

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI**

**ÇOKKÜLTÜRLÜ ORTAMDA KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM**  
**YETERLİLİĞİ ve HİZMET VERME YATKINLIĞI: TURİST**  
**REHBERLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**MERVENUR ERDEM**

**BALIKESİR, 2022**



**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI**

**ÇOKKÜLTÜRLÜ ORTAMDA KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM**  
**YETERLİLİĞİ ve HİZMET VERME YATKINLIĞI: TURİST**  
**REHBERLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ DANIŞMANI**

**DOÇ. DR. SEDA ŞAHİN**

**BALIKESİR, 2022**

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TEZ ONAYI**

Enstitümüzün Turizm Rehberliği Anabilim Dalı'nda 201812559006 numaralı Mervenur Erdem'in hazırladığı Çokkültürlü Ortamda Kültürlerarası İletişim Yeterliliği ve Hizmet Verme Yatkınlığı: Turist Rehberleri Üzerine Bir İnceleme konulu YÜKSEKLİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Üye (Danışman) Doç. Dr. Seda Şahin

Üye Dr. Öğr. Üyesi Semahat Banu Yıldız

Üye Dr. Öğr. Üyesi Ezgi Türkmen

.../.../...

Enstitü Onayı

## ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dökümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğime,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

.../.../...

Mervenur ERDEM

## ÖNSÖZ

Turizm, farklı kültürlerin etkileşim halinde olduğu hizmet yoğun bir sektördür. Turist rehberleri de bu sektörde hizmet veren, farklı kültürlerden ziyaretçilerle birebir iletişim halinde olan anahtar role sahip turizm elemanlarıdır. Turist rehberleri farklı kültürlerden ziyaretçilere hizmet verdikleri için kültürlerarası iletişim yeterliliğine ve hizmet vermek yatkınlığına sahip olmalıdırlar. Bu durum turizme ve ülke imajına katkı sağlayacağı gibi ekonomik faydaları da beraberinde getirecektir. Bu nedenle araştırmanın amacı ülke turizmine katkısı büyük olan turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yatkınlıklarının araştırılması, aralarındaki ilişkinin belirlenmesidir.

Öncelikle yüksek lisans sürecinin başından sonuna kadar bilgisi, sevgisi, tecrübesi ve sabrıyla yanımda olan, lisans eğitimimden geldiğim aşamaya kadar olan süreçte üzerimde büyük emekleri olan danışman hocam Sayın Doç. Dr. Seda ŞAHİN'e teşekkürü bir borç bilirim.

Ayrıca analiz sürecinde desteğini esirgemeyip fikirleriyle bana yardımcı olan Sayın Doç. Dr. Seçkin ESER'e teşekkürlerimi sunuyorum.

Anketlerin uygulanması esnasına anketleri turist rehberlerine ulaştırmam konusunda yardımcı olan arkadaşlarım ve meslektaşlarıma, çalışmama destek vererek anketi yanıtlayan turist rehberlerine teşekkür ediyorum. Hem lisans hem yüksek lisans eğitimim sürecinde bende emeği olan adını sayamadığım tüm Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi hocalarına teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak beni bu yaşa getiren, sevgisi ve şefkatiyle sarıp sarmalayan, her anımda yanımda olan en büyük destekçim, en iyi arkadaşım canım annem Sibel YAVUZ'a ve babam Ali ERDEM'e teşekkür ediyorum.

**BALIKESİR, 2022**

**Mervenur ERDEM**



Kahramanım Annem Sibel YAVUZ'a...

## ÖZET

# ÇOKKÜLTÜRLÜ ORTAMDA KÜLTÜRLERARASI İLETİŞİM YETERLİLİĞİ ve HİZMET VERME YATKINLIĞI: TURİST REHBERLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

**ERDEM, Mervener**

**Yüksek Lisans, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Seda ŞAHİN**

**2022, 145 sayfa**

Yapılan araştırmada turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinlikleri ile çeşitli demografik değişkenlerin, mesleki donanımların, kendilerini yeterli hissetme durumlarının arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Dolayısıyla araştırmanın amacı çokkültürlü ortamlarda hizmet veren turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinliklerinin belirlenmesidir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda ilk olarak ilgili alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Alanyazın taraması sonrasında araştırma amaçlarına ulaşabilmek için turist rehberlerine anket uygulanmıştır. Araştırmanın evreni, Turist Rehberleri Birliği'ne kayıtlı 11.641 turist rehberi, örneklemini ise 9063 eylemli turist rehberi oluşturmaktadır. Anket formu, Turist Rehberleri Birliğine kayıtlı eylemli turist rehberlerine uygulanmış, 342 anket formu değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırma sonucunda turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliklerinin cinsiyet ve ruhsatname türü değişkenlerine göre değiştiği ancak hizmet verme yetkinliklerinin demografik değişkenlere göre bir değişim göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca turist rehberlerinin hizmet verme yetkinliklerini mesleki memnuniyetlerinin, kendilerini kültürlerarası iletişimde yeterli hissetmelerinin ve hizmet vermede yeterli hissetme durumlarının etkilediği belirlenmiştir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm araştırmanın konusu, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve tanımları içermektedir. Araştırmanın ikinci bölümünü kavramsal çerçeve oluşturmaktadır. Üçüncü bölüm araştırmanın veri toplama araç ve yöntemlerini, evren ve örneklemini içeren yöntem bölümüdür.



Dördüncü bölümde araştırmanın bulguları ve yorumlarına yer verilmiştir. Araştırmanın beşinci bölümü ise araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak önerilere yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürlerarası İletişim Yeterliliği, Hizmet Verme Yatkınlığı, Çokkültürlü Ortam, Turist Rehberleri.



## **ABSTRACT**

# **INTERCULTURAL COMMUNICATION COMPETENCE AND SERVICE ORIENTATION IN MULTICULTURAL ENVIRONMENT: AN INVESTIGATION ON TOURIST GUIDES**

**ERDEM, Mervener**

**Master Thesis, Department of Tourism Guiding**

**Advisor: Assoc. Prof. SEDA SAHIN**

**2022, 145 pages**

In this research, those subjects were examined that the relationship between the intercultural communication competencies of tourist guides and their service orientation. In addition, it has been surveyed whether there is a significant relationship between tourist guides' intercultural communication competence and service orientation and various demographic variables, professional equipment, and their feelings of competence. Thus, this research aimed to examine the intercultural communication competencies and service orientation of tourist guides serving inside multicultural environments.

As the research aims, firstly, a literature review has been completed. After the literature review, a questionnaire was applied to the tourist guides to reach the research objectives. The study group in this research consists of 11,641 tourist guides registered to the Tourist Guides Association, and the sample is 9063 tourist guides with action. The questionnaire has been applied to the active tourist guides registered with the Tourist Guides Association. With the results of the research, it has been concluded that the intercultural communication competencies of the tourist guides changed according to the variables of gender and license type, but their inclination to serve did not change according to the demographic variables. Moreover, the research shows that tourist guides' service dispositions are affected by their professional satisfaction, feeling both competent in intercultural communication and in providing service.

This research has divided into five parts. The first part includes the subject, purpose, importance, assumptions, limitations and definitions of this research and the second part of the research is the conceptual framework. In the third section is the method section, which includes the data collection tools and methods of the research, the population and the sample. In the fourth chapter, the conclusions and comments of the research gave. In the fifth part of the research, suggestions are given based on researches results.

**Key Words:** Intercultural Communication Competence, Service Orientation, Multicultural Environment, Tourist Guides



## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vii
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xv
<b>1. GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>
1.1. Araştırmanın Konusu.....	3
1.2. Araştırmanın Amacı.....	4
1.3. Araştırmanın Önemi.....	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	5
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5
1.6. Tanımlar.....	6
<b>2. İLGİLİ ALANYAZIN.....</b>	<b>7</b>
2.1. Kuramsal Çerçeve.....	7
2.1.1. Çokkültürlülük ve Çokkültürlü Ortam.....	7
2.1.2. Kültürlerarası İletişim Kavramı.....	9
2.1.2.1. Kültür.....	10
2.1.2.2. İletişim.....	13
2.1.2.3. Kültürlerarası İletişim.....	16
2.1.2.3.1. Kültürlerarası İletişimin Gelişimi.....	17
2.1.2.3.2. Kültürlerarası İletişimi Etkileyen Unsurlar.....	19
2.1.2.3.2.1. Normlar ve Değerler.....	20
2.1.2.3.2.2. Toplumsal Roller.....	22
2.1.2.3.2.3. Etnomerkezcilik.....	23
2.1.2.3.2.4. Kalıp Yargılar ve Önyargılar.....	24
2.1.2.3.2.5. Sözsüz İletişim Unsurları.....	25

2.1.2.3.2.6. Dil ile İlgili Farklılıklar .....	26
2.1.2.3.3. Kùltùrlerarası İletişim Kuramları .....	27
2.1.2.3.3.1. Enformasyon Sistemleri Kuramı .....	27
2.1.2.3.3.2. Değer Yönelimleri Kuramı .....	28
2.1.2.3.3.3. Kùltürel Boyutlar Kuramı.....	29
2.1.3. Kùltùrlerarası İletişim Yeterliliği.....	32
2.1.3.1. Kùltùrlerarası İletişim Yeterliliği Geliştirme .....	34
2.1.3.1.1. Duygusal Süreç ve Duyarlılık .....	36
2.1.3.1.2. Bilişsel Süreç ve Farkındalık.....	38
2.1.3.1.3. Davranışsal Süreç ve Beceriklilik .....	39
2.1.3.2. Kùltùrlerarası İletişim Yeterliliği Geliştirme Modelleri .....	40
2.1.3.2.1. Kùltùrlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli .....	41
2.1.3.2.2. Kùltùrlerarası İletişim Yeterliliği Geliştirmeye Yönelik Diğer Modeller .....	42
2.1.4. Hizmet Verme Yatkınlığı Kavramı.....	45
2.1.4.1. Hizmet Kavramı ve Özellikleri .....	45
2.1.4.2. Hizmet Verme Yatkınlığı.....	47
2.1.4.2.1. Örgütsel Hizmet Verme Yatkınlığı .....	48
2.1.4.3. Hizmet Verme Yatkınlığını Etkileyen Faktörler.....	50
2.1.5. Turist Rehberliği Kavramı .....	52
2.1.5.1. Turist Rehberliği Hizmetinin Tanımı.....	52
2.1.5.1.1. Turist Rehberinin Görevleri .....	54
2.1.5.1.2. Turist Rehberinin Rollerini.....	55
2.1.5.1.3. Turist Rehberinin Nitelikleri .....	56
2.1.5.2. Turist Rehberliği Hizmetinin Gelişimi.....	60
2.1.6. Turist Rehberliği ve Kùltùrlerarası İletişim Yeterliliği .....	62

2.1.7. Turist Rehberliği ve Hizmet Verme Yatkınlığı .....	63
2.2. İlgili Araştırmalar .....	64
2.2.1. Kùltùrlerarası İletifim Yeterliliği İle İlgili Araştırmalar .....	65
2.2.2. Hizmet Verme Yatkınlığı İle İlgili Araştırmalar .....	69
<b>3. YÖNTEM</b> .....	74
3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	74
3.2. Evren ve Örnekleme.....	77
3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri.....	78
3.4. Verilerin Analizi .....	79
<b>4. BULGULAR ve YORUMLAR</b> .....	81
4.1. Turist Rehberlerinin Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular ....	81
4.2. Turist Rehberlerinin Mesleki Donanımlarına Yönelik Bulgular .....	83
4.3. Kùltùrlerarası İletifim Yeterliliğine İlişkin Güvenilirlik Analizi .....	87
4.4. Hizmet Verme Yatkınlığına İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları...	88
4.5. T Testi Analizi ve Sonuçları .....	89
4.6. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları .....	93
4.7. Korelasyon Analizi ve Sonuçları .....	105
<b>5. SONUÇ ve ÖNERİLER</b> .....	107
<b>KAYNAKÇA</b> .....	110
<b>EKLER</b>	

## ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1. Turist rehberinin temel işlevleri ve nitelikleri.....	57
Çizelge 2. Turist rehberlerinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular.....	81
Çizelge 3. Turist rehberlerinin mesleki donanımlarına ilişkin bulgular .....	83
Çizelge 4. Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterlilik ve Memnuniyet.....	
Durumlarına İlişkin Bulgular .....	86
Çizelge 5. Kültürlerarası İletişim Yeterliliği Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik .....	
Analizi Sonuçları.....	87
Çizelge 6. Hizmet Verme Yatkınlığı Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizi.....	
Sonuçları .....	88
Çizelge 7. Turist Rehberlerinin Cinsiyet, Medeni Hal, Sahip Oldukları Ruhsat Türü, Kültürlerarası İletişim Eğitimi Alma Durumları ile Kültürlerarası İletişim.....	
Yeterlilikleri Bağımsız Örneklem T Testi.....	90
Çizelge 8. Turist Rehberlerinin Cinsiyet, Medeni Hal, Sahip Oldukları Ruhsat Türü, Kültürlerarası İletişim Eğitimi Alma Durumları ile Hizmet Verme Yatkınlıkları Bağımsız Örneklem T Testi .....	
.....	91
Çizelge 9. Turist Rehberlerinin Yaşları ile Kültürlerarası İletişim .....	
Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi .....	93
Çizelge 10. Turist Rehberlerinin Yaşları ile Hizmet Verme Yatkınlıklarına ... İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi .....	94
Çizelge 11. Turist Rehberlerinin Eğitim Durumları ile Kültürlerarası İletişim . Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi .....	94
Çizelge 12. Turist Rehberlerinin Eğitim Durumları ile Hizmet Verme..... Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi .....	95
Çizelge 13. Turist Rehberlerinin Ruhsatname Alış Şekli ile Kültürlerarası .....	
İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi.....	95
Çizelge 14. Turist Rehberlerinin Ruhsatname Alış Şekli ile Hizmet Verme..... Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi .....	96
Çizelge 15. Turist Rehberlerinin Mesleki Memnuniyetleri ile Kültürlerarası ... İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi.....	97

<b>Çizelge 16.</b> Turist Rehberlerinin Mesleki Memnuniyetleri ile Hizmet Verme.. Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi .....	98
<b>Çizelge 17.</b> Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişimde Kendilerini Yeterli Hissetme Durumu ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü .....	98
<b>Çizelge 18.</b> Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişimde Kendilerini Yeterli Hissetme Durumu ile Hizmet Verme Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü Varyans .....	99
<b>Çizelge 19.</b> Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Konusunda Kendilerini Yeterli Hissetme Durumu ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans	Analizi ..... 100
<b>Çizelge 20.</b> Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Konusunda Kendilerini Yeterli Hissetme Durumu ile Hizmet Verme Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü .....	Varyans analizi..... 100
<b>Çizelge 21.</b> Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Yılı ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi	..... 101
<b>Çizelge 22.</b> Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Yılı ile Hizmet Verme .....	Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi ..... 102
<b>Çizelge 23.</b> Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Şekli ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi	..... 102
<b>Çizelge 24.</b> Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Şekli ile Hizmet Verme .....	Yatkınlıkları İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi..... 103
<b>Çizelge 25.</b> Turist Rehberlerinin Coğrafi Kapsamlarına Göre Hizmet Verme.. Şekilleri ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi	..... 103
<b>Çizelge 26.</b> Turist Rehberlerinin Coğrafi Kapsamlarına Göre Hizmet Verme.. Şekilleri ile Hizmet Verme Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi .....	104
<b>Çizelge 27.</b> Korelasyon Katsayısı ve İlişki Düzeyi.....	105



<b>Çizelge 28.</b> Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişim Yeterlilikleri ile Hizmet Verme Yetkinliklerine İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları.....	105
---	-----



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Kùltùrlerarası Yeterlilik Süreç Modeli.....61



# 1. GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle ülkeler arasındaki mesafeler yapaylaşmakta, kültürel farklılıklar ortaya çıkmakta, kültürlerarası iletişim ve etkileşim artmaktadır. Böyle bir ortamda kültürlerarası iletişim, çokkültürlülük ve kültürlerarası yeterlilik kavramları ön plana çıkmaktadır (Ekinci, 2016, s. 1177). Çokkültürlü ortamlar, kültürel farklılıklardan dolayı pek çok krizin yaşanmasına sahne olabilmektedir (Arastaman, 2018, s. 1). Yaşanabilecek krizler farklı kültürlerin iletişiminden kaynaklanabileceği için çözümü de kültürlerarası iletişimin sağlıklı gerçekleştirilmesiyle mümkündür.

