



Kültürel Değerlerin Aktarılmasında ve Tanıtılmasında Profesyonel Turist Rehberlerin Rollerini¹

Roles of Professional Tourist Guides in the Transfer and Promotion of Cultural Values

Ayşenur AKKUL 

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı,
ayseakkul150@gmail.com

MAKALE BİLGİSİ

Geliş: 18.03.2022

Kabul: 06.07.2022

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

Araştırma Makalesi

ÖZ

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

ARTICLE INFO

Received: 18.03.2022

Accepted: 06.07.2022

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

Research Article

ABSTRACT

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

¹ Bu çalışma "Kültürel Değerlerin Aktarılmasında Profesyonel Turist Rehberlerinin Rollerini: Konya Örneği" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

1. GİRİŞ

Turist rehberliği mesleği, birçok medeniyetin dili, ırkı, milliyeti kültürü ve tarihi hakkında bilgi aktarımında bulunan önemli meslek gruplarından. Destinasyonu ziyarete gelen turist ile destinasyon arasında önemli bir köprü ve aracı konumundadır aynı zamanda temsil ettikleri ülkeyi tanıtmada, doğru aktarımda bulunmada kültür elçisi rolü üstlenmektedir. Bir kültür yorumcusu olan turist rehberleri, turistin ziyaret ettiği ülkenin veya bölgenin kültürel değerleri hakkında deneyim kazanmasına ayrıca o kültürün öğrenilmesine imkan vermektedirler. Turist rehberleri toplumlar arası kültürel etkileşimi kolaylaştırmaktadır (Zengin & Eker, 2014). Bunun yanı sıra turist rehberleri, turistlerin destinasyonda ihtiyaç duyduğu hizmetin karşılanmasında da yardımcı olmaktadır. Turistik hizmetin karşılanmasında, kültürel farklılıklardan çıkabilecek sorunları olabildiğince aza indirmek ve kültürel açıdan yetkinliğe sahip olma bakımından turist rehberlerine önemli roller düşmektedir (Hopkins & Nie, 2009). Turist rehberlerinin bilgi aktarımında buldukları ülkenin değerlerinin sürdürülebilirliğini sağlayabilmesi önemli rollerinden biridir. Bölgeyi veya ülkeyi ziyarete gelen bir turistin ilk karşılaştığı kişi turist rehberidir. Dolayısıyla destinasyonun anlaşılmasında ve yorumlanmasında en önemli kaynak turist rehberleridir. İmajını yansıttığı ülke hakkında turistlere bilgi ve fikir sağlarken sadece kendilerini ve meslektaşlarını değil, seyahat acentelerini, tur operatörlerini ve ülkesini de turistlere temsil etmektedir (Çetinkaya, 2015). Turistlerin ziyaret etmek istedikleri destinasyon hakkında broşür, kitap, internet vs. gibi kaynaklara bakarak önceden bilgi sahibi olabilmeleri mümkündür. Ancak ülkenin dili, dini, kültürü, gelenek ve görenekleri hakkında bilgi sahibi olabilmeleri için turist rehberlerine ihtiyaçları vardır. Bu sebeple destinasyonun doğru bir şekilde tanıtılmasında asıl kilit nokta turist rehberleridir (Çetinkaya, 2015). Bu çalışma mevcut çalışmalardan farklı olarak, Konya’da daha önce yapılmamış bir çalışma olmasından ve demografik faktörleri bütüncül bir yaklaşımla ele almasından özgünlük oluşturmaktadır. Bu çalışmada, Konya’da turist rehberlerinin kültürel değerleri aktarmasındaki rolleri ile demografik faktörler arasında ne tür bir ilişki olduğu belirlenmeye çalışılarak literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır. Çalışmanın literatür kısmında Turist rehberliği mesleğinin tanımı yapılarak turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasında demografik faktörlerin etkisi hakkında bilgiler verilmektedir. Araştırmanın devamında yapılan teorik incelemelere bağlı olarak yapılan ampirik çalışmanın hipotezleri ve metodolojisi hakkında ayrıntılı bilgi sunulmaktadır. Konya ilini en az bir kez ziyaret etmiş eylemli olarak görev yapmakta olan turist rehberinden toplanan verilerin analizinden elde edilen bulgular aktarılmaktadır. Elde edilen bulgular ışığında, turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasında, tanıtılmasında, kültürlerarası etkileşimin sağlanmasındaki algıları hakkında değerlendirmeler yapılmakta ve demografik özelliklere göre elde edilen benzerlikler ve farklılar irdelenmektedir.

2. TURİST REHBERLERİNİN KÜLTÜREL DEĞERLERİN AKTARILMASINDAKİ ROLLERİ

Turist rehberi, turistlerin gezileri boyunca, onlarla sürekli iletişim halinde olan, tur başlangıcından bitişine kadar gezi etkinliğini kolaylaştıran, onlara yardımcı olan, kişilerdir. Prakash & Chowdhary (2010) rehberlerin liderlik ve yöneticilik özelliklerine vurgu yaparken; aynı zamanda turist rehberlerini yerli ve yabancı turistlere gezileri boyunca eşlik eden, yeme, içme, konaklama gibi her türlü kişisel ihtiyaçları tur boyunca kusursuz bir biçimde karşılayan, turu yöneten kişiler olarak tanımlamaktadırlar. Turist rehberleri istenmeyen kriz durumlarında problemi liderlik vasfı gereğince kontrol altına alan, yöneten ve turistlerin seyahati süresince haklarını koruyan kişiler olarak tanımlanmaktadır (Yıldız vd., 1997). Howard vd., (2001) turist rehberlerini geleneksel değerlerin sürdürülebilirliğini sağlamak için bilgiyi en iyi şekilde aktaran ve o değerlere erişimi kolaylaştıran liderler olarak tanımlamışlardır. Turist rehberleri turistlerin unutulmaz, eğlenceli bir seyahat deneyimi kazanmalarını sağlayan en önemli kişilerdir. (Weiler & Ham, 2002). Turist rehberleri aynı zamanda yerel halk ve turistler arasında tercüman konumundadırlar (Şahin, 2012). Turist rehberleri sadece turistlerin değil yerel halkın da yaşadıkları bölgeyi anlamalarında ve zengin deneyimler kazanmalarında önemli bir rol üstlenirler (Ap & Wong, 2001; Ham & Weiler, 2003; Kong, 2014). Turist rehberleri, turistlere ziyaret ettikleri bölgeler hakkında bilişsel ve duysal deneyim kazandırarak, var olanın da ötesine geçirecek ziyareti unutulmazlar arasına yazdıran önemli bir araçtır (Gutic vd., 2010; Poria vd., 2009). Huang vd.’e (2011) göre turist rehberlerinin sergilemiş oldukları performans ile turist memnuniyeti arasında doğru orantı vardır. Zhang & Chow (2004), turistik değerler hakkında bir imaj oluşmasının ve gezi sonunda memnuniyet düzeyinin artmasının turist rehberlerinin sergiledikleri performansa bağlı oldukları kanısına varmışlardır. Nitekim, gezi sırasındaki birçok olumsuzluğa rağmen, turistlerin geziden memnun ayrılmaları sergilemiş oldukları performans sayesinde mümkün olacaktır. Bu nedenle turist rehberleri ülke imajının doğru yansıtılmasında, turistik deneyimin oluşmasında köprü konumundadırlar.

