



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Turist rehberliğinde efsanelerin yeri: Kapadokya özelinde bir araştırma

The place of legends in tourist guidance: A research in Cappadocia

İbrahim Akın ÖZEN¹, Seda ÇİÇEKLİ AYYILDIZ^{2*}, Gülbin İNCE³

¹Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, akinozen@gmail.com, 0000-0003-1172-5448

²Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü, Turizm Rehberliği, seda.cicekli2@gmail.com, 0000-0003-2897-3253

³Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Turizm Meslek Yüksekokulu, Turist Rehberliği, g.aytekin@nevsehir.edu.tr, 0000-0003-0077-7760

MAKALE BİLGİSİ/ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

Turist Rehberliği, Efsane Anlatımı, Kapadokya Bölgesi

Key Words:

Tourist Guidance, Legend Narration, Cappadocia Region

Gönderme Tarihi/Received Date:

04.11.2023

Kabul Tarihi/Accepted Date:

30.12.2023

Yayımlanma Tarihi/Published Online:

31.12.2023

DOI:

[10.53601/tourismandrecreation.1386046](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1386046)

ÖZET

Efsaneler, evrenin ve insanlığın oluşum aşamaları, yeryüzü ve gökyüzünde gelişen olayların saklı anlamları gibi birçok olağanüstü açıklanamayan durumlarda, merak edilen sorulara dair cevaplar içermesi bakımından insanlar tarafından dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, turist rehberlerinin mesleğini icra ederken efsanelerden yararlanıp yararlanmadıklarını ortaya koymaktır. Diğer alt amaçları ise, anlatılan efsanelerin turun niteliğine bir katkı sağlayıp sağlamadığını ve turistin tur ile ilgili düşüncelerini nasıl etkilediğini tespit etmektir. Bu nedenlere bağlı olarak, efsane veya hikâye gibi anlatıları turistlere anlatan ve doğrudan turisti gözlemleme imkânına sahip olan profesyonel turist rehberleri ile görüşmeler yapılmıştır. Çalışmada, nitel araştırma desenlerinden fenomenoloji (olgu bilim) deseni tercih edilmiştir. Araştırma örnekleminin oluşturulması için kartopu örnekleme temel alınmıştır. Araştırmanın örneklemi, Kapadokya Bölgesinde aktif olarak çalışan 17 profesyonel turist rehberinden oluşmaktadır. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu ile elde edilmiştir. Görüşme formunda; turist rehberlerine ilişkin demografik sorular ile rehberlik mesleğine ilişkin açık uçlu sorular sorulmuştur. Soruların yanıtları tur esnasında rehberin gruba serbest zaman verdiği zamanlarda 35 dakikalık görüşmeler ile elde edilmiştir. Elde edilen bu veriler QDA miner yazılımına aktarılmıştır. Aktarılan metinlerde araştırma amaçlarına uygun olarak üç bölümden oluşan kodlama yapılmıştır. Kodlamalar, tur esnasında anlatılan efsanelerin, turun çekiciliğini ne yönde etkilediğini tespit etmek, efsane anlatımların Kapadokya destinasyonu açısından turistleri nasıl etkilendiklerini belirlenmesine yönelik rehber algılarını tespit etmek, rehberlerin anlattıkları efsaneleri hangi kaynaklardan edinildiğini tespit etmek şeklinde belirlenmiştir. Yapılan bu kodlamalar sonucuna, efsanelerin turist rehberliği mesleğinde önem taşıdığı, turu daha ilgi çekici hale getirdiği, destinasyona ilişkin imajın ve markalaşmaya pozitif yönde etki ettiği son olarak turistlerin tura ilişkin unutulmaz turizm deneyimlerine katkı sağladığı tespit edilmiştir.

ABSTRACT

Legends attract attention of people in terms of containing answers to questions about the formation stages of the universe and humanity, the hidden meanings of the events developing on earth and in the sky, and many extraordinary unexplained situations. The main purpose of this study is to reveal whether tourist guides benefit from legends while performing their profession. Other sub-goals are to determine whether the legends told contribute to the quality of the tour and how they affect the tourist's thoughts about the tour. Depending on these reasons, interviews were held with professional tourist guides who told stories such as legends or stories to tourists and had the opportunity to directly observe the tourists. In the study, the phenomenology design, one of the qualitative research designs, was preferred. Snowball sampling was used as a basis to create the research sample. The sample of the research consists of 17 professional tourist guides actively working in the Cappadocia Region. The data was obtained with a semi-structured interview form. In the interview form; Demographic questions about tourist guides and open-ended questions about the guiding profession were asked. The answers to the questions were obtained through 35 minute interviews during the daily tour when the guide gave free time to the group. These obtained data were transferred to QDA miner software. The transferred texts were coded in three parts in accordance with the research purposes. The coding was determined to determine how the legends told during the tour affected the attractiveness of the tour, to determine the perceptions of the guides to determine how the legendary narratives affected the tourists in terms of the Cappadocia destination, and to determine from which sources the legends told by the guides were obtained. As a result of the coding, it was determined that legends are important in the tourist guiding profession, make the tour more interesting, positively affect the image and branding of the destination, and finally contribute to tourists' unforgettable tourism experiences related to the tour.

* Sorumlu yazar /Corresponding author.

Bilim Uzmanı, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü, Turizm Rehberliği, seda.cicekli2@gmail.com
0000-0003-2897-3253

1. Giriş

Türkiye özellikle kültür turizmi açısından yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken ve bu alanda önemli bir konuma sahip, tarihi ve doğal çekicilikleri ile zengin bir ülkedir. Bunun yanı sıra pek çok farklı medeniyetin Anadolu'da yaşamış olması hem tarihi hem de kültürel anlamdaki bir diğer önemli zenginliğidir. Bütün bu güzellikleri görmeye gelen turistler binlerce yıl öncesinin hikâyesini merak etmektedirler (Bandoğlu, 2015; Açıcı vd., 2017). Türkiye'de tarihi, kültürel ve doğal unsurlar bakımından merak edilen destinasyonların başında Kapadokya gelmektedir. Bu durumun başlıca sebepleri Kapadokya'nın eşsiz peri bacalarına, insan eliyle yapılmış kaya kiliseler ile yeraltı şehirlerine sahip olması ve köklü geçmişi ile birçok medeniyete ev sahipliği yaparak kültürel çeşitliliğinin var olmasıdır. Ayrıca bu özellikler sayesinde Kapadokya inanç turizmi, kültür turizmi, doğa turizmi gibi birçok alternatif turizm türünün gerçekleştiği bir bölge olarak hem yerel hem de yabancı turistlerin dikkatini çekmektedir (Özen & Özdemir, 2019; Akpınar & Koç, 2023).

İnsanları seyahate yönlendiren seyahat motivasyonları arasında sayılan merak güdüsü, geçmiş kültürlerin inançları, örf ve adetleri gibi farklı unsurlarla yakından ilgilidir. İnsanları efsanelere yaklaştıran önemli hususlardan birisi de meraktır. Bir ülkeyi ziyaret eden turistlerin, geçmişten gelen bir efsaneyi dinlemeleri destinasyona olan ilgisini ve heyecanını artırabilir (Aktaş & Batman, 2010; Çınar & Toksöz, 2020). Tur süresince, turist rehberlerinin turistlere, destinasyona ilişkin çeşitli bilgileri etkili bir şekilde aktarması beklenmektedir. Turist rehberleri de bu noktada anlatımlarını daha etkili kılmak için efsane ve hikâye anlatımına başvurumaktadırlar. Turist rehberlerinin anlattıklarını dikkat çekici bir halde sunmasının yanı sıra nerede hangi bilgiyi vereceğini bilmesi de son derece önemlidir (Büyükkuru & Aslan, 2015). Bu bağlamda bir turist rehberinin anlatılacaklarını hikâyeleştirilmesi ve anlatıya uygun bir yer seçmesi gerekmektedir.

Söz konusu çalışmada rehberlerin kullanmış olduğu tekniklerden hikâyeleştirme başlığı altında yer alan efsane anlatımının turist rehberliğindeki yeri ve önemi araştırmanın temel amacıdır. Bu bağlamda turist rehberlerinin mesleğini icra ederken anlattıkları efsanelerden faydalanıp faydalanmaması, anlatılan efsanelerin turun niteliğine bir katkı sağlayıp sağlamadığı ve turistlerin tur ile ilgili düşüncelerini etkileyip etkilemediği de araştırma kapsamında tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın içeriğine dair yapılan literatür taramasında efsanelerin turistik çekicilik üzerindeki etkisine dair araştırmaların az olduğu tespit edilmiştir (Aktaş & Batman, 2010; Pekiyan, 2018; Kaya & Gümü, 2020). Bu çalışmada Kapadokya bölgesinin ele alınmasındaki temel amaç birçok medeniyetin efsanelerine ev sahipliği yapmasına rağmen Kapadokya özelinde çalışan turist rehberlerinin mesleklerinde efsanelere yer verip vermediklerine dair bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu doğrultuda benzer bir çalışmanın bulunmaması çalışmanın orijinallliğini ortaya koymaktadır.

