

Deneyimsel Turist Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve ve Model Önerisi

Alaattin BAŐODA¹ ve Fatih VAROL²

Öz

Günümüzdeki teknolojik, ekonomik, sosyal ve psikolojik gelişmeler; tüketicinin ihtiyaçlarının, beklentilerinin ve isteklerinin bireysel yönünü daha baskın hale getirmektedir. Dolayısıyla turizm; bireyselleşme noktasında daha yaratıcı, çeşitlendirilmiş, benzersiz, güvenilir ve unutulmaz deneyimler ile şekillenerek yeni bir çağa girmektedir. Bu çağda turizm sektörü, değişen dünyaya ayak uydurmak ve varlığını sürdürmek için daha da özelleştirilmiş bir dönüşüm geçirmektedir. Bu sürece önemli katkı sunan mekanizmalardan biri de geleceğin turizmini şekillendireceği düşünölen deneyimsel turizmdir. Ayrıca yeni modelleriyle deneyimsel turizmin, özellikle turist rehberini turistin bireysel deneyim sürecinin daha aktif ve işlevsel yönlerinden biri haline getireceği ve turist rehberliğine yepyeni bir anlam kazandıracacı öngörülmektedir. Ancak ilgili literatürde, deneyimsel turizmin içeriğinin yeterli düzeyde açıklığa kavuşturulmadığı ve özellikle turist rehberinin deneyimsel turizmdeki rollerine yönelik farklı bakış açılarının geliştirilmediği görölmektedir. Bu boşluktan hareketle, bu çalışmanın amacı; ilgili literatür ışığında, deneyimsel turizmin içeriğini irdeleyerek deneyimsel turist rehberliği ile ilgili kavramsal bir çerçeve oluşturmak ve model önerisinde bulunmaktır. Çalışmada, deneyimsel turist rehberliği; turistin deneyimleme sürecini tasarlama, yürütme ve geliştirme bileşenlerinden oluşan deneyimsel rol performansı bağlamında kavramsallaştırılmıştır. Söz konusu model ise rehberin deneyimsel rol performansını ve turistin rehber eşliğindeki deneyimleme sürecini etkileyen faktörler (rehberin kişisel ve mesleki kaynakları, deneyimsel turist, destinasyon, deneyim ortamı, deneyim sağlayıcıları, yerel toplum ve küresel gelişmeler) ve bu sürecin çıktıları (rehbere, deneyimsel turiste, işletme ve destinasyona, turizm endüstrisine ve diğer sektörlerle yönelik) ile oluşturulmuştur. Bu model, gelecekte yapılacak araştırmalar için birçok öneri sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Deneyimsel Turizm, Deneyimsel Turist Rehberliği, Deneyimsel Rol Performansı

Experiential Tourist Guiding: A Conceptual Framework and Model Suggestion

Abstract

Today's technological, economic, social, and psychological developments emphasize the individual aspect of the consumer's needs, expectations, and desires. Therefore, tourism is entering a new era that is being shaped by more creative, diversified, unique, reliable, and unforgettable experiences at the point of individualization. In this era, the tourism and hospitality industry has undergone a more privatized transformation to keep up with the fast-changing world and survive. One of the mechanisms contributing to this process is an experiential tourism, which is thought to shape future tourism. In addition, it is predicted that experiential tourism, with its new models, will make the tourist guide one of the more active and functional aspects of the tourist's individual experience process and will give a brand new meaning to tourist guiding. However, in the relevant literature, it is seen that the context of experiential tourism has not been sufficiently clarified, and different perspectives have not been developed, especially regarding the role of the tourist guide in experiential tourism. Based on this gap, this study aims to create a conceptual framework and propose a model for experiential tourist guiding by examining the context of experiential tourism in the light of relevant literature. Experiential tourist guiding was conceptualized as the guide's experiential role performance, which consists of designing, executing, and developing the tourist's experience process. The model in question was created with the factors (personal and professional resources of the guide, tourist, destination, experiencescape, providers, local society, and global developments) affecting the guide's experiential role performance and the tourist's experience process with a guide and the outputs (guide, experiential tourist, business, destination, tourism industry, and other sectors) of this process, as well as contains multiple recommendations for further research.

Key Words: Experiential Tourism, Experiential Tourist Guiding, Experiential Role Performance


Atıf İçin / Please Cite As:

Başoda, A. ve Varol, F. (2022). Deneyimsel turist rehberliği: kavramsal bir çerçeve ve model önerisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(4), 1716-1738.


Geliş Tarihi / Received Date: 29.12.2021

Kabul Tarihi / Accepted Date: 14.03.2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi - Aksaray Üniversitesi Turizm Fakóltesi, alabasoda@gmail.com

 ORCID: 0000-0001-7654-5849

² Doç. Dr. - Selçuk Üniversitesi Turizm Fakóltesi, fvarol@selcuk.edu.tr

 ORCID: 0000-0002-0258-5220

Giriş

Özellikle bilgi teknolojilerinin etkisiyle geleneksel modellerin veya temaların dışına çıkan turizm (Gajdoşık, Maráková ve Kucerová, 2020); daha özgür, bağımsız ve kendine özgü davranış kalıpları sergileyen bireysel bir turist profili ile karşı karşıyadır (McKercher, Tolkach, Mahadewi ve Byomantara, 2021). Teknoloji vasıtasıyla deneyimlere kolay ve hızlı erişim; bireysel turistin bağımsız ya da deneyim sağılayıcıları vasıtasıyla yerel topluluklarla etkileşim kurarak olağanüstüluğu yaşama, kendini gerçekleştirme, yeni, yaratıcı ve özgün olanı deneyimleme arzusunu ve eğilimini artırmaktadır (Upadhye, 2019; WTO, 2017). Bu durum, turizmde bireysel deneyim talebinin hızla artmasına ve çeşitlenmesine sebep olmaktadır (Rather ve Hollebeek, 2020). Bu noktada deneyimsel turizm, mevcut turizm değerlerini turistin kişisel gelişimini ve yaşam kalitesini artırmak için daha soyut değerler ağırlıklı kişiselleştirilmiş uygulamalara dönüştürmektedir (Campón-Cerro, Di-Clemente, Hernández-Mogollón ve Folgado-Fernández, 2020). Bu açıdan deneyimsel turizm; turist ve destinasyon arasındaki etkileşimin nasıl geliştirileceğine, turist için farklılaştırılmış deneyimlerin nasıl yaratılacağına ve turiste duyuşsal, bilişsel ve duyuşsal açıdan deneyimleri bireysel olarak yaşamasına nasıl imkân verileceğine odaklanmaktadır (Liu, Wang ve Jie, 2019). Bu bağlamda destinasyonlar; özgün kaynaklarını güçlü hikâyelerle birleştirerek ayrıca yenilikle daha da derinleştirerek, farklılaştırarak ve kişiselleştirerek bireysel deneyim temalarına dönüştürmekte ve deneyimsel turistin ilgisine sunmaktadır. Dolayısıyla deneyimsel turizm, stratejik planlarla niş pazarların ve özellikle bireysel turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan dinamik ve dönüştürücü bir sistem haline geldiğinden (Blyablina, 2015; Carli, Giordano, Montacchini ve Tedesco, 2020), geleceğin küresel turizmini şekillendiren (Akkuş, 2021) bireysel turizmin yeni yüzü olacağı öngörülmektedir.

Bu çalışmada, görgül ve kavramsal literatürün taranması yöntemi tercih edilerek ulusal ve uluslararası birçok akademik veri tabanı (DergiPark, Ebrary, EBSCOhost, Elsevier, Emerald, InformaWorld, Google Academic, Jstor, ProQuest, Springer, Scopus, Taylor & Francis, Wiley, Web of Science, YÖK Ulusal Tez Merkezi) üzerinden konuya yönelik bir tarama yapılmıştır. Tarama sonucunda; genel olarak deneyimsel turizm kavramı, turizm literatüründe sıkça geçmesine rağmen, doğrudan kavramın ele alındığı (tanımlama vb.) oldukça az sayıda çalışmaya rastlanmıştır (örn; Akkuř, 2021; Smith, 2005, 2006). Bazı çalışmalarda, *deneyimsel turist* (Cecilia, Elisabeta ve Magdalena, 2011; Cohen, 1979; Kolliopoulou ve Papadami, 2015; Prentice, 2001; Sotomayor, Arroyo ve Barbieri, 2019) ve *deneyimsel tur* (Weiler ve Black, 2015) kavramlarının tanımlandığı görülmektedir. Bazılarında ise *turist rehberi ile turist ve destinasyon deneyimleri arasında çok sıkı bir ilişki olduğu* (Büyükkuru ve Aslan, 2016; Farkić, Filep ve Taylor, 2020; Güzel ve Körođlu, 2014), *turist rehberinin deneyimsel turizmde önemli roller üstlendiği* (Aire, 2019; Alexiou, 2018; Haynes, 2015; Hurombo, 2016; Özdemir, etin, İstanbullu Dinçer ve Akagün, 2018; Prakash, Chowdhary ve Sunayana, 2010; Tsai, Wang ve Tseng, 2016; Zători, 2016) ve *kendi deneyimlerinin yaratıcısı olduğu* (Güçlütürk Baran, 2019) vurgulanmasına rağmen, *deneyimsel turist rehberliği* kavramının sistematik olarak ele alınmadığı sonucuna varılmaktadır. Bir diğer açıdan, genel olarak rehberin; *туру* (grup odaklı), *deneyimleri* (birey odaklı) ve *kaynakları* (evre odaklı) eř zamanlı yönetmesi dolayısıyla rolleri veya görevleri, performans göstergeleri olarak bilinmektedir (Al-Okaily, 2021; Chilembwe ve Mweiwa, 2014). Ancak bireysel deneyim yönetiminin üzerinde detaylı durulmadığı anlaşılmaktadır. Zira rehberlik performansının genellikle hizmet kalitesi (*hizmet performansı*) açısından değerlendirildiği görülmektedir. Rehberin, turistin bireysel deneyiminin ayrıca temalı ve güvenli deneyim ortamlarının yaratıcısı olması, rehberlik performansının geleneksel anlayışın dışında *deneyimsel performans* açısından da ele alınmasını gerektirmektedir (Al-Okaily, 2021; Hansen ve Mossberg, 2017; Huang, Hsu ve Chan, 2010). Rehberlik performansının özellikle rollere dayandırılarak kavramsallaştırıldığı (Al-Okaily, 2021) göz önüne alındığında, bu çalışmada rol ve performans değişkenleri birleştirilerek *deneyimsel rol performansı* şeklinde kavramsallaştırılması gerektiğine karar verilmiştir. Dolayısıyla ilgili literatürde; deneyimsel turizmin içeriğinin ne olduğu (1), deneyimsel turistin rehber eşliğindeki deneyimleme sürecini etkileyen faktörlerin (2), ayrıca rehberin turistin deneyimleme sürecindeki baskın rollerinin (3), bu rollerin belirleyicilerinin (4) ve sonuçlarının (5) neler olduğuna yönelik önemli bir boşluk olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıda belirtilen tespitlerden hareketle bu çalışmanın temel amacı; ilgili literatür işığında, deneyimsel turist rehberliği ile ilgili kavramsal bir ereve oluşturmak ve model önerisinde bulunmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, öncelikle deneyimsel turizm ile ilgili detaylı bilgiler verilecektir. Ardından turist rehberinin deneyimsel turizmdeki rolleri üzerinde durularak deneyimsel turist rehberliğinin kavramsal erevesi oluşturulacaktır. Bu ereve ile beraber deneyimsel turist rehberliği, rehberin deneyimsel rol performansı bağlamında kavramsallaştırılacak ve bir model sunulacaktır. Dolayısıyla bu çalışmanın ilgili literatüre farklı açılardan katkı sağılayacağı düşünölmektedir. Bu katkılardan öncelikli olanı, deneyimsel

turizm kapsamının belirlenmesi ve turist rehberliğinin deneyimsel turizmdeki yeri ve önemi ortaya koyularak ilk defa deneyimsel turist rehberliği kavramının tanımlanmasıdır. Bir diğeri ise deneyimsel turist rehberliği ile ilgili önerilen modelin, gelecekte deneyimsel turizm veya turist rehberliği ile ilgili yapılacak araştırmalara yol gösterici niteliğinde bir kaynak olmasıdır. Çalışma, literatür taraması niteliğinde olduğundan etik kurulu kararına ihtiyaç duyulmamıştır.

Deneyimsel Turizm

Deneyimsel Turizmin Tanımı

Genel anlamda deneyim, “*duygu, duygular, beceri veya öğrenme yoluyla bir nesnenin, düşüncenin veya duygunun hissedilme şekli*” (Tynan ve McKechnie, 2009, s. 503); “*bir şeyleri yapma, görme veya hissetme şeklini veya bilgi veya beceriyi etkileyen şey*” (Same ve Larimo, 2012, s. 481); “*tüketicinin heyecan arayışı gibi uyarılma duyusuna hitap ederek meydana gelen ve genellikle gerçek, rüya gibi veya sanal olayları doğrudan gözlem veya bunlara katılmadan kaynaklanan özel olaylar bütünü*” (Rather ve Hollebeek, 2020, s. 274) şeklinde tanımlanmaktadır. Turizmde ise her açıdan yaşanan deneyim; farklı kavramlar (turizm/turist deneyimi, vb.) (Konu, 2016) ve yaklaşımlar (Godovykh ve Tasci, 2020) ile değerlendirilmiştir. Örneğin genel olarak turizm deneyimi; “*turizm tüketimi ile turizm üretiminin bulunduğu an*” (Andersson, 2007, s. 46); “*bir bireyin seyahatten önce, seyahat sırasında ve sonrasında başlayan turizm faaliyetleriyle ilgili olayları duygusal, bilişsel ve davranışsal olarak öznel değerlendirmesi*” (Tung ve Ritchie, 2011, s. 1369) olarak ele alınmıştır. İlgili literatürde, deneyimsel turizmin; *deneyime dayalı turizm* (Stamboulis ve Skayannis, 2003), *deneyim turizmi* (Gössling, 2006), *katılımlı-deneyim turizmi* (de Bruin ve Jelincic, 2016), *deneyim temasına dayalı turizm* (WTO, 2017) ve *yoğun-sürükleyici turizm veya kendini kaptırma turizmi* (Bec vd., 2019) şeklinde farklı kavramlar ile ifade edildiği görülmektedir. Her ne kadar farklı kavramlarla adlandırılrsa da içerik olarak hepsi aynı yapıyı vurgulamaktadır. Kavrama yönelik bazı tanımlar Tablo 1’de sunulmaktadır. Tablo 1’deki deneyimsel turizme yönelik yaklaşımlar incelendiğinde; deneyimsel turizmin *alternatif, niş veya özel ilgi gibi* turizm çeşitleri (Stamboulis ve Skayannis, 2003) ayrıca *gönüllü* (Callanan ve Thomas, 2005), *toplum temelli* (Joefield, 2015), *sorumlu* (Trono, Ruppi, Mitrotti ve Cortese, 2017), *tematik* (WTO, 2017), *yavaş ve sürdürülebilir* (Carli vd., 2020) gibi turizm hareketleri ile yakın ilişkisi olmasına ve bir üst çatı şeklinde hepsini kapsamasına rağmen bunlardan farklı bir içeriğe sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Deneyimsel Turizmin Tanımları

Araştırmacı	Tanım
Prentice (2001)	Deneyimsel turizm; kültür turizmi bağlamında, bireysel ve otantik deneyim ile mekân ilişkisine, otantik deneyim arayışına ve özgünlüğü algılamaya odaklı, eğitici, güdüleyici ve turistlerin hayalleriyle üretilen bir turizm şeklidir.
Stamboulis ve Skayannis (2003, s. 42)	Deneyimsel turizm; farklı ve yeniden üretilmeyen efsaneler ve bilgiye dayalı soyut varlıklara; harcanan zamana ve kazanılan deneyime değer katmak için içeriğe, ayrıca esneklik ve tutarlılık için özelleştirmeye, eski mitleri yeniden canlandırmaya ve yenilerini keşfetmeye, hedef topluluğun kimliğine, ziyaretten önce ve sonra bilgi sunulmasına, temalı deneyimlere, niş pazarlara, etkileşimsel ve deneyimsel öğrenmeye, birlikte deneyim oluşturulmasına ve ortamın özgünlüğüne odaklanma açısından alternatif ve geleneksel turizmden farklı bir turizm anlayışıdır. Deneyimsel turizm, kitlesel turizm bireysel turizme ve tedarik hususunu ise toplum sağlayıcılığına dönüştüren bir turizm şeklidir.
Smith (2005, 2006)	Deneyimsel turizm; derinlemesine keşif ve öğrenme (otantikliği, özgünlüğü, duyguları, olağanüstülüğü); derinlemesine katılım (doğrudan, kendini kaptırma, aktif, gerçek, tüm duygular ile, bireysel, sosyo-kültürel etkileşim ve ilişkiler, birlikte üretim); kendini gerçekleştirme (sahnelenme, deneysel gözlem, anlam ve değer yaratma, motivasyon, kişisel kaynak elde etme, kişisel gelişim); çevresel, fiziksel ve sosyolojik denge (ziyaret edilen mekânı değiştirmeden bırakma, mekânda az sayıda kişinin varlığı) ve ekonomik değer (yüksek fiyat, aktif ve deneyimsel pazarlama) gibi unsurları içeren bir turizm şeklidir.
Honey (2008, s. 7)	Deneyimsel turizm; ekoturizm, doğa, miras, kültür, yumuşak macera, kırsal ve toplum turizmini kapsayan bir turizm çeşididir.
Davar (2010 s. 2)	Deneyimsel turizm, geleneksel olarak paket turlara ve kişisel katılımın düşük olduğu tatillere odaklanan kitle turizminin tam tersidir. Deneyimsel turizm, kitlesel kişiselleştirmenin veya özelleştirmenin evrimine ve deneyim ekonomisine bağlı olarak ziyaretçileri topluluklara, kültürlerle ve dış mekânlara çeken etkinliklere teşvik ettiği, insanların bireysel olarak doğrudan deneyime katılma yoluyla anlam yarattığı dolayısıyla deneyim merkezli öğrenmeye doğru küresel bir hareketin sonucudur.
Abukumail (2013, s. 2)	Deneyimsel turizm, macera ve toplum odaklı turizmin bir kombinasyonudur.
Peak ve Skift (2014, s. 7)	Deneyimsel turizm, daha sürükleyici, yerel, özgün, maceralı ve aktif bir seyahat anlayışıyla, katılımcıları hayal ettikleri ve keyif alacakları yerler ile buluşturarak o yerlerin yerel kültürel değerleri ile aktif ve anlamlı bir şekilde etkileşime girmelerini sağlayan deneyim amaçlı yapılan bir seyahat şeklidir.
Jensen ve Prebensen (2015, s. 1)	Deneyimsel turizm, geleneksel turizmden farklı olan ve müşteriler tarafından belirli bir yerde ve zamanda algılanan, nispeten yüksek derecede farklılaşma ve somut olmayan değere sahip tekliflerle açıklanan bir turizm şeklidir.