Cohen’e (1985) göre turist rehberliği mesleğinin en önemli iki parçası yol göstericilik ve danışmanlıktır. Turist rehberinin rollerine ilişkin iki en önemli nokta, kaynak yönetimi ve bilgilendirmedir. Cohen ayrıca turist rehberlerinin rollerini incelemiş, turist rehberlerinin rollerinin düzenleyici, sosyal, etkileşimsel ve iletişimsel olmak üzere dört ana bileşenden oluştuğu kanısına varmıştır. Rehberin rolünün düzenleyici bileşeni, devam etmekte olan turun sorunsuz bir şekilde tamamlanması konusundaki sorumluluğuyla ilişkilidir. Sosyal bileşen rolü, destinasyonu ziyarete gelenlerin birbirleri ile uyumlu ilişkiler kurma konusundaki sorumluluğudur. Etkileşim bileşeni, kendi grubuyla yerel nüfus, kurumlar ve turistik tesisler arasında bir aracı konumunda olmasıyla ilgilidir. İletişim bileşeni, rehberin destinasyonla

ilgili gerekli tüm özel bilgileri turistlere en iyi şekilde aktarma rolüyle ilgilidir. Birçok araştırmacı tarafından tur rehberinin rolü “arabulucu”, veya “kültür elçisi” rolü olarak tanımlanmıştır (Cohen, 1985). Bu işlevler, bir tur rehberinin ziyaretçiler ve yerel halk arasında kültürel bir köprü görevi gördüğünü ve yerel halkın kültürünü ziyaretçilere yorumlamada, aktarmada önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Kültür, bir milleti diğerlerinden farklı kılan yaşam biçimleri ve her milletin kendisine has olan millî değerleridir (Ergin, 1986). Bir toplumun kültürünün temelini oluşturan değerler, bir kişi veya bir grup tarafından kabul edilen standartlar, inançlar, ritüeller, davranış şekilleri veya ahlaki ilkelerdir (Siber & Sikavica, 2001). Kültürel değerler, toplumun ortak değer yargılarını taşıyan belli standartları içeren toplum tarafından kabul edilen soyut fikirlerdir. Bu değerler, insanların davranışlarını yönlendiren belirli normların temeli olan özgürlük, refah ve güvenliği de içerebilmektedir (Schwartz, 1999). Kültürel değerler başka bir ifadeyle; bir ülkenin kültürel sermayesi olarak nitelendirilebilmektedir. Bunlar arasında; çevresel yapılar (eğlence ve doğa parkları, kültürel merkezler, alışveriş merkezleri) ve gösteriler (etkinlikler ve festivaller) sayılabilmektedir (Aslan & Çokal, 2016). Değer konusunda önemli çalışmalar yapan Schein (1990), geçmiş medeniyetlere ışık tutan değerlerin, kültürel öğelerin toplum tarafından belirlenmesinde ve kabul edilmesinde en önemli unsurlar olduğunu ifade etmiştir. Kültürel değerler, geçmiş medeniyetlerin yaşanmışlıklarını içinde barındıran, bu yaşanmışlıkları tarihsel süreç içerisinde inceleyen turizm açısından değer taşıyan eserlerin günümüze kadar gelmesi olarak ifade edilmektedir. Bu sebeple kültürel değerler, geçmişe ışık tutan, tarihin anlaşılmasına olanak sağlayan bir ayna özelliği taşımaktadırlar (Göğebakan, 2015).

Kültürel değerlerin aktarılmasında ve kültürlerarası etkileşimin sağlanmasında turist rehberleri turizmin öncülerindedir. Kültürlerarası etkileşimlerde turist ile ziyaret edilen destinasyon arasında kültürel bir boşluk oluşmaktadır. Turistler, ziyaret ettikleri destinasyon arasındaki kültürel boşluğu doldurmak adına rehberli turlara katılmakta ya da rehberlik hizmetinden yararlanmaktadır. Turistlerin yeni bir kültürel deneyim yaşamak istemeleri ya da ziyaret ettikleri destinasyonun tarihi, kültürü hakkında bilgi sahibi olmak istemeleri, rehberlik hizmeti kullanma nedenlerinin merkezini oluşturmaktadır (Çokal, 2015). Turistlerin çoğu destinasyonda sadece kısa bir süre geçirdikleri ve herhangi yerel bilgiye sahip olmadıkları için turistik aktiviteleri boş zaman açısından değerlendirebilmektedirler. Bu nedenle ziyaret ettikleri bölgelerin kültürel değerlerini, inançlarını, ritüellerini geleneklerini ve göreneklerini kavrayabilmeleri açısından bir rehber ihtiyacı duymaktadırlar (Ooi, 2002). Boyle & Arnott (2004), bir turist rehberinin asıl görevinin ziyaret edilen destinasyonun sahip olduğu değerlerini aktarırken, bilgiyi ilginç ve kültürel açıdan duyarlı bir şekilde sunarak turistlerin keyif aldığı bir deneyime dönüştürmek olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca Weiler & Ham (2001), yüksek kaliteli bir sunumun turist memnuniyeti üzerindeki etkisinin altını çizmektedir. Turist rehberliği mesleğinin en doğru şekilde icra edilmesinde, destinasyon hakkında doğru ve kaliteli bilgi aktarılmasında, turist rehberlerinin demografik özelliklerinden biri olan eğitim faktörü de önemli bir etken sayılmaktadır. Bu nedenle, turist rehberlerinin eğitiminde temel bilgilerin fonksiyonlu ve işlevsel hale getirilerek geliştirilmesi oldukça önemli bir konudur (Değirmencioğlu, 2001).

