



TURİST REHBERLİĞİ DERGİSİ

Cilt: 5, Sayı: 1, Haziran–2022

TURED

İÇİNDEKİLER

1. Turist Rehberliğinde Ayrımcılık: Kadın Turist Rehberlerine Yönelik Bir Uygulama
2. Şeyh Şaban-ı Veli Kültür Rotasının Oluşturulması
3. Özel İlgi Turlarında Rehber İhtiyacı Kapsamında Uzmanlaşma Eğitimi
4. Turist Rehberlerinin Kişilik Özelliklerinin Liderlik Davranışlarına Etkisi

e-ISSN: 2651-4869





JOURNAL OF TOUR GUIDING

Volume: 5, Issue: 1, June–2022

JOTOG

CONTENTS

1. *Discrimination in Tourist Guiding: A Study on Female Tourist Guides*
2. *Designing Sheikh Saban-i Veli Cultural Route*
3. *Specialization Training in Special Interest Tours within the Scope of Guide Requirements*
4. *The Effect of Personality Traits of Tourist Guides on Leadership Behaviors*

	<p>Turist Rehberliği Dergisi (TURED) Cilt:5, Sayı:1, Haziran-2022</p> <hr/> <p>Journal of Tour Guiding (JOTOG) Volume:5, Issue:1, June-2022</p>	
<p>e-ISSN: 2651-4869</p>		

Baş Editör/Editor-in-Chief

Dr. Elbeyi PELİT

Eş Editörler/Associate Editors:

Dr. Yasin KELEŞ

Dr. Mehmet BOYRAZ

Editör Yardımcıları/Assistant Editors

Arş. Gör. Ali KABAKULAK

Arş. Gör. Melisa ATEŞ

Dr. Esra KATIRCIOĞLU

Dil Editörleri/Editors-Language

Dr. Bircan ERGÜN (İngilizce/English)

Dr. Esra KATIRCIOĞLU (İngilizce/English)

Öğr. Gör. Aybeniz MİRİŞLİ (Rusça/Russian)

Öğr. Gör. Hatice ŞEN (Almanca/German)

Dr. Sülün GÜÇER (Fransızca/French)

Fatih DEMİRCİ (Çince/Chinese)

Meriç TOPÇU (Çince/Chinese)

İstatistik Editörü/Editor-Statistics

Dr. İbrahim KILIÇ

Yazı ve Yayın İşleri Sorumluları/Managing and Publishing Board

Dr. Murat BAYRAM

Dr. Mehmet BOYRAZ

Arş. Gör. Ali KABAKULAK

Bilgi İşlem ve Web Sorumlusu/IT (Web) Manager

Dr. Mehmet BOYRAZ



Yayın Kurulu Üyeleri / Editorial Board*

- Dr. Abdullah TANRISEVDİ
Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Adnan Menderes University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Alaattin BAŞODA
Selçuk Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Selçuk University, Department of Travel Management and Tour Guiding, Turkey
- Dr. Anukrati SHARMA
University of Kota, Faculty of Commerce and Management, India
- Ashish DAHIA
MD University Rohtak Harvana, Institute of Hotel and Management, India
- Dr. Canan TANRISEVER
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Kastamonu University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Cihan ÇOBANOĞLU
University of South Florida Sarasota-Manatee (USFSM), USA
- Dr. Elbeyi PELİT
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Erdoğan H. EKİZ
King Abdulaziz University, Faculty of Tourism, Travel and Tourism Department, SA
- Dr. Esra GÜL YILMAZ
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Fevzi OKUMUŞ
University of Central Florida, Rosen College of Hospitality Management, USA
- Dr. Gökçe YÜKSEK
Anadolu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Anadolu University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Gül ERKOL BAYRAM
Sinop Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Sinop University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. İbrahim YILMAZ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Lakhvinder Singh BARTIA
Pt.Chiranii Lal Sharma.Govt.PG.College, Tourism Management, India
- Dr. C. Michael HALL
University of Canterbury, Department of Management, New Zealand



Dr. Muharrem TUNA
Turizm Akademisyenleri Derneği (TUADER) Yönetim Kurulu Başkanı, Türkiye
Chairman of the Board of Tourism Academicians Association (TUADER), Turkey

Dr. Necibe ŞEN
Erzincan Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Erzincan University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Orhan İÇÖZ
Yaşar Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Yaşar University Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Özcan ZORLU
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Özlem GÜZEL
Akdeniz Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Akdeniz University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Özlem KÖROğLU
Balıkesir Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Balıkesir University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Rahman TEMİZKAN
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Eskişehir Osmangazi University, Department of Travel Management and Tour Guiding, Turkey

Dr. Seda ŞAHİN
Balıkesir Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Balıkesir University, Department of Tour Guiding, Turkey

Suat TURAL (TUREB)
Turist Rehberleri Birliği (TUREB) Yönetim Kurulu Başkanı, Türkiye
Association of Tour Guides, Chairman of the Board, Turkey

Dr. Tolga Fahri ÇAKMAK
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Zonguldak Bülent Ecevit University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Uğur AKDU
Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Gümüşhane University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Yalçın ARSLANTÜRK
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü,
Türkiye
*Ankara Hacı Bayram Veli University, Department of Travel Management and Tour Guiding,
Turkey*

Dr. Yasin KELEŞ
Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Ondokuz Mayıs University, Department of Tour Guiding, Turkey

*: Yayın kurulundaki isimler, ada göre alfabetik sıralamaya uygun olarak düzenlenmiştir/sıralanmıŐtur.
(Names in Publishing Board are in alphabetic order).

Danışma Kurulu Üyeleri / Advisory Board*

Dr. Ahmet BAYTOK

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tourism Management, Turkey

Dr. Aijaz A. Khaki

University of Kashmir, Department of Travel and Hospitality Management, India

Dr. Ali ERBAŞ

Uluslararası Turizm Akademisyenleri ve Profesyonelleri Derneği (TİYADER) Yönetim Kurulu Başkanı
Chairman of the Board of International Tourism and Professionals Association (TIYADER)

Dr. Doğan GÜRİSOY

Washington State University, School of Hospitality Business Management, USA

Dr. Evren GÜÇER

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Türkiye
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, University, Department of Recreation Management, Turkey

Dr. H. Hüseyin SOYBALI

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tourism Management, Turkey

Dr. Marica MAZUREK

University of Zilina, Department of Mdiematics and Cultural Heritage, Slovakia

Dr. Mehmet UMUR

Erciyes Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Erciyes University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Meral DURSUN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Naci POLAT

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Pamukkale University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Oktay EMİR

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Anadolu University, Faculty of Tourism, Turkey

Dr. Özgür ÖZER

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Necmettin Erbakan University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Zafer ÖTER

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
İzmir Kâtip Çelebi University, Department of Tour Guiding, Turkey.

*: Danışma kurulundaki isimler, ada göre alfabetik sıralamaya uygun olarak düzenlenmiştir/sıralanmıştır. (Names in Advisory Board are in alphabetic order).



Turist Rehberliği Dergisi'nin Yer Aldığı/Tarandığı Dizin-İndexler/Indexing:



- [Bilgindex](#)
- [DRJI \(Directory of Research Journals Indexing\)](#)
- [Eurasian Scientific Journal Index](#)
- [Google Scholar](#)
- [ISI \(International Scientific Index\)](#)
- [ResearchBib \(Academic Resource Index\)](#)
- [Root Indexing \(Journal Abstracting and Indexing Service\)](#)
- [Türkiye Turizm Dizini](#)



CC BY-NC-ND

Bu dergideki tüm yayınlar, Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

Journal of Tour Guiding adopts the principles published as open access by Committee on Publication Ethics (COPE).



Amaç-Kapsam ve Etik İlkeler About Journal-Focus and Ethical Principles



Turist Rehberliği Dergisi (TURED), turist rehberliği alanıyla ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde akademik-bilimsel niteliklere sahip çalışmalarını yayınlamak, turist rehberliği alanının bilgi birikimine ve gelişimine katkıda bulunmayı amaçlayan hakemli bir dergidir. Turist Rehberliği Dergisi, turist rehberliği ile ilgili çalışmalara odaklanma özelliği ile turizm alanındaki dergiler arasında bir uzmanlaşma yönelimini de başlatmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte dergiye; turist rehberliği ile ilgili olarak turizm politikalarının geliştirilmesi ve turist rehberliği ile doğrudan ve dolaylı ilişkisi olan diğer alanlardan da makale kabul edilmektedir. Bu doğrultuda, Turist Rehberliği Dergisi, turist rehberliği alanındaki eğilimler ve yeni gelişmelere odaklanan ve disiplinlerarası özelliğinden dolayı diğer alanlardaki gelişmelerin, turist rehberliği alanına yönelik güncel ve gelecek etkilerini tartışan çalışmalara da yer vermektedir. Tüm bunlara ek olarak, Turist Rehberliği Dergisi, alanındaki uygulamalı ve kuramsal çalışmalar için de bilimsel çalışmaların internet aracılığıyla; finansal, yasal ve teknik engeller olmaksızın, serbestçe erişilebilir, okunabilir, indirilebilir, kopyalanabilir, dağıtılabilir, basılabilir, taranabilir, tam metinlere bağlantı verilebilir, dinlenebilir, yazılıma veri olarak aktarılabilir ve her türlü yasal amaç için kullanılabilir olmasıdır. Yazarlar ve telif hakkı sahipleri bütün kullanıcıların ücretsiz olarak erişim olanağına sahip olduğunu kabul ederler. Makaleleri kabul edilen yazarlar telif hakkının korunması ve "Creative Commons Attribution License" altında bulunan derginin haklarının korunması için çalışmalarında yer alan bilgilerin referans gösterilerek paylaşılmasını kabul etmiş sayılırlar. Bu doğrultuda Turist Rehberliği Dergisi, yayınladığı bütün makaleleri için "[Atıf-Gayri Ticari-Türetilemez 4.0 Uluslararası Kamu Lisansı'nı \(CC BY-NC 4.0\)](http://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Kurumsal/mevzuat/bilimsel-arastirma-ve-etik-yonetmeli.aspx)" uygulamaktadır. **Turist Rehberliği Dergisi'ne makale kabul süreci (amaç, kapsam, odak, yazım ve yayım kuralları vb.) ile ilgili tüm ayrıntılar için lütfen dergi web sitesine bakınız. (<http://dergipark.gov.tr/tured>)**

Journal of Tour Guiding (JOTOG) is a peer-reviewed journal that aims to contribute to knowledge and development of tour guiding field by publishing studies with academic and scientific qualities in the field of tour guiding. Journal of Tour Guiding (JOTOG) also aims to initiate a specialization among tourism journals with focusing solely on tour guiding studies. Besides, JOTOG accepts articles on tourism policy developments on tour guiding and other fields which have inter-disciplinary contributions. In this respect, the journal also includes studies on trends in tour guiding and discussions of current and future influences on tour guiding, focusing on new developments and developments in other fields thanks to its interdisciplinary nature. Additionally, JOTOG aims to follow a publishing policy (<https://dergipark.org.tr/en/pub/tured/page/3802>) that prioritizes the concept of up-to-date in the field of applied and theoretical studies. Furthermore, the journal also takes reviews of tourism representatives on tour guiding into consideration for publication. Council of Higher Education Scientific Research (YOK) and Publication Ethics Guideline" (<https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Kurumsal/mevzuat/bilimsel-arastirma-ve-etik-yonetmeli.aspx>) is taken into consideration for all other terms and conditions not mentioned in journal web site (<http://dergipark.gov.tr/tured/page/3802>) regarding the appropriateness of the study in terms of scientific research and publication ethics and additionally , principles published as open access by Committee on Publication Ethics (COPE) are adapted by the journal. Journal of Tour Guiding which publishes in electronic format two times a year (June-December), is published as "Open Access through Tübitak Dergi-Park-Academic System". Journal of Tour Guiding adopts the principles of open access, Tübitak Dergi-Park academic open access system and "Budapest Open Access Movement" (<http://www.budapestopenaccessinitiative.org/>) principles. According to these principles; "articles passed referee evaluation is available for free on the public internet, permitting any users to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of these articles, crawl them for indexing, pass them as data to software, or use them for any other lawful purpose, without financial, legal, or technical barriers other than those inseparable from gaining access to the internet itself. Authors and copyright owners accept all users have free access to sources". Authors whose articles have been accepted for publishing are deemed consent that the information covered by the article can be shared by others on condition that reference citation for copyright protection and protection journal rights under the "[Creative Commons Attribution License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). In this sense, Journal of Tour Guiding uses Attribution Non Commercial International 4.0 (CC By-Nc 4.0)" for all papers in publishing process. Please check the Journal's website for article acceptance process and full details (purpose, scope- focus, writing and publication rules, etc.). (<http://dergipark.gov.tr/tured>)

Yazışma Adresi/Correspondence Address

Turist Rehberliği Dergisi (TURED) - Journal of Tour Guiding (JOTOG)
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
ANS Kampüsü, Afyonkarahisar/Türkiye
E-posta/e-mail: infojotog@gmail.com
Web: <http://dergipark.gov.tr/tured>





Bu Sayının Hakemleri / Referees of this Issue*

Sıra No	Unvan-Ad-Soyad Title-Name-Surname	Kurum Institution
1	Dr. Ahmet BAYTOK	Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye Afyon Kocatepe University, Turkey
2	Dr. Bayram ŞAHİN	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye Balıkesir University, Turkey
3	Dr. Bircan ERGÜN	Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye Afyon Kocatepe University, Turkey
4	Dr. Evren GÜÇER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye Ankara Hacı Bayram Veli University, Turkey
5	Dr. Fatih TÜRKMEN	Karabük Üniversitesi, Türkiye Karabük University, Turkey
6	Dr. H. Hüseyin SOYBALI	Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye Afyon Kocatepe University, Turkey
7	Dr. Özlem GÜZEL	Akdeniz Üniversitesi, Türkiye Akdeniz University, Turkey
8	Dr. Seda ŞAHİN	Balıkesir Üniversitesi, Türkiye Balıkesir University, Turkey
9	Dr. Yalçın ARSLANTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye Ankara Hacı Bayram Veli University, Turkey
10	Dr. Yasin KELEŞ	Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Türkiye Ondokuz Mayıs University, Turkey
11	Dr. Zeynep ÇOKAL	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Turkey

*: Hakem listesindeki isimler, ada göre alfabetik sıralamaya uygun olarak düzenlenmiştir/sıralanmıştır. / Names in referees list are in alphabetic order.



İçindekiler / Contents*			
Makale Başlığı <i>Paper Title</i>	Yazar(lar) <i>Author(s)</i>	Sayfa <i>Page</i>	Makale Türü <i>Paper Type</i>
Turist Rehberliğinde Ayrımcılık: Kadın Turist Rehberlerine Yönelik Bir Uygulama <i>Discrimination in Tourist Guiding: A Study on Female Tourist Guides</i>	Arş. Gör. Melisa ATEŞ, Öğr. Gör. İmran KAZAN, Prof. Dr. H. Hüseyin SOYBALI	1-16	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>
Şeyh Şaban-ı Veli Kültür Rotasının Oluşturulması <i>Designing Sheikh Sabani Veli Cultural Route</i>	Doç. Dr. Canan TANRISEVER, Doç. Dr. Hüseyin PAMUKÇU, Dr. Öğr. Üyesi Nuri ERDEM	17-26	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>
Özel İlgi Turlarında Rehber İhtiyacı Kapsamında Uzmanlaşma Eğitimi <i>Specialization Training in Special Interest Tours within the Scope of Guide Requirements</i>	Osman CELEP	27-45	Literatür Taraması <i>Literature Review</i>
Turist Rehberlerinin Kişilik Özelliklerinin Liderlik Davranışlarına Etkisi <i>The Effect of Personality Traits of Tourist Guides on Leadership Behaviors</i>	Arş. Gör. Ali KABAKULAK, Prof. Dr. Elbeyi PELİT	46-66	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>

* Dergide yayımlanan yazıların her türlü bilimsel, imlâ, etik ve hukuki sorumlulukları yazarlarına aittir.

All scientific, spelling, ethics and legal responsibilities of the articles published in the journal belong to the authors.

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 28.01.2022
Revizyon Tarihi (Revised) : 12.04.2022
Kabul Tarihi (Accepted) : 28.04.2022

TURED
JOTOĞ



Turist Rehberliğinde Ayrımcılık: Kadın Turist Rehberlerine Yönelik Bir Uygulama

Discrimination in Tourist Guiding: A Study on Female Tourist Guides

Arş. Gör. Melisa ATEŞ ^{ID}

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, Turkey
E-Mail: mates@aku.edu.tr

Öğr. Gör. İmran KAZAN ^{ID}

Selçuk Üniversitesi, Bozkır Meslek Yüksekokulu, Türkiye
Selcuk University, Bozkır Vocational School, Turkey
E-Mail: ikazan@selcuk.edu.tr

Prof. Dr. H. Hüseyin SOYBALI ^{ID}

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, Turkey
E-Mail: hsoybalı@aku.edu.tr

Öz

Amaç ve Önem: Kadınların cinsiyetine bağlı olarak maruz kaldıkları ayrımcılık çalışma hayatında hem kendilerine hem de çalıştıkları ortamdaki kişilerle iletişimine pek çok olumsuz etki yaratmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı hizmet sektörünün en önde gelenlerinden turizm alanındaki kadın turist rehberlerinin meslek hayatlarında ayrımcılığa maruz kalıp kalmadıklarını belirlemek ve yaşıyorlarsa bunun hangi sebeplerden kaynaklandığını belirlemektir. Bu çalışmanın yapılması kadın turist rehberlerinin sektörde karşılaştıkları cinsiyete dayalı var olan ayrımcılıkların saptanması açısından hem sektöre hem de ilgili kurum ve kuruluşlara katkı sağlayacaktır. Kadın turist rehberlerinin meslekte karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi, bu sorunlara yönelik önerilerin geliştirilmesi hem turist rehberlerinin sorunlarının azalmasına katkı sağlayacak hem de sektör ve toplumda turist rehberliği mesleğinin sadece erkeklere özgü bir meslek olarak algılanmasının önüne geçecektir.

Yöntem: Araştırmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşmeden yararlanılmıştır. Görüşmeler Haziran 2021-Nisan 2022 tarih aralığında toplanmıştır. Çalışma kapsamında elektronik ve yüzyüze ortamda 15 turist rehberi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Bulgular: Araştırmada elde edilen verilere göre, kadın turist rehberlerinin hem pozitif hem de negatif ayrımcılıkla karşılaştıkları belirlenmiştir. Negatif ayrımcılığın işe alım esnasında olsa da ücret veya sosyal haklar konusunda negatif ayrımcılık yaşamadıkları belirlenmiştir. Yaşanılan negatif ayrımcılığa bağlı olarak kadın turist rehberlerinin işten ayrılma düşüncelerinin olmadığı görülmüştür. Bunun yanı sıra kadın turist rehberlerinin şoförler, turistler tarafından sözel/cinsel tacize maruz kaldıkları tespit edilmiştir.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Konu ile ilgili alanyazın incelemesi yapıldığında, genellikle turist rehberlerinin sorunlarını ele alan çalışmalar mevcuttur. Şüphesiz kadın turist rehberlerini ele alan çalışmalar da mevcuttur. Ancak bu çalışmalar sınırlı sayıdadır. Bu çalışmada kadın turist rehberlerinin ayrımcılık yaşadığı konularda çözüm önerileri sunulmaktadır. Çalışma bu yönüyle hem turist rehberlerine hem de ilgili kurum/kuruluşlara yol gösterecek ve ilgili alanyazına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Ayrımcılık, kadın turist rehberi, cinsiyet.

Makale Türü: Araştırma makalesi



Abstract

Purpose and Importance: The discrimination that women are exposed to depending on their gender has many negative effects both on themselves and on their communication with the people in the working environment. From this point of view, the aim of this study is to determine whether female tourist guides in the field of tourism, who are one of the most prominent in the service sector, are exposed to discrimination in their professional life and if they do, to determine the reasons. This study will contribute to both the sector and the relevant institutions and organizations in terms of determining the gender-based discrimination that female tourist guides face in the sector. Identifying the problems that female tourist guides face in the profession and developing suggestions for these problems will both contribute to the reduction of the problems of tourist guides and prevent the tourism guiding profession from being perceived as a profession specific to men only in the sector and society.

Methodology: Qualitative research method was used as a method in the research. Semi-structured interview was used as the data collection method. The interviews were held between June 2021 and April 2022. Within the scope of the study, 15 tourist guides were interviewed in electronic and face-to-face environment.

Findings: According to the data obtained in the study, it was determined that female tourist guides faced both positive and negative discrimination. It has been determined that they do not experience negative discrimination in terms of wages or social rights, even if negative discrimination occurs during recruitment. It has been observed that female tourist guides do not have thoughts of leaving their jobs due to the negative discrimination experienced. In addition, it has been determined that female tourist guides are exposed to verbal/sexual harassment by drivers and tourists.

Originality/Value: When the literature on the subject is reviewed, there are generally studies that deal with the problems of tourist guides. Undoubtedly, there are also studies dealing with female tourist guides. However, these studies are limited in number. In this study, solution suggestions are presented on the issues where female tourist guides experience discrimination. In this respect, it will guide both tourist guides and relevant institutions/organizations and contribute to the relevant literature.

Keywords: Discrimination, female tourist guide, gender.

Paper Type: Research article

Giriş

Turizm sektörü, kadının ilerlemesi için hem doğrudan hem de dolaylı yollardan istihdam fırsatları sağlayan sektörlerin başında gelmektedir (Karaçar, 2018). Emek-yoğun bir özelliğe sahip olan turizm sektöründe çalışan sayısının fazla olması beraberinde kadın çalışan sayısını da artırmıştır. Bunun yanı sıra sektördeki pek çok işin (karşılama, servis, yatak yapımı vs.) kadınlara özgü nitelikte algılanması kadın çalışan yoğunluğunu da önemli ölçüde etkilemektedir (Akoğlan, 1996). Sektörde kadın ve erkekler arasında eşitlik genel kabul gören ancak uygulamada tam olarak gerçekleştirilemeyen bir olgudur. Alanda yapılan pek çok çalışma turizm sektöründeki kadın çalışanların erkek çalışanlara göre daha fazla ayrımcılık ile karşılaştığını göstermektedir (Dalkıranoglu, 2006; Pelit vd., 2016; Çakır vd., 2017).

Turizm sektörü, diğer sektörlere kıyasla daha fazla kadın çalışanın istihdam edildiği bir sektör olup, kadınlar için büyük olanaklar sunmaktadır. Bunun yanı sıra yoğun bir işgücü gerektirdiği için kadın çalışanların yaşadığı birtakım sorunlar bulunmaktadır. Özellikle insan ilişkilerinin, fiziksel gücün yoğun olduğu bir mesleği icra eden kadın turist rehberleri bu çalışanların önemli bir grubunu oluşturmaktadır (Arslan & Şimşek, 2018). Turist rehberi, ev sahibi destinasyon ile ziyaretçiler arasında kilit bir rol üstlenmektedir. Turist rehberi, grup ya da bireysel ziyaretçilere, ziyaretçilerin tercih ettikleri dilde, bir şehirde veya bölgede yer alan anıtlar, sit alanları, müzeler, kültürel ve doğal çevrelerde kılavuzluk eden, ilham verici ve eğlenceli bir şekilde yorumlayan kişidir (Ap & Wong, 2000). Turist rehberleri, turizm sektörünün vazgeçilmezleri arasında yer almakla birlikte meydana gelecek herhangi bir olumsuzluktan büyük bir hızla etkilenen meslek gruplarından bir tanesidir (Güzel & Şahin, 2018).



Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, kadın turist rehberlerinin yaşadıkları mesleki sorunları belirleyip çözüm önerileri getirmenin yanı sıra meslekte özellikle cinsiyete dayalı ayrımcılık yaşanıp yaşanmadığının belirlenmesi ve yaşıyorsa bunların nedenlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu sorunların kadın rehberler açısından neler olduğunu saptamak ve çözüm önerileri sunmak hem sektöre hem de turist rehberlerine önemli katkılar sağlayacaktır. Araştırma kapsamında sunulan çözüm önerilerinin sektördeki kişi ve kurumlara yol gösterici nitelikte olacağı düşünülmektedir. Böylelikle kadın turist rehberlerinin cinsiyetten kaynaklı yaşadıkları sorunların bir nebze de olsa azalması sağlanacaktır. Bunun yanı sıra hem sektörde hem de toplumda kadın turist rehberlerine yönelik olan önyargı da azalmış olacaktır. Kadın turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken maruz kaldıkları cinsiyetçi tutumlar, üzerinde önemle durulup çözülmesi için çaba sarf edilmesi gereken bir konudur. Alanyazın incelemesi yapıldığında, konuyla ilgili kadın turist rehberlerinin sorunlarını ele alan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Yapılan bu çalışmanın alanyazına da katkı sağlayacağı ve gelecekte konuyla ilgili çalışma yapacak araştırmacılara da yol göstereceği düşünülmektedir.

1. Turist Rehberliği ve Turizm Sektöründeki Yeri

Turist rehberleri, turizm sektöründe hizmet veren önemli kişiler arasında yer almaktadır. Turist rehberleri tura katılan ziyaretçilere eşlik eden, ülkenin, bölgenin, yörenin doğal, tarihi, kültürel değerlerini tanıtır ve sevdiren, yerel halk ve ziyaretçi arasındaki olumlu etkileşimi sağlayan, somut ve somut olmayan mirasın korunup, kullanılmasına ve tanıtılıp evrensellesmesine katkı sunmaktadır. Turist rehberleri sadece yabancı turistlerin değil aynı zamanda yerli turistlerin de kendi ülkelerini daha iyi tanıtır ve sevmelerine, doğayı, tarihi ve kültürü koruma ve yaşatma bilinci kazanmalarına, yerel değerlere saygı duymalarına yardımcı olmaktadır (Yenipınar vd., 2014). Turist rehberi, ev sahibi destinasyon ile ziyaretçiler arasında yer alan temel yapıtaşlarından bir tanesidir. Aslında, turist rehberleri bir destinasyonun sunduğu tur hizmetleriyle ilgili genel izlenim ve memnuniyetten sorumlu olan ön saflardaki çalışanlardır (Ap & Wong, 2000).

Turist rehberliği, insan ilişkilerinin yoğun olduğu, meslek getirisi ve iş tatmini yüksek olan bir çalışma alanıdır. İşine bağlı, mesleki gelişimine önem veren, mesleğini severek yapan ve kendisini geliştirmek isteyen bir birey için rehberlik zevkli bir meslektir (Yarcan, 2007). Ancak diğer taraftan zevkli olduğu kadar bir o kadar da zor ve yorucu bir meslektir. Turist rehberliği, uzun çalışma saatlerine sahip olan, fiziksel gücün harcandığı, sosyal güvenlikten yoksun kalınan, tatil günlerinde çalışılan bir meslektir (Yenipınar, 2019). Turist rehberliği mesleği, insanı iyi anlamayı ve onunla iyi iletişim içerisinde olmayı gerektirmektedir (Eser, 2018). Çünkü turist rehberleri turistlerin ülkeye gelişlerinden ayrılışlarına kadar birlikte vakit geçirdiği kişidir. Bundan dolayı turistlerin ülkeyi tekrar ziyaret etmelerinde, ülke imajının olumlu bir şekilde oluşmasında turist rehberlerine önemli görev ve sorumluluklar düşmektedir.

Bir rehber, bir tercüman, eğitimci, ev sahibi toplumun elçisi, yerel kültür, yerliler ve yabancı veya yerli turistler arasında bir etkileşim kolaylaştırıcısıdır. Bir rehber aynı zamanda bir bilgi sahibi ve sağlayıcı, eğitmen, kültür komisyoncusu, çevirmen, şovmen, oyuncu, hikâye anlatıcısı, misyoner, akıl hocası, yol gösterici, aracı, bakıcı, organizatör, satış elemanı ve karar vericidir (Cetin & Yarcan, 2017). Bu nedenle, bir rehber, hedef kitlesinin özelliklerine bağlı olarak çeşitli rollere sahiptir. Ancak bu sayısız rehberlik rolü çatıştığından, turist rehberlerinin ziyaretçiler, tur operatörleri, seyahat acenteleri, hizmet tedarikçileri ve yerel halk arasında dengeli bir ilişki kurması zordur (Weiler & Ham, 2002). Dengeli bir ilişki kurulmadığı takdirde birtakım sorunların meydana gelmesi olasıdır. Alanyazında konuyla ilgili yapılan çalışmalar (Arslan & Şimşek, 2018; Karakaş, 2018; Köroğlu vd., 2020) incelendiğinde, turist rehberlerinin yaşadıkları sorunlar en fazla güvence sorunları, ücret sorunları, yasal sorunlar ve eğitim sorunlarıdır. Bunların yanı sıra kadın turist rehberleri de mesleklerini icra ederken birtakım sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunların en başında da cinsiyete dayalı ayrımcılık gelmektedir. Cinsiyetten kaynaklı olarak kadın turist rehberlerinin seyahat



acenteleri, turistler ve meslektaşları ile sorun yaşadıkları tespit edilmiştir (Zengin vd., 2014). Şüphesiz kadın turist rehberlerinin cinsiyetten kaynaklı yaşadıkları sorunlar da bulunmaktadır. İzleyen kısımda kadın turist rehberlerinin cinsiyetten kaynaklı olarak yaşadıkları ayrımcılıktan bahsedilmektedir.

2. Turist Rehberliğinde Ayrımcılık

Türk Dil Kurumu (TDK, 2021) tarafından eşitlik kavramı “iki veya daha fazla şeyin eşit olması durumu, denklik, müsavilik, müsavat, muadelet” şeklinde tanımlanmaktadır. Ayrımcılık ise bu eşitlik durumundan farklı olarak, bir devlet ya da toplumdaki bazı üyelere, ötekilere verilen belli hak ve/veya ayrıcalıklar verilmeme durumu olarak ifade edilebilir (Ataöv, 1996). Yaşam boyunca bireyler ayrımcılığın etkisinde kalabilmekte ve bu etki açık bir biçimde görülebilmektedir (Çelik & Altıntaş, 2017). Ayrımcılığın farklı türleri ile karşılaşmak mümkündür. Cinsiyete dayalı ayrımcılık, yaşa dayalı ayrımcılık, ücret eşitsizliği, güce dayalı ayrımcılık bunlar arasında sayılabilir (Karaçar, 2018). Toplumda belli bir kesimden kişilerin bazı özelliklerinden dolayı maruz kaldıkları haksız davranışlar olarak da tanımlanabilen ayrımcılığın cinsiyet temelli yapılması cinsiyet ayrımcılığıdır. Kadınlar bazı durumlarda erkekler ile eşit haklara sahip olamamakta, negatif ayrımcılığa maruz kalmaktadır (Kartal, 2014). Toplumsal cinsiyet ayrımı hem aile içi hem de iş yaşamında baş göstermekte ve dolayısıyla bazı işler kadınlara özgü bazıları ise erkeklere özgü işler olarak ayrılmaktadır (Dedeoğlu, 2000; Pınar vd., 2008).

Toplum tarafından kabul görmüş ve her bireye doğduğundan itibaren öğretilen, kadın ve erkek tarafından sergilenmesi beklenen davranışlar toplumsal cinsiyet eşitsizliğini ortaya çıkarmıştır. İş yaşamında özellikle yönetsel alanlarda kadınların sayıca erkeklere göre daha az olması cinsiyete dayalı eşitsizliğe daha fazla maruz kalan kesim olduklarının göstergesi sayılabilir (Ngo, 2000). Toplumsal normlara bağlı olarak oluşan cinsiyetlere özgü kalıplaşmış önyargılar hem kadın hem de erkek çalışanları etkilemekte ancak bu konuda en çok etkilenen kesim genellikle kadınlar olmaktadır. Toplumda var olan kadınların biyolojik ve psikolojik sebeplerden dolayı erkeklere göre daha az başarılı ve güvenilir olabildikleri önyargısı ve inançları kadınların tutumlarını etkileyebilmektedir (Durmuş, 2001).

Cinsiyete dayalı ayrımcılık, iş ortamında bazı uygulamalar esnasında kadın veya erkeğin farklı muamelelere maruz kalması olarak tanımlanmaktadır. Bu ayrımcılık kişilerin cinsiyetlerinden dolayı sahip oldukları kimi özelliklerini daima belirli sınırlar çerçevesinde sürekli olarak barındırması gerektiği inancına dayanmaktadır (Saatci & Aksu, 2020). Cinsiyete bağlı ayrımcılık çalışma ortamlarında sıklıkla rastlanılan bir ayrımcılık türüdür. İş yerinde cinsiyet ayrımcılığı, iş yerlerinde çalışanlar ile ilgili verilecek bazı kararlarda çalışanların niteliklerinden ya da iş performanslarından çok onların cinsiyetleri dikkate alınarak verildiği durumlarda karşılaşılan ayrımcılık türüdür (İleri, 2016). Özellikle kadınlar çalışma yaşamına girmeden önce ve girdikten sonra mesleklerini icra ederken birtakım sorunlarla karşılaşabilmektedir. Kadınlar çalışma hayatına girdikten sonra erkek meslektaşlarına göre daha belirgin engellerle karşılaşabilmektedirler (Dalkıranoglu & Çetinel, 2008).

