Mevlana Müzesi, Arkeoloji Müzesi, Etnografya Müzesi, Atatürk Müzesi, Karatay Çini Eserler Müzesi, İnce Minare Taş ve Ahşap Eserler Müzesi, Sırçalı Mezar Anıtlar Müzesi, Büyükşehir Belediyesi Koyunoğlu Müzesi, Akşehir Arkeoloji Müzesi, Akşehir Atatürk Müzesi, Ereğli Müzesi
Kiliseler	Sille Aya Eleni Kilisesi, Sille Mağara Kiliseleri, Sille Ak Manastır Kilisesi, Konya Merkez Aziz Pavlus Kilisesi
Camiler	Alaaddin Camii, İplikçi Camii, Şerafettin Camii, Sahip Ata Camii, Konevi Camii, Selimiye Camii, Aziziye Camii, Kapı Camii, Nakıbolu Camii, Şemsi Tebrizî Camii, Hacı Fettah Camii, Piri Mehmet Paşa Camii, Tavusbaba Camii, Ereğli Ulu Camii, Beyşehir Eşrefoğlu Camii, Akşehir Ulu Camii, Karapınar II. Selim Camii, Haciveyiszade Camii,
Mescitler	Meram (Hasbey) Mescidi, Sırçalı Mescit, Ali Efendi Muaalimhanesi, Hacı Ferruh Mescidi, Hoca Hasan Mescidi, Ferhuniye Mescidi, Beyhekim Mescidi, Keçeci Mescidi, Zevle Sultan Mescidi, Karatay Mescidi, Zenburi Mescidi, Beyşehir Demirli Mescit
Türbeler	Selçuklu Sultanlar Türbesi, Yeşil Türbe (Mevlana ve Ailesi), Nasrettin Hoca Türbesi, Hadim-i Hazretleri Türbesi, Şemsi Tebriz-i Türbesi, Sadreddin Konevi Türbesi, Tavusbaba Türbesi, Ateş Baz Veli Türbesi, Gömeç Hatun Türbesi, Tahir ile Zühre Türbesi, Emir Nurettin Türbesi, Tac-ül Vezir Türbesi, Ahmet Fakih Türbesi, Ulaş Baba Türbesi,

Kaynak: (Tapur, 2009: 478).

### 1.8.2. Somut Olmayan Kültürel Miras Değerleri

Geleneksel el sanatları, dokumacılık ve folklorik değerleri de somut olmayan kültürel miras değerlerinin ayrılmaz bir parçasıdır. Anadolu'da hayvancılığın gelişmiş olması ve iklim koşullarının elverişli olmasından dolayı Keçecilik birçok bölgede kullanılmış ve Anadolu'nun önemli bir el sanatı tekstil ürünü olarak karşımıza çıkmıştır (Begiç, 2013: 42).Konya'da keçecilik, halıcılık, kaşıkçılık, tüfekçilik, testicilik, çinicilik ve Hat sanatı gibi el sanatları yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Semah, folklor ve tasavvuf musikisi de Konya'nın başlıca folklorik değerlerini oluşturmaktadır (Maç, 2006: 4-5).

Tarihi ve zengin geçmişi ile modern bir kent niteliği taşıyan Konya ili (Ulusan ve Batman, 2010: 245), zanaatkarlıkta, el sanatlarında çeşitlilik, malzeme, ürün, teknik ve usta bakımından sürdürülebilir bir mirasa sahip olmuştur (Begiç, 2015: 159). Keçecilik zanaatı, Selçuklu Türklerinin Mezopotamya yolu ile Orta Asya'dan Anadolu'ya gelmiş (İlgın,

2011: 21), 13. yüzyılda Mevlana'nın Konya'ya yerleşmesi ile Mevlevi teşkilatına üye olan kişilerin halı yerine keçe kullanmaya başlamaları ve başlarına giydikleri başlığın da keçeden üretilmesi Konya'nın keçecilik zanaatında önemli merkezlerinden biri haline gelmesine yol açmıştır (Gür, 2012: 1177).

Konya'da keçecilik zanaatı eskilerde önemli bir meslek grubu iken şimdilerde sayılı ustalar tarafından icra edilmektedir. Mevlevilik döneminde Keçecilik önemli bir meslek grubu iken; git gide plastik ve naylon malzemelerin çoğalması ve teknolojik üretimin artması sebebiyle Keçecilik zanaatına olan ilgi de giderek azalmıştır. 1953 yılında Konya'da doğmuş olan ve bu önemli zanaatı dede mesleğinden ötürü devam ettiren Mehmet Girgiç, yurtiçi ve yurtdışında pek çok sergi açmıştır (Çeliker, 2011: 16). UNESCO'nun 14 Ocak 2010 tarihinde düzenlenen "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi" kapsamında yürürlüğe giren, Türkiye'nin "Yaşayan İnsan Hazine" listesine devam ettirdiği Keçecilik mesleği zanaatıyla alındığı Mehmet Girgiç, Konya'da keçeden şal, sikke, arakiye, çanta, şapka ve farklı ürünler deneyerek bu mesleği devam ettirmeye çalışmaktadır. Ayrıca Mehmet Girgiç bu zanaatın sürdürülebilirliğine gayretinden ötürü TBMM tarafından üstün hizmet ödülüne de layık görülmüştür (Karakaya, 2011: 9). Konya'da geleneksel usulle üretim yapan diğer bir keçe zanaat ustası da Memduh Dinek'tir (Begiç, 2012: 219). Memduh Dinek, keçeden genellikle çoban kepeneği ve yer yaygısı üretmiştir (Begiç, 1999: 98). Yine Keçecilik zanaatı mesleğine gönül vermiş bir diğer isim ise; Celalettin Berberoğlu'dur. Celalettin Berberoğlunun yıllardır bu mesleği idame ettirmeye devam etmekte, keçeden panolar, çanta, takı, aksesuar ve sikkeler üretmektedir (Karakaya, 2011: 18). Bu zanaat ustaları keçeden yaptıkları eserleri genellikle Konya Sille bölgesinde sergilemektedirler.

Mevlevilik; Hazreti Mevlana Celaleddin Rumi'nin 1273 yılında vefatından sonra onun öğretilerini yaymak amacıyla Konya merkezli kurulmuş tasavvufi bir tarikatır (Bademci, 2018:18). Bu tarikatın kurucuları Celaleddin Rumi'nin oğlu Sultan Veled ve Çelebi Hüsameddin'dir. Mevlevilik tarikatında çelebi unvanı Mevlana'nın halifesi olarak tayin edilen Mevlana Celaleddin Rumi'den sonra görev alan kişiye verilmiştir. Hüsameddin'den sonra çelebilik makamına oğlu Sultan Veled geçmiş Sultan Veled'den sonra ise bu sirkülasyon bir gelenek haline gelerek babadan oğula geçmesi veya aile içinde el

değiştirmesi ile devamlı hale gelmiştir (Eraydın, 2004: 359). Mevlevilik tarikatı ile ilgili asıl erkan, esas, sema törenleri ve ayin ve kılık kıyafet, matbah kültürü tespiti ise şahsi gayretleri vesilesiyle Ulu Arif Çelebi zamanında belirlenmiş (Yüce, 1998: 128), XV. Yüzyıla kadar ise Mevlevilik tarikatı ile ilgili tüm erkan ve usuller belirlenerek bir daha değişmemek üzere son şeklini alarak günümüze kadar gelmiştir (Tanrıkorur, 2000: 61).1925 yılına kadar Konya’da faaliyetlerini yürüten dergâh Cumhuriyet Dönemine geçilmesi ile birlikte 1925 yılında çıkarılan “Tekke ve Zaviyelerin Kapatılması”kanunu ile Konya’dakiMevlâna Dergâhı kapatılmıştır (Önder, 2002: 150).

Bir diğer somut olmayan miras değerlerinden olan sema kavramı iki türde incelenmektedir: Biri, gökyüzü veya gök anlamında kullanılırken, diğeri tasavvufi anlamda Arapça sem kökünden gelen işitme, duyma, dinleme” gibi anlamlarda kullanılmaktadır. Mevlevilik Tarikatınca kullanılan sema kavramına bakacak olursak; Arapça anlamından yola çıkarak Mevlevi dervişlerinin ilahi sesleri işitip dünya ile bağlantısını kesip etrafında dönmesi olarakaçıklanmaktadır. (Uzun, 2014: 35).Sema Törenlerinde sema edilecek alanın şeklinden, postların rengine, semazenlerin ayak el ve baş hareketlerine, semazenlerin giydiği kıyafetlerden her bir ayrıntıya kadar hepsinin bir anlam ve *atribüsü* bulunmaktadır (Bayru,2006: 237).

Başlangıçta Mevlâna tarikatında Allah aşkı ile ritüelleri tam olarak belirli olmayan klasik bir şekilde başlayan Sema, şems Tebrizi’nin teşviki ile dönme şeklinde tezahür etmiş ve kısa zamanda dönemin aydınları ve hocaları tarafından ilgi görmüş yarı dini bir eğlence olarak gerçeķleştirilmeye başlanmıştır (Yazıcı, 1963: 146-147). Toplu bir şekilde gerçeķleştirilen bu Sema törenleri, bazen Mevlana Hazretleri’ninbulunduğu medresede, bazen Hüsameddin Çelebi’nin evinde, bazen de aydınlara ve hocaların evlerinde veya Sadreddin Konevi Medreseleri’nde tertip edilmekteydi (Eflâkî, 1986). 1925 yılından sonra yaklaşık 20-25 yıl kadar Mevlâna Anma Törenleri gerçeķleştirilememiř, Konya’da Mevlâna Türbesinin Tekke ve Zaviyelerin kapatılmasından ötürü Asar-ı Atike isimli müze olmasının dışında çok bir faaliyet gerçeķleştirilememiřtir. Aralık 1950’den sonra şeb-i Arus töreni gerçeķleştirilmiř ve o tarihten sonra Konya’da yılın belirli zamanlarında ise bir gelenek haline dönuşmüştür (Uzun, 2014: 38). Günümüzde ise Sema Törenleri başta şeb-i Arus olmak üzere Müslümanlarca kutsal kabul edilen özel gün ve gecelerde 1-17 Aralık

arasında kültür merkezinde Mevlevi dervişleri ve semazenlerce yapılmaktadır (Tarhan, 2007: 186). UNESCO Dünya Miras Listesinde yer alan “ İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Kültürel Mirası Başyapıtları Programı”içerisinde 2005 yılında Sema Törenleri Başyapıt olarak ilan edilmiş, 2008 Yılında ise UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi’ne sema törenini ekleyerek temsilen tüm dünyaya duyurmuştur (Mevlevi Sema Töreni, ktb.gov.tr).





## İKİNCİ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ, VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Bu bölümde, araştırmanın amacı ve önemi, yöntemi, problemleri, hipotezleri, evreni ve örnekleme ile veri toplama araçları ve araştırma verilerinin istatistiksel analizi sonucunda ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

#### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu tez çalışmasının amacı, bir turist rehberliği odasına kayıtlı olarak görev yapmakta olan profesyonel turist rehberlerinin yerli/yabancı turistlere kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerine yönelik algılarını araştırmaktır. Çalışmada, ayrıca turist rehberlerinin bu husustaki algılarının demografik özelliklere göre değişip değişmediği de incelenmiştir.

Bir bölgenin kültürel değerleri buldukları bölgenin tarihine ışık tutmanın yanı sıra, içerdiği zengin özelliklerle bölgenin turistik bir cazibe merkezi olmasına katkı sağlamaktadır. Ülkemiz bu bağlamda yüzyıllar boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış bir coğrafi konumda bulunmaktadır. Dolayısıyla, ülkemiz zengin bir kültürel mirasa sahiptir. Bu özelliği göz önünde bulundurulduğunda turizm ülkemizin önemli bir unsuru haline gelmiştir. Turizm, bölgeye çektiği turistler bakımından her ülke için hem ülkenin tanıtımı için önemli bir enstrüman hem de ülkenin gelişiminde kullanılabilecek önemli bir gelir kaynağıdır. Ancak, ülkenin tarihi birikimi kapsamında yapılan faaliyetler iyi planlanmadığında diğer bir ifadeyle turizm potansiyeli etkili ve verimli şekilde organize edilmediğinde, turizm sektörü kitlesel olarak çevre üzerinde olumsuz bir etki yaratmaya başlayabilir. Bu kapsamda, kültürel değerlerin korunması ve bu mirasın sürdürülebilirliğinin sağlanarak gelecek nesillere de aktarılmasında turizm sektörünün ve sektörün en önemli aktörleri olan turist rehberlerinin rolü oldukça önemlidir.

Konya birçok medeniyete ev sahipliği yapmış geçmişten günümüze miras değerleriyle ve coğrafi konumuyla önemli bir kültür turizmi merkezi haline gelmiştir. Bir turistin destinasyona ilk geldiği andan itibaren ülkesine geri döneceği ana kadar en çok vakit geçirdiği kişiler turist rehberleridir. Bir bölgenin en doğru tanıtıcıları turistlerin o bölgede deneyimlerinden yararlanabilecekleri turist rehberleridir. Bu nedenle turist rehberleri, memnuniyetinin sağlanmasında eğitici ve eğlendirici vakit geçirebilme imkanı sunmasında o bölge hakkında bilgilendirmesinde ve tekrar ziyaret etme isteği oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Turist rehberlerine yönelik yapılacak olan bu çalışma, farkındalığın artırılması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, yapılan literatür incelemesinde, konuyla ilgili yapılmış çalışma sayısının sınırlı olması da çalışmanın önemini artırmaktadır.