2. Kavramsal/Kuramsal Çerçeve

2.1. Efsane, Turizm ve Turist Rehberliği İlişkisi

Türk Dil Kurum'una göre, efsane "geçmiş çağlardan beri söylenegelen olağanüstü varlıkları ve olayları içeren hayali hikâye, söylene, söz" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Bir diğer tanıma göre efsaneler; herhangi bir üslup kaygısı gütmeyen, anlatılanların gerçek varsayıldığı, başlıca niteliği inanmışlıklarla bağdaştırılan olağanüstü özelliğe sahip simgesel unsurların oluşturduğu varlık, yer ya da olaya ilişkin anlatılar olarak ifade edilmektedir (Aslan, 2012). Efsanevi olaylar ve kahramanların gerçekçi olmayan bir şekilde anlatılması ise mitoloji olarak tanımlanmaktadır (Kirk, 1973). Efsane ve mitoloji kavramları sıklıkla karıştırılmaktadır. Genellikle birbirinin yerine kullanılan efsane ve mitoloji kavramları her ne kadar birbirlerine benzeseler de ayrı anlamlar taşımaktadırlar. Mitoloji Yunanca mithos ve logos sözcüklerinin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Mithos "söylenen ya da duyulan söz" anlamındadır. Mithos kökünden gelen ve mit olarak kullandığımız bu sözcük Türkçe'deki söylene kavramı ile eş anlamlıdır. Söylene, "Evrenin, tanrıların, insanın ortaya çıkışından, bir tarih olayına, bir kişiye değin türlü olay ve gerçeklikleri konu alan, onlara gerçeküstü bir nitelik vererek anlatılan, başlıca özelliği inanış konusu olan kısa öyküdür". Efsane ise "Mitlerin özellikle de belirli bir dini ya da kültürel geleneğe ait olanların bir bütünü; yaygın anlamda benimsenmiş fakat abartılmış veya kurgusal bir hikâyeler veya inançlar kümesi; mitlerin incelenmesi bilimi." olarak tanımlanmaktadır (Öztürk, 2009). Mit ile efsane arasındaki temel fark; mitlerin konusunu olağanüstü olaylar oluştururken efsanelerin gerçek olayları içermesidir (Bayat, 2007).

İnsanlığın var oluşundan beri, dış dünya tanımlanarak anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Fakat yeryüzünde ya da gökyüzünde gerçekleşen bazı olaylar tanımlanamamış veya anlamlandırılmamıştır. Bunun sonucunda insanlar olayları olağanüstü, hayali simgesel unsurlarla beraber bütünleştirerek efsanelere dönüştürmüştür (Aktaş & Batman, 2010). İnsanlar için efsaneler, olağanüstü durumlara açıklık getirmesi, merak edilen sorulara cevap vermesi, öğütler ve dersler içermesi, evren ve insanlığın var oluşu hakkında bilgiler vermesi, doğaya anlam ve kutsallık atfetmesi gelenek göreneklerini sürdürülebilir hale getirerek toplumsal hafızanın ve ideallerin canlı tutulmasına olanak sağlaması açısından önem taşımaktadır (Pérez Aranda vd., 2015). Efsane kavramı hem kültür hem de inanç turizmi ile doğrudan ilişkilidir. Bunlardan özellikle kültür turizmi kapsamında ziyaret edilen tarihi yapıların, sanat eserlerinin, mimari yapıların görülmesi ve yerel tatların denenmesi ve festival ya da fuar gibi etkinlikler sayesinde kültürün tanınması amaçlanmaktadır (Çulha, 2008; Elvan & Asmadili, 2021). Dolayısıyla kültür turizminde dâhil olan efsaneler yardımıyla geçmiş ve günümüz arasında bağlantı kurmak mümkündür. Kültür turlarında gezilen şehirler, dağlar, kayalar, kaleler, mağaralar, saraylar ve türbelerle ilgili pek çok efsane mevcuttur. Bu efsanelerden ilham alınarak pazarlamacılar, semboller ve simgeler tasarlanmakta ve destinasyon tanıtımında kullanılarak

markalaşmaya katkı sağlamaktadırlar. Örneğin, Kapadokya bölgesinde bulunan üç güzeller efsanesine ilişkin karakterler anahtarlık, kalemlik ve çeşitli boyutlardaki tablolar şeklinde tasarlanıp pazarlanmaktadır. Buna bağlı olarak efsaneler, bölgelerin tanıtımında etkili olduğu için destinasyon pazarlamasındaki unsurlar arasında sayılmaktadır (Robb, 1998; Aktaş & Batman, 2010; Pekiyan, 2018; Sezer, 2019; Kaya & Gümüş, 2020).

Turizm, zaman içinde kendini yenileyen ancak bir o kadar da geçmişine sahip çıkmak zorunda olan bir olgudur. Turizm olgusu insanların zihninde ilk olarak merak kavramıyla ilişkilendirilmektedir. Bu merak duygusu ise, bireylerin gelenek-görenekler, inançlar ve geçmişe ait kültürleri öğrenme arzusunu içermektedir. Bu noktada turizmin önemli bir paydaşı olan turist rehberliği öne çıkmaktadır (Carr, 2006). Turist rehberleri, ülkenin değerlerini, genel kültürünü, doğal ve kültürel miraslar gibi turistik çekicilikleri doğru ve etkileyici bir şekilde turistlere aktarabilen ve ülke tanıtımında imaj geliştirici etkiye sahip olan kültür elçileridir (Zengin vd., 2017). Bütün bunları yaparken efsaneler, turist rehberliği mesleği için bir araç konumundadır (Pekiyan, 2018; Sezer, 2019; Kaya & Gümüş, 2020).

İnsanlar, tarihi bir yapıya veya nesneye temas ettiğinde farklı düşünceler içerisinde olabilmektedirler. Bu düşünceler, geçmişteki insanların yaşam biçimlerine, gelenek-göreneklerine, kültürlerine dair meraklardır. Efsaneler de geçmiş yaşama dair ipuçları sunmasından dolayı bu düşüncelerin devamı niteliğinde olup insanların ruhsal ve zihinsel boşluğundaki duygu ve düşüncelerini tamamlayabilmektedir (Polat & Batman, 2010). Efsaneler turist rehberlerinin genel kültürünü ve tarih bilgisini bütünleştirerek turu süslemekte, şekillendirmekte ve çekici kılmaktadırlar. Bunlara ek olarak, bir ülkenin, bölgenin veya destinasyonun turistler tarafından daha akılda kalıcı olmasını sağlamaktadır (Woodside vd., 2007; Pekiyan, 2018). Bir tur programının çekici unsuru olan efsanelerin daha da akılda kalmasını sağlayan ise turist rehberinin dinleyenleri sıkmadan keyifli bir şekilde anlatmasıdır. Böylece o bölgenin unutulmaz olması sağlanır. Çünkü tur esnasında anlatılan efsaneler sayesinde turistler gördükleri mekânı içselleştirebilmektedir (Aktaş & Batman, 2010; Kaya & Ünlüören, 2021). Kapadokya Bölgesinde düzenlenen günlük turlarda sıklıkla anlatılan bazı efsane ve hikâyeler bulunmaktadır. Bu hikâyeler şu şekildedir.

Üç Güzeller Efsanesi

“Kapadokya’daki peri padişahının güzeller güzeli kızı bir çobana gönül vermiş. Babasının tüm engellemelerine rağmen kız çobana kaçmış ve sonunda evlenmişler. Aradan geçen yıllar içinde bir çocukları olmuş. Peri padişahı ise bu haberleri duyunca daha da çok öfkelenerek kızını bulmaları için ülkenin her yanına askerlerini yollamış. Şu anda buldukları yerden geçerken babasının askerlerini gören kız Tanrı’ya eşinden ve çocuğundan ayrı kalmamak için dualar etmiş. Kızın duası kabul olarak, ailesiyle beraber peri bacasına dönüşmüşler.” (Alptürker, 2013).

Zelve Efsanesi

Zelve’de peribacalarının savaş düzeni almış asker gibi görünmesiyle ilgili olarak anlatılan efsane şu şekildedir.