Rajan (2015, s. 121,123)	Deneyimsel turizm, ziyaretçileri bireysel olarak bir dizi unutulmaz aktiviteye dâhil eden, belirli bir süre boyunca ortaya çıkan, doğası gereği kişisel olan, duyuları harekete geçiren ve duygusal, fiziksel, ruhsal veya entelektüel düzeyde bağlantılar kurarak deneyimler yaratan bir turizm çeşididir. Deneyimsel turizm; kültür turizmi, ekoturizm, eğitim amaçlı seyahatler, deneysel turizm, miras turizmi ve doğa turizmi gibi turizm çeşitlerini veya faaliyetlerini kapsayan; sadece geride durup izlemek veya ziyaret yerine aktif katılımı, hatta kendini bu faaliyetlere kaptırmayı içeren, çevreye duyarlı faaliyetlerin gerçekleştirildiği ve ev sahibi bölgenin veya topluluğun kültürünü deneyimlemeyi ve öğrenmeyi sağlayan güncel bir turizm çeşididir.
Kolliopoulou ve Papadami (2015, s. 1)	Deneyimsel turizm, ziyaretçinin alanların veya turistik destinasyonların kimlikleriyle etkileşimli ilişkiler geliştirerek doğal ve kültürel çevre ile etkileşim kurduğu bir turizm şeklidir.
Madjoub (2015)	Deneyimsel turizm, turisti geleneksel turizmin dışına çıkartma amaçlı turistin yerel kültüre yönelik merakını uyandırma, yerel topluluğu özel kılan deneyimleri kişiselleştirerek bireysel olarak deneyimlemesini kolaylaştırma ve sonucunda yaşamına anlam ve anı kazandırmanın bir yoludur.
Joefield (2015)	Deneyimsel turizm; sürdürülebilirliğe, yerel kalkınmaya, niş pazarlara, otantik mekânlara, sosyo-kültürel ilişkilere, turistin beş duyusunun her birinin kullanımına ve edinebileceği deneyime ayrıca bu deneyimlerin önem (anlam, durum, kimlik, duygu, yaşam tarzı), süre (kendini kaptırma, devamlılık), uyarıcılar (beş duyu, kavramlar, semboller), genişlik (marka, çevre), yoğunluk (refleks, alışkanlık) ve etkileşim (aktif, pasif, interaktif) gibi niteliklerine odaklanan bir turizm şeklidir.
De Bruin ve Jelincić (2016, s. 60)	Katımlı deneyimsel turizm, yaratıcı turizmin bir uzantısı bağlamında, turistin aktif katılımıyla bir deneyime değer katma sürecini içeren bir turizm şeklidir.
Mari (2016, s. 21, 22, 28, 31)	Deneyimsel turizm, işletme ve destinasyonun değer yaratma amaçlarına yönelik olarak konukların algılarını ve duygularını kasıtlı olarak geliştirmesine dayanan, birlikte oluşturulan sahnelenmiş bir süreçten kaynaklanan unutulmaz, benzersiz ve olağanüstü ekonomik bir arzıdır. Deneyimsel turizm, tedarikçilerin turizm endüstrisi bağlamında ürün çeşitlendirmesi veya farklılaştırması amacıyla, ürünlerinin duygusal ve duygusal yönlerini ön plana çıkartarak geliştirmeye dayanan yeni ekonomik bir değerdir. Deneyimsel turizm, tedarikçilerin fiyat indirimlerinden ziyade ürün farklılaştırması yoluyla rekabet etmelerini sağlayan yenilikçi bir stratejidir.
Dodds ve Jolliffe (2017)	Deneyimsel turizm, turizmi eski kitle pazarından ve standartlaştırılmış yaklaşımlardan uzaklaştırarak özgün ve yaratıcı deneyimleri ön plana çıkartan yeni bir turizm anlayışıdır.
WTO (2017)	Deneyimsel turizm; ekoturizm, doğa, miras, kültürel ve yumuşak macera turizmini kapsayan tematik turizmin güncel halidir.
Meacci ve Liberatore (2018, s. 9)	Deneyimsel turizm, genel olarak deneyimi bir ürün veya nesne olarak ele alsa da esasen gerçek bir nesnenin deneyim haline getirilerek oluşturulan bir turistik tüketim sürecidir.
Dou, Lei ve Zhao (2019, s. 809-813)	Deneyimsel turizm, önceden tasarlanmış ve organize edilmiş, belirli prosedürleri olan ve tüketicilerin katılmak için zaman ve enerji harcamaya ayrıca rahat ve benzersiz bir hissin peşinden koşmaya yönelik inisiyatif aldıkları bir turizm türüdür. Deneyimsel turizm, turistlerin şehrin karmaşasından ve modern yaşamın baskısından sıyrılıp sadeliğe dönmelerini, yaşamı deneyimlemelerini dolayısıyla unutulmaz ve benzersiz deneyimlere sahip olmalarını sağlayan derin ve aktif katımlı bir turizm şeklidir.
Lan (2019)	Deneyimsel turizm; otantik (özgünlüğe ve ilhama odaklanma), anlamlı (derin duygusalılık, yenilikle ve yerelle derin bağlantı kurma), sarmal (yerel atmosfere derinlemesine kendini kaptırma), aktif (derinlemesine gözlem, uygulamalara katılım, doğrudan iletişim, öğrenme), dönüştürücü (kişisel bağlantı kurma, yaşamı değiştirebilen değişim), yerel odaklı (doğrudan yerel değerler ile etkileşim ve iletişim kurma) ve sürdürülebilirlik (yerele değer ve katkı sağlama, yereli kalkındırma) gibi kavramlar ile açıklanan bir turizm şeklidir. Deneyimsel turizm; dil ve kültür (kültür dersleri, yerel festivaller, çiftçilik veya balıkçılık gibi yerel faaliyetlere katılma), yemek-içmek (yemek kursları, turları, festivalleri, pazar turları), macera (yelken, rafting, kano), doğa (hayvanları koruma ve yaşatma, vahşi hayvan safarileri, nehir safarileri), eğitim (kongreler, atölyeler, fotoğrafçılık dersleri, boyama/çizim dersleri) ve konaklama (yerel mülkler, tematik yerel tasarımlı miras otelleri, vb.) gibi deneyimsel faaliyetlerin bütünüdür.
Upadhye (2019)	Deneyimsel turizm; kültürel etkileşim bağlamında, aile ve arkadaşlarla seyahat etmek, beş yıldızlı otel lüksünün keyfini çıkarmak değil, bir destinasyonun yerel kültürünün bir parçası olarak bireysel ve katımlı bir şekilde yerel ve kişiselleştirilmiş faaliyetlere dâhil olarak benzersiz deneyimleri yaşamaktır.
Sotomayor vd. (2019)	Deneyimsel turizm; kültürel etkileşim bağlamında, turistin ihtiyaçlarına, ilgi alanlarına, motivasyonlarına, yeni duygular ve hisler yaşamaları için yerel halkla kültürel etkileşim kurmasına ve gerçek yerel değerleri deneyimlemesine odaklanan bir turizm şeklidir.
Akkuş (2021, s. 81)	Deneyimsel turizm, turistlerin sadece seyahat etmediği, aynı zamanda diğer gerçeklikler ve kültürleri gözlemleyerek deneyimler kazandığı bir anlayıştır.

Deneyimsel turizm, turist ve ev sahibi toplum arasındaki yakın kültürel etkileşime odaklandığı için (de Bruin ve Jelincić, 2016), ev sahibi topluma ait gerçek ve doğal değerlerin deneyimlenmesine odaklıdır (Meacci ve Liberatore, 2018; Sotomayor vd., 2019). Ayrıca deneyimin arz yönü, işletmelerin iş birliği çerçevesinde ürün ve hizmetlerden oluşturduğu deneyimlerdir, talep yönü ise turist merkezli olup deneyimin turist tarafından oluşturulmasıdır (Dixit, 2020). Her iki açıdan tüketilen ise deneyimin kendisi değil değeridir (Lagiewski ve Zekan, 2006). Bu bakış açısıyla Tablo 1'deki tanımlar değerlendirildiğinde, Deneyimsel turizmin, arz ve talep boyutu açısından tanımlanabileceği ortaya çıkmaktadır. *Arz boyutuyla* deneyimsel turizmin, bir destinasyonun doğal ve gerçek bir değerini temalama (özgün kimliğini

belirginleştirme ve güçlendirme) yöntemiyle metalaştırılmadan ve özgünlüğünü bozmadan deneyimlenecek hale getirilmesi ile oluşturulan turistik bir tüketim süreci olduğu anlaşılmaktadır. *Talep boyutuyla ise* deneyimsel turizm; turistin bilişsel, duygusal, duyuşsal ve davranışsal olarak destinasyonun yerel somut ve özellikle soyut değerleri ile derin ve etkileşimli bağlantılar kurmasını ve bu değerleri kişisel ve katılımcı bir şekilde deneyimleyerek ve keşfederek kendi deneyimlerini yaratması sonucunda yaşamına anlam, değer, yenilik, haz, eğlence, anı ve güç kazandıran bireysel turizmin yeni bir modeli şeklinde tanımlanabilir. Ayrıca genel olarak deneyimsel turizmin, turist deneyimini bireysellik ve kişiselleştirme açısından daha da özelleştiren veya bağımsızlaştıran bir turizm anlayışı olduğu da ileri sürülebilir.

Deneyimsel Turizmin Gelişimi

Turizmde deneyim kavramı, 1960'lı yıllara dayansa da özellikle 1970'li yıllardan itibaren popüler hale gelmiş ve farklı yaklaşımlarla ele alınmıştır (Akkuş, 2021; Dixit, 2020). Örneğin MacCannell (1973), turistlerin otantik deneyim, algı ve iç görü arayışına girdiklerini dolayısıyla turizmin otantik deneyimlerin sahnelendiği sosyal bir sektör olduğunu dile getirmiştir. Cohen (1979), deneyimsel turistleri diğer turist tipolojilerinden ayırmıştır. Urry (1990), deneyimin turistlerin seyahatlerini sadece gezip görme eyleminden hem gezip görme hem de faaliyetlere katılarak öğrenme ve kendini geliştirme fırsatlarına dönüştürdüğünü ileri sürmüştür. Poon (1993), anti kitlesel turizm hareketi bağlamında, bireysel ilgi alanlarına odaklı anlamlı seyahatleri gerçekleştiren ve bu seyahatlerin sonunda kişisel yaşamına değer, anlam ve zenginlik katan deneyimli bir gezgin şeklinde tanımladığı “*yeni turist*” tipolojisine vurgu yapmıştır. Sternberg (1997, s. 952,954) ise turizmi, “*ana üretim faaliyeti olarak turistik deneyimlerin oluşturulduğu ve sahnelenmiş deneyimlerin satıldığı, dolayısıyla sahnelenmiş deneyimlerin ön planda olduğu bir sektör*” şeklinde tanımlamıştır. Ayrıca 1990'ların turizmini 1980'lerin kitle turizminden ayıran temel gelişmenin, kendi imkânlarıyla seyahat eden yerli gezgin tipolojisi olduğu ve bu tipolojinin 1990'ların sonlarında ortaya çıkan deneyimsel turizm adında yeni bir turizm/seyahat türünün prototipi olduğu dile getirilmiştir (ATS Group, 2001). Ayrıca 1990'lı yılların başında ortaya çıkan “*yeni turist*”in de zamanla kitleselden koparak daha kişiselleştirilmiş deneyimlere odaklı hale gelerek deneyimsel turiste dönüştüğü ileri sürülebilir (Zátori, 2016). Böylece deneyimsel turist; estetik, duygusal, entelektüel veya psikolojik nitelikteki deneyimleri arama gibi birçok özelliği ile destinasyonların ilgi odağı haline gelmiştir (Nath ve Saha, 2017). Bu gelişmeler, deneyimsel turizmin uzun bir zaman diliminde ortaya çıktığının ve bireysellik/kşiselleştirme açısından sistematik olarak özellikle 1990'lı yılların sonundan itibaren hızlı bir gelişim göstermeye başladığını göstermektedir (Akkuş, 2021). Bu bilgilerden, deneyimsel turizmin 2000 yılından öncesinde *farkındalık* (bireysel zemin oluşturma, ayırt edicilik) ve sonrasında (günümüze kadar) ise *modelleme* (bireysel/kşiselleştirilmiş niteliklerinin geliştirilmesi) gibi süreçlerden geçtiği anlaşılmaktadır. Özellikle *deneyim ekonomisi*, *deneyimsel pazarlama* (Batat ve Frochot, 2014), *kültür teorileri* (Nath ve Saha, 2017; Southall ve Robinson, 2011), *yaratıcı ekonomi* (Dodds ve Jolliffe, 2017), *paylaşım ekonomisi* (O'Regan ve Choe, 2017) ve *teknoloji* (Gajdošik vd., 2020; Urquhart, 2019), deneyimsel turizmin modelleme sürecini etkileyen önemli faktörler olmuştur.

Deneyim Ekonomisi ve Deneyimsel Pazarlama

Pine ve Gilmore'nin; metalar değiştirilebilir, mallar elle tutulur ve hizmetler soyut iken deneyimler unutulmazdır şeklindeki bakış açısı, deneyim ve deneyimsel pazarlama kavramlarına farklı bir yön vermiştir. Araştırmacılara göre hizmet ve deneyim birbirinden farklıdır. Hizmet; sunulur, soyuttur, tüketici ve faydaya odaklıdır. Deneyim ise sahnelenir, hatırlanabilirliğe, bireyselliğe ve duyulara odaklıdır. Birey; deneyime *aktif* (bizzat performans sergileme) ve *pasif* (bizzat performans sergilememe) katılabilmektedir. Ayrıca deneyime yönelik zihnin meşguliyeti, tüm duyularla kendini kaptırma, keyif çıkarma, öğrenme, ortamda bulunma, eylemde bulunma ve faaliyete katılma gibi özellikler, bireyi deneyimin bir parçası haline getirmektedir (Pine ve Gilmore, 1998). Schmitt'e (1999) göre ise deneyimler; *duyuşsal*, *duygusal*, *bilişsel*, *davranışsal* ve *ilişkisel* boyutlardan oluşmaktadır. Deneyim ekonomisi; ağırlıklı olarak tüketicinin fiziksel, zihinsel, duygusal, duyuşsal ve sosyal olarak her yönüyle ekonomide yer almasını, deneyim yaşamasını, bu deneyimlerden haz duymasını ve sonucunda kalıcı ve unutulmaz anı/hatıra biriktirmesini sağlamıştır (Batat ve Frochot, 2014). Geleneksel hizmet anlayışının turist beklentilerini karşılamaması dolayısıyla memnuniyetini sağlayamaz hale gelmesi, turistleri; daha kişisel, farklı ve özgün deneyimleri elde etme arayışına sevk etmiştir. Bunun etkisiyle destinasyonlar, rekabet avantajını elde etme yerine farklılaşmayı tercih ederek pazarlama stratejisi olarak değer yaratıcı deneyimleri tasarlamaya odaklanmıştır (Lagiewski ve Zekan, 2006). Bunun üzerine, niş turizm çeşitlerinin bireysel deneyim yönleri daha da baskın hale gelmiştir. Örneğin *motosiklet turizmi* (Sykes ve Kelly, 2014), *tarım turizmi* (Teobaldi ve Capineri, 2014), *şarap turizmi* (Schamel, 2017), *kırsal turizm* (Upadhye, 2019), *gastronomi turizmi* (Sommit ve Boonpaisarnsatit, 2020) ve *sağlık turizmi* (Campón-Cerro vd., 2020) gibi temalar, bireysel turist deneyimini dolayısıyla deneyimsel

turizmi ön plana çıkartan önemli temalar olmuştur. Ayrıca alternatif, niş veya özel ilgi gibi turizm deneyimlerinin yenilikle daha da özelleştirilmesi ve kitleselden arındırılması (Stamboulis ve Skayannis, 2003); *deneyimsel seyahat* (yerelliği ön plana çıkaran seyahat araçları ile seyahat, vb.), *deneyimsel konaklama* (aile evlerinde kiralık odalar, özel kişilerden veya profesyonel acentelerden kiralanın konutlar, vb.) (Teobaldi ve Capineri, 2014), *deneyimsel misafirperverlik* (turisti yerel deneyimlerle tanıştırma) (Peak ve Skift, 2014), *deneyimsel tur* (Weiler ve Black, 2015) ve *deneyimsel rehberlik* (Hansen ve Mossberg, 2017) gibi bireysel anlayışları ortaya çıkarmıştır. Böylece deneyim; ekonominin merkezinde yer alma, sosyallik, bireysellik (kendini gerçekleştirme, kişisel başarı, keşfetme), özerklik, özgünlük, otantiklik, heyecan, merak, bölge kimliğini pekiştirme (WTO, 2017) ve özellikle değer yaratma (Mari, 2016) gibi birçok yeni özellik ile dönüşüm geçirmiştir.