## **2.2. Araştırmanın Yöntemi**

Çalışma nicel araştırma şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda anket uygulamasına dayalı saha çalışması yürütülmüştür. Veriler kesitsel tipte olup 2022 yılı içerisinde turist rehberleri odasına kayıtlı rehberler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır.

### **2.2.1. Araştırmanın Soruları**

Bu çalışmada, aktif olarak çalışan profesyonel turist rehberlerinin, kültürel değerlerin aktarılmasında ne derece rol oynadığı ve ne kadar önemli olduğunun, destinasyonu ziyarete gelen turistlere kültürel yapıyı anlatmada ve kültürel bilinçliliği aktarmada ne derece etkili olduğunun ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu sayede, turistlerin kültürel farkındalık anlayışında profesyonel turist rehberlerinin etkisi değerlendirilecektir.

Bu doğrultuda çalışmanın ana sorusu; profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerine yönelik algıları nasıldır?" şeklinde oluşturulmuştur.

Araştırmanın ana problemi çerçevesinde çalışmada aşağıda yer alan alt soruların cevapları aranmıştır:

- 1- Profesyonel turist rehberleri kültürel değerlerin aktarılmasında hangi rolleri üstlenmektedir?
- 2- Profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik algıları sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

### 2.2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bir kültür turizm şehri olan Konya ili araştırma alanı olarak tercih edilmiştir. Konya ili geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmasının yanı sıra; Selçuklu Döneminden kalma ahşap sanatının kullanıldığı medreseler, müzeler, camiiler; Roma Döneminden kalma kiliseler ve şapeller gibi günümüze ulaşan tarihi ve sanatsal yapılarla da ünlü bir ilimizdir (Forest, 2014).

Konya ili, insanlık tarihi boyunca önemli bir ticaret ve kültür merkezi olarak gelişmiştir. Kültürel ve sanatsal değerler bakımından zengin olan bu il, yerli ve yabancı turistlere ev sahipliği yapmaktadır. Bu çalışmada incelenen konulara ilişkin Konya da daha önce yürütülmüş bir araştırmaya rastlanmaması çalışmayı benzerlerinden ayıran önemli bir farklılıktır. Araştırmanın evrenini herhangi bir odaya kayıtlı olarak görev yapmakta olan bölgesel eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır.

Çalışmada veri toplama süreci zorunlu olarak iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada ANRO'ya bağlı görev yapmakta ve Konya ilinin tarihi, kültürel değerleri hakkında bilgisi olan profesyonel turist rehberleri üzerinde uygulanması planlanmıştır. Bu ilk aşamada yeterli verinin toplanamaması nedeniyle diğer odalara (ANRO, BURO, NERO, İRO, ÇARO, İZRO, GARO, ŞURO, ARO, ADRO, ATRO, TRO) kayıtlı rehberler dearaştırmaya dahil edilmiştir.

Bu doğrultuda, turist rehberliği birliğinin odalarına kayıtlı 250 turist rehberine anket formu posta ya da e-mail yoluyla gönderilmiştir. Rehberlerden Konya hakkında bilgi sahibi olup en az iki kez bu ilde rehberlik hizmeti verenlerin ankete cevap vermeleri istenmiştir. İki aşamalı veri toplama süreci sonunda kullanılabilir niteliğe sahip 250 anket formu bu tez çalışmasının veri setini oluşturmuştur.

Veri incelemesinden sonra kullanılabilir nitelikte bulunan 250 turist rehberinin oluşturduğu araştırma örneğinin demografik özellikleri Tablo 2.1'de verilmiştir.

**Tablo 2.1.**Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

<b>Tanımlayıcı Bilgiler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Tanımlayıcı Bilgiler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Cinsiyet</b>			<b>Tecrübe</b>		
Kadın	77	30,8	1-5 yıl	132	52,8
Erkek	173	69,2	6-10 yıl	7	2,8
			11-15 yıl	36	14,4
			16-20 yıl	31	12,4
			21 yıl ve üzeri	44	17,6
<b>Yaş</b>			<b>Hangi Statüde Rehberlik Yaptığı</b>		
18-25	17	6,8	Tam zamanlı		
25-31	66	26,4	seyahat acentesi	32	12,8
32-38	69	27,6	Bağımsız sezonluk		
39-45	49	19,6	seyahat acentesi	75	30,0
46 yaş ve üzeri	49	19,6	Seyahat acentesine bağlı		
			sezonluk acente	19	7,6
			Bağımsız tam zamanlı		
			acente	124	49,6
<b>Eğitim</b>			<b>Ağırlıklı Olarak Hizmet Verilen Grup Türü</b>		
Lisans	73	29,2	Yerli turist	139	55,6
Ön lisans	57	22,8	Yabancı turist	111	44,4
Lisansüstü	44	17,6			
Turist rehberliği dışındakilisans	43	17,2			
Turist rehberliği dışındaki					
Ön lisans	33	13,2			
<b>Kayıtlı Olunan Rehberlik Odası</b>					
ANRO	46	18,4			
BURO	6	2,4			
NERO	28	11,2			
İRO	41	16,4			
ÇARO	25	10,0			
İZRO	11	4,4			
GARO	5	2,0			
ŞURO	49	19,6			
ARO	7	2,8			
ADRO	3	1,2			
ATRO	10	4,0			
TRO	19	7,6			
<b>Toplam</b>	<b>250</b>	<b>100,0</b>	<b>Toplam</b>	<b>250</b>	<b>100,0</b>

Tablo 2.1 incelendiğinde; araştırmaya yanıt verenlerin yaklaşık üçte ikisini erkekler (69,2) ve üçte birini ise kadınlar (30,8) oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımlarına bakıldığında, en küçük grubu yaklaşık %7 ile 18-25 yaş ve en büyük grubu yaklaşık %28 ile 32-38 yaş aralığındaki katılımcıların oluşturduğu görülmektedir. Genel bir değerlendirme ile araştırmaya katılanların yaklaşık dörtte üçü 25-45 yaş arası rehberlerden oluşmaktadır.

Eğitim durumları bakımından bireylerin yaklaşık %70'i turizm alanında eğitim görmüş katılımcılardan meydana gelmektedir. Yine, katılımcıların %65'i lisans ve lisansüstü eğitim almış kişilerdir. Kayıtlı rehberlik odası alt demografik özelliği bakıldığında en fazla grubu %19,8 ile ŞURO'ya kayıtlı rehberler oluşturmaktadır.

Tablo 2.1.'de yer alan veriler turist rehberlerinin tecrübesi bakımından incelendiğinde; araştırmaya katılanların yaklaşık yarısının (%53) 5 yıldan daha az bir süredir turist rehberliği mesleğini yaptığı, sadece %17 gibi düşük bir oranın uzun süredir (21 yıl ve üzeri) bu mesleği yürüttükleri belirlenmiştir. Hangi statüde rehberlik yapıldığı alt boyutuna göre dağılımlara bakıldığında, en fazla %49,6 ile bağımsız tam zamanlı acentelerde turist rehberliği mesleğini yapanlardan oluştuğu, son olarak ağırlıklı olarak hizmet verdikleri turist grubu alt boyutuna göre dağılımlara bakıldığında, en fazla %55,6 ile turist rehberlerinin yerli turist grubuna hizmet verdikleri görülmektedir.

### **2.2.3. Veri Toplama Aracı**

Yapılan araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Kişisel bilgilerin yer aldığı ilk bölüm rehberleri tanıtmaya, cinsiyet, eğitim gibi kişisel özelliklerini ortaya koymaya yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde Toker'ın (2011) rehberlerin kültür elçisi rolüne ilişkin algıyı ölçtüğü ölçeğe yer verilmiştir. Kullanılan ölçek, bir kültür aktarıcısı olan turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik olan rollerini ölçmekte kullanılmıştır. İlk olarak Toker (2011) tarafından kültür elçisi rolüne ilişkin algıyı ölçmekte kullanılan ölçek daha sonra Çokal (2015) tarafından geliştirilmiştir.

Ölçekte yer alan ifadeler orijinaline uygun biçimde 1'den 5'e beşli Likert derecelendirmesi ile ölçülmüştür (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum. Öte yandan ölçeğin orijinal halinde olumsuz olarak ifade edilen maddeler (3, 6, 10, 21, 23, 25, 26, 28, 29 ve 31. sorular) bu çalışmada olumluya dönüştürülerek sorulmuştur. Bu anlamda, ankette olumsuz ifadelere yer verilmemiş ve ters kodlama yapılmamıştır. Verilerin analizinde Excel ve sosyal bilimler için hazırlanan SPSS istatistik paket programından yararlanılmıştır.

## **2.3. Verilerin Analizi ve Bulgular**

### **2.3.1. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi**

Araştırmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin, kültürel değerlerin aktarılmasında üstlendikleri rollere ilişkin algılarının belirlenmesinde kullanılan ölçekte yer alan maddelere verdikleri cevapların ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2.2'de verilmiştir.

**Tablo 2.2.** Kültürel Değerlerin Aktarılmasında Rehberlerin Rolü: Tanımlayıcı İstatistikler

<b>Maddeler</b>	<b>Ort.</b>	<b>Std. Sp.</b>
Ziyaretçilerin gittikleri destinasyonların tarihini ve o ulusa ait değerleri tanımalarında, turist rehberlerine önemli roller düşer.	4,52	0,937
İyi bir turist rehberi; kültürel deneyimler kazanmanın, ziyaretçiler açısından önemli bir beklenti olduğunu bilir.	4,47	0,856
Turist rehberleri, kültürel değerleri koruma bilincini oluşturmaya yardımcı olurlar.	4,46	0,961
Turist rehberlerinin, yabancı dil bilgisi kültürel aracılıkta etkilidir.	4,44	0,845
Turist rehberlerinin, farklı kültürleri doğru yorumlamaları, ziyaretçilerin bu farklılığı anlamalarında önemlidir.	4,44	0,820
Turist rehberleri, turistlerin kültürel varlığı tanımalarında ve yorumlamalarında önemlidirler.	4,44	0,926
Turist rehberleri, kültürel değerlerin tanıtımında önemli bir elçidirler.	4,44	1,036
Turist rehberleri, ülkeler arasındaki kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında önemlidirler.	4,42	1,035
Turist rehberleri, gidilen destinasyonun gelenek ve göreneklerinin tanıtımında önemli rollere sahiptir.	4,41	0,888
Turist rehberleri, yörenin kültürünü, somut ve soyut tüm kültürel değerleri ziyaretçiler öğretmede etkilidir.	4,38	0,913
Turist rehberleri, ziyaretçilerin kültür turizmini tercih etmelerinde etkilidirler.	4,38	1,027
Turist rehberleri, ziyaretçilerin gidilen destinasyonlardaki otantik, yerel ürünleri tüketmelerinde etkilidirler.	4,37	0,846
Turist rehberleri, turistlerin ziyaret edilen destinasyonlarda çevresel açıdan sorumlu davranışlar sergilemelerini sağlarlar.	4,34	0,961
Turist rehberleri, kültürel değerlerin korunmasında hassasiyet gösterirler.	4,33	1,063
Turist rehberleri, seyahat organizasyonlarında, turist ile yerel halk arasındaki iletişimi sağlarlar.	4,33	0,829
Turist rehberleri, kültürel değerlerin turizm yoluyla maddi değer kazanmasında etkindirler.	4,32	1,023
Turist rehberleri, turistlerin farklı kültürler hakkında deneyim kazanmalarını sağlarlar.	4,32	1,031
Turist rehberleri, destinasyon kültürü ile turist kültürü arasında bir elçidir.	4,32	0,987
Turist rehberleri, kültürel değerlerin gerçeğe en yakın yorumlanmasından sorumludurlar.	4,32	1,014
Turist rehberleri, tarihi ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasını sağlar.	4,30	1,142
Turist rehberleri, popüler değerleri etnik kültürlerle aktarmayı sağlarlar.	4,28	0,919
Turist rehberleri, bir kültürü yorumlayabilir.	4,24	1,014
Turist rehberleri, turistler ve kültürel değerler arasında bir bağ oluştururlar	4,22	1,102
Turist rehberleri, kültürel uyumsuzlukları gidermede rol oynar.	4,20	1,014
Turist rehberleri, kültürel tutumların şekillendirilmesinde etkilidirler.	4,20	1,021
Turist rehberleri, kültür turizminin gelişimi için toplumsal hizmetlerin yapılmasını teşvik ederler.	4,20	1,118
Turist rehberlerinin, kültürlerarasında denge kurmaları gerekir.	4,18	1,108
Turist rehberleri, ziyaretçilerin, yerel kültürün düşünce tarzına uyum sağlamalarına neden olurlar.	4,18	1,062
Turist rehberleri, geleneksel, Türk imajını yansıtmada önemli bir role sahiptirler.	4,16	1,115
Turist rehberleri, kültürel değerleri, ziyaretçilere eğlendirici bir biçimde aktarırlar.	4,15	1,046
Turist rehberlerinin, kültürlerarası empati oluşturmak gibi bir misyonu vardır.	4,15	1,009
<b>Genel</b>	<b>4,32</b>	<b>0,777</b>

Faktör analizine başlamadan önce verilerin uygunluğu incelenmiştir(Bülbül, 2013).Bu anlamda yürütülen analiz sonucunda verileri faktör analizi için uygunluğunu gösteren Kaiser- Mayer- Olkin (KMO) değerinin (,955) ve Barlett test değerlerinin ise <0,05 olduğu tespit edilmiştir.Değerler Tablo 2.3'tegösterilmiştir. Faktör analizi için KMO>0.50 olması öngörülmektedir (Chong ve Rundus, 2004).