“Vakti zamanında buralar bereketli toprakların olduğu, insanların barış ve huzur içinde yaşadığı bir ülkeymiş. İnsanlar birbirini sever sayarmış. Tek kaygıları ölümden yanaymış. Mutlu ve barış içinde yaşadıkları için tehlike görmediklerinden askere ihtiyaç duymazlarmış. Günlerden bir gün, Maccan tarafından bir ordu, önüne çıkarak Zelve’ye doğru gelmiş. Gelmiş gelmesine de Zelvelilerin askeri yok ki, karşı dursun. Düşman ordusu şehrin girişinde durmuş. Halk yukarıdan düşmanı izlemeye koyulmuş, tepeden düşmanın birden olduğu yerde çakılıp kaldığını gören halk ne olduğunu anlamamış. Sabah olmuş ama kimse aşağı inmeye cesaret edememiş. Derken bir çoban, “ölümse ölüm, ne yapayım, ben aşağı varacağım” demiş ve kendini vadiden aşağı bırakmış. Bir de bakmış ki ne görsün, düşman ordusunun askerleri oldukları yerde taş kesilmişler. Bu güzel insanlara kötülüğü bulaştırmak istediklerinden cezaları bu şekilde verilmiş. Haber hemen yukarıda halka ulaşmış ve kırk gün kırk gece kutlama yapılmış.” (Tuncer, 2016).

Belha Efsanesi

Özkonak’a giderken Belha deresi ve semti ile ilgili anlatılan efsane şu şekildedir.

“Urumşa kabilesinin zeki ve iyi niyetli reisinin güzel bir kızı varmış. Bu kız tabiatı çok sever, derede yıkanmaya gider, şarkılar söyleyerek yıkanıp eve dönermiş. Yine bir gün yıkanmaya gitmiş, tam elbiselerini giyecekken karşısında bir adam belirmiş. Adam, “Ziyaret Dağı’nın ardından gelirim, oran reisiyim. Günlerdir seni burada seyredirim, sana gönül verdim” demiş. Kız önce kaçmak istemiş, fakat zamanla o da adamı sevmiş. Bu arada güzel kızın talipleri çoğalmış ve babası kazanan kişiye kızını vermek üzere bir cirit müsabakası düzenlemiş. Babasının sarayı önünde müsabaka başlamış. En sona Ziyaret Dağı’nın resisi kalmış ve karşısına Aliyli Beyi çıkmış. Aliyli Beyi güçlüymüş ve attığı ok kızın sevdiğinin kalbine saplanmış. Olanları balkondan izleyen kız, oradan kendini aşağı atmış. Sevdiğini öldüren okun üzerine düşerek can vermiş. Bu olaya çok üzülen babası, iki aşığı sarayın bahçesine birlikte defnetmiş. “Onları ölüm bile ayıramadı” diye teselli bulmaya çalışmış.” (Alptürker, 2013).

Hasan Dağı Efsanesi

Hasan Dağı’nın tepesinde yatan Hasan Dede’ye dair anlatılan hikâyelerden bir tanesi şu şekildedir.

Aksaray’daki Ali Baba ile yakın dost olan Hasan Dede Hasan Dağı’nda tek başına yaşamaktadır. Bir hamamda kül hancılık yapan Ali Baba bir gün Hasan Dede’yi ziyaret için yola çıkar ve hamamdan aldığı bir avuç kor ateşi mendile koyarak Hasan Dede’ye hediye olarak götürür. Bu iki ermişin saatlerce ettiği sohbetleri boyunca kor yanamaya devam eder ancak mendili sapaşğlam durur.

Gel zaman git zaman, bir günde Hasan Dede, Ali Baba’yı

ziyaret için niyetlenir. O'da hediye olarak mendiline kar koyup getirir dostuna. Hamamın girişindeki askıya asar hediyesini ve adetleri olduğu üzere iki ermiş yine sohbeta dalarlar. Yine uzun süren sohbetleri esnasında, hamamın sıcaklığı içerisinde mendil içindeki kara bir şey olmaz. Ancak Hasan Dede'nin gözü geçen bir kadına takılır ve o anda mendildeki kar erimeye başlar. İşte o zaman Ali Baba şöyle der Hasan Dede'ye, "Dağ başında tek başına değil, asıl burada ermiş kalabilmek zordur." der (Görkem, 2014).

3. Yöntem

Bu çalışmanın amacı, turist rehberlerinin mesleğini icra ederken efsanelerden yararlanıp yararlanmadıklarını ortaya koymaktır. Diğer alt amaçları ise, anlatılan efsanelerin turun niteliğine bir katkı sağlayıp sağlamadığını ve turistlerin tur ile ilgili düşüncelerini nasıl etkilediğini tespit etmektir. Bu çalışmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırma, olayların ve algıların doğal ortamda gerçekçi, bütüncül ve derinlemesine ortaya konulmasını sağlayan bir araştırma tekniği olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018). Mevcut çalışmada, nitel araştırma desenlerinden Fenomenoloji deseni seçilmiştir. Fenomenoloji deseni amaç, bir konuyu başkalarının gözüyle anlatmak ve deneyimin kendisine odaklanmaktır. Deneyimin özünü anlama ve yaşanmış bir fenomenin (olgunun), katılımcıların bakış açısıyla anlamlandırma ve açıklamak söz konusudur (Toraman, 2023). Nitel araştırmalarda örneklem tercihinde nicelik ve örneklem temsilinden ziyade araştırma konusuna ilgili bilgi düzeyine bakılmaktadır. Bunun sebebi, nitel araştırmalarda örneklem seçimindeki amacın, konu hakkında daha fazla bilgi toplama olmasıdır (İslamoğlu & Alnaçık, 2013; Yıldırım & Şimşek, 2018). Araştırmada kasıtlı (yargısal) örneklem yöntemlerinden olan kartopu tekniği tercih edilmiştir. Bu bağlamda, görüşme yapılacak ilk kişi tesadüfi olarak seçilir. Yapılan görüşme sonrasında kişinin yönlendirilmesi ile bir sonraki katılımcıya doğru yönelir. Bu şekilde örneklem sayısı çoğaltılır (Kurar & Baltacı, 2021). Sosyal bilimlerde gerçekleştirilen araştırmalarda en çok kullanılan veri toplama aracı görüşme tekniğidir. Görüşme formları, katılımcıların hangi duygu ve düşünceleri daha çok önemstediklerini ortaya çıkartmaya ve derinlemesine bilgi sahibi olmaya yardımcı olmaktadır (Karasar, 2005; Yıldırım & Şimşek, 2018). Bu çalışmada da veriler, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır.

Çalışmada kullanılacak olan yarı yapılandırılmış görüşme formuna ait soruların geliştirilmesi aşamasında iki alan uzmanından görüş alınmıştır. Çalışmanın amacına ve önemine uygun olarak geliştirilmiş katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda belirtilmiştir.

1. Kapadokya'daki turlarda mitolojik hikâye (mit, efsane, menkıbe vb.) anlatıyor musunuz? Evet, ise neden? Hayır, ise neden? Lütfen açıklayınız.
2. Hangi hikâyeyi nerede anlatıyorsunuz?
3. Kapadokya bölgesinde anlatılan hikâyeye, mit, efsanelere ilişkin bilgi kaynaklarınız nelerdir?
4. Hikâyeye anlatımı tur esnasında size ne tür faydalar sağla-

maktadır? Hem turistler hem kendiniz açısından değerlendirilebilir misiniz?

5. Hikâyeye/Efsane anlatımının turu akılda daha kalıcı hale getirdiğini düşünüyor musunuz? Evet, ise neden? Hayır, ise neden? Lütfen açıklayınız.
6. Tur esnasında mitolojik hikâyelerin anlatımından sonra turistlerin destinasyona ilişkin tutumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu için Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Yayın Etik Kurulundan 20.06.2023 tarihli 6 nolu toplantısında ve 2023.06.202. karar sayısı ile izin alınmıştır. Araştırma kapsamında 17 rehberle görüşme yapılmıştır. Soruların yanıtları çeşitli çanak atölyesi ve Göreme Açık Hava Müzesinde tur esnasında rehberin gruba serbest zaman verdiği zamanlarda 30-35 dakikalık görüşmeler ile elde edilmiştir.