Bu dönüşüm, beraberinde deneyim ortamı, destinasyon ve deneyim teması gibi kavramlara dikkatleri çekmiştir. Deneyim ortamı; tüketicinin kendi deneyimlerini yaratmak (Mossberg, 2007), kolaylaştırmak, anlamlandırmak ve kendisini bu deneyimlere kaptırmak için etkileşime girdiği temalı ve güvenli hale getirilen ortamdır (Caru ve Cova, 2007; O'Dell ve Billing, 2005). Destinasyon bağlamında tema, bir destinasyonun belirli olay örgülerinden meydana gelen ve ziyaretçilerin hafızalarında iz bırakan özel mesajlardır (Levy, Lloyd ve Schreiber, 2001). Turizm var olduğu günden beri temalar ile karşılaşmak mümkündür ancak deneyimlerin dönüşüm geçirmesi (Gajdořík vd., 2020) ile beraber dönemsel olarak temanın içeriği değişmiştir. Tematik turizm, “*öncelikli olarak özel bir ilgiyi yerine getirmek ve bundan zevk almak için yapılan özel bir seyahat türü/sistemidir*” (Đurařević, 2014, s. 110). Bu turizm sistemi; bir hobiyi, fiziksel aktiviteyi, belirli bir konuya ilgiyi, bir varış noktası türünü, yeni konuları, özgün ürünleri ve deneyimleri (Đurařević, 2014) ayrıca doğal ve yapay unsurlara yönelik deneyimleri içerebilmektedir. Genel anlamda *tema*; turizm olayının, eyleminin veya mekânının özel bir statüsünü vurgulamak için kullanılan bir kimlik niteliğindedir. Ancak turizmde “*tematik*” sözcüğü ile kullanıldığında, orijinal bir değerin taklit edilerek canlandırılması anlamına da gelmektedir (Pencarelli ve Forlani, 2016). Burada önemli olan deneyimsel turizm kapsamındaki bir temanın hangi tür deneyimleri içerdigi ve nasıl bir yapıya sahip olduğudur.

Pine ve Gilmore'ye (1999) göre her deneyim gerçektir. Ancak bazı araştırmacılara (Åström, 2020; Pencarelli ve Forlani, 2016) göre deneyimin kendisinden ziyade deneyimlenen nesne, ortam, olay vb. unsurların yapay veya gerçek olma durumu söz konusudur. Dięer bir açıdan birçok araştırmacı, deneyimin değerini yansıtmaya amaçlı (Jensen ve Prebensen, 2015) çeşitli deneyim türleri üzerinde durmuştur. Bunlardan bazıları; *kişisel, teknolojik, eğlence* (Sundbo ve Hagedorn-Rasmussen, 2008), *anlık, hatırlanan* (Kahneman, 2011), *unutulmaz* (Kim, Ritchie ve McCormick, 2012), *yerli* (Pabel, Prideaux ve Thompson, 2017), *kitile dışı* (Lim ve Bouchon, 2017), *sanal* (Bec vd., 2019), *olay temelli* (Perić, Vitezic ve Mekinc, 2019), *otantik* (Tiberghien, Bremner ve Milne, 2020), *estetik* (Zhang ve Xu, 2020) ve *olağanüstü* (Stienmetz, Kim, Xiang ve Fesenmaier, 2020) şeklinde sıralanabilir. Ayrıca bazı araştırmacılar; *bağımsız deneyimler, kombine deneyimler* (Miao, Peng ve Mi, 2017; Northern Ireland Tourist Board, 2013), *temel deneyimler* (konaklamak, gezmek, görmek, seyahat etmek vb.) ve *tesirli (anlamli) deneyimler* (gastronomi, doęa vb.) (Sundbo ve Dixit, 2020) şeklinde de deneyim türlerinin olduğunu öne sürmüştür. Unutulmaz turizm deneyimleri (Kim vd., 2012), turizmde deneyime yönelik en çok ilgi gören deneyim türlerinden biri olmuştur (Akkuř, 2019; Keskin, Sezen ve Daę, 2020). Dolayısıyla, deneyimsel turizmin çoğunlukla unutulmaz turizm deneyimleri açısından ölçüldüğü görülmektedir. Ancak bu bakış açısı, deneyimsel turizmin sadece birkaç boyutunu ölçmektedir. Deneyimsel turizm kapsamındaki bir tema; yöresel gerçek unsurlara yönelik deneyimlerin kimliğini belirlemektedir (Meacci ve Liberatore, 2018). Deneyim teması ise ev sahibi topluma ait sosyal olaylar ile doęa arasındaki etkileşimden meydana geldiğinden hem planlı hem de gelişigüzel unsurları içerebilmektedir (Stamboulis ve Skayannis, 2003). Deneyimin sahnelenmesi için deneyim temasının oluşturulması, hatıralar ile birleştirilerek zenginleştirilmesi ve beř duyuya hitap etmesi gerekmektedir (Pine ve Gilmore, 1999). Bu çalışmada, deneyimsel turizm kapsamındaki bir temanın en önemli farkının bireysel özel ve karma niteliğinde olduğu kabul edilmektedir. Böylece deneyimsel turizmde deneyim teması; belirli bir destinasyonun topluluğuna ve doğasına özgü bir kimliğe sahip gerçek unsurlara yönelik deneyimlerin her biri (*bireysel özel temalı*) ve birbiriyle yakın ilişkili olan veya birbirini tamamlayan birkaçının birleşmesi ile oluşan bir kombinasyon (*bireysel karma temalı*) şeklinde olabilir. “*Roma'da pizęa řefi olma*” teması, bireysel özel temalı bir deneyime (Vurgu: Gastronomik deneyim) ve “*Kazakistan'da hala göçebe hayatı yaşayan topluluklarla bir hafta*” teması ise bireysel karma temalı bir deneyime (Vurgu: Yařam tarzı deneyimi) örnek olarak verilebilir.

Prahalad ve Ramaswamy (2004), deneyimin işletme ile tüketici arasındaki değer yaratma özelliğini vurgulayan “*eş-yaratıcılık*” kavramı üzerinde durmuştur. Genel anlamda eş-yaratıcılık, “*iki veya daha fazla kişi*

tarafından ortaklaşa deneyimlenen herhangi bir kolektif yaratıcılık eylemidir” (Sanders ve Simons, 2009, s. 2). Turist deneyimi bağlamında eş-yaratıcılık kavramı ise “bir turistin faaliyetlere fiziksel ve/veya zihinsel katılım yoluyla aktif olarak katkıda bulunurken ve deneyim ortamındaki diğer konularla etkileşimde bulunurken yaşadığı psikolojik olayların toplama” şeklinde tanımlanmıştır (Campos, Mendes, do Valle ve Scott, 2018, s. 391). Alexiou (2018), turizmde; sadece hizmet sağlayıcısı tarafından sahnelenen, hizmet sağlayıcısı ve tüketiciler tarafından birlikte oluşturulan ve tüketiciler tarafından birlikte oluşturulan deneyimler olduğunu vurgulamıştır. Bir diğer tema ise işletmelere yönelik olmuştur. Küresel ekonomide, deneyimin önem kazanmasıyla birlikte deneyim işletmeleri ortaya çıkmıştır. Deneyim odaklı birinci tip işletme, deneyimleri üretildiği yerden tüketiciye götürmekte (uzak deneyim) veya tüketiciyi deneyimin üretildiği yere getirmektedir (yakın deneyim). İkincisi ise deneyimleri teknolojiye dayandırmakta (teknolojik deneyimler) veya yüz yüze iletişim ile gerçekleştirmektedir (kişisel deneyimler) (Sundbo ve Hagedorn-Rasmussen 2008). Ancak turizmin “tüketicinin turistik değerlerin üretildiği yere gelme zorunluluğu” özelliği göz önünde alındığında, yakın ve kişisel deneyimlerin deneyimsel turizm kapsamına girdiği anlaşılmaktadır. Ayrıca turizm, geleneksel anlayışa göre hizmet sektörünün bir parçası iken deneyimsel turizme göre deneyim sektörünün bir parçasıdır. Gelecekte, deneyim acenteleri ve otelleri (örn; eko-otel, sağlık-otel, spor-otel, gastro-otel vb.) gibi yeni işletme türlerinin ortaya çıkması öngörülmektedir.

Dünya Turizm Örgütü’ne göre deneyimsel turizm arzının genel özellikleri; kültürel miras değerleri, üreticilerin ve tedarikçilerin artan ilgisi, pazar bölümlendirme ve kapasitenin artması, temaya dayalı turizmin niş pazarlar için fırsat yaratması ve yerel yönetimlerin ilgisinin artması şeklindedir. Deneyimsel turizm talebinin özellikleri ise bilgi teknolojilerinin deneyimlere kolay ve hızlı erişilmesini sağlaması, yerel kültürlerle olan ilginin artması, olağanüstülüğü, yeniyi ve özgün olanı yaşama ayrıca kendini gerçekleştirme eğiliminin artması şeklinde sıralanabilir (WTO, 2017). Bununla beraber ekonomide; bağımsız ürün geliştirme, tutundurma, sosyal medya, eğitilmiş iş gücü, teknoloji, yatırım, müşteri ilişkileri, düşük maliyet, yönetim, iş birliği, tur operatörleri, niş pazarlar, yerel toplum ile ilişkiler gibi birçok açıdan deneyimsel turizmin kendine has pazarlama özelliklerine sahip olduğu vurgulanmıştır (Davar, 2010; Joefield, 2015). 2020 yılı öncesine ait bazı seyahat platformları ve gazeteler incelendiğinde, deneyimsel turizmin tanıtım ve pazarlama hususlarıyla ilgili dikkat çekici deneyim örneklerine ve sloganlarına/manşetlerine rastlanmıştır (bkz. Tablo 2 ve Tablo 3). Bu örnekler, deneyimsel turizmin diğer turizm çeşitlerinden farklı olduğunu açık bir şekilde vurgulamaktadır.

Tablo 2. Deneyimsel Turizm Yönelik Medyada Yer Alan Örnekler (2020 Öncesi)

“Alba White Truffle Festivali” – İtalya- milliyet.com.tr	“Milan’da Lokallerden Tortellini Yapmayı Öğrenme” – İtalya- geziko.com
“Berlin’in Sokaklarında Sokak Fotoğrafçılığı Dersleri” – Almanya- geziko.com	“New York Seinfeld Gezisi” – ABD- garenta.com.tr
“Bir Akademisyenle Bir Konuda Derinlemesine Bir Yürüyüş Turu”- grantourismotravels.com	“Roma’da Pizza Şefi Olma” – İtalya- geziko.com
“Bir Mimarla Sidney Mimari Yürüyüşü” – Avustralya- grantourismotravels.com	“San Miguel de Allende’s Food Festivali” – Meksika- milliyet.com.tr
“Bir Şefle Paris Macaron Dersi” – Fransa- grantourismotravels.com	“Sicilya’da Bağ Bozumu” – İtalya- geziko.com
“Çoruh Nehri’nde Rafting Yapmak” – Türkiye- garenta.com.tr	“Sivri Dağ Milli Parkı’nda Yıldız İzleme” – Türkiye- blog.bucketlist.com.tr
“Doğu Akdeniz Balık Avı Turu” – Türkiye- jollytur.com	“Strabon’un İzinde Orta Karadeniz ve Taş Baskı Sanatı Turu” – Türkiye- jollytur.com
“Egzotik Fas Seyahati” – Fas- garenta.com.tr	“Tasting Alaçatı” – Türkiye- milliyet.com.tr
“Gurme ile Bangkok Sokak Yemeği Turu” – Tayland- grantourismotravels.com	“Uludağ Eteklerinde Böğürtlen Toplayarak Reçel Yapmak” – Türkiye- turkiyeturizm.com
“Ho Chi Minh’da Sokak Yemeği Yapma” – Vietnam- geziko.com	“Kapadokya Balon Turuna Çıkmak” – Türkiye- garenta.com.tr
“Kazakistan’da Hala Göçebe Hayatı Yaşayan Topluluklarla Bir Hafta” – Kazakistan- blog.bucketlist.com.tr	“Londra Sherlock Holmes Rotası” – İngiltere- garenta.com.tr

Tablo 3. Deneyimsel Turizm Yönelik Medyada Yer Alan Sloganlar/Manşetler (2020 Öncesi)

“Alşılımişın ötesine geş”- travelbulletinme.com	“Fotoğraf biriktirmek yerine anı ve yaşanmişlık biriktir”- turkiyeturizm.com
“Bakmak yerine yap, görmek yerine içinde yaşa, fotoğraf çekmek yerine deneyimle”- turkiyeturizm.com	“Fotoğraf çekmelerine izin vermem. Bu hatıradır”- scotsman.com
“Daha derin ve daha sürükleyici yollarla yerleri deneyimle”- grantourismotravels.com	“Gezginlere macera ve gerçek deneyim getirir”- blog.bidroom.com
“Derinden deneyimler ile daha kalıcı anılar”- tnhglobal.com	“Görmek için değil, hissetmek için gez”- garenta.com.tr
“Destinasyonları keşfetmenin yolunu yeniden tanımlayın”- economictimes.indiatimes.com	“Kendini bir seyahat destinasyonunun özüne kaptır”- jumpstartmag.com
“Dev bir ruhu kucaklayın”- causewaycoastandglens.gov.uk	“Kendini bir tür keşfe, iç görüye veya ilham almaya kaptır”- treehugger.com
“Duygusal bir bağlantı kur”- treehugger.com	“Mevsimselliği azaltmanın anahtarı”- thehotelfactory.com
“Dünyayı dolaşmanın yeni formülü”- tnhglobal.com	“Özgürlük tutkusu”- garenta.com.tr
“Ruhunu yeni hikâyelere, yeni konseptlere ve yeni yerlere aç”- blog.bucketlist.com.tr	“Sadece kendine özel ve sıra dışı hatıralar yaşa”- turizmgunlugu.com
“Seyahat etmek sizi suskun bırakır, sonra sizi bir hikâye anlatıcısına dönüştürür (İbni Battuta)”- travelbulletinme.com	“Seyahat nasıl daha anlamlı ve unutulmaz kılınır?”- grantourismotravels.com
“Sizi ziyaret ettiğiniz dünyanın derinliklerine çeker”- nytimes.com	“Standart bir gezinin dışında kalan her şeyi yap”- treehugger.com
“Yeni bir şeylerin peşinden giderek rutini kır”- blog.bucketlist.com.tr	“Yerin belirli bir yönüyle derinlemesine ilgilen”- jumpstartmag.com
“Ziyaretçi, pasif bir gözlemci değil, uygulamalı bir katılımcı olur”- tourismni.com	

Deneyimsel turizmin kendine has arz, talep ve pazarlama özelliklerinin belirginleşmesi, deneyimsel turizm deneyimlerinin standart veya geleneksel turizm deneyimlerinden farklılığını ortaya koymuştur. Deneyimsel turizm kapsamına giren deneyimler; *içerik* (gerçeklik, özgünlük, benzersizlik, derinlik, tüm duyuların kullanımı, anlam/değer yaratma, soyut varlıklara odaklanma, keşfetme, öğrenme, kendini kaptırma, kendini gerçekleştirme, deneysel gözlem, olağanüstünlük, uzun süre hatırlanabilirlik, temalı yapı vb.), *fonksiyon* (merkezi/birincil ürün), *etkileşim şekli* (yerel toplum ve doğa ile doğrudan etkileşim) ve *turistin rolü* (kişisel, bizzat katılımcı) açısından kendine has niteliklere sahip olmuştur. Standart veya geleneksel turizm/turist deneyimleri ise (konaklamak, seyahat etmek, müzeyi veya ören yerini ziyaret etmek vb.); yenilikten, bağımsız ve sistematik bir içerikten ziyade hizmetlerin destekleyicisi veya yan ürünü konumunda olan, turistin üretim sürecinde bulunmayan ve genellikle maddi varlıklara odaklı olan deneyimler olduğu vurgulanmıştır (de Bruin ve Jelincic, 2016; Mari, 2016; Prentice, 2001).