Türkiye’de turist rehberliği eğitimi, örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde verilmektedir. Örgün eğitim, üniversitelere bağlı olarak ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora şeklinde verilmekte ve bu eğitim sonucunda öğrenciler diploma almaktadır, yaygın eğitim ise Turist Rehberleri Birliği (TUREB)’in açtığı kurslarla verilmekte olup, eğitime katılanlar bu kurslar sonucunda sertifika almaktadır (TUREB, 2022). İyi alınmış bir turist rehberlik eğitimi, bilgili ve bilinçli rehberler yetişmesine, eşlik ettikleri turist grubunun ülkeyi veya bölgeyi ziyaretlerinden memnun ayrılmalarına, turizmdeki ülke imajının olumlu yönde gelişmesine, ülkenin sahip olduğu turistik ve kültürel değerlerin doğru anlaşılmasına aynı zamanda turizmden aldığı payın artmasına olanak sağlayacaktır (Eker & Zengin, 2016). Türkiye’de turizm eğitimini (Değirmencioğlu, 2001; Ural & Pelit, 2002; Erdiç & Yılmaz, 2002) ve turist rehberliği eğitimi (Kuşluvan & Çeşmeci, 2002; Temizkan, Temizkan & Öz, 2012; Eker & Zengin, 2016; Çokişler, 2017; Kürkçü, 2017; İşçeli & Kılıç, 2018; Başoda & Aylan, 2018) belirlemeye yönelik çalışmalar yapılmıştır.

Uçmuş (2021) G-20 ülkelerindeki turist rehberliği eğitimi hakkında bir araştırmanın sonucunda en fazla Türkiye’deki eğitim çeşitliliğine vurgu yapmıştır. Bu anlamda kurs, ön lisans, lisans ve yüksek lisans olmak üzere dört farklı seviyede turist rehberlerinin yetiştirildiğini belirtmiştir. Diğer ülkelerde ise, turist rehberliği eğitiminin çoğunlukla kurs seviyesinde verildiği ve bazı ülkelerde eğitimin zorunlu tutulmadığı sonucuna ulaşmıştır. Turist rehberlerinin kültürel değerlere göre demografik özelliklerinin belirleyiciliğini konu alan çalışmalar incelendiğinde;

Karacaoğlan & Yolal, (2019) kültürel mirasın korunması ve sürdürülmesinde turist rehberlerinin rolleri üzerinde bir araştırma yapmış, araştırmanın bulguları neticesinde turist rehberlerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılığın bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Çokal’ın (2019) “Turist Rehberlerinin Performansına ve Etik Davranışlarına Yönelik Turist Algılarının İncelenmesi” adlı çalışmasında, turistlerin sosyo-demografik özelliklerinin değerlendirilmesine ilişkin analizler sonucunda, turistlerin cinsiyetine göre yalnızca güvenilirlik boyutunda, eğitim durumuna göre güvenilirlik ve adil olma boyutunda, milliyete

göre yetenek boyutunda, turun süresine göre ise yine güvenilirlik ve adil olma boyutlarında algıların farklılaştığı sonucu elde edilmiştir. Bununla birlikte turistlerin yaşının ve ziyaret sayısının ise algılarını farklılaştırmadığı ortaya çıkmıştır.

Gökdemir & Hacıoğlu (2018) ‘‘Turist Rehberlerinde Tükenmişlik ve Meslekten Ayrılma’’ Niyeti adlı çalışmaları, turist rehberlerinin mesleği icra etmeye devam etmek isteyip istemediklerini belirlemek amacıyla yapılmış olup, turist rehberlerinin tükenmişlik seviyeleri sosyo demografik değişkenlere göre tespit edilerek bu değişkenlerin turist rehberlerinin meslekten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmanın bulguları ışığında, turist rehberlerinin yaşı ile tükenmişlikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmasına rağmen diğer sosyo-demografik özelliklerden biri olan cinsiyet, medeni durum ve eğitim durumu ile tükenmişlikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. 18-30 yaş grubundaki turist rehberlerinin tükenmişlik düzeylerinin 51 ve üzeri yaş grubu turist rehberlerine göre daha yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Luoh & Tsaur (2014) yaş stereotiplerinin turist rehberlerinin rollerine olan etkisini incelemiş, tur süresinin ve yaş aralıklarının turist rehberlerinin etkileşimsel ve iletişimsel rolleri üzerinde bir etkisinin olup olmadığını belirlemeyi amaçlamışlardır. Ayrıca bu çalışma turist rehberlerinin yaşlarının turistler üzerindeki etkilerini ve turistlerin özellikle genç ve orta yaşlı rehberlere karşı ön yargı oluşturup oluşturmayacaklarını, katılımcıların turist rehberinin rollerini algılamalarındaki yaş faktörünün etkisini ortaya koymuştur. Araştırmanın bulgularında etkileşimsel ve iletişimsel rollerinin belirlenmesinde orta yaşlı ve genç turist rehberlerinin daha yüksek puanlar aldığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin ve turist rehberlerinin yaşlarının, rehberlerin rollerinin algılamasında ve rehberlerle olan iletişimlerine etki ettiği ortaya çıkmıştır. Buna ilaveten turun süresinin de rehberlerin etkileşimsel ve iletişimsel rolleri üzerinde bir etkisinin olduğu görülmüştür.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma, turist rehberlerinin yerli/yabancı turistlere kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerine yönelik algılarını incelemeyi amaçlamaktadır. Turist rehberlerinin algılarının demografik özelliklere göre değişip değişmediğinin incelenmesi de araştırmanın diğer amacıdır. Bu amaçlara ulaşmak için aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır.