Küreselleşen dünya sayesinde farklı kültürel kimliklere, inanışlara, dillere, sosyo-ekonomik yaşam düzeylerine sahip bireyler bir araya gelebilmektedir. Bu durum çoğu zaman zorunlu olsa da bir araya gelme süreci etkileşimler sayesinde zenginliği de beraberinde getirmektedir. Ancak her durumda kültürel zenginliğe odaklanmak mümkün değildir. Kültürel zenginliğin farkına varılması için büyük oranda kültürlerarası iletişim yeterliliği gereklidir (Yağbasan, 2016, s. 20, 21).

İletişim tüm sektörlerde işleyişin sağlanması açısından gereklidir. Ancak turizm gibi hizmet yoğun bir sektörde daha belirleyici bir işleve sahiptir (Erkuş ve Günlü, 2009, s. 7). Çünkü turizm hareketlerine yerli ziyaretçilerin yanı sıra yabancı ziyaretçiler de katılmaktadır. Her iki durumda da kültürlerin karşılaşması söz konusudur. Özellikle farklı kültürlerden bireylerin bir arada bulunduğu çok kültürlü bir ortamda kültürlerarası iletişim kurabilme yeteneği esas konu haline gelmektedir.

Farklı kültürlerin bulunduğu ve iletişim halinde olduğu çokkültürlü ortamlardan biri de turizmdir. Turizm, insan- insan etkileşiminin yaşandığı, hizmetin en yoğun olduğu alanlardan birisidir. Ekonomik etkiye sahip olmasının yanı sıra sosyal aktivitelerin de gerçekleştiği kültürel öğeleri barındıran bir alandır (Duran, 2011, s. 292). Hizmetin yoğun olduğu bir ortamda hizmet kalitesi kavramı önem

kazanmaktadır. Hizmet kalitesinin sağlanabilmesi için de çalışanların hizmet verme yatkınlığına sahip olması gerekmektedir.

Turizm, konaklama ve yiyecek- içecek işletmelerinin yanı sıra yerli ve yabancı ziyaretçi karşılayan, onlara eşlik edip ülkeyi veya bölgeyi tanıtan turist rehberlerini ve tur hizmetlerini de bünyesinde barındırmaktadır. Turist rehberlerinin özellikle farklı kültürlerden bireylerden oluşan çokkültürlü ortamlarda diğer paydaşlara nazaran ziyaretçilerle daha uzun süre etkileşim halinde olduğu düşünüldüğünde kültürlerarası iletişim konusunun önemi ortaya çıkmaktadır. Turist rehberlerinin çokkültürlü ortamlardaki iletişimi sağlıklı ve başarılı bir şekilde gerçekleştirmesi ziyaretçilerin satın aldıkları hizmetten memnun ayrılma olasılıkları üzerinde etkilidir. Bu nedenle turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliğine sahip olmaları önemlidir (Şahin, 2012, s. 293). Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin yanı sıra hizmet verme yatkınlığı da turist rehberlerinin sahip olması gereken özelliklerden biridir. Çünkü bir turist rehberinin hizmet verme yatkınlığına sahip olması, ziyaretçilerin memnuniyetine katkı sağlayabilmektedir (Eren ve Demirel, 2017, s. 6).

Kültürlerarası iletişimin yaşandığı çokkültürlü bir ortamda, uyum sağlamak ve sağlıklı bir etkileşim süreci yaşamak için (Yoğurtçu, 2015, s. 791) bireylerin kültürlerarası iletişim yeterliliği kazanması önem arz etmektedir. Özellikle farklı kültürden bireylerle birebir iletişim halinde olan, turun başından sonuna kadar ziyaretçilerle ilgilenen turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliğinin yüksek olması başarılı bir tur gerçekleştirilmesi konusunda etkin bir rol oynamaktadır. Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin sağlanması için turist rehberlerinin yabancı ziyaretçilerin dilini konuşabilmesi, onların kültürlerini tanıyarak duyarlılık geliştirmesi, kültürlerin farkında olması, empati kurabilmesi gerekmektedir.

Kültürlerarası iletişim, yabancı dil bilgisini ve farklı kültürleri tanımayı gerektiren bir yapıya sahiptir. Bu nedenle turizm görevlilerinin yalnızca iletişim açısından değil, ayrıca kültürel farklılıkları dikkate alma, birçok farklı kültür hakkında bilgili olma gibi özelliklere de sahip olmaları gerekmektedir (Ulama, 2018, s. 27). Turist rehberi de ziyaretçilere gidilen destinasyon hakkında bilgi veren turizm elçisi olduğundan kültürlerarası iletişim konusunda yeterli olmalıdır. Turist rehberinin kültürlerarası iletişim yeterliliğine sahip olması tur performansına yansiyacak bu da müşteri memnuniyetinin artması üzerinde etkili olacaktır. Bu durum ülke ile ilgili olumlu imajın oluşmasına katkı sağlayacağı gibi ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme

eğilimini de artıracaktır. Diğer yandan kültürlerarası iletişim yeterliliğine sahip olan turist rehberinin hizmet vermeye yatkın olacağı, yöreyi en iyi şekilde tanıtacağı ve yine müşteri tatmini ile tekrar gelme niyetine etki sağlayacağı düşünülmektedir.

Yapılan çalışmada çokkültürlü ortamlarda mesleklerini icra eden turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ile hizmet verme yatkınlıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak ilgili alanyazın taraması yapılmıştır. Alanyazın taraması doğrultusunda araştırmanın konusuyla ilgili olarak kültür ve iletişim kavramları, kültürlerarası iletişim kavramı, kültürlerarası yeterlilik kavramı, çokkültürlü ortam kavramı ve hizmet verme yatkınlığı kavramı tanımlanmıştır. İlgili alan yazın incelendiğinde turist rehberliği, kültürlerarası iletişim ve hizmet verme yatkınlığı ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmıştır. Ancak bu konuları beraber inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle yapılan çalışmanın alanyazındaki eksikliği gidermesi ve yapılacak sonraki çalışmalara yol göstermesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

### **1.1. Araştırmanın Konusu**

Turist rehberleri turizm sektörünün görünen yüzüdür. Ziyaretçilerle iletişim süreçleri karşılama anından uğurlama anına kadar oldukça yoğun bir şekilde gerçekleşmektedir. İletişim kurdukları ziyaretçiler, farklı kültürlere mensup kişiler olduğu için hem kültürel hem de iletişimsel yeterlilikleri yüksek olmalıdır. Diğer yandan yüksek mesleki donanımlara sahip olsa bile hizmet vermeye yatkın olmayan turist rehberlerinin performanslarını doğru bir şekilde yansıtmaları mümkün olmayacaktır. Bu nedenle turist rehberinin sahip olduğu kültürlerarası iletişim yeterliliklerinin yanı sıra hizmet verme yatkınlığına da sahip olması son derece önemlidir. Bu doğrultuda yapılan çalışmada çokkültürlü ortamlarda çalışan turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yatkınlığı incelenmiştir.

## **1.2. Araştırmanın Amacı**

Kültür ve iletişim birbirinden ayrı düşünülemeyecek kadar i içe geçmiş iki kavramdır. Kültürlerarası iletişim de farklı kültürlerle gerçekleştirilen bilgi alişverişidir. Turist rehberleri mesleki yapıları gereği yerli veya yabancı ziyaretçilerle bir başka ifadeyle farklı kültürden gelen ziyaretçilerle sürekli iletişim halindedirler. Bu durum çokkültürlü bir ortamda hizmet vermeyi gerekli kılmaktadır. Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim konusunda yeterli olmaları hem ülkeye hem mesleğe hem de geleceğe yatırım yapılması anlamına gelmektedir.

Ziyaretçilerin turist rehberi ile başarılı bir iletişim kurması ve turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığına sahip olması ziyaretçi memnuniyetini ve tekrar ziyaret etme niyetlerini artmasını sağlamaktadır. Bu durum bir yandan hizmet kalitesinin artmasına neden olurken diğer yandan ülkenin daha etkili tanıtılmasına katkı sunmaktadır. Makro açıdan bakıldığında ise ülkeye gelen döviz miktarı artmakta bir diğer ifadeyle ülke gelirleri artarak ekonomiyi olumlu etkilemektedir.

Mesleğin yapısı gereği farklı kültürlerden gelen gerek yerli gerek yabancı ziyaretçilerle iletişim halinde olan turist rehberinin kültürlerarası iletişim konusunda yetkin ve hizmet verme yatkınlığına sahip olması çok önemlidir. Ancak ilgili alanyazında turist rehberliği, kültürlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yatkınlığı ile ilgili çalışmalar bulunmasına rağmen bu konuları turist rehberliği konusunda ele alan araştırmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle yapılan çalışma turist rehberlerinin çokkültürlü ortamlarda kültürlerarası iletişim yeterliliklerini ve hizmet verme yatkınlıklarını belirlemeyi amaçlamaktadır.

## **1.3. Araştırmanın nemi**

Turist rehberleri, farklı kültürlere mensup yerli veya yabancı ziyaretçilere gidilen bölgenin, tarihini, kültürünü, doğal güzelliklerini ve değerlerini anlatan kişilerdir. Bu nedenle turist rehberinin bilgi birikiminin çok, çeşitli ve yüksek olması gerekmektedir (şahin, 2018, s. 47). Turist rehberleri, ilgi çekici anlatımları sayesinde ziyaretçilere hizmet sunarken aslında kültürlerarası iletişim gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla okkltrl ortamlarda hizmet verdiklerinden sahip oldukları bilgi

birikiminin yanı sıra kültürlerarası iletişim konusunda yeterli olmaları gerekmektedir. Turist rehberi kültürlerarası iletişim konusunda yeterli ve hizmet vermeye yatkın olduğunda hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti sağlanarak, tekrar ziyaret etme niyetine etki etmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yatkınlıkları önem taşımaktadır. Ancak ilgili alanyazında turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yatkınlıklarını bir arada inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Yapılan araştırma ilgili alan yazın taraması sonucunda gerçekleştirilmiştir. Yerli ve yabancı alanyazında turist rehberliği mesleği ile ilgili çeşitli değişkenler kullanılarak gerçekleştirilmiş pek çok çalışma bulunmaktadır. Ancak turist rehberliği mesleğinin kültürlerle iletişim halinde olma durumuna vurgu yaparak bu konudaki yeterliliklerinin ve hizmet verme yatkınlıklarının önemini turist rehberleri açısından inceleyen çalışma sayısının yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle turist rehberlerinin çokkültürlü ortamlarda bulduklarını, farklı kültürlerle iletişim halinde olduklarını, iletişimleri sırasında kültürlerarası iletişim yeterliliklerini ve hizmet verme yatkınlıklarını inceleyen bu çalışma önem taşımaktadır.

#### **1.4. Araştırmanın Varsayımları**

Araştırma kapsamında alanyazında ulaşılan bilgiler güvenilir ve geçerlidir. Yapılan araştırmaya katılan turist rehberlerinin anket formunu doğru ve aynı şekilde algıladığı varsayılmıştır. Turist rehberlerinin verdiği yanıtlar onların gerçek duygu, düşünce ve tutumlarını yansıtmaktadır. Ankette yer alan soruların turist rehberleri tarafından dürüst ve içtenlikle yanıtladığı varsayılmıştır.

#### **1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Her araştırmada olduğu gibi yapılan bu çalışmada da belli sınırlılıklar bulunmaktadır. Araştırma; kuramsal çerçeve açısından ulaşılabilen alanyazınla sınırlıdır. Araştırmanın evreni ulaşılabilen katılımcılarla sınırlıdır. Maddi olanaklar,

dünya genelinde yaşanan covid 19 salgını ve zaman kısıtı araştırmanın diğer sınırlılıklarıdır.

## 1.6. Tanımlar

**Çokkültürlü Ortam:** İnsan, bilgi ve sermaye akışları nedeniyle kültürel çeşitliliklerin yoğun ve farklı kültürlerin bir arada olduğu ortamlardır (İlbuğa, 2010, s. 164).

**Kültür:** Bir toplumun üyesi olarak yaşamakta olan insanların sahip olduğu bilgi, inanç, sanat, ahlak, gelenek ve daha birçok yetenek ile alışkanlıkların oluşturduğu karmaşık bir bütün (Güvenç, 2018, s. 129), insan tarafından üretilen, öğrenilip aktarılabilen, değişen ve değiştiren, ideali işaretleyen anlam haritalarıdır (Aydın, 2020, s. 46).

**İletişim:** Duygu, düşünce veya bilginin alıcıya, semboller yardımıyla aktarılmasını sağlayan, yeni bilgilerin ve düşüncelerin üretilmesini içeren bir süreçtir (Akyıldız, 2019, s. 24).

**Kültürlerarası İletişim:** İki veya daha fazla kültürün maddi manevi değerleriyle temasa geçmesi, birbirlerini algılaması, anlaması, kabul etmesi, saygı gösterip yeni değerler üretmesidir (Güven, 2015, s. 107).

**Kültürlerarası İletişim Yeterliliği:** Farklı kültürlerin mensuplarıyla etkin ve uygun bir biçimde etkileşime girmek için gereken bilgi, motivasyon ve beceridir (Çetinavcı, 2011, s. 59).

**Hizmet Verme Yetkinliği:** İş görenlerin hizmet verme konusunda istekli olması ve bu süreçte bireyler arasındaki ilişki ve iletişim yetkinliğidir (Eren ve Demirel, 2017, s. 8).

**Turist Rehberi:** Turist rehberi, yurtiçi ya da yurtdışından gelen grup ya da bireysel ziyaretçilere, istedikleri yabancı dilde rehberlik eden, bulunduğu bölgedeki bir otorite tarafından tanınan, bir bölgenin doğal, kültürel ve tarihi çevresi hakkındaki bilgileri etkileyici bir anlatımla aktaran kişilerdir (WFTGA, 2021).



## 2. İLGİLİ ALANYAZIN

### 2.1. Kuramsal Çerçeve

Küreselleşme; teknolojinin gelişmesine, sınırların ortadan kalkmasına, ekonomik, politik ve sosyo- kültürel ilişkilerin artmasına zemin hazırlamıştır. Bu süreç farklı kültürlerin etkileşimini de beraberinde getirmiş kültürlerarası iletişimin önemini ortaya çıkarmıştır. Kültürlerarası iletişim, bilgi ve beceri gerektirmesinden dolayı içerisinde pek çok boyutu barındırmaktadır (Görkemli, 2019, s. 10). Kültürlerarası iletişimin sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için bu boyutların bilinmesi, özellikle çokkültürlü ortamlarda çalışan turist rehberleri açısından kültürlerarası iletişim yeterliliğinin sağlanması önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra turist rehberleri mesleğin yapısı gereği hizmet yoğun bir alanda çalışmaktadırlar. Dolayısıyla kaliteli bir rehberlik hizmeti sunabilmeleri için kültürlerarası iletişim yeterliliğine ek olarak hizmet verme yatkınlığına da sahip olmaları gerekmektedir. Yapılan bu çalışmada da turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliğinin yanı sıra hizmet verme yatkınlıklarının araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çokkültürlülük ve çokkültürlü ortam, kültürlerarası iletişimin temel kavramları, kültürlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yatkınlığı kavramları açıklanmış, konu ile ilgili genel çerçeve oluşturulmuştur.