Devamında yürütülen Açıklayıcı Faktör Analizi sonuçlarına göre; Tablo 2.3'te görüldüğü gibi kültürel değerlerin aktarılması ölçeği, Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkı, Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkı, Kültürlerarası Etkileşime Katkı olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar Toker'in (2011) orijinal ölçekte geliştirdiği boyutlar ile uyumludur. Ölçeğin toplam açıklanan varyansı %73.121'dir. Her bir boyutun tek başına açıklanan varyans (VE) değerleri incelendiğinde sırasıyla Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkı boyutunun %27,013 Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkı boyutunun %26,915 ve Kültürlerarası Etkileşime Katkı boyutunun %19,193 düzeyinde kültürel değerlerin tanıtılmasını açıkladığı görülmektedir.

Bir ölçeğin güvenilirliğinin değerlendirilmesinde kullanılan en yaygın metot Cronbach alfa ( $\alpha$ ) katsayıdır ve bunun 0.70'den büyük olması tercih edilmektedir (Ravichandran ve Rai, 1999; Jonsson, 2000; Hair vd., 1998). Kültürel değerlerin korunmasına katkı boyutunun  $\alpha$  değeri 0.953, kültürel değerlerin tanıtımına katkı boyutunun  $\alpha$  değeri 0.926, Kültürlerarası etkileşime katkı boyutunun  $\alpha$  değeri 0.918 olduğu ve güvenilirliğin sağlandığı görülmektedir. Bu noktada yürütülen geçerlilik ve güvenilirlik analizi sonuçlarına göre çalışmada kullanılan ölçeğin yeterli geçerliliğe ve güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir.

**Tablo 2.3. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

<b>Faktörler/Maddeler</b>	<b>Faktör Yükleri</b>	<b>Açıklanan Varyans</b>	<b>Özdeğer</b>	<b>Cronbach Alpha</b>
<b><i>Kültürel Değerleri Korunması</i></b>		<b>27,013</b>	<b>19,263</b>	<b>0,953</b>
Turist rehberleri, tarihi ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlar	,710			
Turist rehberleri, kültürel değerlerin değer kazanmasında etkilidirler	,733			
Turist rehberleri, kültürel değerlerin korunmasına hassasiyet gösterirler	,775			
Turist rehberleri, kültürel değerleri korunması bilinci oluşturmaya yardımcı olurlar	,765			
Turist rehberleri, kültür turizminin gelişimi için toplum hizmetleri yapılmasını teşvik ederler	,640			
Turist rehberleri, turistlerin farklı kültürler hakkında deneyim kazanmalarını ve onların diğer kültürleri görmelerini, duymalarını ve hissetmelerini sağlarlar	,731			
Turist rehberleri, geleneksel Türk imajını yansıtmada önemli bir role sahiptirler	,593			
Turist rehberleri, turistlerin, ziyaret edilen yerlerde çevresel açıdan sorumlu davranışlar sergilemelerini sağlarlar	,655			
Turist rehberleri, ziyaretçilerin gidilen bölgelerdeki otantik yerel ürünleri tüketmelerinde etkili olurlar	,628			
Turist rehberleri, kültürel tutumların şekillendirilmesinde etkilidirler	,786			
Turist rehberleri, ziyaretçilerin, yerel kültürün düşünce tarzına uyum sağlamalarına neden olurlar	,788			
Turist rehberlerinin yabancı dil bilgisi kültürel aracılıkta etkilidirler	,839			
İyi bir turist rehberi; 'kültürel deneyimler kazanmanın, ziyaretçiler açısından temel beklenti olduğunu bilir	,779			
Turist rehberleri, yörenin kültürünü, geleneklerini, somut ve soyut diğer tüm değerlerini ziyaretçilere öğretmede önemlidirler	,682			
<b><i>Kültürel Değerlerin Tanıtımı</i></b>		<b>26,915</b>	<b>1,878</b>	<b>0,926</b>
Ziyaretçilerin gittikleri bölgelerin tarihini ve o ulusa ait değerleri tanımalarında, turist rehberlerine önemli roller düşer	,756			
Turist rehberleri, kültürel değerlerin tanıtımında önemli bir elçidirler	,815			
Turist rehberleri, katılımcıların kültür turizmini tercih etmelerinde etkilidirler	,775			
Turist rehberleri, kültürel değerleri, ziyaretçilere eğlendirici bir biçimde aktarırlar	,694			
Turist rehberleri, kültürel değerlerin gerçeğe en yakın yorumlanmasından sorumludurlar	,661			
Turist rehberleri, turistlerin, kültürel varlığı tanımalarında ve yorumlamalarında önemlidirler	,611			
Turist rehberleri bir kültürü yorumlayabilir	,723			
Turist rehberleri, gidilen bölgenin gelenek ve göreneklerinin tanıtımında önemli rollere sahiptirler	,640			
Turist rehberlerinin farklı kültürleri doğru yorumlamaları, ziyaretçilerin bu farklılığı anlamalarında önemlidir	,740			
<b><i>Kültürlerarası Etkileşime Katkı</i></b>		<b>19,193</b>	<b>1,527</b>	<b>0,918</b>
Turist rehberleri, ülkeler arasındaki kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında önemlidirler	,816			
Turist rehberleri, turistler ve kültürel değerler arasında bir bağ oluştururlar	,464			
Turist rehberleri, popüler değerleri etnik kültürlerle aktarmayı sağlarlar	,702			
Turist rehberleri, destinasyon kültürü ile turist kültürü arasında bir elçidirler	,731			
Turist rehberleri, seyahat organizasyonlarında, turist ile yerel halk arasındaki iletişimi sağlarlar	,646			
Turist rehberlerinin, kültürlerarası empati oluşturmak gibi bir misyonu vardır	,643			
Turist rehberlerinin, kültürler arasında denge kurmaları gerekir	,561			
Turist rehberleri, kültürel uyumsuzlukları gidermede rol oynar	,714			

**KMO=,955 Bartlett's: 8858,234; p: ,000**



### 2.3.2. Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Turist Rehberlerinin Kültürel Değerleri Aktarması

Faktör analizi sonucunda kültürel değerlerin aktarılması ölçeğinin üç alt boyuttan meydana geldiği görülmüştü. Bu bölümde demografik özelliklere göre bu alt boyutların farklılaşp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t-testi ve anova testi yardımı ile incelenmiştir.

#### 2.3.2.1. Cinsiyete Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Araştırmamıza yaklaşık üçte ikisini erkekler geri kalanını ise kadınların oluşturduğu bir örnekten veri toplanmıştır. Kültürel değerlerin aktarılmasının cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin sonuçlar Tablo 2.4'te sunulmuştur.

**Tablo 2.4.** Cinsiyete Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Özellik	Kültürel Değerlerin Aktarılması					
	Kültürel Değerlerin Korunması		Kültürel Değerlerin Tanıtımı		Kültürlerarası Etkileşime Katkı	
Gruplar	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.
Kadın (77)	4,36	0,668	4,41	0,647	4,32	0,610
Erkek (173)	4,30	0,836	4,35	0,846	4,24	0,873
Bağ. Ör. t testi	t = 0,605	p = 0,546	t = 0,598	p = 0,551	t = 0,718	p = 0,473

Tablo 2.4 incelendiğinde cinsiyete göre kültürel değerlerin aktarılmasında cinsiyet farklılığının söz konusu olmadığı görülmektedir. Üç boyut için de t-testi sonucuna göre cinsiyet bakımından bir farklılık söz konusu olmamıştır. Her bir boyutun anlamlılık düzeyleri  $p > 0,05$ 'dir. Ortalama değerler incelendiğinde her iki grupta kültürel değerlerin korunmasında, tanıtımında ve etkileşiminde yüksek denilebilecek bir düzeydedir (4'ün oldukça üzerinde). Bu noktada kültürel değerlerin aktarılmasına cinsiyetin herhangi bir etkisinin bulunmadığı söylenebilir.

#### 2.3.2.2. Yaşa Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Kültürel değerlerin aktarılmasına yaş etkisinin söz konusu olup olmadığına ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve analiz sonuçları Tablo 2.5'deki gibidir.

**Tablo 2.5.** Yaşa Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Özellik	Kültürel Değerlerin Aktarılması					
	Kültürel Değerlerin Korunması		Kültürel Değerlerin Tanıtımı		Kültürlerarası Etkileşime Katkı	
Yaş	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.
Gruplar						
18-24 (17)	3,61	1,238	3,74	1,269	3,79	1,212
25-31 (66)	4,43	0,859	4,47	0,908	4,42	0,892
32-38 (69)	4,39	0,762	4,43	0,734	4,33	0,768
39-45 (49)	4,32	0,460	4,38	0,430	4,20	0,521
46 => (49)	4,30	0,686	4,37	0,687	4,18	0,723
Anova testi	F = 4,090	p = 0,003	F = 3,157	p = 0,015	F = 2,526	p = 0,041

Kültürel Değerlerin Aktarılmasına ilişkin üç boyutta da yaşa göre bir farklılaşma söz konusudur. F test sonuçlarına göre gruplar arasında farklılık bulunmaktadır. Kültürel değerlerin korunmasında bu fark  $p < ,01$  düzeyindedir. Kültürel Etkileşime Katkı boyutunda da farklılık  $p < ,05$  düzeyinde anlamlıdır. Kültürel Değerlerin Tanıtımı boyutu için de önem düzeyi değişse de yaşa göre farklılık açık bir şekilde söz konudur.

Varyansların eşit olması durumunda araştırmacıların seçebileceği çoklu karşılaştırma testlerinden biri LSD (Least Significant Difference) testidir (Kirk, 1968; Kayrı, 2009: 53). Bu araştırmada yer alan sonuçlara göre gruplar arasındaki farklılığın neden kaynaklandığını tespit edebilmek için LSD post-hoc testinin kullanılması ön görülmüştür. Analiz sonucu açık bir şekilde tüm farklıların 24 yaşından küçük turist rehberlerinden kaynaklandığını göstermiştir. Üç boyutun tamamında yaş grupları arasında bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu durum Tablo 2.5’deki ortalama değerler incelendiğinde de açık bir şekilde görülmektedir. Kültürel Değerlere Katkı boyutunda 24 yaş altı hariç diğer gruplarda 4,30 ile 4,43 arasında değişmektedir. Hâlbuki en genç grupta ortalama 3,61’dir. Benzer durum Kültürel Değerlerin Tanıtımı ve Kültürel Etkileşime Katkı boyutları için de geçerlidir.

### 2.3.2.3. Eğitime Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Çalışmada eğitim durumları iki kategoride ele alınmıştır. Rehberlik eğitimi alanlar ve rehberlik harici eğitim alanlar. Ek olarak eğitim düzeyi ön lisans ve lisans (lisansüstü bu gruba dahil edilmiştir) olarak iki gruba daha sınıflanmıştır. Tablo 2.6’da kültürel değerlerin aktarılmasına eğitimin etkisine ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 2.6.** Eğitime Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Özellik	Kültürel Değerlerin Aktarılması					
	Kültürel Değerlerin Korunması		Kültürel Değerlerin Tanıtımı		Kültürlerarası Etkileşime Katkı	
Eğitim	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.
Gruplar						
Rehberlik Önlisans (57)	4,41	0,517	4,49	,490	4,38	,521
Reh. Lisans ve üstü (117)	4,42	0,728	4,49	,745	4,42	,738
Diğer Önlisans (33)	3,99	1,009	4,03	,997	3,74	,941
Diğer Lisans ve üstü (43)	4,16	0,963	4,14	,940	4,08	,964
Anova testi	F 3,571	,015	4,759	,003	7,887	,000

Eğitim kültürel değerlerin aktarılması üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu tablodan anlaşılmaktadır. Üç boyutun hepsinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılıklar söz konusudur. Kültürel Değerlerin Korunması ve Kültürel Değerlerin Tanıtımı boyutlarında farklılık  $p<0,05$  düzeyinde iken Kültürel Etkileşime Katkı boyutunda bu farklılık  $p<,001$  düzeyindedir. Bu araştırmada yer alan sonuçlara göre gruplar arasındaki farklılığın neden kaynaklandığını tespit edebilmek için LSD post-hoc testinin kullanılması ön görülmüştür. Ayrıntıları görmek için yürütülen LSD post-hoc analiz sonuçlarına göre Kültürel Değerlerin Katkısı boyutundaki farklılık rehberlik dışındaki ön lisans eğitime sahip rehberler ile rehberlik ön lisans ( $p<,05$ ) ve rehberlik lisans ve üstü ( $p<0,01$ ) eğitim almış olanlardan kaynaklanmaktadır.