S1. Turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik rollerinde sosyo demografik özelliklere göre değişkenlik gösterir mi?

3.2. Araştırma Örneği

Konya ili geçmişten günümüze birçok medeniyete ev sahipliği yapmasının yanı sıra; Selçuklu Döneminden kalma ahşap sanatının kullanıldığı medreseler, müzeler, camiiler; Roma Döneminden kalma kiliseler ve şapeller gibi günümüze ulaşan tarihi ve sanatsal yapılarla da ünlü bir ildir (Forest, 2014). Konya ili, insanlık tarihi boyunca önemli bir ticaret ve kültür merkezi olarak gelişmiştir. Kültürel ve sanatsal değerler bakımından zengin olan bu il, yerli ve yabancı turistlere ev sahipliği yapmaktadır.

Çalışmada incelenen konulara ilişkin Konya’da daha önce yürütülmüş herhangi bir araştırmaya rastlanmaması çalışmayı benzerlerinden ayıran önemli bir farklılıktır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Bir kültür turizm şehri olan Konya ili araştırma alanı olarak tercih edilmiştir. Anket uygulamasına dayanan araştırmada veriler kesitsel tipte olup 2022 yılı içerisinde turist rehberleri odasına kayıtlı ve en az iki kez Konya ilinde rehberlik hizmeti sunmuş rehberler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır.

Arzu Toker (2011) tarafından geliştirilen ölçeğin kullanıldığı bu çalışma, nicel araştırma yaklaşımı ile hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Kişisel bilgilerin yer aldığı ilk bölüm rehberleri tanımaya, cinsiyet, eğitim gibi kişisel özelliklerini ortaya koymaya yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde Toker’in (2011) rehberlerin kültür elçisi rolüne ilişkin algıyı ölçtüğü ölçeğe yer verilmiştir. Kullanılan ölçek, bir kültür aktarıcısı olan turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik rollerini ölçmede kullanılmıştır. İlk olarak Toker (2011) tarafından kültür elçisi rolüne ilişkin algıyı belirlemede kullanılan ölçek daha sonra Çokal (2015) tarafından geliştirilmiştir.

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

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmada veri toplama süreci zorunlu olarak iki aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada ANRO'ya bağlı görev yapmakta ve Konya ilinin tarihi, kültürel değerleri hakkında bilgisi olan profesyonel turist rehberlerine posta yoluyla uygulanması planlanmıştır. Bu ilk aşamada tüm çabalara karşın yeterli verinin toplanamaması nedeniyle diğer odalara (ANRO, BURO, NERO, İRO, ÇARO, İZRO, GARO, ŞURO, ARO, ADRO, ATRO, TRO) kayıtlı rehberler de araştırmaya dahil edilmiştir. Bu ikinci aşamada toplam 12 rehber odasında kayıtlı rehberlere anket formu e-mail yoluyla ulaştırılmıştır. Rehberlerden Konya hakkında bilgi sahibi olup en az iki kez bu ilde rehberlik hizmeti verenlerin ankete cevap vermeleri istenmiştir. İki aşamalı veri toplama süreci sonunda kullanılabilir niteliğe sahip 250 anket formu bu çalışmanın veri setini oluşturmuştur. Veri incelemesinden sonra kullanılabilir nitelikte bulunan 250 turist rehberinin oluşturduğu araştırma örneğinin demografik özellikleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

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

Tablo 1. incelendiğinde; araştırmaya cevap verenlerin yaklaşık üçte ikisini erkekler (69,2) üçte birini ise kadınlar (30,8) oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımlarına bakıldığında, en küçük grubu yaklaşık %7 ile 18-25 yaş ve en büyük grubu yaklaşık %28 ile 32-38 yaş aralığındaki katılımcıların oluşturduğu görülmektedir. Genel bir değerlendirme ile araştırmaya katılanların yaklaşık dörtte üçü 25-45 yaş arası rehberlerden oluşmaktadır.

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

Tablo 1.'de yer alan veriler turist rehberlerinin tecrübesi bakımından incelendiğinde; araştırmaya katılanların yaklaşık yarısının (%53) 5 yıldan daha az bir süredir turist rehberliği mesleğini yaptığı, sadece %17 gibi düşük bir oranın uzun süredir (21 yıl ve üzeri) bu mesleği yürüttükleri görülmektedir. Örneklemin ağırlıklı olarak (%55,6) yerli turist grubuna hizmet verdikleri görülmektedir.

4.1.Tanımlayıcı İstatistikler ve Tek Örnek T Testi

Araştırmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin, kültürel değerlerin aktarılmasında üstlendikleri rollere ilişkin algılarının belirlenmesinde kullanılan ölçekte yer alan maddelere verdikleri cevapların ortalama ve standart sapmaları Tablo 2' de verilmiştir. Ayrıca turist rehberlerinin kültürel değerleri aktarmadaki algılarını istatistiksel bakımdan test etmek için *tek örnek -t- testinden* yararlanılmıştır. Tek örnek t testinde, orta düzeyi gösteren -3- test değeri ve $\alpha=0,05$ olarak alınmıştır.

Tablo 2. Kültürel Değerlerin Aktarılmasında Rehberlerin Rolü: Tanımlayıcı İstatistikler

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

Tablo 2'deki ortalamalar incelendiğinde değerlerin 4,15 ile 4,52 arasında değiştiği görülmektedir. Genel ortalama da 4,32 düzeyindedir. Diğer bir ifade ile turist rehberleri kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerinin önemini farkındadırlar. Bu istatistiksel bakımdan da doğrulanmıştır. Hem tüm maddeler hem de genel ortalama için hesaplanan t değerleri $p<0,001$ düzeyinde anlamlıdır.

4.2.Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Geçerlilik için yürütülecek faktör analizine başlamadan önce verilerin uygunluğu incelenmiştir. Bu anlamda yürütülen analiz sonucunda verileri faktör analizi için uygunluğunu gösteren Kaiser- Mayer- Olkin (KMO) değerinin (0,955) ve

Barlett test değerlerinin ise $<0,05$ olduğu görülmüştür. Değerler Tablo 3' te gösterilmiştir. Faktör analizi için $KMO>0.50$ olması öngörülmektedir (Chong & Rundus, 2004).