Dünyanın farklı birçok bölgesinde kadınlar iş yaşamlarında çok farklı boyutlarda sorunlarla karşılaşmış ve süreç içerisinde sürekli olarak bu sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmışlardır. Karşılaşılan bu sorunlar özellikle belli sektör ve meslek gruplarında daha fazla görülse de iş bulma, terfi veya fırsat eşitsizlikleri genellikle karşılaşılan ortak sorunlar olarak kabul edilmektedir. İş ortamlarında cinsiyete dayalı olarak karşılaşılan bu sorunların toplumdaki ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarından meydana gelen sorunların bir uzantısı olduğu söylenebilir (Parlaktuna, 2010). Kadınların iş yaşamlarında cinsiyete bağlı olarak karşılaştıkları sorunlar genellikle eğitim ve mesleki eğitimde eşitsizlik, iş bulma ve yükseltilmede eşitsizlik, ücretlendirmede eşitsizlik, sosyal haklardan yararlanmada eşitsizlik ve cinsel taciz olarak görülmektedir (Kocacık & Gökçay, 2005).



Turizm sektöründe kadınların sayısı giderek artmasına rağmen, karşılaşılan cinsiyete dayalı ayrımcılık dikkat çekicidir. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verilerine göre 2019 yılında kadınların istihdam edilme oranının %44,6, erkeklerin ise %70,3 olarak belirlenmiştir (ILOSTAT Database, 2020). Dünya Turizm Örgütü tarafından yayınlanan Kadın ve Turizm Raporu'na göre, turizm sektöründe kadın çalışanların yeri oldukça önemlidir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2019) tarafından yayınlanan raporda dünya çapında turizm sektöründeki istihdamın %54'ünü kadınların oluşturduğu görülmektedir. Ancak Türkiye'de 2019 yılında konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri sektöründe kadın çalışanların oranının %25,2 olduğu bu oranın da dünya ortalaması ile kıyaslandığında oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'deki turizm sektörü kadın istihdam oranının yıllara göre artış gösterdiği EUROSTAT 2020 verilerinde görülmektedir. Kadın istihdam oranında görülen artıştan hareketle, hizmet sektörünün önemli bir ayağı olan turizm alanında kadın iş gücünün yeri ve öneminin büyük olduğunu belirtmek mümkündür. İstihdam oranları turizm sektörünün içerisinde yer alan turist rehberleri açısından değerlendirildiğinde, Türkiye'de Nisan 2022 yılı itibariyle toplam 11.849 turist rehberi bulunmaktadır. Bu rehberlerin 3921'i kadın turist rehberidir, başka bir ifadeyle %33,09'unu kadın turist rehberleri oluşturmaktadır (Turist Rehberleri Birliği-TUREB, 2022). Kadın turist rehberinin sayıca az olmasında şüphesiz cinsiyet kaynaklı sorunlar, kadınların rollerinin (anne, eş vb.) daha fazla olması gibi sebeplerin olduğu düşünülmektedir.

Toplumsal cinsiyet normlarına göre kadınların sahip oldukları pek çok bilgi ve beceri ile turizm sektöründe yer alan bazı işlerin örtüşmesi, yarı zamanlı ya da mevsimsel çalışma imkânının fazla olması kadın istihdamının artmasına sebep olan faktörler arasında yer almaktadır (Şit, 2016). Turizm sektöründeki işlerin büyük bölümü toplumsal cinsiyet rollerinin etkisiyle ev işlerine benzer olduğu düşünülmekte ve kadınlara has görevler olarak nitelendirilmektedir. Bu nedenle sektörde özellikle bu işlerde çalıştırılmak üzere kadın işgücü tercih edilmektedir (Akoğlan, 1996). Bu tercih edilme sebeplerine rağmen kadınların pek çok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de cinsiyetlerine bağlı olarak bazı engellerle karşılaştıklarını söylemek mümkündür. Turizm sektörü içerisinde önemli bir konumda olan kadın turist rehberlerinin de cinsiyetten kaynaklı olarak birtakım sorunlar yaşadıklarını belirtmek mümkündür (Arslan & Şimşek, 2018).

Alanyazında turist rehberlerinin mesleki sorunlarını ele alan çalışmalar mevcuttur ancak kadın turist rehberlerinin sorunlarını ele alan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bir tanesi Arslan & Şimşek (2018)'e aittir. Yapılan çalışmada kadın turist rehberlerinin yaşadıkları mesleki sorunlar tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda, kadın turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunlar altı kategoride ele alınmıştır. Bunlar; toplumsal ve aile ile yaşanan sorunlar, iş arkadaşları ve meslektaşlar ile yaşanan sorunlar, seyahat acenteleri ile sorunlar, sektörün ve rehberlik mesleğinin özelliğinden kaynaklanan sorunlar, müşterilerle yaşanan sorunlar, denetim ve eğitim sorunları şeklinde sıralanmaktadır. Yıldırım & Özbek (2019) tarafından yapılan çalışma sonucunda kadın turist rehberlerinin çoğunlukla iş arkadaşlarından cinsel taciz yaklaşımı gördükleri belirtilmiştir. Çalışmada, kadın rehberler, meslekte bir cinsiyet ayrımcılığı yapıldığını ve daha çok erkek rehberlerin turlarda daha iyi anlatım yaptıkları düşünüldüğü için tercih edildiklerini belirtmiştir. Kadın rehberler turist rehberlerine yönelik cinsel taciz konusu ile ilgili yaptırımlar, cezalandırmalar olması gerektiği yönünde görüş bildirmiştir. Karaçar (2018) tarafından yapılan çalışmada ise kadınların turizm sektöründe özellikle turist rehberliği mesleğinde cinsiyet ayrımcılığına, ücret eşitsizliğine, yaşa dayalı bir ayrımcılığa maruz bırakıldığı tespit edilmiştir. Bunlar dışında taciz, sosyal güvencesizlik gibi olumsuzluklar da yaşanabildiği, bu olumsuzlukları önlemeye yönelik çabalarında giderek artması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.



3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, kadın turist rehberlerinin meslekte ayrımcılık yaşayıp yaşamadığının belirlenmesi, yaşanıyorsa bunların nedenlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Konu ile ilgili alanyazın taraması yapıldığında, turist rehberlerinin meslekte karşılaştıkları sorunlarla ilgili çalışmalar (Batman, 2003; Pelit & Katircioğlu, 2018; Karacaoğlu & Sert, 2018; İlhan & Soybalı, 2018; Eser & Şahin, 2021) olduğu görülmektedir. Kadın turist rehberlerinin meslekte yaşadıkları sorunlara yönelik yapılan sınırlı sayıda çalışmaya (Zengin vd., 2014; Yıldırım & Özbek, 2019; Köroğlu vd., 2020; Demirdelen Alrawadieh, 2021) rastlanmıştır. Bunun yanı sıra alanyazında kadın turist rehberlerinin sorunlarını ele alan çalışmalar genel olarak mesleki sorunları ele almaktadır. Ayrımcılık özelinde ele alan çalışma sınırlı sayıdadır. Bu kapsamda bu çalışmanın yapılmasının hem ilgili sektöre hem de ilgili alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Kadın turist rehberlerinin yaşadıkları sorunların belirlenerek sorunlara yönelik çözümlerin bulunması, bireylerin mesleklerine olan bağlılıklarının da artmasına katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra turlarda gösterecekleri performans da yansıtacaktır.

4. Yöntem

Bu çalışmanın amacı, kadın turist rehberlerinin meslekte ayrımcılık yaşayıp yaşamadığının belirlenmesi, yaşanıyorsa bunların nedenlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Konu ile ilgili alanyazın taraması yapıldığında, turist rehberlerinin meslekte karşılaştıkları sorunlarla ilgili çalışmalar (Batman, 2003; Pelit & Katircioğlu, 2018; Karacaoğlu & Sert, 2018; İlhan & Soybalı, 2018; Eser & Şahin, 2021) olduğu görülmektedir. Kadın turist rehberlerinin meslekte yaşadıkları sorunlara yönelik yapılan sınırlı sayıda çalışmaya (Zengin vd., 2014; Yıldırım & Özbek, 2019; Köroğlu vd., 2020; Demirdelen Alrawadieh, 2021) rastlanmıştır. Bunun yanı sıra alanyazında kadın turist rehberlerinin sorunlarını ele alan çalışmalar genel olarak mesleki sorunları ele almaktadır. Ayrımcılık özelinde ele alan çalışma sınırlı sayıdadır. Bu kapsamda bu çalışmanın yapılmasının hem ilgili sektöre hem de ilgili alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Kadın turist rehberlerinin yaşadıkları sorunların belirlenerek sorunlara yönelik çözümlerin bulunması, bireylerin mesleklerine olan bağlılıklarının da artmasına katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra turlarda gösterecekleri performans da yansıtacaktır.

Çalışmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırma, insan ve grup davranışlarının nedenini ve nasılını anlamaya yönelik olan araştırmalardır (Gürbüz & Şahin, 2018). Çalışmada nitel araştırmalarda sık kullanılan veri toplama aracı olan görüşmeden yararlanılmıştır. Görüşme, sözlü iletişim yoluyla insanları ve onlarla ilişkili durumları anlamaya çalışan bir veri toplama tekniğidir. 10 maddeden oluşan görüşme sorularına ek olarak katılımcıların bireysel özelliklere ilişkin sorular da yer almaktadır. Görüşme soruları hazırlanırken alanyazında yer alan bilgilerden ve konuyla ilgili yapılan çalışmalardan (Zengin vd., 2014; Yumuk vd., 2020; Köroğlu vd., 2020) yararlanılmıştır. Görüşme soruları hazırlandıktan sonra turizm alanında görev yapan 2 akademisyen ve 2 kadın turist rehberinden uzman görüşü alınmıştır. Böylelikle sorular tekrar gözden geçirilerek yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile Haziran 2021-Nisan 2022 tarih aralığında veriler toplanmıştır. Türkiye’de toplam 3921 kadın turist rehberi bulunmakta ve bunların 2479’u eylemli kadın turist rehberidir.

Çalışmanın evrenini eylemli kadın turist rehberleri oluşturmaktadır. Örneklem yönteminin belirlenmesinde amaçlı (kasti) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yönteminde, örnekleme dahil edilecek birimleri, araştırmacı önceki bilgi, deneyim ve gözlemlerinden hareketle araştırmanın amacına uygun olarak kendi yargısıyla belirlemektedir (Ural & Kılıç, 2018). Çalışma kapsamında elektronik ortamda ve yüzyüze görüşmeyle 15 katılımcıya ulaşılmıştır. Nitel bir çalışma için en az katılımcı sayısı 15 olması yeterlidir (Mason, 2010). Bu kapsamda çalışmada ulaşılan kişi sayısı yeterli düzeydedir. Aşağıda görüşme sorularına yer verilmiştir.



1. Çalıştığınız sektörde / meslekte cinsiyete dayalı pozitif ayrımcılık olduğunu düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız sizi bu düşünceye iten nedenler nedir?
2. Çalıştığınız sektörde / meslekte cinsiyete dayalı negatif ayrımcılık olduğunu düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız sizi bu düşünceye iten nedenler nedir?
3. Kadın turist rehberi olarak cinsiyet kaynaklı işe kabul aşamasında bir zorluk yaşadınız mı? Yaşadıysanız bu olay nedir ve bu zorluğu nasıl aştınız?
4. İşe alınmada, işten çıkarılmada yaşınızla ilgili bir sorunla karşılaştınız mı?
5. Acente tarafından turlarda cinsiyetinize bağlı olarak tercih edilme/edilmeme durumu ile karşılaşıyor musunuz? Karşılaşıyorsanız baş etmek için bir yöntem uyguluyor musunuz?
6. Aldığınız ücretlerin belirlenmesi sürecinde cinsiyetinize bağlı farklılaşma ile karşılaştınız mı?
7. İşinizdeki sosyal haklardan (izin, prim) erkek rehberler ile eşit derecede mi yararlanıyorsunuz?
8. Kadın rehberlerin iş deneyimleri/turlar esnasında sözel taciz / cinsel tacize maruz kaldığını düşünüyor musunuz? (Misafirler, şoför, tur görevlileri, meslektaş vb.)
9. Cinsiyete bağlı ayrımcılık kaynaklı bir sorundan dolayı bu sektörde bir işten ayrılmak zorunda kaldınız mı?
10. Bu meslekte yaşadığınız sorunlara rağmen meslekte kalmaya ya da meslekten ayrılmayı düşündünüz mü? Meslekte kalmayı düşündüyseniz sorunlarla nasıl baş ediyorsunuz?

5. Bulgular

Çalışma kapsamında 15 kadın turist rehberiyle görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde katılımcılara Tablo 1’de görüldüğü gibi R1, R2, R3....., R15 şeklinde kodlar verilmiş ve alıntılar bu kodlara göre verilmiştir. Bu kapsamda görüşme gerçekleştirilen turist rehberlerinin bireysel özelliklerine ilişkin bulgulara Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1
Katılımcılara İlişkin Bireysel Özellikler

Katılımcı	Yaş	Medeni Durum	Eğitim	Çocuk Sahibi Olma Durumu	Mesleki Deneyim	Bağlı Olduğu Oda
R1	36	Bekâr	Lisansüstü	1	14-19 yıl	ANRO
R2	39	Bekâr	Lisans	-	2-7 yıl	ŞURO
R3	25	Bekâr	Lisans	-	2-7 yıl	NERO
R4	26	Evli	Lisans	-	2-7 yıl	NERO
R5	27	Bekâr	Lisans	-	2-7 yıl	ARO
R6	32	Evli	Lisansüstü	1	8-13 yıl	ARO
R7	36	Evli	Lisansüstü	1	2-7 yıl	ARO
R8	42	Bekâr	Lisansüstü	-	14-19 yıl	ÇARO
R9	35	Bekâr	Lisans	-	14-19 yıl	ARO
R10	42	Evli	Lisansüstü	2	14-19 yıl	ÇARO
R11	25	Bekâr	Lisans	-	2-7 yıl	İRO
R12	44	Bekâr	Lisans	1	14-19 yıl	ANRO
R13	36	Bekâr	Lisansüstü	-	14-19 yıl	ANRO
R14	27	Bekâr	Lisansüstü	-	2-7 yıl	ANRO
R15	38	Evli	Lisans	1	8-13 yıl	İRO

Katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde tamamının 25-45 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Medeni durumları incelendiğinde on kişinin bekâr; beş katılımcının da evli olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların tamamı lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların çocuk sahibi olma durumlarına bakıldığında, altı kişinin çocuk sahibi olduğu, dokuzunun ise çocuk



sahibi olmadığı görülmektedir. Katılımcıların mesleki deneyimleri incelendiğinde, yedi kişinin 2-7 yıl, altı kişinin 14-19 yıl ve iki kişinin ise 8-13 yıl arası deneyime sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmada birtakım sorulara yanıt aranmıştır. Bunlardan ilki “çalıştığınız sektörde / meslekte cinsiyete dayalı pozitif ayrımcılık olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusudur. Katılımcıların 10’u pozitif ayrımcılık olduğunu düşünmezken bu durumun tersini düşünen katılımcılar da mevcuttur. Pozitif ayrımcılık olduğunu düşünen bir katılımcının soruya verdiği yanıt şu şekildedir: *Bazı durumlarda pozitif ayrımcılık olduğunu düşünüyorum. Örneğin özel bir tura çıkan bir aile kadın turist rehberi talep edebiliyor. Grubun milliyeti, demografik özelliklerine göre kadın rehber talebi olabiliyor. Özellikle İslam ülkelerinden gelen gruplarda bu talep olabiliyor (R6)*. Bir başka katılımcı ise konu hakkında şu şekilde düşünmektedir: *Turist rehberliğinde kadınlar olarak bazı noktalarda pozitif ayrımcılıklar yapılmaktadır. Ofiste dosya alırken kadın rehberlere daha nazik davranılıyor. Kullandığımız araçlarda şoförler kadınlara karşı daha terbiyeli konuşuyor. Bazı rezervasyon gerektiren işletmelerde öncelik veriyorlar (R5)*. Pozitif ayrımcılığın olduğunu düşünen bir diğer katılımcı ise şunları belirtmiştir. *Bir örnekle açıklamak gerekirse yalnızca bazı gruplar kadın rehber istediği için bir pozitif ayrımcılıktan bahsetmek mümkündür diye düşünmüyorum çünkü benzer şekilde özellikle erkek rehber isteyen gruplar da oluyor. Rehberlik mesleği özelinde de turizm sektöründeki cinsiyet ayrımcılığı aşağı yukarı geçerlidir diye düşünüyorum (R2)*. Bazı meslek grupları cinsiyete dayalıdır ve kadınlar erkek meslektaşlarına göre dezavantajlı olarak görülmektedir (Wang & Xu, 2018). Turist rehberliği mesleği için de toplumda böyle bir algı bulunmaktadır. Rehberlik mesleğinin erkeklere daha uygun olduğu düşünülmektedir. Ancak turist rehberliği kadınlar tarafından da yapılabilen bir meslek grubudur ve bu yanlış algının ortadan kalkması kadın turist rehberlerine mesleğinde önemli katkılar sağlayacaktır.

Katılımcılara ikinci olarak “çalıştığınız sektörde/meslekte cinsiyete dayalı negatif ayrımcılık olduğunu düşünüyor musunuz? Düşünüyorsanız sizi bu düşünceye iten nedenler nedir?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların yedisi sektörde/meslekte negatif ayrımcılık olduğunu düşünmektedir. Soruya ilişkin katılımcıların verdikleri cevaplar şu şekildedir: *Düşünüyorum, erkek emeği yoğun bir sektör kaptanlardan otel, lokanta, kafe vs. çalışanlarına kadar erkek personel daha çok ve kadın rehberler işlerini yaparken genelde erkeklerle iletişim halinde ve bu durum da erkek egemen bir sektördeki zorlukların hepsine yol açıyor. Belirli örnek olarak kaptanlarla kadın rehberin zor iletişimi verilebilir. Bu konu altına çok uzun yazılar yazılabilir kaptanların kadın rehberlere tavri zaman zaman işlerin çığırından çıkacağı boyutlara bile varabiliyor. Ben bunun erkeklerin kadınlarla çalışma konusunda isteksiz, özensiz ve beceriksiz tavırlarına bağlıyorum tabi ki bu bir ayrımcılıktır. Genellemeler yanlış olsa da ben kadın rehberle çalışmaktan ötürü iş sırasında sorun çıkartmayan çok az sayıda kaptan gördüm. Talimat almama, iletişimde ölçüyü kaçırma, iyi yaklaşımı suistimal etme yeri gelip işe karışma gibi örnekler verilebilir (R2)*. Bir başka katılımcının konu hakkında düşünceleri şu şekildedir: *Negatif ayrımcılık da oluyor. Bazen acenteler, rehber ve kaptan için ayrı ayrı konaklama ayarlayamadığı zaman kaptanla rehberin aynı odada kalmasını talep edebiliyor. Bu durumda kaptanla kalabilecek erkek rehber arıyorlar. Ayrıca tura katılan grup lideri varsa, grup liderinin cinsiyetine göre onunla aynı odada kalabilecek kadın ya da erkek rehber isteyebiliyorlar. Bazen de gece turlarında ve transferlerinde erkek rehberler talep edilebiliyor. Acente tarafından, geç saatte olan turları erkeklerin daha çok kabul ettiği belirtiliyor (R6)*. Bir katılımcı (R7) ise negatif ayrımcılık olduğunu bu durumun kişinin lehine olduğu kadar aleyhine yönelik de olduğunu belirtmiş ve birkaç örnekle açıklamanın imkânsız olduğunu vurgulamıştır. Yedi katılımcının aksine diğer sekiz katılımcı negatif ayrımcılık olduğunu düşünmemektedirler. Negatif ayrımcılığın olmadığı düşünen bir katılımcı konuyla ilgili olarak (R13) *ayrımcılığın en az görüldüğü ya da hiç görülmediği meslek gruplarından bir tanesinin rehberlik mesleği olduğunu belirtmiştir*. Katılımcılardan gelen görüşler değerlendirildiğinde genellikle şoför, garson yani erkek egemen olan bir sektörde paydaşlarla sorun yaşadığını belirtmek mümkündür. Turist rehberlerinin turunun başarılı bir şekilde geçmesi için tur



sırasında irtibat halinde olduğu kişilerle iletişimi önem taşımaktadır. Bu sorunların ele alınmaması da ziyaretçilerin rehberlik hizmetlerinin kalitesi hakkında artan şikayetlere yol açabilir ve bir turist destinasyonunun imajının zedelenmesine neden olabilir (Ap & Wong, 2000).

Katılımcılara “kadın turist rehberi olarak cinsiyet kaynaklı işe kabul aşamasında bir zorluk yaşadınız mı? Yaşadıysanız bu olay nedir ve bu zorluğu nasıl aştınız” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar işe alımlarda cinsiyet kaynaklı bir zorluk yaşamadıklarını belirtmiştir. Üç kadın turist rehberi işe kabul aşamasında zorluk yaşamıştır. Katılımcıların verdiği cevaplar şu şekildedir: *Cinsel bir öge olarak görülmekten rahatsızlık duyduğum oldu. Bu nedenle piyasada kalabilmek için bir süre sonra erkekleşerek kadınlık özelliklerimin değiştiğini gözlemledim. Yani ayakta kalabilmek kendimizi kabullendirebilmek için davranışsal olarak değişmek zorunda kalıyoruz ve bu bizim öz karakterimiz olmadığı için bir süre sonra psikolojik travma yaşayabiliyoruz. (R1)*. Bir diğer katılımcının konu hakkında düşüncesi şu şekildedir: *İki sefer yaşadım birisi İstanbul’da birisi şu an olduğum yerde. İkincisinin detayını vermek istiyorum işi ayarlayan kişi son ana kadar bana grubun özellikle erkek rehber istediğini belirtmediği için son anda işin rehberi değişti bu da ilgili kişiyle aramızda çatışmaya yol açtı çünkü önceden bütün bilgileri alıp sonra benden günlerimi ayırmamı istemesi gerekiyordu ama işimizde son dakika değişiklikleri gayet olağan karşılandığı için benim dışımda herkes rahat ve mutlu oldu. Not: Kadın rehber istememe nedenleri X holding sahiplerinin oğullarının arkadaşlarıyla küfür ederek gezi yapmak istemesiydi (R2)*. İşe kabul aşamasında zorluk yaşayan bir katılımcı yaşadığı olayı şu şekilde ifade etmiştir: *Erkek bir arkadaşımın seyahat acentesiyle görüşmeye gitmiştik ancak erkek olan arkadaşımı işe almayı tercih ettiler beni almadılar, bende bir daha o acenteye çalışmadım (R12)*. Seyahat acentelerinin kadın turist rehberlerini cinsiyetten kaynaklı ya da bazı turist gruplarının (dini veya siyasi görüş) kadın turist rehberi istememesinden kaynaklı olarak acenteler kadın turist rehberi tercih etmemektedir.

Katılımcılara işe almada işten çıkarılmada yaşlarıyla ilgili bir sorunla karşılaşp karşılaşmadıklarını belirtmeleri istenmiştir. Katılımcıların 14’ü işe almada, çıkarılmada yaşlarıyla ilgili herhangi bir sorun yaşamadığı, sadece bir katılımcının sorun yaşadığı tespit edilmiştir. Katılımcının soruya verdiği cevap şu şekildedir: *Evet karşılaştım, seyahat acentesi görüşmedeyken yaşımı sormuştu, yaşı büyük olan kişilerle çalışmadıklarını ifade etmişlerdi, seyahat acentesi böyle bir tutum sergileyince bende o turu kabul etmemiştim ve o acenteye tekrar çalışmadım (R12)*. İşe almada, çıkarılmada yaşlarıyla ilgili bir sorun yaşamayan katılımcılar, işletmelerin yaşı daha büyük olanların tecrübeli ve donanımlı olduğunu düşündüklerini ve bundan dolayı da yaşı büyük olan rehberleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcılara “acente tarafından turlarda cinsiyetinize bağlı olarak tercih edilme/edilmeme durumu ile karşılaşıyor musunuz? Karşılaşıyorsanız baş etmek için bir yöntem uyguluyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar, böyle bir durumla karşılaşmadıklarını belirtmişlerdir. Ancak bazı ailelerin ve muhafazakâr grupların kadın turist rehberi tercih ettiklerini söylemiştir. Ayrıca, seyahat acentelerinin grubun profiline ve donanımına uygun rehber tercih ettiklerini, cinsiyetin ikinci planda kaldığını belirtmişlerdir. Kadınların fazla olduğu gruplarda kadın turist rehberlerinin tercih edildiği belirtilmiştir. Bu soruyla ilgili bir katılımcının verdiği cevap şu şekildedir: *Birkaç kez yaşadım ama zamanla bunların bir etken olmadığını gördüler ve artık sorun yaşamıyorum. Böyle bir durumda da bilgi birikimi tecrübe ve iyi bir rehber olduğumuzu gösterirsek karşı tarafın bizi seçmemesi gibi bir durum olamaz (R5)*. Cinsiyete bağlı olarak tercih edilme/edilmeme durumuyla karşılaşan **R6** şunları ifade etmiştir: *Cinsiyete bağlı tercih edilme durumuyla karşılaştım. Özel turlarda ve yabancı grupların bazılarında özellikle kadın rehber istendiğini, kadın rehberin yanında grup üyelerinin kendini daha iyi hissettiğini belirten acenteler oldu. Bu durumla başa çıkmaya çalışmadım yani bu durumu değiştirmeye çalışmadım. Hatta bu durumu fırsata çevirip yabancı turistlerin zihinlerindeki Türk kadını imajını değiştirmeye çalıştım. İnsanların geçmişten gelen veya Türkiye’nin komşu olduğu ülkelerden kaynaklı bazı ön yargıları olabiliyor. Bu turlar sayesinde ön yargılarını*



değiştirebildiğimi düşünüyorum. Cinsiyete bağlı olarak tercih edilme durumuyla karşılaşan bir katılımcı da şunları belirtmiştir: Cinsiyetten kaynaklı herhangi bir tercih edilmeme durumu söz konusu olmadı aksine tercih edilme durumu oldu, bir grup özellikle kadın turist rehberi istediklerini belirttiklerinden dolayı tura çıkmıştım (R15). Katılımcılardan gelen görüşler doğrultusunda acentelerin turlarda önceliğinin cinsiyet olmadığı bilgi birikimi ve tecrübenin ön planda olduğunu belirtmek mümkündür. Bunun yanı sıra tur grubunun profiline göre de seyahat acenteleri tarafından talep edilen turist rehberi de farklılık göstermektedir.

Alınan ücretlerde cinsiyete bağlı olarak farklılaşma olup olmadığı sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların aldıkları ücretlere cinsiyete bağlı olarak herhangi bir farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir. Şüphesiz farklılaşma olmaması beklenen bir durumdur. Çünkü acenteler Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen taban ücreti vermek durumundadır. Bu taban ücretin altında tura çıkan turist rehberi için cezai bir durumu bulunmaktadır. Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru “işinizdeki sosyal haklardan (izin, prim) erkek rehberler ile eşit derecede mi yararlanıyorsunuz?” olmuştur. Katılımcıların hepsi sosyal haklardan (izin, prim) eşit derecede yararlandıkları cevabını vermiştir. Hatta kadın rehberlere erkek rehberlere oranla izin konusunda daha anlayışlı davrandıkları belirtilmiştir.

Katılımcılara “kadın rehberlerin iş deneyimleri/turlar esnasında sözel taciz / cinsel tacize maruz kaldığını düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar turlar esnasında sözel/cinsel tacize maruz kaldıklarını belirtmişlerdir. Özellikle şoförler tarafından çok nadir de olsa turistler tarafından sözel olarak tacize maruz kaldıklarını söylemişlerdir. Konuyla ilgili **R4** şunları ifade etmiştir: *Evet maalesef kalıyor. Bu genelde şoför oluyor ve bazen turistler sözel anlamda taciz ediyor. Kaldığımız otellerde müdür gibi kişiler bile buna cesaret ediyorlar. Bu sadece bizim sektörde değil ülkemizde her alanda kadına yapılıyor bu maalesef.* Konuyla ilgili bir diğer katılımcı ise şu yanıtı vermiştir: *Şoförler diye her türlü rahatça cevap verebilirim, sözlü tacizin her türüsünü yaşayıp mesleki jargona bile kattığımız oluyor çünkü böyle bir meslek ahlaki gelişmiş ama ses çıkarttığınızda deli muamelesi görüyorsunuz. Misafirlere cinsel değil ama mesleğimi ifa ediş biçimimle ilgili sayısız tacize uğradım, hakarete varacak biçimde. Bir gün bir daha asla yerli gruplarla çalışmayacak kadar deneyimim olduğunu söyleyebilirim (R2).* Turlar sırasında sözel taciz/cinsel tacize maruz kaldığını düşünen bir katılımcı *birçok kadın rehber çalışma esnasında sözel ve cinsel tacize maruz kalıyor. Bazı erkek misafirlere, şoförler ve meslektaşlar tarafından uğranılan bu tacizler hafife alınmamalı ve sessiz kalınmamalıdır. Tur esnasında durulan mola yerlerinde gece turlarında bile tacize uğranılabiliyor (R5)* cevabını vermiştir. Şoförlerin yanı sıra katılımcılardan iki kişi turist gruplarındaki kişilerden kaynaklı da sözel/cinsel tacize maruz kaldıklarını belirtmiştir. Özellikle yabancı turistler tarafından kültür farklılıklarından dolayı daha rahat davrandıklarını bundan dolayı da sözel tacize maruz kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu cevaplardan yola çıkarak, katılımcıların çoğunluğunun nadir de olsa sözel/ cinsel tacize maruz kaldıklarını belirtmek mümkündür.

Katılımcılara “cinsiyete bağlı ayrımcılık kaynaklı bir sorundan dolayı bu sektörde bir işten ayrılmak zorunda kaldınız mı?” sorusu sorulmuştur. Katılımcılar işten ayrılmak zorunda kalmadıklarını ancak bu durumdan rahatsız olduklarını bildirmişlerdir. Turist rehberlerinin serbest olarak çalışma olanakları bulunduğundan herhangi bir seyahat acentesinin tavır ve davranışlarını beğenmemesi durumunda bir daha o işletmeyle çalışmama fırsatına sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Son olarak katılımcılara “bu meslekte yaşadığımız sorunlara rağmen meslekte kalmaya ya da meslekten ayrılmayı düşündünüz mü? Meslekte kalmayı düşündüyseniz sorunlarla nasıl baş ediyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların soruya verdikleri yanıtlar şu şekildedir: *İdealist biri olduğum için hiçbir zaman mesleğimi bırakmayı düşünmedim. Duruşumu tavrımı bozmadan insanlara kabullendirdim. Eğer donanımlı bir rehberseniz ve kendinizi kanıtlamışsanız bu sorunlar zamanla ortadan kalkmaktadır. (R1).* Bir başka katılımcı ise şu yanıtı vermiştir: *Ayrılmayı*



düşünmüyorum ben bıraksam kalanlar aynısını yaşayacak, erkeklerin, her eğitim ve kültür ve ekonomik düzeyinden erkeklerin kadınlarla eşit olduklarını, hizmet alırken, verirken birlikte iş yaparken, işverenken çalışırken her durumda önce eşit insan olduğumuzu sonra da iş ilişkisinin gereğini yapmayı öğrenmesi gerekiyor. Bırakmak bana arkamızdan gelen kimseye bir fayda sağlamaz (R2).

Katılımcılardan gelen cevaplar değerlendirildiğinde, kadın turist rehberlerinin cinsiyet kaynaklı sorunlar yaşadıklarını belirtmek mümkündür. Turizm sektöründe erkeklerin daha fazla olduğu ve kadın turist rehberlerinin sayıca azınlıkta olduğundan dolayı, şoförler, meslektaşlar ve turist gruplarıyla birtakım sorunlar yaşadıkları görülmektedir. Kadın turist rehberlerinin yaşadıkları sorunlara rağmen meslekte ayrılmayı düşünmedikleri ifade edilmiştir. Aksine meslekte kalıp bu sorunlarla baş etmek istediklerini belirtmişlerdir. Turist rehberleri çalışma hayatında birçok kişiyle iletişim halindedir. Bundan kaynaklı da kadın turist rehberleri iletişimde oldukları gruplarla birtakım sorunlar yaşayabilmektedirler (Erkol Bayram vd., 2018). Acentelerden kaynaklı, turist gruplarından kaynaklı sorunlar gibi sorunlar sıralanabilmektedir. Bu sorunlara yönelik geliştirilen öneriler ve bu önerilerin uygulanması kadın turist rehberlerinin meslekte gösterecekleri performanslarına da yansiyacak ve hizmet kalitesinin de artmasına katkı sağlayacaktır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, turizm sektöründe çalışan kadın turist rehberlerinin cinsiyete dayalı ayrımcılık yaşayıp yaşamadığının belirlenmesi ve yaşıyorsa bunların nedenlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışmada öncelikle literatür taraması yapılmıştır, uygulama aşamasında nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırmalarda en sık tercih edilen veri toplama aracı görüşmeden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında elektronik ortamda ve yüzyüze görüşmeyle 15 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcılardan elde edilen bulgular doğrultusunda ilgili kişi ve kurum/kuruluşlara öneriler sunulmuştur.