Veri toplama aşamasında yapılan görüşmeler neticesinde toplanan bilgiler deşifre yapılarak QDA miner yazılımına aktarılmış ve bu metinlerde araştırmanın amaçları doğrultusunda kodlamalar oluşturulmuştur. Katılımcılar tarafından tur esnasında efsanelerin anlatımına yönelik kategoriler ve bu kategorilere bağlı 76 kodlama yapılmıştır. Kodlamalar üç bölüme ayrılmıştır. Birinci kategori tur esnasında anlatılan efsanelerin, turun çekiciliğini ne yönde etkilediğini tespit etmek, ikinci kategori efsane anlatımların Kapadokya destinasyonu açısından turistleri nasıl etkilediklerini belirlemesine yönelik rehber algılarının tespit edilmesi üçüncü kategori rehberlerin anlattıkları efsaneleri hangi kaynaklardan edindiği belirlenmesi amaçlanmıştır. Nicel araştırmalarda geçerlilik özellikle istatistiksel tekniklerde faydalanılarak açıklanabilirken, nitel araştırmalar için güvenilirlik kavramı ağırlıklı olarak kullanılmaktadır (Anderson & Herr, 2010). Bu araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla aynı veri seti üzerinde araştırmaya katılan araştırmacılar ayrı ayrı kodlamalar yapmış sonuçlar %80 oranında benzerlik göstermiştir. Ayrıca katılımcıların, mesleklerindeki çalışma süreleri ve tecrübeleri çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğine katkı sağlamıştır.

4. Bulgular

Çalışmanın bu kısmında araştırmaya yönelik bulgular ve bu bulgulara ait yorumlar yer almaktadır. Tablo 1'de görüldüğü üzere, her biri ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilen toplam 17 katılımcının 11 tanesi erkek, 6 tanesi ise kadındır. Katılımcıların çalışma kartlarını alma şekillerine, bir başka deyişle eğitim durumlarına bakıldığında, beş rehber bakanlık kursunu, sekizi ön lisan ve dördü de lisans eğitimini tamamlamışlardır. Katılımcıların tecrübe yılları açısından değerlendirme yapıldığında en az bir yıl, en fazla 33 yıl tecrübeye sahip oldukları görülmekte ve çalışma süreleri 1 ila 33 yıl arasında değişiklik göstermektedir. Son olarak katılımcıların çalışma kartı türü ve çalıştığı diller ele alındığında, 12 rehberin ulkesel, beş rehberin bölgesel çalışma kartına; 12 rehberin yalnızca İngilizce, 2 rehberin İngilizce-İspanyolca, 1 rehberin Japonca, 1 rehberin Rusça ve 1 rehberin de İngilizce-Rusça- Bulgarca dillerinde çalışma kartlarına

sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 1. Nitel Çalışma Kapsamında Görüşme Yapılan Katılımcıların Listesi

Katılımcı	Cinsiyet	Çalışma Kartını Alış Şekli	Tecrübe Yılı	Çalışma Kartı Türü	Dil/Diller	Görüşme Yöntemi
RH1	Kadın	Lisans	18 yıl	Ülkesel	İngilizce	Yüz yüze
RH2	Kadın	Ön lisans	4 yıl	Bölgesel	İngilizce	Yüz yüze
RH3	Kadın	Lisans	22 yıl	Ülkesel	İngilizce	Yüz yüze
RH4	Erkek	Ön lisans	10 yıl	Ülkesel	İngilizce-İspanyolca	Yüz yüze
RH5	Kadın	Lisans	2 yıl	Bölgesel	İngilizce	Yüz yüze
RH6	Erkek	Ön lisans	4 yıl	Bölgesel	İngilizce	Yüz yüze
RH7	Erkek	Bakanlık Kursu	13 yıl	Ülkesel	İngilizce-İspanyolca	Yüz yüze
RH8	Erkek	Ön lisans	4 yıl	Bölgesel	Japonca	Yüz yüze
RH9	Erkek	Ön lisans	1 yıl	Ülkesel	İngilizce	Yüz yüze
RH10	Erkek	Ön lisans	8 yıl	Ülkesel	İngilizce	Yüz yüze
RH11	Erkek	Ön lisans	15 yıl	Ülkesel	İngilizce	Yüz yüze
RH12	Erkek	Lisans	8 yıl	Ülkesel	İngilizce	Yüz yüze
RH13	Kadın	Ön lisans	1 yıl	Bölgesel	İngilizce	Yüz yüze
RH14	Kadın	Bakanlık Kursu	16 yıl	Ülkesel	İngilizce	Yüz yüze
RH15	Erkek	Bakanlık Kursu	12 yıl	Ülkesel	Rusça	Yüz yüze
RH16	Erkek	Bakanlık Kursu	33 yıl	Ülkesel	İngilizce	Yüz yüze
RH17	Erkek	Bakanlık Kursu	28 yıl	Ülkesel	İngilizce, Rusça, Bulgarca	Yüz yüze

İlk olarak katılımcılara yöneltilen “*Kapadokya’daki turlarda mitolojik hikâye (mit, efsane, menkıbe vb.) anlatıyor musunuz? Evet, ise neden, hayır ise neden? Lütfen açıklayınız.*” sorusuna katılımcıların vermiş oldukları cevaplar kategorize edilerek bir tablo oluşturulmuştur. Efsanelerin tur türündeki etkisini incelemek amacıyla oluşturulan “*Turistik çekicilik*” kategorisinde verilen cevaplar doğrultusunda “*İlgi Çekiyor, Monotonluktan Kurtulma, Etkisi Olmuyor.*” şeklinde üç ayrı kodlama yapılmıştır.

Tablo 2. Efsanelerin Tura Etkisini Belirlemeye Yönelik Frekans Dağılımı

Kategori	Kod	% (f)	Frekans
Turistik Çekicilik	İlgi Çekiyor	25.5	14
	Monotonluktan Kurtulma	5.90	4
	Etkisi Olmuyor	6.90	4
Destinasyon	Markalaşma	7.80	4
	Unutulmaz Deneyim	7.80	8
	Pozitif İmaj	11.80	12

Tablo 2’de görüldüğü gibi yapılan kodlamalara göre; tur esnasında anlatılan efsaneler; “*İlgi Çekiyor*” (%25,5) oranı ile en fazla etki eden değer olarak saptanmıştır. İkinci sıra (%6,90) “*Etkisi Olmuyor*” üçüncü sıra (%5,90) “*Monotonluktan Kurtulma*” şeklinde sıralanmaktadır. Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru olan “*Tur esnasında mitolojik hikâyelerin anlatımından sonra turistin destinasyona ilişkin tutumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?*” sorusundan hareketle, efsanelerin tur üzerindeki etkisini incelemek amacıyla oluşturulan bir diğer

kategori de “*Destinasyon*” olarak belirlenmiştir. Bu kategori de “*Markalaşma, Unutulmaz Deneyim ve Pozitif İmaj*” olmak üzere üç kategoride incelenmiştir. Bu kodlamalara göre; turist rehberleri açısından değerlendirildiğinde efsanelerin destinasyona pozitif imaj (%11,80) sağladığı akabinde hem destinasyonun markalaşmasına (%7,80) hem de destinasyona ilişkin unutulmaz turizm deneyimine (%7,80) katkı sağladığı bulgulanmıştır. Katılımcıların yukarıda belirttiğimiz ilk soruya ilişkin cevaplarına dair ifadelerinden bazıları şu şekildedir.

K12 “Evet, daha eğlenceli oluyor, daha akılda kalıyor.”
K5 “Erkeklere evlenmek istiyorlarsa onları haliya götüreceğimi, kadınlara ise beraber haliya gidebileceğimizi söylüyorum. Anlattığım hikâyeler hem benim açımdan hem de turist açısından turu keyifli bir hale getiriyor. Çünkü sürekli tarih anlatmak sıkıcı olabiliyor.”
K6 “Turistlerin çok ilgisini çekiyor, hikâye dinlemek turistlerin hoşuna gidiyor. Benim bilgime, anlattıklarımın şaşırıyorlar.”
K8 “Çoğu zaman tur boyunca anlattıklarımın ziyade anlatılan hikâyelerin akıllarında kaldığına tanık oluyorum.”

Katılımcılar efsaneleri tur esnasında kullandıklarını ve genellikle efsanelerin turistlerin ilgisini çektiği ve turu monotonluktan kurtardığını ifade etmişlerdir. Ayrıca turist rehberleri de efsane anlatmaktan keyif almakta ve bunun hem kendi açısından hem de turist açısından eğlenceli olduğunu düşünmektedirler.