#### 2.1.1. Çokkültürlülük ve Çokkültürlü Ortam

Çokkültürlülük olgusu insanlık tarihi kadar eskidir. Tarihi süreç içerisinde farklı kültürler bir şekilde bir arada yaşayabilmişlerdir. Bu durum kültürel çeşitliğe saygı olarak da ifade edilebilmektedir (Öztürk, 2012, s. 302). Çokkültürlülük nispeten yeni bir kavram olsa da çokkültürlülük durumu yeni değildir. Bunun nedeni ise tarihin

hiçbir döneminde kültürlerin birbirinden tamamen izole bir şekilde yaşamamasıdır. Savaşlar, göçler, ticaret ilişkileri sayesinde kültürler etkileşim kurmuşlardır (Çelik, 2008, s. 321).

Her toplumun kendine özgü bir kültürü olduğu için tek bir kültürden söz etmek mümkün değildir (Altundağ, 2007, s. 1). Dolayısıyla tüm dünyada gerek ülkesel gerek bölgesel ölçekte çokkültürlülük durumunun ortaya çıkması kaçınılmazdır. Çokkültürlülük, 1960'lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Zaman içerisinde farklı açılardan tanımlanıp kullanılmasının yanı sıra; çıkış noktası toplumsal çeşitliliğin artmasıdır. Çokkültürlülük, kavramsal açıdan ilk kez 1971 yılında Kanada başbakanı Pierre Trudeau tarafından kullanılmıştır (Üstün, 2011, s. 12).

Çokkültürlülük, toplumdaki farklı kültüre mensup olan grupların veya bireylerin birbirlerine saygılı bir yaklaşımda bulunmaları ve eşitliğin sağlanmasıdır (Yıldırım, 2018, s. 17). Çokkültürlülük, kendisini bir kültüre ait hissedene bireyin, başka bir kültüre mensup olan kişi veya kişilere müdahale etmemesi, o bireyin kültürü ile ilgili yorum yaparken kendi kültürünü baz almaması ve hoşgörülü davranmasıdır (Başaran, 2017, s. 243).

Çokkültürlülük, kültürel çeşitliliğe vurgu yapmaktadır (Kabakuşak, 2018, s. 105). Çokkültürlülük, din, dil, etnisite, tarih, ülke ve benzeri farklılıklarla bir arada olmayı, ayrı etnik ve dini grupların bir arada yaşamasını ifade etmektedir (Özensel, 2012, s. 59). Çokkültürlülük bir yandan toplum içerisinde çok sayıda etnik ve kültürel grupların varlığına işaret ederken diğer yandan da farklı kültürel grupların ilişkilerinin düzenlenmesini vurgulamaktadır (Başbay ve Bektaş, 2009, s. 34). Çokkültürlü yapıya sahip olduklarını kabul eden ilk ülkeler, uzun ve tarihsel süreçte göç deneyimi bulunan, hatta bizzat göçler vasıtasıyla kurulan Kanada, Avustralya ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkelerdir (Modood, 2014, s. 15).

Çokkültürlülük, sadece farklılık ve kimlikle ifade edilmemektedir; ancak farklılık ve kimliklerden beslenmektedir. Bir grup bireyin kendini ve dünyayı anlamakta, toplumsal yaşamı düzenlemekte kullandıkları inançlar ve uygulamaların tümüyle ilişkili bir kavramdır (Parekh, 2002, s. 3). Birbirine yakın anlamlarda kullanılsa da çokkültürlülük birçok tanıma sahiptir. Bu tanımların ortak yönleri birlik,

beraberlik, hoşgörü, empati, farklılıklara saygı gibi değerlere vurgu yapmasıdır (Köse, 2019, s. 19).

Çokkültürlülük her şeyden önce hoşgörü gerektiren bir durumdur (Çakır, 2010, s. 83). Çokkültürlü toplum, iki ya da daha fazla kültürel topluluktan meydana gelmektedir. Böyle toplumlar kültürel çeşitliliğe karşı ya hoş görülü, destekleyici, saygılı davranırlar ya da bu toplumları baskın kültür içerisinde asimile etmeye çalışırlar. Çokkültürlü kavramı kültürel çeşitliliğe işaret ederken çokkültürcülük kavramı kültürel çeşitliliğe verilen tepkiyi ifade etmektedir (Parekh, 2002, s. 7).

Çokkültürlülük yapısı, bazı araştırmacılar tarafından “mozaik” veya “salata kasesi” ne benzetilmektedir. Burada vurgulanan ise elementlerin birbiri içerisinde erimeden özgün kimlikleriyle bir bütün oluşturmalarıdır (Vatandaş, 2001, s. 104). Bir başka ifadeyle çokkültürlülük etnik ve kültürel farklılıkları ifade etmek için yani tanımlayıcı anlamda, çokkültürcülük ise çokkültürlü toplumları ve bu toplumların farklılıklarını olumlu gören yani olması gerekeni anlatan normatif bir anlamda kullanılmaktadır (Canatan, 2009, s. 82).

Çokkültürlü ortamlar, birbirine benzemeyen, sosyal ve toplumsal olarak farklı yerlerden gelen insanların bir arada olduğu, içinde birçok farklılığı barındıran ortamlardır. Çokkültürlülük kavramı içerisinde farklı kültürel geçmişlere sahip insanların ortak bir çatı altında toplanmasını, bir bakıma sentezlenmesini barındırmaktadır (Mercan, 2016b, s. 32). Özetle, çokkültürlülük, kültürel farklılığın zenginlik olduğunu ve bu zenginliklerin farklı kültürlerin varlığını kabul ederek gerçekleşeceğine vurgu yapmaktadır (Üstün, 2011, s. 13).

### **2.1.2. Kültürlerarası İletişim Kavramı**

Farklı kültürel arka planlara sahip bireylerin etkileşimlerini içeren kültürlerarası iletişim kavramı kültür ve iletişim kavramlarını temel almaktadır. Kültürlerarası iletişim kavramının anlaşılabilmesi için kültür ve iletişim kavramlarının açıklanması önem taşıdığı için (Akova, 2012, s. 172) bu başlık altında öncelikle kültür ve iletişim kavramları açıklanarak kültürlerarası iletişim ve yeterliliği konularına zemin hazırlanmıştır. Farklı bir kültürde etkin ve uygun davranışları görebilme becerisi (Spitzberg, 2000, s. 380) olarak tanımlanan kültürlerarası iletişim yeterliliği

kavramı, yirminci yüzyılın ikinci yarısında dünyanın farklı yerlerinde görev yapan diplomatlar, mühendisler, araştırmacılar, iş insanları ve çok uluslu şirketlerin çalışanları açısından önem arz etmeye başlamıştır. Böyle bir durumda kültürlerarası iletişim becerisi kazanmak için kültürlerarası iletişimde yeterliliğin kazanılması ihtiyacı hissedilmektedir (Aksoy, 2020, s. 129). Bu nedenle çalışmada çok kültürlü ortamda çalışan turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliği incelenmiştir.

Bu bölümde kültür, iletişim, kültürlerarası iletişim, kültürlerarası iletişim, kültürlerarası iletişimi etkileyen unsurlar, kültürlerarası iletişim kuramları, kültürlerarası iletişim yeterliliği kavramı ve kuramları açıklanmıştır.

### **2.1.2.1. Kültür**

Kültür, bireyin kitlesel hareketlere yaptığı katkılar neticesinde ortaya çıkan yeryüzünün en güçlü tanımlarından birisidir (Gezgin ve İralı, 2017, s. 50). Pek çok disiplin ve araştırmacı tarafından tanımlandığı için kültürün tanımı çeşitlilik göstermektedir. Ancak kültürü ilk tanımlayanlar, kavramın temellerini atmışlardır. Kültür kavramını kullanan disiplinler geliştikçe de kültür kavramı gelişmiştir (Soydaş, 2010, s. 30).

İnsanlar yerleşik hayata geçtikten sonra yabani haldeki buğdayı kendi elleriyle üretmeye başladıklarında bir emek sonucu elde ettikleri bu ürüne “kültür” adını vermişlerdir (Atık, 2014, s. 26). Bu nedenle kültür kavramının kökeni “cultura” yani ekin ve Latince’deki “colere” sürmek, ekip biçmek (Güvenç, 2018, s. 122), işlemek, yetiştirmek, düzenlemek, inşa etmek, iyileştirmek ve eğitmek (Bekiroğlu, 2011, s. 11) veya ziraat anlamına gelen “agriculture” ve saban bıçağı anlamına gelen “coulter” kelimelerine dayanmaktadır. Buradan hareketle kaynağını doğadan alan kültür kavramı insanın ürettiği maddi ve manevi tüm değerler olarak tanımlanmaktadır. Doğada var olanı bir sistem haline getirerek geliştirmek gibi toplumu belirli bir değerler bütünü etrafında birleştirmeyi amaçlamaktadır (Eagleton, 2019, s. 34).

Kültür, sosyal bilimler alanında ilk kez İngiliz antropolog Tylor tarafından 1871 yılında tanımlanmıştır. Tylor (1871)’e göre kültür; “İnsanoğlunun toplumun bir mensubu olarak edindiği bilgi, inanç, sanat, töre, yasa, görenek ve diğer tüm yetenekler ile alışkanlıkların oluşturduğu karmaşık bir bütündür” (Tylor, 1871, s. 1). Kültüre dair

pek çok tanımı sınıflandıran Kroeber ve Kluckhohn (1952, s. 181) ise kültürü, “Açık ve örtülü örüntülerden, insan gruplarının kültürel dokularında şekillenmiş olanlarını da içeren ayırt edici başarılarının oluşturduğu semboller tarafından aktarılan ve kazanılan davranışlardan meydana gelir. Kültürün esas temeli geleneksel fikirlerden oluşur ve onların bağlandığı değerleri oluşturur. Kültür sistemleri bir yandan eylemin sonuçları diğer yandan da başlangıcı olarak düşünülebilir” şeklinde tanımlamıştır. Kültürel boyutlar kuramını geliştiren Hofstede, kültürü; “Grup üyelerini, bir grubu ya da insan kategorisini diğerlerinden ayıran kolektif zihni yazılım programı” olarak tanımlamıştır (Hofstede ve Mc Crae, 2004, s. 58).

Kültür, insanların inançlarını, değerlerini, bakış açılarını, tutumlarını, duygularını, davranışlarını ve hayat tarzlarını pek çok açıdan etkilemekte ve şekillendirmektedir (Cheung, Shah ve Muncer, 2002, s. 543). Sosyal ilişkileri belirleyen, bireylerin yaşamı veya gerçeği açıklamasına yardımcı olan, bir sosyal gruba diğerinden ayıran inanç, alışkanlık ve uygulamalar bütünüdür (Banja, 1996, s. 279). Kültür, insan toplumunda biyolojik olarak değil toplumsal araçlarla aktarılıp iletilen her şey, insan toplumunun sembolik ve öğrenilmiş yönlerini anlatan bir kavramdır (Marshall, 1999, s. 442). Toplumdaki bireyleri bir arada tutan iletişim, dil, haberleşme, inançlar, gelenek ve görenekler, üretim ve tüketim düzenini içerisinde barındırmaktadır (Sucu, 2020, s. 395). Bireyleri dünyayı nasıl görecekları ve nasıl davranacağı konusunda bilgilendiren ortak fikir, kural ve anlamlar sistemidir (Watt ve Norton, 2004, s. 38). Kültür, mekânsal olarak sınırlandırılmış bir varlıktır, toplumun varlığına paralellik göstermektedir (Tomlinson, 2012, s. 2).

Kültür, bir toplumun her türlü maddi ve simgesel üretimleri ile bu üretim alanları içindeki ilişkiler, biçimler, örüntüler ve pratiklerdir. Bir yaşam biçimi olan kültür, gündelik hayat içindeki uygulamaları ve bir grup insanı diğerlerinden farklı kılan gelenekleri ve alışkanlıkları içermektedir (Özdemir, 2011, s. 29). Kültür, bireyin gündelik yaşamını etkileyen ve doğanın verdikleri dışında kalan her şeyi, soyut ve somut her türlü insan ürününü kapsamaktadır (Kartarı, 2014, s. 15).

Türk alanyazımında ise ilk kültür tanımı Ziya Gökalp tarafından yapılmıştır. Gökalp kültürü “hars” olarak adlandırarak bir topluma ait dil, din, edebiyat, güzel sanatlar, ekonomi, hukuk, gelenek, görenek töre gibi unsurların kültürü oluşturduğunu ifade etmiştir (Gökalp, 1979, s. 26). Türk Dil Kurumu (TDK) kültürü; “*Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları*

*yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin” olarak tanımlamaktadır (http- 1).*

Güvenç (2018, s. 125) kültür kavramına yüklenen anlamları beş başlık altında özetlemiştir. Güvenç’e göre bilim alanındaki kültür uygarlığı, beşeri alandaki kültür eğitimi, estetik alandaki kültür güzel sanatları, maddi anlamdaki kültür teknolojiyi, biyolojik alandaki kültür üretimi ve tarımı içermektedir.

Kültürü oluşturan üç temel öge bulunmaktadır (Anık, 2014, s.27). Bu ögeler; (1) tüm yazılı, yazısız normlar ilkeler ve bireylerin davranışlarını belirleyen yaptırımlar, (2) gelenek, görenek, örf, adet, teamül gibi toplumsal birikimler ve (3) toplumsal unsurlar ile kişiler arasındaki etkileşimlerdir. Bu tanımdan hareketle kültürü oluşturan ögeler maddi ve manevi ögeler olarak sınıflandırılabilir. Maddi ögeler; kültürün elle tutulur ürünleri olan üretim teknikleri, yapılar, giyim kuşamdır. Manevi ögeler ise; örf, adet, gelenek, görenek, inanç, dil, edebiyat olarak sıralanmaktadır (Öğüt, 2018, s. 44- 46).

Maddi kültür, insan elinin değdiği ve somut olan her şey olarak tanımlanmaktadır. Maddi kültür unsurları insanların barınma, beslenme, savaş, ulaşım, eğitim, spor ve eğlence gibi alanlarda kullandığı her türlü araç ve gereçleri içermektedir. Manevi kültür ise kültürün öğrenilen, paylaşılan ve gelecek nesillere aktarılan inançlar, kabuller, değerler ve yazılı/ yazısız normları ifade etmektedir (Dikeçligil, 2020, s. 117).

Kültür; geçmiş, şimdi ve gelecek ile hareket etmektedir. Her zaman diliminde yaşanan/ yaşanmış olaylar kültürel birikim ile harmanlanmıştır. Gelecekte ise nasıl bir yol izleneceği geçmiş tecrübelerden çıkarımda bulunmak sayesinde gerçekleşmektedir. Bu nedenle kültür dinamik bir yapıya sahiptir ve sürekli değişmektedir (Yağbasan, 2016, s. 30).

Kültür kavramı zamandan ve insanoğlunun yaşadığı değişimlerden etkilenen bir kavramdır. Çünkü kültürün bir özelliği de zaman içerisinde ihtiyaçlara göre değişip şekillenmesidir (Güvenç, 2018, s. 132). Bu nedenle genel kültür, alt kültür, karşıt kültür gibi kültür çeşitlerine ek olarak modernleşme süreciyle birlikte popüler kültür, kitle kültürü, medya kültürü kavramları da kullanılmaya başlamıştır (Akova, 2012, s.

174). Kùltür, sonradan öğrenilen ve kazanılan bir olgudur. Bundan dolayı dinamik bir yapıya sahiptir ve heterojendir (Akova, 2016, s. 419).