Araştırma bulgularına göre; kadın turist rehberlerinin çalışmaları esnasında bazı durumlarda erkek çalışma arkadaşlarına kıyasla pozitif ayrımcılık ile karşılaştıkları belirlenmiştir. Bununla birlikte, görüşmeye katılan kadın turist rehberlerinin pek çoğunun meslek hayatlarında negatif ayrımcılığa maruz kaldığı da tespit edilmiştir. Seyahat acentelerinin cinsiyetten kaynaklı olarak turlarda kadın turist rehberi tercih etmedikleri, kadınların turu iyi yönetemediklerini düşündüklerinden müdahale ettikleri bulgular arasındadır. Çalışmadan elde edilen bulgular, Zengin vd. (2014) tarafından yapılan çalışmanın bulgularıyla benzer niteliktedir. İlgili çalışmada, seyahat acentesi çalışanlarının kadın rehberlere karşı kaba davranışlarının olduğu, kadın olmasından kaynaklı emir almak istememesi gibi bulgular elde edilmiştir. Bunun yanı sıra kadın turist rehberlerine tur verilmemesinden kaynaklı da maddi olarak kayıplarının olduğu belirtilmektedir. Bu durum için seyahat acentesi yetkililerine yönelik bir bilinçlendirme eğitimi verilmesi faydalı olabilir. Çünkü rehberlik mesleğinin sadece erkeklere yönelik olmadığı, kadınların da bu mesleği yapabileceği düşüncesi topluma empoze edilmelidir. Aslında bu durum sadece seyahat acentesi yetkilileri için değil toplumda bu konuyla ilgili önyargı için de geçerlidir. Toplumdaki bu önyargının giderilmesi için de Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUREB ve meslek odaları tarafından çalışmalar gerçekleştirilerek medyada yer bulması sağlanabilir.

Katılımcı kadın turist rehberlerinin tur esnasında şoförler, turistler ve meslektaşları tarafından sözel/cinsel tacize maruz kaldıkları belirtilmiştir. Arslan ve Şimşek (2018) tarafından yapılan çalışmada da kadın turist rehberlerinin şoförler ve meslektaşlarıyla sorun yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum için özellikle şoförler bazında tur öncesinde/sırasında/sonrasında nasıl davranılması gerektiği ile ilgili eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. Çünkü kadın turist rehberleri tur esnasında çoğunlukla şoförle iletişim halindedir. Bundan dolayı şoför ve turist rehberi arasında iyi bir iletişimin olması gerekmektedir. Bunun yanı sıra meslektaşlar ile olan dayanışmada



önem taşımaktadır. Kadın turist rehberleri meslektaşlarından da anlayış beklemektedir. Bu konuda meslektaşlar da bir araya gelerek kadın turist rehberlerinin yaşadıkları sorunlara yönelik birlikte çözümler üretebilirler. Meslektaşlardan kaynaklı sorun yaşayan kadın turist rehberleri bu durumu ilgili kuruma bildirerek gerekli yaptırımların uygulanmasını sağlayabilir. Özellikle Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde Madde 30'da yer alan meslek etik ilkeleri bölümüne sözel/cinsel tacizle ilgili bir madde eklemesi yapılabilir.

Dünya genelinde görülen sosyo-ekonomik gelişmeler kadınların pek çok alana olduğu gibi iş hayatına aktif katılımını önemli ölçüde artırmıştır (Karabıyık, 2012). İş yaşamında aktif rol almaya başlayan kadınlar toplumun ataerkil yapısında farklılaşmaya yol açmıştır. Ancak her ne kadar ataerkil yapıda değişimler görülsün de eskiden beri var olan, toplumun kadın ve erkeklere yüklediği bazı davranış biçimleri hala etkisini sürdürmektedir. Kişiler de kimi zaman farkında olmadan yaşadığı toplumda var olan normları bilinçaltına kodladığından cinsiyete dayalı olarak yapılan ayrımcılıkları kabul etmektedir (Tözün, 2007). Toplum tarafından farkında olmadan bile olsa kabul gören bu ayrımcılık hem aile içinde hem de iş yaşamında kendini göstermektedir. İş hayatında varlıklarını arttırmalarına karşın kadınlar günümüzde hala toplumsal kalıplaşmış yargılardan ve kendilerine yüklenen rollerden kurtulamamışlardır.

Hizmet sektörünün başat öğelerinden ve emek-yoğun bir özellik gösteren turizm sektöründe de kadın çalışanların sayıları her geçen gün daha tatmin edici olsa da tam zamanlı çalışma, yüksek ücretle çalışma, terfi ve meslekte yükselmelerinin kısıtlı olduğunu ortaya çıkaran çalışmalar mevcuttur. Sektörde her geçen gün kadın çalışan sayısının artmasına rağmen kadınların halen arzuladıkları statülerde olamadıkları görülmektedir (Akoğlan, 1996). Turizm sektörü pek çok birimde kadının yer bulabileceği ancak oldukları yerde tutunma veya yükselme imkanının zor olduğu bir sektör olarak sayılabilir. Kadın turist rehberlerinin iş yaşamlarında karşılaştıkları ayrımcılıklara bağlı olumsuzlukları ortadan kaldırmak için, özellikle seyahat acenteleri tarafından turlar esnasında erkek rehberler ile eşit fırsatlar verilmeli ve yetenek ve bilgisini ortaya çıkarabileceği ortamlar sunulmalıdır. Bunun yanı sıra kadın turist rehberlerinin sayısı erkek rehberlere oranla çok az sayıdadır. TUREB'e kayıtlı 7928 erkek turist rehberi bulunurken, kadın turist rehberi sayısı 3921'dir. Bu sayının artırılması rehberliğin sadece erkeklere yönelik olmadığı kadınların da turist rehberliği mesleğini yapabildiğini gösterecektir. Kadın rehberlerin meslekte negatif ayrımcılık algılarının ortadan kaldırılması için hem erkek hem kadın rehberlerin başarılarının eşit şekilde ödüllendirilmesi sağlanabilir. Eşit işe eşit ücret ilkesi her zaman benimsenip uygulanabilir.

Yapılan bu çalışmanın birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Görüşme yapılan kişi sayısı sınırlıdır. Konuyla ilgili ileride çalışma yapacak araştırmacılar örneklem sayısını artırabilir ya da konuyla ilgili nicel çalışmalar yapabilir. Nitekim böylelikle hem ilgili alanyazına hem de ilgili sektör, kişi, kurum/kuruluşlara katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akbaş, K. & Şen, İ. G. (2013). Türkiye'de kadına yönelik pozitif ayrımcılık: Kavram, uygulama ve toplumsal algılar. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Hukuk Özel Sayısı, 165-189.
- Akoğlan, M. (1996). Konaklama endüstrisinde kadının konumu. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 16-23.
- Arslan, A., & Şimşek, G. (2018). Kadın turist rehberlerinin yaşadıkları mesleki sorunlar: Aydın turist rehberleri örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, 13, 23-49.



- Ap, J. & Wong, K. K. F. (2000). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Ataöv, T. (1996). *Çatışmaların kaynağı olarak ayrımcılık*. Ankara: A.Ü. S.B.F. İnsan Hakları Merkezi Yayınları No: 20.
- Aydın Tükeltürk, Ş. & Şahin Perçin, N. (2008). Turizm sektöründe kadın çalışanların karşılaştıkları kariyer engelleri ve cam tavan sendromu: Cam tavanı kırmaya yönelik stratejiler. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 113-128.
- Batman, O. (2003). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik bir araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 117-134.
- Bingöl, O. (2014). Toplumsal cinsiyet olgusu ve Türkiye'de kadınlık. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(1), 108-114.
- Çakır, P. G., Barakazı, M. & Barakazı, E. (2017). Turizm sektöründe çalışan kadınların karşılaştığı sorunları değerlendirmeye yönelik bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 61, 461-474.
- Çelik, A. & Altıntaş, V. (2017). İşgören bulma ve seçiminde cinsiyet ayrımcılığının etkisi: İzmir'deki A grubu seyahat acentalarına yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(1), 90-107.
- Cetin, G. & Yarcın, Ş. (2017). The professional relationship between tour guides and tour operators. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(4), 345-357.
- Dalkıranoglu, T. (2006). *Çalışma yaşamında kadın işgücü ve cinsiyet ayrımcılığı: Konaklama işletmelerinde bir uygulama*. (Tez No. 191873) [Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Dalkıranoglu, T. & Çetinel, F. G. (2008). Konaklama işletmelerinde kadın ve erkek yöneticilerin cinsiyet ayrımcılığına karşı tutumlarının karşılaştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, 277-298.
- Dedeoğlu, S. (2000). Toplumsal cinsiyet rolleri açısından Türkiye'de aile ve kadın emeği. *Toplum ve Bilim*, 86(3), 139-170.
- Demir, M. (2011). İş yaşamında ayrımcılık: Turizm sektörü örneği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 760-784.
- Demirdelen Alrawadieh, D. (2021). Kadın turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunların belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3(1), 1-15.
- Durmuş, A. E. (2001). *Kadın ve erkek yöneticilerin liderlik davranışları arasındaki farklar*. (Tez No. 103960) [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Erkol Bayram, G., İpar, M. S., Keskin, M. & Ak, S. (2018, Nisan 27-28). Kadın rehberlerin toplumsal rolleri ve çalışma yaşamında karşılaştıkları cinsiyet temelli sorunlar. *I. Turizm Rehberliği Kongresi*, Balıkesir, Türkiye.



- Eser, S. (2018). Meslek olarak turist rehberliği. İçinde *Turist Rehberliği* (Ed. S. Eser, S. Şahin & A.C. Çakıcı) ss. 25-46. Detay Yayıncılık.
- Eser, S. & Şahin, S. (2021). Turist rehberliği mesleğinde yaşanan güncel sorunlar üzerine bir inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1344-1355.
- European Commission (2020). EUROSTAT database, [tourism statistics]. 01.05.2021 tarihinde <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> adresinden erişilmiştir.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe – yöntem – analiz*. (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Güzel, Ö. F. & Şahin, İ. (2018). Turist rehberlerinin bakış açısıyla Türkiye’de yaşanan olumsuz güncel gelişmelerin mesleğe etkileri ve çözüm önerileri. İçinde *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar*. (Ed. N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç ve H. Ulusoy Yıldırım) ss. 427-445. Detay Yayıncılık.
- International Labor Organization (2019). Global Report on Women in Tourism, (Second Edition), UNWTO, Madrid.
- International Labour Organization. (2020). ILOSTAT database [Population, labor force participation and employment statistics]. <https://ilostat.ilo.org/data/> (Erişim Tarihi: 30.06.2021).
- İleri, Ü. (2016). Sosyal politikalarda kadın ve cinsiyet ayrımcılığı ile ilgili başlıca uluslararası ve ulusal hukuki düzenlemeler. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 5(12), 128-153.
- İlhan, Y. & Soybalı, H. H. (2018). Turist rehberlerinin mesleki sorunları üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(1), 13-23.
- İstanbulu Dinçer, F., Akova, O., Muğan Ertuğrul, S. & Aydoğan Çifçi, M. (2016). Woman labour force in tourism industry in Turkey: Opportunities and barriers. *Eurasian Academy of Sciences Social Sciences Journal*, 1, 379-395.
- Jordan, F. (1997). An occupational hazard? Sex segregation in tourism employment, *Tourism Management*, 18(8), 525-534.
- Karabıyık, İ. (2012). Türkiye’de çalışma hayatında kadın istihdamı. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1), 231-260.
- Karacaoğlu, S. & Sert, A. N. (2018). Turist rehberlerinin mesleki sorunları üzerine bir araştırma: Kapadokya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 81-99.
- Karaçar, E. (2018). Turizm sektöründe kadın ve eşitlik / ayrımcılık. İçinde; *Turizm ve Kadın*. (Ed. G. Erkol Bayram, A. T. Bayram, Ö. Altunöz Sürücü). ss. 15-28. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kartal, M. (2014). *Emek piyasasında kadın çalışanlara yönelik cinsiyet ayrımcılığı: Kahramanmaraş tekstil sektörü örneği*. (Tez No. 377698) [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>



- Kattara, H. (2005) Career challenges for female managers in Egyptian hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(3), 238-251.
- Kocacık, F. & Gökkay, V. B. (2005). Türkiye’de çalışan kadınlar ve sorunları. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1), 195-219.
- Köroğlu, Ö., Ulusoy, Yıldırım, H. & Balıkoğlu, A. (2020). Kadın turist rehberlerinin mesleki sorunlarının belirlenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 26-40.
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Forum: Qualitative Social Research*, 11(3), Art 8.
- Ng, C. W. & Pine R. (2003). Women and men in hotel management in Hong Kong, perceptions of gender and career development issues. *Hospitality Management*, 22, 85-102.
- Ngo, H. Y. (2000). Trends in occupational sex segregation in Hong Kong. *International Journal of Human Resource Management*, 11(2), 251-263.
- Parlaktuna, E. İ. (2010) Türkiye’de cinsiyete dayalı mesleki ayrımcılığın analizi. *Akademik Bakış*, 10, 1217-1230.
- Pelit, E., Güçer, E. & Demirdağ, Ş. A. (2016). Kadın işgörenlerin karşılaştığı sorunların iş bırakma eğilimlerine etkisi: Otel işletmelerinde bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1309-1387.
- Pelit, E. & Katırcıoğlu, E. (2018). Turist rehberliği mesleğinde taraflar açısından yaşanan sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2), 74-94.
- Pınar, G., Taşkın, L., & Eroğlu, K. (2008). Başkent üniversitesi öğrenci yurdunda kalan gençlerin toplumsal cinsiyet rol kalıplarına ilişkin tutumları. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 15(1), 47-57.
- Saatci, G. & Aksu, S. (2020). Ayrımcılık konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrisi: Turizm perspektifinden bir değerlendirme. *Türk Bilim Araştırma Vakfı*, 13(1), 111-125.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de turizm sektörünün istihdama katkısı, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1), 101-117.
- TDK, *Ayrımcılık*. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 26.06.2021).
- The Global Competitiveness Report 2006, World Economic Forum (WEF) Geneva, Switzerland.
- Tözün, M. (2007). Tarihsel süreçte toplumsal cinsiyet: Küresel bir yaklaşım. *Geniş Açık: MN Actual Medicine*, 15(11), 60-64.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2020). İşgücü İstatistikleri. <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 01.05.2021).
- UNWTO (2019). *Global report on women in tourism*. (Second Edition).



- Ural, A. & Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Detay Yayıncılık.
- Wang, H. & Xu, H. (2018). Gender strategies at work: Informal female tour guides in Yangshuo West Street. *Journal of China Tourism Research*, 14(4), 524-540.
- Weiler, B. & Ham, S. H. (2002) Tour guide training: A model for sustainable capacity building in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 52-69
- World Travel & Tourism Council, (2020). <https://wtcc.org/en-gb/> (Erişim Tarihi: 02.05.2021)
- Yenipınar, U., Bak, E. & Çapar, G. (2014). Turist rehberliği meslek kanununun, meslek örgütleri ve öğretim elemanlarının bakış açısı ile değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 86-114.
- Yenipınar, U. (2019). Turist rehberliği mesleği. İçinde *Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği* (Ed. Ö. Köroğlu & Ö. Güzel) ss. 1-26. Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, G. & Özbek, Ö. (2019). Profesyonel turist rehberlerine yönelik cinsel taciz ile ilgili bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(2), 72-87.
- Yumuk, Y., Demirel, N., Altınay Özdemir, M. & Çokal, Z. (2020, Kasım 20-22). *Female tour guides' perceptions of gender-based discrimination: A feminist approach in Turkey* [Konferans sunum özeti]. 3rd Economics, Business and Organization Research Conference, Roma, İtalya.
- Zengin, B., Erkol, G. & Eker, N. (2014, Kasım 13-16). Rehberlik mesleğinde bir engel olarak cinsiyet ayrımcılığı: Bayan turist rehberleri üzerine bir araştırma. *15. Ulusal Turizm Kongresi*, Ankara, Türkiye.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Tarih: 24.05.2021

No: 2021/269

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %35

2. yazar katkı oranı : %35

3. yazar katkı oranı : %30

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 13.03.2022
Revizyon Tarihi (Revised) : 10.05.2022
Kabul Tarihi (Accepted) : 27.06.2022

TURED
JOTOĞ



Şeyh Şaban-ı Veli Kültür Rotasının Oluşturulması


Designing Sheikh Sabani Veli Cultural Route

Assoc. Prof. Dr. Canan TANRISEVER 

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Kastamonu University, Tourism Faculty, Turkey
E-Mail: cnntanrisever@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin PAMUKÇU 

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, Turkey
E-Mail: pamukcuhuseyin@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Nuri ERDEM 

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Türkiye
Osmaniye Korkut Ata University, Engineering Faculty, Turkey
E-Mail: nurierdem@osmaniye.edu.tr

Öz

Amaç ve Önem: Bu çalışmada bölgede turizm çeşitliliğinin sağlanması için yeni bir kültür rotası oluşturulması amaçlanmıştır.

Yöntem: Bu çalışmada GPS ve ortofoto haritalar gibi mekansal teknolojiler kullanılarak Şeyh Şaban-ı Veli kültür rotası oluşturulmuştur. İlçeye ait uydu görüntüleri, vektör haritaları, ortofoto haritaları, Türkiye sayısal yükseklik modellerini kullanarak Kastamonu ili ve çevresinin 3 boyutlu sayısal arazi modeli oluşturulmuştur.

Bulgular: Şeyh Şaban-ı Rotası hem içerik hem de varış noktası olarak Sufi Rotası'nın bir tamamlayıcısıdır. Şeyh Şaban-ı Veli güzergahının oluşumu sırasında karşılaşılan sorunlar restorasyon, yazılı veya görsel malzeme, tabela, kamp yerlerinin olmamasıdır. Bu çalışmada güzergahın koordinatları belirlenmiş ve güzergah planlaması yapılmıştır.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Şaban-ı Veli rotası kırsal alanların turizm amacıyla bir geliştirme aracı olarak kullanılabilir.

Anahtar Kelimeler: Kültür yolları, doğa yürüyüşü; sufi rotası, Şeyh Şaban-ı Veli; haritalama

Makale Türü: Araştırma makalesi

Abstract

Purpose and Importance: In this study, we aimed to create a new cultural route in order to provide tourism diversity in the region.

Methodology: In this study, the Sheikh Shaban-i Veli cultural route was created by using spatial technologies such as GPS and orthophoto maps. We created a 3D digital land model of Kastamonu province and its environs by using the district-owned satellite images, vector maps, orthophoto maps, digital elevation models of Turkey.

Findings: The Sheikh Shaban-i Route is a complement to the Sufi Trail, both as content and a destination. The problems encountered during the formation of the Sheikh Shaban-i Veli route are the lack of restoration, written or visual materials, sign, camping places. this study, the route's coordinates were determined, and the route planning was done.

Originality/Value: Shaban-i Veli route can then be used as a development tool for marginal or rural areas.



Keywords: Cultural routes, trekking, sufi trail, Sheikh Shaban-I Veli, mapping.

Paper Type: Research article

Introduction

A changing world and changing tourism motivations have pushed individuals to search for authenticity in their tourism choices (Bastemur, 2011). In recent years, the increase in the number of people who adopt the motto of healthy living (and a philosophy of turning to nature) has increased the demand for nature walks (Kádár & Gede, 2013). Nature walks have diversified over time and the concept of route trekking has been born in the beginning of 20th century (Lourens, 2007), gaining an economic dimension in alternative tourism activities. When the ancient cities, ancient routes, and routes taken by important people for history were mentioned, the routes were called cultural routes (Majdoub, 2010). The cultural routes emphasize the uniqueness and individuality derived from the geographical space by connecting attractions with similar characteristics (González & Medina, 2003; Kong Jian, 2005).

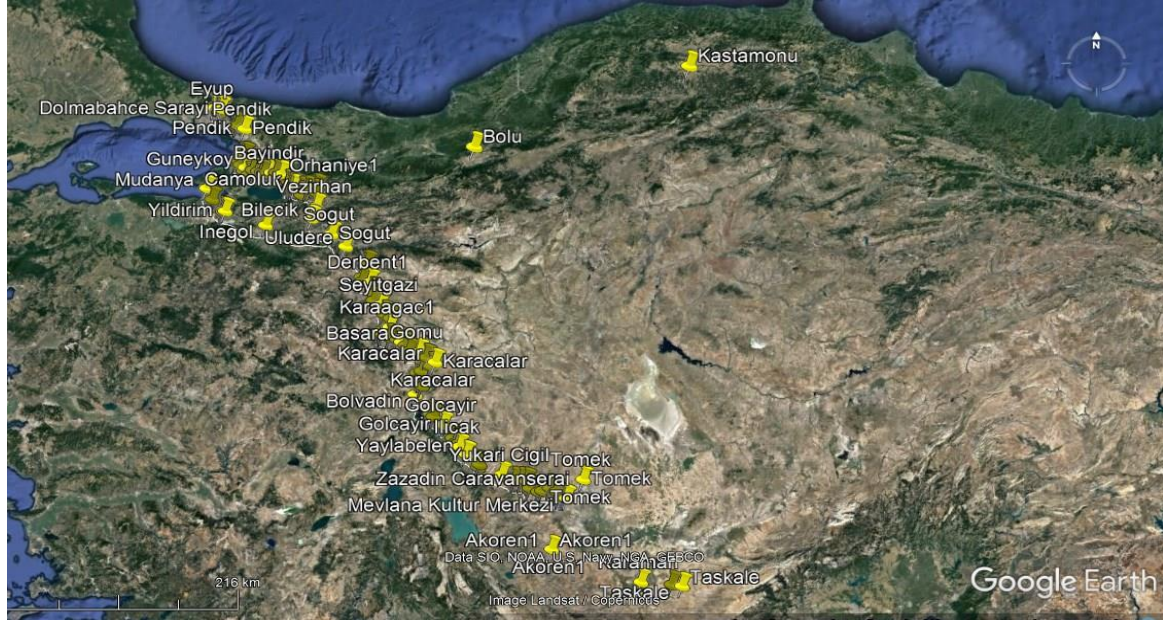
The concept of cultural routes is a current issue because of increasing interest in historical cultural and natural heritage. Therefore, tourism enterprises create alternative tourism spaces to attract more tourists (Kádár & Gede, 2013; Notarstefano & Gristina, 2021). According to Lourens (2007), cultural routes are types of travel which bring different attractions together. Cultural routes are mostly classified as natural, religious, food, handicrafts, and important personalities themes (Bastemur, 2011).

The culture route concept was first established in 1987 by the Council of Europe (European Council, 2021). It aimed at cultural diversity, intercultural dialogue, identity sharing, cultural exchange, and enrichment (Lois-González & Santos, 2015). While Europe has 38 cultural routes, there are 26 routes in Turkey (European Council, 2021; culturalroutesinturkey, 2021). One of the routes is Sufi Trail. The Sufi Trail, which is one of the longest religious routes in the world, tries to combine some of different religions in Turkey (Culturalroutesinturkey, 2021). Before describing the Sufi Trail, the definition of Sufi is necessary. In Islamic mysticism, Sufi means holy person, Saint, or pure person (Yılmaz, 2012). There are many Sufi people in Islamic mysticism. In Turkey, the most popular Sufi people are Mevlana, Hacı Bektashi Veli, Hacı Bayram Veli, and Sheikh Shaban-i Veli (Yılmaz, 2012; Tatcı, 2012). They are known as Anatolia's four spiritual pillars. The Sufi trail was created with the aim of revitalizing the places of holy people, Islamic poets, and wise scholars who lived in different centuries in Anatolia to raise awareness about cultural and religious tourism and to bring spiritual values to the surface (Abdülkadiroğlu, 1991). The Sufi Trail starts in Istanbul and extends to Konya, providing adventure for nature hikers, cyclists, and cultural lovers. The walking path's total length is 801 km. Pastoral old villages with monumental mosques and hidden treasures and the underwater city in İznik, where Christianity began, are seen on the route. The Sufi trail map can be seen below in Figure 1.

In this study, we propose creating a new cultural route named the Sheikh Shaban-i Veli Route to be combined with the Sufi Trail. The most important thing in creating this route is the enthusiasm of local people and local administrators in this route. Hikers come to the area, but they complain about the lack of route planning. The fact that Sheikh Sabani Veli is an important name both in the region and throughout the country necessitated the planning of this route. All religiously oriented cultural routes in Turkey were combined on the map, creating a new cultural route named the Sheikh Shaban-i Veli Route in the study. Sheikh Shaban-i Veli was an important religious character in Islamic philosophy. This new route can be combined with the Sufi Trail. Thus, the four important religious centers of Anatolia, which are thought to be the four spiritual pillars, will be connected to

one another. For this reason, the route is a candidate to be the longest Sufi Route in Europe and Turkey.

Figure 1
Sufi Trail Map (Part in Turkey)



Source: <https://sufiyolu.com/rota/>

Sheikh Shaban-i Veli considered one of the four spiritual pillars of Anatolia (Yılmaz, 2012). The cultural route also shows the contemporary design of the values of tangible and intangible heritage for the private and public sector stakeholder organizations as a resource of a sustainable social and economic development. The Sheikh Shaban-i Veli route can then be used as a development tool for marginalized or rural areas as an economic activity and an attraction for tourists. Supra-national rhetorics of cultural openness, inclusivity, and diversity become reality in terms of actual cultural routes projects (Culturalroutesinturkey, 2021). Cultural routes in Europe have been known for years. They began to be preferred in recent years in Turkey (Culturalroutesinturkey, 2021).

The study was limited to Kastamonu city (not to the other cities related to Sheikh Shaban-i Veli) because it is home to a concentration of areas related to Sheikh Shaban-i Veli's life. The city matters because the route starts in this city. The city of Kastamonu is located in northern Turkey in the Black Sea Region. Sheikh Shaban-i Veli Route runs 80 kilometres between Hanonu and Kastamonu. If the other part between Kastamonu and Istanbul is included, it is over 600 kilometres. When combined with the Sufi Trail, it will be over 1400 kilometres. If Hacı Bektash-i Veli (Nevşehir) and Hacı Bayram-i Veli (Ankara) are added, the whole route will be almost 2000 kilometres. It will be popular for hikers, bikers, riders, and religious tourists. Including the other paths, there are over 500 historical places related to all religions. This route is in Kastamonu province, 68% of which is forested. Kastamonu will be one of the favorite cities for nature walks, with all these regional advantages. It is also one of the most important nature-based tourism centers in Turkey (Kastamonu City Hall, 2021). There are also two national parks in the city and an alternative travel to those coming for Sheikh Shaban-i Veli route. Independence Trail, which is a cultural route in Turkey and plays an important role in the struggle of the Turkish War of Independence is located on Kastamonu borders and offers another alternative to the hikers. Sheikh Shaban-i Veli Route will be the only religious route in the Western Black Sea Region.

1. Method

The Sheikh Shaban-i Veli cultural route was created in 2019 by using spatial technologies such as GPS and orthophoto maps. The process of mapping is important. The importance and effect of mapping activities on the development of cultural tourism have been demonstrated by land and office studies (Kádár & Gede, 2013).

Maps, which were prepared in the past by difficult and exhausting methods, have become easier and faster to make, especially with the development of technologies such as computer, satellite, remote sensing, and GPS (Kervankıran & Çuhadar, 2014; Kong, 2001). GIS technologies, GPS metrics, and Google Earth/Maps programs for map-based spatial analysis are the basis of culture routes (Kong, 2001). Orthophoto maps were used in the study area. The map in the form of a photo with the addition of map edge information, grid lines, height curves, place names, and other cartographic information such as legend, scale, datum used is called orthophoto map (HGKS, 2003). In this study, we propose creating a cultural route by using spatial information technologies, a cultural route consisting of the places where the Shaban Shah-i Veli lived and served in the province from his birth to his death was established.

2. Findings

Kastamonu province and its surroundings form the study area shown in Figure 2, located in Turkey's western Black Sea Region. Kastamonu province and its environs are mostly composed of rugged terrains. The Isfendiyar (Küre) Mountains (PANPark Certified) are located north of the city center and the Ilgaz Mountains with the eastern west extension. It covers the major portion of the projection extending toward the Black Sea in Turkey.

Figure 2

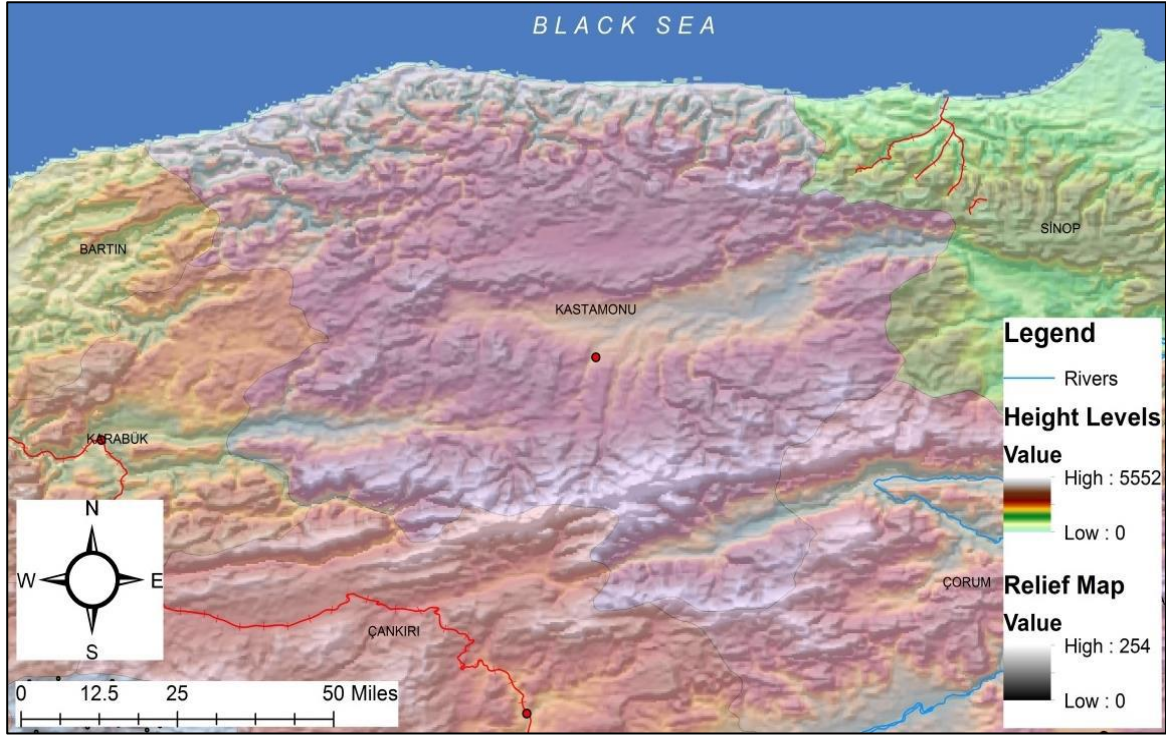
Kastamonu and Its Environs Geographical Location



Source: <https://www.harita.gov.tr/>

We created a 3D digital land model of Kastamonu province and its environs by using the District-owned satellite images, vector maps, orthophoto maps, digital elevation models of Turkey, and relief maps seen in Figure 3. The topographic structure of the province, rivers, and land structure for the transportation network is divided into classes.

Figure 3
3D Model of Kastamonu and Its Environs



Source: It was created by the author

This research was limited to the places important in Sheikh Shabani Veli's life:

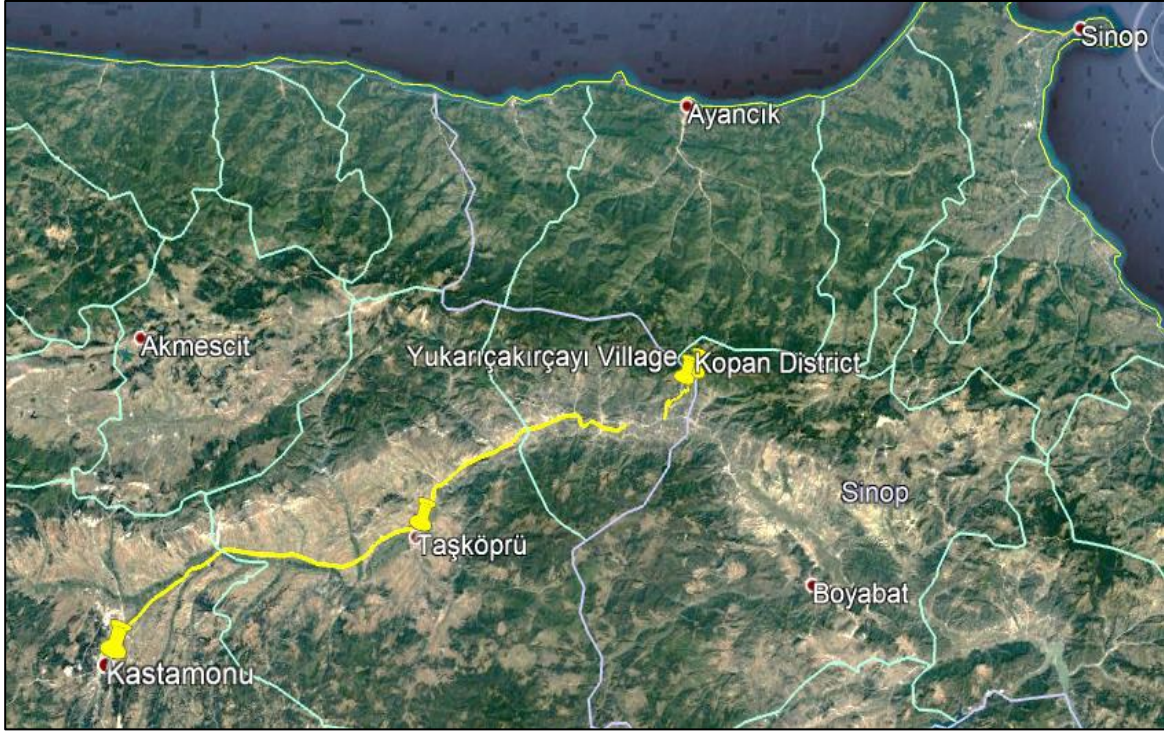
- Yukari Cakircayi Village, Hanonu, Kastamonu (The house where he was born)
- Taskopru Kastamonu (The house where he was adopted and grew up)
- Muzafferettin Gazi Madrasah, Kastamonu (The place where he was first educated)
- Nasrullah Cami ve Madrasah, Kastamonu (The place where he completed his high school and university education)
- Abdurrezzak Cami, Kastamonu (The place where he completed Quran and Tafsir education)
- Fatih Sahn-i Seman Madrasah, İstanbul (Another place where he was educated)
- Hayreddin Tokadi Dervish, İstanbul (The place where he studied for 12 years)
- Cemalettin Aga Masjid, Kastamonu (The place where he was educated)
- Honsalar Mosque, Kastamonu (Preaching place) Ahmet Sunneti Masjid (Sheikh Shabani Veli Mosque) (The place where he was buried)

The coordinates were first obtained from the field with the help of a handheld GPS receiver were entered into the Google Earth program in Figure 4 and then added to the orthophoto map of the region in the Netcad map drawing program. The area of Taskopru district, Yukaricakircay Village, where the Shehan-i Veli was born, was shown on the map. The village of Yukaricakircay is considered the planned route's point of departure, as seen in Figure 4.

