

TRABZON AYASOFYA MÜZESİ'NİN CAMİYE DÖNÜŞTÜRÜLMESİNE İLİŞKİN TURİST REHBERLERİNİN DEĞERLENDİRMESİ

Özge GÜDÜ DEMİRBULAT*

Sebahattin KARAMAN**

ÖZ

Araştırmanın Amacı: Turist rehberlerini; bilgi kaynağı, yol gösterici, kültür elçisi, aracı kişiler olarak ifade edilebilmek mümkündür. Ülkemizde son yıllarda meydana gelen turizm varışlarındaki artıştan Trabzon ili de kendi payına düşeni almış durumdadır. 2012 yılı verilerine göre; 2.133.956 yerli ve 450.935 yabancı olmak üzere toplam 2.584.891 kişi Trabzon ilini ziyaret etmiştir. Trabzon ilinde yer alan Ayasofya Müzesi'ni ise 2012 yılında 109.393 yerli ve 18.564 yabancı olmak üzere toplam 127.957 kişi ziyaret etmiştir. Bu çalışmada; Trabzon ili için önemli bir kültürel değer olan Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesinin etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Turistler ile ilk karşılaşan ve etkileşimde bulunanlar şüphesiz ki turist rehberleridir. Bu nedenle turist rehberlerinin kültürel varlıklardaki değişikliklere ilişkin olumlu ve olumsuz tepkileri ilk tecrübe eden kişiler olduğunu söylemek mümkündür.

Yöntem: Kültür kavramına ve kültürel değerlere ilişkin yazın taraması yapıldıktan sonra Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesinin ne gibi etkileri olduğunu belirlemeye yönelik olarak hazırlanan anket Trabzon Bölgesel Rehberler Odası'na kayıtlı 90 turist rehberine uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS (Sosyal Bilimler İçin Uygulanan İstatistik Veri Analizi) programı ile analiz edilmiştir.

Bulgular ve Sonuçlar: Araştırma sonucunda; turist rehberlerinin Ayasofya Müzesi'nin Cami olarak kalması gerektiğini düşünmelerinin yanında kararsızlık içerisinde oldukları ve Ayasofya Müzesi'nin tam olarak Cami formunda düzenlenmediği noktasında görüş birliği içerisinde oldukları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Kültürel Değer, Turist Rehberi, Ayasofya Müzesi, Trabzon.

* Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi.

** Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi.

Assessments of Tourist Guides About Converting of Trabzon Hagia Sophia Museum to Mosque

ABSTRACT

Research Aim: Tourist guides are the source of information, guiding, cultural ambassador and mediator. In recent years, an increase in tourism has occurred in our country and Trabzon received its share. According to data from the year 2012; 2.584.891 people visit Trabzon (2.133.956 local people and 450.935 foreign people) and 127.957 people (109.393 local people and 18.564 foreign people) visit Hagia Sophia Museum in Trabzon. In this study; the effects of converting of Hagia Sophia Museum to a Mosque, which is an important cultural value of Trabzon, were investigated. The tourist guides are the first encounters with tourists. Therefore, it is possible to say tourist guides are the people that experience cultural changes firstly in a positive and negative way.

Method: After literature review related to culture and cultural value, the questionnaire that is prepared for having data about the effects converting Hagia Sophia Museum to Mosque was applied to 90 tourist guides, registered to Trabzon Regional Tourist Guides Union. The data that acquired were analyzed with SPSS programme.

Findings and Results: At the end of the research it is determined that tourist guides think that Hagia Sophia Museum should remain as a Mosque and the Hagia Sophia Museum is not regulated exactly in the form of mosques.

Key Words: Culture, Culturel Value, Tourist Guide, Hagia Sophia Museum, Trabzon.

1. GİRİŞ

Turizm, bir bölgenin toplumu, ekonomisi, doğal ve kültürel çevresi üzerinde derin bir etki bırakmaktadır. Bu bağlamda; doğru şekilde geliştirilip yönetildiğinde doğal çevreyi, tarihi, arkeolojik ve dini kalıntıları, yerel kültürü, gelenekleri ve sanatsal varlıkları koruyan bir mekanizmaya dönüşmektedir. Turizm, bir bakıma kültürün sunduğu ham malzemeleri harmanlayarak, bu malzemelerden elde edilen ürünlerin satışı ve tüketimi sonucu kar elde etmeyi sağlayan aktif bir süreçtir. Bu nedenle, sahip olduğu gizil ve kapasite sayesinde üretici bir güç durumundadır (Emir ve Avan, 2010). Bir toplumun kültürü ise hem maddi olmayan yönlerden (kültürün içeriğini oluşturan inanç, düşünce ve değerler) hem de maddi yönlerden (bu içeriği temsil eden nesnelere, simgeler ya da teknoloji) oluşmaktadır (Giddens, 2005). Bununla birlikte, turizm alanında varlık kavramı doğal ve kültürel varlık olmak üzere iki şekilde incelenmektedir. Doğal varlıklar; nehirler, dağlar, el değmemiş alanlar, ulusal