Katılımcıların “*Hangi hikâyeyi nerede anlatıyorsunuz?*” sorusuna vermiş oldukları cevaplara dair elde edilen bulgular Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. Anlatılanlara İlişkin Mekân ve Tür Bilgisi

Hikâyenin Anlatıldığı Yer	Efsane Hikâye Adı Konusu	Hikâyenin Türü	Anlatan Rehber Sayısı
Ürgüp- Üç güzeller	Üç Güzeller Efsanesi	Yerel Efsane	8
	İda Dağı Güzellik Yarışması	Yunan Mitolojisi	3
Devrent ve Aşk Vadisi	Aşk Hikâyesi	Yerel Efsane	2
Ihlara Yolu	Hasan Dede ve Ali Baba’nın Hikâyesi	Yerel Efsane	2
Ihlara Vadisi- Kırkdamatlı Kilise	Sultan Mesut ve Tamara Aşkı	Efsane	1
	Aziz George ve Theodore’un Yılanı	Kutsal Hikâye	3
Göreme/Yılanlı Kilise	Öldürmesi Hikâyesi	Kutsal Hikâye	4
	Aziz Onorpius’un Hikâyesi	Kutsal Hikâye	1
Aziz Stephanos Kilisesi- Keşlik Manastırı	Aziz Eusthatios	Kutsal Hikâye	1
Uçhisar- Güvercinlik Vadisi	Medusa’nın Başının Kesilmesi	Yunan Mitolojisi	1
Avanos/Özkonak Yolu	Kral Midas’ın Kulakları Hikâyesi	Yunan Miti	1
Halı Atölyesi	Athena-Arakhne’in Hikâyesi	Yunan Miti	1
Uçhisar Kalesi Arkası / Çavuşin,Paşabağlar	Periler ve Devlerin Savaşı Hikâyesi	Masal	3

Görüşme yapılan turist rehberlerinden alınan bilgilere göre oluşturulan Tablo 3'te rehberlerin nerede hangi hikâyeleri anlattıkları sıralanmıştır. Rehberlerin yerel efsaneler, Hıristiyanlıkla ilgili kutsal hikâyeler, masallar ve Yunan Mitolojisinden hikâyeler olmak üzere dört farklı türde hikâye anlattıkları görülmektedir. Bu hikâyelerden en çok Üç Güzeller efsanesinin anlatıldığı görülmektedir. Yapılan görüşmelerde sekiz rehberin bu hikâyeyi Üç Güzeller'in bulunduğu alanda anlattığı ancak bazı rehberlerin ise aynı yerde Yunan mitolojisine ait bir hikâye olan dünyanın ilk güzellik yarışmasını anlatarak oradaki üç güzel tanrıça ile bağlantı kurdukları bilgisine ulaşılmıştır. Bu duruma benzer bir şekilde nazar boncuğu görüldüğünde, baktığını taşa çeviren Medusa'nın hikâyesini, halı atölyesine giderken dokumacılıkla ilgili olarak Athena ve Arakhe'nin yarışmalarını, Özkonağ'tan gelirken bir Tümülüs göstererek Kral Midas ile ilişki kurup Midas'ın eşekkulakları hikâyesini anlatan rehberler Kapadokya bölgesinde Yunan mitolojisinden faydalandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca rehberler Hıristiyanlıkla ilgili kutsal hikâyeler olarak göreme Açık Hava Müzesinde yer alan Yılanlı Kilise'de Aziz Theodore ve George'un yılanı öldürmesi, Aziz Onorphius'un ilginç hikâyesi ve Keşlik Manastırı'ndaki Aziz Stephanos Kilisesinde Aziz Eusthatios'un hikâyesini anlattıklarını da belirtmişlerdir. Ancak bazı rehberler doğruluğuna inanmadıkları halde Aziz Onorphius ile ilgili olan hikâyeyi sadece ilgi çektiğini düşündükleri için anlatmaya devam ettiklerini de ifade etmişlerdir. Bunların dışında ise, Devrent ve Aşk Vadisinde anlatılan aşk hikâyeleri yerel hikâyelerin, İhlara'da Hasan Dağı Efsanesi, Uçhisar Kalesi Arkası, Çavuşın, Paşabağları Vadisinde anlatılan Periler ve Devlerin Savaşını sonucunda bölgenin oluştuğu hikâyesinin anlatılması rehberlerin yerel anlatımlarında yerel hikâye ve masallara da yer verdiklerini göstermektedir.

Katılımcıların "Tur esnasında mitolojik hikâyelerin anlatımından sonra turistlerin destinasyona ilişkin tutumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusuna vermiş oldukları cevaplara dair bazı ifadeler şu şekildedir:

K4: "Kapadokya ile Hıristiyanlık arasında bir köprü olduğu söylendiğinden, Kapadokya'nın turistler gözündeki değeri çok daha önemli bir hale geliyor."

K14: "Rehberin anlatmış olduğu hikâyeler, turistlerin destinasyona bakışını olumlu yönde değiştiriyor."

K15: "Bence Kapadokya'ya tekrar gelme isteği uyandırıyor."

K16: "Destinasyon markası oluşturmada kullanılabilirliği gibi, destinasyonun rekabet gücünü de artırdığı ifade edilebilir."

K6: "Sadece Kapadokya Bölgesine değil bence Anadolu'ya bakış açılarını değiştiriyor."

Katılımcı ifadelerine göre, anlatılan efsanelerin turist açısından olumlu bir destinasyon imajı oluşturmaktadır. Ancak unutmamak gerekir ki, bu yargılar turistlerin kendine ait değil, turist rehberlerinin tur esnasında ve sonrasında gözlemlediği kadarla sınırlıdır. Bu açıdan ele alındığında turistlerin doğrudan görüşü yerine turist rehberlerinin gözlemi sonucu turistlerin fikirleri tespit edilmiştir.

Kapadokya Bölgesinde tur esnasında efsane anlatımının

gelen turistleri ne şekilde etkilediğine dair turist rehberlerinin görüşleri çalışma kartının türüne göre farklılık gösterip göstermediği durumu ortaya konmak istenmiştir. Tur tarafından düzenlenen yurt içi uygulama gezileri, bölgesel ve bölgesel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu doğrultuda eğitim düzeyine göre profesyonel turist rehberlerinin bakış açıları, anlatım teknikleri ve kullandıkları kaynaklar çeşitlilik göstermektedir. Buna bağlı olarak bölgesel ve bölgesel rehberler için tur esnasında efsane anlatımının tur üzerindeki etkilerinin farklılık gösterip göstermediğine dair katılımcı görüşleri belirlenmek istenmiştir.

Tablo 4. Efsanelerin Etkisi (Çalışma Kartı Türüne Göre Rehber Görüşleri)

Kodlama	Bölgesel	Ülkesel	Toplam
İlgi Çekiyor	39.13	38.64	77.77
Monotonluktan Kurtulma	13.04	6.82	19.86
Etkisi Olmuyor	8.70	11.36	20.06
Markalaşma	8.70	13.64	22.34
Unutulmaz Deneyim	17.39	9.09	26.48
Pozitif İmaj	13.04	20.45	33.49

Tablo 4'te görüldüğü üzere araştırmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin çalışma kartı türü "Ülkesel" ve "Bölgesel" olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bu iki grup bazında, tur esnasında anlatılan efsanelerin turistler üzerindeki etkilerine dair görüşleri incelenmiştir. İlk olarak "İlgi Çekiyor" kodlamasında hem bölgesel (%39,13) hem de bölgesel (%38,64) turist rehberleri, efsanelerin ilgi çektiğini düşünmektedir. İkinci olarak "Monotonluktan Kurtulma" kodlamasına, (% 13,04) bölgesel rehberlerin (% 6,82) bölgesel rehberlere oranla daha çok katılım sağladıkları görülmektedir. Üçüncü "Etkisi Olmuyor" kodlamasına bölgesel rehberler (% 11,36) bölgesel rehberlere (%8,70) oranla, efsanelerin tura ilişkin etkisinin olmadığını düşünmektedirler. Dördüncü kodlama, "Markalaşma"dır. Bu kodlamada (% 13,64) bölgesel rehberler (% 8,70) bölgesel rehberlere kıyasla, efsanelerin markalaşmaya olan etkisinin daha fazla olduğunu belirtmektedirler. Beşinci kodlama olan "Unutulmaz Deneyim" kodlamasında, (%17,39) bölgesel rehberler (%9,09) bölgesel rehberlere kıyasla tur esnasında anlatılan efsanelerin, turiste unutulmaz bir deneyim sağladığını ifade etmektedirler. Son kodlama olan "Pozitif İmaj" kodlamasında, bölgesel rehberlerin (%20,45) oran ile bölgesel rehberlerden daha çok efsanelerin pozitif imaj sağladığını düşünmektedirler.

Katılımcılara yöneltilen sorulardan bir tanesi de "Hikâye/ Efsane anlatımının turu akılda daha kalıcı hale getirdiğini düşünüyor musunuz?" sorusudur. Bu soruya araştırmaya katılan rehberlerimizden 12 tanesi "Evet, kesinlikle düşünüyorum" yanıtını verirken, 5 tanesi "Hayır" yanıtını vermiştir. Böylece katılımcılarımızın çoğunun tur esnasında anlatılan efsanelerin turu kalıcı hale getirdiği fikrinde oldukları tespit edilmiştir.