The route's second point, shown in Figure 4, is Kopan District, about 1.5 km from the first point. The village can be accessed by a wide dirt road and passenger cars. The starting point of planning Sheikh Shaban-i Veli cultural route is located on, Yukaricakircay Village, Kopan Neighborhood and Taskopru district. It is shown in Figure 4 on the Google Earth view of the region. The house where the Sheikh Shaban-i Veli grew up in Taskopru district is shown in Figure 4. The general situation of Yukaricay Village where Sheikh Shaban-i Veli was born, Kopan Street where his brother's grave is located, and Taskopru district where he was educated are shown in Figure 4 on the Google Earth image.

Figure 4

General View of the Route



Source: It was created by the author

Some destinations in Kastamonu center and Taskopru district within the cultural route are shown on the Google Earth image in Figure 5.

Figure 5
Some Points on the Destination



Source: It was created by the author

3. Discussion

The cultural route we prepare will not only provide efficient use of resources, but will also offer a competitive advantage in tourism. The created cultural route was designed with an interdisciplinary study such as map engineering, tourism and guidance in order to minimize the damage to the environment and local cultural dynamics. It was designed to be a sustainable study. Travelers coming from Europe will be able to reach the Black Sea coastline via Kastamonu, using this road route. Adding this route will make these locations more competitive. In addition, it will continue to Edirne through Istanbul and from there connect with other cultural routes in Europe. In this way, integrity can be achieved with other cultural routes of different countries and religious beliefs.

The problems encountered during the formation of the Sheikh Shaban-i Veli route are the lack of restoration, written or visual materials, sign, and camping places. There are also accommodation and substructure problems. Moreover, a certain part of the road consists of asphalt. As a solution, a new path will be determined parallel with the main road.

Sheikh Shaban-i Veli route has a different religion perception from different cultures. It will be a part of a religious route which has different religions from history to present. In this context, it contributes to cultural geography. It is prepared to meet international standards and will be cooperated with other route planners around the world. In this way, a cross-border project will be implemented. Participation or connection to other cultural routes prepared by the European Cultural Routes Institute and the World Walkways Network will be provided. In the continuation of the project, colorful maps of different scales and a guidebook will be prepared. In addition, it will be made more easily accessible through the web page to be prepared and with applications based on

Global Positioning System (GPS). Also, using the Geographic Information Systems (GIS), important tourism businesses and accommodation places on the route will be displayed, and on-screen menus will be created that allow location and distance inquiries. Thus, a cultural route in international standards and visibility will connect multiple cultural routes of different religious beliefs.

Conclusion

One criterion for being a cultural route is that the routes must be connected (European Council, 2021). Sheikh Shaban-i Veli Route will run from Kastamonu to Bolu then to İstanbul. In this study, it starts and ends in Kastamonu. So we have mapped only the Kastamonu section that is 89 km long. The Sheikh Shaban-i Route is a complement to the Sufi Trail as both content and a destination. The route is combined with the Sufi trail in Istanbul, as shown in Figure 6. Moreover, Hacı Bayram-i Veli, who is considered as one of the four spiritual pillars of Anatolia, can be combined with his shrine and mosque and completed as a tourist attraction for Konya-Ankara-Kastamonu. In this dimension, the research is a proposal for future studies.

Figure 6

Sheikh Shaban-i Veli Route and Sufi Trail



Source: <https://sufiyolu.com/rota/>

The route is walkable for all seasons except in heavy snow. In this study, the route's coordinates were determined, and the route planning has been done. The problems encountered during the formation of the Sheikh Shaban-i Veli route are the lack of restoration, written or visual materials, sign, and camping places. There are also accommodation and substructure problems. Moreover, a certain part of the road consists of asphalt. As a solution, a new path will be determined parallel with the main road.



Necessary works have been initiated to transform the route into a tourism product. In this context, the route is presented to the relevant institutions as a project. Permits have been obtained for marking the route. Correspondence with relevant institutions related to restoration has been initiated. Within the scope of sustainable tourism, future plans include the commercial home enterprises, brochure and promotional materials. Signs must be designed according to the natural structure. For the establishment of camping areas, relevant investors should be attracted to the region.

We want to prove how creating a route like the Sheikh Shaban-i Veli cultural route contributes to the practice of cultural geography. Geography is more than just a study about physical features. It requires historical and cultural connections. Creating the Sheikh Shaban-i Veli cultural route would add both of these connections to the already impressive physical landmarks. With this paper, we hope that we showed how creating culturally relevant routes is necessary to how the future will understand geography and remember the past.

References

- Abdülkadiroğlu, A. (1991). *Halvetilik'in Şabâniyye kolu Şeyh Şabân-ı Velî ve Külliyesi*. Ankara.
- Bastemur, C. (2011, April 27-30). A new destination for alternative tourism; Lycian Way. *International Conference on Tourism*, Rhodes Island, Greece.
- Cultural routes in Turkey (2021). Retrieved from: <http://cultureroutesinturkey.com/tr/>, Date of Access: 15.03.2021.
- European Council. (2021). Retrieved from: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes>
- Haritacılık Terimleri Sözlüğü. (2003). Harita Genel Komutanlığı Matbaası, Dikimevi, Ankara, 125-1.
- González, R., & Medina, J. (2003). Cultural tourism and urban management in northwestern Spain: the pilgrimage to Santiago de Compostela. *Tourism Geographies*, 5(4), 446-460. <https://doi.org/10.1080/1461668032000129164>
- Jovicic, D. Z. (2016). Key issues in the conceptualization of tourism destinations. *Tourism Geographies*, 18(4), 445-457. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1183144>
- Kádár, B., & Gede, M. (2013). Where do tourists go? Visualizing and analysing the spatial distribution of geotagged photography. *Cartographica: The International Journal for Geographic Information and Geovisualization*, 48(2), 78-88. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.868029>
- Kastamonu City Hall. (2021). Kastamonu general information. Retrived from <http://www.kastamonu.gov.tr/> 04.03.2020
- Kervankıran, İ., & Çuhadar, M., (2014, April). Turizm rotalarının oluşturulmasında coğrafi bilgi sistemlerinin önemi. *III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, pp. 576-589, Kuşadası, Aydın, ISBN: 978-605-5216-98-6.
- Kong, L. (2001). Mapping 'new' geographies of religion: politics and poetics in modernity. *Progress in human geography*, 25(2), 211-233. <https://doi.org/10.1191/030913201678580485>



- Kong Jian, L. W. Y. (2005). New direction in the conservation of world heritage: Cultural routes, *Urban Problems*, 4.
- Lois-González, R. C., & Santos, X. M. (2015). Tourists and pilgrims on their way to Santiago. Motives, Caminos and final destinations. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(2), 149-164. <https://doi.org/10.1080/14766825.2014.918985>
- Lourens, M. (2007). Route tourism: A roadmap for successful destinations and local economic development, *Development Southern Africa*, 24(3), 475-489. <https://doi.org/10.1080/03768350701445574>
- Majdoub, W. (2010). Analyzing cultural routes from a multidimensional perspective. *Almatourism-Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 1(2), 29-37.
- Notarstefano, G., & Gristina, S. (2021). Eco-Sustainable Routes and Religious Tourism: An Opportunity for Local Development. The Case Study of Sicilian Routes. In *Tourism in the Mediterranean Sea*. Emerald Publishing Limited.
- Tatçı, M. (2012). *Hazret-i Pîr Şeyh Şabân-ı Velî ve Şabâniyye*. H yayınları. İstanbul.
- Yılmaz, S. (2012). *Türbe ziyaretlerinin sosyolojik anlamı Şeyh Şabân-I Veli ve Mevlâna türbeleri örneği* (Tez No. 321711) [Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %40
2. yazar katkı oranı : %30
3. yazar katkı oranı : %30

Özel İlgi Turlarında Rehber İhtiyacı Kapsamında Uzmanlaşma Eğitimi *Specialization Training in Special Interest Tours within the Scope of Guide Requirements*

Osman CELEP

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Social Sciences Institute, Turkey
E-Mail: osmancelep09@gmail.com

Öz

Amaç ve Önem: Bu çalışmanın amacı, özel ilgi turlarındaki uzman rehber ihtiyacının belirlenmesi ve bu doğrultuda uzmanlaşma eğitim programlarının önemini ve gerekliliğinin ortaya konmasıdır.

Yöntem: Araştırmada literatür taraması yapılarak konu ile ilgili bilgiler toplanmış, Türkiye'deki özel ilgi turlarının gelişimi ve rehberlikte uzmanlaşma ile ilgili yasal düzenlemeler incelenmiştir. Devamında, 2022 yılı Mart ayına kadar düzenlenen rehberlik uzmanlaşma eğitim programları incelenmiş ve turizm/turist rehberliği eğitim müfredatları gözden geçirilerek yorumlanmıştır.

Bulgular: Yapılan literatür taraması sonucunda, özel ilgi turlarındaki çeşitliliğin artış göstermesiyle, bu turlardaki uzman rehber ihtiyacının da artacağı tespit edilmiştir. Uzmanlaşmanın taraflar açısından katkıları göz önünde bulundurularak, uzmanlaşma eğitimlerinin nitelik ve nicelik olarak gelişmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca, turizm/turist rehberliği müfredatlarında uzmanlaşmaya yönelik derslerin yetersiz olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda ilgili kişi, kurum ve kuruluşlara öneriler sunulmuştur.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Turist rehberliği uzmanlaşma eğitimleri ile ilgili akademik çalışmaların kısıtlı olması nedeniyle araştırmanın, turist rehberleri, turizm/turist rehberliği öğrencileri ve uzmanlaşma programı düzenleyen kurum/kuruluşlar için önemli olduğu ve ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Özel ilgi turları, turist rehberliği, rehberlikte uzmanlaşma.

Makale Türü: Literatür taraması

Abstract

Purpose and Importance: The aim of this study is to determine the need for expert guides in special interest tours and to reveal the importance and necessity of specialization training programs in this direction.

Methodology: In the research, information on the subject is collected by literature review, the development of special interest tours in Turkey and the regulations related to specialization in guidance are examined. Afterwards, the guidance specialization training programs organized until March 2022 were examined and the tourism/tourist guidance training curricula were reviewed and interpreted.

Findings: As a result of the literature review, it has been determined that with the increase in the variety of special interest tours, the need for expert guides in these tours will also increase. Considering the contributions of specialization for the parties, it was concluded that specialization training should be improved in terms of quality and quantity. In addition, it has been seen that the courses for specialization in the tourism/tourist guidance curricula are insufficient. In this direction, suggestions were made to the relevant persons, institutions and organizations.

Originality/Value: Due to the limited academic studies on tourist guide specialization training, it is thought that the research is important for tourist guides, tourism/tourist guidance students and institutions/organizations that organize specialization programs and will contribute to the relevant literature.

Keywords: Special interest tours, tourist guiding, specialization in guiding.

Paper Type: Literature review



Giriş

Bireylerin istek ve ihtiyaçlarındaki çeşitlilik farklı turizm türlerinin doğmasına zemin hazırlamıştır. Buna bağlı olarak bireylerin turizm amaçlı seyahatlerindeki motivasyon faktörleri de çeşitlenmiş ve sayıları artmıştır (Yıldız, 2019). Turizm sektörü, gün geçtikçe daha çeşitli turizm deneyimlerine ve faaliyetlerine odaklanarak belirli pazarların ihtiyaçlarını karşılayan özel ilgi alanlarını içeren niş ürünler sunmaya önem göstermeye başlamıştır (Soleimani et al., 2018). Çünkü turizm faaliyetlerinde çeşitliliğin sağlanması ve yıl boyunca aktif turizm destinasyonu olma durumu, ülkelerin ekonomik kalkınmaları için büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda özel ilgi turizmi ülkeler açısından ciddi gelir kaynağı oluşturmakta; aynı zamanda ülke tanıtımı için olağanüstü bir fırsat olarak değerlendirilmelidir (Pelit & Katırcıoğlu, 2018). Bu fırsatlardan en iyi şekilde faydalanmak için turistlerin deneyimlerinde önemli rol oynayan turist rehberlerinin en iyi şekilde görevlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü turistlerin seyahat ettikleri herhangi bir ülkeden memnun şekilde ayrılmasında, turistin doğru ve yeterli şekilde bilgilendirilmesi belirleyici hususlardır (Yenipinar & Zorkirişçi, 2013).

Türkiye coğrafyasının barındırdığı değerler dikkate alındığında, rehberlerin her konuya ve bölgeye aynı derecede hâkim olması oldukça zordur. Tüketici taleplerinin tümüne yanıt vermek ve turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesine katkıda bulunmak amacıyla yapılması gerekenlerin en başında turist rehberlerinin meslekte uzmanlaşmalarının sağlanması gelmektedir (Köroğlu & GÜDÜ Demirbulat, 2017). Sektörün çeşitli konuları ve etkinlik alanlarında uzmanlaşan rehberler performanslarını artırarak turist memnuniyetine önemli etkide bulunacaktır (Akpınar & Avcı, 2021). Bu nedenle özel ilgi turlarına yönelik uzmanlık programlarının organize edilmesi ve turist rehberlerinin bu uzmanlık programlarına katılımının artırılması, turizm hareketliliğinin daha dinamik bir yapıya dönüşmesini sağlayabilecektir (Arslan, 2021). Buradan hareketle, bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki özel ilgi turlarında uzman rehber ihtiyacına bağlı olarak, turist rehberliği uzmanlaşma eğitimlerinin önemi ve gerekliliğinin belirlenmesidir. Çalışmada, konuyla ilgili literatür taraması yapılarak Türkiye'deki özel ilgi turizminin gelişimi incelenmiş, özel ilgi turlarında uzman rehber ihtiyacına değinilmiş, ülkemizde düzenlenmiş olan uzmanlaşma eğitim programları ele alınarak yorumlanmış, turizm/turist rehberliği ile ilgili müfredat incelenmiş ve ilgili kişi, kurum/kuruluşlara öneriler sunulmuş ve sonlandırılmıştır.

1. Özel İlgi Turizmi ve Gelişim Süreci

Turizm, modern çağ insanının en temel ihtiyacı olan dinlenme ihtiyacını karşılayan yanı sıra, insanların özel ilgileri, sosyal ve doğal ihtiyaçlardan kaynaklanan gereksinimlerini tatmin etmenin bir aracı olmuştur ve insanlar değişik yerlerde bu ihtiyaçlarını gidermek ve kendilerini yenilemek istemektedirler (Akoğlan Kozak & Bahçe, 2012). Turistler de ilgi alanları doğrultusunda daha spesifik seyahatlere yönelmektedirler (Tetik, 2012). Değişen tüketici özellikleri ve bu özelliklere uygun talebin ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanabilmesi için değişik alanlarda yeni turizm türlerinin ön plana çıkarılması gerekmektedir (Köroğlu, 2007). Bu doğrultuda gelişen özel ilgi turizmi, ilgileri belirli alanlarda yoğunlaşan ve yalnızca bu ilgileri tatmin etmek isteyen bireylerin, ilgilerini belirli bir bölge ya da çekim merkezinde karşılamak amacıyla yaptıkları seyahatler ya da bu seyahatlerin biçimi olarak tanımlanabilir (Tanrısevdi & Çavuş, 2003). Özel ilgi turistleri tatillerinde belirli bir hobi, aktivite veya ilgiyi sürdürmek için motive olurlar ve bu motivasyon nereye, ne zaman, ne kadar süreyle seyahat edecekleri konusunda verdikleri kararları yönlendirir, ayrıca bu kararlarda temel hedef destinasyon değil özel ilgilere (Weiler & Firth, 2021). Özel ilgi turizmi; kırsal turizm, macera ve doğa temelli turizm, kültür ve miras turizmi, festival ve etkinlik turizmi dâhil olmak üzere turistlerin ve ev sahiplerinin ihtiyaçlarını karşılama potansiyeline sahip yeni turizm biçimlerine odaklanan bir turizm türü olarak kitle turizminin tam tersidir (Trauer, 2006).

Deniz, kum, güneş üçlüsünü temel alan genel ilgi turizmi kapsamında sunulan hizmetlerin kısıtlı bir zaman dilimine sıkışması nedeniyle mevcut doğal ve fiziksel kapasiteler yoğun bir şekilde



kullanılmış, doğal çevrenin bozulması ve turizmde sürdürülebilirliğin kaybolması gündeme gelmiştir (Akıncı & Kasalak, 2016). Bunun devamında, özellikle 1980'lere gelindiğinde, turistik tüketicilerin beklentilerinin ve sosyo-ekonomik durumlarının değişmesi ve bireylerin eğitim seviyelerinin artması sonucu çevresel ve toplumsal farkındalığın gelişmesi, kişisel gelişim ve kendini gerçekleştirme önem kazanmaya başlamıştır (Yıldız, 2009; Akoğlan Kozak & Bahçe, 2012). Bu gelişmeler doğrultusunda uzun vadede mevcut turizm yapısını etkileyeceği varsayılan eğilimlerin başında tüketici tercihlerinin özel ilgi alanlarına doğru kayması gelmektedir (Tanrısevdi & Çavuş, 2003).

Özel ilgi turizminin dünyada yayılabilmesi, bu alanda çalışan ülkelerin bu faaliyetlerini bütün ülkeye yaymaları ve sürdürülebilir içeriğe sahip olan bir turizm anlayışıyla mümkün olacaktır (Küçükaslan, 2007). Türkiye'de uygulanan turizm politikaları, uluslararası turizmde yaşanan yeni eğilimler ve ortaya çıkan yeni turizm tarzlarına uyum sağlama adına 1980'lerin ortasından itibaren kitle turizminden, alternatif ve özel ilgi alanlarına yönelik turizm tarzlarına doğru bir eğilim sergilemiştir (Soyak, 2013). Bu yönelimlerin ele alınmaya başlandığı Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda kitle turizmine öncelik verilse de Türkiye'nin doğal, tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, kış, av, su sporları, festival, sağlık ve gençlik turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyelleri, ekolojik dengeyi koruma, temiz ve sağlıklı bir çevre ve çevreyi güzelleştirme ilkeleri doğrultusunda değerlendirilmiştir (Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1985). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda önceki planda belirtilen turizm türlerine ek olarak golf ve üçüncü yaş turizmini daha cazip hale getirecek teşvik politikaları geliştirilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca turizm sektörüne doğrudan veya dolaylı olarak hizmet verenlerin sayıca yeterli düzeye getirilmesi ve eğitilmek suretiyle bilgi ve becerilerinin artırılması gerektiği öngörülmüştür (Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1989). İlerleyen yıllarda turizmin çeşitlendirilememesinden kaynaklanan sorunlar devam etmiştir. Turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek için dış pazarda değişen tüketici tercihleri de dikkate alınarak yeni potansiyel alanlar yaratmak amacı ile belirlenmiş turizm türlerinin geliştirilme faaliyetlerinin devam edeceği belirtilmiştir (Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1995). Sekizinci ve Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda turizm türlerinin geliştirilme faaliyetleri devam ederken; Onuncu Kalkınma Planı'nda Türkiye'nin mevcut tarih, doğa ve kültür varlığını, sağlık turizmi, kongre turizmi, kış turizmi, kruvaziyer turizmi ve kültür turizmiyle bütünleştirerek turizm sektörünü geliştirme hedeflenmiştir (Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2000; Dokuzuncu Kalkınma Planı, 2006; Onuncu Kalkınma Planı, 2013). Polat (2016) yaptığı çalışmada Türkiye'nin planlı kalkınma döneminin başlangıcı olan 1963 yılından itibaren hedeflenen kitle turizminin Onuncu Kalkınma Planı'nda geçmemesine dikkat çekmiş ve kitle turizminin vazgeçilemeyecek kadar önemli olmasından dolayı belirtilen alternatif turizm çeşitlerinin, kitle turizminin yerine değil, kitle turizmine ek olarak geliştirilmesi gerektiğini ve bu sayede Türk turizminin bütün yıla ve ülkeye yayılmasında önemli gelişmeler elde edilebileceğini belirtmiştir.

Çevresel kaygılar ve sürdürülebilirlikten pazar payını artırmaya, sektör içinde yeni nişler yaratmaktan yeni toplumsal merak ve eğilimleri doyurmaya kadar birbirinden çok farklı amaç ve sorunlar nedeniyle adından çokça söz edilen özel ilgi turizmi, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın da önem verdiği bir alandır. Türkiye'de turizmin çeşitlendirilmesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi içerisinde "Turizmin Çeşitlendirilmesi Stratejisi" başlığı altında yer almaktadır (Tırıl, 2018). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı'nda öngörülen hedef ise Türkiye'nin farklı bölgelerinde dağınık olarak düzenlenen turizm türlerinin, yer ve yerleşmelerin tek tek ele alınmasından çok bunların birbiriyle entegrasyonu sayesinde daha cazip ve daha güçlü alternatif varış noktalarının ve güzergâhlarının ortaya çıkarılmasıdır. Bu bütüncül yaklaşım Türkiye turizminin bölgelere dağılmasını ve çeşitlenmesini sağlayacaktır (Yenipınar & Yılmaz, 2019).

Turizm faaliyetlerini tüm yıla yaymak ve varış noktalarındaki turizm zenginliğini artırmak adına devam eden turizm çeşitlendirme çalışmalarıyla birlikte ortaya çıkan birçok farklı özel ilgi turizmi türü, şüphesiz uzman turist rehberi ihtiyacını da ortaya çıkarmıştır. Turist memnuniyetinin



artırılması, destinasyonların yeniden tercih edilmesini sağlamak ve bu sayede ülke turizminin gelişimine katkıda bulunmak gibi birçok rolü üstlenen turist rehberlerinin, özel ilgi turlarına uygun niteliklere sahip olmaları gerekmektedir. Bu doğrultuda, özel ilgi turlarında rehber ihtiyacına değinmek ve farklı turlarda farklı rehber niteliklerinin gerekliliğini vurgulamak yerinde olacaktır.

1.1. Özel İlgi Turları ve Özel İlgi Turlarında Rehber İhtiyacı

Özel ilgi turizmi, yıllar içinde niş pazar olarak bilinen ve turizm sektörünün aktörleri arasında popülerlik kazanan farklı özel ilgi seyahat formlarından oluşmaktadır. Bu niş pazarların bir sınırı olmamakla birlikte, bazıları daha sürdürülebilir hale gelmiş ve özel ilgi turizmi kategorileri olarak kabul edilmiştir (Kruja & Gjyrezi, 2011). Özel ilgi turizmi türlerinin belirli sınırlar içerisinde incelenmesi şüphesiz çok zordur. Çünkü özel ilgi turizminin temelinde bulunan ilgiler kişiden kişiye farklılaşmaktadır. Fakat değişen tüketici beklentileri ve turizm hareketlerini etkileyebilecek olası eğilimleri dikkate alarak, özel ilgi alanlarını belirli başlıklar altında toplamak gerekmektedir (Tanrısevdi & Çavuş, 2003). Buradan hareketle, ilerleyen kısımda Türkiye’de yaygın olarak tercih edilen özel ilgi turlarına yer verilmiş ve bu turlardaki rehber ihtiyacı ve rehberlerin sahip olması gereken nitelikler üzerinde durulmuştur.

Kültür, insanların yarattığı bilgi, inanç, sanat, ahlak ve görgü kuralları, dil, kanun, gelenek ve görenek gibi soyut, mimari, yaşam biçimi, gastronomi, davranış kalıpları gibi somut unsurlardan oluşmaktadır (Akoğlan Kozak & Bahçe, 2012). Günümüzde insanlar eski medeniyetlerin ya da kültürlerin izlerini görmeyi yanı sıra, kendi kültürleri dışındaki yerel kültürlerle de ilgi duymaya başlamışlardır (Emekli, 2006). Turistlerin bu farklı kültürleri görüp tanımak için yaptıkları seyahatler “kültür turizmi” olarak adlandırılmaktadır (Meydan Uygur & Baykan, 2007). Doğa koşullarına bağlı kalmadan turizmi tüm yıla yaymak, turizme dinamizm kazandırmak, ülke kültürünü yerli ve yabancılara tanıtmak, korumak, geçmişe ve geleceğe sahip çıkmak için kültürel turizmin geliştirilmesi önemli bir avantaj sağlamaktadır (Emekli, 2006). Zengin tarihi ve kültürel mirası bu turlarda turistlere aktaran rehberlerin tarih, mitoloji, sanat tarihi ve arkeoloji bilgisine sahip olması gerektiği gibi bu bilgileri yorumlayarak aktarabilmesi de gerekmektedir. Ayrıca kültür turlarında rehberin “kültür köprüsü” görevini yerine getirebilmesi için, yerel halkın kültürünü iyi özümsemiş olması ve hatta bu kültürün bir parçası olması önem taşımaktadır (Çeşmeci, 2018).

Kültür kavramının bir alt segmenti olarak inanç, insanların var olduğu günden itibaren yüce bir varlığa inanma ihtiyacı ile birçok farklı dinin ve inanç gruplarının ortaya çıkmasıyla oluşmuştur. Bu nedenle kutsal yerler geçmişten itibaren insanoğlu tarafından kitlesel hareketler ile ziyaret edilmektedir (Güzel, 2010). Kutsal yerlerin bu dinlere mensup turistlerce ziyaret edilmesinin, turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi “inanç turizmi” olarak tanımlanmaktadır (Sargın, 2006). İnanç turizminin temel bileşenleri olan dini yapılar, ayinler, bayramlar, törenler aynı zamanda o inancın takipçileri olmayan turistler için de bir çekiciliktir. Bu durum inanç turizminin kültür turizmiyle karıştırılmasına neden olmaktadır (Arslan & Çiftçi, 2020). Bu ayrımın yapılabilmesinde turizme katılan bireylerin motivasyonları en önemli etken olarak karşımıza çıkmaktadır. İnanç turizmine katılan turistlerin özellikle dinsel veya inançsal nedenlerle motive olmaları gerekmektedir (Rinschede, 1992). Bu turistlerin en önemli özelliği dini vazifelerini yerine getirmek, hacı olmak, böylece iç huzura ulaşmak ve maneviyatlarını gerçekleştirmektir (Albayrak, 2013). Bu kapsamda turist rehberleri turistlerin inançları hakkında bilgi sahibi olmalı, onların inançlarına saygı göstermeli ve o dine mensup olmayan kişiler ile turistler arasında kurulacak hoşgörü ortamının öncüsü olmalıdır.

Bir diğer turizm çeşidi olan gastronomi turizmi, kültür turizminin içerisinde yer alan, temel motivasyon faktörü özel bir yiyecek/içecek türünü tatmak veya onların üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek/içecek üreticilerini, festivallerini, restoranlarını veya özel alanlarını ziyaret etmeyi esas alan bir turizm türüdür (Zengin vd., 2014; İrigüler & Güler, 2015). Özgünlük turizm tüketiminde her zaman önemli bir rol oynadığı için gastronomi belirli ülke veya bölge ile ilişkilendirildiğinde güçlü bir turizm pazarlama aracı haline gelmektedir (Richards, 2002). Deniz, kum, güneş üçlüsünden



yararlanamayan, doğal veya tarihi kaynaklardan yoksun destinasyonlar için de uygun bir alternatif olan gastronomi, turistlerin deneyimini ve memnuniyet düzeyini artırmada önemli bir rol oynamaktadır (Kivela & Crotts, 2006). Hjalager (2002) gastronomi turizminde arzın hali hazırda var olduğunu, geliştirilmesi için en önemli kuralın turistlerin gastronomik özellikleri anlamasını sağlamak olduğunu belirtmiştir. Turistlerin bu özellikleri anlamasında yardımcı olacak kişi elbette turist rehberidir. Bilgi açısından oldukça geniş ve kapsamlı bir özel ilgi türü olan gastronomi alanında rehberlik yapabilmek uzmanlık ve deneyimlerle pekiştirilmesi gerekliliğini de beraberinde getirmektedir (Akyurt Kurnaz & Kurnaz 2019). Gastronomi konusunda uzmanlaşmış rehberler ilgili tema, faaliyetler ve bölge perspektifinden destinasyonun mutfak kültürüne ve mirasına yönelik gerek pratik gerekse teorik açıdan detaylı, güncel ve geniş bir bilgi ve deneyim sunma beceri ve yeterliliğine sahip olmalıdır (Kargiglioğlu vd., 2020).

Sağlık turizmi spesifik bir turizm çeşididir. Sağlık turizmi, sağlık ve turizm kavramlarını yakından ilgilendirse de bunlardan bağımsız kendine özgü özellikleri olan aktiviteler bütünü olarak ortaya çıkmaktadır. Sağlık turizminde hedef kitle, sağlığı bozulmuş olan insanlar ile sağlığını korumaya duyarlı olan insanlardır (Altın vd. 2012; Temizkan & Çiçek, 2015). İnsanlar yalnızca fiziksel sorunlarını gidermek için değil psikolojik ve ruhsal sorunlarını gidermek, ruhsal dengesini sağlamak ve zinde kalmak için de sağlık turizmine katılabilirler (Smith & Puczko, 2009; Costa et al., 2015). Sağlık amaçlı seyahatler esenlik, zindelik amaçlı sportif aktivitelerden, termal sular ile çeşitli rahatsızlıklara ve hastalıklara şifa bulmaya, estetik amaçlı seyahatlerden, organ nakli gibi önemli cerrahi müdahalelere (ameliyatlar vb.) kadar çok farklı amaçlar için gerçekleştirilmektedir (Zorlu, 2018). Bu bağlamda sağlık turizmi; bireylerin tedavi olmak, sağlığını geliştirmek, korumak ya da kendilerini iyi hissetmek gibi sebeplerle katıldıkları geçici seyahatler olarak tanımlanabilir (Sözbilen & Özkul, 2019). Sağlık turizmi, hedef pazardaki turistlerin ihtiyaç ve beklentileri, tedavi şekilleri, kullanılan kaynakların farklılığı ile beş çeşide ayrılmaktadır. Bunlar; medikal (tedavi), kaplıca (termal), spa ve wellness, yaşlı (üçüncü yaş) ve engelli turizmi olarak ele alınabilir (Şahin & Tuzlukaya, 2017). Sağlık turizminin her çeşidi farklı uygulamalar içermektedir. Bu alanda rehberlik yapacak kişilerin belirledikleri alana göre uzmanlaşması gerekmektedir. Örneğin rehberler medikal turizm kapsamında turist gönderen ve turist kabul eden ülkelerin yasal prosedürlerine hâkim olmalı, yaşlı ve engelli turizmde turistin ihtiyaç ve isteklerini tam olarak anlamalı, termal turizmde balneolojik kaynakların türleri ve uygulamaları hakkında bilgi sahibi olmalıdırlar.

Son olarak, doğa temelli turizm sadece turizm işletmeleri ve doğayı ziyaret eden turistlerle sınırlı kalmamaktadır. Turizmin temeli olarak doğal çevre, topluluklar ve doğal kaynakların yönetimi ile ilgili birçok zorluğu içermektedir (Fredman & Tyrvänen, 2010). Doğa temelli turizmde amaç, doğal kaynakların doğru bir biçimde kullanılması ve korunmasıdır (Pelit & Katırcıoğlu, 2018). Bu turizm türünde, ekolojik ve sosyal hasara neden olmadan kaliteli turist deneyimleri sağlama hedefi, turist rehberlerinin oynayacağı role bağlıdır (Weiler & Davis, 1993). Turist rehberleri, bu zararları önlemek için çevreye uygun davranışları yorumlayarak ve modelleyerek müşterilerini eğitmeli, faaliyet gösterdikleri doğal alanların korunmasına katkıda bulunmalıdırlar (Randall & Rollins, 2009). Doğa temelli turizm türünde uzmanlaşan turist rehberleri çalıştıkları bölgenin flora-faunasına, hava koşullarına, yasal sorumluluklarına ve prosedürlerine hâkim olmalı, ilk yardım, rota ve parkur, doğa turizmi aktiviteleri kapsamında güvenlik ve teknik ekipman bilgisine sahip olmalıdırlar. Ayrıca turist rehberleri çevre konusunda turistleri ve yerel halkı bilgilendirmeli ve öncü davranışlar sergilemelidirler (Tetik Dinç & GÜDÜ Demirbulat, 2019).