parklar ve diğer korunan alanlar gibi gelecek kuşaklara aktarılan unsurları akla getirmektedir. Kültürel varlıklar ise; tarihi bina ve yapılar, anıtlar ve mimari kalıntılar gibi somut unsurlar (Chiabai, Paskaleva ve Lombardi, 2013) ile gelenekler, değerler ve sanat gibi soyut unsurlara karşılık gelmektedir (Emir ve Avan, 2010). Doğal ve kültürel varlıkların korunması, turizmin bölgelere sunduğu faydanın sürdürülebilir olması için gereklidir. Nitekim turizm doğal ve kültürel varlıkların korunması ve sonraki nesillere aktarılması bakımından yararlanılan bir araçtır (Uslu ve Kiper, 2006). Bu bağlamda; turizmin dayanak noktası olarak nitelendirilen kültürel varlıkların ve kültürün turistleri seyahate yönelten güdüleyici unsurlar, davranışlar ve deneyimler üzerindeki etkileri giderek daha belirgin hale gelmektedir. İnsanları seyahate teşvik eden öncelikli unsurlardan birisi farklı kültürlerle olan meraktır. Bir bölgenin tarihi ve kültürel değerlerini, geleneklerini, yaşam biçimlerini merak eden turistler, yeni insanlarla tanışmak, yeni bölgeler keşfetmek ve farklı kültürleri öğrenmek için seyahat etmektedirler. Bu nedenle tarihi ve kültürel varlıklarıyla ön plana çıkan bölgelerin yaptıkları tanıtım ve pazarlama faaliyetleri, o bölgenin sahip olduğu tarihi ve kültürel varlıkların, hedef kitlenin karar sürecinde etkin bir rol üstlenmesi bakımından büyük önem taşımaktadır (Emir ve Avan, 2010). Bu kapsamda; araştırmada Trabzon ili için önemli bir kültürel değer olan Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesinin etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; kuram kısmında öncelikle kültür, kültürel varlık, kültürel değer ve kültürel miras kavramları incelenmiştir.

2. KAVRAMSAL ALTYAPI

2.1. Kültür Kavramı

Kültür; insanların edindiği ve çeşitli yollarla birbirlerine ve sonraki kuşaklara ilettikleri maddi ve manevi öğeleri anlatan bir kavram olarak ifade edilmektedir. Bir toplumdaki insanların toplum olarak paylaşmış oldukları yaşam biçimleri, kültürün temelini oluşturmaktadır (Kocacık, 2003). Kültürün bir toplumun sahip olduğu maddî ve manevî değerlerden oluşan bir bütün olduğunu söyleyen bilim insanları, aynı zamanda kültürün toplumda mevcut her tür bilgi, ilgi, alışkanlık, değer yargıları, genel tutumlar, görüş, düşünce ve tüm davranış şekilleriyle (Csapo, 2012) bir bütün olduğunu savunmaktadırlar (Meydan Uygur ve Baykan, 2007). Nitekim Avcıkurt (2003) kültürü, bireyin toplumun bir üyesi olarak, iletişim kurmasına, belirli davranışları ve olayları yorumlamasına ve değerlendirmesine yardımcı olan değerler, fikirler ve semboller dizisi olarak ifade etmektedir. Aktaş'a (2009) göre kültür; toplumun üyesi olarak insan türünün öğrendiği, edindiği, bilgi, sanat, gelenek görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bütündür. Öte

yandan; toplumun sahip olduğu maddi ve manevi değerleriyle tarih, felsefe, ahlak, bilim, sanat, teknik, spor, ekonomi, sanayi, eğitim, hukuk, sağlık, turizm vb. alanlardaki varlığının, süreçlerinin, etkinliklerinin gelişmelerinin oluşturduğu bir bütündür.

Kültür, bir insan topluluğunun inandığı, değer verdiği, paylaştığı ve bunların sonucu olarak, geliştirdiği ortak yaşama deseni olarak kabul edilebilir. Bir toplumun kültürü denildiği zaman, o toplumun yaşam tarzı, inançları, folkloru, kıyafet alışkanlıkları, aletleri ve tüketim malları, çeşitli toplumsal gruplaşmalar için yapılan anayasal düzenlemeleri, insana özgü düşünce ve becerileri, inanç ve töreleri gibi özellikleri ifade edilmektedir (Baykan, 2007). Aliğaoğlu (2004) kültürün, süreçler (insanların düşünceleri ve yaşama biçimleri) ve bu süreçler sonunda oluşan ürünleri (binalar, el sanatları, sanat ve gelenekler) kapsadığının altını çizmektedir.

2.2. Kültürel Varlık, Kültürel Değer, Kültürel Miras Kavramları

Kültürel varlıklar; tarih öncesi ve tarihi devirlere ait toprak üstü, toprak altı ve su altında bulunan eski kültür ve uygarlıklara ait, insan emeği ile yaratılmış bilim, kültür, din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan veya tarih öncesi ya da tarihi devirlerde sosyal yaşama konu olmuş bilimsel ve kültürel açıdan özgün değer taşıyan maddi kalıntılardır. Tarihi çağlardan günümüze ulaşabilen kültür varlıklarının tümü eski eser olarak isimlendirilmiştir. Diğer bir tanımla; insanın ve doğanın geçmişinde var olan, bugüne gelebilen her şey eski eserdir. Sanatsal, tarihi, bilimsel, arkeolojik ya da kültürel açıdan önemli nesnelere taşıdıkları değer itibarıyla diğer nesnelere ayrı bir sınıf teşkil ederek geçmişle gelecek arasında bir köprü oluşturmaktadırlar (Kürüm, 2005). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 1988 yılında hazırladığı "Bir Yörenin Turizm İmkânlarının Değerlendirilmesi İçin Rehber" adlı yayında "Kültürel Değerler" başlığı altında bazı alt başlıklar verilerek bir sınıflandırma yapılmıştır. Bunlar aşağıda sıralanmaktadır (Csapo, 2012; Meydan Uygur ve Baykan, 2007);

- *Tarihi eserler* adı altında yörenin tarihini yansıtan, günümüze kadar gelmiş eserler: Cami, han, hamam, türbe, su kemeri, anıtsal ağaçlar, çeşme, kervansaray, saat kulesi sayılabilir.
- *Arkeolojik eserler* olarak ise yörede yaşamış çeşitli medeniyetlerden günümüze kalan eserler olarak değerlendirilmiştir: Antik kent, kale, sur, tiyatro, hamam, su kemeri, nekropol, akropol, mabet, tapınak, kilise, sarnıç ile yeraltı arkeolojik eserleri buna örnektir.
- *Tarihi dini merkezler*, değişik tarih dönemlerinde yapılmış dini yapılarıdır. Cami, türbe, manastır, kilise, sinagog tarihi dini merkezlerdir.