Kültürel Değerlerin Tanıtımı boyutu için ise rehberlik eğitimi almış olanlar ile almayanlar arasında farklılık söz konusudur. LSD post-hoc analiz sonuçlarına göre rehberlik eğitimi (hem ön lisans hem de lisans ve üstü) alanlar ile diğer lisans ve ön lisans eğitimi alanları arasında istatistiksel bakımdan (sırasıyla  $p<0,05$ ;  $p<0,01$ ) anlamlı bir fark vardır. Kültürel Etkileşime Katkı boyutu için aynı analizler incelendiğinde lisans ve üstü eğitimini rehberlik alanında almış olanlar ile diğer lisans ve üstü ( $p<0,05$ ) ve ön lisans ( $p<0,001$ ) eğitime sahip kişiler arasında da anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu boyut için rehberlik ön lisans eğitimi almış olanların sadece rehberlik eğitimi almamış ön lisansına sahip rehberler arasında farklılığa ( $p<0,001$ ) rastlanmıştır.

#### 2.3.2.4. Tecrübeye Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Kültürel değerlerin aktarılmasında tecrübenin etkisini incelemek için rehberler çalıştıkları yıllara göre iki gruba ayrılmıştır. Beş yıldan daha fazla süredir rehberlik yapanlar tecrübeli beş yıldan daha az süredir rehberlik yapanlar ise tecrübesiz olarak gruplanmıştır. Tecrübeli

ve tecrübesizler arasında Kültürel Değerlerin Aktarılmasına ilişkin farklılık analiz sonuçları Tablo 2.7’de sunulmuştur.

**Tablo 2.7.** Tecrübeye Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Özellik	Kültürel Değerlerin Aktarılması					
	Kültürel Değerlerin Korunması		Kültürel Değerlerin Tanıtımı		Kültürlerarası Etkileşime Katkı	
Gruplar	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.
Tecrübeli (118)	4,20	0,742	4,26	0,728	4,09	0,738
Tecrübesiz (132)	4,42	0,814	4,46	0,832	4,41	0,827
Bağ. Ör. t testi	t = 2,279	p = 0,024	t = 1,995	p = 0,047	t, 3,230	p = 0,001

Tablo 2.7 incelendiğinde, turist rehberlerinin mesleki tecrübelerinin kültürel değerlerin aktarılması üzerinde önemli bir etkilerinin olduğu görülmektedir. Yapılan t testi sonucunda göre, incelenen üç boyutun hepsinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Her bir boyutun anlamlılık düzeyleri  $p < 0,05$ 'dir. Ortalama değerler incelendiğinde, daha tecrübesiz olan grupta kültürel değerlerin korunmasında, tanıtımında ve etkileşiminde daha yüksek ortalama puanlar olduğu belirlenmiştir. Bu noktada kültürel değerlerin aktarılmasına tecrübenin belirleyici etkisinin bulunduğu, ancak, turist rehberlerinin mesleki tecrübelerinin artmasına karşın kültürel değerlerin korunmasında, tanıtımında ve etkileşimindeki rollerine ilişkin algılarında anlamlı şekilde bir azalma yaşandığı ifade edilebilir.

### 2.3.2.5. Hizmet Verilen Turist Grubuna Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Konya sahip olduğu zenginlikler itibari ile yerli ve yabancı turistlerin önemli ziyaret destinasyonları arasındadır. Rehberlerin hizmet verdikleri turist grubuna göre kültürel değerlerin aktarılmasının değişip değişmediği de çalışmada incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 2.8’de sunulmuştur.

**Tablo 2.8.** Hizmet Verilen Turist Grubuna Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Özellik	Kültürel Değerlerin Aktarılması					
	Kültürel Değerlerin Korunması		Kültürel Değerlerin Tanıtımı		Kültürlerarası Etkileşime Katkı	
Gruplar	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.	Ort.	St. Sp.
Yerli (139)	4,37	0,764	4,39	0,735	4,32	0,754
Yabancı (111)	4,25	0,815	4,35	0,856	4,18	0,853
Bağ. Ör. t testi	t = 1,199	p = 0,232	t = 0,393	p = 0,695	t = 1,387	p = 0,167

Tablo 2.8’deki ortalama değerler incelendiğinde sonuçların birbirine yakın olduğu görülmektedir. Nitekim t testi sonuçları da arada istatistiksel bakımdan bir farkın bulunmadığını ortaya

koymaktadır. Dolayısıyla rehberlerin gerek yerli gerekse yabancı turistlerin tümüne kültürel değerlerin aktarılması bakımından aynı düzeyde davrandığı söylenebilir.



## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Ülkemiz, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, tarihi ve kültürel potansiyeli ile oldukça zengin turistik değerleri yüksek ender ülkelerden biridir. Bu özelliği ile Türkiye, kültürel mirasını koruma ve sahip oldukları değerlerin sürdürülebilirliğini sağlama çerçevesinde turizm alanında büyük çaba sarf etmektedir. Bubağlamda,turizmendüstrisinin önemli etkenlerinde birisi olduğu düşünülen turist rehberlerine önemli görevler düşmektedir. Profesyonel turist rehberleri, turistlerin destinasyona gelişinden ayrılışına kadar onlarla en fazla zaman geçiren ve onları en çok yönlendiren kişilerdir. Dolayısıyla, turistik değerlerin doğru ve güvenilir şekilde aktarılmasında bir kültür elçisi gibi rol oynadıkları ifade edilmektedir. Yapılan çalışmada, profesyonel turist rehberlerinin bölgelerini ziyaret eden turistlere kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerine yönelik algıları incelenmiştir. Bu doğrultuda Konya ili örnekleminde bir alan araştırması yapılmış ve turist rehberlerinin konuya ilişkin algıları bir anket çalışması ile incelenmiştir.

### Sonuçlar

Araştırmada, turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerine ilişkin algıları; kültürel değerlerin korunması, kültürel değerlerin tanıtılması ve kültürlerarası etkileşim alt boyutlarını içeren bir ölçek kullanılarak değerlendirilmiştir. Böyle bir kitlede veriler kullanılarak aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir. Araştırmaya 77 kadın ve 173 erkek olmak üzere toplam 250 turist rehberi gönüllü olarak katılım sağlamıştır. Kültürel değerlerin korunması, tanıtılması ve kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında; turist rehberlerinin sahip olduğu rollerin turist rehberleri tarafından nasıl algılandığını ve bu rollerin boyutlarının neler olduğunu ortaya çıkarma ve boyutlar ile sosyo demografik değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Yapılan analiz sonuçlarında turist rehberlerinin sosyo demografik özelliklere göre kültürel değerlerin aktarılmasında, tanıtılmasında ve kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.Kültürel değerlerin aktarılmasına ilişkin üç boyutta da yaşa göre bir farklılaşma tespit edilirken, cinsiyete göre kültürel değerlerin aktarılmasında anlamlı bir farklılık tespit

edilememiştir. Eğitim kültürel değerlerin aktarılmasında önemli bir etkiye sahip olmuştur. Kültürel değerlerin tanıtımı boyutu için ise rehberlik eğitimi almış olanlar ile almayanlar arasında farklılık söz konusudur. Turist rehberlerinin mesleki tecrübelerinin kültürel değerlerin aktarılmasında önemli bir etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Tecrübesiz olan turist rehberlerinin deneyimli olan turist rehberlerine göre kültürel değerlerin korunmasında, tanıtımında ve etkileşiminde daha yüksek etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, kültürel değerlerin aktarılmasında, tanıtılmasında ve etkileşiminin bulunmasında tecrübenin belirleyici bir etkisinin bulunduğu ancak rehberlerin rollerine ilişkin bu üç alt boyut algılarında anlamlı şekilde bir azalma yaşanmıştır. Mesleki tecrübenin artması karşısında kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik algıların azalması, ilk bakışta çelişkili bir durum olarak görülebilir. Ancak, turist rehberliği mesleğinin zorluğundan dolayı çalışanların yıpranması olarak ifade edilen “yıpranma payı” veya mesleki tecrübeyle birlikte ortaya çıkabilen “iş körlüğü” gibi hususların bu durumun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Nitekim Gökdemir & Hacıoğlu, (2018) bu konuyu destekleyen bir araştırmada bulunmuş, turist rehberlerinin deneyimi arttıkça, tükenmişliklerinin turist rehberliği mesleğini bırakma niyetlerini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Yapılan araştırmada elde edilen bulgulardan yola çıkılarak aşağıda özetlenen sonuçlara ulaşılmıştır:

- Turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerinin belirlenmesi amacıyla kullanılan ölçekte yer alan maddelere katılımcılar verdikleri cevaplar çok yükseğe yakındır.  $(4,32 \pm 0,989)$  genel ortalama puan verdikleri belirlenmiştir. Araştırma ölçeğinde yer alan soruların 5’li Likert derecelendirilmesi dikkate alındığında, profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasında önemli bir rol üstlendiklerine yönelik algılarının yüksek düzeyde olduğu söylenebilir. Ayrıca, araştırmada kullanılan ölçek ifadelerine turist rehberlerinin verdikleri cevaplara ilişkin ortalama puanlar incelendiğinde; en yüksek ortalama puanların kültürel değerlerin tanıtımına katkı ve en düşük ortalama puanların ise kültürlerarası etkileşime katkı boyutlarında yer alan sorulara verdikleri belirlenmiştir.

- Araştırmaya katılım sağlayan profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik algı düzeylerinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda;
- Profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin korunmasına, tanıtılmasına ve etkileşime katkıya yönelik algı düzeylerinin katılımcıların cinsiyetlerine ve hizmet verilen turist grubuna göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı, ancak, yaşa, eğitim durumuna ve tecrübeye göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar ortaya çıktığı belirlenmiştir.
- Cinsiyete göre yapılan incelemede kadın veya erkek olmalarının ve yerli ya da yabancı fark etmeksizin hangi turist grubuna hizmet verildiğinin kültürel değerlerin aktarılmasında herhangi bir etkisinin bulunmadığı,
- Profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik algılarının, 24 yaş ve üzerindeki turist rehberleri ile rehberlik eğitimi almış turist rehberlerinde daha yüksek düzeyde iken mesleki tecrübesi daha fazla olan turist rehberlerinin bu yöndeki algılarının daha düşük seviyede olduğu belirlenmiştir.

## **Tartışma**

Çalışmanın bu bölümünde, literatürdeki benzer çalışmaların sonuçları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Literatür incelemesinde, kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik algılarının turist rehberlerinin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığının doğrudan rehberlerin algıları dikkate alınarak incelendiği az sayıda araştırma olduğu görülmüştür.

Yapılan çalışmada, profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasında önemli bir rol üstlendiklerine yönelik kuvvetli algılarının bulunduğu belirlenmiştir. Toker (2011), turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik algı düzeylerini incelediği çalışmasında, çok yüksek düzeyde sonuçlara ulaşıldı. Rehberlerin kültürel değerlerin aktarılmasına ilişkin bulgular yüksek düzeydedir. Bizim çalışmamızla Toker (2011)' in çalışmasıyla örtüşmektedir.



Karacaoğlu ve Yolal (2019) tarafından yapılan çalışmada, turist rehberlerinin Kapadokya'nın kültürel değerlerinin tanıtımı, korunması, sürdürülmesi ve kültürlerarası etkileşimin sağlanması konularında en fazla kendilerinin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ar (2015) çalışmasında, turist rehberlerinin somut olmayan kültürel mirasın korunmasında üstlendikleri roller ve bu rollere yönelik turist algıları ortaya koymuştur. Araştırma sonucunda, turistlerin somut olmayan kültürel mirasa yönelik bilgi ve deneyim edinmede turist rehberlerini önemli bir araç olarak gördükleri tespit edilmiş, somut olmayan kültürel miras unsurlarını koruma bilinci oluşturmada rehberlerin turistleri olumlu tutum sergilemeye teşvik ettikleri görülmüştür. Somut olmayan kültürel mirasın korunmasında turist rehberlerinin rolleri; yorumlayıcı, kültürlerarası aracılık ve kültürel bilgi aktarımı olarak belirlenmiştir. Ayrıca turistlerin büyük çoğunlukla, rehberleri kültür tanıtımcısı olarak tanımladıkları saptanmıştır.

Aslan ve Çokal (2016) profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere katkısına ilişkin turist algılarını incelediği çalışmada, turistlerin bu konudaki düşüncelerinden hareketle, kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılmasında söz konusu değerlerin iyi bir şekilde korunmasıyla gerçekleşebileceğini ve bu hususta da turist rehberlerine yönelik algının olumlu düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Çalışmada, turistlerin gittikleri bölgelerin tarihini ve o ulusa ait değerlerin korunması, tanıtımı ve kültürler arası etkileşime katkısı bakımından, turist rehberlerine önemli roller düştüğü algısının yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Turistlere göre, turist rehberlerinin kültürel değerlerin korunması ve tanıtımında en önemli role sahip olan kişi olduğu gözlemlenmiştir.