Yukarıda değinilen başlıklar birçok turizm türünü kapsıyor olsa da ülkemizde yaygın olan ve geliştirilmesi planlanan diğer turizm türleri de bulunmaktadır. Bunları termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, yayla turizmi, kongre ve fuar turizmi, macera turizmi, deniz turizmi şeklinde sıralamak mümkündür. Bunların yanı sıra kuş gözlemciliği, trekking, yöresel el sanatları, şarapçılık, müze turizmi, hüznün turizmi, yavaş turizm ülkemizde yaygın olan ve geliştirilmesi planlanan konu ve etkinlikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm türlerindeki çeşitliliğin bu denli artmasındaki



sebepler turizm sektöründe yaşanan gelişmeler, turist tipinin ve turist beklentilerinin değişmesi olarak sıralanabilmektedir (Güzel, 2010). Talepte ortaya çıkan bu değişim ile birlikte özel ilgi turlarına olan eğilim artmış, farklı konu ve bölgelerde uzman rehber ihtiyacı gündeme gelmiştir. Çünkü ortaya çıkan her turizm türü farklı rehberlik hizmeti gerekliliğini beraberinde getirmiş ve turistlerin rehberden beklentileri de bu yönde şekillenmiştir. Brotherton & Himmetoğlu (1997) yaptıkları çalışmada özel ilgi turlarına katılan turist tipolojilerini “amatörler”, “meraklılar”, “uzmanlar” ve “fanatikler” olarak dört farklı sınıfa ayırmıştır. Çeşmeci (2018) bu ayırmadan yola çıkarak, turist rehberlerinin turist deneyimlerini yönetebilmesi ve liderlik görevlerini yerine getirebilmesi için bu turlarda en az “uzman” sınıfındaki turistler kadar bilgi ve tecrübeye sahip olmaları gerektiğini belirtmiştir. “Uzman” sınıfındaki turistler, özel ilgileri kapsamında geniş bilgiye sahip, alanında iddialı, olanakları kolay kolay beğenmeyen ve kalite arayışındaki kişiler olarak nitelendirilmektedir (Brotherton & Himmetoğlu, 1997). Bu nedenle, turist rehberlerinin özel konulara ilgili gruplarının beklentilerini karşılayabilmek, memnuniyetini sağlamak ve turların “özel” olarak gerçekleştirilebilmesi için bu konularda “özel” olması, eğitilmesi ve uzmanlaşması gerekmektedir (Arslan, 2021; Akpınar & Avcı, 2021).

Özel ilgi turları yapısı itibarıyla farklı bölgelerde farklı uygulamalar içerebilmektedir. Bu turlarda rehberlik yapacak kişilerin niteliklerinin artırılması adına Türkiye’deki turizm çeşitliliği göz önünde bulundurularak uzmanlaşma eğitimleri düzenlenmektedir. İzleyen kısımda turist rehberlerinde uzmanlaşmanın önemi, faydaları ve düzenlenmiş olan uzmanlaşma eğitimlerine değinilmiştir.

2. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma ve Uzmanlaşma Eğitimi

Turist rehberleri, turizm sektörü içerisinde her biri ayrı tanıtım elçisi olan (Aktaş & Batman, 2010), ziyaret edilen yöre hakkında tarihi, coğrafi, kültürel ve arkeolojik bilgiler veren (Tetik, 2006), turistlerin deneyimlerini şekillendiren (Huang et al., 2010), destinasyonda kalış sürelerinin uzatılmasında ve yerel ekonomik faydaların artırılmasında önemli rol oynayan (Dahles, 2002) ve turist memnuniyetinin oluşmasında son derece sorumlu olan, ön saflardaki çalışanlardır (Ap & Wong, 2001). Turist rehberlerinin ülke tanıtımı, turizm işletmeleri ve turistler için stratejik önem taşıdığı göz önüne alınacak olursa, bu mesleği icra edenlerin çok iyi eğitim almalarının yanı sıra bazı özellikleri de taşıması kaçınılmazdır (Batman, 2003). Turist rehberlerinin alacakları eğitim, turist beklentilerinin farkına varılmasına, rehber performanslarındaki dalgalanmaların azalmasına ve hizmet seviyelerinin daha tutarlı olmasına katkı sağlayacaktır (Wang et al., 2000). Turizm sektörünün kültür düzeyi yüksek, çok yönlü ve nitelikli işgörenlerinden biri olan turist rehberlerinin, hızla değişen turizm trendleri ve turist beklentilerine uyum sağlayabilmesi, rekabet ortamında turizm paydaşlarının beklentilerinin karşılanabilmesi ve mesleğin sürdürülebilirliğinin sağlanması için uzmanlaşmaları gerekmektedir (Yenipınar & Yılmaz, 2019).

“Uzman”, herkesin sahip olmadığı bilgiyi elinde tutan ve bu bilgi sayesinde belli başlı durumlara karşı ayrıcalık elde eden, kendisinin belirlediği ya da normlarla belirlenen uğraş alanında bilgi hiyerarşisinin en üst basamağında yer alan kişidir (Yılmaz & Erdem, 2016). Uzmanlaşma ise belirli bir alan veya meslekte derinlemesine bilgi sahibi olma süreci olarak tanımlanabilir (Cambridge Dictionary, 2022). Meslekte uzmanlaşma, turizm anlayışının değiştiği, tüketici taleplerinin ve ürünlerinin çeşitlendiği bir dönemde turist rehberliği mesleği için önemli bir konu haline gelmiştir (Koroğlu, 2007). Özellikle turist rehberliği mesleği gibi geniş bir alana sahip meslek grubunun tam anlamıyla her konuya hâkim olabilmesi mümkün olamayacağından, belirli alt dallara ayrılması, mesleğin geleceği açısından oldukça önemli bir husustur (Kargiglioğlu vd., 2020). Ayrıca rehberlerin sadece konu ve etkinlikler ile sınırlı kalmayıp, bölge bazında yurt içi ve yurt dışı olarak uzmanlaşmaları da mümkündür (Akpınar & Avcı, 2021). Bu doğrultuda rehberlikte uzmanlaşma; tur operatörlerinin veya seyahat acentalarının ihtiyaç duyduğu yeni bir destinasyon ve turistik ürünle ilgili henüz diğer rehberlerin farkında olmadığı alanlarda kendini geliştirip derinlemesine bilgi sahibi



olduğu, farkındalık ve farklılık kazandığı, düzenli, sürekli çalışma ile uygun kazanç olanakları sunan rakipsiz bir alanın aranılan nadir turist rehberi şeklinde tanımlanabilir (Yenişmar & Yılmaz, 2019).

Turist rehberliğinde uzmanlaşma; turizmin çeşitlenerek tüm yıla yayılmasına, turist profilinin zenginleşmesine, tüketici taleplerinin tümüne yanıt verilmesine katkı sağlamanın yanı sıra; tam, net ve sağlıklı bilgi aktarımını da beraberinde getirerek, turist memnuniyetinin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma, sektörün ve mesleğin geleceği, rehber enflasyonunun önüne geçilmesi ve hem turist rehberi hem de müşteri memnuniyeti için önem taşımaktadır (Köroğlu & Güdü Demirbulat, 2017; Arslantürk & Gül, 2019). Bunlara ek olarak uzmanlaşmanın taraflar (turistler, seyahat acentaları, tur operatörleri vb.) açısından katkıları Tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1
Rehberlikte Uzmanlaşmanın Taraflar Açısından Katkıları

Turist Rehberliği Mesleğine ve Turist Rehberine Katkıları	<ul style="list-style-type: none">• Turist rehberinin mesleki, kişisel ve sosyal gelişimine katkı sağlaması• Rehberin uzman konumunda olmasından dolayı fikirlerinden yararlanılması• Rehberin tur operatörleri ve seyahat acentaları tarafından tercih edilmesi, ayrıcalık tanınması• Rehberin çalışacağı tur operatörünü kendisinin seçme şansı olması• Rehberin meslektaşları arasında farklılaşarak seçkin bir konuma gelmesi ve bireysel olarak markalaşması• Uzman rehber sayısı az olduğundan kazancının yüksek olması• Genç ve tecrübesiz turist rehberlerinin, uzun süre mesleği icra etmiş tecrübeli turist rehberleri karşısındaki dezavantajlarını azaltması• Rehberin derinlemesine bilgi sahibi olması• Uzman olarak hizmet sunmanın rehberin özgüveni ve motivasyonunun artırması
Seyahat Acentası/ Tur Operatörü ve Destinasyona Katkıları	<ul style="list-style-type: none">• Destinasyon örgütleri tarafından desteklenmesi• Paket turun değerinin artması• Sektör eksikliğinin giderilerek fark yaratılması• Yeni paket turların seçkin gruplara sunulması• Kazancın yüksek olması• Mevcut grupların taleplerini yerine getirerek tanıtım maliyetlerinin düşürülmesi• Turların niteliğinin artması• Gelir düzeyi yüksek grupların tercih etmesi• Yeni destinasyonların keşfedilmesi ve marka destinasyonların yaratılması• Sürdürülebilirliğin sağlanması• Destinasyonların tanıtılması
Turiste Katkıları	<ul style="list-style-type: none">• Uzman turist rehberi hizmeti aldığı için doğru ve kapsamlı bilgiye ulaşabilme• Destinasyonu ve destinasyondaki somut ve somut olmayan kültürel mirası derinlemesine tanıyabilme• Tur içeriğinin tam ve doğru bir biçimde uygulanmasıyla turdan memnun ayrılma• Bir turistik destinasyonu ilk gören olmanın, keşifçi (alocentrik) turist olmanın keyfinin yaşatılması



Ülkemizde turist rehberliğinde uzmanlaşmanın ön ayağı sayılabilecek hizmet içi eğitim seminerleri, Turist Rehberleri Birliği (TUREB)'nin kurulmasıyla birlikte hayata geçirilmiştir. 2000 yılında TUREB'in önerileri doğrultusunda yapılan “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” değişikliği ile her rehber için yılda en az üç konuda eğitim alma zorunluluğu getirilmiştir. Bu yönetmeliğe göre rehberlerin vize hakkı elde edebilmeleri için her yıl katılmak zorunda oldukları hizmet içi eğitim seminerleri, 2001 yılından itibaren yapılmaya başlanmış olup, 2014 yılında yayınlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği ile birlikte katılım zorunluluğu taşımayan uzmanlaşma eğitimleri olarak devam etmiştir (Temizkan, 2010; Arslan, 2021). Turist rehberliğinde uzmanlaşma eğitimi ile ilgili hususlar 6326 sayılı Turist Rehberleri Meslek Kanunu ve bu kapsamda hazırlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nin 39. maddesinde belirtilmiştir (Resmi Gazete, 2014). İlgili madde “Uzmanlık eğitim programları, turizm çeşitliliği dikkate alınarak, bölgelerine göre uzman turist rehberi yetiştirilmesi ve turist rehberlerinin çeşitli konularda eğitilmesi amacıyla, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın gözetim ve denetimi altında TUREB veya TUREB'in uygun görüşü ile odalar tarafından ücretli veya ücretsiz olarak düzenlenebilir. TUREB ve odalar uzmanlaşma eğitim programlarının düzenlenmesi sürecinde kişi, kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapabilir. Uzmanlaşma eğitimi programına katılan ve sınavda başarılı olan turist rehberleri uzmanlık sertifikası almaya hak kazanır ve bu sertifikalar sicillerine işlenir” şeklinde ifade edilmektedir.

Yukarıda belirtilen hususlar doğrultusunda düzenlenecek olan rehberlikte uzmanlaşma eğitimleri, TUREB tarafından belirlenmiş olan Uzmanlaşma Eğitimi Usul ve Esasları çerçevesinde uygulanmaktadır. Bu esaslar “uzmanlaşma eğitimlerinde, çeşitli konularda verilecek teorik eğitimler çevrimiçi olarak uygulanabilmektedir ancak uygulamalı eğitimler ve sonundaki sınavlar sahada yüz yüze yapılacaktır. Uzmanlaşma eğitim programları en az 5 gün olarak düzenlenecektir. Düzenlenen eğitimler kapsamında yetkili kişi, kurum ve kuruluşlar ile iş birliği yapılmasına özen gösterilecektir. Eğitimler sonunda yapılacak sınavlarda başarılı olmak için, katılımcıların 100 tam puan üzerinden en az 75 puan almaları gerekmektedir. Sınavlarda başarılı olan katılımcılara uzmanlık sertifikası verilecek, siciline ve TUREB veri tabanına işlenecektir” şeklinde belirtilmektedir (TUREB, 2021).

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği ve Uzmanlaşma Eğitimi Usul ve Esasları çerçevesinde turist rehberlerine yönelik uzmanlaşma eğitimi programları düzenlenmektedir. 2003 yılından 2022 yılı Mart ayına kadar düzenlenen turist rehberliği uzmanlaşma eğitimi programlarının listesine Tablo 2'de yer verilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde; uzmanlaşma eğitimlerinin büyük bir kısmının İstanbul Rehberler Odası (İRO) tarafından yapıldığı, eğitimlerde odaların farklı kurum ve kuruluşlar ile iş birliği sağladığı ve uzmanlaşma eğitimlerinin 2008 ve 2013 yıllarında yoğunlukta olduğu, 2018 ve 2020 yıllarında ise hiç uygulanmadığı görülmektedir. 2020 yılında uygulanmamasının nedeninin Covid-19 olduğunu belirtmek mümkündür. Yapılan eğitimlerin konu olarak çeşitlilik göstermesine karşın bölge olarak belirli yerlerde yığıldığı söylenebilmektedir. Özellikle kültür temalı uzmanlaşma eğitimlerinin İstanbul ve çevresinde düzenlendiği görülmektedir. Benzer olarak Arslan (2021) yaptığı çalışmada, kültür turizmine yönelik düzenlenen eğitimlere katılan rehberlerin 746'sı, yani %73,9'unun İstanbul ile ilgili uzmanlık aldığını belirtmiştir. Ayrıca, bazı uzmanlaşma eğitimlerinin ilerleyen yıllar içerisinde tekrarlandığı göze çarpmaktadır. “İstanbul Kültür Sanat Rehberliği”, “Likya Yolu”, “Çanakkale” ve “Yedi Kiliseler” örnek olarak verilebilir. Bunun nedeni, bahsi geçen bölgelerin ve konuların turistler tarafından sıkça tercih ediliyor olması ve dolayısıyla rehberlerin taleplerinin bu doğrultuda şekillenmesi olabilir.



Tablo 2
Uzmanlaşma Eğitim Programları

Uzmanlaşma Eğitim Programı	Düzenleyen	Yıl
1 Çanakkale Savaşları (ANZAK)	İRO	2003
2 Çatalhöyük	İRO	2003
3 Taksonomi (Bitki Sistematiği)	İRO	2004
4 Türkiye’de Musevi Mirası	İRO	2004
5 Çocuk ve Müze	İRO	2004
6 İtalya	İRO	2004
7 Genel Mısır Tarihi	İRO	2005
8 Çanakkale	İRO	2005
9 Dağ-Doğa Kültür Yürüyüşü	KTB ve ARO	2006
10 Çanakkale Gelibolu Tarihi Milli Parkı	Çanakkale İKTM*	2006
11 Flora ve Fauna	ARO	2006
12 Flora/Fauna (Endemik Bitkiler), Yaban Hayatı, Kuş Gözlemciliği ve Ekoturizm	TUREB ve İRO	2006
13 GAP Bölgesi Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi	KTB*	2006
14 Sualtı Arkeolojisi ve Dalış Turizmi	İRO	2006
15 İstanbul Kültür Sanat Rehberliği	İRO	2007
16 İtalya Üzerine Mesleki Eğitim Programı	İRO ve TÜRSAB	2007
17 İspanya Üzerine Mesleki Eğitim Programı	İRO ve TÜRSAB	2007
18 Fransa Üzerine Mesleki Eğitim Programı	İRO ve TÜRSAB	2007
19 Mısır Üzerine Mesleki Eğitim Programı	İRO	2008
20 Avustralya – Yeni Zelanda	İRO	2008
21 Kuş Gözlemciliğine Giriş	İRO	2008
22 Dubai ve İsviçre	İRO	2008
23 Güney Afrika	İRO	2008
24 İskandinavya	İRO	2008
25 İstanbul Kültür Sanat Rehberliği	İRO	2008
26 Dalgıçlık (İlk Seviye)	İRO	2008
27 Kuş Gözlemciliğine Giriş	İRO	2008
28 Türk Halıcılığı Üzerine Mesleki Eğitim Programı	İRO	2008
29 Antik ve Geç Antik Çağlarda İstanbul	İRO	2008
30 Gastronomi ve Şarap	İRO	2008
31 Çocuk ve Müze	İRO	2008
32 İstanbul Kültür ve Sanat Rehberliği	İRO	2009
33 İstanbul Kültür ve Sanat Rehberliği	KTB*, İTO* ve İRO	2010
34 Likya Yolu Uzmanlaşma Eğitimi	ARO	2011
35 Likya Yolu Uzmanlaşma Eğitimi	ARO	2012
36 İstanbul Kültür ve Sanat Rehberliği	İRO	2012
37 Likya Yolu Uzmanlaşma Eğitimi	ARO	2013
38 Bizans İstanbul’u	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013
39 Osmanlı İstanbul’u	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013
40 İstanbul’da Mimari	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013
41 İstanbul’da Ticari Yapılar	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013
42 İstanbul’da Musevi Mirası	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013



Tablo 2
Uzmanlaşma Eğitim Programları (Devamı)

43	İstanbul'da Su Yapıları	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013
44	İstanbul'da İslam Tur Rotası	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013
45	İstanbul'da Hristiyanlık Tur Rotası	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013
46	İstanbul'da Yalılar	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013
47	İstanbul'da Kuş Gözlemciliği	İRO, İKA* & İstanbul İKTM*	2013
48	Likya Yolu	ARO	2014
49	Topkapı Sarayı	İRO	2015
50	Akseki- İbradi Bölgesi Uzmanlaşma Eğitimi	ARO, Antalya Orman Bölge Müdürlüğü	2015
51	Yeni Bir Turizm Rotası Olarak Büyük Usta: Mimar Sinan	İRO, TURİNG, İstanbul İKTM*, İKA*	2015
52	Trakya Bölgesindeki Mimar Sinan Eserleri	İRO	2016
53	Yedi Kiliseler	İZRO	2016
54	Bisiklet Rehberliği Uzmanlaşma Programı	ARO ve TUREB	2016
55	Eskişehir ve Çevresi Uzmanlık Eğitimi Programı	ANRO ve TUREB	2016
56	Mozaik Yolu ve Gurme Uzmanlığı Semineri Gezisi	GARO ve ŞURO	2016
57	Gurme ve Gastronomi Uzmanlık Eğitimi Sertifika Programı	GARO	2016
58	Doğa Yürüyüş Grupları	ATRO	2017
59	Eyüp Belediyesi Eyüp Sultan Tarihi Merkezi	İRO	2017
60	Doğu Roma Mirası	İRO	2017
61	Troia ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı	ÇARO	2019
62	Göbeklitepe ve Mezopotamya Uzmanlık Gezisi	ŞURO	2019
63	Yedi Kiliseler	İZRO	2019
64	Frigya Afyonkarahisar Bölgesi ve Savaş Alanları Uzmanlık Eğitimi	ANRO, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar İKTM*	2021
65	İslam Sonrası Türk Defin Kültürü ve Mezar Taşları Sanatı Uzman Rehberlik Eğitimi	Kuşadası Belediyesi, ATRO, Kuşadası KMKD*	2021
66	Hititler Uzmanlık Eğitimi	TUREB	2022

Kaynak: Arslan, 2021; Güven vd., 2018; Yenipınar ve Yılmaz, 2019; Rehber odalarının ve TUREB'in internet sitelerinden alınan verilerin derlenmesiyle yazar tarafından hazırlanmıştır.

*KTB: Kültür ve Turizm Bakanlığı, İTO: İstanbul Ticaret Odası, İKA: İstanbul Kalkınma Ajansı, İKTM: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, KMKD: Kültürel Mirası Koruma Derneği

Bakanlığın gözetim ve denetimi altında Birlik veya Birliğin uygun görüşü ile odalar tarafından ücretli veya ücretsiz olarak düzenlenen uzmanlık eğitimi programlarının yanı sıra, TUREB ile Eskişehir Anadolu Üniversitesi arasında 16 Nisan 2018 tarihinde düzenlenen protokol sonrasında e-sertifikalı uzmanlık eğitim programları konusunda iş birliği yapılmıştır. Bu uzmanlık eğitimi sisteminde turist rehberleri ve turizm/turist rehberliği öğrencileri, Anadolu Üniversitesi'nin açmış olduğu uzaktan eğitim sistemi üzerinden sertifika programlarına katılabilmekte ve başarılı



olmaları durumunda uzmanlık sertifikası almaya hak kazanmaktadırlar. E-sertifika sisteminde turist rehberleri ve turizm/turist rehberliği öğrencileri için hazırlanmış üç adet program bulunmaktadır. Bunlar “*Kültürel Miras Uzmanlığı*”, “*Sanat Tarihi Uzmanlığı*” ve “*Ekoturizm Uzmanlığı*”dır. Bu programların her biri üçer dersten oluşmakta ve katılımcıların başarılı olmak için 100 tam puan üzerinden en az 50 puan almaları gerekmektedir (Anadolu Üniversitesi, 2022).

Turizm/turist rehberliği öğrencilerinin gelecekteki uzmanlık alanlarını belirlemesinde ve bu konudaki farkındalıklarının artırılmasında önemli bir konu ise uzmanlaşmaya yönelik aldıkları derslerdir. Ülkemizde üniversiteler tarafından ön lisans, lisans ve yüksek lisans düzeyinde turizm/turist rehberliği eğitimi verilmektedir. Üniversitelerde yer alan turizm/turist rehberliği programlarının müfredatı incelendiğinde, kültür kapsamlı derslerin yoğunlukta olduğu ve diğer turizm türlerine yönelik derslerin sınırlı olduğu görülmektedir. Arkeoloji ve müzecilik, mitoloji, flora ve fauna, sanat tarihi, dinler tarihi, özel ilgi turizmi, Türk mimarisi ve kültürü, Türk mutfak kültürü, müze rehberliği, gastronomi turizmi ve rehberliği müfredatta yoğunluk gösteren dersler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bazı üniversitelerin rehberlikte uzmanlaşmaya yönelik dersleri ön lisans ve lisans müfredatına eklediği görülsede genele olan oranı oldukça azdır. Yüksek lisans düzeyindeki rehberlik eğitiminde ise uzmanlaşmaya yönelik derslerin, ön lisans ve lisans düzeylerine göre daha yoğun olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, bahsi geçen derslerin konu ve kapsamı birbirine yakın olsa da birçok farklı şekilde isimlendirildiğine rastlanmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasındaki ana sebep, diğer araştırmacıların da bahsettiği üzere turizm/turist rehberliği eğitiminde belirli bir standart ve müfredatın olmayışıdır (Eker & Zengin, 2016; Temizkan & Ergün, 2018; Pelit & Katircioğlu, 2018; Eser ve Şahin, 2020). Turizm/turist rehberliği öğrencilerinin sektöre girmeden önce uzmanlaşma vizyonuna sahip olmaları, motivasyonlarının, özgüvenlerinin ve mesleği icra etme isteklerinin artmasına, belirledikleri konu veya bölgelerde yoğun bilgi sahibi olmalarıyla daha kolay bir şekilde iş bulmalarına yardımcı olacaktır. Buna benzer olarak, Yenipınar & Zorkirişçi (2013) yapmış oldukları çalışmada, turizmdeki yeni eğilimlere paralel olarak mesleğin gereksinim duyduğu teorik, teknik ve uygulamalı derslerin kapsamlarının değiştiğini, eğitim veren kurumların müfredatını bu değişimlere uygun hale getirmeleri sonucunda öğrencilerin iş bulmalarında etkili olacağını belirtmiştir. Bunlara ek olarak, turizm/turist rehberliği öğrencilerinin belirli bölümlerde çift ana dal/yan dal yapma imkânları da bulunmaktadır. Öğrenciler bu doğrultuda ikinci bir diploma sahibi ve farklı konular hakkında daha derin bilgi sahibi olabilme fırsatına sahiptir. Bu sayede öğrencilerin uzmanlık alanları hakkındaki bilgileri, motivasyon ve özgüvenleri de artacaktır.

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde farklılaşan turist beklentileri yeni turizm türlerinin ortaya çıkmasını sağlamış ve buna paralel olarak özel ilgi turlarının sayısı ve çeşitliliği artmıştır. Bu artış turizm çalışanlarından beklenen mesleki bilgi ve becerilerde de değişikliğe yol açmıştır (Arslan, 2021). Turist rehberlerinin de bu değişen ihtiyaçlar odaklı mesleki farklılaşmaya yönelmesi gerekmektedir (Akdu vd., 2018). Çünkü turist rehberlerinin her özel ilgi alanında deneyimli olması beklenmemektedir. Bu nedenle belirli alanlarda uzmanlaşma; turist tatmininin ve rehberin çalışma verimliliğinin artması, mesleğin gelişiminin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, özel ilgi turizminin gelişmesi, Türkiye’ye gelen turist profiline zenginleşmesi ve turizmde ürün çeşitliliğinin artmasına katkı sağlayacaktır (Koroğlu, 2007; Çeşmeci, 2018; Yenipınar & Yılmaz, 2019). Bunların yanı sıra Tablo 1’de belirtilen uzmanlaşmanın taraflar açısından katkıları göz önüne alındığında, uzmanlaşma eğitimlerinin artarak devam etmesi gerektiği sonucuna ulaşılabilir. Rehberlikte uzmanlaşma eğitimi programları incelendiğinde ise uzmanlaşma eğitimlerinin büyük bir çoğunluğunun İRO tarafından düzenlendiği görülmektedir. Diğer turist rehberliği meslek odalarının da bu konuya önem vererek, yetki alanlarındaki özel ilgi ve konular kapsamında uzmanlaşma eğitimleri düzenlemeleri ve bu bölgelerdeki diğer kurum ve kuruluşlar ile iş birliği sağlamaları önerilmektedir.



Uzmanlaşma eğitimlerinin Türkiye'deki ürün çeşitlendirme çalışmalarıyla paralel şekilde yürütülmesi gerekmektedir (Koroğlu & GÜDÜ Demirbulat, 2017). Çünkü ürün çeşitlendirme doğrultusunda yapılacak olan eğitimler, ülke turizminin sürdürülebilir şekilde gelişmesine, turist rehberliği mesleğinin belli bölgelerde yığılmasına ve mesleğin on iki aya yayılabilmesine katkıda bulunacaktır. Bu sayede Türkiye'deki turizm sektörünün ve turist rehberliği mesleğinin geleceği daha sağlam temeller üzerine oturtulabilecektir. Arslantürk & Gül (2019)'ün de bahsettiği üzere diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de en kısa sürede uzmanlaşmaya geçilmesi gerekmektedir. Bu da ülkemizdeki uzmanlaşma eğitimlerinin nitelik ve nicelik açısından gelişmesiyle mümkün olacaktır. Koroğlu'nun (2007) yapmış olduğu çalışmada, değişen tüketici eğilimleri çerçevesinde özel ilgi turizminin geliştirilmesi ve bu turlarda ihtiyaç duyulacak rehberlerin uzmanlaşması, bunun içinde uzmanlaşma eğitimlerinin verilmesi gerekliliğinden bahsetmiştir. Benzer şekilde Güzel & Koroğlu (2020) tarafından yapılan çalışmada, özel ilgi turlarında uzman rehber ihtiyacına ve bu kapsamda uzmanlaşmanın önemine değinilmiştir. Buradan hareketle, Türkiye'de geliştirilmesi planlanan turizm türlerine yönelik uzmanlaşma eğitimlerinin sayısının artırılması ve rehberlerin bu eğitimlere katılması için çatı kuruluşlar tarafından teşvik edilmesi önerilebilir. Ayrıca Koroğlu & GÜDÜ Demirbulat (2017) çalışmasında rehberlikte sertifikasyon, kalifikasyon ve uzmanlaşmanın kişiye, mesleğe ve sektöre sağlayacağı faydalardan bahsetmiş ve bu kavramların gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Buna benzer olarak Black & Ham (2005) tarafından yapılan çalışmada, sertifikasyon uygulamasının rehberlik kalitesini artıracığına ve rehberlere çeşitli faydalar sağlayacağına değinilmiştir. Akpınar & Avcı (2021) tarafından yapılan çalışmada ise rehberlerin sahip oldukları uzmanlık sertifikalarının, kariyerlerine ve ekonomilerine katkı sağlamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumun turist rehberlerinin uzmanlaşma eğitimi programlarına katılmasını engellediğini belirtmek mümkündür. Bu sorunların en aza indirilebilmesi için TUREB rehber veri tabanına turist rehberlerinin aldıkları uzmanlık eğitimlerinin eklenebileceği bir sekmenin geliştirilmesi önerilebilir. Çünkü acentaların rehber ararken faydalandıkları bu veri tabanı, acentaların ihtiyaç duyduğu rehberi daha kolay bulmasına yardımcı olabilecek ve rehberler sertifikalarını daha işlevsel olarak kullanabileceklerdir.

Verilen uzmanlaşma eğitimlerinin ve görevlendirilen eğitimcilerin niteliği de üzerinde durulması gereken önemli bir husustur. Uzmanlaşma eğitimi verecek kişilerin sektör deneyimine sahip, konu ve bölgeye hâkim olan kişilerden seçilmesi gerektiği düşünülmektedir. Uzmanlaşma Eğitimi Usul ve Esasları'nda da belirtildiği üzere eğitimlerin en az beş gün sürmesi, konu veya bölge ile ilgili teorik eğitimden sonra sahada uygulama gezilerinin yapılması gerekmektedir. Fakat Anadolu Üniversitesi tarafından yapılan e-sertifika programı bunları tam olarak karşılamamaktadır. Uzmanlaşma eğitimlerinin çeşitlenmesi ve niceliğinin artması bir gelişme olarak görülse de bu durum mesleğin ve uzmanlaşma kavramının anlamını yitirdiği bir uygulamaya dönüşmektedir. Akpınar & Avcı (2021) tarafından yapılan çalışmada, uzmanlaşma eğitimi almış rehberlerden konu ile ilgili alınan görüşler incelendiğinde, rehberlerin e-sertifika eğitiminin ve eğitimcilerinin niteliği hakkında kuşku sahibi oldukları göze çarpmaktadır. Turist rehberleri, eğitimi verecek kişilerin konunun ehli, bölgede uzman ve en az on yıl tecrübeli olması gibi niteliklere sahip olmaları gerektiğini dile getirmişlerdir. Benzer bulguların ortaya çıktığı Güven vd. (2018) tarafından yapılan çalışmada da oluşturulacak uzmanlaşma eğitimi içeriklerinin ve eğitici profiline çok önemli olduğu; eğitimlerin uygulanmasında sorumluluk sahibi olan kurum ve kuruluşlar arasında iş birliğinin sağlanması gerektiği; eğitimlerin planlama, içerik oluşturma ve ölçme-değerleme aşamalarında birçok detayın düşünülmesi gerektiğini saptamışlardır. Bununla birlikte, İRO tarafından paylaşılan yazıda da bu konuya değinilmektedir. İRO Yönetim Kurulu, Anadolu Üniversitesi tarafından hazırlanan bu programların herhangi bir sürecinde odalardan veya eğitimci/akademisyen turist rehberlerinden bir görüş alınmadığını belirtmişlerdir. Bu durum uzmanlaşma eğitimlerinin niteliği ve sürdürülebilirliği açısından oldukça yanlış bir adım olarak görülmektedir. Benzer olarak, uygulama gezisinin olmaması, öğrenci-hoca ilişkisinin eksik kalması, yerinde görerek öğrenmenin atlanması, bu sistem ile verilecek uzmanlığın meslek kalitesini artırmayacağı görüşü ileri



sürülmüştür (İRO, 2022). Bunların yanı sıra, e-sertifika sisteminde başarılı olmak için alınması gereken puanın Uzmanlaşma Eğitimi Usul ve Esasları'nda istenen puandan düşük olması da bir diğer sorun olarak görülmektedir. Bu doğrultuda, e-sertifika programının daha iyi yönetilmesi, programların hazırlanma sürecinde paydaşlardan fikir ve eğitmen desteğinin alınması, meslek eğitiminde sağlanamayan standardizasyonun uzmanlaşma eğitimlerinde korunması için gerekli olan adımların çok geç olmadan atılması önerilebilir.