- *Müzeler*, ülke ve yörenin tarihi ve kültürel özelliklerini yansıtan taşınabilir eser ve eşyaların sergilendiği açık ya da kapalı mekânlardır. Etnografya müzesi, arkeoloji müzesi, açık hava müzesi, özel konulu müzeler buna örnektir.
- *Festivaller*, yılın belirli günlerinde düzenlenen konulu ulusal veya uluslararası katılıma açık (müzik, tiyatro, özel konulu toplantılar) faaliyetler bütünü olarak kabul edilmektedir.
- *Özel günler*, gelenek ve göreneklerden ya da dini inançlardan kaynaklanan, törensel özelliği olan günlerdir.
- *Yöresel el sanatları* adı altında ise halı, kilim gibi dokumalar, toprak işleme, ağaç işleme, bakır işleme, tas işleme, mücevher sıralanmıştır.
- *Türk folkloru*, Türk turizmine entegre edilebilecek özgün değerlere sahiptir. Folklor turistik talebin dogmasında rol oynadığı gibi turizme arz edilen değerler açısından da önemlidir.

Bir toplumun yaşam şeklini, düşüncelerini, ruhsal birikimini, belirli bir konuda tanımlayıcı davranış biçimini yansıtan taşınır ve taşınmaz kültür varlıklarının bütünü (Dümcke ve Gnedovsky, 2013) kültür mirası olarak kabul edilmektedir (Kürüm, 2005). Aktaş'a (2009) göre kültürel miras; anıtların, binaların, arkeolojik şehirlerin, tarihin, sanat veya bilimin (Robinson ve Picard, 2006) göze çarpan değerlerinin bir karışımıdır. Benzer bir ifadeyle; tarihi, arkeolojik, kentsel ve doğal sitler, anıt, ören yeri, höyük, tümülüs, külliye, cami, kilise (Diana, Cecilia ve Cälin, 2012) gibi somut kültür kalıntıları kültürel mirası oluşturduğunu söylemek mümkündür (Çetin, 2010). Kültürel miras tekil olmayıp kiteseldir; çok yönlü yaşam birikimidir. Yaşamdan beslenir, yaşar ve yaşamı da besler, yaşayan ve yaşatan birikimlerimizdendir. İnsanlarla beraber gelişir ve insanları da geliştirir. İnsanoğlunun gelişiminin belgesi ve güvencesidir (K. Şahin ve Güner, 2006). Ülkemiz, kültürel yönden oldukça zengin bir ülkedir. Coğrafi konumu itibarıyla bir geçiş noktasında olan Türkiye, yüzyıllar boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış, farklı uygarlıkları da bünyesinde barındırarak zengin bir kültürel mirasa sahiptir (Aktaş, 2009). Türk halkının Anadolu toprakları üzerinde uzun yıllardan bu yana sürdürdüğü yaşam biçimi ve ilgili dönemin özelliklerini yansıtan dini inançları, gelenek ve görenekleri, mimari ve sanat eserleri günümüz turizmine önemli birer kaynak oluşturmaktadır (Karaman, Demirkol ve Şahin, 2008).

2.3. Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkisi

Turizm ile kültür karşılıklı etkileşime sahiptir (Gülcan, 2010). Kültür, insanların birbirlerini ve dünyayı algılamalarının bir bütünü olarak karşımıza

çıkmaktadır (Reisinger ve Turner, 2004). Bu bağlamda turizmin kültürün bir parçası olması, turizmin kültür ve kültürel değerler üzerindeki etkilerinin belirleyici özelliklerinden biri olmasını sağlamaktadır (Baykan, 2007). Turistler, kültürel varlıkların potansiyel birer kullanıcılarıdır. Turizm ve kültürel miras arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Bu bağlamda turistlerin de kültürel varlıkları kullanan gruplar olduğu göz önüne alınırsa, turizmin etkin bir şekilde kontrolünün sağlanması gerekmektedir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007). Turizmin kültür üzerinde olumlu etkileri arasında turistik yörenin sahip olduğu kültürel değerlerin korunması, yerel sanatın korunması ve geliştirilmesi, yerel mimarinin canlandırılması sayılabilirken, olumsuz etkileri arasında ise, yerel yaşam biçimindeki bozulmalar, kültürün maddi bir araç olarak görülmesi ve görüntü kirliliği sayılabilir. Ayrıca turizmin olumsuz etkilerine değerlerin, geleneklerin, yerel dilin, sanatın ve aile yapısının değişmesi eklenebilir (Çetin, 2010). Her milletin kültürü ve kültürel varlıkları çok değerlidir. Ancak bu değer korunduğunda ve iyi yönetildiğinde sürdürülebilir nitelik kazanmaktadır. Müzeler veya tarihi alanların sunumu ve korunması bu anlamda önem kazanmaktadır. Ancak karşılaşılan sorunların başında; endüstrileşme, hızlı kentleşme, ikinci konut hastalığı ve turizm hareketlerinin sebep olduğu olumsuz etkiler görülebilmektedir. Yakın bir geçmişe kadar, hiçbir tehlikeye maruz kalmadan, tamamıyla bakir kalan birçok antik kent, yukarıda sayılan nedenlerle günümüzde büyük ölçüde tahrip olmuş ve birçoğu yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Turizmin plansız ve kontrolsüz gelişimi, bu kültürel varlıkların kullanım düzeylerini, yani taşıma kapasiteleri üzerinde kullanımlarını artırmaktadır. Kaynakların taşıma kapasitelerinin üzerinde kullanılmaları ise, tahrip olmalarına ve hatta yok olmalarına neden olmaktadır (Meydan Uygur ve Baykan, 2007).