Sümbül ve Karaman (2020) çalışmasında, turizm endüstrisinde önemli bir rol oynayan turist rehberlerinin yerel kültür ve turist rehberliği ilişkisi, yerel kültürün paylaşımı ve bunun sonucunda ortaya çıkacak olan kazanımlar konusundaki görüşleri nitel yöntemlerle irdelenmiştir. Çalışmanın sonunda, turist rehberlerinin görüşlerinden yerel kültür konusunda bilinçlenmenin Kapadokya'nın tanınırlığına olumlu bir katkı sağlayacağı, konaklanan gün sayısının artışı, geçirilen sürezarfinin artışı ve bunlara paralel olarak bölgede yaşayan halkın gelir seviyesinde bir artış olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak

yerel kültürün tanıtıldığı müzelerin sayısının artmasının oldukça önemli olduğu vurgulanmıştır.

Koroğlu, Hacıoğlu ve Ulusoy (2017), tarafından yapılan çalışmada, inanç turizmine yönelik alanlarda turist rehberlerinin rol ve sorumlulukları incelenmiştir. Çalışmada, bu kapsamda, turist rehberlerinin önemli rol ve sorumluluklarının olduğu vurgulanmış ve ampirik ya da alan araştırmaları yapılması önerilmiştir.

Deniz'in (2019) tez çalışmasında, Mardin iline gelen turistlerden ve Mardin, Malatya, Elâzığ ve Şanlıurfa'da tur organize eden turist rehberinden anket formu aracılığı ile nicel veriler toplanmıştır. Çalışmada, turistlerin turist rehberlerinin kültürel mirasın korunması konusunda üstlendiği rolleri; kültürel aracılık ve yorumlama, liderlik ve yönlendirme ve bilgilendirme olarak algıladığı, turist rehberlerinin ise tur sırasında üstlenmiş oldukları rollerini; liderlik ve yönlendirme, bilgilendirme, kültürel aracılık ve yorumlama şeklinde algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Hansen ve Mossberg (2017) tarafından yapılan çalışmada, tur rehberi performansının turistlerin katılımını nasıl etkilediğine ve böylece tüketicinin katılımını nasıl kolaylaştırdığına odaklanılmıştır. İlk olarak, tur rehberinin, tanıtım için bir ön koşul olan tematik ve güvenli bir deneyim ortamı oluşturma konusundaki temel rolü incelenmiştir. Çalışmada, temel rehber performansının, hizmet kalitesi standartlarını gösterdiği ve tur rehberlerinin önemli bir rol üstlenerek tüketicinin deneyimlerini etkileyebileceği savunulmuştur. Bu nedenle, etkili bir tur rehberinin, turist katılımını artırabileceği ve tanıtım sağlayabileceği, böylece düzenli bir turist deneyiminin olağanüstü bir deneyime dönüştürülebileceği ifade edilmiştir.

Kovalenko ve diğerlerinin (2021) çalışmalarında, kültürlerarası iletişimsel etkileşim için geleceğin turist rehberinin mesleki eğitiminin önemi tartışılmıştır. Özellikle, turizm pazarı tüketicisinin sürekli büyüyen ihtiyaçlarının karşılanması acil bir konu olarak görülmektedir. Bu alandaki bir uzmanın mesleki eğitiminin, turizm hizmetleri tüketicileri ile etkileşime hazır olması için yüksek kalitede teorik ve pratik eğitim sağlanmaya odaklanması gerektiği vurgulanmaktadır. Kültürlerarası iletişim, her kültürün benzersizliğini göz önünde bulundurarak, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için

profesyonel faaliyetler yoluyla bilgi, kültürel ve manevi değer alışverişini gerçekleştiren farklı kültürler arasında amaçlı bir bağlantı olarak görülmektedir. Rehberler, izleyicilerle etkileşim kurarken, didaktik ilkelere (bilimsel, ideolojik, gerçek hayatla bağlantı, erişilebilirlik, sistem, yanıt verme, ikna etme vb.) dayanan pedagojik etki yöntemlerini kullanırlar ve çocuk veya yetişkin fark etmeksizin, gezi sırasında turistleri eğitmek için içerik, organizasyon ve yöntemleri tanımlarlar. Gezi yöntemi, turun temelidir ve rehberin bilgiyi paylaşma yollarının ve turistlerin bu bilgiyi algılamasının bir derlemesidir.

Rabotić (2010) “Çağdaş Turizmde Turist Rehberleri” adlı çalışmasında, rehberlerin turizm sistemindeki rolü, turist deneyimlerini yönetme ve düzenleme, destinasyon imajını geliştirme ve sorumlu turizmin hedeflerini uygulama potansiyeli ile kendini gösterdiğini ifade etmektedir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre, sunan ve yorumlayan rehberler, müşterilerin bir yeri veya cazibeyi deneyimleme, yerel kültürü anlama, yerel etkinliklere katılma ve olay yerinde nasıl davrandıkları üzerinde etkili olmaktadır. Ön saflardaki profesyoneller, bilgi verenler ve tercümanlar olarak rehberler, turistlerin gözünde destinasyonun temsilcisi ve “elçisi” olarak hareket etmektedirler. Bu bağlamda turist rehberliği, çağdaş turizmde destinasyonların başarılı bir şekilde sunulmasının önemli faktörlerinden biri olarak sonuçta ortaya çıkan ekonomik ve sosyal faydaları etkilemektedirler.

Ulusoy ve Köroğlu (2021) tarafından, turist rehberlerinin kaynak yönetimi rolüne ilişkin tanımlarının belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmalarında, katılımcıların doğal kaynak, kültürel kaynak ve kaynak yönetimi rolüne ilişkin tanımları kategorize edilmiştir. Doğal kaynakların “doğal güzellikler olmaları” ve kültürel kaynakların “günümüze kadar ulaşmış olmaları” turist rehberleri tarafından en fazla tekrarlanan ifadeler olmuştur. “Nehirler” en sık tekrarlanan doğal kaynak örneği olurken, “antik kentler” ise en sık tekrarlanan kültürel kaynak örneği olmuştur. “Motive edici” ve “çevresel yorumcu” olmak üzere iki tema altında yer alan kodlardan en sık tekrarlananlar sırasıyla “bilgi aktarma” ve “koruma”dır. Turist rehberlerinin cevapları üzerine doğal ve kültürel kaynaklara karşı sorumlulukları bulunduğu ve kendilerini bu kaynakları koruma konusunda sorumlu hissettikleri söylenebilir. Araştırma sonuçları, kaynakların önemi ve sürdürülebilirlik anlayışı

çerçevesinde turist rehberlerinin kaynak yönetimi rolüne yönelik tanımların belirlenmesinin farkındalık yaratacağı ileri sürülmüştür.

Çokal'ın (2019)“Turist Rehberlerinin Performansına ve Etik Davranışlarına Yönelik Turist Algılarının İncelenmesi” adlı çalışmasında, turistlerin sosyo-demografik özelliklerinin değerlendirilmesine ilişkin analizler sonucunda, turistlerin cinsiyetine göre yalnızca güvenilirlik boyutunda, eğitim durumuna göre güvenilirlik ve adil olma boyutunda, milliyete göre yetenek boyutunda, turun süresine göre ise yine güvenilirlik ve adil olma boyutlarında algıların farklılaştığı sonucu elde edilmiştir. Bununla birlikte turistlerin yaşının ve ziyaret sayısının ise algılarını farklılaştırmadığı ortaya çıkmıştır.

Zengin ve Eker (2014) “Alternatif Turizm Kapsamında Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü: Bir Uygulama” adlı çalışmalarının analiz sonuçları, turist rehberlerinin bir kültür elçisi olarak kültür turizminin sürdürülebilirliğinde önemli rollere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, araştırmanın, profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik yüksek bir algı düzeyine sahip oldukları şeklindeki bulgusunun literatürle paralellik gösterdiği söylenebilir.

Yapılan bu çalışmada, turistrehberlerinin kültürel değerlerin korunmasına, tanıtılmasına ve etkileşimine katkısına yönelik algı düzeylerinin katılımcıların cinsiyetlerine ve hizmet verilen turist grubuna göre anlamlı şekilde farklılaşmazken yaşa, eğitim durumuna ve tecrübeye göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Bu farklılık ise, yaş değişkeninde yaş daha büyük olan turist rehberlerinin, eğitim durumu değişkeninde rehberlik eğitimi almış turist rehberlerinin ve mesleki tecrübeye ise daha tecrübesiz turist rehberlerinin lehine ortaya çıkmıştır.

Bu konuda, Toker (2011) araştırmasında benzer değişkenlerin turist rehberlerinin kendilerini kültür elçisi olarak algılamaları üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Ancak, bu çalışmadan farklı olarak, turist rehberlerinin hizmet verdikleri grup türü ile kendilerini kültür elçisi olarak algılamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Çokal (2015) tarafından yapılan, “Bir kültür elçisi olarak profesyonel turist rehberinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısına yönelik turist algılamaları: Kapadokya

Örneği” adlı çalışmada, turistlerin, turist rehberinin kültürel değerlere olan katkılarına yönelik algılarının en çok milliyete, eğitim seviyesine ve gelir durumuna göre farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır.

Deniz (2019) tarafından yapılan araştırma bulgularına göre, turist rehberlerinin rollerini algılayış bakımından kadın ve erkek turistler arasında anlamlı bir farklılık bulunurken, kadın ve erkek rehberler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu durumun hizmet alan turistlerin beklentileri ile hizmet veren rehberlerin beklentileri arasındaki farklılıktan kaynaklandığı düşünülmektedir. Çalışmada ayrıca, rollerin algılanmasında turistler ve turist rehberlerinin yaş grupları ve turist rehberlerinin mesleki tecrübeleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla, her yaş grubunun rolleri algılama düzeylerinin birbirine yakın olduğu ve mesleki tecrübenin kültürel mirasın korunmasındaki roller üzerinde bir etkisi olmadığı ileri sürülmüştür.

Mesleki tecrübenin artması karşısında kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik turist rehberlerinin olumlu anlamdaki algı düzeylerinin azalması şeklindeki çalışma bulgusu, ilk bakışta çelişkili ya da problemlili bir durum olarak görülebilir. Bu durumun, turist rehberliği mesleğinin zorluğundan dolayı çalışanların yıpranmasından kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Bu konuda, Gökdemir ve Hacıoğlu (2018) tarafından yapılan “Turist Rehberlerinde Tükenmişlik ve Meslekten Ayrılma Niyeti”adlı çalışmalarında, tükenmişliğin, insanlarla yüz yüze ve karşılıklı iletişime dayalı mesleklerde gözlemlenebildiği, tükenmişlik sendromunun ise turist rehberlerinin de içerisinde bulunduğu hizmet sektöründe çalışan kişilerde karşılaşılabilen bir durum olduğu ve turist rehberlerinin tükenmişliklerinin turist rehberlerinin mesleği bırakma niyetlerini pozitif yönde etkilediği yönünde sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca, araştırmaya katılan turist rehberlerinin yaş dağılımları ile tükenmişlikleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuş ve buna göre, 18-30 yaş grubunun 51 ve üzeri yaş grubuna göre tükenmişliklerinin daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir (Gökdemir ve Hacıoğlu, 2018).

Yine, mesleki tecrübe ve çalışan davranışlarıyla ilgili olarak literatürde “iş körlüğü” veya “işletme körlüğü” olarak tanımlanan bir olgu bulunduğu (Özgül ve Mengi, 2018). Dolayısıyla, daha profesyonel kişilerin sadece yaptıkları işlerine odaklanarak işin moral

diğer bir ifadeyle manevi ve psikolojik özelliklerine dikkat etmemeye başlayabildikleri ve bu durumda araştırmada tespit edilen problemin ortaya çıkmasına yol açtığı söylenbilir.