Kapadokya Bölgesinde tur esnasında efsane anlatımının gelen turistleri ne şekilde etkilediğine dair turist rehberlerinin görüşleri çalışma yıllarına göre farklılık gösterip göstermemesi durumunun tespit edilmesine çalışılmıştır.

Tablo 5. Efsanelerin Turistin İlgisine Olan Etkisi (Çalışma Yılına Göre Rehber Görüşleri)

Kategori	1-5 Yıl (%)	5 Yıl Üstü (%)	Toplam
İlgi Çekiyor	39.53	37.50	77.03
Monotonluktan Kurtulma	9.30	8.33	17.63
Etkisi Olmuyor	4.65	20.83	25.48
Markalaşma	16.28	4.17	20.45
Unutulmaz Deneyim	13.95	8.33	22.28
Pozitif İmaj	16.28	20.83	37.11

Tablo 5'te görüldüğü üzere araştırmaya katılan profesyonel turist rehberleri, tecrübe yılına göre "1-5" ve "5 yıl üstü" olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bu iki grup bazında, tur esnasında anlatılan efsanelerin etkilerine dair görüşleri incelenmiştir.

İlk olarak "İlgi Çekiyor" kodlamasında 1-5 yıl arasında çalışan profesyonel turist rehberlerinin (% 39,53) oran ile 5 yıl ve üstü tecrübeye sahip turist rehberlerinin (% 37,50) oran ile efsanelerin ilgi çektiğini düşünmektedir. İkinci olarak "Monotonluktan Kurtulma" kodlamasına, her iki grup da benzer oranlarda katılım sağlamıştır. Üçüncü "Etkisi Olmuyor" kodlamasına 5 yıl ve üstü olan turist rehberlerinin (% 20,83), 1-5 yıl deneyimi olan turist rehberlerine oranla (% 4,65) efsanelerin tura ilişkin etkisinin olmadığını düşünmektedirler. Dördüncü kodlama, "Markalaşma"dır. Bu kodlamada 1-5 yıl arasında deneyime sahip rehberlerin (%16,28) 5 yıl ve üzeri deneyime sahip rehberlere oranla (%4,17) efsanelerin markalaşmaya olan etkisinin daha fazla olduğunu belirtmektedirler. Beşinci kodlama olan "Unutulmaz Deneyim" kodlamasında, (%13,95) 1-5 yıl tecrübeye sahip rehberler (% 8,33) 5 yıl ve üstü deneyime sahip rehberlere kıyasla tur esnasında anlatılan efsanelerin, turiste unutulmaz bir deneyim sağladığını ifade etmektedirler. Son kodlama olan "Pozitif İmaj" kodlamasında, her iki grubun da efsanelerin pozitif imaj sağladığını düşündüğü görülmektedir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerine, anlattıkları efsane ve hikâyeleri nereden öğrendiklerini tespit etmeye yönelik "Kapadokya bölgesinde anlatılan hikâye, mit, efsanelere ilişkin bilgi kaynaklarınız nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların yanıtları doğrultusunda oluşturulan tabloda yararlanılan kaynaklar belirtilmiştir.

Tablo 6. Turist Rehberlerinin Efsanelere Dair Bilgi Kaynaklarına İlişkin Frekans Dağılımı

Kategori	Kod	(f) (%)	(f)
Kaynaklar	Meslektaş-Yerel Halk	9.80	9
	İnternet-Kitap-Dergi	11.80	11
	Akademik	2.90	3
	Yetersiz Kaynak	6.90	4

Araştırmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin efsanelere ilişkin bilgi kaynakları incelendiğinde; (%11,80) oranının "İnternet-Kitap-Dergi" gibi kaynaklardan yararlandıkları (% 9,80) oranının "Meslektaş ve Yerel Halktan" aldıkları bilgileri kullandıkları, (%2,90) oranının "Akademik" olarak yapılan çalışmalardan faydalandıkları tespit edilmiştir. Elde edilen bir diğer bulgu ise (%6,90) oranında katılımcıların

efsanelere ilişkin kaynakların yetersiz olduğunu belirtmesidir. Rehberlerin bilgi kaynaklarına dair verdikleri bilgileri içeren ifadelerden bazıları şu şekildedir:

K4: "Hıristiyanlıkla ilgili hikâyeler anlattığım için Yeni Ahit Hikâyeleri, kilise anlatıları ve kilise kayıtlarını kaynak olarak kullanıyorum."

K5: "Okuduğum hikâyelerden, yerel halktan özellikle Avanoslulardan duyduklarımı anlatıyorum."

K6: "Okuldaki mitoloji dersleridir."

K7: "Benden daha tecrübeli olan rehber ağabeylerim."

K8: "Eski rehberlerden öğrendiklerim."

K10: "Ben burayım, bu bölgedenim, o yüzden kaynak yaşadıklarım, aile büyüklerim, kitaplar ve internet ama daha çok ailem."

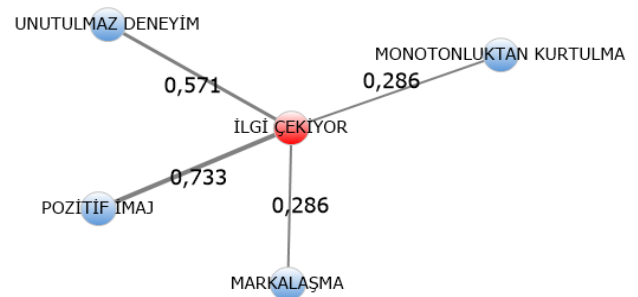
K12: "Aslında hikâyelerle ilgili pek kaynak yok."

K13: "Yok, anlatmıyorum."

K15: "İnternet, yerel halk, anonim, hayal gücüm."

Yapılan görüşmelerde, Hıristiyanlık ile ilgili hikâyelerin kaynağı Yeni Ahit olarak belirtilirken, daha çok bölgeye özgü efsanelerin kaynağı ise daha çok yerel halk ve tecrübeli rehberler olarak belirtilmiştir. Bunların dışında kaynağı okulda aldığı mitoloji dersleri ya da aile büyükleri olarak belirten rehberler ile kaynakların yetersiz olduğunu ifade eden rehberler de bulunmaktadır. En ilginç yorumu ise bazen hikâyenin sonunu unutup o an uyurduğunu bu yüzden kaynağının hayal gücü olduğunu belirten K15 yapmıştır. Bu durum bize rehberlerin bazen hikâyelerin sonunu kendilerinin tamamlayabildiğini belki de bu yüzden hikâyelerin farklı versiyonlarının oluşabileceğini göstermektedir.

Araştırmada kodlamalar sonucu oluşturulan kategorilerin birbirleri ile olan ilişkilerini tespit etmek amacıyla bağlantı analizi yapılmıştır. Bağlantı Analizi, bir ağ grafiği kullanarak kodlar veya kategoriler arasındaki bağlantıları görselleştirmeyi sağlar (Péladeau, 2021). Rehberlerin efsane anlatımlarında en çok yüzdeye sahip ilgi çekiyor kategorisi ile bağlantılı kategoriler bağlantı analizi ile açıklanmıştır (Şekil 1).

**Şekil 1.** Kategoriler Arası Bağlantı Analizi

Şekil 1'deki kategoriler arasındaki ilişkilere göre; efsanelerin ilgi çekmesi ile bağlantılı kategoriler sırasıyla "Pozitif İmaj" sonrasında "Unutulmaz Deneyim" ve eşit oranda

“Monotonluktan Kurtulma” ve “Markalaşma” kategorilerinde görülmüştür. Tur esnasında efsanelerin anlatılması tura katılan turistler için unutulmaz bir deneyim yaşamalarını sağlarken, destinasyon imajının olumlu yönde gelişmesine katkı bulunduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca efsane anlatımları tur esnasında turistler için monotonluktan kurtulmalarını ve ilgi çekici bir ortamın oluşmasını sağlamaktadır. Efsanelerin bölgenin markalaşmasına da katkı sağladığı anlaşılmaktadır.

5. Sonuç ve Öneri

İnsanoğlu var olduğundan beri bir şeyleri anlamlandırma çabası ile daima bir arayış içinde olmuştur. Buna bağlı olarak gözlemler yapmış ve etrafında gördüğü dağa, taşta, akarsuya veya çeşitli bitkilere efsane ve mitler aracılığıyla anlam yüklemiştir. Sağlık turizmi, kültür turizmi ve inanç turizmi ile yakın ilişki içerisinde olan efsaneler, insanların geçmiş ve gelecek arasında bir bağ kurmalarına yardımcı olmaktadır. Bunun temel nedeni, efsanelerin geçmiş toplumların gelenek göreneklere inançları ve yaşama biçimlerine dair bilgiler içermesidir.