2.4. Turist Rehberlerinin Kültürel Varlıklara İlişkin Rolü

Turist Rehberi; uluslararası kabul görmüş Dünya Turist Rehberleri Federasyonları Birliği (WTFGA)'nin tanımına göre; yurt içi ya da yurt dışından gelen grup ya da bireysel ziyaretçilere, onların tercihleri doğrultusundaki bir dilde, bir bölge ya da şehirde bulunan anıtlar, müzeler, doğal ve kültürel çevre ve tarihi yerlerde kılavuzluk eden (Çetin ve Kızılırmak, 2012) ve eğlendirici bir yorumla bunları ziyaretçilere aktaran kişidir (Ap ve Wong, 2001). Tarihsel açıdan bakıldığında turist rehberliği insanlığın en eski faaliyetlerinden biridir. İki bin beş yüz yıl öncesinden beri var olan rehberler, modern kitle turizminin başlaması ile birlikte seyahat endüstrisinde en önemli etken haline gelmişlerdir. Günümüzde turist rehberinin olmadığı bir turizm sektörü düşünülemez (Tetik, 2012). Turist rehberinin ülke turizmine hizmet etmesi, çeşitli ülke insanları ile ilk karşılaşan kişiler olmaları, turistlerle ülke insanları arasında iletişim ve

etkileşim sağlaması (Robinson ve Picard, 2006), bu mesleği ilginç bir konuma taşımaktadır (Kargı, 2009).

Ülkenin ve ülke insanının tüm değerlerini eşlik ettiği grubun ana dilinde aktarabilen, konukların kolaylıkla ve güven içerisinde gezip görme, tanıma ve bilgi edinmelerini sağlayan kişi olan rehber, kuşkusuz turizm sektörünün temel hizmet taşlarından birisidir. Turizm sektöründe yer alan tüm elamanlar önemlidir ama turist rehberinin ayrı bir önemi bulunmaktadır. Karaman ve diğerleri (2008) turizmin temelinde insanın psikolojik tatmin duygusu sağlamanın yer aldığını ifade etmektedirler. Dolayısıyla turist rehberleri en iyi şekilde hizmet vermiyor, performans göstermiyorsa, turistlerin seyahatlerinden elde edecekleri tatmin ve haz duygusu azalacaktır (Akbulut, 2006).

Turizm; şehirler, bölgeler ve hatta tüm ülkeler için ekonomik açıdan giderek önem kazanmaktadır. Araştırmacılar da rehberlik hizmetinin kalitesinin, turistik deneyimler konusunda anahtar unsur olduğu keşfetmişlerdir. Şen Şahin ve Avcıkurt (2013) turist rehberlerinin, turizm sektörü içinde ön sıralarda yer alan anahtar oyuncularından birisi olduğunu altını çizmektedirler. Turist rehberlerinin bilgileri, ziyaret edilen ülkenin kültürü ve çekiciliklerini anlatma kabiliyetleri ve verdikleri hizmet ile turistlerin ziyaretini turdan deneyime aktarma yeteneğine sahiptirler (Güzel, 2007).

Turizmde tanıtım; bir ülkenin turistik potansiyelini oluşturan doğa, kültür, tarih arkeoloji, deniz, güneş vb. nitelikleri kullanarak potansiyel turistleri bilgilendirme ve ülkenin turistik değerleri hakkında olumlu imaj yaratma faaliyetlerinin tümü olarak ifade edilmektedir (Çetinel, 2001). Önceleri turizmle sınırlı biçimde algılanan "tanıtım" olgusunun boyutları, günümüzde turizmden kültürel çeşitliliğe, fikir ve düşünce hayatının zenginliğine kadar geniş bir yelpazeye yayılabilen çok boyutlu, farklı bir görünüm kazanmıştır. Bu gereklilik, çok yönlü bir tanıtım stratejisi izlenmesi zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. Uluslararası alandaki tanıtım faaliyetleri, bir ülkenin, dünyadaki görüntüsü, saygınlığı ve dolayısıyla hedeflenen tanıtım politikasının etkinliği bakımından oldukça önemli rol oynamaktadır (Çakır ve Yalçın, 2012). Turistlerin beklentilerine uygun çeşitliliğin sunulmasında, onlarla birebir ilişki kurma, yönlendiren ve sorunlarının çözümünde yardımcı olan kişilere duyulan gereksinim oldukça önemlidir. Bu sebepten dolayı turist rehberleri, Türkiye'yi doğası ve tarihsel zenginlikleri ile birlikte turistlere en iyi biçimde tanıtmanın ve sevdirmenin yanı sıra; Türkiye'nin iç ve dış siyasetinden sosyal ve etnik yapısına kadar çok değişik yönlerini, zenginliklerini de doğru bir şekilde anlatmak ve görsel kılmak gibi çok önemli görevler üstlenmişlerdir (Güzel, 2007). Avcıkurt (2009) turistlerin nereye gidecekleri, nereleri görecekleri ve yerel kül-

türün hangi boyutlarını görebilecekleri konusunda turist rehberlerinin etkin bir rol oynadıklarının altını çizmektedir.