Kùltür, iletişimi oluşturan etkenlerin en önemlilerinden biridir. Bu nedenle her kùltürün kendine özgü iletişim yöntemleri bulunmaktadır (Görgün, 2018, s. 117). İletişimin gelişen teknoloji ile ortaya çıkan kitle iletişim araçlarıyla yaygınlaşması sonucunda farklı toplumları ve kùltürleri buluşturmaktadır. Aynı kùltürel geçmişe sahip toplumlar için ise kitle iletişim araçları devamlılığı sağlayan bir oluşum halini almıştır (Ulusoy, 2017, s. 44). Kùltürün ve kùltürel değerlerin değişmesi iletişim araçlarının teknolojinin gelişimiyle sağlanmış ve yaygınlaşmıştır. Değişimlerin benimsenmesi sayesinde de devamlılık sağlanmaktadır (Çeçen, 1996, s. 13). Bu nedenle kùltür ve iletişim birbiriyle yakından ilişkili iki kavramdır. Edward T. Hall'e göre kùltür, iletişim; iletişim de kùltürdür (Hall, 1959, s. 218).

Kùltür ve iletişim birbiriyle yakından ilişkili iki kavramdır. Birbirlerini anlamların değiş tokuşu anlamında tamamlamaktadırlar. Kùltür; kendini dil ve düşüncede, eylem ve davranış biçimlerinde göstermektedir. Canlı ve dinamik bir döngü sürecinde kùltür iletişimi yönetirken iletişim de kùltürü yeniden üretip güçlendirmektedir (Alioğlu, 2011, s. 50).

#### **2.1.2.2. İletişim**

İletişim olgusu, insanlık tarihi kadar eskidir (Bahar, 2016, s. 1). İletişim, bireyin doğduğu andan itibaren çevresiyle etkileşimde olduğu bir süreçtir (Işıklar, 2017, s. 166). İletişim şekilleri değişse bile bireylerin iletişim kurma ihtiyacı devam etmektedir (Çetintaş, 2019, s. 9). Genel bir tanımla iletişim; duygu, düşünce ve bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla aktarılmasıdır (Atlıoğlu, 1994, s. 247). Ayrıca iletişim ihtiyaçları karşılama, amaçlara ulaşma, değişiklik sağlama, koşulları değiştirme, kişisel açıdan benliğin geliştirilmesi ve çözümlenmesi gibi amaçlara hizmet etmektedir (Çalapkulu, 2015, s. 38). Bir diğer tanımla iletişim; bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma sürecidir (Dökmen, 2005, s. 19). İletişim; bilginin düşüncelerin, duyguların ve becerilerin simgeler kullanılarak iletilmesinin veya aktarılmasının yanı sıra aynı zamanda insanın anlam arama çabaları olarak ifade edilmektedir (Özdemir, 2011, s. 29).

Canlıların ortamlarındaki nesnelere, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber vermek, bunlara ilişkin sahip oldukları bilgilerini birbirlerine aktarmak, aynı olgular, nesnelere, sorunlar karşısında benzer hayat tecrübelerinden kaynaklanan, benzer duygular hissedip bunları birbirlerine ifade eden canlıların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu aktarımlarına iletişim denmektedir (Oskay, 2011, s. 9).

İletişim Latince “communis” yani “birçok kişiye ya da nesneye ait olan ve ortaklaşa yapılan” anlamındaki kelimeden türemiştir. Bu tanımdan hareketle iletişim sözcüğünün özünde toplumsal nitelikli bir etkileşim, değiş tokuş ve paylaşım içerdiği görülmektedir (Zıllıoğlu, 2018, s. 22). İletişim, semboller ve simgeler yardımıyla duygu, düşünce ve bilginin alıcıya/ alıcılara aktarılması, yeni bilgiler ve düşüncelerin üretilmesi ve algılanması sürecidir. Bu sürecin gerçekleşmesi için çeşitli elemanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bunlar; kaynak, mesaj, kanal, alıcı, geribildirim ve gürültüdür (Akyıldız, 2019, s. 24).

Kaynak iletişimi başlatmaktadır. Kaynak, iletiyi oluşturan ve bir kanal aracılığıyla hedef kitleye ulaştıran birimdir. Amacı, hedef kitleyi etkileyerek hedef kitlenin duygu, düşünce, tavır ve davranışlarını değiştirmek, dönüştürmek ya da pekiştirmektir (Ulama, 2018, s. 5). Bu nedenle mesajın hedefe bozulmadan ulaştırılmasını, sağlıklı bir şekilde yürütülmesini sağlamalıdır (Şimşek, 2018, s. 35).

Mesaj, iletişim sürecinin amacı, iletilmek istenen içeriktir (Şimşek, 2018, s. 36). Kaynağın hedef ile paylaşmak istediği duygu, düşünce, kanı, veri ya da bilgidir. Bir diğer ifadeyle mesaj ya da ileti, iletişimde kullanılan ifadelerin taşıdığı anlam ve içeriktir (Ulama, 2018, s. 8). Mesajın amacına ulaşabilmesi için alıcının özellikleri dikkate alınarak kodlanmalıdır (Bahar, 2016, s. 11).

Kanal, mesajın iletilmesinde kullanılan her türlü araçtır (Şimşek, 2018, s. 36). Örneğin mesajı algılayan duyu organları, telefonla görüşmede kullanılan telefon, bilgisayar ve internet ağları iletişimde kanal görevi gören araçlardır (Bahar, 2016, s. 12). Kaynak ile alıcı arasındaki bağı oluşturan kanal, iletişimin amacı, zamanı ve yeri, alıcının özellikleri, iletişim olanakları veya sınırlılıkları gibi unsurlar kanal seçiminde belirleyici bir role sahiptir (Çetintaş, 2019, s. 13).

Alıcı ise mesajı okuyan ve mesajın kodlarını çözen kişidir (Şimşek, 2018, s. 35, 36). Alıcı, kod açma işlemiyle sembolleri yeniden düşünceye dönüştürmektedir



(Yılmaz, 2016, s. 4). Alıcının mesajı kaynak yani gönderen tarafından kodlandığı şekilde algılaması, mesajın anlamının ortak kılınması durumunda etkin bir iletişim gerçekleşmektedir (Bahar, 2016, s. 14). Alıcı, bir kişi, grup veya bir örgüt olabilmektedir (Çetintaş, 2019, s. 14).

Gürültü, iletişim sürecinde kodlama ve kod açma aşamasında bir iletinin açıklığını bozan her türlü engeldir. Örneğin; yüksek ses veya müzik, dikkat dağıtıcı giyim veya saç modeli, aşırı sıcak veya soğuk, açlık, uykusuzluk gibi unsurlar iletişimi engellediği için gürültü olarak nitelendirilebilmektedir (Ulama, 2018, s. 11).

Geribildirim, kaynağın gönderdiği bilginin anlaşılıp anlaşılmadığını gösteren aşamadır. Kaynak ve hedef arasındaki geriye bilgi akışıdır. Geribildirim olmayan iletişim tek yönlü iletişim, geribildirim olan iletişim ise çift yönlü iletişim olarak nitelendirilmektedir (Ulama, 2018, s. 12). Alıcı, kod çözme işlemi gerçekleştirdikten sonra tepkisini mesaj olarak kodlayarak mesajın kaynağına iletğinde, kaynak hedef alıcı olmakta böylece geribildirim işlemi gerçekleşmektedir (Bahar, 2016, s. 16).

Sürecin sağlıklı tamamlanması için sadece konuşma ya da dil yeterli değildir. Bunun yanı sıra dinleme süreci verilen mesajın doğru anlaşılması ve gerekli geri bildirim yapılabilmesi için oldukça önemlidir (Güvenç, 2014, s. 32). İletişim süreci içerisinde, bu sürecin bir parçası olan her bir öge birbirini etkilemekte, birbiriyle sürekli bir etkileşim yaşamaktadır (Yılmaz, 2016, s. 3).

İletişim genel itibariyle sözlü, sözsüz ve yazılı olarak gerçekleştirilmektedir. Sözlü iletişim, konuşmaya ve dile dayalı tüm iletişim biçimlerini ifade etmektedir (Akçay, 2012, s. 6). Bireylerin kendini tanıması, toplum içerisinde yer edinmesi ve kendini kabul ettirmesi için gerekli olan en temel iletişim yöntemidir (Maden, 2010, s. 147). Sözlü iletişimde, sesin tonu, ritmi ve yüksekliği gibi unsurlar önem taşımaktadır (Yılmaz, 2016, s. 8). Çünkü konuşulan konuya ve ortama göre sesin tonu, ritmi ve yüksekliği değişmektedir.

Sözsüz iletişim, konuşma haricindeki tüm iletişim biçimlerini içermektedir. Mesaj vermek için kullanılabilirdiği gibi sözel bir mesajı desteklemek ve güçlendirmek için de kullanılabilir (Güvenç, 2014, s. 33). Sözsüz iletişim de oldukça etkili bir iletişim yöntemidir. Örneğin renkler, kişilerin ruh hallerini ve düşüncelerini yansıtarak karşısındaki kişiye bir mesaj iletmektedir. Renkler kişiler tarafından olduğu kadar kültürler tarafından da farklı anlamları, durumları ve duyguları ifade etmek için

kullanılabilmektedir. Tüm dünyada ortak bir duyguyu yansıtan renkler olabileceği gibi farklı anlamlarda da yorumlanabilmektedir. İletişim yalnızca sözlü ya da sözsüz şekilde gerçekleştirilen bir süreç değildir. (Çalışkan ve Kılıç, 2014, s. 70, 71). Sözsüz iletişim, sözcüğün ötesine geçen bir iletişim yöntemidir. Yüz ifadesi, göz teması, duruş, jest, kişilerarası mesafe gibi çok sayıda beden dili unsurunu içermektedir (Gabbott ve Hogg, 2001, s. 6).

Yazılı olarak da iletişim gerçekleştirilmektedir. Yazılı iletişim, iletişimin kalıcı olması için kullanılan bir tekniktir (Şimşek, 2018, s. 52). Yazı yalnızca bir iletişim aracı değil ayrıca insanın simgesel düşünme sisteminin bir sonucudur. Yazının bulunması, toplumun, kültürel değişim ve gelişimin hızlanmasına etki etmiştir (Zıllıoğlu, 2018, s. 135). Yazılı iletişim, kalıcılığının yanı sıra iletilen mesajın karmaşık olması, mesaja verilecek cevabın ileri bir tarihte olması, gönderen kişinin mesajın içeriğini kontrol edebilme şansının olması açısından tercih edilen ve kullanılan bir iletişim türüdür (Bahar, 2016, s. 54).

Özetle, iletişim süreci toplumsal ve kültürel alanda yaşanan gelişmelerle yakından ilişkilidir. Süreç içerisinde yaşananların hem nedenini hem de sonucunu oluşturmaktadır (Çetintaş, 2019, s. 11). Kültür ve iletişimin ortak paydada bulunduğu en temel kavram kültürlerarası iletişim kavramıdır.

### **2.1.2.3. Kültürlerarası İletişim**

Kültürlerarası iletişim disiplinlerarası bir kavramdır. Kültürlerarası iletişimin, farklı kültürlere mensup insanlar arasında gerçekleşen iletişimi anlamayı, açıklamayı, iletişim süreçleriyle ilgili tahminlerde bulunmayı amaçlamaktadır (Ulusoy, 2017, s. 168). Kültürlerarası iletişim bir kültürün sahip olduğu, sözlü, sözsüz, yazılı mesajların, jest ve mimiklerin ve giyim kuşamın diğer kültürde uyandırdığı etkiyi yorumlaması ve bir cevap vermesidir (Kara ve Tunçbilek, 2018, s. 39).

Kültürlerarası iletişim, iki veya daha fazla kültürün maddi manevi değerleriyle temasa geçmesi, birbirlerini algılaması, anlaması, kabul etmesi, saygı gösterip yeni değerler üretmeleridir (Güven, 2015, s. 107). Kültürlerarası iletişim, farklı kültürlere mensup bireyler arasında gerçekleşen iletişimdir (Spinks ve Wells, 1997, s. 287). Kendi grubundan farklı bir grubu kavramanın şifresi kuşkusuz o gruba ait iletişim

kodlarının çözülmesidir. Kültür ve iletişim arasındaki işlevsellik veya temel geçit bu noktada devreye girmektedir. Çünkü insani iletişimin özünü oluşturan göstergeler kültürel kodlardır (Altunbey ve Yağbasan, 2020, s. 188).

Bir kültür, tek başına pek çok değere sahiptir. Ancak kültürün gelişip büyüebilmesi için diğer kültürlerle iletişime geçmesi gerekmektedir. Bir başka ifadeyle kültürler diğer kültürlerle iletişime geçtikleri ölçüde değer kazanmaktadır (İşler, 2010, s. 18). Hayatın doğal akışı insanların birbirleriyle iletişim halinde olmasını gerekli kılmaktadır. Yaşanan iletişim sürecinde bireyler birbirlerine tecrübelerini ve bilgilerini de aktarmaktadırlar (Göçer, 2012, s. 51). Böylelikle kültür ve iletişim arasındaki etkileşim gerçekleşmektedir. Kültürlerarası etkileşimin artması, kültürlerarası iletişim yoğunluğunun da artmasını sağlamıştır (Yeşil, 2009, s. 101).

21. yüzyıl itibariyle iletişim ve ulaşım alanında yaşanan gelişmeler bireysel anlamda seyahatlerin artmasına, sınırların ortadan kalkmasına veya esnemesine neden olmuştur (Bozkaya ve Aydın, 2010, s. 30). Böylelikle bireyler farklı kültürlerle tanışma ve etkileşime geçme imkânı bulmuştur. Kültürlerarası iletişim olarak adlandırılan bu durum her ne kadar kültürlerin tek tipleşmesi endişesini beraberinde getirmiş olsa da (Lie, 2017, s. 12) bireylere yeni bilgiler öğrenme, hoş görünün önemini kavrama gibi önemli özellikler kazandırmıştır (Yağbasan, 2016, s. 30).

Kültürel çeşitlilik, topluma katkı sağlayan bir durumdur. Hiçbir kültürün diğerinden üstün olma durumu söz konusu değildir. Çünkü her kültür kendine has öğeler içermektedir. Bu noktada dikkate alınması gereken şey kültürel göreceliliktir (Çeçen, 1996, s. 13). Göçer (2012, s. 50), kültürü “*Bir milletin asırlar boyu yaşanmışlıklarının damıtılmış bir özetidir*” şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanımdan hareketle her kültür kendi kültürüne ait duygu, düşünce ve davranış biçimlerinin etkisiyle iletişime geçtiği (Coşgun, 2004, s. 11) sonucuna varılmaktadır. Kültürlerarası iletişimde yanlış anlaşılmanın ortadan kalkması için iletişim halindeki kültürler, kültürel göreceliliği göz önünde bulundurulmalıdır.