## Öneriler

Çalışmanın sonuçlarından hareketle, turizm ve turist rehberliği konularıyla ilgilenen girişimci, akademisyen ve öğrenciler için aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- 1- Profesyonel turist rehberlerinin icra ettikleri mesleklerine ve bu kapsamda da kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerine yönelik yüksek düzeyli algıları bulunmaktadır. Turist rehberlerinin bu olumlu tutumlarından daha fazla yararlanılmasına yönelik girişimlerde bulunulmalıdır. Örneğin, aktif olarak görev yapan rehberlerin mesleki eğitim gören öğrencilere tecrübe aktarımı yapmalarına olanak tanınabilir.
- 2- Yapılan araştırmada, yaşın profesyonel turist rehberliğinde önemli bir faktör olduğu belirlenmiştir. Özellikle, 18-24 yaş grubundaki turist rehberlerinin düşük bir algı düzeyine, 25-31 yaş grubundaki turist rehberlerinin en yüksek algı düzeyine sahip oldukları ve daha sonra bu düzeyde yine bir düşüş yaşandığı göz önünde bulundurulmalıdır. Bu hususta, genç yaşlardaki turist rehberlerinin mesleklerinin ilk yıllarında meslek bilinci ve mesleki özellikleri yeterince kavrayamadıkları düşünülmekte, dolayısıyla da bu eksikliklerin kısa zamanda giderilmesine yönelik tedbirler alınması önerilmektedir.
- 3- Rehberlik eğitimi almamış önlisans mezunu rehberler kültürel değerlerin aktarılmasındaki rolleri düşük düzeyde bulunmuştur. Bu durumun mesleğe yönelik uzmanlık eğitimi alınmamasından kaynaklandığı göz önünde bulundurulmalıdır. Bu hususta, öncelikle turist rehberliği dışındaki önlisans mezunu rehberlere yönelik seminer vb. meslek içi eğitimler düzenlenmelidir. Yine, bu hususta turist rehberliği alanından mezun olanların rehber olarak seçilmesine gayret gösterilmeli ya da turist rehberi adayları kişilerin önlisans, lisans ya da yüksek lisans turist rehberliği eğitimi alırken uzmanlaşmaları sağlanmalıdır.
- 4- Kültürel değerlerin aktarılmasında mesleki tecrübe faktöründe önemli bir etken olarak bulunmuştur. Buna göre, meslek hayatlarının ilk yıllarında turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik çok yüksek bir algı düzeyine sahipken bunun 6-10 yıl arasında hızla azaldığı ve 10. yıldan itibaren yeniden yükseldiği belirlenmiştir. Kültürel değerlerin aktarılmasında mesleki tecrübeye bağlı olarak yaşanan bu dalgalı sürecin

olmaması düşünülürdü. Bu doğrultuda, meslek hayatlarının ilk yıllarındaki turist rehberlerinin ilk beş yıl içinde mesleki yıpranmadan hızla etkilendikleri söylenebilir. Bu yıpratıcı dönemin, tüm detayları ile irdelenmesi ve gereken iyileştirmelerin yapılması önerilir. Bu sayede, turist rehberlerinin daha uzun süre boyunca etkin ve verimli şekilde görev yapmaları sağlanabilecektir.

Ayrıca gelecek araştırmacılar daha çok rehberlere ulaşarak, rehberlerin tükenmişlik, işten ayrılma oranları, mesleği terk etme oranları ve sebepleri ortaya konulabilir. Meslekten ayrılma sebepleri detaylı olarak incelenmesi gelecekteki çalışmalar için önerilebilir.

5- Son olarak bu çalışma, COVID-19 pandemi döneminde görece sınırlı bir örneklemden toplanan verilerle gerçekleştirilmiştir. Gelecek araştırmalar bu çalışmada incelenen demografik özellikleri ve incelenmeyen özellikleri (bölge, farklı etnik gruplar vb.) özellikleri daha geniş örneklerde inceleyerek literatürün gelişmesine katkı sağlayabilir.

### **Sınırlılıklar**

Bu çalışma da turist rehberliği birliğinin odalarına kayıtlı 250 turist rehberine anket gönderilmiştir. COVID 19 pandemisinedeniyle250 turist rehberine ulaşarak veri seti oluşturulmuştur. Gelecek çalışmalarda daha fazla örneklem sayısına ulaşılması önerilebilir.



## KAYNAKÇA

- Abay H. (2021) 1960'lı Yıllarda Başlayan Karşı Kültür Hareketlerinin Grafik Tasarıma Yansımaları, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı Grafik Tasarım Programı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul 2021.
- Açııcı Kurak F., Ertaş, Ş., Sönmez, E. (2017) Sürdürülebilir Turizm: Kültür Turizmi ve Kültürel Miras Sustainable Tourism: Culture Tourism and Cultural Heritage, *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3 (1), 52-66.
- Ahipaşaoğlu, S (2001) *Turizmde rehberlik*. Detay Yayıncılık. Ankara
- Ahipaşaoğlu, S (2006) *Turizmde rehberlik*, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Aktan C. C; Tutar, H. (2007) Bir Sosyal Sabit Sermaye Olarak Kültür. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20), 1-11.
- Aktas B. M., Makela, M. (2017) *Craft Dynamics: Empowering Felt Making Through Design*. Nordes 2017: Design Power. Oslo., 7(7), 1-9.
- Albayrak A. (2011) Tüketicilerin Alternatif Turizm Türlerini Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler. (Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara,15.
- Ap J., Wong, K.K.F. (2001) Case Study On Tour Guiding: Professionalism, Issues And Problems. *Environmental Management*, (22), 551-563.
- Apaydın Ertuğrul G. (2001) Popüler Kültür ve İktidar Sorunu, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Volume 4.
- Ar H. (2015) Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Turist Rehberlerinin Rolü: (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir.
- Arat T. (2017) Kültür Turizmi Bağlamında Konya, *Tarihin Peşinde Dergisi*, (18),374
- Arıncı P. C. (2002) Selçuk'ta Kültür Turizmi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, İzmir.

- Arnold, M. (1993). *Culture and Anarchy and Other Writings* (S. Collini, Ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Artun E. (1996) *Günümüzde Adana Aşıklık Geleneği ve Âşık Feymani*, Hakan Ofset, Adana.
- Aslan Z., Çokal, Z. (2016) Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 53-69.
- Aslan, Z, Ardemagni, M. (2006) *Introducing Young People To the Protection of Heritage Sites and Historic Sites*.
- Asmadili M. (2018) *Turist Rehberlerinin Liderlik Rollerine İlişkin Bakış Açılarının Belirlenmesi: Eskişehir Örneği*. Necdet Hacıoğlu (ed), Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar İçinde. Ankara: Detay yayıncılık, 331.
- Avcıkurt C. (2009) *Turizm sosyolojisi, genel ve yapısal yaklaşım*, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın M. (1999) *Global Değişim ve Genişleyen Türk Dünyası: Türkler ve Türkiler Liberal Düşünce*, 4, (13), 109–120.
- Bademci F. (2018) *Mevleviliğin Somut ve Somut Olmayan Kültürel Mirasın Bütünleşik Korunması*, Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı.
- Bahar H. İ. (2009) *Sosyoloji*, Uluslar Arası Stratejik Araştırmalar Kurumu Yayınları, Volume 31, Ankara.
- Bahçe A. S. (2009) Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 1-13.
- Barnlund D. C., Araki, S. (1985) Intercultural Encounters: The Management of Compliments by Japanese and Americans. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, (16), 9-26.
- Batman O., Oğuz, S.Ç. (2008) *Kültür Turizmi*, N. Hacıoğlu & C. Avcıkurt (Ed.) *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara. 189-208.

- Baykan E., Uygur M. S. (2007) Kùltür Turizmi ve Turizmin Kùltürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakùltesi Dergisi*, (2) 30-49.
- Baykara T. (1985) *Türkiye Selçukluları Devrinde Konya*, Kùltür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Bayru E., Ç. (2006) *Semâ, İnsanlığın Aynası Mevlâna (237)*, Konya Büyükşehir Belediyesi Kùltür Yayınları, Konya.
- Begiç H. (1999) Konya’lı Keçe Sanatçısı Mehmet Girgiç ve Eserleri, (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Begiç H. (2012) *Konya Keçeciliğinde Çoban Kepeneği*, Milli Folklor, 24(94), 214-222.
- Begiç H. (2013) Gelenekten Geleceğe Keçeciliğin Sürekliliğine Dair Bir Çalışma: “Barış Sevgi Çadırı” Projesi, *Kalemişi Dergisi*, 1(1), 40-54.
- Begiç H. (2015) Konya Müzelerinde Bulunan Keçe Ürün Örnekleri, *İdil Dergisi*, 4(15), 155-180.
- Bennett T. (1995) *The Multiplication of Culture’s Utility*. Critical Inquiry, 21(4), 861–889.
- Biggsby C., W.E. (1999) *Popüler Kùltür Politikaları, Popüler Kùltür ve İktidar*, Derleyen: Güngör N., Vadi Yayınları, Ankara, 73-97.
- Black R., Ham, S. (2005) Improving The Quality of Tour Guiding: Towards A Model For Tour Guide Certification. *Journal of Ecotourism*, 4(3), 178–195.
- Boyle A., Arnott, A. (2004) What Tour Guide Stories Can Tell Us About Learning, Education and Training: A Case Study In The Top End of The Northern Territory. Council for Australian Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) conference, February, Brisbane, Qld, Australia
- Briggs S, A. (2007) *Kùltür, Çev. Sevim Kebeli*, Milli Folklor, (74), 99.
- Burkett M.E. (1979) *The Art of The Felt Maker*, Kendal: Abbot Hall Art Gallery.
- Centre B. U. D., D. (2011) Intangible Heritage Patrimoine Immatériel. (August).
- Cohen E. (1985) The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.

- Cohen E. (2004) Contemporary Tourism Diversiy and Change, *Tourism Social Science Series*, Emerald Group Publishing Limited: UK.
- Cohen E. H., Ifergan, M., Cohen, E. (2002) A New Paradigm In Guiding The Madrich As A Role Model. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 919–932.
- Confer, J., Pennington-Gray, L., Thapa, B., Holland, S. (2002). Heritage Tourism Study. Center for Tourism Research Development, Department of Recreation, Parks Tourism, Final Report October (25) 1- 108.
- Coşgun M. (2012) Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu, *Batman University Journal of Life Sciences*, 1(1), 837-850.
- Çapar G., Yenipınar, U. (2017) Kültürel ve Doğal Mirasın Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolüne İlişkin Turist Algısı. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(38), 397-424.
- Çelebi C. (2002) Hagem Halk Kültürü Arşivi ve Yeniden Yapılanma. VI. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi, Genel Konular Seksiyon Bildirileri. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Çelik İ., Türker, A. (2012) Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler. *Yeni Fikir Uluslararası Araştırma Dergisi*, 4(9), 87-98.
- Çeliker D. (2011) Geçmişten Günümüze Türklerde Keçecilik ve Keçe Yapımında Yeni Teknikler, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi ART-E*, 1-22.
- Çiçek D. (2013) *Alternatif Turizm*, A. S. Bahçe (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çimrin H. (1995) *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si*. Antalya: Akdeniz Kitapevi.
- Çokal Z. (2015) Bir Kültür Elçisi Olarak Profesyonel Turist Rehberinin Turistlere Aktarılan Kültürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.

- Çokal Z. (2019) Turist Rehberlerinin Performansına ve Etik Davranışlarına Yönelik Turist Algılarının İncelenmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(4), 1143-1168.
- Çokal Z., Yılmaz, İ., (2020) Turist Rehberlerinin Etik Davranışlarının Destinasyon İmajına Etkisi: Kapadokya Örneği, *Verimlilik Dergisi*, Yıl: 2020, Sayı: 4, T. C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Yayını.
- Çokluk Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş. (2012) Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları (2), Ankara, Pegem Akademi.
- Çolakoğlu O. E., Epik, F., Efendi, E. (2010) *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*. (İkinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, 37-184.
- Değirmencioğlu Ö. (2001) Türkiye’de Turizm Rehberliği Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 12, Güz, 189–196.
- Demir M. (2018) Osmanlı Eğlence Hayatında Bir Alt Kültür Müzikli Kahvehâne: Amane Kahvehâneleri. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 24(93), 35-53.
- Deniz H (2019) Profesyonel Turist Rehberlerinin Kültürel Mirasın Korunmasındaki Rolü: Türkiye’deki Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Deniz T., Savaşkan, Y. (2018) Taşınmaz Kültür Varlıkları Kapsamında Ayasofya Müzesinin İstanbul Kültür Turizmine Katkısı, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*,1(2), 92-103.
- Diñer F.İ., Kızılırmak, İ. (1997) *Türkiye’de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü: Turizm Rehberliğinin Gelişimi ve Türkiye’deki Konumu*. Hafta Sonu Semineri IV Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. Nevşehir,121-148.
- Doğan A. (1997) Kitle Kültürü Karşısında Seçkin Kültür ve Türkiye' deki Durumu, *Kurgu Dergisi*, (7),109-120.
- Doğan B. (2012) *Örgüt Kültürü*. 1.Baskı. İstanbul: Beta Basımevi.
- Doğan M. S., Ö. S., B. G. (2009) *Sosyoloji Çarşısı*, Eflatun Matbaası, İstanbul.