2.5. Ayasofya Müzesi'ne Genel Bir Bakış

Anıt müze olan yapı Trabzon'daki Bizans dönemi eserlerinin en önemli örneklerinden biridir. Trabzon'daki Komnenos Krallığı döneminde 1230 – 1260 yılları arasında kilise olarak yapıldığı kabul edilmektedir. Trabzon'un Fatih Sultan Mehmet tarafından fethedilmesinden yaklaşık 110 yıl sonra, 1573 yılında camiye çevrilmiştir (Köse, 2013). Ayasofya, yüzyıllar boyunca şehri ziyarete gelen seyyah ve araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Trabzon üzerine anlatıkları ile ünlü Evliya Çelebi (1648) Seyahatname adlı eserinde kilisenin nasıl camiye çevrildiğinden şöyle bahsetmektedir: "Ayasofya deniz kenarındadır. Kâfirler zamanında yapılmıştır. Sonra hayırsever bir vali, padişah hazretlerine bildirildikten sonra bunu padişahın emri üzerine zapt ederek Hicri 991 yılında bir mahfil ve bir minber ilavesiyle cami olarak kullanılmaya başlanmıştır" (Köse, 2011). Uzun yıllar cami olarak kullanılan yapı 1864 yılında köklü bir onarım geçirmiştir. I. Dünya Savaşı yıllarında bir süre depo ve askeri hastane olarak kullanıldıktan sonra tekrar cami olarak kullanılmıştır. 1958 – 1962 yılları arasında yeni bir onarım geçiren yapı 1964 yılında müze olarak ziyarete açılmıştır. Müzenin 25 metre batısında yer alan çan kulesi fetihten 34 yıl önce, 1427 yılında yapılmıştır (Köse, 2013). 1964 yılından itibaren müze olarak hizmet veren Ayasofya, alınan bir kararla birlikte 28 Haziran 2013 Cuma günü vakit namazının kılınmasıyla, 52 yıl aradan sonra yeniden Müslümanların ibadetine açılmıştır (www.wikipedia.org).

3. YÖNTEM

Bu araştırmada, Trabzon ilinde yer alan Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesine yönelik olarak profesyonel turist rehberlerinin görüşlerinin değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda, ihtiyaç duyulan verileri toplamak amacıyla bir anket hazırlanmış ve anketler Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası'na kayıtlı 90 profesyonel turist rehberine 2014 Ocak ayı içerisinde uygulanmıştır. Doldurulan anketlerden, analize uygunluk ve tutarlılık açısından uygun bulunan 72 adedi değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular Sosyal Bilimler için uygulanan istatistiksel veri programına (SPSS) aktarılmış ve araştırma analizleri bu programda tamamlanmıştır.

Uygulamanın ana kütesini, Türkiye'deki tüm profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. Ancak ana kütenin büyüklüğü ve belirsizliği nedeniyle, çalışmanın örneklemini Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası'na kayıtlı eylemli turist rehberleri olarak belirlenmiştir. Araştırmanın uygulamasında veri

toplama tekniği olarak nicel araştırma yöntemlerinden anket kullanılmıştır. Anket ifadeleri oluşturulurken detaylı bir yazın taraması yapılarak, uzman görüşlerinden yararlanılmıştır. Geliştirilen anket formunun ilk bölümünde turist rehberlerine yönelik demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, ek iş yapma durumu, hangi tür turlara çıktığı, rehberlik belgesinin türü) yer alırken, ikinci bölümde Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesinin değerlendirilmesine yönelik ifadeler bulunmaktadır. Bu ifadeler 5'li Likert ile ölçeklendirilmiştir. İfadelere 1 – 5 arası puan verilmiştir. Anket çalışmasından önce olası hatalardan kaçınmak amacıyla araştırmaya yönelik ön test çalışması yapılmıştır. Turist rehberleri arasında tesadüfi seçilen 26 kişi ile ön test çalışması gerçekleştirilmiş ve anlaşılmayan soruların düzeltilmesi sağlanmıştır. Ön test ile elde edilen veriler güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve Cronbach's Alpha değeri 0,896 olarak bulunmuştur. Anket uygulaması gerçekleştirildikten sonra değerlendirmeye alınan verilerin sıklık ve yüzde değerleri kullanılarak çözümlemesine gidilmiştir. Daha sonra turist rehberlerinin, Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesine yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla oluşturulan ifadeler, katılımcıların verdikleri yanıtlara göre aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri esas alınarak analiz edilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Güvenilirlik Analizi

Çalışma ile elde edilen veriler, SPSS 21.0 programından yararlanılarak değerlendirilmiş ve analiz edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğinin değerlendirilmesinde Cronbach's Alpha testinden yararlanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı, 0,896 olarak bulunmuştur. Bu değer, ölçeğin iç tutarlılığının yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Buna göre, ölçeğin güvenilir bir veri toplama aracı olduğu söylenebilir. Güvenilirlik analizi sonucu Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Güvenilirlik Analizi Testi

Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
0,896	20

4.2 Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin kişisel özelliklerine ait (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, ek iş yapma durumu, hangi tür turlara çıktığı, rehberlik belgesinin türü) sıklık (N) ve yüzde değerlerine (%) ilişkin elde edilen bulgulara Tablo 2'de yer verilmektedir.

Tablo 2: Demografik Bulgular

Değişkenler	N	%	Değişkenler	N	%
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	43	59,7	Evli	34	47,2
Kadın	29	40,3	Bekar	38	52,8
Toplam	72	100,0	Toplam	72	100,0
Yaş Dağılımı			Ek İş Yapma Durumu		
20 ve altı	9	12,5	Evet	44	61,1
21–25 yaş arası	7	9,7	Hayır	28	38,9
26–30 yaş arası	32	44,4	Toplam	72	100
31–35 yaş arası	13	18,1	Çıkkılan Turların Türü		
36–40 yaş arası	6	8,3	Kültür Turları	39	54,2
41 yaş ve üzeri	5	6,9	Yayla Turları	22	30,6
Toplam	72	100,0	Öğrenci Turları	11	15,3
Eğitim Durumu			Diğer	-	-
Ortaöğretim	14	19,4	Toplam	72	100,0
Önlisans	39	54,2	Rehberlik Belgesinin Türü		
Lisans	12	16,7	Ülkesel	62	86,1
Lisansüstü/ Doktora	7	9,7	Bölgesel	10	13,9
Toplam	72	100,0	Toplam	72	100,0