Devamında yürütülen açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre; Tablo 3'te görüldüğü gibi kültürel değerlerin aktarılması ölçeği, Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkı, Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkı, Kültürlerarası Etkileşime Katkı olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar Toker'in (2011) orijinal ölçekte geliştirdiği boyutlar ile uyumludur. Ölçeğin toplam açıklanan varyansı %73.121'dir. Her bir boyutun tek başına açıklanan varyans (VE) değerleri incelendiğinde sırasıyla Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkı boyutunun %27,013 Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkı boyutunun %26,915 ve Kültürlerarası Etkileşime Katkı boyutunun %19,193 düzeyinde kültürel değerlerin tanıtılmasını açıkladığı görülmektedir.

Tablo 3. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

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

Turist rehberlerinin, kültürler arasında denge kurmaları gerekir	,561
Turist rehberleri, kültürel uyumsuzlukları gidermede rol oynar	,714
KMO=,955 Bartlett's: 8858,234; p; ,000	

Bir ölçeğin güvenilirliğinin değerlendirilmesinde kullanılan en yaygın metot Cronbach alfa (α) katsayıdır ve bunun 0.70'den büyük olması tercih edilmektedir (Hair vd., 1998). Kültürel değerlerin korunmasına katkı boyutunun α değeri 0,953, kültürel değerlerin tanıtımına katkı boyutunun α değeri 0,926, Kültürlerarası etkileşime katkı boyutunun α değeri 0,918 olduğu ve güvenilirliğin sağlandığı görülmektedir. Bu noktada yürütülen geçerlilik ve güvenilirlik analizi sonuçlarına göre çalışmada kullanılan ölçeğin yeterli geçerliliğe ve güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir.

4.3.Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Turist Rehberlerinin Kültürel Değerleri Aktarması

Örneklem hacminin belirlenmesinde "Kabul edilebilir hata düzeyini esas alan yöntem" olarak kabul edile yöntemi kullanılması tercih edilmiştir. Anketin uygulanacağı birim sayısı, $n = \{z^2pq\} / d^2$ formülü yardımıyla hesaplanan denklemde; 0,05 anlamlılık düzeyinde $z=1,96$; d (duyarlılık)=0,05 ve p ve q değerleri 0,5 olmak üzere örneklem hacmi 250 olarak hesaplanmıştır (Ural ve Kılıç 2006). Faktör analizi sonucunda kültürel değerlerin aktarılması ölçeğinin üç alt boyuttan meydana geldiği görülmüştü. Bu bölümde demografik özelliklere göre bu alt boyutların farklılaşp farklılaşmadığı bağımsız örneklem T-testi ve Anova testi yardımı ile incelenmiştir.

4.3.1. Cinsiyete Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Araştırmamızın yaklaşık üçte ikisini erkekler geri kalanını ise kadınlar oluşturmaktadır. Kültürel değerlerin aktarılmasının cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin sonuçlar Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Cinsiyete Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

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

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

4.3.2. Yaşa Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Kültürel değerlerin aktarılmasına yaş etkisinin söz konusu olup olmadığına ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve analiz sonuçları Tablo 5'teki gibidir.

Tablo 5.Yaşa Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

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

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

Varyansların eşit olması durumunda araştırmacıların seçebileceği çoklu karşılaştırma testlerinden biri LSD (Least Significant Difference) testidir (Kirk, 1968; Kayri, 2009: 53). Bu araştırmada yer alan sonuçlara göre gruplar arasındaki farklılığın neden kaynaklandığını tespit edebilmek için LSD post-hoc testinin kullanılması ön görülmüştür. Analiz sonucu açık bir şekilde tüm farklıların 24 yaşından küçük turist rehberlerinden kaynaklandığını göstermiştir. Üç boyutun

tamamında yaş grupları arasında bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu durum Tablo 5'teki ortalama değerler incelendiğinde de açık bir şekilde görülmektedir. Kültürel Değerlere Katkı boyutunda 24 yaş altı hariç diğer gruplarda 4,30 ile 4,43 arasında değişmektedir. Hâlbuki en genç grupta ortalama 3,61'dir. Benzer durum Kültürel Değerlerin Tanıtımı ve Kültürel Etkileşime Katkı boyutları için de geçerlidir.

4.3.3. Eğitime Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Çalışmada eğitim durumları iki kategoride ele alınmıştır. Rehberlik eğitimi alanlar ve rehberlik harici eğitim alanlar. Ek olarak eğitim düzeyi ön lisans ve lisans (lisansüstü bu gruba dahil edilmiştir) olarak iki gruba daha sınıflanmıştır. Tablo 6.'da kültürel değerlerin aktarılmasına eğitimin etkisine ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 6. Eğitime Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

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

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

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

4.3.4. Tecrübeye Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Kültürel değerlerin aktarılmasında tecrübenin etkisini incelemek için rehberler çalıştıkları yıllara göre iki gruba ayrılmıştır. Beş yıldan daha fazla süredir rehberlik yapanlar tecrübeli beş yıldan daha az süredir rehberlik yapanlar ise tecrübesiz olarak gruplanmıştır. Tecrübeli ve tecrübesizler arasında Kültürel Değerlerin Aktarılmasına ilişkin farklılık analiz sonuçları Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Tecrübeye Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

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

Tablo 7. incelendiğinde, turist rehberlerinin mesleki tecrübelerinin kültürel değerlerin aktarılması üzerinde önemli bir etkilerinin olduğu görülmektedir. Yapılan t testi sonucunda göre, incelenen üç boyutun hepsinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Her bir boyutun anlamlılık düzeyleri $p<,05$ 'dir. Ortalama değerler incelendiğinde, daha tecrübesiz olan grupta kültürel değerlerin korunmasında, tanıtımında ve etkileşiminde daha yüksek ortalama puanlar olduğu belirlenmiştir. Bu noktada kültürel değerlerin aktarılmasına tecrübenin belirleyici etkisinin bulunduğu, ancak, turist rehberlerinin mesleki tecrübelerinin artmasına karşın kültürel değerlerin korunmasında, tanıtımında ve etkileşimindeki rollerine ilişkin algılarında anlamlı şekilde bir azalma yaşandığı ifade edilebilir.