Geleneksel turizm deneyimleri, kitlesel deneyimler olduğundan, işletmeden beklenti (Curtin, 2005), toplu katılım, ortak eylem, tedarik zincirine bağlılık, üretim sürecine dâhil olmama, boş/arta kalan zamanı veya seyahatin bir uzantısı olarak değerlendirme, kısıtlı süre ve duyuların kullanımı gibi sebeplerden kaynaklı birçoğ şeyi aynı anda yüzeysel ve geçici yaşama durumu baskındır. Dolayısıyla bu deneyimler, kısa sürede unutulabildiği gibi etkisini de kaybedebilmektedir (Prentice, 2001). Ayrıca bu deneyimler ile ilgili belirgin ve özel bir üretim ve pazarlama sürecine rastlanmamaktadır. Ancak deneyimsel turizm deneyimleri; kendine has altyapı, bağlam ve içerik unsurlarına sahip olduğundan, bu deneyimlere (veya deneyimleme sürecine) yönelik tasarlama, oluşturma, organize etme, fiyatlandırma, pazarlama ve tanıtım gibi özel, bağımsız ve kasıtlı faaliyetler söz konusudur (Stamboulis ve Skayannis, 2003). Bir diğer açıdan, geleneksel turizm deneyimlerinde, sadece yeni destinasyona erişme beklentisi hâkim iken deneyimsel turizm deneyimlerinde; yer, tema ve turist arasındaki doğrudan etkileşim ve ilişkiden meydana gelen özgünlüğü bireysel olarak derinlemesine yaşama beklentisi hâkimdir (Curtin, 2005; Wynn, 2010). Deneyimsel turizmde arzu edilen bir deneyim; bir seyahati geliştirme, ziyaretçilerin başkalarıyla paylaşacağı daha güçlü anıları yaratma ve ziyaretçileri destinasyona geri getirmeye teşvik etme gibi özelliklere sahiptir (Northern Ireland Tourist Board, 2013). Ayrıca bireyler, tamamen kişisel bir şekilde deneyim ile meşgul olduklarından bu meşgüliyet süresi ve duyularla algı derecesi ne kadar artarsa, söz konusu deneyim kişinin hatırasında o kadar kalıcı kalmakta ve iz bırakmaktadır (Pine ve Gilmore, 1999). Böylece turistler, deneyim ortamının öğeleriyle bireysel etkileşime girerek kaynaklar ve deneyimler arasındaki bağlantıları değerlendirmek için öznel bir yaklaşım sergilemektedir (Fossgard ve Fredman, 2019). Dolayısıyla deneyimsel turizmin, standart veya geleneksel turizmin deneyimsel yönü olmadığı anlaşılmaktadır.

Kültür Teorileri ve Yaratıcı Ekonomi

Yeni beklentileri olan bir turist profilinin ortaya çıkmasına katkıda bulunan postmodernizm, dikkatleri tüketici toplumunun değişimine çekerek tüketim kültürü teorisi gibi postmodernizm teorilerini ortaya

çıkarmıştır. Örneğin Arnould ve Thompson'un (2005) teorisi, kültüre yönelik farklı bakış açıları ortaya koyarak kültürün; deneyim, anlam ve eylem dokusu bağlamında kavramsallaştırılmasına zemin hazırlamıştır. Bu doğrultuda kültür turizminin, deneyimsel turizmin bir alt kümesi olduğunu kabul eden yaklaşımlar da benimsenmiştir (Nath ve Saha, 2017; Southall ve Robinson, 2011). Bununla beraber sosyokültürel, ideolojik, sembolik ve deneyim odaklı farklı tüketim boyutlarının ortaya çıkması, pazar mantığından tüketici deneyimi merkezli yaklaşıma geçişin sağlandığının kanıtları olmuştur (Rajan, 2015).

Yaratıcı ekonomi, turistlerin özellikle deneyim odaklı gereksinimlerini karşılamak için işletmeleri veya destinasyonları hedef pazara göre eşsiz ve yaratıcı deneyimleri sağlamaya yönlendirmiştir. Ayrıca çekiciliklerin deneyimsel hale getirilmesi ve sanattan kültüre yönetimden pazarlamaya birçok konuda yaratıcı ve deneyim içerikli seyahat paketlerinin oluşturulması gibi yeni ve özgün yaklaşımlar, deneyimsel turizmi daha da ön plana çıkarmıştır (Dodds ve Jolliffe, 2017). Bunun temel nedenleri; yaratıcı turizmin; geleneksel çekiciliklerden (müze, anıt, vb.) atmosfere, pasif ziyaretten aktif katılıma, pasif deneyimden otantik gerçek aktif deneyime, tüketimden üretime, kitleselden bireyselle, ekonomik sermayeden kültürel sermayeye, görsellikten (gezip görmek, manzara, vb.) soyut kültürün bir parçası olmaya, klasik işletme hizmetinden ev sahibi toplumun deneyim sağlayıcılığına (Zoğal ve Emekli, 2017), bakış koleksiyonculuğundan deneyim avcılığına, somut kültürel mirastan soyut kültürel mirasa, bakma ve görme duyularından tüm duyularla deneyime (Gülüm, 2015) geçişi sağlamasıdır. Özellikle 2010 yılına doğru tüketici ihtiyaçlarının hızla değişmesiyle beraber turizm; daha sürdürülebilir, çevresel, sosyal ve esnek bir yapı ile yeni bir çağa girmiştir. Bu çağın turistleri ise daha deneyimli, eğitilmiş, sorumluluk sahibi ve yerel kültüre saygılı daha sürdürülebilir bir anlayışa sahip olmuştur (Cecilia vd., 2011). Deneyimsel turizm, toplumların gelişimi ile beraber kendini sürekli yenileyen ve dönüştüren bir sistem haline gelmiş ve bölgesel yerel kalkınmaya da son derece önemli katkı sunmaya başlamıştır (Trono vd., 2017). Şehirler, özgün dokusunu görünür ve deneyimlenebilir hale getirerek deneyimsel şehir temasına dönüşmüşlerdir. Bu şehirler; tercih edilebilirliğini arttırmak, deneyimsel turistlerin gereksinimlerini karşılamak ve şehri kitle turizminin olumsuz etkilerinden arındırabilmek için şehrin bilinmeyen yerel değerlerini (örneğin; gastronomik vb.) temalı hale getirme gibi yerel deneyim merkezli kentsel dönüşüm faaliyetlerine ağırlık vermişlerdir (Hanche, 2018). Dolayısıyla şehirler, kendi deneyim kimliklerini ön plana çıkarmışlardır. İstanbul'un, "*En Dost Yerlilere Sahip Uluslararası Şehir: İstanbul*" teması ile "*2014 Deneyim Seyahati Ödülünü*" alması (Afar.com, 2014), örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca son yıllarda özellikle Tripadvisor gibi seyahat platformlarının deneyimsel turizm ile ilgili önemli verileri ortaya koyduğu görülmektedir. Örneğin Tripadvisor'a (2019) göre 2019 yılında dünya çapında en hızlı büyüyen deneyim temaları (önem sırasına göre); aile dostu, sınıflar ve atölyeler, sağlık deneyimleri, kültürel ve temalı deneyimler, açık hava etkinlikleri, su sporları, yemek ve şarap deneyimleri, özel ve özelleştirilmiş turlar, gezi biletleri ve geçiş kartları, yolculuk ve yelken deneyimleri olmuştur. Dünyada sağlık deneyimleri ülke kategorisinde ise Türkiye, üçüncü sırada yerini almıştır (Tripadvisor, 2019).

Deneyimsel turizmin yerel topluluklarla yakın etkileşim kurma koşulu, yerel değerlerin ve çevrenin korunması gerektiği hususunu ortaya çıkarmıştır (Moreschi, 2017). Deneyimsel turizm; yerli toplulukların refahına, yaşam kalitesine, yerel değerlerin sürdürülebilirliğine ve ekonomik gelişimine önemli katkı sağlasa da yerel dokuya zarar verir seviyeye geldiği vurgulanmıştır (Sotomayor vd., 2019). Özellikle aşırı turizm, yerel halkın yaşam kalitesini ve turizmin deneyim boyutunu tehdit eder seviyelere gelmiştir. Dolayısıyla her destinasyon kendince birtakım stratejiler geliştirerek önlem almaya başlamıştır. Bu önlemlerden biri de sürdürülebilir turizm perspektifinde turist taleplerine göre pazar bölümlendirmelerinin yapılması ve buna göre kapasitenin belirlenmesidir (Duyar ve Bayram, 2019). Deneyimsel turizmin ise özellikle yavaş ve sürdürülebilir turizm ile entegre hale getirilmesi, zararlı etkilerini en aza indirmek için önemli bir strateji olarak görülmüştür (Carli vd., 2020).

Paylaşım Ekonomisi ve Teknoloji

Uluslararası seyahat markaları, teknoloji ve bireysel odaklı faaliyetleri organize eden operatörlerin küresel ağları vasıtasıyla tüketiciye daha fazla sosyal seyahat deneyimi sunmuştur (Peak ve Skift, 2014). İnternet, deneyimsel turizmin önemini pekiştiren bir konuma geldiği için (Miao vd., 2017), deneyimsel turizm sağlayıcılarının sayısının artmasına neden olmuştur. Bu süreçte paylaşım ekonomisinin, deneyimsel turizme daha güçlü bir ivme kazandırdığı ileri sürülebilir (O'Regan ve Choe, 2017). Paylaşım ekonomisinin gelişmesiyle birlikte, klasik tüketici anlayışından *üreten tüketiciye* ve *üretip tüketen tüketiciye* geçiş sağlanmıştır. Paylaşım ekonomisinde deneyimsel seyahatlerin dağıtımı, küresel dağıtım platformları aracılığıyla sağlanmakta olup bu platformlara paylaşım platformları ismi verilmektedir. Bu platformlar; *konaklama* (Airbnb vb.), *ulaşım* (Uber vb.), *yeme-içme* (Meal Sharing vb.) ve *seyahat* (Vayable vb.) alanlarında geliştirilen

çevrimiçi uygulamalar ile hizmet vermektedir. Ayrıca bunların haricinde *eş düzey taraflar arası paylaşım seyahati* (Ayazlar, 2018) ve *özel turlu seyahat* (Turizmgunlugu.com, 2019) gibi seyahat seçenekleri de ön plana çıkmıştır. Böylece bu gelişmeler, dünyada mevcut olan çeşitli yüksek verimli turistik deneyimlere olan talebin artmasına yol açmıştır. Ayrıca önemli platformlarda paylaşılan çevrimiçi yorumlar, benzer deneyimler arayan gezginlerin deneyim odaklı seyahatlere olan motivasyonlarını arttırmıştır (Davar, 2010). Bu durum, günümüzde de hala geçerliliğini korumaktadır.

Teknoloji; deneyimsel turistlerin kişisel deneyimlerini tasarlamalarına (Liu, Liao ve Chen, 2013), deneyimlere ulaşmalarına, bu deneyimlere yönelik bilgiye ve bireysel sağlayıcılara erişmelerine (Smith, 2005) yardımcı olma gibi rollere sahiptir. Cecilia vd. (2011), gittikçe daha özel ve sürdürülebilir deneyim merkezli hibrit (homojen) bir turizm anlayışına doğru ilerlediğini vurgulamıştır. Ayrıca Tresidder ve Deakin (2019), dijitalleşmeye rağmen dijital olmayan mekânlarda insanlar ile iletişimi arzulayan hibrit turist modeline dönüşüm olabileceğini dolayısıyla deneyimlerin farklı açılardan dönüşüm geçirebileceğini dile getirmiştir (Seeler ve Schänzel, 2019). Genel olarak son on yılda, teknolojinin etkisiyle kişiselleştirme baskın hale gelmiş ve bireysel deneyimlere eğilim daha fazla artmıştır (McKercher vd., 2021). Ayrıca Gajdořik vd. (2020), turizmde kişiselleştirmenin baskın hale gelmesiyle modellerin ötesine geçen kişiselleştirilmiş deneyimleri yansıtan bir sisteme doğru hızla yol alındığı vurgulamıştır. Araştırmacılar, kitlesel ve bireysel turistten akıllı turiste; kitlesel ve bireysel turist deneyiminden sanal turist deneyimine dönüşümün olacağını öngörmüştür. Genel olarak bu bilgilerden, arabulucu ve dönüştürücü rollerinde olan teknolojinin (Urquhart, 2019), deneyimsel turizmin gelişimini kademeli olarak hızlandırdığı ve güçlendirdiği dolayısıyla bireysellik açısından yeni boyutlarını ortaya çıkardığı anlaşılmaktadır.

Deneyimsel Turistin Özellikleri

Standart veya geleneksel turist tipolojileri incelendiğinde; özgünlüğü aramayan, mutluluk hissi veren, fiziksel ve zihinsel dinlenmeye, kendi ihtiyaçlarına uygun olanı bulmaya, yeni bir yaşam tarzına sahip olmaya veya kendi çevresinin sınırında kalmaya odaklı deneyimlere eğilimli (Cohen, 1979) oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca bu turistler; yakınlarıyla beraber her şey dâhil sistemi, kendi seyahat planlarını yaparak internet üzerinden düşük maliyetli tatilleri ve işletmenin şemsiyesi altında paket turları tercih etmektedirler (Batat ve Frochot, 2014). Ancak deneyimsel turist, geleneksel rasyonel karar verici turist tipinden hem rasyonel hem de deneyimsel karar verici çağdaş deneyim turisti tipine geçişi sağlayan (Le vd., 2019) ayrıca yüksek fiyata razı olan turistir (Davar, 2010). Deneyimsel turist, standartlaştırılmış turizm deneyimlerine ilgi duymamakta ve tamamen bireysel arzuları ve ilgileri doğrultusundaki deneyimleri aramaya odaklanmaktadır (Wang, 2015). Uzun süre hatırlanabilir anıların ve insanların hayatlarındaki gerçeklerin peşinde koşan deneyimsel turist; köklü ve özgün bir kültüre sahip toplumlar ile doğrudan, derin ve etkileşimli bir bağlantı kurup yaşamlarına kendini kaptırarak (faaliyetlere katılarak, sosyalleşerek, kaynaşarak) o topluma özgü gerçek soyut ve somut değerleri tüm duyularıyla deneyimleyerek ve keşfederek kendi kişisel deneyimlerini yaratmaktadır (Batat ve Frochot, 2014; Ivona, Rinella ve Rinella, 2019; Seeler ve Schänzel, 2019). Böylece deneyimsel turist, deneyim yoluyla elde ettiği kaynakları; yenilenme, kendini gerçekleştirme ve geliştirme gibi hayatını anlam, macera, heyecan ve değer ile zenginleştiren kişisel güçlere dönüştürmektedir (Cecilia vd., 2011; Cohen, 1979; Curtin, 2005; Dodds ve Jolliffe, 2017; Gössling, 2006; Ivona vd., 2019; Rajan, 2015; Smith, 2006).

Deneyimsel Turisti Etkileyen Faktörler

Deneyimsel turistin deneyimlerini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır (*turistin kişisel kaynakları, küresel gelişmeler, destinasyon, deneyim ortamı, yerel toplum, eş-yaratıcılar vb.*) (bkz. Şekil 1). Yan'a (2015) göre deneyimsel turizm, turistin daha çok kişilik özelliklerine ve duygusal ihtiyaçlarına odaklanmaktadır. Turistin *kişilik özellikleri* (Faullant, Matzler ve Mooradian, 2011), *yaşam tarzı, ihtiyaçları, ilgileri, motivasyonu, bilgi arayışı, düşünceleri, duyguları* (Sotomayor vb., 2019; Yılmaz, 2018) gibi özelliklerin (*Kişisel faktörler*) yanı sıra insan yaşamındaki çeşitli *sosyal, çevresel, kültürel, psikolojik, ekonomik* (Batat ve Frochot, 2014) ve *teknolojik* (Gajdoşik vd., 2020) gelişmeler de (*Dış faktörler*) deneyimleri etkilediği görülmektedir. Ayrıca yapılan birçok araştırmada, *imaj* (Umur ve Eren, 2016), *kişilik* (Ülkü ve Bişkin, 2020), *deneyimsel kaynaklar* (Çeti ve Atay, 2020), *performans* (Koç ve Eren, 2020), *deneyim ortamı* (Blumenthal ve Jensen, 2019; Piramanayagam, Sud ve Seal, 2020) ve *yerel toplum* (Avcıkurt, 2020) gibi destinasyona özgü birçok özelliğin turist üzerinde etkisi olduğu vurgulanmaktadır (*memnuniyet, deneyim, benlik uyumu, davranışsal niyetler vb.*). Turistin bir deneyimi deneyimlemesini etkileyen diğer faktör ise eş-yaratıcılarıdır. Deneyimin eş-yaratıcıları; turist başta olmak üzere *diğer turistler, turist rehberleri* (Alexiou, 2018; Aire, 2019; Hurombo, 2016), *turizm tedarikçileri* (işletmeler, çalışanlar), *bireysel sağlayıcılar* (yerel toplum), *teknoloji* (çevrimiçi paylaşım platformları vb.) (O'Regan ve

Choe, 2017; Smith, 2005), *kamu kurum ve kuruluşları* (Sundbo ve Darmer, 2008) ve *sivil toplum kuruluşları* (WTO, 2017) şeklinde sıralanabilir. Eş-yaratıcılar, turistin kendi deneyimini şekillendirmesini kolaylaştırma ve katkıda bulunma gibi rollere sahip oldukları için deneyimleme sürecini etkilemektedirler (Alexiou, 2018; Blumenthal ve Jensen, 2019; Campos vd., 2018; Hurombo, 2016; Sanders ve Simons, 2009). Deneyim, sübjektif olduğu ayrıca bireysel psikolojik süreçlerden meydana geldiği için (Larsen, 2007; Yan, 2015), deneyim sağlayıcılarının temel rolü, tüketicinin deneyimini yaratmak değil deneyime (deneyimlemeye) erişilebilecek fiziksel ve psikolojik koşulları ve ortamları yaratarak deneyimlemeyi kolaylaştırmak ve yönetmektir (Blumenthal ve Jensen, 2019). Toplumsal açıdan ise deneyimsel turizmin Y kuşağına odaklı olduğu ileri sürülse de (Folmer, Tengxiage, Kadijk ve Wright, 2019) son yıllarda, *Z kuşağının deneyimsel seyahatlere* (Robinson ve Schänzel, 2019), *kültür ve doğa temelli* (Kuzucu ve Kılıç, 2021) deneyimlere eğilim gösterdiği anlaşılmaktadır. Ayrıca Covid-19 pandemisi sonrasında deneyimsel turizme yönelik turist talebinin artacağı yönünde öngörüler de bulunmaktadır (George vd., 2021). Bir diğer açıdan şehirlerin *deneyimsel kimlik arayışında olmaları* (Hanche, 2018), destinasyonların *otantik değerlerine ilginin artması* (Sotomayor vd., 2019), *yavaş ve sürdürülebilir turizm anlayışının yaygınlaşması* (Carli vd., 2020) ve *bireysel turizmin baskın hale gelmesi* (McKercher vd., 2021) gibi güncel gelişmelerin, turist deneyimlerini etkileyebileceği görülmektedir.