- Du Cros H., Liu, S. (2012) *Intangible Cultural Heritage, Education and Museums*. UNESCO Observatory RLCCE.
- Eflâkî A. (1986) *Ariflerin Menkıbeleri-Mevlana ve Etrafindakiler*, (Çev. Tahsin Yazıcı), Remzi Kitapevi, Ankara.
- Ekici, M. (2004) Bir Sempozyumun Ardından: Somut Olmayan Kültürel Mirasın Müzelenmesi 4-6 Mart 2004 Ankara, *Millî Folklor*, 16, (61), 1-8.
- Elizur D., Borg, I., Hunt, R., Beck, I. M. (1991) The Structure of Work Values: A Cross Cultural Comparison. *Journal of Organizational Behavior*. (12), 21–38.
- Emekli G. (2006) Avrupa Birliğinde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm, *Ege Coğrafya Dergisi*,(14), 99-107, İzmir.
- Emir, O., Avan, A. (2010) Yabancı Turistlerin Satın Alma Karar Sürecinde Kültürel Varlıkların Etkisi: Konya Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,(24), 203-219.
- Eraydın S., (2004) *Tasavvuf ve Tarikatlar (359)*, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Erdoğan İ. (1999) *Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele*. Popüler Kültür ve İktidar, Derleyen: Güngör N., Vadi Yayınları, Ankara, 18-52.
- Erdoğan İ. (2004) Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine, *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 5(11), 1-18.
- Ergin M. (1986) *Üniversiteler İçin Türk Dili*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Eroğlu, F. (1993) *Davranış Bilimleri*, Erzurum: Maveria Yayınları
- Eser S., Şahin, S., Çakıcı, C. (2018) *Turist Rehberliği*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Faruk S. (2001) *Karamanoğulları*. DİA, C.24, İstanbul. 455-56.
- Faruk S. (2009) *Şelçuklular*, DİA, C.36, İstanbul. 380-81.
- Frost W. (2004) Braveheart-ed Ned Kelly: Historic Films, Heritage Tourism and Destination Image. *Tourism Management*, (27), 247–254.

- Gans H. J. (2014) *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*. (E. O. İncirlioğlu, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Gökalp E. (2011) *Kültür, Gelenek ve Toplum*, Edt. Mustafa Çakır, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir. 26-49.
- Gökalp Z. (2013) *Hars ve Medeniyet*, Bilgeoğuz Yayınları, 101-103.
- Gökdemir S., Hacıoğlu, N. (2018) Turist Rehberlerinde Tükenmişlik ve Meslekten Ayrılma Niyeti. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(39), 511-541.
- Gölpınar A. (2006) Mevlânâ'dan Sonra Mevlevîlik. İnkılap Kitapevi, İstanbul. 63-72
- Gönenç E. Ö. (2002) Kitle Kültürü ve Kitle İletişimi, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (13), 129-139.
- Güleç Korumaz, S.A. (2015) Kültürel Miras Yönetiminde Karar Destek Sistemlerinin Kullanımına Yönelik Bir Model Önerisi. Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, 186, Konya.
- Gülersoy Ç. (1996) *Turizm Elçilerimiz. Rehber Dünyası*. Kasım
- Güllüoğlu Ö. (2012) Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme, *Journal of Global Media: Turkish Edition*, 2(4), 64-86.
- Güneş N., Çokbankir Ş. N. (2017) *Antik Çağdan Günümüze Rehberliği Tarihçesi ve Rehber Pirleri.*, F. Ö. Güzel., V. Altıntaş., İ. Şahin. (Editörler). Turist Rehberliği Araştırmaları Öngörüler ve Uygulamalar. Birinci Baskı. Ankara. Detay Yayıncılık, 3-17.
- Gür S. (2012) Anadolu'nun Sanat Objesine Dönüşen Kültürel Değer Keçe, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1173-1181.
- Güzel F. Ö., Köroğlu, Ö. (2014) Turist Rehberlerinin Liderlik ve Aracılık Rollerinin Tur Deneyimine Etkisi: Doğa Turları Üzerine Bir Araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(4), 939-960.
- Hacıoğlu N. (2000) *Seyahat Acenteciliği ve Tur Operatörlüğü*. Vipaş A.Ş. Yayımları. Bursa.

- Hall C. M., Zeppel, H. (1990) *Cultural and Heritage Tourism: The New Grand Tour?* *Historic Environment*, 7(3/4), 86-98.
- Hansen A. H., Mossberg, L. (2017) Tour Guides Performance and Tourists' Immersion: Facilitating Consumer Immersion By Performing a Guide Plus Role. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(3), 259-278.
- Harris P. R., Moran, R.T. (1987) *Managing Cultural Differences*, Gulf Publishing Company.
- Heung V., C.S. (2008) Effects of Tour Leader's Service Quality On Agency's Reputation And Customers Word-of-mouth. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 305-315.
- Hockings M. (1994) A Survey of The Tour Operator's Role in Marine Park Interpretation. *Journal of Tourism Studies*, 5(1), 16-28.
- Hofstede (2015). The Hofstede Centre, Strategy, Culture, change. <https://geerthofstede.com/wp-content/uploads/2016/08/6-dimensionsfor-website-2015-08-16.xls>
- Hofstede G. (1980) *Motivation, Leadership And Organization: Do American Theories Apply Abroad?* *Organizational Dynamics*. Summer. 9(1), 42-63.
- Howard J., Smith, B., Thwaites, R. (2001) Investigating The Role of The Indigenous Tour Guide. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 32.
- Hu W., Wall, G. (2012) Interpretative Guiding And Sustainable Development: A Framework, *Tourism Management Perspective*, (4), 80-85.
- İlgin Ö. (2011) 21. Yüzyıl Başında Tepme Keçe Ürünlerinin Geleneksel ve Çağdaş Tasarımlar Açısından İncelenmesi, (Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- İşin E. (2004) *Mevleviliğin Tarihsel Temelleri: Sultan Veled ve Çelebilik Makamının Kuruluşu*, 3.Uluslararası Mevlânâ Kongresi, 5-6 Mayıs 2003, (Ed. Nuri Şimşekler), Selçuk Üniversitesi, 95-98, Konya.
- İçöz O. (2011) *Seyahat Acenteleri ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. (Yedinci Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi, 2-233.
- Jenks C., Demirkol, N. (2007) *Altkültür: Toplumsalın Parçalanışı*. Ayrıntı Yayınları.



- Karacaoğlu S., Yolal, M. (2019) Kültürel Mirasın Korunması ve Sürdürülmesinde Turist Rehberlerinin Rolü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 833-847.
- Karakaya B. (2011) Konya Bölgesinden Elde Edilen Yünün (Yapağı) Keçeleşme Özelliği Üzerinde Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Karimzadi S. (2019) *Culture in Economics, Advances in Economics and Business* 7(1): 39-54.
- Kayri M. (2009) Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 51-64.
- Kenrick D. T., Neuberg, S. L., Cialdini, R. B. (1999) *Social Psychology: Unraveling the Mystery*. Boston: Allyn & Bacon.
- Kenter J.O. vd., (2015) *What Are Shared and Social Values of Ecosystems?* Ecological Economics, (111), 86-99.
- Khakzad S.Pieters, M., Van. B. K. (2015) Coastal Cultural Heritage: A Resource To Be Included In Integrated Coastal Zone Management. *Ocean & Coastal Management*, (118), 110-128.
- Kirshenblatt B. (2004) *Intangible Heritage As Metacultural Production*. Museum International, 56(1-2), 52-65.
- Kong H., Cheung C., Baum T. (2009) Are Tour Guides In China Ready For The Booming Tourism Industry?. *Journal of China Tourism Research*, (5), 65-76.
- Kovalenko O. V., Yepyk, L. I., Yeromenko, A. Y., Kashynska, O. Y., Bezruchenkov, Y. V. (2021) Training of The Future Tourist Guides For Intercultural Communicative Interaction Within Professional Activity. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4), 729-746.
- Kozak N., Kozak, M.A., Kozak, M. (2006) *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Koroğlu Ö., Hacıoğlu, N., Ulusoy, A. G. H. (2017) İnanç Turizmine Yönelik Alanlarda Ziyaretçi Yönetimi Çerçevesinde Turist Rehberlerinin Rol Ve Sorumlulukları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (1)12.
- Köz E. N. (2014) Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir.
- Köz E. N., Seçilmiş, C. (2015) Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 69-78.
- Kul S. (2021) Korelasyon Analizi, <http://www.p005.net/analiz/korelasyon-analizi>, Erişim tarihi: 13.12.2021.
- Kurin R. (2004) *Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the 2003 UNESCO Convention: A Critical Appraisal*. Museum International, 56(1-2), 66-77.
- Kurt G., İspir, A. (2014) *Dünyayı Arşınlayan Üç Seyyah: Evliya Çelebi, İbn Battuta, Marco Polo ve Seyahatnamelerine Karşılaştırmalı Bir Yaklaşım*. V. Karşılaştırmalı Edebiyat Bilimi Kongresi, Mersin.
- Kültürel Mirasın Korunması İsmep Rehber Kitapları, (2014), İstanbul.
- Kirk R. G. (1968) *Experimental Design Procedures for the Behavioral Sciences*. Belmont: Brooks/Cole
- Leclerc D., Martin, J. N. (2004) Tour Guide Communication Competence: French, German And American Tourists Perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(3-4), 181-200.
- Leech, N. L., Barret, K. C., Morgan, G. A. (2005). *SPSS For Introductory Statistics: Use and Intermediate*.
- Li Y., Hunter, C. (2015) Community Involvement For Sustainable Heritage Tourism: A Conceptual Model. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 5(3), 248-26.

- Ling T.P, Noor, S.M, Lim, K.Y., Mohamed, R. (2011) Tour Guides As Interpreters of Cultural Heritage In Promoting Mindful Tourists For Sustainable Tourism In Malaysia. A. Bahauddin. (Ed.) Proceedings of 2nd Regional Conference On Tourism Research içinde (ss. 311-322). Penang: Universiti Sains Malaysia.
- Lovrentjev S. (2015) *Education of Tourist Guides: Case of Croatia*. Procedia Economics and Finance, (23), 555-562.
- Löshcburg W. (1998) *Seyahatin Kültür Tarihi*. Çev. J. Traub. Ankara: Dost Yayınları.
- McKercher B., Cros, D.H. (2003) Testing ACultural Tourism Typlogy. *Journal of Tourism Research*, 5 (1), 45-58.
- MınJennifer C. H. (2011)*A Short-Form Measure For Assessment of Emotional Intelligence For Tour Guides: Development and Evaluation* Tourism Management, 1-13.
- Mısırlıİ. (2015) *Seyahat Acenteciliği ve Tur Operatörlüğü* (Beşinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, 3-218.
- Miles S., Paddison, R. (2005) *The Rise and Rise of Culture-Led Urban Regeneration*, Urban Studies, Vol. 42 Nos 5/6, 833-9.
- Negus, K. (1996). *Popular Music in Theory*. Wesleyan University Press, London.
- Oğuz Ö. (2008b) UNESCO ve İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Mirası Başyapıtları. *Millî Folklor*, 20, (78),5-8.
- Okuyucu A. (2011) *Osmaneli İlçe Merkezinde Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma*. Ankara Üniversitesi, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Ooi S. (2002) *Cultural Tourism and Tourism Culture: The Business of Mediating Experiences In Copenhagen and Singapore*. Denmark: Copenhagen Business School Press.
- Osman T. (2010) *Selçuklular Tarihi ve Türk-İslam Medeniyeti*, Ötüken Neşriyat, İstanbul. 169.
- Öncü F. (2021) Somut Olmayan Kültürel Mirasın Sürdürülebilirlik Problemleri, *Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 14(28), 902-923.

- Önder M., (2002) *Mevleviliğin Sistemleşmesi, Sultan Veled ve Diğer Postnişinleri*,(Ed. Şimşekler Nuri), Konya'dan Dünyaya Mevlana ve Mevlevilik, Konya. 131-150.
- Öter Z. (2017) *Turist Rehberliğinde Etik.*, F. Ö. Güzel., V. Altıntaş., İ. Şahin. (Editörler). Turist Rehberliği Araştırmaları Öngörüler ve Uygulamalar. Birinci Baskı. Ankara. Detay Yayıncılık, 44-120.
- Özdoğan O. N. (2014) *Sürdürülebilir Turizm ve Kültürel Miras*. Metin KOZAK (ed), Sürdürülebilir turizm kavramlar uygulamalar, içinde, Ankara: Detay Yayıncılık. 45.
- Özgül B., Mengi, B. T. (2018) İşletme Körlüğü Ve Çözüm Önerisi Olarak Güvenilir Danışman "İç Denetim". Muhasebe ve Denetime Bakış, 18(54), 125-138.
- Özlem D. (2000) *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi Yayınları.
- Peterson K. (1994) *The Heritage Resource As Seen By The Tourist: The Heritage Connection*. In Van Harsseel, J. (ed.) *Tourism: An Exploration*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Pirinçcioğlu F. (1996) Tercüman Rehberlik, *TÜRSAB Turizm Dergisi*, Sayı: 145.
- Polat, S., Polat, S. A. (2014) Taşınmaz Kültür Varlıklarının Kültür Turizmi Açısından Önemi: Topkapı Sarayı Müzesi Örneği, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 3(1), 60-80.
- Pond K. L. (1993) *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*. Van Nostrand Reinhold Company.
- Prentice R. (1993) *Tourism and Heritage Attractions*. London: New York.
- Quiroga I. (1990) Characteristics of Package Tours in Europe; *Annals of Tourism Research*; (17), 185-207.
- Rabotic B. (2008) *Tourist Guides As Cultural Heritage Interpreters: Belgrade Experience With Municipality-Sponsored Guided Walks for Local Residents*. International Tourism Conference: Cultural and Event Tourism Issues, Debates. Akdeniz University. Alanya, Turkey. 5-9 November, 213-233.
- Rabotic B. (2010) Tourist Guides In Contemporary Tourism. In International Conference On Tourism and Environment, 353-364.