4.3.5. Hizmet Verilen Turist Gruplarına Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

Konya sahip olduğu zenginlikler itibari ile yerli ve yabancı turistlerin önemli ziyaret destinasyonları arasındadır. Rehberlerin hizmet verdikleri turist grubuna göre kültürel değerlerin aktarılmasının değişip değişmediği de çalışmada incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 8.'de sunulmuştur.

Tablo 8. Hizmet Verilen Turist Grubuna Göre Kültürel Değerlerin Aktarılması

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

Tablo 8.'deki ortalama değerler incelediğinde sonuçların bir birine yakın olduğu görülmektedir. Nitekim t testi sonuçları da arada istatistiksel bakımdan bir farkın bulunmadığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla rehberlerin gerek yerli gerekse yabancı turistlerin tümüne kültürel değerlerin aktarılması bakımından aynı düzeyde davrandığı söylenebilir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Ülkemiz, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, tarihi ve kültürel potansiyeli ile oldukça zengin turistik değerleri yüksek ender ülkelerden biridir. Bu özelliği ile Türkiye, kültürel mirasını koruma ve sahip oldukları değerlerin sürdürülebilirliğini sağlama çerçevesinde turizm alanında büyük çaba sarf etmektedir. Bu bağlamda, turizm endüstrisinin önemli etkenlerinde birisi olduğu düşünülen turist rehberlerine önemli görevler düşmektedir.

Profesyonel turist rehberleri, turistlerin destinasyona gelişinden ayrılışına kadar onlarla en fazla zaman geçiren ve onları en çok yönlendiren kişilerdir. Dolayısıyla, turistik değerlerin doğru ve güvenilir şekilde aktarılmasında bir kültür elçisi gibi rol oynadıkları ifade edilmektedir. Bu çalışmada, profesyonel turist rehberlerinin bölgelerini ziyaret eden turistlere kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerine yönelik algıları incelenmiştir. Bu doğrultuda Konya ili örneğinde bir alan araştırması yapılmış ve turist rehberlerinin konuya ilişkin algıları bir anket çalışması ile incelenmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçek maddelerine katılımcıların verdikleri cevaplara ilişkin ortalama puanlar ve istatistiksel analiz sonucuna göre profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasında etkin rollerinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu Zengin ve Eker (2014) kültür turizminin sürdürülebilirliğinde turist rehberlerinin rollerini incelediği çalışmanın sonuçları ile örtüşmektedir. Bahsi geçen çalışmada da turist rehberlerinin bir kültür elçisi olarak kültürel çekiciliklerin korunması, ziyaretçilere tanıtılması, bilgilerin aktarılması ve kültürler arası etkileşimin sağlanmasında turist rehberlerinin büyük öneme sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Önceki çalışmalarınki ile bulgumuz birlikte düşünüldüğünde profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerine yönelik yüksek düzeyli algıları bulunmaktadır. İlk olarak rehberlerin gerekli bilgiyle donatılması gerekliliğidir. Düzenleyici kurumlar turist rehberlerinin faaliyet gösterdiği yörenin/bölgenin kültürel değerlerine ilişkin mümkün olduğunca eksiksiz ve doğru bilgi ile donatılması için gerekli şartları sağlamalıdır. Böylelikle rehberler kültürel değerlerin aktarılmasındaki rollerini hatasız ve tam olarak yerine getirebilirler. İkinci olarak rehberlerin bu potansiyellerinden yararlanılmasıdır. Özellikle şehirlerine turist gelmesi için büyük çabalar harcayan yerel yöneticiler bu çabalarına turist rehberlerini ve odalarını dahil ederek potansiyellerinden yararlanabilirler.

Profesyonel turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik algı düzeylerinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda; kültürel değerlerin korunmasına ve tanıtılmasına yönelik algı düzeylerinin bireylerin cinsiyetlerine, öğrenim durumlarına ve ağırlıklı hizmet verdikleri turist grubuna göre, kültürlerarası etkileşime yönelik algı düzeylerinin ise bireylerin cinsiyetlerine ve ağırlıklı olarak hizmet verdikleri turist grubuna göre istatistiksel olarak farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Profesyonel turist rehberlerinin kültürlerarası etkileşime yönelik algı düzeylerinin bireylerin öğrenim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyinde eğitimi bulunanların turist rehberliği dışındaki ön lisans eğitimi bulunanlara göre anlamlı şekilde daha yüksek ortalama puana sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Eğitime ilişkin bulgumuz bilginin kullanımı ve turist grubuna doğru bilginin aktarımını öne çıkaran çalışmayı (Christie & Mason, 2003; Hwang & Lee, 2019; Tutenges, 2019) desteklemektedir. Turistlere bölgenin veya ülkenin tarihi, kültürü hakkında bilgi aktarımında bulunurken turist rehberlerinin kültürel yorumcu özelliği de ortaya çıkmaktadır (Rabotic, 2008). Rehberlerin farklı turist grupları içinde kültürlerarası etkileşimin gerçekleşmesi ve turun hakimiyetinin sağlanabilmesi için bilgisel donanımının eksiksiz ve doğru olması gerekmektedir. Bu da rehberlerin iyi bir eğitim sürecinden geçmesiyle yakından ilgilidir (Toker, 2011). Benzer biçimde Kovalenko ve diğerleri (2021), kültürlerarası

iletişimsel etkileşim için geleceğin turist rehberinin mesleki eğitiminin önemi tartışmıştır. Özellikle, turizm pazarı tüketicisinin sürekli büyüyen ihtiyaçlarının karşılanması acil bir konu olarak görülmektedir. Bu alandaki bir uzmanın mesleki eğitiminin, turizm hizmetleri tüketicileri ile etkileşime hazır olması için yüksek kalitede teorik ve pratik eğitim sağlanmaya odaklanması gerektiği vurgulanmaktadır.