Bir diğer önemli konu ise turizm/turist rehberliği öğrencilerinin uzmanlaşma vizyonu kazanmalarında ve meslek hayatına girdiklerinde uzmanlık alanlarını belirlemelerinde onlara yol gösterici olacak uzmanlaşma ile ilgili derslerdir. Çalışma kapsamında, ülkemizdeki ön lisans, lisans ve yüksek lisans düzeyinde verilen turizm/turist rehberliği eğitim müfredatı incelenmiş ve uzmanlaşma ile ilgili derslerin yeterli seviyede olmadığı düşüncesine varılmıştır. Her ne kadar yüksek lisans düzeyinde rehberlikte uzmanlaşmaya yönelik derslerin sayısı artış gösterse de bu konunun ön lisans ve lisans düzeylerinde de aynı değeri görmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, turizm türlerinde rehberlik uygulamalarına yönelik olan derslerde de aynı sorun ile karşılaşmaktadır. Örneğin Bahar'ın (2021) yürütmüş olduğu çalışmada, turist/turizm rehberliği ön lisans ve lisans programlarında gastronomi rehberliğine yönelik dersler incelenmiş, müfredatın bu konuda yetersiz olmasının yanı sıra hemen hemen benzer konulu derslerin farklı başlıklarla okutulduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Kök vd.'nin (2021) lisans düzeyinde eğitim gören rehberlik öğrencilerinin gastronomi rehberliğine bakış açılarını belirlemeyi amaçladıkları çalışmada, rehberlik öğrencilerinin gastronomi rehberliğini bir çalışma alanı olarak gördüklerini fakat öğrencilerin Türkiye'nin gastronomi haritasını bildikleri konusunda kendilerine güvenmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Benzer olarak Akdu vd.'nin (2018) sağlık turizmi rehberliği ile ilgili yapmış oldukları çalışmada lisans düzeyinde rehberlik eğitimi veren üniversitelerin ve sertifika programının ders programları incelenmiştir. Yine aynı şekilde sağlık turizmi ile ilgili derslerin de yetersiz olduğu ve bu derslerin seçmeli olarak müfredatta yer aldığı sonucuna varılmıştır. Buradan hareketle, turizm/turist rehberliği öğrencilerinin farklı çalışma alanları belirlemede onlara yardımcı olacak bu derslerin sayısının artırılması ayrıca ders kapsamının doğru bir şekilde belirlenmesi öneri olarak sunulabilir. Yüksek lisans düzeyinde uzmanlaşma ile ilgili derslerin nispeten daha yoğun olduğu görülmekle birlikte ön lisans ve lisans düzeylerinde de ilgili derslerin nicelik ve nitelik açısından geliştirilmesi önerilebilir. Burada ortaya çıkan diğer bir sorun ise ilgili derslerin neredeyse tamamına yakını seçmeli ders olarak müfredatta yer almasıdır. Bütün bu derslerin zorunlu hale getirilemeyeceği ortadadır fakat öğrencilere sunulacak seçmeli derslerin bu kapsamda genişletilmesi ve en azından herhangi bir turizm türünün uzmanlığı hakkında bir dersin seçilebileceği ders havuzu oluşturulması önerilebilir. Ayrıca, turizm/turist rehberliği öğrencilerinin üniversite tarafından belirlenen bölümlerde çift ana dal/yan dal yapılarıyla birlikte, belirli konu ve alanlarda uzmanlaşmaya olan ilgilerinin artacağı düşünülmektedir. Buradan hareketle, turizm/turist rehberliği bölümleri olan üniversitelerin, öğrencilerine gastronomi, arkeoloji, rekreasyon, sanat tarihi gibi bölümlerde çift ana dal/yan dal programlarına katılma imkânı sunmaları önerilebilir.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda; TUREB ve Anadolu Üniversitesi tarafından düzenlenen uzmanlaşma eğitimlerinin her ikisine de katılmış rehberler örneklem olarak seçilip, bu programlar arasındaki farklılıklar tartışılarak yeni uygulamalar için öneriler sunulabilir. Ayrıca, TUREB veya Anadolu Üniversitesi tarafından düzenlenen uzmanlaşma eğitimlerine gözlemci olarak katılarak veya içerikleri tam anlamıyla incelenerek bu programların gelişimi için öneriler sunulabilir. Bununla beraber, turizm/turist rehberliği öğrencilerinin uzmanlaşma ile ilgili görüşleri değerlendirilebilir. Öğrencilerin görmüş oldukları derslerin uzmanlaşma algılarını ne yönde etkilediği üzerine çalışmalar yapılabilir. Hatta elde edilecek bulgular farklı üniversiteler arasında karşılaştırılabilir. Son olarak, çift ana dal/yan dal uygulamalarına katılan turizm/turist rehberliği öğrencilerin, kariyer planlamalarında uzmanlaşmanın yeri ve önemi ele alınabilir. Şöyle ki; gastronomi, arkeoloji, sanat



tarihi gibi bölümlerde yapılan çift ana dal/yan dal uygulamalarının, öğrencilerin meslek hayatlarında seçecekleri uzmanlaşma alanlarını etkileyeceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak, gelişen dünya turizmindeki genel eğilime paralel olarak (Köroğlu, 2007) Türkiye’de birçok turizm türü ortaya çıkmış ve çıkmaya devam etmektedir. Bu turizm türleri turist rehberi ihtiyacını da ortaya çıkaracaktır. Bu bağlamda turistlerin ilgi ve beklentilerine yönelik hizmet vermeyi amaç edinmek durumunda olan turist rehberlerinin, alan uzmanlığı konusunda niteliklerinin ve eğitimlerinin geliştirilmesi gerekmektedir (Pelit & Katırcıoğlu, 2018). Yapılacak uzmanlık eğitimlerinin en iyi şekilde planlanması, niteliklerinin ve devamlılığının korunması hem turizmin sürdürülebilir olarak gelişmesinde hem de rehberlik mesleğinin değerinin ve geleceğinin korunmasında önem arz etmektedir. Bu nedenle ilgili kurum ve kuruluşların, rehberlerin ve rehber adaylarının uzmanlaşma konusuna gerekli önemi göstermeleri gerekmektedir.

Kaynakça

- Akdu, U., Karakaş, D., Çelik, E., Zurnacı, J., & Tabu, Ö. (2018). Turizm rehberliğinde alan uzmanlığı önerisi: Sağlık turizmi rehberliği. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2), 124-138. <https://doi.org/10.34090/tured.491155>
- Akıncı, Z., & Kasalak, M. A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 161-182.
- Akoğlan Kozak, M., & Bahçe, S. (2012). *Özel İlgi Turizmi* (2. baskı). Detay Yayıncılık.
- Akpınar, A., & Avcı, N. (2021). Turist rehberliğinde uzmanlaşma: Uzman rehberlere yönelik bir durum çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 755-787. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.817730>
- Aktaş, S., & Batman, O. (2010). Efsanelerin turistik çekicilik üzerine etkileri: Profesyonel turist rehberlerine yönelik bir araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 367-395.
- Akyurt Kurnaz, H., & Kurnaz, A. (2019). Gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşma, İçinde Ö. Güzel, & Ö. Köroğlu (Eds.). *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Özel İlgi Turlarından Özel Konulara* (1. baskı, ss. 199-230). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm* (1. baskı). Detay Yayıncılık.
- Altın, U., Bektaş, G., Antep, Z., & İrbán, A. (2012). Sağlık turizmi ve uluslararası hastalar için Türkiye pazarı. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 157-163.
- Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1989). T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- Anadolu Üniversitesi (2022, Mart). Anadolu Üniversitesi e-Sertifika Programları. <https://esertifika.anadolu.edu.tr/>
- Ap, J., & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00013-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9)
- Arslan, A. (2021) Turist rehberliği ve uzmanlık alanları, İçinde S. Eser, S. Şahin, & C. Çakıcı (Eds.). *Turist Rehberliği* (2. baskı ss. 117-136). Detay Yayıncılık.



- Arslan, A., & Çiftçi, M. (2020). İnanç turizminde rehberlik uygulamaları, İçinde V. Altıntaş & Z. Türkmendağ (Eds.). *Alternatif Turizmde Rehberlik Uygulamaları: Güncel Yaklaşımlar* (1. baskı, ss. 1-15). Detay Yayıncılık.
- Arslantürk, Y., & Gül, T. (2019). Turist rehberliğinde yeni eğilimler ve turist rehberliğinin geleceği, İçinde B. Zengin, G. Erkol Bayram, & O. Batman (Eds.), *Turist Rehberliği Mesleği (Dünü-Bugünü-Yarını)* (1. baskı, ss. 287-330). Detay Yayıncılık.
- Bahar, M. (2021). Turist rehberliğinde uzmanlaşma: Gastronomi rehberliği açısından turist rehberliği ön lisans ve lisans programlarının değerlendirilmesi. *Journal of Travel and Tourism Research*, 19, 102-119.
- Batman, O. (2003). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik bir araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 117-134.
- Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985). T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- 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. <https://doi.org/10.1080/14724040608668442>
- Brotherton, B., & Himmetoğlu, B. (1997). Beyond destinations – Special interest tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 11-30. <https://doi.org/10.1080/13032917.1997.9687118>
- Costa, C., Quintela, J., & Mendes, J. (2015). Health and wellness tourism: A strategic plan for tourism and thermalism valorization of São Pedro do Sul. İçinde M. Peris-Ortiz & J. Álvarez-García (Eds.), *Health and Wellness Tourism: Emergence of a New Market Segment* (ss. 21-31). Springer International Publishing.
- Çeşmeci, N. (2018). Tur çeşitleri ve turist rehberliği, İçinde S. Eser, S., & Şahin, C. Çakıcı (Eds.). *Turist Rehberliği* (1. baskı ss. 161-185). Detay Yayıncılık.
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding: Image management in Indonesia, *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00083-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00083-4)
- Dokuzuncu Kalkınma Planı (2006). T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: Kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1-2), 1-9.
- Eker, N., & Zengin, B. (2016). Turist rehberliği eğitiminin değerlendirilmesi: Profesyonel turist rehberleri üzerine bir uygulama. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 65-74.
- Eser, S., & Şahin, S. (2020). Turist rehberliği mesleğinde yaşanan güncel sorunlar üzerine bir inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1344-1355. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.399>
- Fredman, P., & Tyrväinen, L. (2010). Frontiers in nature-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 177-189. <https://doi.org/10.1080/15022250.2010.502365>



- Güven, A., Ünal, C., & Caber, M. (2018). Turist rehberliği uzmanlaşma eğitiminde farkındalık yaratma: Turizm paydaşlarına yönelik bir durum çalışması, İçinde N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç, & H. Ulusoy Yıldırım (Eds.). *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar* (1. baskı, ss. 200-221). Detay Yayıncılık.
- Güzel, Ö. (2010). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında yeni bir dinamik: İnanç turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2), 87-100.
- Hjalager, A. (2002). A typology of gastronomy tourism, İçinde A. Hjalager & G. Richards (Eds.). *Tourism and Gastronomy* (ss. 21-35). Routledge.
- Huang, S.S., Hsu, C.H., & Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), 3-33. <https://doi.org/10.1177/1096348009349815>
- İrigüler, F., & Güler, M. E. (2015). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin gastronomi turizmüne bakışı. 1. *International Gastronomic Tourism Congress*. İzmir.
- İstanbul Rehberler Odası (2022). E-Sertifikalı Uzaktan Uzmanlık Eğitimleri Üzerine İRO Görüşü. İstanbul Rehberler Odası. <https://iro.org.tr/tr/292-page-e-sertificali-uzaktan-uzmanlik-egitimleri-uzerine-iro-gorusu.aspx>
- Kargiglioğlu, Ş., Erkol Bayram, G., & Bayram, A.T. (2020). Gastronomi turizminde rehberlik uygulamaları, İçinde V. Altıntaş, & Z. Türkmendağ (Eds). *Alternatif Turizmde Rehberlik Uygulamaları: Güncel Yaklaşımlar* (1. baskı, ss. 17-33). Detay Yayıncılık.
- Kivela, J., & Crotts, J.C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Kök, A., Karahan, S., Akyurt Kurnaz, H., & Kurnaz, A. (2021). Turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberliğine bakış açısı. *Turist Rehberliği Dergisi*, 4(1), 1-18. <https://doi.org/10.34090/tured.803004>
- Koroğlu, Ö. (2007). Değişen tüketici eğilimleri çerçevesinde özel ilgi turizminin geliştirilmesi ve profesyonel turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmanın önemi. I. *Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu* (21-23 Kasım 2007), Çeşme/İzmir, ss.226-234.
- Koroğlu, Ö., & Gülü Demirbulat, Ö. (2017). Rehberlikte sertifikasyon, kalifikasyon ve uzmanlaşma, İçinde Ö. Güzel, V. Altıntaş & İ. Şahin (Eds.). *Turist Rehberliği Araştırmaları Öngörüler ve Uygulamalar* (1. baskı, ss.49-79). Detay Yayıncılık.
- Kruja, D. & Gjyzezi, A. (2011). The special interest tourism development and the small regions. *Turizam*, 15(2), 77-89. <http://dx.doi.org/10.5937/turizam1102077k>
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi* (1. baskı). Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Meydan Uygur, S., & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 0-49.
- Onuncu Kalkınma Planı (2013). T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>



- Pelit, E., & Katırcıoğlu, E. (2018). Turist rehberliği mesleğinde taraflar açısından yaşanan sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2), 74-94. <https://doi.org/10.34090/tured.486198>
- Polat, S. (2016). *Türkiye'nin turizm politikalarının beş yıllık kalkınma planları ve Türkiye turizm stratejisi 2023 kapsamında incelenmesi* (Tez No. 445956) [Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Randall, C., & Rollins, R.B. (2009). Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 357-374. <https://doi.org/10.1080/09669580802159727>
- Resmi Gazete. (2014). "29127 Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği". <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/12/20141226-25.htm> (Erişim Tarihi, 03.02.2022).
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?, İçinde A. Hjalager & G. Richards (Eds.). *Tourism and Gastronomy* (ss. 3-20). Routledge.
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51-67. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90106-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y)
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 1-18.
- Smith, M., & Puczko, L. (2009). *Health and wellness tourism*. Butterworth-Heinemann.
- Soleimani, S., Bruwer, J., Gross, M.J., & Lee, R. (2018). Astro-tourism conceptualisation as special-interest tourism (SIT) field: A phenomenological approach. *Current Issues in Tourism*, 22(18), 2299-2314. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1444021>
- Soyak, M. (2013). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye'de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4, 1-13.
- Sözbilen, G. & Özkul, E. (2019). Sağlık Turizmi. İçinde Ş. Aydın & D. Eren (Eds.) *Alternatif Turizm* (1. Baskı ss. 73-100). Detay Yayıncılık.
- Şahin, G.G., & Tuzlukaya, Ş. (2017). Turizm türleri ve turizm politikaları, dünyada ve Türkiye'de sağlık turizmi, İçinde D. Tengilimoğlu (Ed.), *Sağlık Turizmi* (2. baskı, ss. 43-60). Siyasal Kitabevi.
- Tanrısevdi, A., & Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 9-22.
- Temizkan, S.P. (2010). *Profesyonel turist rehberlerinin turizm pazarlamasındaki rolüne etkisi açısından hizmetiçi eğitim seminerleri* (Tez No. 278035) [Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Temizkan, S.P., & Çiçek, D. (2015). Sağlık turizmi kavramı ve özellikleri, İçinde S.P. Temizkan (Ed.). *Sağlık Turizmi* (1. baskı, ss. 11-36). Detay Yayıncılık.



- Temizkan, S.P., & Ergün, B. (2018). Türkiye’de turist rehberliği öğretiminin değerlendirilmesi. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2), 95-104. <https://doi.org/10.34090/tured.475325>
- Tetik, N. (2006). *Türkiye’de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası örneği)* (Tez No. 206634) [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Tetik, N. (2012). Turist rehberlerinin ekoturizm alanındaki yeterliliklerinin önem-performans analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9(3), 6-24.
- Tetik Dinç, N., & GÜDÜ Demirebulat, Ö. (2019). Doğa turları rehberliği alanında uzmanlaşma. İçinde Ö. Güzel & Ö. Köroğlu (Eds.). *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Özel İlgi Turlarından Özel Konulara* (1. baskı, ss. 311-340). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tırıl, A. (2018). Bir Özel ilgi turizmi olarak edebiyat turizmi ve Türkiye’nin edebiyat turizmi potansiyeli. *International Journal of Social And Humanities Sciences*, 2 (2), 161-184.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism- frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27, 183-200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.004>
- TUREB (2021). Rehberlikte uzmanlaşma eğitimi uygulama usul ve esasları. Türkiye Turist Rehberleri Birliği. <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/78>
- Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2000). T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- Wang, K.C., Hsieh, A.T., & Huan, T.C. (2000). Critical service features in group package tour: An exploratory research. *Tourism Management*, 21(2), 177-189. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00047-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00047-3)
- Weiler, B., & Davis, D. (1993). An exploratory investigation into the roles of the nature-based tour leader. *Tourism Management*, 14(2), 91-98.
- Weiler, B., & Firth, T. (2021). Special interest travel: Reflections, rejections and reassertions. İçinde C. Pforr, R. Dowling & M. Volgger (Eds.). *Consumer Tribes in Tourism Contemporary Perspectives on Special-Interest Tourism* (ss. 11-25). Springer.
- Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1995). T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- Yenipınar, U., & Yılmaz, L. (2019). Turist rehberliğinde uzmanlaşma, İçinde Ö. Güzel, & Ö. Köroğlu (Eds.). *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Özel İlgi Turlarından Özel Konulara* (1. baskı, ss. 1-35). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yenipınar, U., & Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi. *Cag University Journal of Social Sciences*, 10(2), 111-136.
- Yıldız, S. (2019). Macera turları rehberliği alanında uzmanlaşma. İçinde Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Eds.). *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Özel İlgi Turlarından Özel Konulara*. (1. Baskı ss. 261-309). Nobel Akademik Yayıncılık.



- Yıldız, Ö.E. (2009). *Türkiye’de şarap turizmi – Çeşme örneğinde ürün geliştirme modeli* (Tez No. 236027) [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Yılmaz, N., & Erdem, R. (2016). Uzmanlaşma ve tıpta bütüncül yaklaşım üzerine bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 35-47.
- Zengin, B., Uyar, H., & Erkol, G. (2014). Gastronomi turizmi üzerine kavramsal bir inceleme, İçinde A. Kılıçlar (Ed.). *15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss. 511-524).
- Zorlu, Ö. (2018). Sağlık turizmi. İçinde S. Çelik & B. Yalçın (Eds.). *Termal Turizm ve İşletmeciliği* (1. baskı, ss. 7-47.). Detay Yayıncılık.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %100

Turist Rehberlerinin Kişilik Özelliklerinin Liderlik Davranışlarına Etkisi

The Effect of Personality Traits of Tourist Guides on Leadership Behaviors

Arş. Gör. Ali KABAKULAK

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye

Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, Turkey

E-Mail: alikabakulak@aku.edu.tr

Prof. Dr. Elbeyi PELİT

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye

Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, Turkey

E-Mail: elbeyipelit@aku.edu.tr

Öz

Amaç ve Önem: Bu araştırmanın amacı turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin liderlik davranışlarına etkisini belirlemektir. Araştırma kapsamında literatür taraması yapılmış ve yapılan literatür taraması sonucunda turist rehberlerinin kişilik özelliklerini araştıran sınırlı sayıda çalışma olduğu; liderlik davranışları açısından incelendiğinde liderlik davranışları üzerine çok fazla sayıda çalışma yapıldığı; ancak, turist rehberleri özelinde liderlikle ilgili çalışmaların da sınırlı olduğu fark edilmiştir. Ayrıca, turist rehberleri ile ilgili kişilik özellikleri ve liderlik davranışları değişkenlerini birlikte araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanamamış olması ve bu kapsamda turist rehberlerinin kişilik ve liderlik özelliklerinin belirlenmesi, işveren konumundaki seyahat acentalarının kendi turist gruplarına uygun özelliklere sahip turist rehberlerini seçmelerine imkân verirken; turist gruplarının da daha kaliteli hizmet almalarına olanak sağlayacaktır. Bununla birlikte literatürde turist rehberlerinin hem liderlik hem de kişilik özellikleri değişkenleri ile çalışmaların artmasına katkı sağlayacaktır.

Yöntem: Yapılan literatür taramasında hem kişilik özellikleri hem de liderlik davranışları ile ilgili çalışmalarda genel olarak nicel yöntemler kullanılmıştır. Yapılan bu çalışmada da nicel veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Turist Rehberleri Birliğine (TUREB) kayıtlı 8891 eylemli turist rehberi oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme seçilmiştir. Araştırma verileri Şubat-Mayıs 2019 tarihleri arasında çevrim içi olarak toplanmıştır.

Bulgular: Turist rehberlerinin beş faktör kişilik özellikleri incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip boyutun sorumluluk olduğu; en düşük ortalamaya sahip boyutun ise nevroitiklik (duygusal dalgalı) olduğu belirlenmiştir. Liderlik davranışları ölçeği üç boyut olarak belirlenmiş ve üç boyut içinde en yüksek ortalamaya sahip boyut görev davranışı olurken en düşük ortalamaya sahip boyut değişim davranışı olarak belirlenmiştir. Yapılan regresyon analizi sonucunda ise beş faktör kişilik özelliklerinden sadece sorumluluk boyutunun liderlik davranışlarını etkilediği diğer kişilik özelliklerinin ise liderlik davranışlarını etkilemediği tespit edilmiştir. Liderlik davranışları ölçeğinin genel ortalamasının iyi düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca liderlik davranışları ölçeğine uygulanan güvenilirlik kat sayısı 0,896 olarak belirlenmiştir.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Konu ile ilgili literatür incelendiğinde, beş faktör kişilik özellikleri değişkeni ile turist rehberleri özelinde yapılan çalışmaların son yıllarda artmaya başladığı ancak, halen sınırlı sayıda çalışmanın olduğu görülmüştür. Farklı değişkenlerle, farklı evren ve örneklerle kişilik özellikleri ve liderlik davranışları ile ilgili birçok araştırma yapılmasına rağmen kişilik özellikleri ile liderlik davranışını turist rehberleri özelinde araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanamamış olması bu çalışmanın yapılması gerekliliğini doğurmuştur. Bu çalışma kişilik özellikleri ile liderlik davranışları literatüründeki boşluğu doldurmanın yanı sıra ilgili paydaşlara (seyahat acentası, üniversitelerin turizm rehberliği bölümleri, TUREB, Kültür ve Turizm Bakanlığı vd.) katkı sunacak nitelikte bir çalışma olmasından dolayı bu çalışmanın özgün olduğu düşünülmektedir.



Sınırlılıklar: Bu çalışmanın çevrim içi ortamda turist rehberlerine ulaştırılması ve verilerin çevrim içi olarak toplanması Türkiye’deki rehberlerden veri elde etmeyi güçleştirmiştir. Turist rehberlerinin çevrim içi olarak gönderilen linkleri doldurmayı unutması; ayrıca, turist rehberliği alanına özgü kişilik özellikleri ve liderlik davranışlarını araştıran başka çalışmalara rastlanamaması dolayısıyla diğer çalışmaların sonuçlarıyla bu çalışmanın sonuçlarının karşılaştırılamaması; zaman açısından sınırlı bir sürede araştırmanın uygulanması ve turist rehberlerinin çalışma dönemlerine denk gelmesi araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turist rehberi, kişilik özellikleri, beş faktör, liderlik davranışı.

Makale Türü: Araştırma makalesi

Abstract

Purpose and Importance: The aim of this research is to determine the effect of personality traits of tourist guides on leadership behaviors. Within the scope of the research, a literature review was made and as a result of the literature review, there are limited studies investigating the personality traits of tourist guides; when examined in terms of leadership behaviors, there are many studies on leadership behaviors; however, it has been noticed that studies on leadership in particular for tourist guides are also limited. In addition, the absence of any study investigating the personality traits and leadership behavior variables related to tourist guides together, and determining the personality and leadership characteristics of tourist guides in this context, allows travel agencies as employers to choose tourist guides with suitable features for their tourist groups; It will also allow tourist groups to receive better quality service. In addition, it will contribute to the increase of studies with both leadership and personality traits of tourist guides in the literature.

Methodology: In the literature review, quantitative methods were used in general in studies on personality traits and leadership behaviors. Questionnaire technique, one of the quantitative data collection methods, was used in this study. The population of the research consists of 8891 active tourist guides registered to the Tourist Guides Association (TUREB). In the study, convenience sampling was chosen. Research data were collected online between February and May 2019.

Findings: When the five factor personality traits of tourist guides are examined, it is seen that the dimension with the highest average is responsibility; it was determined that the dimension with the lowest mean was neuroticism (emotional fluctuation). Leadership behaviors scale was determined as three dimensions and while the dimension with the highest average among the three dimensions was task behavior, the dimension with the lowest average was determined as change behavior. As a result of the regression analysis, it was determined that only the responsibility dimension of the five factor personality traits affected the leadership behaviors and the other personality traits did not affect the leadership behaviors. The general average of the leadership behavior scale was found to be at a good level. In addition, the reliability coefficient applied to the leadership behavior scale was determined as 0.896.

Originality/Value: When the literature on the subject is examined, it has been seen that the five-factor personality traits variable and the studies on tourist guides have started to increase in recent years, but there are still limited studies. Although many studies have been conducted on personality traits and leadership behavior with different variables, different population and samples, the fact that there has not been any study investigating personality traits and leadership behavior specifically for tourist guides has necessitated this study. In addition to filling the gap in the literature on personality traits and leadership behavior, this study is considered to be original because it is a study that will contribute to relevant shareholders (travel agency, tourism guidance departments of universities, TUREB, Ministry of Culture and Tourism etc.).

Limitations: The delivery of this study to the tourist guides in the online environment and the collection of the data online made it difficult to obtain data from the guides in Turkey. Tourist guides forget to fill in the links posted online; In addition, the results of this study cannot be compared with the results of other studies due to the lack of other studies investigating personality traits and leadership behaviors specific to the field of tourist guidance; The application of the research in a limited time in terms of time and coinciding with the working periods of the tourist guides constitute the limitations of the research.

Keywords: Tourist guide, personality traits, the big five, leadership behavior.

Paper Type: Research article



Giriş

Kişilik, insanın kimliğidir. Dolayısıyla insanlar daha anne karnındayken kişilikleri oluşmaya başlar; zaman içerisinde şekillenir, zamanla kişilik özellikleri insanda yer etmeye başlar; kişilik zamanla oturur ve belli bir zamandan sonra değiştirilmesi zorlaşır. Kişilik zamanla dinamik bir yapıdan daha dengeli bir hale gelir. Kişilik aynı zamanda nasıl bir yapıya sahip olduğumuz noktasında karşımızda bulunan kişilere de bir ipucu verir. Mesleklerin seçiminde de yine kişilik özelliklerinin önemli bir rolü bulunmaktadır. Son yıllarda yapılan çalışmalarda kişilik ile meslek seçimi (Erhart, 2006; Köroğlu, 2014; Arslan, Güripek & İnce, 2017; Turan, Zorlu & Kabakulak, 2018) arasındaki ilişkilerin araştırıldığı çalışmalar yapılmıştır. Kişilik özellikleri ile ilgili çalışmaların sayısının artması ve belirli aralıklarla tekrarlanması mesleklerin sürdürülebilirliği ve kişilerin de seçtikleri/seçecekleri mesleklerde kariyer yapma isteklerini devam ettirmede belirleyici olabilecektir. Özellikle hizmet sektöründe yer alan turizm endüstrisinde insan ilişkilerinin yoğun olması, turizm endüstrisinin çok fazla özveri ve emek gerektirmesi, mesai kavramının olmaması ya da düzensiz olması dolayısıyla bu endüstrinin vazgeçilmezlerinden olan turist rehberlerinin sahip olduğu kişilik özelliklerini daha önemli hale getirmektedir. Çünkü mesleğin gerektirdiği uygun kişiliğe sahip olmayan bir turist rehberinin varlığı sektöre yarardan çok zarar getirecektir. Dışadönük olmayan, uyumlu çalışmayan ve sorumluluk bilinci gelişmemiş bir turist rehberi çalıştığı acentanın gelir kaybı yaşamasına neden olabilir, bölgenin ve ülkenin imajının zedelenmesine sebebiyet verebilir. Dolayısıyla kişilik ile yapılan iş birbiriyle uyumlu olmadığı takdirde ciddi sorunlar (başarısızlık, işten ayrılma niyeti, olumsuz mesleki tutum, iş doyumsuzluğu, turist-rehber çatışması vb.) ortaya çıkabilir.

Turist rehberliği aktif bir meslektir ve sürekli olarak turistlerle iç içe olmayı gerektirir. Sundukları hizmetler aracılığıyla turist memnuniyetini sağlama konusunda turist rehberleri, büyük sorumluluk taşımaktadır (Chang, 2006). Dolayısıyla turist rehberlerinin mesleklerinin doğası gereği dışadönük, aktif, güler yüzlü, sorumluluk alabilen, konuşkan, karşılaştığı/karşılaşabileceği sorunları çözmeye istekli ve liderlik özelliklerine sahip olmayı da gerektirir. Turist rehberliği mesleğini icra edebilmek, grupları yönetebilmek ve tur organizasyonlarını başarıyla yapabilmek için öncelikle turist rehberlerinin kişiliklerinin mesleğe uygun olması ve liderlik vasıflarını kişilikleri ile özdeşleştirmesi gerekmektedir. Böylelikle, sahip olunan kişilik özelliği turist rehberlerinin liderlik özelliklerini olumlu yönde etkileyebilir. Dolayısıyla turist rehberlerinin kişilik ve liderlik özelliklerinin uyumu turlardaki turist memnuniyetini, seyahat acentalarının tur satışlarını sürdürebilmesinin yanı sıra turist rehberlerinin çalıştıkları gün sayılarını ve gelirlerini arttırmalarına da katkı sağlayacaktır. Acentalar, turist gruplarının özelliklerini dikkate alarak görevlendirecekleri uyumlu kişilik ve liderlik özelliklerine sahip turist rehberleri vasıtasıyla turist gruplarına unutulmaz tur deneyimleri yaşatabilme potansiyeline sahip olabilecektir. Kazan-kazan mantığı ile tüm taraflar yapılan işten ve alınan hizmetten memnun olacaklardır. Bu nedenle kişilik özellikleri ve liderlik davranışları Turist Rehberleri Birliği (TUREB) ve bağlı oda yönetimleri tarafından belirli aralıklarla araştırılmalı, odalar bazında rehberlerin kişilik özellikleri ve liderlik davranışları (yönelimleri) tespit edilerek genel bir profil ortaya çıkarılmalı ve bu araştırmaların sonuçları düzenli aralıklarla Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) ve TÜRSAB'a bağlı Bölge Temsil Kurulları (BTK) ile ve diğer ilgili paydaşlarla paylaşılmalıdır. Böylelikle hem ülke hem bölge özelinde turist gruplarına daha yüksek tur deneyimi ve daha kaliteli turist rehberliği hizmeti sunulabilecektir.

Kişilik özellikleri ile yapılan çalışmalar genellikle farklı alanlarda (psikoloji, sosyoloji, eğitim bilimleri vb.) farklı örneklem grupları üzerine (doktor, hemşire, öğretmen, öğrenci vb.) yoğunlaşırken; liderlik davranışları ise, doktor, hemşire öğretmen dışında işletme ve okul yöneticileri vd. örneklem grupları üzerine de yoğunlaşmıştır. Turizm alanında turizm rehberliği öğrencilerinin kişilik özellikleriyle ilgili yapılan literatür taramasında, Köroğlu (2014); Eser, 2017; Turan, Zorlu & Kabakulak, 2018; Kabakulak, Başar & Soybalı (2020); Pelit, Kabakulak & Ateş, 2020; Turist rehberlerinin kişilik özellikleriyle ilgili, Özoğul (2017), Al Jahwari vd., 2017; Kabakulak (2018),

Özsoy (2019), Devenci (2020) ve Boz, Eşitti & Özkan (2021) tarafından yapılmış çalışmaların olduğu tespit edilmiştir.

Literatürde liderlikle ilgili yapılmış birçok çalışmaya rastlanmıştır. Farklı alanlarda yoğunlaşan liderlik davranışları üzerine (Sünbül, 2017) çalışmalar son yıllarda turist rehberleri açısından da araştırılmaya başlamış ve liderlik konusunda turist rehberlerinin liderlik davranışları üzerine lisansüstü tezler yazılmış ve akademik çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Turist rehberlerinin liderlik davranışları Köroğlu (2013); Acar (2014); Güzel & Köroğlu (2014) ve Türkmen (2016) tarafından araştırılmıştır. Acar (2014) ve Türkmen (2016) yüksek lisans tezi olarak, Köroğlu (2013); Güzel & Köroğlu (2014) ve Asmadili, Asmadili & Yüksek (2018) ise turist rehberlerinin rolleri üzerinden liderlik özelliklerini araştırmıştır. Her ne kadar farklı örneklem grupları üzerine birçok çalışma olsa da turist rehberlerinin liderlik davranışları (yönelimleri) üzerine sınırlı sayıda araştırma gerçekleştirilmiştir. İfade edilen bu çalışmalarda turist rehberlerinin liderlik davranışlarına yönelik olarak Acar (2014) tarafından liderlik yönelimleri ve Türkmen (2016) tarafından duygusal zekâ yetenekleri ile liderlik davranışları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla birer araştırma yapılmıştır. Bunun dışında Asmadili, Asmadili & Yüksek'in (2018), Eskişehir ilinde turist rehberlerinin liderlik rollerini araştırdıkları nitel bir çalışma gerçekleştirdiği tespit edilmiştir.

Turist rehberlerinin ve turizm rehberliği öğrencilerinin kişilik özelliklerini, kişilik-meslek seçimi-meslek uyumu vb. konularında yapılan araştırmaların sayısı son zamanlarda artış eğilimindedir. Turist rehberlerinin ve turizm rehberliği öğrencilerinin liderlik özellikleri, davranışları vb. konularını araştıran çalışmaların sınırlı olması bununla birlikte turist rehberlerinin kişilik özellikleri ile liderlik davranışları (yönelimleri) değişkenleri ile birlikte yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin liderlik tarzlarına etkisi olarak belirlenmiştir.