Tablo 2'ye göre; uygulamaya katılan turist rehberlerinin kırk üçü (%59,7) erkek ve yirmi dokuzu (%40,3) kadındır. Turist rehberlerin otuz ikisi (%44,4) 26–30 yaş arasında, on üçü (%18,1) ise 31–35 yaş arasındadır. Eğitim durumları değerlendirildiğinde ise; turist rehberlerinin on dördü (%19,4) ortaöğretim mezunu, otuz dokuzu (%54,2) önlisans mezunudur. Turist rehberlerinin otuz dördü (%47,2) evli ve otuz sekizi (%52,8) bekârdır. Kırk dört (%61,1) turist rehberi rehberlik mesleği dışında ek bir iş yaparken, yirmi sekizi (%38,9) yalnızca rehberlik mesleğini icra etmektedir. Turist rehberlerinin Trabzon ilinde ağırlıklı olarak hangi turlara katıldıkları incelendiğinde, kültür turları en fazla yüzde değere (%54,2) sahip olarak ön plana çıkmaktadır. Yirmi iki (%30,6) turist rehberi yayla turlarına katılırken, yalnızca on bir (%15,3) öğrenci turlarına ağırlıklı olarak katılmaktadır. Son olarak; altmış iki (%86,1) turist rehberinin ülkesel, on (%13,9) turist rehberinin ise bölgesel çalışma kartına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

4.3. Turist Rehberlerinin Ayasofya Müzesi'nin Camiye Dönüştürülmesine İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesine Yönelik Ede Edilen Bulgular

Bu araştırmada, ifadelere ilişkin turist rehberlerinin katılım derecelerinin, aritmetik ortalama değerleri ile ilgili elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmada, Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesine yönelik görüşlerin tespiti için hazırlanmış 20 ifade yer almaktadır. Tablo 3'te turist rehberlerinin ifadelere katılım derecelerinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 3'e göre; aritmetik ortalama ve standart sapmalarına göre ön plâna çıkan ifadeler şu şekildedir: "Ayasofya'nın tam olarak Cami formunda düzenlenmediğini düşünüyorum" ifadesine en yüksek oranda (4,68) katılım gözlenmiştir. Bu ifadeyi sırasıyla yüksek katılım düzeyine göre takip eden ifadeler ise şu şekildedir; "Ayasofya'nın içerisinde yer alan fresklerin zarar gördüğünü düşünüyorum" (4,36), "Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesinden sonra çevre daha temiz tutulmaktadır" (3,94) ve "Yabancı turistler Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesine tepki göstermektedir" (3,76).

Düşük katılımlı ifadeler incelendiğinde ise; en düşük katılım payına sahip olan ifade; "Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesinden sonra çevre daha bakımsız hale gelmiştir" (1,05) olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer düşük katılım oranına sahip olan ifadeler ise şu şekildedir; "Ayasofya'nın yakınlarında başka Cami mevcut değildir" (1,16), "Ayasofya'nın yakınlarında yeni bir Cami'ye ihtiyaç vardır" (1,23), "Ayasofya'nın en uygun şekilde Camiye dönüştürüldüğünü düşünüyorum" (1,37) ve "Yerli turistler Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesine tepki göstermektedir" (1,83).

Tablo 3: İfadelere İlişkin Bulgular

İFADELER	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
1. Ayasofya Müzesi Cami olarak kalmalıdır.	3,12	1,34
2. Ayasofya Müzesi Müze olarak kalmalıdır.	2,70	1,24
3. Ayasofya Camiye dönüştürüldükten sonra daha fazla ziyaretçi gelmektedir.	2,33	1,53
4. Ayasofya Camiye dönüştürüldükten sonra gelen ziyaretçi sayısı azalmıştır.	3,20	1,58
5. Yabancı turistler Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesine tepki göstermektedir.	3,76	0,56
6. Yerli turistler Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesine tepki göstermektedir.	1,83	1,13
7. Yabancı turistlere Ayasofya'nın Camiye dönüştürülme durumunu ifade ederken zorlanıyorum.	2,16	1,19
8. Yerli turistlere Ayasofya'nın Camiye dönüştürülme durumunu ifade ederken zorlanıyorum.	3,52	0,64
9. Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesinden sonra çevre daha temiz tutulmaktadır.	3,94	0,47
10. Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesinden sonra çevre daha bakımsız hale gelmiştir.	1,05	0,28
11. Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesi kültürel değerlere önem verilmediğini gösterir.	2,18	0,95
12. Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesi kültürel değerlerin korunduğunu gösterir.	3,20	0,67
13. Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesinden sonra bazı seyahat acenteleri Ayasofya'yı gezi güzergahından çıkarmışlardır.	3,72	1,34
14. Ayasofya'nın Camiye dönüştürülmesinden sonra bazı seyahat acenteleri Ayasofya'yı gezi güzergâhlarına ilave etmişlerdir.	2,41	1,26
15. Ayasofya'nın içerisinde yer alan fresklerin zarar gördüğünü düşünüyorum.	4,36	0,77
16. Ayasofya'nın tam olarak Cami formunda düzenlenmediğini düşünüyorum.	4,68	0,57
17. Ayasofya'nın en uygun şekilde Camiye dönüştürüldüğünü düşünüyorum.	1,37	0,51
18. Ayasofya'nın yakınlarında başka Cami mevcut değildir.	1,16	0,37
19. Ayasofya'nın yakınlarında yeni bir Cami'ye ihtiyaç vardır.	1,23	0,59
20. Ayasofya'nın Cami'ye dönüştürülmesine yönelik açılan davaları haklı buluyorum.	3,70	0,56