#### **2.1.2.3.1. Kültürlerarası İletişimin Gelişimi**

Kültürlerarası iletişimin alanyazındaki yerini alması, farklı kültürlerin bir aradayken yaşadıkları iletişim sorunlarını çözmek bununla birlikte karşılaşılan kültürle

iletişim kurma isteği sayesinde olmuştur (Çakır, 2010, s. 83). 1920’li yıllardan 1946’ya kadar kültürlerarası iletişim ve yeteneğine olan ihtiyacın fark edilmesiyle gündeme gelen kültürlerarası iletişim kavramının akademik anlamda ortaya çıkması İkinci Dünya Savaşı sonrası döneme tarihlenmektedir (Sarı, 2004, s. 3- 5). Ruth Benedict, II. Dünya Savaşı yıllarından itibaren ABD’ nin Savaş ve Enformasyon Dairesi için gerçekleştirdiği Japon kültürünü anlamlandırmaya yönelik çalışma ilk çalışmalara örnek olarak gösterilmektedir (Özdemir, 2011, s. 30). 1946 yılında ABD Dışişleri diplomatlarına eğitim verilmesi amacıyla kurulan Foreign Service Institute (FSI) bu alanda yapılan çalışmaların ilki olarak kabul edilmektedir. Bu eğitim programı dil eğitimine ağırlık verirken dil ile kültür arasındaki ilişki fark edilmiştir (Sarı, 2004, s. 3- 5). 1959 yılında Edward T. Hall, “The Silent Language” (Sessiz Dil) adlı kitabında kültürlerarası iletişimi tanımlamıştır. Hall, enformasyon sistemleri kuramı ile kültürel farklılıkları da aynı kitapta açıklamıştır (Oyur, 2019, s. 67). Böylelikle kültürlerarası iletişim alanında kuramsal açıdan ilk çalışmalar gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

Türkiye’deki kültürlerarası iletişim çalışmaları ise iletişim, sosyoloji, göç sosyolojisi, sosyal ve kültürel antropoloji, etnoloji disiplinleri çatısı altında gelişme göstermiştir. Türkiye’deki iletişim fakültelerinde kültürlerarası iletişim çalışmaları ilk olarak 1996 yılında Asker Kartarı’nın verdiği dersler ile başlamıştır. Takip eden yıllarda Türkiye’deki çeşitli üniversitelerin iletişim bölümlerinde kültürlerarası iletişim dersleri seçmeli veya zorunlu ders olarak yer almaya başlamıştır (Özdemir, 2011, s. 31).

Kültürlerin farklılıkları iletişim sayesinde ortaya çıkmaktadır. Hall, kültürlerin iletişim yapısı ve işleyişini içeren bu farklılıkları ekstrasözel olarak da bilinen context (bağlam), chronemics (zaman algısı) ve proxemics (mekân algısı) olarak ifade etmiştir (Aksoy, 2016, s. 35). Tüm bu öğeler kültürlerarası iletişimin nasıl, nerede ve neden geliştiğini tanımlamaya yardımcı olmaktadır. Ayrıca her kültürün zamanı, mekânı ve bağlamı algılayış şekilleri farklılıkları anlamlandırmak adına ipuçları vermektedir. Zaman kavramı, kişilerin dakik olup olmadıkları, zamana yönelik tutumları, anlayışları, zamanı yaşayış şekillerini içermektedir. Mekân, iletişimin gerçekleştiği ortamı ve ortama uygun iletişime vurgu yapmaktadır. Bağlam ise iletişim kurmayı gerektiren şey yani içeriktir (Oksaar, 2008, s. 57- 67). Kültürlerarası iletişim alanında Edward T. Hall’den sonra Geert Hofstede (1980), kültürel boyutlar kuramını geliştirerek alan yazına katkıda bulunmuştur (Aksoy, 2016, s. 35). Sağlıklı bir

kültürlerarası iletişim kurabilmek için bireylerin karşısındaki kültür hakkında bilgi sahibi olması (Özgüzel, 2013, s. 151), empati kurarak yaklaşması ve hoşgörülü olması gerekmektedir.

Kültürlerarası iletişimin artması; turizm, öğrenci hareketlilikleri ve küresel ekonomi gibi pek çok ögeden kaynaklanmaktadır. Farklı kültürlerden bireyler özellikle turizm sayesinde seyahat ederek kültürlerarası iletişimin yaşandığı önemli bir alanı oluşturmaktadırlar. İletişim kurmak için en temel araç olan yabancı dil tek başına yeterli olmamaktadır. Anlaşabilmek için kültürlerin birbiri hakkında bilgi sahibi olması sağlıklı bir iletişim ve etkileşim yaşanmasını sağlama konusunda temel şartlardan biridir (Yağbasan ve Demirbağ, 2017, s. 623). Farklı kültürlerden kişilerle iletişimde zorluklar yaşanabilmektedir. Bu gibi durumlarda kültürlerarası iletişimin yararı, kültürel engellerin ortadan kaldırılmasına yardımcı olarak böylece kurulacak iletişimi kolaylaştıracak özellikte olmasıdır (Çetintaş, 2019, s. 92). Sağlıklı bir kültürlerarası iletişim için ise iletişimi engelleyecek unsurların bertaraf edilmesi gerekmektedir.

#### **2.1.2.3.2. Kültürlerarası İletişimi Etkileyen Unsurlar**

Kültür, bir grup insan tarafından öğrenilen, paylaşılan, nesilden nesile aktarılan değerler, inançlar, tutum, davranış, örf ve adetler olarak tanımlanmaktadır (Bolsoy ve Sevil, 2006, s. 81). Bu tanımdan yola çıkarak bir toplumu kendine özgü yapan şeylerin o toplumun sahip olduğu tüm değerler olduğu söylenebilir. Ancak artık her kültür ve her toplum birbirine daha da yaklaşmakta ve iletişimleri artmaktadır. Ortaya çıkan bu duruma kültürlerarası iletişim denmektedir.

Kültürlerarası iletişim, yapısı gereği birden fazla kültüre mensup bireyin etkileşimini ifade etmektedir. Kültürel farklılıklar, iletişim, davranış ve değerleri etkilemektedir (Sawyer ve Chen, 2012, s. 152). Bu nedenle sözlü veya sözsüz iletişim sırasında kültürel farklılıklardan kaynaklı olarak yanlış anlaşılmalara veya iletişim aksaklıkları yaşanabilmektedir. Bunun temel nedenlerinden biri ise bireylerin diğer kültürü kendi kültürünün değerleri doğrultusunda yorumlamasıdır. Bu değerlendirmeler çoğu zaman doğru olmayan ve aşırı genellemeleri içerdiğinden kültürlerarası iletişimi olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Barutçugil, 2011, s. 132).

Başarılı bir kültürlerarası iletişim gerçekleştirmek için söz konusu etkenlere dikkat edilmelidir. Her millet ve toplum gerek coğrafi gerekse tarihi açıdan farklı yaşamışlıklara sahip olduğu için kültürel farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Ancak kültürler arasında sadece farklılıklar değil temel benzerlikler de bulunmaktadır. Bu benzerlikler anlamların paylaşımını mümkün kılmaktadır (Ökeli, 2014, s. 4). Dolayısıyla kültürlerarası iletişim ortak değerlere odaklanıldığı sürece sağlıklı bir iletişimden söz edilebilecektir.

Toplumsal norm ve gelenekler, anlaşmalar, kişilerarası mesafe, arkadaşlıklar, ilişkiler, zaman, sınıf ve kast sistemi, giyim kuşam, din, cinsiyet, iş etiği, pratiklik, verimlilik, maddecilik, bireysellik, rekabet, değişim, hâkimiyet ve eşitlik gibi kültürlerarası iletişimi etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır (Spinks ve Wells, 1997, s. 287). Bir toplumun sahip olduğu tarih, dil, gelenek, sanat, iklim, coğrafya, norm, din ve değerler o toplumun kültürünün bütünü oluşturduğu için önemlidir (Alioğlu, 2011, s. 52). Çünkü bu unsurlar bir kültürün karakteristik özelliklerini belirlemektedir. Ayrıca bu unsurlar bir kültürü diğerinden ayıran elemanlardır. Kültürlerarası iletişimde başarılı olabilmek için bir kültürü diğerinden ayıran özellikler hakkında bilgi sahibi olunmalıdır. Normlar ve değerler, toplumsal roller, etnomerkezcilik, kalıp düşünceler ve ön yargılar, dil ve sözsüz iletişim öğeleri kültürlerarası iletişimi engelleyen temel unsurlardır.

#### **2.1.2.3.2.1. Normlar ve Değerler**

Normlar, yargılama ve değerlendirmenin kendisine göre yapıldığı ölçüt, uyulması gereken kural, düzgü ve önceden belirlenmiş kalıp düzgü olarak tanımlanmaktadır (http- 3). Normlar bir kültüre ait bireylerin davranışlarını belirleyen, doğru veya yanlış olarak ifade edilen kuralları kapsamaktadır. Normlar alışkanlıkları, adetleri, görenekleri, örfü ve yasaları içermektedir (Kartarı, 2014, s. 228, 229). Normlar, bir toplum ya da grupta kabul gören, yerine getirilmediğinde yaptırımlara yol açabilecek kural ve şemalardır (Avcıkurt, 2017, s. 139). Toplum tarafından uygulanan yaptırımlar sayesinde normun uygulanması ve normun devamlılığı sağlanmaktadır (Eren, 2007, s. 292). Normlar önceden belirlenmiş uyulması gereken

standart özelliklerdir ve kişilerin bu kurallara uyması beklenmektedir. Bireylerin neleri yapıp neleri yapmayacaklarını belirtmektedirler (Tezcan, 2016, s. 318, 319).

TDK değeri, bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet ve bir ulusun sahip olduğu sosyal, kültürel ekonomik ve bilimsel değerlerini kapsayan maddi ve manevi öğelerin bütünü şeklinde tanımlamaktadır (http- 2). Değerlerin temeli çocukluk ve ergenlik dönemlerinde atılmaktadır. Böylelikle birey sosyalleşme süreciyle birlikte değerleri de öğrenmeye başlamaktadır (Canatan, 2008, s. 64). Değer, tercih edilen fikir, duygu, davranış veya durumları ifade etmektedir (Kartarı, 2014, s. 227). Değerler, bir grup veya toplum tarafından paylaşılıp ciddiye alınmaktadır. Değerler, duygu ve heyecanlara hitap eden, insan zihninde yer etmiş, sosyo- kültürel şeylerin önemini ölçmeye yarayan ölçütlerdir. Ayrıca toplumda değer olarak ifade edilen şey belli ihtiyaçları karşılamaya yöneliktir (Tezcan, 2016, s. 315). Her kültür sisteminin ürettiği değerler farklılık göstermektedir. Soyut olan sosyal değerler yargılar vasıtasıyla dile yansımakta, zamanla toplumsal kurumlara dönüşerek davranışlarda somutlaşmaktadır (Yazıcı, 2020, s. 205).

Normlar ve değerler arasındaki fark; değerın soyut, normların somut olmasıdır. Ayrıca değerler normlara yön verebildiği gibi normlar da zamanla değerleri oluşturabilmektedir (Aydın, 2020, s. 82). Norm ve değer arasındaki bir diğer fark ise normların değerlere göre daha emredici bir yapıya sahip olmasıdır (Tezcan, 2016, s. 319).

Her toplum farklı geçmişe, inanışlara ve sosyo- ekonomik yapıya sahiptir. Dolayısıyla birey yaşadığı toplumdan öğrendiği değerlere ve normlara göre hareket edip iletişim kurmaktadır. Norm ve değerler, toplum hayatını destekleme işlevine sahiptirler. Bireyler arasındaki etkileşimin sağlıklı ve uyumlu bir şekilde gerçekleşmesi adına yol gösterici olan norm ve değerler bir takım davranış kalıplarını içermektedir (Töret, 2017, s. 161). Bir kültürün sahip olduğu norm ve değerler diğerinden üstün ya da aşağı görülemez; çünkü her kültürün norm ve değerleri kendine özgü ve kıyaslanamaz derecede önemlidir (Özensel, 2012, s. 58).

Kültür, normları içermekte ve bireylere doğruyu- yanlışını öğretmektedir (Akova, 2012, s. 174). Kültürlerarası iletişim sürecinde kişilerin kendi kültürlerine özgü iletişim davranışları sergilemeleri, karşısındaki kişinin davranışlarını da kendi

kültürü, normları ve değerleri çerçevesinde değerlendirmesi de kültürlerarası iletişimde sorunlara neden olmaktadır (Bozkaya ve Aydın, 2010, s. 31). İletişim kurulan kültürün norm ve yapısal özelliklerini bilmek kültürlerarası iletişimin gelişmesine katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır (Riemer ve Jansen, 2003, s. 375).

#### **2.1.2.3.2.2. Toplumsal Roller**

Rol, belirli statü ya da toplumsal konumlara atfedilen toplumsal beklentileri ve bu tür beklentilerin gerçekleşme sürecini incelemektedir (Marshall, 1999, s. 624). Toplumsal rol birbirleriyle ilişkili bir takım davranış kalıpları, bir toplumsal işlev etrafında toplandığında ortaya çıkan birleşimdir. Toplumsal rol ayırt edici belirli bir toplumsal konum etrafında toplanmış davranış kalıplarıdır (Tezcan, 2016, s. 74). Toplumsal roller, kişilerin mensubu oldukları toplumsal çevrede üstlendiği davranışsal beklenti modelini ifade etmektedir. Her kültür toplumsal rollere çeşitli sınırlar getirmiştir. Bu nedenle her kültürde bireye yüklenen rol farklılık göstermektedir (Kartarı, 2014, s. 238). Dolayısıyla kişi toplumda birden fazla role sahip olabilmekte, o rolün gerektirdiği şekilde davranması toplum tarafından beklenmektedir. Kültür, davranışların en önemli belirleyicilerinden birisidir (Emre, 2002, s. 16). İletişim de bireyin yaşadığı dünyayı algılamasında, kendin ifade etmesinde ve toplumsal rolünün belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Akova, 2012, s. 173).

Toplumsal bir varlık olan insan, toplumsallaşma sürecinde, toplumun ondan beklediği davranışları benimsemektedir. Bireyin benimsediği bu davranışlar içerisinde cinsiyete atfedilen roller de söz konusudur (Sarıtaş ve Şahin, 2018, s. 464). Toplum tarafından kadın ve erkekten beklenen cinsiyet rolleri toplumsal hayat üzerinden inşa edilmektedir. Örneğin kadının eşiyile birlikte aile ekonomisine katkı sunmasının yanı sıra çocuklarına bakması ev işlerini yapması beklenmektedir (Beyaz, Umar, Kılıçarslan, 2020, s. 1314).

Tezcan (2016, s. 75,76), rolleri; tayin edilmiş roller (kız, oğul, anne, baba) - kabul edilmiş roller (evlenip eş olmak), ideal rol (kişinin sahip olduğu konumdan kaynaklı olan rolü), gerçek rol (bireyin rolüne ilişkin beklentiler), basit roller, karmaşık roller (kişinin rolünün kolay ya da zor olması) itibarlı- itibarsız roller (toplumsal değer



derecesine göre belirlenen roller), büyük sorumluluk, hafif sorumluluk gerektiren roller, temel rol, ikincil rol (temel eğitsel rol içinde kişinin öğretmen, öğrenci gibi alt rollere sahip olmasıdır), kilit rol (kişinin toplumda sahip olduğu en önemli rol), genel rol (kişinin toplumda sahip olduğu tüm rollerin toplamı) olarak sınıflandırmıştır. Bireyler, toplumsal yaşam içinde buldukları duruma uygun senaryoda kendilerine düşen rolü oynamaktadırlar (Kartarı, 2014, s. 234).

### **2.1.2.3.2.3. Etnomerkezcilik**

Kültürlerarası iletişimi etkileyen unsurlardan bir diğer unsur etnomerkezciliktir. Bireyin içerisinde bulunduğu toplumu veya grubu, diğer grup veya toplumlardan üstün ve kendi kültürüne bağlı görmesidir (Köşker, 2020, s. 246). Kendi kültürünü diğerlerinden üstün gören toplumlar diğer kültürü ötekileştirme küçümseme veya aşağılama davranışı göstermektedirler (Tezcan, 2016, s. 224). Etnomerkezci birey, kendini, ait olduğu grubu veya kültürü evrenin merkezine yerleştirmekte diğer kültürlerin yerini buna göre belirlemektedir. Kendine en çok benzeyen kültürleri daha yakınına konumlandırırken kendine en az benzeyen kültürleri uzağa konumlandırmaktadır (Kartarı, 2014, s. 239).