Turist rehberlerinin mesleki tecrübelerinin kültürel değerlerin aktarılmasında önemli bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Tecrübesiz olan turist rehberlerinin deneyimli olan turist rehberlerine göre kültürel değerlerin korunmasında, tanıtımında ve etkileşiminde daha yüksek etkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, kültürel değerlerin aktarılmasında, tanıtılmasında ve etkileşimin sağlanmasında tecrübenin belirleyici bir etkisi bulunmuş ancak rehberlerin rollerine ilişkin bu üç alt boyut algılarında anlamlı bir şekilde azalma yaşanmıştır. Mesleki tecrübenin artması karşısında kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik algıların azalması, ilk bakışta çelişkili bir durum olarak görülebilir. Ancak, turist rehberliği mesleğinin zorluğundan dolayı çalışanların yıpranması olarak ifade edilen “yıpranma payı” veya mesleki tecrübeyle birlikte ortaya çıkabilen “iş körlüğü” gibi hususların bu durumun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Gökdemir & Hacıoğlu'nun (2018) bulguları bu düşüncemizi destekler niteliktedir. Yazarlar, turist rehberlerinin deneyimi arttıkça, tükenmişliklerinin turist rehberliği mesleğini bırakma niyetlerini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Turist rehberlerinin fonetik becerisi, destinasyona yönelik doğru bilgilerin eğlenceli bir biçimde aktarılması ile de ölçülebilmektedir. Böylece nitelikli bilgi birikimiyle hikayesel anlatım tarzını kullanması kendisi ile turist arasındaki etkileşimin gerçekleşmesine ve turistik hizmetin deneyime dönüşmesine katkı sağlamaktadır (Yu, Weiler & Ham, 2002; Pereira, 2015).

Kültürel değerlerin aktarılmasında mesleki tecrübe faktörü de önemli bir etken olarak bulunmuştur. Buna göre, meslek hayatlarının ilk yıllarında turist rehberlerinin kültürel değerlerin aktarılmasına yönelik çok yüksek bir algı düzeyine sahipken bunun 6-10 yıl arasında hızla azaldığı ve 10. yıldan itibaren yeniden yükseldiği belirlenmiştir. Kültürel değerlerin aktarılmasında mesleki tecrübeye bağlı olarak yaşanan bu dalgalı sürecin olmaması beklenirdi. Bu doğrultuda, meslek hayatlarının ilk yıllarındaki turist rehberlerinin ilk beş yıl içinde mesleki yıpranmadan hızla etkilendikleri söylenebilir. Bu yıpratıcı dönemin, tüm detayları ile irdelenmesi ve gereken iyileştirmelerin yapılması önerilir. Bu sayede, turist rehberlerinin daha uzun süre boyunca etkin ve verimli şekilde görev yapmaları sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

Ap, J. & Wong, K. K. F. (2001). Case Study On Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, (22), 551-563.

Aslan Z.& Çokal, Z. (2016) Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 53-69.

Başoda, A. & Aylan, S. (2018). Türkiye’de Turist Rehberliği Lisans Programlarının Sayısal Açıdan Yapısal ve Coğrafik Değerlendirilmesi. Hacıoğlu, N.& Avcıkurt, C. & Kılıç, A. & Yıldırım, H. U. (Eds.), *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar İçinde*, Ankara: Detay Yayıncılık, 94-113.

Boyle, A. & Arnott, A. (2004). What Tour Guide Stories Can Tell Us About Learning, Education And Training: A Case Study In The Top End of the Northern Territory. *Council for Australian Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference*, February 2004, Brisbane, Qld, Australia.

Christie, M. F., & Mason, P. A. (2003). Transformative Tour Guiding: Training Tour Guides To Be Critically Reflective Practitioners. *Journal of Ecotourism*, 2(1), 1-16.

Cohen, E. (1985). The Tourism Guide: The Origins, Structure and Dynamics Of A Role. *Annals of Tourism Research*, (12), 5-29.

Çetinkaya, M. (2015). *Role Of Tour Guides On Tourist Satisfaction Level In Guided Tours And Impact On Tourist Revisiting Intention: A Research In Istanbul*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2-3.

Çokal Z. (2019) Turist Rehberlerinin Performansına ve Etik Davranışlarına Yönelik Turist Algılarının İncelenmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(4), 1143-1168.

Çokal, Z. (2015). Bir Kültür Elçisi Olarak Profesyonel Turist Rehberinin Turistlere Aktarılan Kültürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.

Çokişler, N. (2017). Turist Rehberliği Eğitiminde Çeyrek Asırdır Değişmeyen Parçalanmış Yapı Sorunu. 3. *Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*, (2), Ankara, 322-333.

Değirmencioglu, A. Ö. (2001). Türkiye’ de Turizm Rehberliği Eğitimi Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 189–196.

Deniz, H. (2019). Profesyonel Turist Rehberlerinin Kültürel Mirasın Korunmasındaki Rolü: Türkiye’de Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.

Eker, N., & Zengin, B. (2016). Turizm Rehberliği Eğitimi Müfredatlarının Uygulama Yeterliliğinin Profesyonel Turist Rehberleri Bakış Açısıyla İrdelenmesi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*. 5(2), 4-19.

Erdoğan, S. B. & Yılmaz, G. (2012). Günümüzde Turizm Eğitiminin Yükseköğretim İçerisindeki Yeri, Turizm Eğitimi Konferansı Tebliğler. *Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını*, 17-19 Ekim. Ankara, 17-31.

Ergin M. (1986) *Üniversiteler İçin Türk Dili*. İstanbul: Boğaziçi Yayınları.

Forest, Jim (2014), *A Road is a Visible Sign of a Unity*, *National Catholic Reporter*; Oct 10-Oct 23, 26-50.

Göğebakan, Y. (2015). Dünya Üzerindeki Kültürel Varlıkların Turizme ve Ekonomiye Katkısı, *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(2), 48-71.

Gökdemir, S. & Hacıoğlu, N. (2018). Turist Rehberlerinde Tükenmişlik ve Meslekten Ayrılma Niyeti, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(39), 511-541.

Gutic, J.& Caie, E.& Clegg, A., & Wiley, J. (2010). In Search Of Heterotopia? Motivations Of Visitors To and English Cathedral. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 750–760.

Ham, S. H., & Weiler, B. (2003). Interpretation is Persuasive When Themes Are Compelling. *Interpret Scotland*, 8(3), 3-8.

Hopkins, S. A., Nie, W. & Hopkins, W. E. (2009). Cultural Effects On Customer Satisfaction With Service Encounters. *Journal of Service Science*, 2(1), 45-56.