5. SONUÇ

Turist rehberi; turistlerle iletişim halinde olan, onlara gezilerinde yardımcı olan, yol gösteren, seyahatleri boyunca turistleri koruyan ve kollayan kişi olarak tanımlanmaktadır (Yazıcıoğlu, Tokmak ve Uzun, 2008). Turist rehberinin ülke turizmine hizmet etmesi, çeşitli ülke insanları ile ilk karşılaşan kişiler olmaları, turistlerle ülke insanları arasında iletişim ve etkileşim sağlaması, bu mesleği ilginç bir konuma taşımaktadır (Kargı, 2009). Günümüzde turist rehberleri, sektörün vazgeçilmez dinamiklerinden biri haline gelmiştir. Özellikle kitle turizmi ile birlikte seyahat acentalarına olan talep artmakta ve dolayısıyla turist rehberlerine olan talep de artış göstermektedir (Rabotic, 2010). Turizm alanında faaliyet gösteren işletmeler ve rehber dışındaki diğer personel turistlerle her zaman doğrudan iletişim kurma imkanı bulamazken, turist rehberleri, turistlerle doğrudan iletişim kurabilme imkanına sahiptir (Koroğlu, Koroğlu ve Sarıoğlu, 2007). Turistlerin büyük çoğunluğu, bir ülke veya toplum hakkındaki düşüncelerini ve tutumlarını turist rehberlerinin davranışlarında görmektedirler. Turistlerin bu düşünce ve tutumlarının biçimlenmesinde turist rehberlerinin büyük bir etkisi bulunmaktadır. Bir turist rehberinin sahip olduğu duygusal yetenekleri, onun ev sahibi toplum kültürü ile sosyal etkileşiminde görülebilmektedir (Rızaoğlu, 2003). Turistler, turist rehberlerinin bir konu hakkındaki fikirlerine ve yorumlarına değer verirler. Turistlerin gezi esnasında, gezdikleri yer ve yörede tanıdıkları tek insan olarak turist rehberlerini görmeleri, rehberlerin kişisel görüşleri ve konuya bakış açılarının bir gezinin önemli bir parçası olmasını sağlamaktadır (Tangüler, 2002). Bu nedenle turist rehberlerinin kültürel varlıklar konusundaki değerlendirmeleri önem taşımaktadır. Araştırma kapsamında Trabzon ilinde yer alan Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesine yönelik turist rehberlerinin görüşleri oldukça önemli görülmektedir. Bu amaçla yapılan araştırma bulguları değerlendirildiğinde; turist rehberlerinin hem Ayasofya Müzesi'nin Cami olarak kalması gerektiğini düşündükleri hem de bu konuda kararsızlık içerisinde oldukları gözlemlenmiştir. Bu bağlamda; turist rehberleri Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesinden sonra gelen ziyaretçi sayısında kısmen bir azalma olduğunu ifade etmektedirler.

Turist rehberleri yabancı turistlerin Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesine tepki gösterdiklerini, aynı durumun yerli turistler için ise söz konusu olmadığını altını çizmektedirler. Bununla beraber turist rehberlerinin Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülme durumunu yabancı turistlere açıklarken zorlanmadıkları, yerli turistlere bu durumu ifade ederken ise kısmen de olsa zorluk yaşadıkları tespit edilmiştir.

Turist rehberleri Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesi ile çevrenin daha temiz ve bakımlı hale geldiğini ifade etmektedirler. Bununla birlikte, turist rehberlerinin Ayasofya Müzesi'nin Camiye dönüştürülmesi hususunda kültürel değerlere önem verilmediği şeklinde ortaya çıkan görüşlere yönelik olumsuz düşünce içerisinde oldukları tespit edilmiştir. Öte yandan; turist rehberlerinin ortak görüş bildirdiği ve en yüksek düzeyde katılımın gözlemlendiği önerme Ayasofya Müzesi'nin Camiye çevrilmesiyle birlikte içerisinde yer alan tarihi fresklerin zarar gördüğü yönündedir. Anıtsal etkisi, dayanıklılığı ve mat yüzeyi ile duvar resmi için en uygun teknik olan fresk, yüzyıllar boyunca duvarları süslemede kullanılmıştır.

Mimarlar Odası Trabzon Şubesi, Trabzon Sanat Evi Derneği, Ayasofyalılar Güzelleştirme, Koruma ve Yardımlaşma Derneği, Trabzon İli ve İlçeleri Eğitim, Kültür ve Sosyal Yardımlaşma Vakfı ile Fethi Yılmaz ve Zeki Batar, 25 Haziran 2013'te Trabzon Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Müdürlüğü'ne bir başvuruda bulunmuşlardır. Başvuru dilekçesinde, Ayasofya Müzesi'nin müze olarak kullanımı kararında herhangi bir değişiklik olup - olmadığı, yapıdaki inşaa ve fiziki müdahaleler için izin alınıp alınmadığı sorularak, eğer söz konusu işlemler yapılmışsa bunları gerçekleştirenler hakkında suç duyurusunda bulunulması istenmiştir. Trabzon Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Müdürlüğü ise, Vakıflar Genel Müdürlüğü lehine Ayasofya'nın Fatih Sultan Mehmet Vakfı'na devredilmesiyle ilgili Trabzon 1'inci Asliye Hukuk Mahkemesi kararının mevcut olduğunu hatırlatmıştır. Öte yandan, yapıda kalıcı bir değişiklik yapılmadığını, tefrişat işlemlerinin kurul izni gerekmediğini, esere yapısal bir müdahalenin söz konusu olmadığını belirterek, mahkeme kararı üzerine mülkiyet hakkından doğan işlemlerin düzenlenmesi için bir takım tefrişat çalışmaları yapıldığını vurgulamıştır. Mimarlar Odası Trabzon Şubesi ve diğer davacılar, Trabzon İdare Mahkemesi'ne başvurarak, Ayasofya Müzesi'nin camiye çevrilmesi ve ibadete açılmasına ilişkin işlemin iptalini istemiştir. Trabzon İdare Mahkemesi, 20 Eylül'de davayı karara bağlayarak karar metninde, "Trabzon Ayasofya Müzesi'nin camiye çevrilmesine ilişkin tesis edilen bir işlemin mevcut bulunmadığı anlaşılmakta, kesin ve yürütülmesi zorunlu bir işlem bulunmadığından davanın reddi sonuç ve kanaatine ulaşılmıştır. Açıklanan nedenle davanın incelenmeksizin reddine"" ifadesi kullanılmıştır. Davayla ilgili son kararı Danıştay tarafından verilecektir. Söz konusu davaları, araştırmaya katılan turist rehberleri haklı bulmakla birlikte, kararsızlık içerisinde de yer almaktadırlar.