Bireyler, kendi kültürlerini diğer kültürlerden üstün gördüğü sürece duyarlılıktan uzaklaşmakta kültürlerarası iletişimin olumlu ve verimli gerçekleşmesini engellemektedir. Kültürlerarası iletişim duyarlılığı gelişmemiş bireyler de kültürlerarası iletişim yeterliliğine uzak bir konumdadır (Bennet, 1986, s. 183). Bennet (1986); kültürlerarası iletişim duyarlılığın gelişimsel modeli olarak adlandırdığı çalışmasında etnomerkezci bireylerin diğer kültürlerle karşı sırasıyla reddetme, savunma ve azaltma davranışında bulduklarını ifade etmiştir. Birey etnik göreceli aşamalara geçtikçe sırasıyla; kabul, uyum ve bütünleşme aşamalarını yaşayarak farklı kültürlerle karşı duyarlılık geliştirdiklerini belirtmiştir (Bennet, 1986, s. 181- 186). Sonuç olarak kültürlerarası iletişimde bireylerin diğer kültürlerle karşı duyarlılıkları arttıkça kültürlerarası iletişimdeki yeterlilikleri artmakta, başarılı bir kültürlerarası iletişim süreci yaşanabilmektedir. Kültürlerarası iletişim yeterliliği bölümünde duyarlılık gelişim modeline ayrıntılı bir şekilde değinildiği için burada genel hatlarıyla açıklanmıştır.

Kısaca, başarılı bir kültürlerarası iletişim yani kültürlerarası iletişimde yeterliliğin sağlanması; farklı kültürlere duyarlılık geliştirilmesi, ön yargılardan, kalıp yargılardan ve etnik merkezlikten kaçınılması ile mümkün olabilmektedir (Bekiroğlu ve Balcı, 2014, s. 434). Kişiler kendilerini sözlü veya sözsüz şekilde ifade ederken ait olduğu kültürün kodlarını kullanmaktadırlar. Bu nedenle kültürlerarası iletişimde sorunlar yaşanabilmektedir (Köşker, 2020, s. 240). Farklı kültürlerde yetişmiş bireylerin çeşitli nedenlerle bir arada bulunduğu zamanlarda iletişim sorunları yaşamaları oldukça doğaldır. Burada önemli olan nokta yaşanan iletişim sorunlarını en aza indirmek ve etkili bir iletişim kurulmasını sağlamaktır (Şen, 2019, s. 1). Etkili bir iletişimin gerçekleşmesi için iletişim engellerinin ortadan kaldırılması veya azaltılması gerekmektedir. Öncelikle iletişimi engelleyen unsurun ne olduğu tespit edilmeli ve çözüm yolları geliştirilmelidir (Oğuz, 2002, s. 26; Akyıldız, 2019, s. 28).

#### **2.1.2.3.2.4. Kalıp Yargılar ve Önyargılar**

Önyargı, yanlış ve katı klişeler sonucunda diğer insanlara karşı oluşan olumsuz tutumları ifade etmektedir. Önyargılar bir toplum ya da grubun diğeri hakkında yeterli bilgi sahibi olmadığı durumlarda ortaya çıkan tutumlardır (Erdoğan ve Vatandaş, 2020, s. 476). Önyargıya sahip olan kişiler farklı duyguları ve düşünceleri kendi açısından değerlendirerek görmezden gelmektedirler (Soydaş, 2010, s. 138). Bir diğer ifadeyle önyargı, bir konu hakkında önceden, düşünmeden ve incelemeyen varılan yargıdır (Avcıkurt, 2017, s. 150).

Önyargılar gibi kalıp yargılar da kültürlerarası iletişimi olumsuz yönde etkileyen bir diğer unsurdur. Kalıp yargılar ilk olarak Walter Lippman tarafından kullanılmıştır (Oğuz, 2002, s. 27). Kalıp yargılar, diğer kültür mensuplarını değişmeyen izlenimlere dayalı olarak gruplandırmak ve bu gruplandırma çerçevesinde düşünüp davranmayı içeren bir kavramdır (Barutçugil, 2011, s. 63). Kalıp yargılar, bireylerin bir toplumsal gruba yönelik geliştirdiği bilgi, inanç ve beklentileri içeren bir yapıdır (Demirtaş, 2004, s. 38). Kalıp yargılar, ayrımcılık davranışına yol açarak kültürlerarası iletişim sürecini zedelemektedir. Bireyin bir kültüre karşı kalıp yargılara sahip olması, kültürlerarası iletişim sürecine hazır olmadığını göstermektedir (Işık, 2012, s. 159).

Kültürlerarası iletişim sürecinde, farklı kültürlere mensup bireyler çoğu zaman diğer kültür hakkında bilgi sahibi olmadan ilk izlenimleriyle ön yargı ya da kalıp yargıların etkisinde iletişim kurabilmektedirler (Ercan ve Özer, 2020, s. 194). Ön yargı ve kalıp yargılar da kültürlerarası iletişim sürecini çoğu durumda olumsuz yönde etkilemekte sağlıklı bir iletişim sürecini engellemektedir. Kültürlerarası iletişimde karşılaşılan engeller, kişilerin kendi kültürüne aşırı derecede bağlı olmalarının yanı sıra diğer kültüre karşı oluşturdukları ön yargılardır (Akay, 2013, s. 319).

#### **2.1.2.3.2.5. Sözsüz İletişim Unsurları**

Sözsüz iletişim, simgesel kodlar içeren bir iletişim türüdür (Zillioğlu, 2018, s. 159). Beden hareketleri, jestler, mimikler, sesin nitelikleri, göz hareketleri, giyim kuşam, renkler, semboller ve mesafe sözsüz iletişimin unsurlarıdır. Bu unsurlar başlı başına iletişimi gerçekleştirdiği gibi sözlü iletişimi desteklemekte (Şimşek, 2018, s. 79) ve dinleyicinin ilgisini çekmek amacıyla kullanılmaktadır (Riemer ve Jansen, 2003, s. 375). Sözsüz iletişim unsurları her toplumda veya kültürde farklı anlamlara gelebileceği için kültürlerarası iletişimde belirsizliğe yol açabilmektedir (Cangil, 2004, s. 71). Kültürlerarası iletişimde sözsüz iletişim unsurları sözlü iletişim unsurlarına göre daha fazla sorun yaşanmasında neden olabilmektedir. Bir kültürde hiçbir anlam ifade etmeyen sözsüz iletişim elementi diğer bir kültürde çok güçlü bir anlam ifade edebilmektedir. Örneğin “iyiyim, her şey yolunda” anlamına gelen el hareketi Amerika’da yaşayan biri için normal bir anlam ifade ederken başka bir ülkede kaba bir anlam ifade edebilmektedir (Spinks ve Wells, 1997, s. 291). Bu durumda bir tutumun diğerine göre daha doğru olduğunu söylemek etnomerkezci bir davranış olacağından her kültürü kendi bağlamında değerlendirmek gerekmektedir (Riemer ve Jansen, 2003, s. 375). Örneğin bir toplumda kullanılan giyim tarzı başka bir kültürde hoş karşılanmayabilir (Akova, 2012, s. 176). Bir kültürde kıyafete, nerede ve nasıl giyinildiğine önem verilirken başka bir kültürde önemsenmeyebilmektedir (Spinksve Wells, 1997, s. 289). Evrensel anlam taşıyan gülmek, ağlamak, sinirlenmek gibi duyguları içeren sözsüz iletişim unsurları olsa da bu davranışların nasıl ve nerede yansıtılabileceği kültürel kodlara göre belirlenmektedir (Zillioğlu, 2018, s. 162). Sözsüz iletişimin bir unsuru olan semboller de kültürlerarası iletişimde önemli

mesajlar iletmektedirler. Semboller hem kültürler tarafından ortak anlamlara gelebilmekte hem de kültüre göre farklı anlamlar içerebilmektedirler (Demir, 2020, s. 26). Sonuç olarak sözsüz iletişim unsurları, kültürden kültüre farklılık gösterdiği gibi duyguları ve ifade ediliş şekillerini de içerdiği için kültürlerarası iletişimde yanlış anlaşılmanın en fazla yaşandığı alanlardan biridir. Bir kültürde normal olarak görülebilen bir davranış biçimi, öteki için normal olarak karşılanmayabilir. Bu nedenle farklı kültürlerin bireyleriyle iletişimde, davranış biçimleri var olduğu kültür içinde anlamlandırılmalıdır (Ökeli, 2017, s. 179).

#### **2.1.2.3.2.6. Dil ile İlgili Farklılıklar**

Sosyo-kültürel sistemin gelecek nesillere aktarılmasındaki en önemli araç olan dil (Güvenç, 2018, s. 140) aynı zamanda en temel iletişim aracıdır. İşaretler ve bu işaretlerin seslendirilme sisteminden oluşan dil, aynı millet veya toplumdaki bireylerin anlaşmalarını sağlamaktadır. Genel olarak dil; din, bilim, felsefe, sanat gibi kültürel varlık olgularını yerine göre oluşturan, yerine göre geliştirip kuşaktan kuşağa aktarma görevini üstlenen beşeri bir mekanizmadır (Aydın, 2020, s. 39). Ayrıca dil bireylerin kültürel davranışlarına da etki eder.(Soydaş, 2010, s. 41).

Yaşanan çeşitli toplumsal ve teknolojik gelişmelerle birlikte kültürlerarası iletişim artmış, yalnızca o dili konuşmak değil aynı zamanda o dili konuşan topluma karşı duyarlı olmak da önem kazanmıştır. Farklı dilleri konuşan toplumların anlaşabilmeleri için öncelikle birbirlerinin kültürleri hakkında bilgi sahibi olmaları ve o dilin düşünce yapısını anlamaları iletişimi güçlendiren faktörlerin başında gelir. (Haldan ve Pekbak, 2019, s. 263). Bu durum da kültürlerarası iletişimde dilin önemine ve hassasiyetine vurgu yapar niteliktedir. Çünkü farklı bir kültürün dilini öğrenmenin yanı sıra o kültürün düşünce yapısını anlamaya istekli olma duyarlılığı (Çiloğlan, 2018, s. 56) veya duyarlılığın gelişimi de kültürlerarası iletişimde yeterliliğin sağlanmasına zemin hazırlamaktadır.

Dil, bir toplumun tüm faaliyetlerinin ve ilişkilerinin ürünü olan kültürün kodlanarak ortak bir toplum paydasında kullanılmasını sağlamaktadır. Dil ve kültürün bir arada olması aynı zamanda dil ve kültür sayesinde toplumun kendisini tanımasına ve diğer toplumlarla olan farkını algılamasına neden olmaktadır (Tuna, 2020, s. 194).

Dolayısıyla farklı dilleri konuşan bireyler, aynı zamanda farklı bir kültürle de karşılaşmış olduklarından kültürel ve dilsel farklılığı net bir şekilde hissetmektedirler.

### **2.1.2.3.3. Kültürlerarası İletişim Kuramları**

Kültürlerarası iletişim kuramları, kültürel farklılıkları ve bu farklılıkların neden kaynaklandığını açıklamak için geliştirilmiş yöntemlerdir. Alanyazında kültürel farklılıkları açıklamak amacıyla çeşitli araştırmacılar (Hall, 1959; Kluckhohn ve Strodtbeck, 1961; Hofstede, 1980) tarafından ortaya konmuş kuramlar bulunmaktadır. Bunlar; enformasyon sistemleri kuramı, değer yönelimleri kuramı ve kültürel boyutlar kuramlarıdır.

#### **2.1.2.3.3.1. Enformasyon Sistemleri Kuramı**

Bir diğer kültürlerarası iletişim kuramı Edward T. Hall tarafından geliştirilen enformasyon sistemleri kuramıdır. Hall insan etkinliklerini on ana mesaj sistemiyle ifade etmiştir. Bunlar; etkileşim, toplumsal yaşam, geçimini sağlama, iki cinsiyetlilik, mekânı kullanma, zamanı kullanma, öğrenme, oynama, savunma ve maddeden yararlanmadır. Enformasyon sistemleri kuramı, bireylerin birbirleriyle etkileşimlerini, toplumsal yaşamlarının nasıl olduğunu, insanların temel geçim kaynaklarını kullanma şekillerini, cinsiyetlere ne gibi özellikler ve görevler yüklediklerini, mekânları ve mesafeleri neye göre kullandıklarını, zamanı nasıl algıladıklarını, öğrenme şekillerinin neler olduğunu, oyunlarını hangi temel üzerine kurduklarını, kendilerini doğaya ve diğer insanlara karşı nasıl koruduklarını, maddeyi kültürel hayatlarında nasıl kullandıklarını içermektedir (Kartarı, 2014, s. 75- 86).

*Etkileşim*, sözlü, sözsüz ve yazılı iletişimi içermektedir. Etkileşimin temelinde yatan şey ise canlıların uyarılma yeteneğidir. Etkileşim, insanların grup halinde yaşamasının bir gerekliliği olarak ortaya çıkmaktadır. *Toplumsal yaşam*, kişilerin toplumsal yaşam içerisindeki yaşayışlarının iletişimiyle olan bağına vurgu yapmaktadır. Örneğin, bir ortamda lider olan kişinin ses tonu statüsüyle ilgili ipuçları vermektedir. *Geçimini sağlama*, insanların hayatta kalmak ve temel ihtiyaçlarını karşılamak için

gerçekleştirdikleri etkinlikleri ifade etmektedir. *İki cinsiyetlilik*, toplumdaki kadın ve erkeğin rollerini ve özelliklerini, bunların toplumdan topluma değişebileceğini belirtmektedir. *Mekânı kullanma*, canlıların belirli bir mekânı ihtiyaçlarına göre sahiplenmesi, kullanması ve savunmasını ifade etmektedir (Hall, 1959, s. 62- 69).

*Zamanı kullanma*, kişilerin doğaya bağlı zamanları ve kültürel nitelik taşıyan zaman kavramına işaret etmektedir (Kartarı, 2014, s. 80). Monocrone (monokron) yani bir anda tek bir işe odaklanma ve polycrone (polikron) yani bir anda birden çok işle ilgilenme olmak üzere iki farklı zamanı kullanma yönelimini içermektedir (Hall ve Hall, 1990, s. 13).

*Öğrenme*, çevreye uyum sağlayabilmek için gerekli olan bilgileri edinme sürecidir ve yaşamın temel etkinliklerinden biri olarak görülmektedir. Öğrenme boyutu, öğrenme eyleminin şeklinin, yolunun ve süresinin kültürden kültüre değiştiğini ifade etmektedir. *Oyun/ oynama*, farklı kültürlerdeki bireylerin oyun davranışlarının gözlemlenmesiyle o kültürün iletişim davranışları hakkında bilgi sahibi olunabileceğini belirten, oyun ile ilgili yapılan maddi kültür öğeleri olarak ortaya çıkmasını sağladığını belirten boyuttur (Kartarı, 2014, s. 82).

*Savunma*, insan yaşamı açısından en önemli etkinliklerdendir. İnsanın savunma eyleminde bulunması yalnızca doğal niteliklerinden değil kültürel birikimine de bağlıdır (Kartarı, 2014, s. 83). *Maddeden yararlanma*, tüm canlıların bedenlerinin çevresel koşullara uyum sağlayacak ve çevredeki maddeleri kendi çıkarına kullanacak şekilde programlanmasıdır (Hall, 1959, s. 79- 80).

#### **2.1.2.3.3.2. Değer Yönelimleri Kuramı**

Değer yönelimleri kuramı olarak adlandırılan diğer bir kuram ise Kluckhohn ve Strodtbeck'e aittir. İnsanlığın ortak sorunlarına çözüm bulmak ve bireylerin davranışlarını anlamak amacıyla geliştirilmiştir. Kuramın geliştirilmesinde üç varsayımdan yola çıkılmıştır. İlki, çözüm bulunabilecek evrensel insani sorunların olduğu; ikincisi, sorunların pek çok farklı çözümü olduğu, üçüncüsü ise toplumların sorunları çözme şekillerinin farklı olduğudur (Pilch, 2002, s. 93).