1. Kavramsal Çerçeve

Psikolojinin konusu olan ve son yıllarda akademik alanda da sıkça araştırma konusu olan kişiliğin birçok farklı tanımı yapılmıştır. Cüceloğlu (1991) kişiliği, “*bireyin çevresiyle kurduğu, diğer bireylerden farklı olan, tutarlı ve yapılaşmış ilişki biçimi*” olarak tanımlamıştır. Türk Dil Kurumu (2022) kişiliği “*bireyin toplumsal hayatın içinde edindiği alışkanlıkların ve davranışların bütünü ve şahsiyet, bireyin sahip olduğu belirgin özellik*” şeklinde açıklarken; McCrae & Costa (1989) kişiliği, farklı durumlarda davranışı açıklayan duygusal, kişilerarası, deneysel, tutumsal ve motivasyon stilleri olarak tanımlamaktadır. Robbins & Judge (2017) ise kişiliği, bir bireyin başkalarına tepki verme ve başkalarıyla etkileşim kurma yollarının toplamı olarak ifade etmiştir.

Kişilikle ilgili ortak bir tanım olmamasına rağmen kişilik özellikleri ile ilgili literatürde birçok farklı kuram (Cattell ve Holland'ın kişilik kuramları vd.) ve kişilik çalışmaları bulunmaktadır. Ancak, hiçbir kişilik özellikleri ölçeği Beş faktör (Büyük Beşli) kadar yaygın olarak kullanılmamıştır. Beş Faktörlü yapının kültürlerarası genellenebilirliği, birçok ülkede yapılan araştırmalarla oluşturulmuştur (McCrae & Costa, 1997). Kişiliği tanımlamada bilimsel olarak geçerlik ve güvenilirliği kanıtlanmış olmasından dolayı beş faktör kişilik modeli geniş kitlelerce kabul görmüştür (Hough & Öneş, 2001). Kanıtlar, Beş Faktör kişilik özelliklerinin zaman içinde istikrarlı olduğunu göstermiştir (Costa & McCrae, 1988; Digman, 1989). Dolayısıyla, beş faktörlü bir kişilik modelinin (genellikle Büyük Beşli olarak da adlandırılır) kişiliğin en göze çarpan yönlerini tanımlamak için kullanılabileceği konusunda fikir birliği sağlanmıştır (Goldberg, 1990).

Beş faktör kişilik özellikleri ya da Büyük Beşli ile turizm alanında çalışmaların (Costa & McCrea, 1987; Somer, Korkmaz & Tatar, 2002; Al Jahwari, Sirakaya-Türk & Tanrıseven, 2017; Özkan, 2017; Özoğul, 2017; Kabakulak, 2018, Soybalı, Kabakulak & Başar, 2020; Kabakulak, Başar & Soybalı, 2020; Özkan, Yumuk Günay & Demiralay, 2020; Boz, Eşitti & Özkan, 2021 vd.) yapıldığı görülmüştür. Yapılan çalışmalarda kullanılan Beş Faktör kişilik özellikleri beş boyut



altında toplanmıştır. Bunlar deneyime açıklık, sorumluluk, geçimlilik, dışadönüklük ve nevroitiklik (duygusal dalgalı olma durumu) boyutlarıdır (Barrick & Mount, 1991). Nevrotiklik, zayıf duygusal uyum sergileme, kaygı, güvensizlik ve düşmanlık gibi olumsuz etkiler yaşama eğilimini; dışadönüklük, sosyal, iddialı, aktif olma, enerji ve şevk gibi olumlu etkiler yaşama eğilimini; yaşantıya açıklık, yaratıcı ve özerk olma, geleneksel olmama eğilimini; geçimlilik, güvenen, uyumlu, ilgili ve nazik olma eğilimini temsil ederken sorumluluk, başarı ve güvenilirlik olmak üzere birbirleriyle ilişkili iki yönden oluşur (Judge, Bono, Ilies & Gerhardt, 2002).

Yukarıda bahsi geçen kişilik özellikleri boyutlarında yer alan nitelikleri turist rehberleri az ya da çok kendi kişiliklerinde barındırırlar. Dolayısıyla tek bir kişilik özelliğine sahip olma diye bir şey söz konusu değildir. Kabakulak'ın (2018) turist rehberlerinin kişilik özelliklerini araştırdığı çalışmada sorumluluk ve geçimlilik (uyumluluk) kişilik özelliklerinin baskın kişilik özellikleri olduğu; en az sergilenen kişilik özelliğinin ise nevroitiklik olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum turist rehberlerinin Beş Faktör kişilik özelliklerinde yer alan tüm niteliklere belirli oranda sahip olduklarını sadece bir kişilik özelliğinin ağırlık düzeyinin (daha baskın) diğerlerine göre (daha zayıf) farklı olduğunu göstermektedir.

Turizm endüstrisi, en ön saflarında görev alan personelin hizmet sunumunda önemli rol oynadığı ve turistler ile çalışanlar arasında etkileşimin sık olduğu önemli bir endüstridir (Terglav, Konecnik Ruzzier & Kaše, 2016). Ön saflarda yer alan turizm paydaşlarından biri de turist rehberleridir. Turist rehberi, “ziyaretçilerin tercih ettikleri dilde yol gösteren, sahip olunan doğal ve kültürel zenginlikleri ziyaretçilere aktaran ve ilgili yetkililerce görevlendirilmiş kişi” olarak tanımlanmaktadır (WFTGA, 2022). Bu tanımdaki görevleri dışında turist rehberlerinin tur boyunca, turistlere rehberlik etme ve turistleri mutlu etme de dâhil olmak üzere temel ürün ve hizmetleri sunma sorumlulukları da bulunmaktadır (Wang, Hsieh & Chen, 2002). Ap & Wong (2001)'a göre, başarılı bir turist rehberi turistleri mutlu etmeli; onları, gezilen alanların güçlü ve olumlu bir izlenimiyle baş başa bırakmalı; turistlerin beklentilerini karşılayan doğru ve faydalı hizmetler sunmalı ve gelecekteki turlara katılma isteklerini arttırmalıdır. Turist rehberi gezi boyunca, turistlerle etkileşimi sürdürür; bu nedenle turist rehberinin performansı, turistler tarafından algılanan memnuniyet ve hizmet kalitesini ve turistlerin turları tekrar satın alıp almama kararlarını etkiler (Chang, 2012). Dolayısıyla, işletmelerin karlılığı, turist rehberinin temel tutum ve davranışlarına bağlıdır (Übeda-García, Claver Cortés, Marco-Lajara & Zaragoza-Sáez, 2014). Bir turist rehberinin performansı, sadece seyahat acentesinin imajını değil, aynı zamanda itibarını ve müşteri sadakatini de etkiler (Chan, Hsu & Baum, 2015; Heung, 2008; Huang, Weiler & Assaker, 2015). Bu nedenle turist rehberlerinin, turun kalitesi üzerinde büyük bir etkisi vardır (Agrusa, 1994; Mossberg, 1995). Turist rehberlerinin yukarıda ifade edilen görevleri yerine getirmesi ve turistleri memnun edip tekrar ziyaret etmelerini sağlaması sahip olduğu kişilik özelliklerine ve sergileyecekleri liderlik davranışlarına göre değişir. Kişilik, liderliğin etkinliğini etkileyen ana faktörlerden biridir (Judge, Bono, Ilies & Gerhardt, 2002). Bu nedenle son zamanlarda turist rehberlerinin kişilik özellikleri ve liderlik davranışları (tarzları, stilleri vb.) konuları araştırmacıların dikkatini çekmeye başlamıştır.

Turist rehberleri, özellikle her şey dâhil turlarda, turistlerle karşılaştıkları ilk andan turistin ayrılacağı son ana kadar her detaydan sorumlu olan kültür elçileridir (Al Jahwari et al., 2017). Dolayısıyla turist rehberlerinin sahip olduğu kişilik özellikleri turistin geldiği destinasyon ve o destinasyonda yaşayan yerel halk, ülke vb. hakkında ilk izlenimin yanı sıra alacağı hizmet hakkında turistlere ipucu vermektedir. Çünkü insanların başkalarını nasıl etkilediği öncelikle dış görünüşlerine (boy, kilo, yüz özellikleri, renk ve diğer fiziksel özellikler) ve kişilik özelliklerine bağlıdır. Dolayısıyla kişilik, insanların başkalarını nasıl etkilediği, kendilerini nasıl anladıkları ve gördüklerinin yanı sıra kişi-durum etkileşimi anlamına gelmektedir (Luthans, 2010). Kişi-durum etkileşimi kişiliğin; etkilemek, yönetmek ve yönlendirmek ise liderliğin bir gereğidir.



Kişilik özellikleri ile turist rehberleri özelinde çalışmalar yapan araştırmacılardan Özoğul (2017), turist rehberlerinin kişilik özellikleri üzerine yapmış olduğu araştırmada, deneyime açıklık, dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özelliklerinin duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı etkilere sahip olduğunu; deneyime açıklık ve uyumluluk kişilik özelliklerinin mesleki devam bağlılığını pozitif yönde, nevroitikliğin ise devam bağlılığını negatif yönde anlamlı olarak etkilediğini; mesleğe yönelik normatif bağlılık üzerinde ise deneyime açıklık ve dışadönük kişilik özelliklerinin pozitif yönde anlamlı etkilere sahip olduğunu; bununla birlikte, deneyime açıklık, nevroitiklik, dışadönüklük ve uyumluluk kişilik özelliklerinin psikolojik sermaye üzerinde pozitif yönde anlamlı etkilere sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Kabakulak (2018), turist rehberlerinin kişilik özelliklerinden nevroitiklik boyutu dışında dışadönüklük, açıklık, geçimlilik ve sorumluluk boyutlarının yüksek ortalamalara sahip olduğu, en baskın kişilik özelliklerinin ise sorumluluk olduğunu; turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin mesleki tutumları ve iş doyumları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu belirlemiştir.

Deveci (2020), turist rehberlerinin en baskın kişilik özelliklerinin sorumluluk olduğunu; iş doyumlarının yüksek düzeyde; yaşam doyumunu düzeylerinin ise orta düzeyin biraz üzerinde olduğunu; Beş faktör kişilik özellikleri alt boyutları ile iş doyumunu arasındaki ilişkiler incelendiğinde; dışadönüklük ve sorumluluk kişilik özelliği ile iş doyumunu arasında negatif yönlü ve zayıf bir ilişki olduğunu; nevroitiklik kişilik özelliği ile iş doyumunu arasında pozitif yönlü ve zayıf bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Poynter (1993; akt. Acar & Tanrısevdi, 2015) turist rehberini, lider, çevirmen ve seyahat yöneticisi rollerini yerine getiren kişi olarak tanımlamıştır. Görevlerinin gereği olarak, turist rehberleri sadece turistlere liderlik etmekle kalmaz, aynı zamanda grubun dikkatini ve takibini de yönetmeyi gerektirir (Heung, 2008). Batman (2003) ise bir turist rehberinin liderlik, davranışsal esneklik, sabır, duyarlılık, mizah anlayışı, kararlılık, fiziksel görünüm ve mesleki etik gibi becerilere sahip olması gerektiğini belirtmektedir. Destinasyonlarda önemli bir role sahip olan turist rehberleri, sadece turist gruplarını değil, aynı zamanda astlarını da yöneten, yönlendiren profesyoneller olarak kabul edilirler (Acar & Tanrısevdi, 2015). Bir turist rehberinin liderlik tarzı, bir göreve ilişkin alışkanlık davranışları ve tavrıdır (Wong & Lee, 2012). Dolayısıyla süreç içinde turist rehberlerinin edindikleri deneyimler/alışkanlıklar kendi liderlik tarzlarının oluşmasını sağlar (Tsaur & Teng, 2017).

Turist rehberliği ile ilgili araştırmalar incelendiğinde araştırmacıların liderlik ve turist rehberliğini bir bütün olarak ele aldıkları görülmektedir (Acar & Tanrısevdi, 2015). Cohen (1985) turist rehberlerinin rollerini liderlik ve arabuluculuk olarak ikiye ayırmış ve her iki rolün de içsel ve dışsal bileşenlere sahip olduğunu belirtmiştir. Randall ve Rollins (2005) ise, turist rehberlerinin sosyal etkileşim ve bilgi yayma biçiminde liderliğe odaklanan içsel rollerine işaret etmektedir. Öte yandan, turist rehberlerinin liderlik davranışları hizmet şeklinde gösterilse de Wong & Lee (2012) turist rehberlerinin sadece ilgi çekici yerleri gezdirmesi değil, aynı zamanda ziyaretçileri turun başından sonuna kadar önemsemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla bir turist rehberinin üstlendiği bu görev, bir tür liderlik olarak tanımlanabilir.

Turist rehberlerinin lider olarak üstlenmesi gereken görevler bulunmaktadır. Bunlar (Wong & Lee, 2012): Grubun dağılmasını önlemek, detayları önemsemek, profesyonel imajı sürdürmek, beklenmedik durumlara karşı hazırlıklı olmak, ön bilgilendirme yapmak, ortak kurallar koymak ve uyulmasını sağlamak, acil durumlara müdahale edebilmek, grubun başına ve sonuna aynı zamanda hakim olabilmek, serbest zaman vermeden önce gruba yapılacak aktiviteleri bitirebilmek, serbestlik tanımak, sürekli hatırlatma yapmak, birlikte hareket etmeyi başarmak, iletişim kolaylaştırmak, pasif olarak beklemek, diğer çalışma arkadaşlarına yardımcı olmak, turistlerin en iyi faydayı almasını sağlamak, adaletli olmaya çabalamak, son ana kadar hizmet etmek, açık yürekli olmak, sağlık ve hijyen kurallarını vurgulamak vd. turist rehberlerinin tur süresince üstlenmesi gereken görevler



olarak ifade edilmiştir. Bir destinasyonun olumlu imajı olumsuzla dönüştüğünde bu olumsuzluk, turist rehberi vasıtasıyla olumlu imaja dönüşebilir. Bu nedenle turist rehberlerinin sahip olduğu nitelikler (liderlik edebilmek, yol gösterebilmek) hayati önem taşımaktadır (Acar & Tanrısevdi, 2015).

Acar (2014), turist rehberlerinin liderlik yönelimlerini araştırdığı çalışmada göreve yönelik boyuttaki liderlik yönelimlerinin insana yönelik boyuttaki yönelimlerden daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Diğer bir çalışmada Türkmen (2016), turist rehberlerinin duygusal zekâ yetenekleri ile liderlik davranışlarını araştırdığı çalışmada duygusal zekâ ve liderlik davranışının yüksek ilişki düzeyine sahip olduğunu; duygusal zekâ düzeyinin büyük bir oranda, liderlik davranışı üzerinde etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Turist rehberlerinin duygusal zekâ düzeylerinin orta seviyede olduğu ve büyük oranda görev yönelimli liderlik davranışı sergilediklerini saptamıştır. Bu bilgiler doğrultusunda turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin ve liderlik davranışlarının neler olduğu, değişkenler arasındaki etkinin yönünü ve ağırlığını belirlemek için aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H1: Turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin liderlik davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin liderlik davranışlarına etkisini belirlemektir. Bu kapsamda araştırmanın evrenini Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde turist rehberliği mesleğini icra eden 13 rehber odasına kayıtlı eylemli rehberler oluşturmaktadır. Araştırma öncesinde literatür taraması yapılmış ve yapılan tarama sonucunda turist rehberlerinin kişilik özelliklerini araştıran sınırlı sayıda çalışma olduğu; liderlik davranışları açısından incelendiğinde liderlik davranışları üzerine çok fazla sayıda çalışma yapıldığı; ancak, turist rehberleri özelinde liderlikle ilgili çalışmaların da sınırlı olduğu fark edilmiştir. Dolayısıyla turist rehberleri ile ilgili kişilik özellikleri ve liderlik davranışları değişkenlerini birlikte araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanamamıştır.

Turist rehberlerinin kişilik ve liderlik özelliklerinin belirlenmesi, seyahat acentalarının yapmış oldukları tur programlarına uygun, programı uygulayabilecek ve grubu yönlendirebilecek kişilik ve liderlik özelliklerine sahip turist rehberlerinin istihdam edilmesine katkı sağlarken aynı zamanda uzun dönemli iş birlikleri sayesinde turist rehberlerinin kazançları da artacaktır. Ayrıca, grubun özelliklerine uygun rehber tahsisi, turist-agenta veya turist-diğer işletmeler (konaklama, yeme-içme vd.) arasında ortaya çıkması muhtemel kriz ve çatışmaları azaltacak; grubun alacağı hizmet kalitesini arttıracaktır. Bununla birlikte, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, TUREB, Üniversitelerin Turizm/Turist rehberliği bölümlerinin dekanlıkları/bölüm başkanlıkları ve diğer ilgili taraflara fikir vermesi, öneriler getirmesi ve sektörün çeşitli paydaşlarına katkı sunabilecek bir çalışma olmasından dolayı bu araştırma önemli görülmektedir.

3. Yöntem

Araştırmada nicel veri toplama yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket “cevaplandırıcının daha önceden belirlenmiş bir sıralamada ve yapıda oluşturulan sorulara karşılık vermesiyle veri elde etme yöntemi” olarak tanımlanmıştır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu & Yıldırım, 2010). Araştırmanın evrenini Türkiye’de turist rehberliği yapan 8891 eylemli turist rehberi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından örneklem alma yoluna gidilmiş ve olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme seçilmiştir. Bu kapsamda çevrim içi ortamda anket formu oluşturulmuş ve turist rehberlerine doldurmaları için sosyal medya uygulamaları (facebook, instagram vb.) üzerinden gönderilmiştir. Araştırma verileri Şubat-Mayıs 2019 tarihleri arasında çevrim içi olarak toplanmıştır.



Araştırma kapsamında hazırlanan anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir, eğitim, statü, deneyim, çalışılan gün sayısı, rehberlik mesleğini yapma biçimi, hizmet verilen grup türü, hangi dil(ler)de rehberlik yaptığı ve bağlı olunan rehber odası sorularını içeren bireysel özelliklere ilişkin 12 adet sorudan oluşmaktadır.

Anketin ikinci bölümünde turist rehberlerinin liderlik davranışlarını ölçmek için Türkmen (2016) tarafından literatürden yararlanılarak geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçekte, 5'li Likert tipi derecelendirmeden yararlanılmış olup, ölçekteki ifadeler; “1: kesinlikle katılmıyorum, 2: katılmıyorum, 3: Orta düzeyde katılıyorum, 4: katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum” şeklinde sıralanmıştır. Türkmen (2016) tarafından ölçeğe güvenilirlik analizi yapılmış ve liderlik davranışları ölçeğine ilişkin Cronbach's Alpha kat sayısı 0,908 olarak bulunmuştur. Bu araştırma kapsamında liderlik davranışı ölçeğine tekrar güvenilirlik analizi uygulanmış olup Cronbach's Alpha kat sayısı 0,896 olarak bulunmuştur. Alpha değeri 0,80 ile 1,00 arasında olması ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir (Kozak, 2015: 146).

Turist rehberlerinin kişilik özelliklerini belirlemek amacıyla, McCrae & Costa (1989) tarafından geliştirilen ve Türkçe çevrili birçok araştırmacı tarafından yapılan “Beş Kişilik Faktörü - NEO Beş Faktör” ölçeğinden faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan ölçekte 5'li Likert tipi derecelendirmeden yararlanılmış olup, ölçekteki ifadeler; “1: hiçbir zaman, 2: nadiren, 3: bazen, 4: sık sık, 5: her zaman” şeklinde sıralanmıştır. Katılımcıların bireysel özelliklerine ilişkin veriler frekans ve yüzde dağılımları hesaplanarak verilmiştir. Araştırma değişkenlerinden kişilik özelliklerinin liderlik tarzlarına etkisini ortaya koyabilmek için yüzde, frekans analizlerinin yanı sıra regresyon analizi yapılarak değişkenler arasındaki etki ve etkinin şiddeti ölçülmüştür.

Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Yapılan analizler tablolar haline dönüştürülmüş ve sonuçlar yorumlanmıştır. Araştırmada ilk olarak turist rehberlerine ait demografik özellikleri içeren frekans ve yüzde dağılımları, bununla birlikte liderlik davranışları ölçeği ve kişilik özelliklerine ilişkin yüzde-frekans dağılımları ile ortalama ve standart sapma değerleri verilerek tablolar yorumlanmıştır.

4. Bulgular

Türkiye’de eylemli olarak çalışan turist rehberlerinin bireysel özelliklerine ilişkin bulgular tablo 1’de sunulmuştur. Tablo 1’e göre araştırmaya katılan eylemli turist rehberlerinin, %65,9’u erkek, %34,1’i kadındır. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin yaş grupları incelendiğinde en fazla 29-40 yaş arası (%49,4), en az 20-28 yaş arası (%9,1) turist rehberi araştırmaya katılmıştır. Katılımcıların %56,1’u evli, %43,9’u bekârdır. Araştırmaya katılan eylemli turist rehberlerinin deneyim süreleri incelendiğinde en fazla 8-14 yıl (%46,3) ve en az 1 yıl ve daha az (%6,7) deneyime sahip oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların gelir durumlarına göre dağılımına bakıldığında en fazla 4501 TL ve üzeri (%47,6), en az 2021-3000 TL (%12,2) arasında gelir sağladıkları ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin en fazla bakanlık kursunu (%44,5) ve en az lisansüstü (%0,6) eğitimlerini bitirdikten sonra çalışma kartlarını aldıkları anlaşılmıştır.

Araştırmaya katılan turist rehberleri en fazla bağımsız (%84,8) olarak çalışırken en az seyahat acentesine bağlı olarak (%15,2) çalıştıkları belirlenmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin en fazla İngilizce (%48,2); en az Fransızca (%1,8) dilinde rehberlik yaptıkları ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan turist rehberleri 2018 yılında ortalama en fazla 0-50 gün (%37,2), en az 101-150 gün (%17,7) çalıştıkları belirlenmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberleri en çok yerli gruplara (%39,6), en az ise yabancı gruplara (%29,3) hizmet verdiği ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin turist rehberliği mesleğini en çok asıl iş (%70,7), (%29,3)’ünün ise ek iş olarak yaptıkları belirlenmiştir. Araştırmaya en çok ADRO (%20,1) üyeleri katılırken en az katılım sağlayan rehber odasının TRO (%0,6) olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1
Katılımcıların Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bireysel Değişkenler		f	%	Bireysel Değişkenler		f	%	
Cinsiyet	Kadın	56	34,1	Deneyim	1 Yıl ve daha az	11	6,7	
	Erkek	108	65,9		2-7 Yıl	28	17,1	
Medeni Durum	Evli	92	56,1		8-14 Yıl	76	46,3	
	Bekâr	72	43,9	Hizmet Grubu	15 Yıl ve üzeri	49	29,9	
Yaş	20-28 Yaş	15	9,1		Sadece Yerli	65	39,6	
	29-40 Yaş	81	49,4		Sadece Yabancı	48	29,3	
	41-50 Yaş	30	18,3	Hem Yerli Hem Yabancı	51	31,1		
2018 Yılında Çalışılan Ortalama Gün Sayısı	50 Yaş ve üzeri	38	23,2	Çalışma Şekli	Bağımsız	139	84,8	
	0-50 Gün	61	37,2		Acentaya Bağlı			
	51-100 Gün	34	20,7					
Ruhsatname Alma Şekli	101-150 Gün	29	17,7	ADRO	33	20,1		
	151 Gün ve üzeri	40	24,4	ANRO	12	7,3		
	Bakanlık Kursu	73	44,5	ARO	3	1,8		
	Önlisans	48	29,3	ATRO	2	1,2		
Rehberlik Yaptığımız Dil(ler)	Lisans	42	25,6	Üye Olunan Rehber Odası	BURO	7	4,3	
	Lisansüstü	1	0,6		ÇARO	9	5,5	
	İngilizce	79	48,2		GARO	9	5,5	
	Türkçe	43	26,2		İRO	53	32,3	
	Almanca	10	6,2		İZRO	17	10,4	
	İspanyolca	7	4,2		MURO	3	1,8	
	Arapça	5	3,0		NERO	9	5,5	
	Fransızca	3	1,8		ŞURO	6	3,7	
	İngilizce-Diğer	7	4,2		TRO	1	0,6	
Diğer	10	6,2	Asıl İş	116	70,7			
Gelir Düzeyi	0-2020 TL	40	24,4	Rehberlik Mesleğini Yapma Biçiminiz	Ek İş	48	29,3	
	2021-3000 TL	20	12,2					
	3001-4500 TL	26	15,8					
	4501 TL ve üzeri	78	47,6					

Araştırmanın konusunu oluşturan kişilik özellikleri değişkeni ile turist rehberlerinin görüşleri doğrultusundaki her bir ifadeye ilişkin yüzde, frekans ve aritmetik ortalamaları, boyutlara göre gruplandırılarak tablo 2’de sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Nevrotiklik (duygusal dalgalı) boyutunda ($\bar{X}=4,42$) yer alan “kişisel farkındalığı olan biriyim” maddesine verdikleri cevaplar incelendiğinde turist rehberlerinin %1,8’i “hiçbir zaman”, %3,0’ü “nadiren”, %5,5’i “bazen”, %30,5’i “sık sık”, %59,1’i ise “her zaman” şeklinde cevap verdikleri anlaşılmaktadır. İlgili maddeye ilişkin aritmetik ortalama değeri ($\bar{X}=4,42$)’tür. Nevrotiklik (duygusal denge) boyutunun maddeleri içinde ($\bar{X}=4,42$) “kişisel farkındalığı olan biriyim” maddesi en yüksek ortalamaya sahip madde olurken, en olumsuz madde ise ($\bar{X}=1,26$) “düşüncesiz biriyim” olmuştur.

Turist rehberlerinin bu boyuta ilişkin görüşlerinin beş faktör kişilik özellikleri ölçeğinin nevroitiklik (duygusal dengesizlik) boyutu kapsamında, diğer boyutlara göre en olumsuz boyut olduğunu ortaya koymaktadır. Turist rehberlerinin beş faktör kişilik özelliklerine göre nevroitiklik (duygusal dalgalı) boyutuna ilişkin genel ortalama ($\bar{X}=2,23$) olduğu ortaya çıkmıştır.



Tablo 2
Katılımcıların Kişilik Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Kişilik Özellikleri	İfadeler	Sıklık Düzeyi					\bar{X}	ss	Boyut Genel Ortalaması	ss
		Hiçbir zaman (1)	Nadiren (2)	Bazen (3)	Sık sık (4)	Her zaman (5)				
Nevrotiklik	Kaygılı/ Endişeli biriyim.	f 56 % 34,1	57 34,8	33 20,1	13 7,9	5 3,0	2,11	1,06	2,23	0,56
	Sinirli/Kızgın biriyim	f 63 % 38,4	68 41,5	27 16,5	6 3,7	-	1,85	0,82		
	Depresif (hüzünlü) biriyim.	f 97 % 59,1	49 29,9	13 7,9	4 2,4	1 0,6	1,55	0,79		
	Kişisel farkındalığı olan biriyim.	f 3 % 1,8	5 3,0	9 5,5	50 30,5	97 59,1	4,42	0,87		
	Düşüncesiz biriyim.	f 126 % 76,8	35 21,3	-	3 1,8	-	1,26	0,55		
	Stresli biriyim.	f 41 % 25,0	71 43,3	36 22,0	14 8,5	2 1,2	2,17	0,94		
	Sıcakkanlı biriyim.	f 1 % 0,6	3 1,8	16 9,8	54 32,9	90 54,9	4,39	0,78		
Dışadönüklük	Sosyal biriyim.	f - % -	-	19 11,6	52 31,7	93 56,7	4,45	0,69	4,07	0,60
	Baskın biriyim	f 6 % 3,7	6 3,7	56 34,1	60 36,6	36 22,0	3,69	0,97		
	Hareketli biriyim.	f 1 % 0,6	6 3,7	37 22,6	52 31,7	68 41,5	4,09	0,91		
	Heyecan arayan biriyim.	f 8 % 4,9	18 11,0	53 32,3	51 31,1	34 20,7	3,51	1,08		
	Neşeli biriyim.	f 1 % 0,6	2 1,2	19 11,6	66 40,2	76 46,3	4,30	0,77		
	Hayal gücü olan biriyim	f 2 % 1,2	4 2,4	19 11,6	61 37,2	78 47,6	4,27	0,85		
Açıklık (Yaşantıya)	Estetik eğilimi olan biriyim.	f 1 % 0,6	6 3,7	28 17,1	55 33,5	74 45,1	4,18	0,89	4,31	0,53
	Duygusal eğilimi olan biriyim.	f 4 % 2,4	10 6,1	48 29,3	53 32,3	49 29,9	3,81	1,01		
	Deneyime açık biriyim.	f 1 % 0,6	2 1,2	15 9,1	52 31,7	94 57,3	4,43	0,76		
	Meraklı biriyim.	f 1 % 0,6	-	8 4,9	57 34,8	98 59,8	4,53	0,64		
	Açık görüşlü biriyim.	f 1 % 0,6	-	2 1,2	50 30,5	111 67,7	4,64	0,57		
	Başkalarına güvenen biriyim.	f 5 % 3,0	11 6,7	51 31,1	74 45,1	23 14,0	3,60	0,91		
Geçimlilik (Uyumluluk)	Açık sözlü biriyim.	f 1 % 0,6	2 1,2	26 15,9	62 37,8	73 44,5	4,24	0,80	4,26	0,53
	Yardımsever biriyim.	f 1 % 0,6	-	9 5,5	59 36,0	95 57,9	4,50	0,66		
	Uyumlu biriyim.	f 1 % 0,6	1 0,6	12 7,3	54 32,9	96 58,5	4,48	0,71		
	Alçak gönüllü biriyim.	f 1 % 0,6	2 1,2	18 11,0	54 32,9	89 54,3	4,39	0,77		
	Yumuşak kalpli biriyim.	f 1 % 0,6	1 0,6	20 12,2	54 32,9	88 53,7	4,38	0,77		



Tablo 2
Katılımcıların Kişilik Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler (Devamı)

	f	1	1	20	67	75	4,30	0,75		
	%	0,6	0,6	12,2	40,9	45,7				
Becerikli biriyim.	f	3	10	24	51	76	4,14	1,00		
	%	1,8	6,1	14,6	31,1	46,3				
Düzenli biriyim.	f	1	2	1	30	130	4,74	0,59		
	%	0,6	1,2	0,6	18,3	79,3				
Görevine bağlı biriyim	f	1	2	5	32	124	4,68	0,65	4,52	0,54
	%	0,6	1,2	3,0	19,5	75,6				
Başarılı güdüsü olan biriyim.	f	1	3	8	45	107	4,54	0,72		
	%	0,6	1,8	4,9	27,4	65,2				
Özdisiplini olan biriyim.	f	1	-	3	37	123	4,71	0,56		
	%	0,6	-	1,8	22,6	75,0				

Turist rehberlerinin dışadönüklük boyutunda ($\bar{X}=4,45$) yer alan “sosyal biriyim” maddesine verdikleri cevaplar incelendiğinde turist rehberlerinin, %11,6’sı “bazen”, %31,7’si “sık sık”, %56,7’sinin ise “her zaman” şeklinde cevap verdikleri anlaşılmaktadır. İlgili maddeye ilişkin aritmetik ortalama değeri ($\bar{X}=4,45$) bu boyuttaki en yüksek ortalamaya sahip madde olurken dışadönüklük boyutunun içindeki en olumsuz maddenin ($\bar{X}=3,51$) ise “heyecan arayan biriyim” olduğu ortaya çıkmıştır.

Turist rehberlerinin bu boyuta ilişkin görüşlerinin beş faktör kişilik özellikleri ölçeğinin dışadönüklük boyutu kapsamında, nevrotiklik boyutuna göre daha olumlu bir boyut olduğunu ortaya koymaktadır. Turist rehberlerinin beş faktör kişilik özellikleri ölçeğinin dışadönüklük boyutuna ilişkin genel ortalama ($\bar{X}=4,07$) olduğu belirlenmiştir.

Turist rehberlerinin (yaşantıya) açıklık boyutunda ($\bar{X}=4,31$) yer alan “açık görüşlü biriyim” maddesine verdikleri cevaplar incelendiğinde turist rehberlerinin %2,4’ü “hiçbir zaman”, %6,1’i “nadiren”, %29,3’ü “bazen”, %32,3’ü “sık sık”, %29,9’unun ise “her zaman” şeklinde cevap verdikleri anlaşılmaktadır. İlgili maddeye ilişkin aritmetik ortalama değeri ($\bar{X}=4,64$) olurken yaşantıya açıklık boyutunun içindeki en olumsuz madde ($\bar{X}=3,81$) “duygusal eğilimi olan biriyim” olurken, en olumlu maddenin ise ($\bar{X}=4,64$), “açık görüşlü biriyim” olduğu saptanmıştır. Turist rehberlerinin beş faktör kişilik özellikleri ölçeğinin yaşantıya açıklık boyutu kapsamında, dışadönüklük boyutuna göre daha olumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Turist rehberlerinin beş faktör kişilik özelliklerinden olan yaşantıya açıklık boyutuna ilişkin genel ortalamasının ($\bar{X}=4,31$) olduğu ortaya çıkmıştır.

Turist rehberlerinin geçimlilik boyutunda ($\bar{X}=4,26$) yer alan “yardımsever biriyim” maddesine verdikleri cevaplar incelendiğinde turist rehberlerinin %0,6’sı “hiçbir zaman”, %5,5’i “bazen”, %36,0’sı “sık sık”, %57,9’unun ise “her zaman” şeklinde cevap verdikleri anlaşılmaktadır. İlgili maddeye ilişkin aritmetik ortalama değeri ($\bar{X}=4,50$) ile en olumlu madde olurken geçimlilik boyutu içindeki en olumsuz maddenin ($\bar{X}=3,60$) “başkalarına güvenen biriyim” olduğu saptanmıştır. Turist rehberlerinin bu boyuta ilişkin görüşlerinin beş faktör kişilik özelliklerinin geçimlilik boyutu yaşantıya açıklık boyutuna göre daha olumsuz olduğu belirlenmiştir.