Mevcut araştırmada elde edilen bulgulardan turist rehberlerinin efsaneleri tur esnasında kullandıkları ve çoğunlukla olarak efsanelerin, turistler tarafından ilgi çektiği ve turu monotonluktan kurtardığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar alanyazında bazı araştırmaların (Bknz. Aktaş & Batman, 2010; Pekiyan, 2018; Sezer, 2019; Kaya & Gümüş, 2020; Elvan & Asmadili, 2021; Kaya & Ünlüöner, 2021) elde ettikleri sonuçlar ile örtüşmektedir. Ayrıca turist rehberleri de efsane anlatmaktan keyif almakta ve bunun hem kendi açısından hem de turist açısından eğlenceli olduğunu düşünmektedirler. Bu açıdan elde edilen bulguya benzer şekilde Kaya & Ünlüöner (2021) tur esnasında anlatılan hikâyelerin rehberlerin anlatımını daha güçlü kıldığı ve turist ile olan iletişimini de kuvvetlendirdiği sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmanın bir diğer sonucu ise; efsanelerin destinasyona pozitif imaj sağladığı, destinasyonun markalaşmasına aracı olduğu ve turistlerin destinasyona ilişkin unutulmaz bir turizm deneyimi yaşamasına katkı sunduğudur. Buna benzer sonuçlar, Aktaş & Batman, 2010; Pekiyan, 2018; Elvan & Asmadili, 2021 çalışmalarında mevcuttur. Özellikle belirtmek gerekirse, Kaya ve Ünlüöner, 2021 çalışmalarında, tur esnasında hikâye anlatımının unutulmaz deneyim oluşturması yönüyle turist tarafından değerli algılandığını ortaya koymuşlardır. Bu bağlamda yukarıda katılımcıların ifadelerine bakıldığında çalışma Weiler & Walker (2014) ve Kaya & Ünlüöner (2021) çalışma sonuçları ile örtüşmektedir.

Araştırmaya hem ülkesel hem de bölgesel profesyonel turist rehberleri katılım sağlamıştır. Buna bağlı olarak efsanelerin ülkesel ve bölgesel turist rehberlerinin liderlik ettiği turlarda farklılık gösterip göstermediğine ilişkin yapılan analiz sonucunda, her iki grupta da efsanelerin benzer oranda ilgi çektiği görülmüştür. Bölgesel rehberlerin ülkesel rehberlere kıyasla eşlik ettiği turlarda efsanelerin turu daha çok monotonluktan kurtardığı tespit edilmiştir. Ülkesel rehberler bölgesel rehberlere oranla efsanelerin destinasyon markalaşmasına daha çok etkisi olduğunu

belirtilmektedir. Unutulmaz turizm deneyimi konusunda ise bölgesel rehberlerin düzenlediği turlarda daha çok etki olduğu tespit edilmiştir. Son olarak, ülkesel rehberler bölgesel rehberlerden daha çok efsanelerin pozitif imaj sağladığını ifade etmektedirler.

Mevcut araştırmaya, turist rehberliği mesleğini çeşitli yıllardır icra eden profesyonel turist rehberlerinin görüşleri temel alınmıştır. Bu yıllar 1-5 yıl ve 5 yıl üzeri olarak iki ayrı grupta değerlendirilmiştir. Burada tespit edilmek istenen şey mesleğe henüz yeni başlayanlar ile mesleği daha uzun süredir icra edenler arasında efsanelerin farklılık gösterip göstermediğini anlamaktır. Her iki grup tarafından efsanelerin tur süresince ilgi çektiği ve turu monotonluktan kurtardığı belirtilmiştir. Fakat 5 yıl üstü çalışan turist rehberlerinin 1-5 yıldır çalışan rehberlere oranla, efsanelerin tura etkisi olmadığı ifade edilmiştir. 1-5 yıl arasında deneyime sahip turist rehberlerinin diğer turist rehberlerinin ifadelerine kıyasla, efsanelerin destinasyon markalaşmasına daha çok katkı sağladığı ve turistlerin unutulmaz turizm deneyimlerine katkı sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca her iki grupta yer alan turist rehberleri de efsanelerin destinasyona pozitif imaj sağladığını düşünmektedir.

Turist rehberlerinin efsanelere ilişkin bilgi kaynaklarının sırasıyla “internet, kitap, dergi”, “meslektaş ve yerel halk”, “akademik” olduğu belirtilmiştir. Buna ek olarak katılımcılar efsanelere ilişkin kaynakların yetersiz olduğunu da ifade etmişlerdir. Bu sonuç Aktaş & Batman, 2010 çalışmasındaki sonuç ile benzeşmektedir. Son olarak yapılan bağlantı analizinde, oluşturulan kodlar ve ilişkilerde rehberlerin efsane anlatımlarında en fazla yüzdeye sahip kodun “ilgi çekiyor” kodu olduğu belirlenmiştir.

Sonuç olarak, efsaneler, turizm rehberliği mesleğinde önem taşımaktadır. Düzenlenen turlarda, turist rehberinin mesleği icra ettikleri süre ve çalışma kartı türüne göre efsanelerin kullanımının farklılaştığı görülmüştür. Bir turistik ürün olarak efsaneler turist rehberinin turunu çekici hale getirmeye, destinasyon markalaşmasına ve imajına pozitif etki ettiği ve turistlerin algısında bölgeyi unutulmaz kılmaya aracı olmaktadır. Araştırma sonucunda turist rehberlerine, turizm/ turist rehberliği eğitimi veren lisans ve ön lisans programlarının müfredatlarına, gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik öneriler teorik ve pratik olmak üzere iki başlık altında aşağıda ifade edilmiştir.

4.1. Teorik Öneriler

Turist rehberliği eğitim sürecinde, efsaneler yalnızca mitoloji ve inanç turizmi gibi derslerin içeriğinde yer almaktadır. Fakat binlerce uygarlığın yaşamış olduğu Anadolu coğrafyası sayısız efsane içermektedir. Buna bağlı olarak turist rehberliğine dair müfredatta Anadolu İnanç Turizmi kapsamında, yerel efsanelerin, tarihi kişiliklerin, fenomenlerin ve bu hikâyelere dair mekânların daha detaylı bir şekilde ele alınması önerilmektedir. Nitekim bölgede anlatılan efsanelerin çeşitli akademik kaynaklardan derlenmesi gerektiği katılımcılar tarafından vurgulanmıştır.

Bu çerçevede, Kapadokya bölgesinde hizmet veren, Nevşehir Turist Rehberleri Odası (NERO) Kapadokya'nın efsanelerine, mitlerine dair araştırmalar yaparak konuyla ilgili kitapçık ve broşürler oluşturup, bölgedeki aktif profesyonel turist rehberlerine ve rehber adayları yetiştiren ilgili kurum ve kuruluşlara bunları dağıtabilir. Ayrıca, her turist rehberi odasının yapması gereken birkaç görevi vardır. Bunlardan bir tanesi, üyesi olan rehberlerin meslek içi eğitimine ve meslekte uzmanlaşmasına katkı sağlamalarıdır. Buna bağlı olarak, NERO, Kapadokya Efsaneleri üzerinde uzmanlaşma, Anadolu İnanç Turizmi üzerinde uzmanlaşma şeklinde eğitimler düzenleyerek gelişmelerine destek olabilirler. Efsanelerin bilgi kaynaklarının yetersiz olarak görülmesi üzerine ilgili araştırmacıların her bir bölgeye ait efsaneler hakkında kitap yazmaları önerilmektedir. Halk bilimcilerin yerel halk ile görüşmeler gerçekleştirerek bilinmeyen efsaneleri ortaya çıkarıp derleyerek belgesel niteliğinde bir programla insanlara tanıtılabilir. Böylece efsanelerin gelecek nesillere ve gelecek rehber adaylarına ulaştırılması sağlanabilir. Ayrıca bu belgeseller İngilizce başta olmak üzere diğer yabancı dillere de çevrilerek yabancı turistlere aktarılmalıdır.