Deneyimsel Turistin Turizme Etkileri

Turist deneyimi; deneyime, destinasyona ve deneyim sağlayıcılarına yönelik olumlu davranışsal niyetlerine (tavsiye, tekrar yaşama/ziyaret/tercih etme, arayış vb.) yansımaktadır (Gratch, 2020; Mossberg, Hanefors ve Hansen, 2018; Sandaruwani ve Gnanapala, 2016; Tsai vd., 2016). Deneyimsel turistin deneyimsel memnuniyeti; işletmelere veya destinasyona daha *sürdürülebilir* (Cecilia vd., 2011; Robinson ve Percival, 2011), *yenilikçi, farklılaştırıcı, değiştirici, dönüştürücü, değer yaratıcı* (Jensen ve Prebensen, 2015; Mari, 2016), *pazar taleplerine etkili çözüm geliştirici* (Carli vd., 2020), *olumlu imaj geliştirici* ve *başarı odaklı* (Prentice, 2001) bir kimlik kazandırmaktadır. Dolayısıyla deneyimsel turizm, insan odaklılığa daha fazla önem veren ve daha da kişiselleştirilmiş özel ve nitelikli deneyimleri oluşturmaları açısından işletmeleri ve destinasyonları teşvik etmektedir (Hao, Wang ve Ren, 2019). Deneyimsel turizmin olumlu duyurum, daha uzun süreli konaklama, daha fazla harcama, az turist, daha fazla teşvik, yenilik, eğlence, pazar eğilimlerine cevap verme, farklılaşarak uzun vadeli rekabet avantajı elde etme, sürdürülebilir gelişme, yerel topluluğu güçlendirme, üst düzey, daha eğitilmiş, sosyal, kültürel ve çevre bilincine sahip gezginleri çekme (Madjoub, 2015), duyguları uyandırarak deneyimleri farklılaştırma, ilham verici liderlik yoluyla sağlama, kültür tarafından kolaylaştırılma, maliyetleri düşürme, markanın vücut bulması (WTO, 2017), yeni iş fırsatlarını sağlayarak bölgesel ekonomiyi (kalkınma, istihdam vb.) güçlendirme (Mangano ve Ugolini, 2020) ve farklı ekonomileri (tarım, ormancılık, balıkçılık, vb) değişen ziyaretçi ihtiyaçlarını karşılayacak alternatif yollar aramaya sevk etme (Davar, 2010) gibi birçok olumlu çıktısı bulunmaktadır (bkz. Şekil 1).

Deneyimsel Turist Rehberliği

Turist rehberi, turistler ile yüz yüze iletişim kuran bir turizm çalışanıdır (Ap ve Wong, 2001). Geleneksel anlayışa göre turist rehberi, bir hizmet sağlayıcısı konumunda bir destinasyonun çekicilikleri ile ilgili turistlere yol gösteren ve onları bilgilendiren kişidir (Başoda vd., 2018). Ancak turist rehberinin turiste eğitimsel, farklılığı hissettiren/rutini kıran, enerjik, eğlenceli, estetik ve entelektüel gelişim içeren deneyimleri kazandırdığı vurgulanmaktadır (Özdemir vd., 2018). Dolayısıyla deneyimsel turizmin, turist rehberliğini hizmet sağlayıcılığı modelinden deneyimsel bir modele aktardığı anlaşılmaktadır (Hansen ve Mossberg, 2017). Bunun temel sebebi; turist rehberinin hem turist hem de kendisi için bireysel deneyimleri yaratmayı, yaşamayı, biriktirmeyi ve bu deneyimlerden kişisel güç kazanmayı sağlamasıdır. Bu yüzden rehberin, turistin bir deneyimi deneyimleme sürecinin aktif ve bireysel katılımcısı veya adeta ortak bir yapımıcısı olduğu anlaşılmaktadır (Güçlütürk Baran, 2019; Tan, 2017).

Turist rehberi ve turist, deneyimsel turlarda farklı rollere sahiptirler. Ayrıca tur çeşidine göre deneyimin türü de değişebilmektedir. Örneğin, rehber; geleneksel grup turlarında *sunucu* (Turist: İzleyici katılımcı, Deneyim: Keyif alma), deneyim odaklı grup turlarında *karograf ve aracı* (Turist: Aktif/aktör veya yarı pasif katılımcı, Deneyim: Keyif alma ve akılda kalıcılık) ve özelleştirilmiş veya kişiselleştirilmiş turlarda *eş-yaratıcı* (Turist: Eş-üretici, Deneyim: Eğlence, akılda kalıcılık ve anlam) (Weiler ve Black, 2015) konumundadır. Ayrıca genel olarak temalı turlarda rehber, *geliştirici/imaj oluşturunca ve hikâyeleştirici* (Turist: Pasif/aktif, Deneyim: Anı, hatıra, izlenim, kişisel eğilim) rollere sahiptir. Rehberli temalı turlar, turistin bir destinasyondaki deneyimlerine anlam ve unutulmazlık katması için (Levy vd., 2001), destinasyona ait en önemli değerlerin (mimarisi, tarihi, toplumu vb.) birbiriyle bağlamsal içeriğine göre bir araya getirilerek

güçlü hikâye zincirlerinin oluşturulduğu deneyim turlarıdır (Blyablina, 2015). Örneğın gastronomi turlarında rehber; *sorun çözücü* (Chang, Kivela ve Mak, 2011), *entelektüel sermayeyi geliştirici* (Ko, 2015), *deneyim yaratıcısı*, *algı geliştirici* (Zatori, 2016), *güven verici* (İrigüler ve Güler, 2017), *bağ kurucu* (Caber, Yılmaz, Kiliçarslan ve Öztürk, 2018), *bilgi kaynağı* (Yılmaz, 2018), *değer yaratıcı* (Seyitoğlu, 2020), *teşvik edici* ve *özendirici* (Keskin vd., 2020), gibi birçok role de sahiptir. Genel olarak tüm deneyimsel turlarda rehber; standart rehberlik hizmetleri/rolleri üstü bir çaba göstererek, bir deneyim ortamında deneyime katılmaya ve anlam yaratmasına yönelik turisti teşvik etmeye odaklanır (Hansen ve Mossberg, 2017). Deneyimsel turların genel özellikleri; turistlerin kendi arasında ve yerel toplum arasındaki etkileşimin ağırlıklı olması, bir deneyiminin parçası olduklarını hissetmeleri ve öğrenmek amacıyla yerel topluluk ile karşılıklı bağ kurarak bu bağ geliştirmeleridir (Wynn, 2010; Özdemir vd., 2018). Dolayısıyla deneyimsel turların temel bileşenleri; *kaynaklar* (iyi bilgi, somut materyaller), *etkileşimler* (dâhil olma, kişiselleştirme, paylaşım, iletişim kurma, iş birliğı yapma ve birlikte oluşturma) ve *duygular* (ilgi, etkileme, kendini kaptırma, huşu ve neşe) şeklinde sıralanabilir (Alexiou, 2018). Bu noktada turist rehberi, deneyimlerin orkestracısı olarak nitelendirilebilir. Bunun temel nedenleri ise turist rehberinin en iyi etkiyi uyandıracak şekilde deneyimlerin sunumunu gerçekleştirmesi, turisti anlamlı ve unutulmaz deneyimlerle meşgul etmesi, destinasyona ve deneyimlere bağlayan duygusal bir yol haritası oluşturması ve sonucunda turiste bilinçli bir düşünce kazandırarak uzun süre hatırlanabilir ve tarif edilmez deneyimler ile güçlü anılar veya izlenimler bırakmasıdır (Alexiou, 2018; Arnould ve Price, 1993). Dolayısıyla turist rehberinin, turist ile yerli toplum ve çevre arasındaki etkileşimin ve iletişimin yönünü, şeklini, sürecini ve çıkışını etkileyen güçlü bir mekanizma konumunda olduğu anlaşılmaktadır (Macdonald, 2006).

Deneyimsel turizmde turist rehberinin temel amacı, turist ile yakın iletişim ve etkileşim kurarak birlikte anlamlı deneyimler yaratmak ve turistın deneyimden en iyi değeri ve anlamı elde etmesine yardımcı olmaktır (Mossberg vd., 2018). Bu noktada rehberin görevi, turisti yerel kültüre çekmek (kültürle bağlantısını kurmak) ve kendi deneyimini oluşturmasını sağlamaktır (Reisinger ve Steiner, 2006). Bu amaçla rehber, turistın deneyim ile bilişsel, duygusal ve duygusal etkileşimini gerçekleştirmek için (Gratch, 2020; Wynn, 2010), deneyimin içeriğini derinleştirme, güvenli hale getirme, temalaştırma (Mossberg vd., 2018), kolaylaştırma, anlamlandırma, beklentileri ve gereksinimleri tespit etme, deneyimsel kaynakları uyumlu bir şekilde bir araya getirme (Hansen ve Mossberg, 2017), deneyim ortamını oluşturma, gerekli zaman ve araçları temin etme (Zatori, 2016) gibi birçok açıdan deneyimleme sürecini tasarlamaktadır. Böylece deneyimleme sürecinin yönetimini kontrol altına alan rehber, kişisel ve katılımcı kimliğıyle turistın ev sahibi toplumun kültürel değerlerini deneyimlemesi için ona tüm duyarlarını kullanma fırsatını vermekte (*fiziksel erişime aracılık*), turist ile yerel halk arasındaki kültürel, sosyal ve ekonomik etkileşimi sağlamakta (*karşılılamaya aracılık*), kültürel ve entelektüel bilgi akışını gerçekleştirmekte (*anlamaya aracılık*) ve duygusal empatiyi harekete geçirmektedir (*empatiye aracılık*) (Weiler ve Walker, 2014). Ardından rehber, turisti duygusal, bilişsel, duygusal ve davranışsal olarak deneyime dâhil etmekte dolayısıyla turistın öğrenmesini ve deneyimi keşfetmesini sağlamaktadır (Hansen ve Mossberg, 2017; Zatori, 2016).

Deneyim, bireysel psikolojik bir sürecin temel bileşenlerinden birisidir (Larsen, 2007). Deneyimlemenin uygulayıcısı olan turist rehberi ise doğal veya özgün ortamlarda turistın psikolojik sağlığını koruma veya iyileştirme gibi psikolojik danışmanlık rolüne de sahiptir (duygu ve algı yönetimi, olumlu psikoloji, psikolojik refahı arttırma, vb.). Rehber bu rolleri, *kendini deneyime kaptırarak* yerine getirebilmektedir (Farkic vd., 2020). Kendini deneyime kaptırma ise “*kışının fiziksel veya sanal olarak tüm yönleriyle deneyimin derinlerine inmesi ve bunu yaşamasıdır*” (Getz, 2007, s. 173). Deneyimlemenin bir diğer bileşeni ise yorumlamadır. Yorumlama, turistın destinasyonla ilgili bilgi edinmesinin, motivasyonunun, turdan memnuniyetinin ve kaliteli deneyimleri yaşamasının önemli belirleyicilerinden biridir (Tetik, 2016). Rehberin yorumlama becerisi, turistın kendi deneyimlerini oluşturmasını sağlamakta dolayısıyla turizm ve turist deneyimlerini zenginleştirmekte ve geliştirmektedir. Bu yönüyle yorumlama, rehberi klasik yol göstericilikten anlam yaratıcılığa taşımaktadır (Reisinger ve Steiner, 2006). Turist rehberinin yorumlama kalitesi; aktif, sorgulayan ve dünyaya bakışlarını yeniden değerlendirebilen daha bilinçli bir turist profilinin ortaya çıkmasını sağlamakta ve turistte deneyime yönelik kalıcı bir izlenim bırakmaktadır (Prakash vd., 2010). Yorumlamanın bir diğer önemi ise yerel kültürün aktarımı ile ilişkisidir (Ap ve Wong, 2001). Turist rehberi, yerel kültür ile turist arasındaki etkileşimde bir köprü olduğundan, rehberin yerel kültürü turiste aktarması için öncelikle o kültürü yerinde deneyimlemesi, özümsemesi ve zaman harcayarak kültüre yönelik derinlemesine deneyim kazanması gerekmektedir (Sümbül ve Karaman, 2020). Turist rehberinin fiziksel görünümlü/çekiciliğı, kişilik özellikleri ve mizah anlayışı; rehberlik performansını, yorumlama becerilerini, tur verimliliğini, turistın dikkatini, izlenimini, deneyimlerini ve çevreye yönelik algısını etkilemektedir. Turist rehberinin fiziksel çekiciliğı ile mizah anlayışının birleşmesi, yorumlama etkinliğini

arttırdığı gibi turistin çevre ile ilgili öğrenme motivasyonunu da arttırmaktadır (Tsai vd., 2016). Yorumlamanın diğer bir yönü ise hikâyeleştirmedir. Turist rehberi, bir mekânın deneyimi ile ilgili hikâyeleştirme yaparak, turisti deneyimin içine çekmekte, turistin deneyime yönelik merakını uyandırmakta, söz konusu deneyim ile bağlantısını kurmakta ve sonucunda ise kişisel anı ve kaynak oluşturmasını sağlamaktadır (Çınar ve Toksöz, 2020). Yorumlamada dikkat edilmesi gereken husus ise tekrarlayan, ilham vermeyen ve kitle turizmi odaklı davranışlardan kaçınmaktır (Rabotić, 2009).