Turist rehberlerinin sorumluluk boyutunda ($\bar{X}=4,52$) yer alan “görevine bağlı biriyim” maddesine verdikleri cevaplar incelendiğinde turist rehberlerinin %0,6’sı “hiçbir zaman”, %1,2’si “nadiren”, %0,6’sı “bazen”, %18,3’ü “sık sık”, %79,3’ünün ise “her zaman” şeklinde cevap verdikleri anlaşılmaktadır. İlgili maddeye ilişkin aritmetik ortalama değeri ($\bar{X}=4,74$) ile en olumlu madde olurken sorumluluk boyutunun içindeki en olumsuz maddenin ($\bar{X}=4,14$) “düzenli biriyim”



olduğu saptanmıştır. Turist rehberlerinin kişilik özellikleri boyutları içinde diğer kişilik özelliklerine göre en olumlu boyutun sorumluluk olduğu ortaya çıkmıştır.

Turist rehberlerinin beş faktör kişilik özelliklerine ilişkin verdikleri cevaplar incelendiğinde; genel itibari ile kişilik özelliklerinin boyutları olan sorumluluk, yaşantıya açıklık, geçimlilik, dışadönüklük boyutlarına olumlu; sadece nevroitiklik (duygusal dalgalı) boyutuna olumsuz görüş bildirdikleri anlaşılmaktadır.

Turist rehberlerinin liderlik davranışlarına ait bulgular tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3
Katılımcıların Liderlik Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Liderlik Ölçeğine İlişkin Maddeler	f/%	Sıklık Düzeyi					X̄	ss	Boyut Ortalaması	ss
		Kesinlikle Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Orta Düzeyde Katılmıyorum (3)	Katılmıyorum (4)	Kesinlikle Katılmıyorum (5)				
Tur içerisindeki aktiviteleri nasıl planlayacağımı belirlerim.	f	-	-	6	31	127	4,73	0,51	4,63	0,41
	%	-	-	3,7	18,9	77,4				
Turun daha verimli geçmesi için personelin ne şekilde görevlendirileceğini belirlerim.	f	-	-	10	40	114	4,63	0,59		
	%	-	-	6,1	24,4	69,5				
Tur içerisindeki aktiviteleri en uyumlu şekilde nasıl koordine edeceğimi belirlerim.	f	-	-	3	44	117	4,69	0,50		
	%	-	-	1,8	26,8	71,3				
Turun işleyişini denetlerim.	f	-	-	1	39	124	4,75	0,44		
	%	-	-	0,6	23,8	75,6				
Turun kalitesini (hizmet kalitesi vb.) denetlerim.	f	-	-	4	32	128	4,75	0,48		
	%	-	-	2,4	19,5	78,0				
Bireysel performansımı ve tur performansını değerlendiririm.	f	-	1	4	43	116	4,67	0,55		
	%	-	0,6	2,4	26,2	70,7				
Turun daha verimli geçmesi için gerekli kaynakların (belgesel gösterimi, video vb.) ne şekilde kullanılacağını belirlerim.	f	-	4	14	50	96	4,45	0,75		
	%	-	2,4	8,5	30,5	58,5				
Daha başarılı bir tur için gerekli fırsatları analiz ederim.	f	-	-	6	50	108	4,62	0,55		
	%	-	-	3,7	30,5	65,9				
Turun gerektirdiği sorumlulukları açıklarım.	f	-	1	10	43	110	4,59	0,63		
	%	-	0,6	6,1	26,2	67,1				
Turun işleyişine zarar verebilecek tehditleri tanımlamak amacıyla dış çevredeki olayları, eğilimleri ve değişimleri analiz ederim.	f	-	-	7	53	104	4,59	0,57		
	%	-	-	4,3	32,3	63,4				
Turun başarılı geçmesi için gösterilmesi gereken performans hedeflerini açıklarım.	f	-	2	21	48	93	4,41	0,75		
	%	-	1,2	12,8	29,3	56,7				
Turistlere endişeli ve kaygılı olduğu durumlarda saygılı davranırım.	f	-	1	6	40	117	4,66	0,57		
	%	-	0,6	3,7	24,4	71,3				



Tablo 3
Katılımcıların Liderlik Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler (Devamı)

	f/ %	Sıklık Düzeyi					X̄	ss	Boyut Ortalaması	ss
		Kesinlikle Katılmıyorum (1)	Katılmıyorum (2)	Orta Düzeyde Katılıyorum (3)	Katılıyorum (4)	Kesinlikle Katılıyorum (5)				
İlişkiler Davranışı	Tur performansına katkılarıyla olumlu yönde etki eden turistleri takdir ederim.	f -	2	11	40	111	4,58	0,67	4,38	0,60
	% -	1,2	6,7	24,4	67,7					
	Tur sırasında etkili performans gösteren turistleri takdir ederim.	f -	3	15	51	95	4,45	0,73		
	% -	1,8	9,1	31,1	57,9					
	Tur sırasında stresli ve zorlu aktiviteler olduğu zaman turistleri cesaretlendirir ve desteklerim.	f 1	2	14	52	95	4,45	0,75		
	% 0,6	1,2	8,5	31,7	57,9					
Gerektiği hallerde koçluk ve danışmanlık görevlerimi yerine getiririm.	f -	2	18	52	92	4,42	0,73			
% -	1,2	11,0	31,7	56,1						
Değişim Davranışı	Turistlere yeteneklerini geliştirebilecekleri fırsatlar yaratırım. (Ebru sanatını ya da çömlek yapımını öğrenmek vb.).	f 5	9	35	45	70	4,01	1,06	3,37	0,87
	% 3,0	5,5	21,3	27,4	42,7					
	Turistlere problem çözmede güvenirim.	f 5	30	56	44	29	3,37	1,06		
	% 3,0	18,3	34,1	26,8	17,7					
	Turistlere gerekli hallerde karar almada güvenirim.	f 10	30	49	50	25	3,30	1,12		
	% 6,1	18,3	29,9	30,5	15,2					
	Turistleri, tur programı daha iyi nasıl olur diye düşünmeye zorlarım.	f 22	31	44	35	32	3,14	1,30		
	% 13,4	18,9	26,8	21,3	19,5					
	Tur sırasında turistlere gerektiği hallerde önemli sorumluluklar veririm.	f 22	30	54	36	22	3,03	1,21		
	% 13,4	18,3	32,9	22,0	13,4					
	Turistleri, tur programı hakkındaki düşüncelerini sorgulamaya teşvik ederim.	f 17	23	41	42	41	3,40	1,28		
	% 10,4	14,0	25,0	25,6	25,0					
Tur sırasında turistler tarafından istenilen değişimleri yerine getirmek için fedakârlık yaparım.	f 5	22	53	51	33	3,51	1,05			
% 3,0	13,4	32,3	31,1	20,1						
Gerektiği hallerde risk alırım.	f 9	10	39	53	53	3,79	1,12			
% 5,5	6,1	23,8	32,3	32,3						
Toplam								4,12	0,62	

Tablo 3 incelendiğinde ölçeğin görev, ilişkiler ve değişim olmak üzere üç boyuttan oluştuğu görülmektedir. Görev davranışına ilişkin boyut incelendiğinde ($\bar{X}=4,75$) “turun işleyişini

denetlerim” ve “turun kalitesini (hizmet kalitesi vb.) denetlerim” maddeleri hem en yüksek hem de aynı ortalamaya sahip maddeler olmuşlardır. Görev davranışı boyutundaki en düşük ortalamaya sahip madde ise ($\bar{X}=4,41$) “turun başarılı geçmesi için gösterilmesi gereken performans hedeflerini açıklarım” olmuştur. Bu boyutun ortalaması ($\bar{X}=4,63$) olarak belirlenmiştir. Diğer bir boyut olan ilişkiler davranışı ($\bar{X}=4,38$) ise en yüksek ortalamaya sahip ikinci boyut olmuştur. Bu boyuttaki en yüksek ortalamaya sahip ifade ($\bar{X}=4,58$) “tur performansına katkılarıyla olumlu yönde etki eden turistleri takdir ederim” olurken en olumsuz ifade ise ($\bar{X}=4,01$) “turistlere yeteneklerini geliştirebilecekleri fırsatlar yaratırım” olmuştur.

Değişim davranışı boyutunda yer alan en yüksek ortalamaya sahip madde ($\bar{X}=3,79$) “gerektiği hallerde risk alırım” olmuştur. Bu boyuttaki en düşük ortalamaya sahip madde ise ($\bar{X}=3,03$) “tur sırasında turistlere gerektiği hallerde önemli sorumluluklar veririm” olmuştur. Değişim boyutunun genel ortalaması ise ($\bar{X}=3,37$) olarak belirlenmiştir. Bu boyut aynı zamanda ölçekteki en düşük ortalamaya sahip boyuttur. Liderlik davranışı ölçeğine ait genel ortalama ise ($\bar{X}=4,12$) olarak hesaplanmıştır. Bu bakımdan turist rehberlerinin liderlik davranışlarının iyi düzeyin biraz üzerinde olduğu söylenebilir.

Türkmen (2016) turist rehberlerinin duygusal zeka yetenekleri ile liderlik davranışları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Bu araştırmanın sonucuyla Türkmen (2016) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları tam uyumluluk göstermektedir. Aynı şekilde Acar (2014)’ın turist rehberlerinin liderlik yönelimlerini araştırdığı çalışmanın sonucuyla bu çalışmanın sonucu benzerlik göstermiştir.

Tablo 4’te, kişilik özellikleri ile genel liderlik davranışları arasındaki ilişkiye ait, çoklu doğrusal regresyon modeli verilmiştir. Tablo 5’deki sonuçlara göre, turist rehberlerinin kişilik özellikleri ile genel liderlik davranışları arasındaki çoklu doğrusal regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ($F=8,960$; $p<0,05$).

Tablo 4
Kişilik Özelliklerinin Liderlik Davranışı Üzerindeki Etkisine Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	b _j	S(b _j)	t	p	ANOVA
Sabit	2,698	0,347	7,781	0,000	
Nevrotiklik	-0,083	0,061	-1,355	0,177	
Dışadönüklük	0,261	0,068	3,859	0,000	F=8,960
Açıklık	0,020	0,078	0,251	0,802	p=0,000*
Geçimlilik	0,082	0,085	0,973	0,332	
Sorumluluk	0,044	0,080	0,548	0,584	

Tablo 4’teki regresyon analizi sonucundan elde edilen bulgulara göre kişilik özelliklerinin alt boyutları olan nevroitiklik, (yaşantıya) açıklık, geçimlilik ve sorumluluk boyutlarının genel liderlik davranışları regresyon modeli üzerinde istatistiksel olarak önemli olmadığı, buna karşın, dışadönüklük boyutunun genel liderlik davranışlarının regresyon modeli üzerinde etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır ($p<0,05$). Bağımlı değişken (liderlik davranışları) ile bağımsız değişkenler (kişilik özellikleri) arasındaki ilişkiye ait çoklu doğrusal regresyon modeli, aşağıda verilmiştir:

$$LD= 2,698+0,261.DD$$

Kurulan söz konusu modele göre, dışadönüklükte bir birimlik artış turist rehberlerinin liderlik davranışlarında 0,261 artış yaratmaktadır. Turist rehberlerinin dışadönüklük düzeyi arttıkça rehberlerin liderlik davranışları pozitif ve olumlu yönde artmaktadır. Dolayısıyla “Turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin liderlik davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” şeklinde geliştirilen hipotez kısmen kabul edilmiştir.



Sonuç ve Öneriler

Turist rehberleri, grup dinamiklerini yönetmekten sorumludur ve seyahat boyunca, tur sözleşmesinde belirtilen ölçüde rehberlik sorumluluklarını yerine getirmelidirler. Turist rehberleri, oteller, restoranlar ve turistik yerler dâhil olmak üzere tur tedarikçileri arasında koordinasyon sağlamada çok önemli bir rol oynarlar. Schmidt (1979), tur için turist rehberlerinin vazgeçilmez olduğunu ve turistlerin turist rehberlerinin performansına ilişkin algısının bir paket tur hizmetinin kalitesini belirlemek için çok önemli bir faktör olduğunu belirtmiştir.

Turist rehberleri yolculuk sırasında görevlerini yerine getirmeli ve turistlerle etkileşime girerek turistlere “hizmet” vermek için birden fazla rol üstlenmelidir. Turist rehberleri grup için bilgi sağlayıcı ve danışman olarak hizmet ettiklerinden grup ile yapılan turlarda çok önemli roller üstlenirler. Dolayısıyla turlarda bir turist rehberinin işi karmaşık ve zordur (Tsaur & Teng, 2017).

Turist rehberleri, tur boyunca seyahat deneyimlerini ve bilgilerini turistlere aktarır. Turist rehberleri, zaman içinde edindikleri deneyimleri sayesinde, turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarına göre kendi tercih ettikleri tur rehberliği yöntemini belirleyebilirler (Wong & Lee, 2012). İşin özellikleri ve içeriği nedeniyle turist rehberleri, turun amaçlarına ulaşmak için çaba ve zaman harcamalı; çeşitli rolleri benimsemeli, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamalı, fiziksel ve psikolojik gereksinimlerine özen göstermeli, tur sırasındaki sorunları ve çatışmaları çözmelidir. Ayrıca, tur boyunca turistlerin eğlenmelerini de sağlamalıdır. Bu durum kişilik ile liderlik davranışları arasında turist rehberlerinin kuracağı dengeye, kişiliklerine uygun olarak sergileyecekleri liderlik davranışlarına bağlıdır (Tsaur & Teng, 2017).

Bu açıdan araştırma sonuçları değerlendirildiğinde, turist rehberlerinin gösterdiği en baskın kişilik özelliklerinin sırasıyla sorumluluk, açıklık, geçimlilik, dışadönüklük ve nevroitiklik olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç şaşırtıcı olmamalıdır. Bu sonuç Kabakulak (2018), Deveci (2020) ve Pelit, Kabakulak & Ateş’in (2020) turist rehberlerinin kişilik özelliklerini araştırmış oldukları çalışmanın sonuçlarıyla benzerdir. Çünkü sorumluluk bilincine sahip olmayan bir turist rehberinin turları yönetmesi beklenemez. Tur boyunca verdiği saatlere uymayan, gruptan sonra araca veya buluşma yerine gelmeyen bir turist rehberinin grubu kontrol altında tutup yönetmesi beklenemez. Aynı zamanda turistlerinde verilen saatlere uymayarak zamanlamalara uymaması grup için bir kaos ortamına dönüşür, program aksar ve turistlerin turdan memnuniyetsizliği ortaya çıkar. Dolayısıyla, mesleğin doğasında organize etme, yönetme, liderlik etme olduğundan sorumluluk sahibi olmayan bir turist rehberinin sektörde varlığını sürdürme şansı bulunmamaktadır. Diğer taraftan Turan, Zorlu & Kabakulak’ın (2018) yapmış olduğu çalışma ile büyük oranda uyumlu değildir. Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin genel olarak 18-25 yaş aralığında oldukları bu nedenle kişilik özelliklerinin henüz oturmadığı değişken bir zamanda araştırmanın yapılmış olması ve turist rehberliği öğrencilerinin kendi benliklerini arayış içinde olmaları bu sonucu doğurmuş olabilir.

Turist rehberlerinin açıklık (yaşantıya) kişilik özelliğinin en yüksek ortalamaya sahip ikinci boyut olması da sürpriz değildir. Bu sonuç Köroğlu (2014); Kabakulak (2018); Pelit, Kabakulak & Ateş (2020) ve Deveci’nin (2020) araştırmasıyla tam uyumlu olduğu; Turan, Zorlu & Kabakulak (2018); Kabakulak, Başar & Soybalı’nın (2020) yapmış olduğu çalışmayla büyük ölçüde benzer olduğu tespit edilmiştir. Çünkü turist rehberleri yabancı ülkelere gelen turistlerle uzun zamanlar geçirmekte, turlarda anlatımlar yapmakta; dolayısıyla kültürel etkileşim söz konusu olmaktadır. Bu etkileşim sonucunda turist rehberleri farklı bir kültürün özelliklerini öğrenmekte, dolayısıyla da tur boyunca deneyim kazanmaktadır. Bu deneyimlerini daha sonraki turlarda turistlerle iletişimi arttırmada ve sürdürmede kullanabilmektedir. Bu nedenle yaşantıya açık olmak turist rehberliği mesleği için önemlidir.

Geçimlilik kişilik özelliği en yüksek ortalamaya sahip üçüncü boyut olmuştur. Bu sonuç, Kabakulak (2018); Kabakulak, Başar & Soybalı (2020) ve Deveci’nin (2020) araştırmalarıyla yüksek



derecede benzerlik göstermektedir. Geçimlilik boyutu bağlamında araştırma sonucu değerlendirildiğinde, turist rehberlerinin tur süresince karşılaşılabilecekleri birçok kriz durumunda etkili bir iletişim kurulmasında ve bu iletişim sayesinde uygun kriz yönetme davranışları sergileyerek tur deneyimini ve turist memnuniyetini üst düzeye çıkarabilir. Geçimli kişilik özellikleriyle turist rehberleri hem kendisi hem de işvereni (acentası) için sürdürülebilir bir müşteri grubu oluşturabilir.

Dışadönüklük boyutu bu çalışmada en yüksek ortalamaya sahip dördüncü boyut olarak belirlenmiştir. Bu sonuç, Turan, Zorlu & Kabakulak, 2018; Kabakulak (2018); Kabakulak, Başar & Soybalı (2020); Pelit, Kabakulak & Ateş (2020) ve Deveci'nin (2020) araştırmalarıyla tam benzerlik göstermektedir. Bir turist rehberinin dışadönük olması beklenir. Bunun nedeni ise, konuşmadan, iletişim kurmadan, karşılaşılan sorunları çözmeden, krizleri yönetmeden bir turun yönetilmesi oldukça zordur ve turist açısından rahatsız edicidir. Turistler, karşılarında aktif, eğlenceli, güler yüzlü, konuşkan, sorunlara çare üreten vb. bir turist rehberi görmek isterler. Bunun içinde çok uzun zaman önce paket turları satın alarak tüm ödemelerini yaparlar ve seyahatlerinde herhangi bir sorunla mümkün olduğunca karşılaşmak istemezler. Turları süresince turistler, sadece kaliteli vakit geçirmeye odaklanmak isterler. Turistler, satın aldıkları turlarda hiç konuşmayan, uyuşuk, ne yapacağını bilmeyen, organizasyon ve liderlik yeteneklerinden yoksun bir turist rehberi ile yola çıkmak istemezler. Aksi olsa bile bu durum turist memnuniyetsizliğine; ülke, bölge, şehir ve acenta için turist kaybına dolayısıyla turizm gelirlerinin azalmasına yol açacaktır.

Nevrotiklik boyutu araştırma kapsamında en düşük ortalamaya sahip boyut olarak belirlenmiştir. Bu sonuç, Köroğlu (2014), Arslan vd. (2017), Eser (2017); Kabakulak (2018); Keleş (2019), Özsoy & Tayfun (2020); Kabakulak, Başar & Soybalı (2020); Soybalı, Kabakulak & Başar, 2020; Pelit, Kabakulak & Ateş (2020) ve Deveci'nin (2020) araştırmalarıyla uyumluluk göstermektedir. Özoğul'un (2017) çalışması ile ise farklılık göstermektedir. Turist rehberlerinin turistlere en yüksek düzeyde hizmet vermesi ve bu hizmeti verirken de tutarlı davranışlar sergilemesi gerekir. Çünkü, turistler üzerinde bırakılacak kötü bir izlenim turistlerin algılarını olumsuz yönde etkileyebilir. Hiçbir turist grubu bir iyi bir kötü davranışa maruz kalmak istemez. Turistler hem aldıkları paket turlar için çok önceden ödeme yaptıklarından daha da önemlisi yıl içinde sahip oldukları kısa süreli tatil zamanlarının kötü geçmesini istemez. Bu nedenle duygusal olarak dengeli/dengesiz davranışlar sergilemek turist rehberinin hem kendi imajını hem de ülke, bölge, acenta imajını da aynı doğrultuda etkileyecektir.

Turist rehberlerinin liderlik davranışları açısından bakıldığında en yüksek ortalamaya sahip liderlik davranışının görev davranışı olduğu; sırasıyla ilişkiler davranışı ve değişim davranışının görev davranışı boyutunu takip ettiği ortaya çıkmıştır. Bu sonuç Acar (2014) ve Türkmen'in (2016) yapmış olduğu araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Ortaya çıkan bu sonuç, yukarıda açıklaması yapılan kişilik özellikleri ile de uyumlu bir sonuçtur. Turist rehberlerinin görev odaklı liderlik davranışı sergilemelerinde sorumluluk kişilik özelliğinin baskın olmasının da etkisinden bahsedilebilir. Sorumluluk, görev bilincinden kaynaklanır ve turist rehberlerini işlerini doğru yapmaya yönlendirir. Böylelikle göreve bağlılık ortaya çıkar.

Turist rehberlerinin liderlik davranışları üzerinde kişilik özelliklerinden sadece sorumluluk boyutunun etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda dışadönük olma, aktif olma, enerjiklik, organize etme, yönetme, yönlendirme, kontrol etme, planlama vb. gibi fonksiyonları doğru kullanabildiklerini göstermektedir. Bir tur rehberinin liderlik tarzı turistlerin tur deneyimini etkiler: Olumlu sonuçlar müşteri memnuniyetini ve bağlılığını artırırken olumsuz sonuçlar şikâyetlere yol açar (Chang, 2012; Huang et al., 2015).



Araştırmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki öneriler getirilmiştir.

Turist rehberlerinin kişilik özellikleri belirli aralıklarla takip edilmeli ve ortaya çıkan sonuçlara göre aksiyonlar alınmalıdır. Bu görev çatı kuruluşu olan Turist Rehberleri Birliği (TUREB) ve bağlı odaların yönetimine düşmektedir. Ayrıca, turist rehberi adaylarının da kişilik özelliklerini tespit etmeye yönelik turizm fakülteleri yönetimleri ve bölüm başkanlıklarına görev düşmektedir. Kişilik envanterleri ile her dönem turizm rehberliği öğrencileri üzerine çalışmalar yapılmalı ve bu çalışmalar her dönem karşılaştırılarak ortaya çıkan değişimler irdelenmeli ve değişimlerin neden ortaya çıktığı araştırılmalıdır. Bu kapsamda kişilikleri turist rehberliği mesleğini yapmaya uygun olmayan öğrencilere danışmalık verilerek bu öğrenciler kişiliklerine uygun mesleklere yönlendirilmelidirler. Böylelikle hem turizm sektörüne hem de turist rehberliği mesleğine kişilikleri daha uygun rehberlerin sayısı artacak böylelikle rehberlerin daha kaliteli hizmet verme, turistlerin de daha kaliteli tur deneyimi yaşamaları için imkânı doğacaktır.

Aynı şekilde liderlik özelliklerinin tespiti için de hem TUREB hem de TUREB'e bağlı odalar kendi üyelerinin liderlik davranışlarını araştırmalı; turist gruplarının ihtiyaç duyabileceği rehberlik hizmetini alması için kişilik özellikleri ve liderlik davranışlarını iyi bir biçimde sergileyebilen rehberleri acentalara yönlendirmelidir. Böylelikle hem acenta gelir elde edip turist memnuniyeti sağlayacak hem de turist rehberlerinin kazancı artacak ve turist rehberleri daha kaliteli hizmet verebilecektir.

Araştırma kapsamında beş faktör kişilik özellikleri ile liderlik davranışları (görev, ilişkiler ve değişim davranışı) araştırılmıştır. Daha sonra yapılacak çalışmalarda beş faktör dışındaki kişilik özellikleri ve post modern liderlik tarzları arasındaki ilişki ya da etkiyi inceleyen çalışmalar gerçekleştirilebilir. Liderlik tarzları (demokratik, otokratik, karizmatik, otantik, etik vd.) özelinde beş faktör kişilik özellikleri ve diğer kişilik envanterleri ile çalışmalar gerçekleştirilebilir. Ayrıca kişilik özellikleri ve liderlik davranışları değişkenleri örgütsel davranış konuları içinde yer alan çatışma ve kriz yönetimi vb. değişkenlerle nitel yöntemlerle de yapılabilir.

Kaynakça

- Acar, V. & Tanrisevdi, A. (2015). *Leadership orientations of turkish tourist guides*, International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference, May 26-29, 2015, Las Vegas, Nevada, USA.
- Acar, V. (2014). *Profesyonel turist rehberlerinin liderlik yönelimleri: Aydın turist rehberleri odası'na kayıtlı olan profesyonel turist rehberleri örneği* (Tez No. 358525) [Yüksek lisans tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Agrusa, J. (1994). Group tours in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 146-147.
- Al Jahwari, D. S., Sirakaya-Turk, E., & Tanrisever, C. (2017). Efficacy of the theory of communication competence and personality traits in predicting tour guides' income. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 16(2), 109–136. doi:10.1080/15332845.2016.1202725.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri - SPSS uygulamalı (10. Baskı)*. Sakarya Yayıncılık.
- Ap, J. & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems, *Tourism Management*, 22(5), 551-563.



- Arslan, E., Güripek, E. & İnce, C. (2017). Kişilik ve meslek seçimi ilişkisi: Turizm öğrencileri üzerine bir araştırma. *Kesit Akademi Dergisi*, 11, 200-217.
- Asmadili, M., Asmadili, V. U. & Yüksek, G. (2018). Turist rehberlerinin liderlik rollerine ilişkin bakış açılarının belirlenmesi: Eskişehir örneği. N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç, H. Ulusoy Yıldırım (Eds.), *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar*. Detay Yayıncılık, 327-342.
- Barrick, M. R. & Mount M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Batman, O. (2003). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik bir araştırma. *Bilgi: Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 115-132.
- Boz, M., Eşitti, B. & Özkan, Ç. (2021). Turist rehberlerinin iş-aile ve aile-iş çatışması, kişilik özellikleri ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik bir araştırma. *TroyAcademy*, 6(2), 697-711. DOI: 10.31454/troyacademy.946318.
- Chang, J. C. (2006). Customer satisfaction with tour leaders' performance. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(1), 97-116.
- Chang, K. C. (2012). Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction, and flow experience on tourists' shopping behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 219-247.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1988). Personality in adulthood: A six-year longitudinal study of self-reports and spouse ratings on the NEO Personality Inventory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 853-863.
- Cüceloğlu, D. (1991). *İnsan ve Davranışı*. Remzi Kitabevi.
- Digman, J. M. (1989). Five robust trait dimensions: Development, stability, and utility. *Journal of Personality*, 57, 195-214.
- Erhart, K. H. (2006). Job characteristics beliefs and personality as antecedents of subjective person-job fit. *Journal of Business and Psychology*, 21(2), 193-226.
- Eser, S. (2017). *Kişilik özelliklerinin mesleğe yönelik tutuma etkisinde öğrenme stilleri ve akademik motivasyonun aracılık rolü: Lisans turizm rehberliği öğrencileri üzerine bir araştırma* (Tez No. 504230) [Doktora tezi, Mersin Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The big-five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.
- Güzel, F. Ö. & Köroğlu, Ö. (2014). Turist rehberlerinin liderlik ve aracılık rollerinin tur deneyimine etkisi: doğa turları üzerine bir araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(4), 939-960.
- 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.



- Hough, L. M. & Ones, D. S. (2001). *The structure, measurement, validity and use of personality variables in industrial work and organizational psychology*. In N. Anderson, D.S. Ones, H.K. Sinangil & C. Viswesvaran (Eds.) *Handbook of Industrial Work and Organizational Psychology* 11 (pp.233-277). London: SAGE Publication.
- Huang, S. S., Weiler, B. & Assaker, G. (2015). Effects of interpretive guiding outcomes on tourist satisfaction and behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 54(3), 344-358.
- Judge, T. A., Bono, J. E., Ilies, R., & Gerhardt, M. W. (2002). Personality and leadership: A qualitative and quantitative review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 765–780. doi:10.1037//0021-9010.87.4.765.
- Kabakulak, A. (2018). *Kişilik özelliklerinin mesleki tutum ve iş doyumuna etkisi: turist rehberleri üzerine bir araştırma* (Tez No. 510144) [Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Keleş, Y. (2019). Duygusal emek kişilik özellikleri ile ilişkili mi? Otel çalışanları üzerine bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 257-267. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.508600>.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayın teknikleri (2. Baskı)*. Detay Yayıncılık.
- Koroğlu, Ö. (2013). Turist rehberlerinin iş yaşamındaki rolleri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 91-112.
- Koroğlu, Ö. (2014). Meslek seçimi ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Turizm rehberliği öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 137-157.
- Luthans, F. (2010). *Organizational behavior: An evidence-based approach, (12th Ed.)*. McGraw-Hill/Irwin.
- McCrae, R. R., & Costa Jr, P. T. (1989). Different points of view: Self-reports and ratings in the assessment of personality. *Recent Advances in Social Psychology: An International Perspective*, 429-439.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, 52, 509-516.
- Mossberg, L. L. (1995). Tour leaders and their importance in charter tours. *Tourism Management*, 16(6), 437-445.
- Northouse, P. G. (2016). *Leadership: Theory and practice (7th Ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Özkan, Ç., Yumuk Günay, G. & Demiralay, T. (2020). Kişilik özellikleri, hizmet verme yetkinlikleri ve sosyal kaytarma davranışları arasındaki ilişkiler: Trakya bölgesi konaklama işletmeleri üzerinde bir araştırma. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 9(2), 165-184.
- Özoğul, G. (2017). *Profesyonel turist rehberlerinin kişilik özellikleri ile mesleki bağlılık arasındaki ilişki üzerine psikolojik sermayenin aracılık etkisi* (Tez No. 488685). [Doktora



- tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Özsoy, A. & Tayfun, A. (2020). Profesyonel turist rehberlerinin kişilik özellikleri ile sundukları hizmet kalitesi arasındaki ilişki. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 1101-1116. DOI: 10.33206/mjss.618025.
- Pelit, E., Kabakulak, A., & Ateş, M. (2020). Turist rehberi adaylarının kişilik özellikleri ile kültürel zekâ düzeyleri ve mesleki tutumları arasındaki ilişki: Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 30–50.
- Randall, C. & Rollins, R. (2005, May 17-20). *Role of the tour guides in national parks. Eleventh canadian congresson leisure research*, Canadian Association for Leisure Studies, Nanaimo, Canada.
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior (17th Ed.)*, Pearson Publishing.
- Schmidt, C. J. (1979). The guide tour: Insulated adventure. *Urban Life*, 7(4), 441-576.
- Somer, O., Korkmaz, M. & Tatar, O. (2002). Beş faktör kişilik envanterinin geliştirilmesi- I: Ölçek ve alt ölçeklerin oluşturulması, *Türk Psikoloji Dergisi*, 17(49), 21–33.
- Soybalı, H. H., Kabakulak, A. & Başar, B. (2020). Üniversite öğrencilerinin kişilik özelliklerinin rekreasyon faaliyetlerine katılım düzeyi üzerindeki etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research (JRTR)*, 7(2), 107–134.
- Sünbül, E. (2017). *Yöneticilerin kişilik özelliklerinin liderlik davranışlarına etkisi üzerine ampirik bir araştırma* (Tez No.471879) [Yüksek lisans tezi, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Terglav, K., Konečnik Ruzzier, M., & Kaše, R. (2016). Internal branding process: Exploring the role of mediators in top management's leadership-commitment relationship. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.12.007>.
- Tsaur, S. H., & Teng, H. Y. (2017). Exploring tour guiding styles: The perspective of tour leader roles. *Tourism Management*, 59, 438-448.
- Turan, M., Zorlu, Ö. & Kabakulak, A. (2018) Kişilik özelliklerinin kariyer tercihlerine etkisi: Turizm rehberliği öğrencileri örneği, İçinde N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç ve H. Ulusoy (Eds.). *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar* (1. Baskı, ss. 512-522). Detay Yayıncılık.
- Turist Rehberleri Birliği (TUREB), (2022). *Mevzuat, Yasa, Kanun, Turist Rehberi*, <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/60>. (Erişim Tarihi: 12.06.2022).
- Türk Dil Kurumu, (2022). “*Kişilik*”, <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi:12.06.2022).
- Türkmen, M. T. (2017). *Turist rehberlerinin duygusal zekâ yetenekleri ile liderlik davranışları arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma* (Tez No. 440891),



- [Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Úbeda-García, M., Claver Cortés, E., Marco-Lajara, B., & Zaragoza-Sáez, P. (2014). Strategy, training and performance fit. *International Journal of Hospitality Management*, 42, 100–116. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.06.001>.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., & Chen, W. Y. (2002). Is the tour leader an effective endorser for group package tour brochures?. *Tourism Management*, 23(5), 489-498.
- Wong, J. Y. & Lee, W. H. (2012). Leadership through service: An exploratory study of the leadership styles of tour leaders. *Tourism Management*, 33, 1112-1121. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.022>.
- World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA), (2022). *What is a Tourist Guide?*, <https://wftga.org/about-us/what-is-a-tourist-guide/>. (Erişim Tarihi: 12.06.2022).
- Yukl, G. (2013). *Leadership in organisations*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Zel, U. (2001). *Kişilik ve liderlik*. Seçkin Yayınevi.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

ARAşTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : %50
2. yazar katkı oranı : %50