Howard, J., Thwaites, R., & Smith, B. (2001), Investigating The Roles Of The Indigenous Tourist Guide, *The Journal of Tourism Studies*, 12, (2), 32-39.

Huang, S.& Hsu, C. H. C., & Chan, A. (2011). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: A Study Of The Package Tours In Shanghai. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34(1), 3-33.

Hwang, J., & Lee, J. (2019). Relationships Among Senior Tourists Perceptions Of Tour Guides’ Professional Competencies, Rapport, Satisfaction With The Guide Service, Tour Satisfaction, and Word Of Mouth. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1331-1346.

İşçeli, Z. & Kılıç, G. (2018). Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Fakültelerin Müfredatlarının İncelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi*. 1(1),41-56.

Karacaoğlan, S. & Yolal, M. (2019). Kültürel Mirasın Korunması ve Sürdürülmesinde Turist Rehberlerinin Rolü, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 833-847.

Kayri M. (2009) Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 51-64.

Kirk R. G. (1968) *Experimental Design Procedures for the Behavioral Sciences*. Belmont: Brooks/Cole.

- Kong, H. (2014). Are Tour Guides In China Ready For Ecotourism, An Importance, Performance Analysis Of Perceptions and Performances. *Asian Pacific Journal of Tourism Research*, 19(1), 37-41.
- Kovalenko O. V.& Yepyk, L. I.& Yeromenko, A. Y.& Kashynska, O. Y.& Bezruchenkova, Y. V. (2021) *Training Of The Future Tourist Guides For Intercultural Communicative Interaction Within Professional Activity*. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4), 729-746.
- Kuşlivan, S. & Çeşmeci, N. (2002). Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitiminin Sorunları ve Yeniden Yapılandırılması, *Turizm Eğitimi*. T.B. Müdürlüğü, *Turizm Eğitimi: Konferans – Workshop içinde* Ankara, 235-242.
- Kürkçü, M. (2017). Turist Rehberliği Eğitimi Sorunları, Sektöre Etkileri ve Çözüm Önerileri. 3. *Turizm Şurası Tebliğler Kitabı*, (2), Ankara, 264-275.
- Luoh, H. & Tsaor, S. (2014). The Effects Of Age Stereotypes On Tour Leader Roles, *Journal of Travel Research*, 53(1), 111-123.
- Ooi, C, S. (2002). *Cultural Tourism and Tourism Cultures: The Business of Mediating Experiences in Copenhagen and Singapore*. Copenhagen: Business School Press.
- Pereira, A. M. (2015). Tour Guides and Destination Image: Evidence From Portugal. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 3(7-8), 129-150.
- Poria, Y.& Biran, A., & Reichel, A. (2009). Visitors Preferences For Interpretation At Heritage Sites. *Journal of Travel Research*, 48(1), 92–105.
- Prakash, M. & Chowdhary, N. (2010). What Are We Training Tour Guides For (India). *Turizam*, 14(2), 53-65.
- Rabotic, B. (2008). Tourist Guides As Cultural Heritage Interpreters: Belgrade Experience With Municipality-sponsored Guided Walks For Local Residents. *The Proceedings Book of the International Tourism Conference Cultural and Event Tourism: Issues & Debates*, Alanya, Turkey.
- Schein E.& H. (1990) *Organizational Culture*. *Massachusetts Institute Of Technology*. Sloan School Of Management American Psychologist. February. (45), 109-119.
- Scherle, N. & Nonnenmann, A. (2008). Swimming In Cultural Flows: Conceptualising Tour Guides As Intercultural Mediators and Cosmopolitans. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(2), 120-137.
- Schwartz S.H. (1999) *Cultural Value Differences: Some Implications For Work*. *Applied Psychology: An International Review*, (48), 23-47.
- Sert, A.N. & Şalvarcı, S. (2020). Profesyonel Turist Rehberlerinin Kültürel Yetkinliğinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(71), 982- 988.
- Şahin, S. (2012). Turist Rehberlerinin İletişim Yeterlilikleri: Kültürlerarası Bir Karşılaştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9 (3), 55.
- Temizkan, R.& Temizkan, S. & Öz, E. (2012). Turizm Fakültelerinin Turizm Rehberliği Eğitimindeki Durumu: Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Değerlendirmeleri. 13. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, Antalya, 439-455.
- Toker, A. (2011). *Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Ankara Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Tutenges, S. (2019). Narrative Ethnography Under Pressure: Researching Storytelling On The Street. *The Emerald Handbook Of Doing Narrative Criminology*. Bingley, West Yorkshire: Emerald Publishing Limited, 27-43.
- Uçmuş, P. (2021). G-20 Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi. *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 2(1): 23-43.

Ural, A. & Pelit, E. (2002). Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Yükseköğretim Örgütlerinin Örgütleniş Biçimleri. Turizm Eğitimi Konferans-Workshop, *Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını*. 11-13 Aralık. Ankara, 75-85.

Ural, A.& Kılıç, İ. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.

Weiler, B. & Ham, S.H. (2002), Tourist Guide Training: A Model For Sustainable Capacity Building In Developing Countries, *Journal of Sustainable Tourism*, 10, (1), 52-68.

Weiler, B.& Ham, S.H. (2001). Perspectives On The Future Of Tour Guiding, In: Lockwood, A. and S. Medlik (eds.), *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Butterworth-Heinmann, 256-264.

Yıldız, R.& Kuşluvan, S. & Şenyurt, S.Y. (1997). Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi. *Hafta Sonu Semineri IV: Türkiye’de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü*. Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 7-36.

Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2002). Intercultural Communication and Mediation: A Framework For Analysing The Intercultural Competence Of Chinese Tour Guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8(1), 75-87.

Zengin, B. & Eker, N. (2014). *Alternatif Turizm Kapsamında Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü: Bir Uygulama*. Conference: XIII. Geleneksel Turizm Paneli, 11 Nisan 2014, İstanbul / Türkiye, Volume: 1.

Zengin, B. & Eker, N. (2014). Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü: Bir Uygulama, Conference: XIII. Geleneksel Turizm Paneli, İstanbul, (1).

Zhang, H. Q. & Chow, I. (2004). Application Of Importance Performance Model In Tour Guides Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors In Hong Kong, *Tourism Management*, 25, 81–91.

<http://www.tureb.org.tr/>