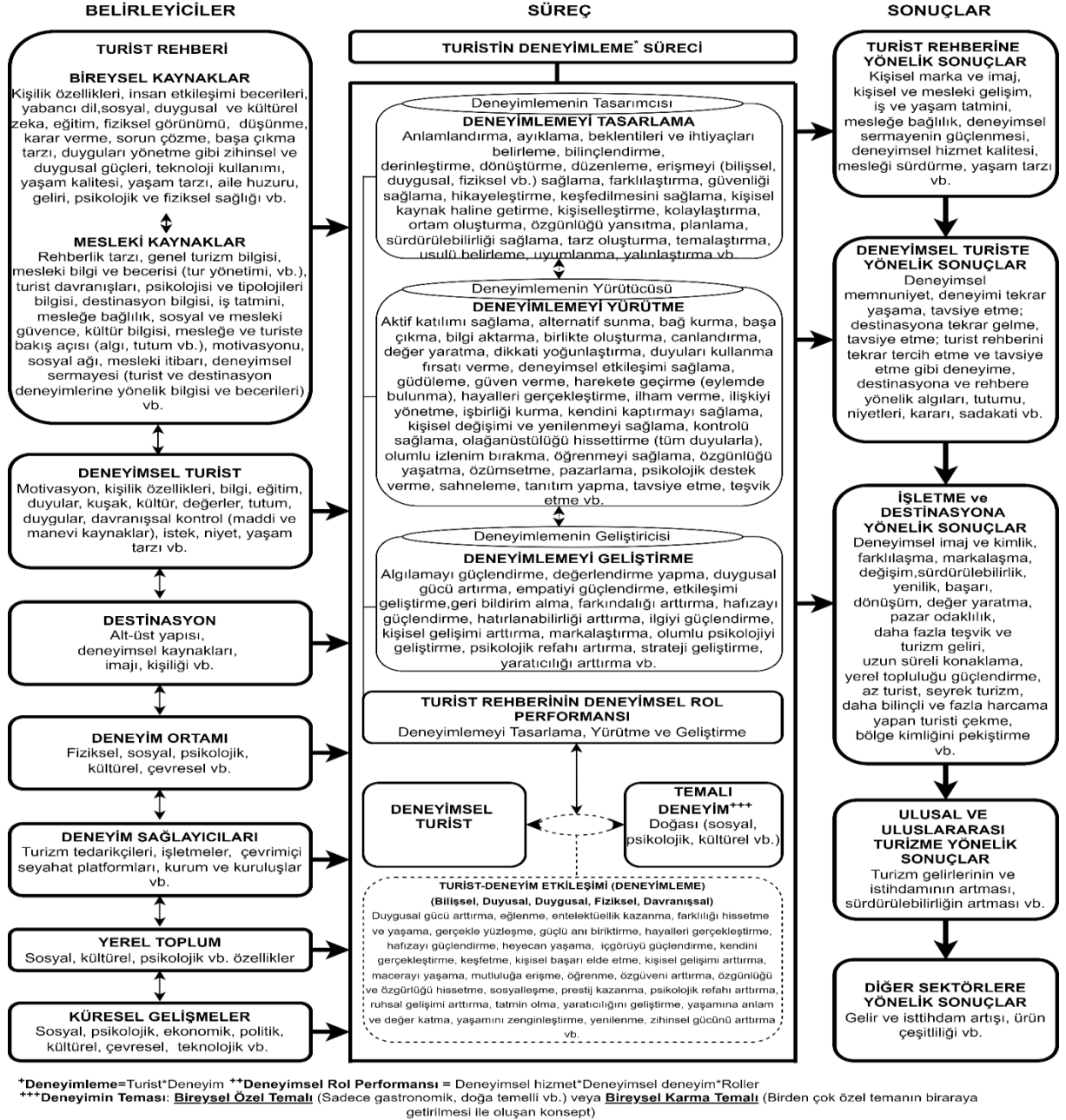
Deneyimleme süreci incelendiğinde, rehberin, deneyim ile turist arasında pasif veya aktif olarak aracılık ettiği anlaşılmaktadır (Haynes, 2015; Macdonald, 2006). Ayrıca turist rehberinin, turistin fiziksel, duygusal ve entelektüel deneyimleri ile destinasyon (Aire, 2019), yerel halk, diğer turistler (Wynn, 2010) ve tedarikçiler arasındaki bağı kurduğu, motivasyonu, teşviki ve değer yaratmayı sağladığı görülmektedir. Deneyimlemenin diğer bir adımı ise deneyimlemeyi ve ilişkileri geliştirmektir. Rehber, deneyim ve deneyimleme ile ilgili turistin geribildirimlerini almakta ve bu geri bildirimler ile deneyimlemenin anlamlılığını ve hatırlanabilirliğini artırmak için çeşitli değerlendirmeler yapmakta ve stratejiler geliştirmektedir (Weiler ve Black, 2015).

Deneyimsel Rol Performansı

Yukarıda da sıralandığı gibi turist rehberinin turistin deneyimleme sürecinde birçok role sahip olduğu ve bu sürece son derece önemli katkı sağladığı görülmektedir. Bu tespitlere göre turist rehberinin deneyimsel turizmdeki baskın rollerinin; deneyimlerin *sağlayıcısı* (Weiler ve Ham, 2002), *aracısı* (kolaylaştırıcısı), *eş-yaratıcısı* (Zatori, 2016), *danışmanı* (Farkić vd., 2020) ve *yorumlayıcısı* (Prakash vd., 2010) olduğu ortaya çıkmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde, bu rollerin birbiriyle yakın ilişkisi olduğu ayrıca *deneyimsel hizmetleri ve deneyimsel deneyimleri* kapsadığı anlaşılmaktadır. Birincisinin, turisti deneyimle buluşturmaya ve etkileşimi sağlamaya; ikincisinin ise turist ile beraber deneyimi deneyimlemeye odaklı olduğu ileri sürülebilir (Konu, 2016). Bütüncül bir yaklaşımla, turist rehberinin turistin bir deneyimi deneyimleme sürecinin *tasarımıcısı*, *yürütücüsü* (*uygulayıcısı*) ve *geliştiricisi* olduğu, dolayısıyla bu rollerin, turist rehberinin *deneyimsel rol performansı* şeklinde adlandırılabilir. Bundan hareketle, *deneyimsel rol performansı*, turist rehberinin turistin temalı bir deneyimi deneyimlemesini gerçekleştirmek için deneyimleme sürecini tasarlama, yürütme/uygulama ve geliştirme açısından gösterdiği başarısının veya gücünün derecesi şeklinde tanımlanabilir. *Tasarlama*, turist rehberinin turistin deneyimlemeyi gerçekleştirmesi için gerekli koşulları ve erişimi sağlamasını; *uygulama*, turistin deneyimlemeden elde edeceği kişisel kaynakları turiste kazandırmasını ve *geliştirme* ise turistin deneyimlemeden en yüksek kazanımı elde etmesi için deneyimin özelliklerini ve etki alanını güçlendirmesini ifade etmektedir (bkz. Şekil 1). Örneğin turist rehberi, deneyimin özgünlüğünü turiste nasıl yansıtacağına yönelik zihinsel bir yol haritası belirlemekte (*tasarlama*), bu haritaya göre turiste bu özgünlüğü yaşatmakta (*uygulama*) ve sonucunda turistten geri bildirim alarak değerlendirme yapmakta ve farkındalığını güçlendirerek özgünlüğün hatırlanabilirliğini arttırmaktadır (*geliştirme*). Bu bakış açısından hareketle deneyimsel turist rehberliği; rehberin turistin temalı bir deneyimi deneyimleme sürecine yönelik tasarlama, yürütme ve geliştirme gibi deneyimsel rol performansı ile açıklanan bir rehberlik türü şeklinde tanımlanabilir.

Deneyimsel turist rehberliği için rehberin anahtar kişisel kaynaklara sahip olması gerekmektedir. Bunlardan bazılarını şu şekilde sıralamak mümkündür: *Kişilik özellikleri* (başkalarının duygularını anlama ve yönetme, vb.), *duygusal zekâ* (bağlılık, sorumluluk duygusu, güvenilirlik, vb.) ve *kültürel zekâ* (kültürel değerleri ifade etme, kültürel farkındalık, vb.) (Hurombo, 2016). Bir diğer açıdan, deneyimleme sürecinin sonunda turist rehberi; kişisel, turist ve destinasyon bazında deneyimlere yönelik kaynakları biriktirerek *deneyimsel sermaye havuzuna* sahip olmalıdır (Zatori, 2016). Ayrıca rehberin mesleki deneyimle beraber elde ettiği kaynaklar; turistin ilk karşılaştığı çevreye yönelik ilk izlenimini oluşturması (Tsai vd., 2016) ve rehberin deneyimsel performansına olumlu yansımaları (Koroğlu ve Avcıkurt, 2014) açısından oldukça önemlidir. Akkuş (2019) tarafından yapılan bir çalışmada, destinasyonun bileşenleri ile duygusal deneyimler arasında önemli ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu tespit ise destinasyonun ve deneyim ortamının özellikleri ile turist rehberinin performansı arasında önemli bir ilişki olduğunun kanıtı niteliğindedir. Ayrıca rehberin, diğer deneyim sağlayıcıları ile bağlantı içinde olması (Aire, 2019), bu sağlayıcıların rehberin performansı üzerinde etkisi olabileceğine işaret eder. Örneğin Erkol Bayram ve Zengin'e (2017) göre seyahat acenteleri başta olmak üzere rehberin iş birliği içinde olduğu kişi, işletme, kurum ve kuruluşların özellikleri rehberin performansını etkileyebilmektedir. Araştırmacılara göre ayrıca teknolojik, politik, ekonomik, sosyolojik vb. gelişmeler de turist rehberini etkileyen faktörlerdir.

Bir diğer açıdan, turist rehberinin bireysel özelliklerinin, rollerinin, performansının ve mesleki deneyiminin; rehberin *kişisel marka oluşturma* (Akgül ve Koroğlu, 2020), *kişisel ve mesleki gelişimi, yaşam kalitesi* (Gürsoy ve Karaman, 2019), *hizmet sunumu*, ayrıca *turistin tur deneyimi, algıları, davranışları* vb. mikro faktörler (Bektaş, 2019; Büyükkuru ve Aslan, 2016; Tsai vd., 2016; Ulusoy Yıldırım ve Koroğlu, 2019), ayrıca *hizmet kalitesi* (Özsoy ve Tayfun, 2020), *rekabet avantajı* (Aire, 2019), *destinasyon imajı* (Sümbül ve Karaman, 2020) vb. makro faktörler üzerinde etkisi olduğu bilinmektedir. Bu yönleriyle turist rehberi; destinasyonlar açısından bir *stratejist* (Akyurt Kurnaz, 2020), *deneyim ve marka tasarımcısı* (Mazan ve Özdemir, 2020), *sürdürülebilir turizm gelişiminin paydaşı* (Avcıkurt ve Güdü Demirbulat, 2016) ve *başarının temel anabhtarlarından* biridir. Adeta turizmin ruhu olarak nitelendirilen (Sanderuani ve Gnanapala, 2016) turist rehberi; güncel gelişmeler ışığında kendini sürekli yenileyerek, rehberlik hizmetlerini ve deneyimlerini çağdaş turistin gereksinimlerine uyumlaştıran dönüştürücü bir kimliğe de sahiptir.



Şekil 1. Deneyimsel Turist Rehberliği Modeli

Sonuç

Bu çalışmada; ilgili literatür ışığında, deneyimsel turizmin içeriği kapsamında turist rehberinin deneyimsel turizmdeki yeri ve önemi incelenerek deneyimsel turist rehberliği kavramı ortaya atılmış ve tanımlanmıştır. Çalışmada; öncelikle deneyimsel turizm tanımlanmış, deneyimsel turizmin gelişimi açıklanmış, deneyimsel turizm deneyimlerinin, temalarının ve deneyimsel turistin özellikleri ortaya konulmuştur. Ayrıca deneyimsel turisti etkileyen faktörler ve deneyimsel turist ile deneyimsel turizmin turizm sektörüne etkileri belirlenmiştir. Ardından *deneyimsel turist rehberliği*, turistin deneyimleme sürecinin bir bileşeni şeklinde değerlendirilmiş olup turist rehberinin bu süreçte gösterdiği *deneyimsel rol performansı* bağlamında kavramsallaştırılmıştır. Deneyimsel rol performansının; turistin deneyimlemesini *tasarlama*, *yürütme* ve *geliştirme* bileşenlerinden oluşabileceği öne sürülmüştür. Ayrıca hem bu performansın hem de genel olarak turistin rehber ile birlikte yaşadığı deneyimleme sürecinin belirleyicileri ve çıktıları tespit edilmiştir. Dolayısıyla *belirleyiciler*, *süreç* ve *sonuç* adımlarından oluşan deneyimsel turist rehberliği modeli önerilmiştir. *Belirleyiciler*, turist rehberinin kişisel ve mesleki kaynakları ile deneyimsel turist, destinasyonun, deneyim ortamının, deneyim sağlayıcılarının ve yerel toplumun özellikleri ile küresel gelişmeler gibi faktörlerden oluşmaktadır. *Süreç*, turist rehber eşliğinde temalı bir deneyim ile etkileşimini ve rehberin ise tasarlama, yürütme ve geliştirme rolleri ile bu etkileşime nasıl katkıda bulunduğunu açıklamaktadır. *Sonuç* ise turist rehber eşliğinde temalı bir deneyimi deneyimleme sürecinin ayrıca rehberin deneyimsel rol performansının rehber, deneyimsel turiste, işletmeye, destinasyona, turizm endüstrisine ve diğer sektörlerle nasıl yansıdığını ortaya koymaktadır.

Deneyimsel turizmin gelişim süreçleri dikkate alındığında, turist rehberliğinin özellikle fonksiyonellik açısından önemli bir dönüşüm geçireceği anlaşılmaktadır. Bu dönüşümün belirgin özelliği ise rehberliğin hizmet pozisyonundan *bireysel ağırlıklı deneyimsel bir sisteme* geçmesidir. Örneğin rehber; geleneksel anlayışa göre turist konaklama, yeme-içme vb. ihtiyaçlarına karşmazken, deneyimsel turizm kapsamında turist ile beraber tercih etme ve karar verme sürecine dâhil olmaktadır. Geleneksel anlayışta “*tur*” kavramı baskın iken, deneyimsel turizmde “*deneyim teması*” kavramı ön plandadır. Deneyimsel turizm, tur ötesi bir anlayışa sahiptir. Bu yüzden temanın, turu da içine alan daha geniş kapsamlı bir olgu haline geleceği aşikârdır. Ayrıca deneyimsel turizmde, “*özel tur*”dan ziyade “*bireysel özel veya karma tema*” kavramları daha baskındır. Dolayısıyla rehber, “*tur rehberinden*” ziyade “*deneyimsel tema rehberi*” şeklinde bir nitelik kazanabilir. Geleneksel anlayışta, turlar sadece seyahat acenteleri tarafından organize edilirken ve bu üretim sürecinde turist rehberi aktif rol almazken, deneyimsel turizmde rehber, deneyimsel turizmin talep boyutuna odaklı olduğundan, tüm üretim sürecinin merkezinde yer alabileceği gibi bireysel deneyim temalarının da bağımsız üreticisi, uygulayıcısı ve geliştiricisi olabilmektedir. Rehber, geleneksel anlayışta acentenin bir çalışanı pozisyonunda iken, deneyimsel turizmde acentenin bir ortağı konumundadır. Bu durum, acentelerin rehberlere bağımlılığını arttırabilir. Bu hususlar, gelecekte turist rehberliğinin turizm sektöründe daha özel, bağımsız ve aktif bir statüye sahip olacağını göstermektedir. Buna ilaveten deneyimsel turizmde, rehberin “*teknik veya resmi rollerinden*” ziyade “*psikolojik rollerinin*” baskın olma durumu söz konusu olabilir. Bundan dolayı, rehberlerin özellikle psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji ve felsefe gibi insan odaklı disiplinlerde, ayrıca teknoloji, sağlık, spor ve yeme-içme gibi bireysel deneyim alanlarında yetkinliklere sahip olması gerekebilir. Ayrıca deneyimsel turizm, turist rehberinin yerel toplum, kurum ve kuruluşlar ile daha yakın ilişki kurmasını gerektirmektedir. Bu doğrultuda, turist rehberliği eğitim sisteminde ve meslek mevzuatında yeniliklere ihtiyaç duyulabilir. Bölgesel ve ulusal rehberlik yerine *temalı rehberlik* tercih edilebilir. Bunun için öncelikle *destinasyonun bireysel deneyim temaları arzına* sahip olması gerekmektedir. Bir diğer açıdan, temalı rehberlik hususunda uzmanlaşma konusunun daha sistematik bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Uzmanlaşma, kısa süreli sertifikalı kurs şeklinde verilmesinden ziyade eğitim döneminin başından itibaren uygulamalı olarak rehber kazandırılmalıdır. Bu süreçte, özellikle *kültürel farklılıklar* hususu üzerinde durulması gerekebilir. Deneyimsel turizmin diğer önemli elementi ise “*güven*”dir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, güven konusunun gelecekte turizmde başarının temel anahtarı olacağını göstermektedir. Dolayısıyla *güvenli turizm ve rehberlik* hususunda, gerek eğitimde gerekse meslekte ve sektörde çok önemli adımların atılması gerekmektedir.

Deneyimsel turizmde turist, teknoloji vasıtasıyla hem bağımsız (aracısız) hem de deneyim sağlayıcıları vasıtasıyla (aracılı) deneyimlere ulaşabilmektedir. Turistin bağımsız hareket etmesi; rehber ve seyahat acentelerine olan talebe olumsuz yansıyabilir. Bu durumda, talebin arttırılması için bir takım stratejilerin geliştirilmesi gerekebilir. Bu stratejilerin başında; turist ile doğrudan etkileşim sağlama, turist arzu ettiği yeni deneyimleri tespit etme, turist ve yerel toplum ile beraber bu deneyimlere yönelik tema ve ortam oluşturma, teknolojiyi etkin kullanma (özellikle sosyal medya, arttırılmış gerçeklik uygulamaları ile tanıtım

ve pazarlamaya ağırlık verme), güvenli turizm ve rehberlik imajı oluşturma vb. konular geldiği düşünölmektedir. Ayrıca günümüzde yaşanılan Covid-19 pandemisinin etkileri de göz önüne alındığında, gelecekte deneyim ortamlarının her zamankinden daha fazla bireysel, özelleştirilmiş, sürdürülebilir ve güvenli hale getirilmesi (sağlığa uygunluk, vb.) gerektiği ortaya çıkmaktadır. Deneyimsel turizmin bir diğer boyutu ise yerel toplumun bakış açılarıdır. Her ne kadar deneyimsel turizm, yerel kalkınmaya katkı sağlasa da toplum tarafından özellikle sağlık tehdidi algısını ortaya çıkartabilir. Ancak gerekli iyileştirmeler yapıldığında (pandeminin kontrol altına alınması, bağışıklık vb.), bu algının kısa süreceği tahmin edilmektedir. Deneyimsel turizmin, şehirlerden ziyade kırsal alanlara veya temalı mekânlara ve deneyim işletmelerine odaklı olacağı, ayrıca özellikle sağlık, spor ve gastronomi deneyimlerine olan ilgiyi arttıracadı öngörülmektedir.