4.2. Pratik Öneriler

- Turist rehberleri, liderlik ettiği turlarda daha etkili bir sunum gerçekleştirmek, turistlerin ilgisini çekmek ve turun çekiciliğini artırmak amacıyla bölgenin efsanelerini ve varsa yerel hikâyelerini mutlaka anlatmalıdır.
- Rehberler turun akılda daha kalıcı hale gelmesi için bu anlatımlara turistleri de katarak hikâyenin sahnelenmesini sağlayabilirler.
- Benzer şekilde turistlerin unutulmaz tatil deneyimine katkı sağlamak amacıyla günümüz teknolojisi olan 3D gözlükler ile hazırlanmış gösteriler daha aktif kullanılabilir.
- Teorik kısımda önerilen belgesel programları, rehberler tarafından ilgili destinasyona yaklaşıldığında araç içerisindeki televizyondan izletilebilir.
- Konaklama işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acentaları hazırlanmış oldukları tanıtım broşürlerinde efsanelere yer vererek efsanelerin daha ön plana çıkmasını sağlayabilirler.
- Yerel turistik ürün üreticileri, efsanelere ilişkin tanımlayıcı ürünler tasarlayıp pazarlayabilirler. Böylece Kapadokya'nın markalaşmasında efsanelerin önemi ortaya çıkabilir.

Araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu sınırlılıklardan birincisi araştırmanın sadece Kapadokya bölgesinde mesleğini icra eden profesyonel turist rehberleri üzerinden yapılmasıdır. Araştırmada nitel araştırma yöntemleri ile yapılması araştırmanın bir başka sınırlılığıdır. Bu bağlamda gelecek çalışmalarda, nicel yöntemlerle turistlere uygulanarak turistlerin bakış açısından da efsanelerin değerlendirilmesi önerilmektedir. İkinci bir öneri ise, diğer bölgelerde çalışan turist rehberleri ile de görüşmeler yapılarak, bölgeler arası kıyaslanmanın yapılmasıdır.

Etik Beyan: Çalışmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşmenin gerçekleştirilmesi için Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Etik Kurulu'nun 20/06/2023 tarihindeki 6 numaralı toplantısında 2023.06.202. sayılı karara göre izin alınmış olup aksi bir durum yaşandığında TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu bulunmamaktadır. Çalışmanın yazarları tüm sorumluluğu üzerine almaktadır.

Yazar Katkı Beyanı: Çalışmada tüm yazarlar %33.3 oranında eşit bir şekilde katkı sağladığını kabul etmektedir.

Çıkar Beyanı: Yazarlar aralarında çıkar çatışması olmadığını beyan etmektedir.

Kaynakça

- Açııcı, F.K., Ertaş, Ş. & Sönmez, E. (2017). Sürdürülebilir Turizm: Kültür Turizmi ve Kültürel Miras. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 52-66.
- Akpınar, G. & Koç, H. (2023). Kapadokya Turizminin SWOT Analizi ile İncelenmesi ve Bölgede Turizmi Geliştirmek İçin Öneriler. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 316-334, <https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1244>.
- Aktaş, S. & Batman, O. (2010). Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma Özet, *E-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 3C0054.
- Alptürker, İ.G. (2013). *Nevşehir Efsaneleri Üzerine Bir Araştırma (İnceleme-Metinler)*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı, Nevşehir, <http://hdl.handle.net/20.500.11787/987>.
- Anderson, G.L., & Herr, K. (2010). Generating Practitioner Knowledge Through Practitioner Action Research Moving From Local to Public Knowledge. In *The Routledge Doctoral Student's Companion* (pp. 329-340). Routledge.
- Aslan, F. (2012). Halk Bilimsel Bir Terim Olarak "Efsane" Üzerine Bazı Dikkatler. *Journal Of International Social Research*, 5(23), 82-90.
- Bandoğlu, Z. (2015). Türkiye'de Kültür Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(02), 155-168.
- Bayat, F. (2007). *Mitolojiye Giriş*, Ötügen Neşriyat A.Ş., İstanbul.
- Büyükkuru, M. & Aslan, Z. (2015). Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34), 338-354.
- Carr, A. (2006). Lakes, Myths And Legends: The Relationship Between Tourism And Cultural Values For Water In Aotearoa/ New Zealand, *Lake Tourism: An Integrated Approach To Lacustrine Tourism Systems*, 32, 83.
- Çınar, B., & Toksöz, D. (2020). Turist Rehberliğinde Hikayeleştirme ve Mekânların Tüketimi, *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 3(1), 1-17, <https://doi.org/10.34090/tured.732214>.
- Çulha, O., (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Araştırması, *Journal of Yasar University*, 3(12), 815-840.
- Elvan, E., & Asmadili, V. U. (2021). Mitolojik Anlatıların Kültür Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi: Arzu İle Kamber Efsanesi Çat Kasabası Varyantı, *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 8(4), 1572-1600, <https://doi.org/10.46868/atdd.179>
- Görkem, İ. (2014). Haşan Dağı İle Ali Dağı Efsanesinin Kaynakları ve Varyantlarının Değerlendirilmesi, *Ondokuz Mayıs University*

- Journal of Education Faculty*, 5(1), 55-59.
- İslamoğlu, H., & Almacık, U. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (15. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kaya, B., & Gümü, M. (2020). Postmodern Bir Araç Olarak Hikaye Anlatıcılığının Turizm Açısından Önemi. *Journal of Applied Tourism Research*, 1(2), 115-132.
- Kaya, B. Ünlüören, K. (2021). Turist Rehberlerinin Kültürel Miras Aktarımında Hikâye Anlatıcılığının Rolü, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 2166-2179, <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.840>
- Kirk, G. S. (1973). *Myth: Its Meaning & Functions in Ancient and Other Cultures*, University of California Press Bentley House, London.
- Kurar, İ., & Baltacı, F. (2021). Medikal Turizm Potansiyeli Üzerine Nitel Bir Araştırma: Antalya Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 176-199, Doi: 10.26677/Tr1010.2021.659.
- Özen, İ.,A. & Özdemir, E. G. (2019). Kapadokya Sıcak Hava Balonculuğu Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 579-595.
- Öztürk, Ö. (2009). *Folklor ve Mitoloji Sözlüğü*, İstanbul: Phoenix Yayınları.
- Pekyaman, A. (2018). Turist Rehberlerinin Tur Cazibesini Artırmada Yararlanabilecekleri Bir Araç Olarak Efsaneler: Afyonkarahisar Efsaneleri Örneği, *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1(2), 139-152, <https://doi.org/10.34090/tured.497597>.
- Péladeau, N. (2021). Mixing Beyond mixed methods. *The Routledge Reviewer's Guide to Mixed Methods Analysis*, 291(10.4324), 9780203729434-25.
- Pérez Aranda, J.R., Guerreiro, M., & Mendes, J. (2015). Are Myths And Legends Used In Tourism Communication As A Resource?: The Case Of Algarve Online Brochures, Enlightening Tourism. *A Pathmaking Journal*, 5(1), 65-99, <http://hdl.handle.net/10272/10920>.
- Polat, S.A. & Batman, O. (2010). Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma, *Social Sciences*, 5(4), 367-395.
- Robb, J.G. (1998). Tourism And Legends Archaeology of Heritage. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 579-596, [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00016-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00016-4).
- Sezer, İ. (2019). Mitolojik ve Efsanevi Unsurların Turistik Çekicilik Üzerine Etkilerinin Değerlendirilmesi: Giresun Adası Örneği, *Social Sciences*, 14(5), 2463-2500, DOI:10.29228/TurkishStudies.32642
- Toraman, S. (2023). Nitel Araştırmalar ve Eylem Araştırmaları: Hangi Desen Ne Zaman, Neden ve Nasıl Kullanılır? (Ed. S. Toraman) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırmalar ve Eylem Araştırmaları*, ss 1-20, Pegem Yayınları, Ankara.
- Tuncer, H. (2016). *Zelve Açık Hava Müzesi'nde bulunan Bahkılı ve Üzümlü Kilise'nin Mimarisi ve Resim Programı* (Yayımlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Türk Dil Kurumu (TDK), (Haziran, 2023). *Efsane Tanımı*, <https://sozluk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 29.06.2023.
- Weiler, B. & Walker, K. (2014). Enhancing the Visitor Experience: Reconceptualising the Tour Guide's Communicative Role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21(2014), 90-99, <http://dx.doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.08.001>.
- Woodside, A.G., Cruickshank, B.F. & Dehuang, N. (2007). Stories Visitors Tell About Italiancities As Destination Icons, *Tourism Management*, 28(2007), 162-174, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.10.026>.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri Güncelleştirilmiş Geliştirilmiş* Baskı, Seçin Yayıncılık, Ankara.
- Zengin, B., Eker. N. & Bayram, G.E. (2017). Turist Rehberliği Meslek Kanununun Profesyonel Turist Rehberlerince Değerlendirilmesi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 142-156, <https://doi.org/10.24010/soid.335101>.