Değer yönelimleri kuramı olarak adlandırılan diğer bir kuram ise Kluckhohn ve Strodtbeck'e aittir. İnsanlığın ortak sorunlarına çözüm bulmak ve bireylerin davranışlarını anlamak amacıyla geliştirilmiştir. İnsan - insan yönelimi, insan - doğa yönelimi, zaman yönelimi, etkinlik yönelimi ve ilişkisel yönelim boyutlarından oluşmaktadır. İnsan - insan yönelimine göre insanlar iyi, kötü veya nötral olabilmektedirler. İnsan - doğa yönelimine göre, insan doğanın üstünlüğünü kabul eder, doğayla uyum içinde yaşar ya da doğaya hâkim olma eğilimindedirler. Zaman yönelimi ise bireylerin bugüne, geçmişe ya da geleceğe odaklı yaşamasıdır. Etkinlik yönelimine göre, yapmak, olmak ya da gelişirken olmak şeklinde ifade edilen bireylerin gelişimlerini nasıl tanımladıklarını ifade etmeleridir. İlişkisel yönelime göre ise bireylerin diğerleriyle kuracakları ilişkileri bireycilik, grup sürekliliği ya da yararcılık üzerine kurmalarıdır (Kartarı, 2014, s. 130- 134). Değer yönelimleri kuramı, insanın insan doğasına, doğaya, zamana etkinliğe ve insan ilişkilerine yönelimini ortaya koymak için sorulmuş sorulardan oluşmaktadır (Öğüt, 2018, s. 107). Bu sorular; insan doğasının özelliklerinin ne olduğu, insanoğlunun doğayla ilişkisinin ne olduğu, zaman yönelimlerinin ne olduğu, etkinliklere verilen değer ne olduğu ve insanların birbiriyle ilişkisinin nasıl olduğudur (Hills, 2002, s. 4). Bu sorulara verilen yanıtlar doğrultusunda bir toplumun değer yönelimleri belirlenmekte ve kültürel açıdan farklılıkları ortaya konmaktadır.

### **2.1.2.3.3.3. Kültürel Boyutlar Kuramı**

Kültürel farklılıklar ile ilgili önemli çalışmalardan birisi Hofstede' in kültürel boyutlar kuramıdır. Bu kuram, 1980 yılında 40 ülkede IBM çalışanları üzerinde gerçekleştirilen bir çalışma sonucu oluşturulmuştur (Barutçugil, 2011, 82). Kültürel boyutlar; güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, eril- dişil kültür ve bireycilik toplulukçuluk, kısıtlılık- kısıtsızlık ve kısa dönem- uzun dönem yönelimli olma olmak üzere altı boyutta incelenmektedir.

Güç Mesafesi: Gücün grup üyeleri arasındaki dağılımını içeren boyuttur. Grup içerisinde güç eşit dağılmışsa düşük güç mesafesi, eşit dağılmamışsa yüksek güç mesafesi söz konusu olmaktadır (Hofstede ve Soeters, 2002, s. 3). Güç mesafesi yüksek olan toplumlarda unvan, statü, pozisyon önemliken düşük güç mesafesine

sahip olan toplumlarda her bireyin alınacak karara katkı sunması söz konusudur (Dursun, 2013, s. 52). Bir diğer ifadeyle güç mesafesi, bir toplumda yaşayan insanların gücün eşit dağılmaması durumunu ne derecede kabul edilebilir bir durum olarak gördükleriyle ilgili kültürel boyuttur (Hofstede, Hofstede ve Minkov, 2010, s. 61). Güç mesafesi geniş olan toplumlarda işçi- işveren arasındaki mesafe hissedilmekte ve bu mesafe korunmaktadır. Güç mesafesi dar olan toplumlarda ise güç sahibi kişilere yaklaşmak kolaydır. Önemli bir karar verileceği zaman çalışanların fikirleri alınarak karar verme sürecinde etkin rol oynamaları sağlanmaktadır (Barutçugil, 2011, s. 86).

**Belirsizlikten Kaçınma:** Bireylerin belirsizlik durumunda kendilerini ne derecede tehdit altında hissettiklerini ifade etmektedir (Hofstede ve Bond, 1984, s. 419). Belirsizlikten kaçınma oranı yüksek olan bireylerde kişiler stresli ve gerginken belirsizlikten kaçınma oranı düşük olan bireylerde sakinlik ve uyumluluk söz konusudur (Hofstede ve Soeters, 2002, s. 4). Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu kültürlerde bilinmeyen risklerden uzak durulur, kuralcılık, güven saygı ve ait olma duyguları yoğundur. Belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu kültürlerde ise kurallar gerekli olan yerlere konmuştur, farklılığa merak duyulur ve belirsizlik hayatın bir parçası olarak görülmektedir (Çelik ve Görpe, 2003, s. 386). Belirsizlikten kaçınma düzeyi yüksek toplumlarda farklı olanı tehlikeli görme eğilimi bulunmaktadır. Belirsizlikten kaçınma düzeyi düşük olan toplumlarda ise farklı olanı ilgi çekici görme eğilimi görülmektedir. Belirsizlikten kaçınma düzeyi yüksek olan toplumlar katı, değişmez olarak nitelendirilirken, belirsizlikten kaçınma düzeyi düşük olan toplumlar esnek, rahat olarak nitelendirilmektedir (Hofstede ve Soeters, 2002, s. 4). Belirsizlikten kaçınma oranı yüksek olan toplumlar, kurallar dâhilinde hareket etmeyi tercih ederek belirsizliği azaltma eğilimindedir. Belirsizlikten kaçınma oranı düşük olan toplumlar, farklı durumlarla karşılaştıklarında bu durumun üzerine giderek inisiyatif kullanmayı tercih etmektedir (Barutçugil, 2011, s. 88- 89).

**Bireycilik- Toplulukçuluk:** Bireylerin gruba veya içerisinde bulunduğu topluma ne derece bağımlı hareket ettiğini ifade etmektedir. Bireyci kültürlerde kişinin kendi çıkarları ön planda yer alırken, toplulukçu kültürlerde kişinin üyesi olduğu toplumun çıkarları ön planda yer almaktadır (Hofstede vd., 2010, s. 92). Bireyci toplumlarda ben düşüncesi ön plana çıkmakta, bu gruba ait toplumun bireyleri aldıkları kararlarda kendi isteklerine odaklanmaktadır (Dursun, 2013, s. 52). Bireyci kültürler yabancılara karşı toplulukçu kültürlere göre daha arkadaş canlısı davranmaktadır



(Hofstede ve Soeters, 2002, s. 6). Bireyci toplumlarda, kişiler kendilerini diğerlerinden bağımsız olarak görmektedir. Toplulukçu toplumlarda ise, kişiler kendilerini tanımlarken ailelerinin veya diğer önemli toplulukların bir üyesi olarak görmektedir (Barutçugil, 2011, s. 84). Bireyci toplumlarda ‘ben’ bilinci yüksekken, toplulukçu kültürlerde ‘biz’ bilinci bulunmaktadır (Çelik ve Görpe, 2003, s. 386- 387).

**Erillik- Dişillik:** Toplum içerisindeki değerlerin ne kadar erkeksi veya dişil özelliklere sahip olduğu ile ilgilidir. Eril kültürlerde rekabet, para kazanma ve atılganlık gibi değerler önemlidir. Dişil kültürlerde ise ikili ilişkiler, dayanışma ve yardımlaşma değerleri ön plana çıkmaktadır (Hofstede ve Soeters, 2002, s. 7). Eril toplumlarda kararlılık, sertlik, kazanç, sonuç odaklılık, cinsiyete dayalı ayrımcılık ve kazanmak için mücadele etmenin takdir edilmesi durumları yer almaktadır. Dişil toplumlarda ise alçakgönüllülük, duyarlılık, yaşam kalitesi, anlayış ve cinsiyete dayalı ayrımın olmaması gibi değerlerin benimsendiği görülmektedir (Barutçugil, 2011, s. 87). Eril kültürlerde baskın olan değerler başarı ve üstünlüktür. Dişil kültürlerde yaşam kalitesi ve başkalarını koruma gibi değerler ön plana çıkmaktadır (Çelik ve Görpe, 2003, s. 386).

**Kısa Dönemli- Uzun Dönemli Yönelim:** Kültürel boyutlar kuramına sonradan eklenmiştir ve kültürlerin zamanı algılama biçimleriyle ilgilidir (Önlü ve Saran, 2019, s. 45). Kısa dönemli yönelime sahip olan toplumlar geçmiş ya da şimdiki zamana odaklanmaktadır. Uzun dönemli yönelime sahip toplumlar ise geleceğe odaklanmaktadır (Hofstede vd., 2010, s. 239). Uzun dönem yönelimli toplumlarda çok çalışma, tasarruf, yatırım yapma, sabırlı bir şekilde başarıya ulaşmak için çabalama söz konusudur. Ayrıca uzun dönem yönelimli toplumlar için geçmiş ve gelecek nesillere önem verilmekte, gelenekler modern yaşama uyumlu hale getirilmektedir. Kısa dönem yönelimli toplumlar ise kişisel itibar ve istikrar önemlidir. Hızlı sonuç almaya odaklanmaktadır. Gelenekler oldukça önemlidir. Tasarruf ve yatırım yaygın değildir (Hofstede, Pedersen ve Hofstede, 2002, s. 109- 111).

**Kısıtsızlık ve Kısıtlılık:** Kültürel boyutlar kuramına en son eklenen boyuttur. Farklı kaynaklarda hoşgörü ve kısıtlılık, serbestlik ve sınırlama, heveslilik ve kısıtlılık olarak da ifade edilmektedir (Önlü ve Saran, 2019, s. 46). Kısıtlılık- kısıtsızlık boyutu, toplumdaki bireylerin yaşamdan zevk alma ve eğlenme arzularını kontrol etme ya da tatmin etme eğilimlerini belirtmektedir. Kısıtsızlık eğilimi olan toplumdaki bireyler, yaşamdan zevk alma, eğlence duygusunun özgürce yaşanması, para harcama

konusunda özgürlük, boş zaman spor ve kişisel hobileri önemsemektedir (Hofstede vd., 2010, s. 281). Dolayısıyla kısıtsızlık boyutu kişinin mutluluğunun ön planda olduğu bir boyuttur. Kısıtlılık eğilimine sahip toplumlarda ise sosyal normlar çerçevesinde bireysel ihtiyaçların karşılanması söz konusudur. Mutluluk ve özgürlük daha az önemsenmektedir (Hofstede vd., 2010, s. 281).

### **2.1.3. Kültürlerarası İletişim Yeterliliği**

İletişim yeterliliği Wiemann (1977) tarafından, bireyin etkileşim sırasında duruma, ortama ve diğer bireylere en uygun iletişim davranışını seçmesi olarak tanımlanmıştır (Kartarı, 2014, s. 258). İletişim ve yeterlilik kavramlarının birlikte kullanımı 1970'li yıllarda başlamıştır. İletişimsel yeterlilik bireylerin iletişim becerilerine sahip olmaları ile gerçekleşmektedir (İlbuğa, 2010, s. 173). İletişim yeterliliği; bireylere eşit şekilde davranılabilmesi, kişisel ve profesyonel anlamdaki ilişkilerde yeterlilik sayesinde başarılı olabilmek, kişilerin yeterlilik göstermemesi ve yargılayıcı tavırlar içerisinde bulunması gibi konulardan dolayı çalışılan ve önem taşıyan bir alan konumundadır (Wilson ve Sabee, 2003, s. 3-4).

İletişimsel yeterlilik sadece bireyler arası değil toplumlar arası olarak da tanımlanmaktadır (İlbuğa, 2010, s. 173). Bu nedenle farklı kültürler ile iletişim kurabilme yeterliliği kültürlerarası iletişim ya da iletişimsel yeterlilik olarak ifade edilmektedir. İletişim kültürü etkileyen ve kültürden etkilenen bir unsur olduğu için iletişimsel yeterlilik de kültürlerarası iletişim yeterliliğini içeren bir yapıya sahiptir (Uso- Juan ve Martinez- Flor, 2008, s. 161).

Kültürlerarası iletişim yeterliliği, iletişim yeterliliği ile aynı koşulları içermesine rağmen iletişim sürecindeki davranışsal değişiklikleri içermektedir Bu tanım da kültürlerarası iletişimde uygunluğun önemini vurgulamaktadır (Kartarı, 2014, s. 258). Bireyler farklı kültürlerle iletişime girdiklerinde farklı türlerde iletişim yeterlikleri geliştirmektedirler. Bunlar temel yeterlilik, toplumsal yeterlilik, bireylerarası yeterlilik, dil ve iletişim yeterliliği ve iletişimsel yeterliliktir (Spitzberg ve Cupach 1984' ten akt. Chen ve Starosta, 1996, s. 359; Kartarı, 2014, s. 261);

- Temel yeterlik; kişinin yeni çevreye etkili bir şekilde uyum sağlamasına yarayan genel yetenektir (Spitzberg ve Cupach 1984' ten akt. Chen ve Starosta, 1996, s. 359)
- Toplumsal yeterlik; başkalarının duygularını sezebilme yani empati, toplumsal rol üstlenme, bilişsel karmaşıklık ve etkileşimi yönetebilme gibi özel yetenekleri içermektedir (Kartarı, 2014, s. 261).
- Bireylerarası yeterlik; amaç ve görevleri yerine getirebilme yeteneğidir. Bireysel yeterlilik; temel ve sosyal yeterliliğin bir parçası olmasına rağmen bireylerin iletişim amaçlarına ulaşabilme yeteneklerini kullanmalarıyla ilgilidir (Spitzberg ve Cupach 1984' ten akt. Chen ve Starosta, 1996, s. 359).
- Dil ve iletişim yeterliği; etkileşim sürecinde dil ve mesajları etkin bir şekilde kullanabilme yeteneğidir (Spitzberg ve Cupach 1984' ten akt. Chen ve Starosta, 1996, s. 359).
- İlişkisel yeterlik; etkileşimin karşılıklı süreçlerine odaklanmaktadır (Kartarı, 2014, s. 261).

Kültürel açıdan çeşitliliğin yoğun olduğu çokkültürlü ortamlarda, duyarlılık ve farkındalık önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra sınırların ortadan kalkmaya başladığı 21. yüzyıl itibariyle barışçıl bir dünya sağlanabilmesi için bireylerin düşünsel, duyuşsal ve davranışsal açıdan yeterli olmaları kültürlerarası iletişim konusunda da yeterliliğin önemine işaret etmektedir. Kültürlerarası iletişim yeterliliği sayesinde etkin ve uygun bir iletişim süreci gerçekleştirilebilmektedir (İlbuğa, 2010, s. 170). Kültürlerarası iletişim yeterliliği, farklı kültürlerle başarılı bir etkileşim gerçekleşebilmesi için bireylerin sahip olması gereken bilgi, motivasyon ve beceridir. Bilgi; birey ya da grubun yeterli bir iletişim kurması için gereken bilgiyi, motivasyon; birey ya da grubun iletişimi kurmaya istek duymasını, beceri ise birey ya da grubun yeterliliğe ulaşmak için süreci yönetmesidir (Wilson ve Sabee, 2003, s. 11).

Byram (1997, s. 48)'a göre ise kültürlerarası iletişimsel yeterliliğin sağlanabilmesi için dört bileşen gerekmektedir. Bu bileşenler, dilsel yeterlilik, toplumbilimsel yeterlilik, söylem yeterliliği ve kültürlerarası yeterliliklerdir. Dilsel yeterlilik; yazılı ve sözlü dili anlayıp yorumlayabilecek standart dilbilgisi yeteneğine sahip olmaktır. Toplumbilimsel yeterlilik, anadilini konuşan biri olsun ya da olmasın iki kişinin ortak bir dilde kendilerini ifade edebilmesidir. Söylem yeterliliği; bir konuşmacının tek taraflı ya da karşılıklı konuşma metinlerini üretmek ve yorumlamak

amacıyla stratejiler bulması için sahip olması gereken strateji bulma, kullanma ve iletme yeteneğidir. Kültürlerarası yeterlilik ise başka kültüre sahip bireylerle etkili ve uygun bir şekilde iletişim kurma becerisi olarak açıklanmaktadır.