Bu çalışmanın kısıtları; sadece doğrudan deneyimsel turizm kavramının tanımlanmasına yönelik çalışmaların incelenmesi, deneyimsel turizmin ağırlıklı olarak turist ve turist rehberi açısından incelenmesi, turistin deneyimleme sürecinin sadece turist rehberi eşliğinde değerlendirilmesi ve deneyimsel turist rehberliğinin sadece rol performansı açısından kavramsallaştırılmasıdır. Çalışmanın ilgili alanyazına en önemli katkısı ise deneyimsel turizmin içeriği ve deneyimsel turist rehberliği ile ilgili Türkçe yazındaki boşluğu doldurmak ve konuyla ilgili farkındalık oluşturmaktır. Çalışmanın diğer katkıları ise deneyimsel turizmin özelliklerini belirginleştirmek, turist rehberliğinin deneyimsel yönünü (deneyimsel turiste yönelik içeriğini) vurgulamak, turist rehberliğine has deneyimsel performans ölçütlerini belirlemek ve konuyla ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara bir kaynak sağlamaktır. Zira bu çalışmada geliştirilen model, gelecekte yapılacak araştırmalar için birçok öneri sunmaktadır. Ancak bu konuların araştırılması için öncelikle turist rehberinin deneyimsel rol performansı ölçeği geliştirilmelidir. Bu çalışmadaki performans ölçütleri ve boyutları, literatür taraması işığında belirlenmiştir. Gelecekte nitel araştırma yöntemleri ile konuya yönelik güncel bilgilere ulaşılıp içeriğin zenginleştirilmesi gerekmektedir. Araştırmalar çoğaldıkça, deneyimsel turist rehberliğinin farklı boyutlarının ortaya çıkacağı düşünölmektedir.

Etik Beyan

“Deneyimsel Turist Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve ve Model Önerisi” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Kaynakça

- Abukumail, A. H. (2013). *Experiential tourism in Palestinian rural communities: 'Abraham's path'*. ME8A Knowledge and Learning Quick Notes Series 82. World Bank, Washington DC
- Afar.com (2014). AFAR- Winner of the 2014 experiential travel awards. Erişim adresi: <https://france3-regions.francetvinfo.fr/bourgogne-franche-comte/2014/10/23/la-bourgogne-melleure-destination-de-cyclotourisme-dans-le-monde-576908.html>
- Aire, R. (2019). *The role of a tour guide in tourism experiences the case of a DMC in Bergen, Norway* (Master Dissertation). University of Algarve.
- Akgül, O. ve Köroğlu, A. (2020). Turist rehberlerinde kişisel markalaşma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(31), 4350-4375.
- Akkuş, G. (2019). Destinasyon bileşenleri ile duygusal deneyimler arasındaki ilişki ve değişkenlerin davranışsal niyet üzerindeki etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1261-1277.
- Akkuş, G. (2021). *Deneyimsel turizm*. Ankara: Nobel.
- Akyurt Kurnaz, H. (2020). Bolu turizm potansiyelinin turist rehberleri açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 523-537.
- Alexiou, M. V. (2018). Modeling guided tour participants' experiences. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12(3), 257-276.
- Al-Okaily, N. S. (2021). A Model for tour guide performance. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1905584.
- Andersson, T. D. (2007). The tourist in the experience economy. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 46-58.
- Ap, J. ve Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues, and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Arnould, E. J. ve Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31(March), 868-882.
- Arnould, E. ve Price, L. (1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20, 24-45.

- Åstrom, J. K. (2020). "Why theming? Identifying the Purposes of Theming in Tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 21(3), 245-266.
- ATS Group Pty Ltd Consulting Solutions (2001). *Emerging Trends in the Tourism Market and Their Impact on the Regional Tourism Attractions Sector*, Australia.
- Avcıkurt, C. (2020). *Turizm sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Avcıkurt, C. ve GÜDÜ Demirbulat, Ö. (2016). Tourist guides' attitude towards sustainable tourism. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2(2), 122-134.
- Ayazlar, R. A. (2018). Paylaşım ekonomisi ve turizm endüstrisine yansımaları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 (3), 1186-1202.
- Baktaş, İ. (2019). *Profesyonel turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisi: Kapadokya örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Bashir, A. ve Gupta, B. (2017). Intangible cultural heritage and experiential tourism: A netnographic analysis of tourists engaging in craft based tours in Jammu and Kashmir. *Journal of Tourism*, XVIII (2), 1-18.
- Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. ve Acar, Y. (2018). Gastronomi uzmanlığı turları ve rehberliği kavramsal bir çerçeve. *Hittit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1826.
- Batat, W. ve Frochot, I. (2014). Towards an experiential approach in tourism studies. In S. McCabe (Eds.), *The Routledge Handbook of Tourism Marketing* (pp.109-123). Oxon & New York: Routledge.
- Bayram Erkol, G. ve Zengin, B. (2017). Turist rehberlerinin verimliliğini etkileyen psikolojik faktörler. İçinde Ö. Güzel, V. Altıntaş ve İ. Şahin. (Edt.). *Turist rehberliği araştırmaları öngörüler ve uygulamalar* (ss. 197-216). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bec, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., Skavronskaya, L. ve Little, C. (2019). Management of immersive heritage tourism experiences: A conceptual model. *Tourism Management*, 72, 117-120.
- Blumenthal, V. ve Jensen, Ø. (2019). Consumer immersion in the experiencescape of managed visitor attractions: The nature of the immersion process and the role of involvement. *Tourism Management Perspectives*, 30, 159-70.
- Blyablina, A. (2015). *The Contribution of guides in developing tourist experiences during historical theatrical tours: The case of Stockholm Ghost Walk* (Master Dissertation). MidSweden University.
- Büyükkuru, M. ve Aslan, Z. (2016). Turist rehberlerinin iletişim becerilerinin turistlerin tur deneyimi üzerine etkisi: Nevşehir ilinde bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34), 338-354.
- Caber, M., Yılmaz, G., Kiliçarslan, D. ve Öztürk, A. (2018). The effects of tour guide performance and food involvement on food neophobia and local food consumption intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(3), 1472-1491.
- Callanan M. ve Thomas S. (2005). Volunteer tourism: Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment. In Novelli M (ed.): *Niche Tourism: Contemporary Issues and Trends* (pp. 183-200), Elsevier: New York.
- Campón-Cerro, A.M., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J.M. ve Folgado-Fernández, J.A. (2020). Healthy water-based tourism experiences: Their contribution to quality of life, satisfaction and loyalty. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17, 1961.
- Campos, A.C., Mendes, J., do Valle, P.O. ve Scott, N. (2018) Co-creation of tourist experiences: A literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369-400.
- Carli, P., Giordano, R., Montacchini, E. ve Tedesco, S. (2020). Experiential tourism research, experimentation and innovation. In F. Scalisi (Ed.), *From Mega to Nano the Complexity of a Multiscalar Project* (pp. 138-153). Palermo University Press.
- Caru, A. ve Cova, B. (2007). Consumer immersion in an experiential context. In A. Caru & B. Cova (Eds.), *Consuming Experience* (pp. 34-47). London: Routledge.
- Cecilia, S. G., Elisabeta, M. ve Magdalena, B. (2011). *Tourism's changing face: New age tourism versus old tourism*. Annals of the University of Oradea, Economic Science Series.
- Chang, R. C., Kivela, J. ve Mak, A. H. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When east meets west. *Tourism Management*, 32(2), 307-316.
- Chilembwe, J.M. ve Mweiwa, V. (2014). Tour guides: Are they tourism promoters and developers?: A case study of Malawi. *International Journal of Research in Business Management*, 2(9), 29-46.
- Cohen, E. (1979). Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6, 18-35.
- Curtin, S. (2005). Nature, wild animals, and tourism: An experiential view. *Journal of Ecotourism*, 4(1), 1-15.
- Çeti, B. ve Atay, D. D. L. (2020). Destinasyon deneyiminin imaj algısı ve davranışsal niyete etkisi: Kapadokya örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 31-40.
- Çınar, B. ve Toksöz, D. (2020). Turist rehberliğinde hikayeleştirme ve mekânların tüketimi. *Turist Rehberliği Dergisi*, 3(1), 1-17.
- Davar, W.C. (2010). Experiential tourism and the Cyprus hotel experience: A Canadian perspective, with suggestions, ideas, and opportunities. Presented for the Cyprus Hotel Managers Association. <https://ideasinteligentesblog.files.wordpress.com/2012/11/experiential-tourism-and-the-hotel.pdf>
- De Bruin, A. ve Daniela A. J. (2016). Toward extending creative tourism. Participatory Experience tourism. *Tourism Review*, 71(1), 57-66.
- Dixit, S. K. (2020). *The routledge of tourism experience management and marketing*. New York: Routledge

- Dodds, R. ve Jolliffe, L. (2017). Experiential tourism: Creating and marketing tourism attraction experiences. In M. Sotiriadis & D. Gursoy (Eds.), *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences* (pp. 113-129). Bingley: EmeraldInsight
- Dou, X., Lei, K. ve Zhao, J. (2019). Research on Xi'an experiential tourism development based on ASEB grid analysis. 9th International Conference on Education, Management, and Computer (ICEMC 2019). pp. 809-814.
- Durařević, S. (2014). Thematic tourism as an important segment in the business of modern tour operators, *The Business of Tourism*, 13, 109-117.
- Duyar, M. ve Bayram, M. (2019). Aşırı turizm ve turizm korkusu: Yerel halk ve turizm ilişkisinin evrimi. *International Journal of Geography and Geography Education*, 40, 347-362.
- Farkić, J., Filep, S. ve Taylor, S. (2020). Shaping tourists' wellbeing through guided slow adventures. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(12), 2064-2080.
- Faullant, R., Matzler, K. ve Mooradian, T. A. (2011). Personality, basic emotions, and satisfaction: Primary emotions in the mountaineering experience. *Tourism Management*, 32(6), 1423-1430.
- Folmer, A., Tengxiage, A., Kadijk, H. ve Wright, A.J. (2019). Exploring Chinese millennials' experiential and transformative travel: A case study of mountain bikers in Tibet. *Journal of Tourism Futures*, 5(2), 142-156.
- Fossgard, K. ve Fredman, P. (2019). Dimensions in the nature-based tourism experiencescape: An explorative analysis. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28.
- Gajdořík, T., Maráková, V. ve KucEROVÁ, J. (2020). From mass tourists to smart tourists: A perspective article. *Tourism Review*, 0285.
- George, A., Sunny, S., Kapoor, A., Saggi, J.K., Puri, P., Munjal, S. ve Bamba, V. (2021). The travel and tourism industry: Pandemic and beyond. *Atna Journal of Tourism Studies*, 16(1), 21-39.
- Getz, D. (2007). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Oxford: Elsevier.
- Godovykh, M. ve Tasci, A. D. (2020). Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100694.
- Gössling, S. (2006). Ecotourism as experience-tourism. In S. Gossling ve J. Hultman (Eds.), *Ecotourism in Scandinavian lessons in theory and practice* (ss. 89-97). CABI International.
- Gratch, A. (2020). Tour guide performances: Four modes of framing tourist experience. *Text and Performance Quarterly*, 40(3), 268-288.
- Güçlütürk Baran, G. (2019). Turist rehberliği mesleğini seçme nedenleri. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (12), 26-34.
- Gülüm, E. (2015). Yaratıcı turizm-halk kültürü ilişkisi ve yerelin popülerleşmesi. *Milli Folklor*, 27(105), 87-98.
- Gürsoy, H. ve Karaman, S. (2019). Profesyonel turist rehberlerinin kişisel gelişimi ve mesleki donanımı üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(2), 88-103.
- Güzel, F. Ö. ve Köroğlu, Ö. (2014). Turist rehberlerinin liderlik ve aracılık rollerinin tur deneyimine etkisi: Doğa turları üzerine bir araştırma. *University of Gaziantep Journal of Social Sciences*, 13(4), 939-960.
- Hansen, A. H. ve Mossberg, L. (2017). Tour guides' performance and tourists' immersion: Facilitating consumer immersion by performing a guide plus role. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(3), 259-278.
- Hao, Y., Wang, J. ve Ren, L. (2019). Research on the innovation of eco-cultural tourism products of royal prime minister's palace in Shanxi province from the perspective of experiencing consumption. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* 267
- Haynes, C. (2015). *The roles of indigenous tour guides in providing authentic experience on guided tours in the Caribbean* (Doctoral Dissertation). The Pennsylvania State University, USA.
- Henche, B. G. (2018). Urban experiential tourism marketing: Use of social media as communication tools by the food markets of Madrid. *Journal of Tourism Analysis*, 25, 2-22.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development "Who owns paradise?"*, 2nd Edition. Island Press, London.
- Huang, S., Hsu, C. ve Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A Study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), 3-33.
- Hurombo, B. (2016). *Assessing key tour guide competences to co-create memorable tourism experiences* (Doctoral Dissertation). North-West University.
- Ivona, A., Rinella, A. ve Rinella, F. (2019). Glocal tourism and resilient cities: The case of Matera. European Capital of Culture 2019, *Sustainability*, 11, 4118.
- İriğüler, F. ve Güler, M. E. (2015). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin gastronomi turizmine bakışı. *I. International Gastronomic Tourism Congress*, İzmir, Türkiye.
- Jensen, Ø., and Prebensen, N. (2015) Innovation and value creation in experience-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1), 1-8.
- Joefield, A. (2015). *A guide to experiential tourism*. Erişim adresi: <https://www.onecaribbean.org/wp-content/uploads/Final-Update-of-Experiential-Tourism.pdf>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus, and Giroux.
- Keskin, E. Sezen, N. ve Dağ, T. (2020). Unutulmaz turizm deneyimi, müşteri memnuniyeti, tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkiler: Kapadokya bölgesini ziyaret eden turistlere yönelik araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 239-264.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B. ve McCormick, B. (2011). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.

- Ko, S. (2015). *Food tours in Korea: An investigation of foreign tourists' perceptions of food tour service attributes* (Doctoral Dissertation). California State Polytechnic University, Pomona, USA.
- Koç, D. E. ve Eren, D. (2020). Destinasyon performansının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisi: Kapadokya örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 57-72.
- Koliopoulou, M. A. ve Papadami, D. (2015). Successful models of experiential tourism. Suggestions for application in the Greek Islands: The case of Milos. *1st International Conference on Experiential Tourism (IMIC 2015)*, pp. 1-9.
- Konu, H. (2016). *Customer Involvement in new experiential tourism service development: Evidence in wellbeing and nature tourism contexts* (Doctoral Dissertation). University of Eastern Finland.
- Köroğlu, Ö. ve Avcıkurt, C. (2014). Turist rehberlerinin motivasyonu ile performansı arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 45-60.
- Kuzucu, E. ve Kılıç, M. (2021). Uzaktan eğitim sürecinde ilkökul öğrencilerinin hikâyelerinde doğa algısı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(68), 877-887.
- Lagiewski, R. ve Zekan, B. (2006). Experiential marketing of tourism destinations. Accessed from <https://scholarworks.rit.edu/other/633>
- Lan, J. (2019). Experiential travel: Manipulative marketing or transformative trend? Retrived from <https://travelcollecting.com/experiential-travel-manipulative-marketing-or-transformative-trend/>
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18.
- Le, D., Scott, N. ve Lohmann, G. (2019). Applying experiential marketing in selling tourism dreams. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(2), 220-235.
- Levy, B., Lloyd, S. ve Schreiber, S. (2001). *Great tours! Thematic tours and guide training for historic sites*. New York, Alta Mira Press.
- Lim, S. ve Bouchon, F. (2017). Blending in for a life less ordinary? Off the beaten track tourism experiences in the global city. *Geoforum*, 86, 13-15.
- Liu, S-H., Liao, H.L. ve Chen, C-H. (2013). Marketing for remote area using an experience-based tourism website destination. *Int. J. Services Technology and Management*, 19(4), 294-303.
- Liu, Y., Wang, S. ve Jie, X. (2019). Experiential honeymoon tourism study from perspective of embodied cognition. *The 5th International Conference on Information Management*, 327-331.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- Macdonald, S. (2006). Mediating heritage: Tour guides at the former nazi party rally grounds, Nuremberg. *Tourist Studies*, 6(2), 119-138.
- Madjoub, W. (2015). New tourists and new tourism strategies for cultural routes. In Council of Europe (Ed.), *Cultural routes management: From theory to practice* (ss. 115-124). Strasbourg: Council of Europe Publishing
- Mangano, S. ve Ugolini, G. M. (2020). New opportunities for cruise tourism: The case of Italian historic towns. *Sustainability* 4616, 611.
- Mari, N. T. (2016). *Experiential tourism: A strategy for improving competitiveness* (Doctoral Thesis). Universitat De Les Illes Balears, Palma De Mallorca.
- Mazan, İ. ve Özdemir, Ş. (2020). Turistik çekiciliklerin markalaşmalarında turist rehberleri üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 3(1), 59-73.
- McKercher, B., Tolkach, D., Eka Mahadewi, N. M. ve Ngunah Byomantara, D. G. (2021). Individual tourism systems. *Tourism Management*, 82, 104187.
- Meacci, L. ve Liberatore, G. (2018). A senses-based model for experiential tourism. *Tourism & Management Studies*, 14(4), 7-14.
- Mei, X. Y. (2014). Boring and expensive: The challenge of developing experience-based tourism in the Inland Region, Norway. *Tourism Management Perspectives*, 12, 71-80.
- Miao, X., Peng P. ve Mi, C. (2017). Research on the development of "Internet + experiential tourism" of Tangshan hot spring tourist resorts. *Advances in Engineering Research (AER)*, 143, 460-465.
- Moreschi, C. (2017). Experiential tourism: what it is and what it is for. Available at: <https://www.claudiamoreschi.it/en/news/experiential-tourism-what-it-is-and-what-it-is-for/>
- Mossberg, L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74.
- Mossberg, L., Hanefors, M. ve Hansen, A. H. (2018). Guide performance: Co-created experiences for tourist immersion. In Nina K. Prebensen, Joseph S. Chen ve Muzaffer Uysal (Eds.), *Creating Experience Value in Tourism* (pp.203-214), CABI, London.
- Nath, A. ve Saha, P. (2017). A theoretical positioning of self and social identities as antecedents in cultural-experiential tourism. *Academica Turistica*, 10(2), 115-128.
- Northern Ireland Tourist Board (2013). A practical guide to experiential tourism in Northern Ireland. Belfast
- O'Dell, T. ve Billing, P. (2005). *Experiencescapes: Tourism, culture and economy*. Copenhagen Business School Press, Copenhagen
- O'Regan, M. ve Choe, J. (2017). Airbnb and cultural capitalism: Enclosure and control within the sharing economy. *Anatolia*, 28(2), 163-172.