KAYNAKÇA

- Akbulut, O. (2006). Ege Bölgesindeki Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye'den Örnekler, Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırmaları Merkezi. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2 (2), 50-70.
- Aktaş, S. (2009). Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Ap, J. and Wong, K. K. F. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems, *Tourism Management*, 22 (1), 551-563.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi- Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baykan, E. (2007). Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması (Ürgüp Yöresine Yönelik Bir Uygulama). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Chiabai, A., Paskaleva, K. and Lombardi, P. (2013). E-Participation Model for Sustainable Cultural Tourism Management: a Bottom-Up Approach. *International Journal of Tourism Research*, 15, 35-51.
- Csapo, J. (2012). The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives. Dr. Murat Kasimoğlu (Ed.), InTech. <http://www.intechopen.com/books/strategies-for-tourism-industry-micro-and-macro-perspectives/the-role-and-importance-of-cultural-tourism-in-modern-tourism-industry> (25.12.2013).
- Çakır, M. ve Yalçın, A. E. (2012). "Kültür ve Turizm Tanıtımında Bir Araç Olarak İnternet Kullanımı". Web: <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/4715> (18.11.2013).
- Çetin, G. ve Kızıllırmak, İ. (2012). Türk Turizminde Kokartlı Rehberlerin Mevcut Durumunun Analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14 (2), 308-318.

- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı. *Milli Folklor Dergisi*, 22 (87), 182-190.
- Çetinel, G. F. (2001). Turizmde Tanıtım ve Reklam Faaliyetlerinin Önemi: Türkiye'nin Tanıtımında Turizm Bakanlığı'nun Yurtdışında Faaliyet Gösteren Medya Araçlarında Yaptığı Reklam Harcamaları ile Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 151-161.
- Diana, D., Cecilia, P. I. and Călin, V. (2012). An Assessment of the Relationship Between the Cultural Heritage, Travel and Tourism and Sustainable Development in the Central and Eastern European Countries. *Annals of the University of Oradea Economic Science Series*, 21 (1), 1141-1147.
- Dümcke, C. and Gnedovsky, M. (2013). The Social and Economic Value of Cultural Heritage: Literature Review. EENC Paper, 1-114.
- Emir, O., ve Avan, A. (2010). Yabancı Turistlerin Satın Alma Karar Sürecinde Kültürel Varlıkların Etkisi: Konya Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (1), 203-219.
- Giddens, A. (2005). Sosyoloji. (4. Baskı). Yayına Hazırlayan: Cemal Güzel. Ankara: Ayraç Yayıncılık.
- Gülcan, B. (2010). Türkiye'de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 99-120.
- Güzel, Ö. (2007). Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi: Balıkesir.
- Rabotić, B. (2010). Tourist Guides in Contemporary Tourism. International Conference on Tourism and Environment, Sarajevo, <http://www.belgradetours.com> (20.10.2013).
- Reisinger, Y. and Turner, L. W. (2004). *Cross-Cultural Behaviour in Tourism – Concepts and Analysis*. (2nd. Edition). Web: <http://books.google.com.tr/books?id=Wszp4Cd93X4C&printsec> (15.11.2013)
- Rızaoğlu, B. (2003). *Turizm Davranışı* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Robinson, M. and Picard, D. (2006). Tourism, Culture and Sustainable Development. UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/imagenes/0014/001475/147578e.pdf> (11.12.2013).

- K. Şahin, A. S. ve Güner, S. (2006). Kültürel Miras Koruması ve Sivil Toplum Örgütleri Arasındaki İlişki. Uluslararası Geleneksel Sanatlar Sempozyumu, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, (16-18 Kasım 2006), 2. Cilt, 548-555.
- Şen Şahin, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Turist Rehberlerinin İletişim Yeterlilikleri: Turistlerin Görüşlerinin Chaid Analizi ile Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (29), 303-327.
- Tangüler, A. (2002). Profesyonel Turist Rehberliği ve Turist Rehberlerinin Seyahat Acentası ve Müşteri İlişkileri (Kapadokya Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tetik, N. (2012). Turist Rehberlerinin Eko Turizm Alanındaki Yeterlilikleri: Doğu Karadeniz Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Karaman, S., Demirkol, Ş. ve Şahin, S. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Edt.), İnanç Turizmi (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kargı, V. (2009). Profesyonel Turizm Rehberlerinin Vergilendirilmesi Üzerine İnceleme. 10. Ulusal Turizm Kongresi, Mersin, 1347-1357.
- Kocacık, F. (2003). *Toplumbilim – Ders Notları*, (3. Baskı). Sivas: Özemek Matbaası.
- Köroğlu, A., Köroğlu Ö. ve Sarıoğlu M. (2007). Türk Mutfağının Tanıtılmasında Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolüne İlişkin Ampirik Bir Çalışma. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, Antalya, 29-40.
- Köse, İ. (2011). *4.000 Yıllık Mirasın Kutsal İzleri: Trabzon*. (2. Baskı). Trabzon: İber Matbaacılık.
- Köse, İ. (2013). *Karadeniz*. Trabzon: İber Matbaacılık.
- Kürüm, N. (2005). Uluslararası İlişkilerde Kültür Varlıklarının Yeri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Meydan Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 30-49.

- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Bey-pazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı. *Tekirdağ Zira-at Fakültesi Dergisi*, 3 (3), 305-314.
- Yazıcıoğlu, İ., Tokmak C. ve Uzun S. (2008). Turist Rehberlerinin Rehberlik Mesleğine Bakışı. *Üniversite ve Toplum Dergisi*, 8 (2).
- http://tr.wikipedia.org/wiki/Trabzon_Ayasofya_M%C3%BCzesi (15.11.2013).