- Real M. (1999) *Marksizm ve Popüler Kültürel Eleştirinin Keskin Ucu Popüler Kültür ve İktidar*, Derleyen: Güngör N., Vadi Yayınları, Ankara, 326-347.
- Reisinger Y. (2009) *International Tourism Cultures and Behavior*, First Edition. Oxford: Elsevier.
- Reisinger Y., Steiner, C. (2006) *Reconceptualising Interpretation: The Role of Tour Guides In Authentic Tourism*. *Current Issues In Tourism*, 9(6), 481-498.
- Reisinger Y., Turner, L. W. (2011) *Cross-Cultural Behaviour In Tourism Concepts and Analysis*. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Richards G. (1996) *Introduction: Cultural Tourism in Europe*, In Richards, G. (Ed.), *Cultural Tourism In Europe*, CAB International, Wallingford, 8-20.
- Richards G., Wilson, J. (2006) Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution To The Serial Reproduction of Culture, *Tourism Management*, (27), 1209-23.
- Richards S. (1997) *National Heritage Tourism Forum, Review and Summary*. Cleveland, OH: Ohio Division of Travel and Tourism.
- Saçılık Y. M., Toptaş A. (2017) Kültür Turizmi ve Etkileri Konusunda Turizm Öğrencilerinin Algılarının Belirlenmesi, *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2), 107-119.
- Sarı F. Ö., Nazlı, M. (2018) Sustaining Cultural Heritage By Means of Museums In An Ever-Changing World Değişen Dünyada Kültürel Mirası Müzelerin Yardımıyla Sürdürmek. Gaziantep University. *Journal of Soficial Sciences*, 1.
- Savaş D., Özdemir C. (2020) Çanakkale'nin Turizm Gelişiminde Kültürel Miras Değerleri, *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 1(1), 79-88.
- Schein E., H. (1990) *Organizational Culture*. *Massachusetts Institute of Technology*. Sloan School of Management *American Psychologist*. February. (45), 109-119.
- Schwartz S., H., Bilsky, W (1990) Toward A Theory of The Universal Content And Structure of Values: Extensions And Cross-Cultural Replications. *Journal of Personality And Social Psychology*. (58), 878-891.
- Schwartz S.H. (1999) *Cultural Value Differences: Some Implications For Work*. *Applied Psychology: An International Review*, (48), 23-47.

- Selçuk G. (2011) Fosdist Birikim Rejimi ve Kitle Kültürü, *Journal of Yaşar University*, 24(6), 4130-4152.
- Sezer İ. (2017) Kültürel Mirasın Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Taşköprü İlçesi Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 175- 198.
- SomuncuM., Yiğit, T. (2009) *Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri Dünya Mirası Alanı'ndaki Turizmin Sürdürülebilirlik Perspektifinden Değerlendirilmesi*. Ankara: V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu.
- Süer S. (2021) Kültürel Mirasın Turizm Amaçlı Kullanımı: Bergama İlçesi Örneği, *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11(3), 479-502.
- SüerS. (2011) Öğrenci Gençliğinin Televizyon Magazin Programları ve Kitle Kültürü İlişkisi Hakkındaki Değerlendirmeleri, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, (Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Sümbül G., Karaman, S. (2020) Yerel Kültürlerin Turist Rehberleri Tarafından Aktarılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2657-2681.
- Tabachnick B. G., Fidell, L. S., Ullman, J. B. (2007) *Using Multivariate Statistics*. Boston, MA: Pearson, (5), 481-498.
- Tangüler A. (2002) Profesyonel Turist Rehberliği ve Turist Rehber Rehberlerinin Seyahat Acentası ve Müşteri İlişkileri (Kapadokya Örneği), (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Tanrıkorur B. (2000) Türkiye Mevlevihanelerinin Mimari Özellikleri. Konya. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji ve Sanat Tarihi Anabilim Dalı.
- Tanrıkulu M. (2015) Türkiye Coğrafyasında Genel Kültür, Alt Kültür ve Mozaik Kültür. *TÜCAUM VIII. Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 473-480.
- Tapur T. (2009) Konya İlinde Kültür ve İnanç Turizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9), 473-492.
- Tarhan A. (2007) Modern Çağda Semanın Seyirlik Hale Dönüştürülmesi, *Selçuk Üniversitesi Mevlâna Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 177-202.

- Taş M., Kuşcuoğlu, Ö. M. (2017) Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç Akademi Dergisi* 2 (1), 58-67.
- Toker A. (2011) Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Ankara Örneği. (Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Toker A. (2017) *Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü* : Ankara Örneği.
- Tosun C., Temizkan, R. (2004) *Türkiye'nin Dış Tanıtım ve Ülke İmajında Turist Rehberlerinin Rolü*. 1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, Balıkesir Üniversitesi Yayınları, 345-364.
- Tuncer B. (2001) *Konya*, DİA, İstanbul, C. 26, 182.
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012) T.C. Resmi Gazete (28331, 22 Haziran 2012).
- Türker N., Selçuk, Ş., Ö. A. (2016) Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük, 6(1) 4-24.
- Uca Ö., S. (2010) Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 4-172.
- Uluslan Y., Batman, O. (2010) Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi, Selçuk Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 243- 260.
- Ulusoy H., Köroğlu, Ö. (2021) Turist Rehberlerinin Kaynak Yönetimi Rol Tanımlarının Belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 89-110.
- Uzun H. (2014) Popüler Kültür Bağlamında "Sema Gösteri ve Semazen Profili, *Uluslararası Hakemli Müzik Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 29-56.
- Üstün, E. B. (2019) Bir Kültür Sınıflandırması Olarak Popüler Kültür ve Yüksek Kültür İncelemesi.

- Wanda George, E. (2010) Intangible Cultural Heritage, Ownership, Copyrights, and Tourism, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 376-388.
- Wang S., FU, Y., Cecil, A., Avgoustis, S. H. (2006) *Residents Perceptions of Kulturel Tourism and Quality of Life –A Longitudinal Aapproach*, *Tourism Today*, 46-61.
- Weiler B., Black, R. (2014) *Tour Guiding Research: Insights, Issues and Implications*. (62), Channel View Publications.
- Wong, J. Y., Wang, C. H. (2009) Emotional Labor of The Tour Leaders: An Exploratory Study. *Tourism Management*, (30), 249–259.
- Xie Y. (2009) Tourism Cross-Cultural Propagation and The Corresponding Requirements for Foreign LanguageSpeaking Tour Guides, *International Journal of Business and Management*, 4(11), 2428.
- Yale P. (2001) *From Tourist Attractions To Heritage Tourism*. Huntingdon, England: ELM.
- Yarcan Ş. (2007) Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33–44.
- Yazıcı T. (1963) *Mevlâna Devrinde Semâ, Şarkiyat Mecmuası*, (5), 135-150.
- Yıldırım C. (2009) Kültür Turizmi Kapsamındaki İletişim Çalışmaları: 2010 İstanbul Avrupa Kültür Başkenti Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 9-12.
- Yılmaz G. E. (2017) *Turist Rehberliği.*, M. Akoğlan Kozak. (Editör). *Rekreasyonel Liderlik ve Turist Rehberliği*. Birinci Baskı. Ankara. Detay Yayıncılık, 120-129.
- Yılmaz G., E. (2017) Turist rehberliği, Meryem Akdoğan Kozak (ed), *Rekreasyonel Liderlik ve Turist Rehberliği Kavram ve Kuramlar Üzerine Bir Analiz, İçinde*, Ankara: Detay Yayıncılık. 129.
- Yılmaz İ. (2019) Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2),183-193.
- Yılmaz L. (2020) Mersinde Somut Kültürel Miras Bilinci ve Koruma Üzerine Bir Değerlendirme, *Journal of Amisos*, 5(8), 156-177.



- Yusuf Küçükdağ (1989) Lale Devrinde Konya, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), 10.
- Yüce N. (1998), Osmanlı Sufiliğinin Gelişimi, (Ed. İhsanoğlu Ekmeleddin), *Osmanlı Devleti ve Medeniyeti Tarihi*, İstanbul. (2), 128.
- Zengin, B. & Eker, N. (2014). Alternatif Turizm Kapsamında Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü: Bir Uygulama. Conference: XIII. Geleneksel Turizm Paneli, 11 Nisan 2014, İstanbul / Türkiye, Volume: 1.
- Zhang H.Q., Chow, I. (2004) Application of Importance Performance Model in Tour Guides Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81–91.

### **İnternet Kaynakları**

- <http://www.kultur.gov.tr/TR-96254/kultur.html> (Erişim Tarihi: 14.11.2020)
- <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-202225/mevlevi-sema-toreni.html>(Erişim Tarihi: 28.03.2021)
- <https://ich.unesco.org/en/RL/raiho-shin-ritual-visits-of-deities-in-masks-and-costumes-01271>
- <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44423/dunya-miras-listesi.html> (Erişim Tarihi: 15.11.2020)
- <https://muze.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 28.03.2021)
- <https://resources.riches-project.eu/glossary/tangible-and-intangible-cultural-heritage/>(Erişim Tarihi: 09.01.2021)
- [https://www.konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page\\_id=1](https://www.konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page_id=1).
- <https://karabuk.ktb.gov.tr/TR-195763/somut-olmayan-kulturel-miras-nedir.html>(Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- Merriam-Webster <https://www.merriamwebster.com/dictionary/cultural%20anthropology#h1>
- Türkiye Turist Rehberleri Birliği. (2020, Mart). Rehber istatistik: Alınan: <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>

## EKLER

### EK-1 Anket Formu

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Turist rehberleri, tarihi ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlar					
2.	Ziyaretçilerin gittikleri bölgelerin tarihini ve o ulusa ait değerleri tanımlarında, turist rehberlerine önemli roller düşer					
3.	Turist rehberleri, kültürel değerlerin turizm yoluyla maddi değer kazanmasında etkilidirler					
4.	Turist rehberleri, kültürel değerlerin tanıtımında önemli bir elçidirler					
5.	Turist rehberleri, katılımcıların kültür turizmini tercih etmelerinde etkilidirler					
6.	Turist rehberleri, ülkeler arasındaki kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında önemlidirler					
7.	Turist rehberleri, kültürel değerlerin korunmasına hassasiyet gösterirler					
8.	Turist rehberleri, kültürel değerleri korunması bilinci oluşturmaya yardımcı olurlar					
9.	Turist rehberleri, kültür turizminin gelişimi için toplumsal hizmetlerin yapılmasını teşvik ederler					
10.	Turist rehberleri, kültürel değerleri, ziyaretçilere eğlendirici bir biçimde aktarırlar					
11.	Turist rehberleri, turistlerin farklı kültürler hakkında deneyim kazanmalarını sağlarlar.					
12.	Turist rehberleri, geleneksel Türk imajını yansıtmada önemli bir role sahiptirler					
13.	Turist rehberleri, turistlerin, ziyaret edilen yerlerde çevresel açıdan sorumlu davranışlar sergilemelerini sağlarlar					
14.	Turist rehberleri, kültürel değerlerin gerçeğe en yakın yorumlanmasından sorumludurlar					
15.	Turist rehberleri, turistler ve kültürel değerler arasında bir bağ oluştururlar					
16.	Turist rehberleri, turistlerin, kültürel varlığı tanımlarında ve yorumlamalarında önemlidirler					
17.	Turist rehberleri, ziyaretçilerin gidilen bölgelerdeki otantik yerel ürünleri tüketmelerinde etkili olurlar					

18.	Turist rehberleri, popüler değerleri etnik kültürlere aktarmayı sağlarlar					
19.	Turist rehberleri bir kültürü yorumlayabilir					
20.	Turist rehberleri, destinasyon kültürü ile turist kültürü arasında bir elçidirler					
21.	Turist rehberleri, kültürel tutumların şekillendirilmesinde etkilidirler					
22.	Turist rehberleri, seyahat organizasyonlarında, turist ile yerel halk arasındaki iletişimi sağlarlar					
23.	Turist rehberlerinin, kültürlerarası empati oluşturmak gibi bir misyonu vardır					
24.	Turist rehberleri, ziyaretçilerin, yerel kültürün düşünce tarzına uyum sağlamalarına neden olurlar					
25.	Turist rehberleri, gidilen bölgenin gelenek ve göreneklerinin tanıtımında önemli rollere sahiptirler					
26.	Turist rehberlerinin, kültürler arasında denge kurmaları gerekir					
27.	Turist rehberlerinin yabancı dil bilgisi kültürel aracılıkta etkilidirler					
28.	Turist rehberlerinin farklı kültürleri doğru yorumlamaları, ziyaretçilerin bu farklılığı anlamalarında önemlidir					
29.	İyi bir turist rehberi; 'kültürel deneyimler kazanmanın, ziyaretçiler açısından temel beklenti olduğunu bilir					
30.	Turist rehberleri, yörenin kültürünü, geleneklerini, somut ve soyut diğer tüm değerlerini ziyaretçilere öğretmede önemlidirler					
31.	Turist rehberleri, kültürel uyumsuzlukları gidermede rol oynar					