- Özdemir, M., Çetin, G., İstanbullu Dinçer, F. F. ve Akagün, T. (2018). Turist deneyiminde profesyonel turist rehberlerin rolü. İçinde N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç, H. Ulusoy Yıldırım (Edt.), *Turist rehberliği üzerine güncel araştırmalar* (ss. 360 -372). Akara: Detay Yayıncılık.
- Özsoy, A. ve Tayfun, A. (2020). Profesyonel turist rehberlerinin kişilik özellikleri ile sundukları hizmet kalitesi arasındaki ilişki. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2) , 1101-1116.
- Pabel, A., Prideaux, B. ve Thompson, M. (2017). Tourists' preferences with indigenous tourism experiences in the wet tropics of Queensland, Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 142-151.
- Peak & Skift (Peak Adventure Travel Group and Skift Team) (2014). The rise of experiential travel. New York: <https://skift.com/wp-content/uploads/2014/06/skift-peak-experiential-traveler-report1.pdf>
- Pencarelli T. ve Forlani F. (2016). Marketing of touristic districts – viable systems in the experience economy. *Sinergie Italian Journal of Management*, 34(101), 199-238.
- Peric, M., Vitezic, V. ve Mekinc, J. (2019). Comparing business models for event sport tourism: Case studies in Italy and Slovenia. *Event Management*, 23, 379-397
- Pine, B. J. ve Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, (July-August) 1998, 97-105.
- Pine, B. J. ve Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theater and every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Piramanayagam, S., Sud, S. ve Seal, P.P. (2020). Relationship between tourists' local food experiencescape, satisfaction and behavioural intention. *Anatolia*, 31(2), 316-330.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. CAB International, Wallingford, UK.
- Prahalad, C.K. ve Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5-14.
- Prakash, M., Chowdhary, N. ve Sunayana, K. (2010). Tour guides: Roles, challenges and desired competencies: A review of literature. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 3(1), 1-12.
- Prentice, R. (2001). Experiential cultural tourism: Museums & the marketing of the new romanticism of evoked authenticity. *Museum Management and Curatorship*, 19(1), 5-26.
- Rabotic, B. (2010). Tourist guides in contemporary tourism. In *International Conference on Tourism and Environment*, Philip Noel-Baker University, Sarajevo, Bosnia & Herzegovian, 4-5 March, pp. 353-364.
- Rajan, R. B. (2015). Experiential tourism: Understanding tourism trends today to prepare for tomorrow. *Shanlax International Journal of Commerce*, 3(1), 121-126.
- Rather, R. A. ve Hollebeek, L. D. (2020). Experiential marketing for tourism destinations. In Saurabh Kumar Dixited (Ed.), *The Routledge Handbook of Tourism Experience Management and Marketing* (pp. 271-282). Routledge Publications
- Reisinger, Y. ve Steiner, C. (2006). Reconceptualising interpretation: The role of tour guides in authentic tourism. *Current Issues in Tourism*, 9(6), 481-498.
- Same, S. ve Larimo, J. (2012). Marketing theory: Experience marketing and experiential marketing. *7th International Scientific Conference "Business and Management 2012"*, Vilnius, Lithuania, pp. 480-487.
- Sandaruwani, J. ve Gnanapala, W. (2016). The role of tourist guides and their impacts on sustainable tourism development: A critique on Sri Lanka. *Paper presented at the Tourism, Leisure and Global Change 3*.
- Sanders, L. ve Simons, G. (2009). A social vision for value co-creation in design. Open Source Business Resource. <http://www.osbr.ca/ojs/index.php/osbr/article/view/1012/973>
- Schamel, G. H. (2017). Wine and culinary tourism: Preferences of experiential consumers. *BIO Web Conf.*, 9, 03021.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing*. New York: The Free Press
- Seeler, S. ve Schanzel, H. A. (2019). From the fluidity of the experience economy to transformative experiences as a catalyst for positive change: The future of experiential travel. *Journal of Tourism Futures*, 5(2), 111-113.
- Seyitoğlu, F. (2020). Tourists' perceptions of the tour guides: The case of gastronomic tours in Istanbul. *Anatolia*, 31(3), 393-405.
- Smith, W. L. (2006). Experiential tourism standards: The perceptions of rural tourism providers. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/bcfe/b6af64d62d2b05c727f11700da12c09ee57c.pdf>
- Smith, W. L. (2005). Experiential tourism around the world and at home: Definitions and standards. *International Journal of Services and Standards*, Kansas.
- Sommit, K. ve Boonpaisarnsatit, N. (2020). Experiential tourism development on Lanna local plant-based gastronomy. *ABAC Journal*, 40(4), 23-38.
- Sotomayor, S., Arroyo, C.G. ve Barbieri, C. (2019). Tradition and modernity side-by-side: Experiential tourism among Quechua communities. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(4), 377-393.
- Southall, C. ve Robinson, P. (2011). Heritage tourism. In P. Robinson, S. Heitmann, & P. U. C. Dieke (Eds.), *Research Themes for Tourism* (pp. 176–187), London: CAB International
- Stamboulis, Y. ve P. Skayannis (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24, 35-43.
- Sternberg, E. (1997). The iconography of the tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 24 (4), 951-969.
- Stienmetz, J., Kim, J. J., Xiang, Z. ve Fesenmaier, D. R. (2020). Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 100408.

- Sundbo, J. ve Dixit, S. K. (2020). Conceptualizations of tourism experience. In S. K. Dixit (Ed.), *Routledge Handbook on Tourism Experience Management and Marketing* (pp. 15-26). Routledge
- Sundbo, J. ve Hagedorn-Rasmussen, P. (2008). The backstaging of experience production. In J. Sundbo and P. Darmer (Eds.), *Creating Experience in the Experience Economy*, Cheltenham: Elgar
- Sümbül, G. ve Karaman, S. (2020). Yerel kültürlerin turist rehberleri tarafından aktarılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2657-2681.
- Sykes, D. M. ve Kelly, K. G. (2014). Motorcycle tourism demand generators and dynamic interaction leisure. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(1), 92-102.
- Tan, C. (2017). A field trip approach to studying the role of tour guides in shaping the tourist experience. *Journal of Mekong Societies*, 13(2), 23-44.
- Teobaldi, M. ve Capineri, C. (2014). Experiential tourism and city attractiveness in tuscany. *Rivista Geografica Italiana*, 121(3), 259-274.
- Tetik, N. (2016). The importance of interpretation role of tour guides in geotourism: Can we called them as geotour guides? *International Journal of Education and Social Science*, 3(2), 41-53.
- Tiberghien, G., Bremner, H. ve Milne, S. (2020). Authenticity and disorientation in the tourism experience. *J. Outdoor Recreat. Tour.*, 30, 100283.
- Tresidder, R. ve Deakin Emmie, L. (2019). Historic buildings and the creation of experiencescapes: looking to the past for future success. *Journal of Tourism Futures*, 5(2), 193-201.
- Tripadvisor (2019). TripAdvisor's 2019 experiences trends report. Experiential Travel Trends Of. 2019. Retrieved from <https://www.tripadvisor.com/blog/experiential-travel-trends-health-wellness-family/>
- Trono, A., Rupp, F., Mitrotti, F. ve Cortese, S. (2017). The via francigena salentina as an opportunity for experiential tourism and a territorial enhancement tool. *Almatourism*, 8, 20-41.
- Tsai, C.Y., Wang, M-T. ve Tseng, H-T. (2016). The impact of tour guides' physical attractiveness, sense of humor, and seniority on guide attention and efficiency. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(6), 824-836.
- Tung, V.W.S. ve Ritchie, J.R.B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386.
- Turizmgunlugu.com (2019). Seyahat severler rotayı deneyim turizmi yapan acentelere çevirdi. Erişim adresi: <https://www.turizmgunlugu.com/2019/05/31/terzi-isi-bir-turizm/>
- Tynan, C. ve McKechnie S. (2009). Experience marketing: A Review and reassessment. *J. Market. Manag.*, 25(5/6), 501-517.
- Umur, M. ve Eren, D. (2016). Destinasyon imajı ve destinasyon kişiliğinin, ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisi: Kapadokya örneği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 271-294.
- Upadhye, N. (2019). The growth of experiential tourism in Maharashtra. *Atithya: A Journal of Hospitality*, 5(1), 41-42.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. London: Sage.
- Ülkü, A. ve Bişkin, F. (2020). Destinasyon kişiliği ve benlik uyumunun turistlerin davranışsal niyetleri üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 43, 127-142.
- Wang, X. (2015). Research on business strategies of travel agency based on tourist behavior. *International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference*. 281-288.
- Weiler, B. ve Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: One-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378.
- Weiler, B. ve Ham, S.H. (2002). Tour guide training: A model for sustainable capacity building in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 52-69.
- Weiler, B. ve Walker, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 90-99.
- WTO (World Tourism Organization and European Travel Commission) (2017). *Handbook on Marketing Transnational Tourism Themes and Routes*, UNWTO, Madrid.
- Wynn, J. R. (2010). City tour guides: Urban alchemists at work. *City & Community*, 9(2), 145-164.
- Yan, W. (2015). The research of intangible cultural heritage protection based on experiential tourism development: Taking Qinhuangdao as an example. *International Conference on Education Technology and Economic Management (ICETEM 2015)*. 528-533.
- Yıldırım Ulusoy, H. ve Köroğlu, Ö. (2019). Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(1), 328-347.
- Yılmaz, G. (2018). Yerel yiyeceklerin deneyimlenmesinde turist rehberinin rolü. İçinde N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç, H. Ulusoy Yıldırım (Edt.), *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar* (ss. 373-384), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zátori A. (2016). Experiential travel and guided tours: Following the latest consumption trends. In M. Kozak ve N. Kozak (Eds.), *Tourist Behaviour: An International Perspective* (pp. 115-123), CAB International, Boston and Wallingford.
- Zhang, Q. ve Xu, H. (2020). Understanding aesthetic experiences in nature-based tourism: The important role of tourists' literary associations. *J. Destin. Mark. Manag.*, 16, 100429.
- Zoğal, V. ve Emekli, G. (2017). Yaratıcı turizme kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26(1), 21-34.

EXTENDED ABSTRACT

Tourism, which goes beyond traditional models or themes, especially with the effect of information technologies (Gajdořík et al., 2020), is faced with an individual tourist profile that exhibits more autonomous, independent, and unique behavioral patterns (McKercher et al., 2021). Easy and fast access to experiences through technology increases the individual tourist's tendency to experience the extraordinary, realize himself/herself, and the unique by interacting with local communities (Upadhye, 2019; WTO, 2017). This situation rapidly increases and diversifies the demand for individual experience in tourism (Rather and Hollebeek, 2020). At this point, experiential tourism (ET) transforms existing tourism values into personalized practices with more intangible values to increase the tourist's personal development and quality of life (Campón-Cerro et al., 2020). In this respect, ET focuses on developing the interaction between the tourist and the destination, creating differentiated experiences for the tourist, and allowing the tourist to experience sensory, cognitive, and emotional experiences individually (Liu et al., 2019). In this context, destinations transform their original resources into themes of individual experience by combining them with strong stories, further deepening, differentiating, and personalizing them with innovation and presenting them to the interest of experiential tourists. ET is a new form of tourism that meets the needs of niche markets, especially individual tourists (Blyablina, 2015; Carli et al., 2020).

A literature review on experiential tourism and experiential tourist guiding was conducted. Although the concept of ET has been used extensively in many studies, very few studies (e.g., Akkuş, 2021; Smith, 2005) have been found that focus directly on the definition and content of the concept. In some studies, it has been determined that although the concepts of experiential tourist and experiential tour were defined, the concept of experiential tourist guidance was not conceptualized. Many scholars, however, emphasized the close relationship between the tourist guide and the tourist and destination experiences (Farkić et al., 2020), the tourist guide plays a vital role in experiential tourism (Aire, 2019; Alexiou, 2018; Zători, 2016) and is the creator of her/his own experiences (Güçlütürk Baran, 2019). In addition, it is revealed that guidance performance is generally evaluated in terms of service quality (*service performance*). The fact that the guide is the creator of the tourist's individual experience and themed and safe experiences requires that the guidance performance be handled in terms of experiential performance (Al-Okaily, 2021; Hansen and Mossberg, 2017; Huang et al., 2010). Based on these statements, this study aims to create a conceptual framework and propose a model for experiential tourist guiding in light of the relevant literature.

When the approaches to ET are reviewed, it is clear that ET has a close relationship with tourism types such as alternative, niche, or special interest and tourism movements such as voluntary, community-based, responsible, thematic, slow, and slow sustainable tourism. However, many researchers have emphasized that ET has different content than current types and movements of tourism. It is understood from previous studies that ET from the supply side is a touristic consumption process that is created by making a natural and real value of a destination to be experienced without commoditizing it and destroying its originality through theming. On the demand side, ET can be defined as a new model of individual tourism that brings meaning, value, innovation, pleasure, entertainment, memory, and power to the tourist's life. In ET, the tourist establishes deep and interactive connections with the destination's local tangible and especially intangible values as cognitive, emotional, sensory, and behavioral. In addition, the tourist creates his or her own experiences by experiencing and discovering the values of the destination in a personal and participatory way. In addition, it can be said that ET, in general, is a tourism understanding that further customizes or makes the tourist experience independent in terms of individuality and personalization. Experiences under ET are different from standard or traditional tourism experiences. Experiences of ET have the following qualities: *content* (reality, originality, uniqueness, depth, use of all senses, meaning/value creation, focusing on intangibles, discovery, learning, immersion, self-actualization, experimental observation, extraordinary, long-term memorability, themed structure, etc.), *function* (central/primary product), *mode of interaction* (direct interaction with the local community and nature), and *role of the tourist* (personal, personally participating). Experiential tourists, who pursue long-lasting memories and facts in people's lives, create their own personal experiences by establishing a direct, deep, and interactive connection with societies with deep-rooted and original cultures, immersing themselves in their lives, by experiencing and discovering the real, abstract, and concrete values unique to that society with all their senses.

It has been determined that the dominant roles of the tourist guide in ET are the *provider* (Weiler & Ham, 2002), *the mediator* (facilitator), *the co-creator* (Zători, 2016), *the consultant* (Farkić et al., 2020), and *the*

interpreter (Prakash et al., 2010). However, these roles are closely related to each other and include experiential services and experiences. With a holistic approach, it is thought that the tour guide is the *designer*, *executer*, and *developer* of the tourist's experience process, so these roles can be called *experiential role performance*. From this point of view, experiential role performance can be defined as the degree of success or power of the tour guide in designing, executing, and developing the process of a tourist's experience of a themed experience. *Designing* refers to the tour guide providing the necessary conditions and access for the tourist to experience the experience. The *executing* means that the guide enables the tourists to get their personal resources from experience. On the other hand, *developing* means that the guide strengthens the characteristics and sphere of influence of the experience for the tourist to gain the most benefit from the experience. Thus, experiential tourist guidance can be defined as a type of guidance that is explained by the experiential role performance consisting of designing, executing, and developing the process of tourist's experience of a themed experience. The experiential tourist guidance model has been proposed, consisting of *antecedents*, *process*, and *outputs* steps. The *antecedents* consist of factors such as the personal and professional resources of the tourist guide, the characteristics of the experiential tourist, the destination, the experiencescape, experience providers, the local community, and global developments. The *process* describes how the tourist interacts with a guided themed experience and how the guide contributes to this interaction by designing, executing, and developing roles. The *outputs* reveal how the process of experiencing a themed experience accompanied by a guide and the experiential role performance of the guide reflects on the guide, experiential tourist, business, destination, tourism industry, and other sectors. In addition, some inferences were made, such as while the concept of "*tour*" is dominant in traditional tourism, the concept of "*experience theme*" is in the foreground in ET. Therefore, the guide may gain a position as an "*experiential theme guide*" rather than a "*tour guide*." Therefore, "*themed guidance*" may be preferred instead of regional and national guidance. For this, first of all, the destination must have a supply of individual experience themes. The study's most significant contribution to the related literature is filling the Turkish literature gap about the content of experiential tourism and experiential tourist guidance and raising awareness of the subject. However, to investigate these issues, the experiential role performance scale of the tourist guide should be developed first. It is thought that as research increases, different dimensions of experiential tourist guidance will emerge.