*“Kültürlerarası iletişim yeterliliği; gönderilen mesajın, alıcının algılayabileceği ve kaynağın niyetine uygun bir şekilde yorumlayabileceği şekilde kodlamasına, alıcının da algıladığı mesajın farklı bir kod sisteminin ürünü olduğunun farkında olmasına bağlıdır”* (Yağbasan, 2016, s. 78, 79). Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin sağlanabilmesi için mesajı gönderen ve alan kişilerin kültürel farklılıkların bilincinde olması gerekmektedir. Mesajın kodlanma ve kodun çözülmesi aşamasında kültürel farklılıkların gerçekleştirilen iletişim olayına ne gibi bir etkisi olduğu göz önünde bulundurulmalıdır (Oyur, 2019, s. 74).

Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin kazanılması karşılaşılan kültürün konuştuğu dili öğrenmek ile sınırlı kalmamalıdır. Dili öğrenmeyi kolaylaştıracak ayrıca yanlış anlaşılmaları ve iletişim kazalarını önlemek için o toplumun kültürel değerlerinin öğrenilmesi gerekmektedir. Kültürün ve dilin birbirini tamamladığının kanıksanması kültürlerarası iletişim yeterliliği kazanılmasının ön koşuludur. Kültürlerarası iletişim yetenekleri gelişmiş olan bireyler ayrıca kültürlerarası uyumu da sağlamaktadır (Yağbasan, 2016, s. 43). Kültürlerarası iletişimin etkili bir şekilde kurulabilmesi yeterliliği de beraberinde getiren önemli bir unsurdur. Etkili iletişim; kişilerin karşılaştığı problemleri çözebilmesi, kendini ifade edebilmesi ve karşısındaki bireyi anlayabilmesi ile sağlanmaktadır (Uzuntaş, 2013, s. 11). Sonuç olarak; kültürlerarası iletişim yeterliliği, iletişim/ iletişimsel yeterliliğin sağlanması, kişilerin bunun için gerekli olan bilgi, beceri ve motivasyona sahip olması ve bütün bunları yanıtacak şekilde davranmasıdır. Böylelikle kültürlerarası iletişim yeterliliği gerçekleşmektedir.

### **2.1.3.1. Kültürlerarası İletişim Yeterliliği Geliştirme**

Küresel pazarın genişlemeye devam etmesi, turist sayılarının ve yurtdışı eğitim programlarının artması gibi gelişmeler kültürlerarası yeterlilik ve beceri geliştirmenin gerekliliğini arttırmaktadır (Hajek ve Giles, 2003, s. 935). Kültürlerarası iletişim yeterliliği çalışmaları önceleri yabancı dil/ ikinci dil öğrenme ile

ilişkilendirilmekteyken 21. yüzyılın toplumsal özellikleri nedeniyle pek çok alanda kullanılan bir terim durumuna gelmiştir (Eğinli ve Yalçın, 2016, s. 7).

Kültürlerarası iletişim yeterliliği; farklı kültür yapılarından gelen bireylerle etkili iletişim sağlanmasında gerekli olan duyuşsal, bilişsel ve davranışsal becerilerdir (Bennet, 2011, s. 3; Aksoy, 2016, s. 38). Kültürlerarası yeterlilik ve duyarlılık birbirlerini pekiştiren kavramlar olmasına rağmen dikkat edilmesi gereken noktalar bulunmaktadır. Kültürlerarası duyarlılık, etkileşimin duygusal alanıyla bağlantılıdır. Duyarlılığın bilişsel alanı olan farkındalık ise duyarlılığın dayanak noktasını oluşturmaktadır ve bireyi duyarlılığın davranışa bürünmüş hali olan yeterliliğe ulaştırmaktadır (Bekiroğlu ve Balcı, 2014, s. 434). Kültürlerarası duyarlılık duygusal boyutla, kültürlerarası farkındalık bilişsel boyutla ilişkilidir ve kültürlerarası yeterliliği sağlamaktadır (Chen, 1997, s. 4, 5).

Kültürlerarası iletişim yeterliliğini oluşturan becerilerin geliştirilmesi kültürlerarası çatışmaları önlemek için önemli bir adımdır (Demir ve Üstün, 2017, s. 5). Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin kazanılabilmesi için iletişim şekli bağlama uygun ve etkin olmalıdır. Genel anlamda iletişim için gerekli olan bu şart kültürlerin farklı ve çeşitli olduğu ortamlarda yaşanacak çatışmaları önlemek için oldukça önemlidir (Aksoy, 2016, s. 38).

Kültürlerarası iletişim konusunda kültürlerarası iletişim yeterliliği anlaşılması gereken önemli bir noktadır; ancak tek başına kullanıldığında kavramın anlaşılması zorlaşabilmektedir. Kültürlerarası iletişim, kültürlerarası duyarlılık ve yeterlilik birbirleriyle ilişkili olsalar da ayrı kavramlardır. Kültürlerarası iletişim yeterliliği kültürel farklılıkları anlamayı (Chen ve Starosta, 2000, s. 3) ve kültürlerarası açıdan uygun şekilde düşünüp davranmayı ifade etmektedir (Hammer vd., 2003, s. 422). Kültürlerarası yeterliliği kazanmış birey, diğer kültürleri fark edebilen, tek kültürlülükten çok kültürlülüğe geçiş yapmış bireydir (Gökmen, 2005, s. 77).

Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin sağlanması temelde etkinlik ve uygunluk ile mümkün olmaktadır. Kültürlerarası etkinlik, kişilerarası iletişim kurabilme yeteneği, farklı kültürlerle alışma yeteneği, farklı toplumsal sistemlere alışma yeteneği, kişilerarası ilişki kurabilme yeteneği ve diğerlerini anlama yeteneğinden oluşmaktadır (Abe ve Wiseman, 1983, s. 53). Kültürlerarası etkinlik stresle başa çıkabilme, etkili bir şekilde iletişim kurabilme ve kişilerarası ilişki kurabilme olarak tanımlanmaktadır.

Hammer vd. (1978, s. 382), kültürlerarası yeterliliğin bu üç etkinlikle sağlanabileceğini ifade etmektedir.

Etkileşimsel etkinlik, becerilerin aktarımıdır. Becerilerin aktarımı birinin bilgi, beceri, yeterlilik ya da anlayışını bir başkasına yönlendirmesi ya da aktarmasıdır. Bu sayede diğer bireyin de kültürlerarası açıdan etkinliğinin sağlanması amaçlanmaktadır. Ruben ve Kealey (1979, s.22), etkileşimsel etkinliğin katılım, sosyal uyum ya da kültürlerarası etkileşim ve beceri aktarımı sayesinde gerçekleştiğini ifade etmektedir.

### **2.1.3.1.1. Duygusal Süreç ve Duyarlılık**

Kültürlerarası duyarlılık, insan ilişkilerinin çeşitli nedenlerle artmaya başlamasıyla bu ilişkilerin geliştirilmesi konusunda önemli bir hedef konumundadır (Coffey vd., 2013, s. 605). Kültürlerarası duyarlılık, kültürel farklılıkları ayırt etme ve farkına varabilme yeteneğidir (Hammer vd., 2003, s. 422). Bununla birlikte bireyleri farklı kültürel ortamlarda başarılı bir yaşam ve çalışma hayatına hazırlamaktadır (Bhawuk ve Brislin, 1992, s. 413). Kültürlerarası duyarlılık, bireyin kültürlerarası iletişimde uygun ve etkili davranışları destekleyen kültürel farklılıkları anlama ve takdir etmeye yönelik olumlu duygular geliştirebilmesidir. Kültürlerarası duyarlılığı gelişmiş bireylerin etkileşimden olumlu sonuç alabilmeleri için kendilerini motive etmeleri bir diğer deyişle istekli olmaları gerekmektedir (Ünalın, 2020, s. 2702).

Duygusal bileşen bireyin farklı kültürden bireylerle iletişim kurma isteğini ifade etmektedir (Bozkaya ve Aydın, 2010, s. 32). Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin sağlanmadığı durumlarda kültürlerarası iletişim kaygısı yaşanmaktadır (Ata, 2019, s. 711). Duygusal süreç; bireyin öz saygısını, açık fikirliliğini, empatiyi, ön yargısız olma, etkileşime katılımı ve sosyal rahatlığını içeren bireyin kendini değerlendirdiği bir süreçtir.

Özsaygı; Bireyin özünü bir nesne gibi ele alarak değerlendirmesi sonucunda kendi hakkında vardığı yargı ve geliştirdiği tutumdur (Doğru ve Peker, 2004, s. 316). Farklı kültürlerarası durumları doğru tanımaya ve saygı duymaya karşı geliştirilen olumlu duyguları ifade etmektedir. Özsaygıya sahip olan bireyler, kültürlerarası etkileşimlerdeki farklılıkları doğru tanıyarak onlara saygı göstermeyi içeren olumlu duyguları arttırmaktadır (Chen, 1997, s. 6).

Özdenetim; kişinin kendisiyle dünya arasındaki uyumu en uygun ve en iyi seviyeye yükseltmek için sahip olduğu kapasitedir. Kişilik yapısına katkı sağlayan bir özelliğe sahiptir ve her bireyin özdenetim kapasitesi farklıdır (Duyar, Gülten ve Gelbal, 2012, s. 19). Kişinin farklı bir kültürel ortam veya durumda kısıtlamalarla karşılaştığında kontrollü bir şekilde konuşması ve davranmasıdır (Rengi ve Polat, 2014, s. 140).

Açık Fikirlilik; bireylerin kendilerini açıkça ve uygun bir biçimde anlatmaya ve başkalarının açıklamalarını kabul etme istekliliğidir (Chen, 1997, s. 7). Açık fikirli olma; farklı perspektifleri bütünleştirme, fikirleri sentezleme ve geri bildirim sağlamayı ve kendini geliştirmeyi ifade etmektedir (Taylor ve Bright, 2011, s. 438-439).

Empati; Empati en temel tanımıyla kendini diğer bir bireyin yerine koymaktır. Farklı kültürden bireylere empati ile yaklaşabilmek o kültürün dilini ve kültürel değerlerini anlama sayesinde gerçekleşmektedir (Yağbasan ve Demirbağ, 2017, 625). Kültürlerarası empati sayesinde iletişim süreci doğru bir şekilde yürütülebilmektedir. Farklı kültürlerle iletişim kurulduğu süreçte, bireylerin karşısındaki bireyi ya da grubu, o kişinin veya grubun bakış açısından anlamaya çalışması gerekmektedir. Bu nedenle kültürlerarası yeterliliğin sağlanmasında önemli bir role sahiptir (Eğimli ve Taş, 2018, s. 715).

Ön yargısız olma; karşıdaki kişiyi olduğu gibi kabullenmek anlamına gelmekte ve iletişim becerisi destekleyen önemli bileşenlerden birisidir. Bu nedenle konuşma dilinde kullanılan ifadeleri dikkatle seçmek gerekmektedir (Barutçugil, 2011, s. 55). etkileşime katılan diğer bireylerin istekle dinlenildiklerini görmelerine (Chen, 1997, s. 8) dolayısıyla psikolojik olarak rahat hissetmelerine katkı sağlamaktadır. Kültürel farklılıklardan zevk alma duygusu ile beslenmektedir (Kartarı, 2014, s. 267).

Etkileşime katılım; farklı kültüre mensup bireylerin iletişimi başından son anına kadar etkili bir şekilde sürdürmesidir (Rengi ve Polat, 2014, s. 140). Kişinin etkileşimdeki duyarlılığını vurgulamaktadır (Chen, 1997, s. 8).

Sosyal rahatlık; kültürlerarası iletişimde kaygı duygusunu azaltan bir öğedir. Kültürlerarası iletişimde yeterli olan bireyler kaygı duygusu dâhil iletişimi engelleyebilecek unsurların üstesinden gelebilmektedirler (Kartarı, 2014, s. 268). Sonuç olarak; kültürlerarası iletişim yeterliliğinin temel sağlayıcılarından biri olan

duyuşsal süreç yani duyarlılığın sağlanabilmesi öz sayđı, açık fikirlilik, empati, ön yargısız olma, etkileşime katılım ve sosyal rahatlık sayesinde gerçekleşmektedir.

#### **2.1.3.1.2. Bilişsel Süreç ve Farkındalık**

Kültürlerarası iletişim sürecinde bireylerin birbirlerinin kültürü hakkında bilgi sahibi olmaları etkili bir iletişim kurmalarını sağlamaktadır (Bozkaya ve Aydın, 2010, s. 32). Farkındalık sonucunda oluşan tutum ve davranışlar kültürel birikimi oluşturmaktadır. Ancak yalnızca kişinin kendisi açısından farkındalığa sahip olması yeterli değildir. Bu nedenle kişinin diğer bireylerin de bilincinde olması gerekmektedir (Birkök, 2017, s. 28). Bilişsel bileşen, kişinin farklı kültürden bireylerle karşılaştığında nasıl iletişim kuracağını bilme derecesidir (Bozkaya ve Aydın, 2010, s. 32).

Kültürlerarası farkındalık, iletişimin temeli olarak düşünölebilmektedir. Kişinin kendi kültürünün ve diğer kültürlerin farkında olmasını içeren iki yetenekten oluşmaktadır. Diğer kültürel değerlerin, inançların ve bakış açılarının farkında olmaktır (Zhu, 2011, s. 116). Kültürlerarası iletişimde farkındalık süreci, çok anlamlılığı ve belirsizliği azaltmaktadır. Ayrıca bu süreç bireyin kendi kültürü ve diğer kültürlerin farklılıklarını anlamasına ek olarak içinde bulunduğu ortam hakkında edindiği bireysel düşünceleri değiştirmesini de içermektedir (Kartarı, 2014, s. 269).

Kültürlerarası farkındalık, kültürlerarası iletişimde kültürel temelli formların, uygulamaların ve referans çerçeveleri ile ilgili bilinçli bir anlayış geliştirmeyi gerektirmektedir. Bireylerin iletişimde oldukları süreçte geliştirdikleri anlayış doğrultusunda esnek ve bağlamsal bir şekilde uygulamaya geçmesidir (Baker, 2011, s. 202). Bu süreci tamamlayan birey sadece kültürel farkındalığı değil aynı zamanda birden fazla kültürün bir arada bulunmasını da olumlu karşılamaya başlamaktadır. Dolayısıyla birey çok kültürlü ortama ayak uydurmak için kendi davranışlarında değişim yapmakta böylece yeterlilik konusunda önemli bir adım atmış olmaktadır (Kartarı, 2014, s. 270).

Kültürlerarası farkındalık, bireyin diğer kültürdeki benzer ve farklı yönleri algılayabilmesidir. Kültürel farkındalık öz farkındalık ve kültürel farkındalık olmak üzere iki boyut içermektedir (Chen ve Starosta, 1996, s. 365). Öz farkındalık, kişiden kişiye farklılık gösteren kültürel kimliği ifade etmektedir. Ayrıca kişinin kendi kültürel bakış açısıyla beklenti ve ihtiyaçlarını anlayarak bunun kültürel bilgisine ulaşmasını



belirtmektedir (Rozaimie, Shuib, Ali, Oii ve Siang, 2011, s. 1176). Kültürel farkındalık ise bireyin diğer kültürel değerleri (Shuib, Rozaimie, Sahari ve Ali, 2012, s. 737), kendi kültüründen ve diğer kültüründen bireylerin nasıl düşünüp davrandığını, kültürel kalıplardaki benzerlik ve farklılıkları içermektedir (Chen ve Starosta, 1996, s. 365). Kültürel farkındalığın gelişmesi “kültürel harita” ya da “kültürel tema” oluşturmaya benzemektedir. Bu durum da kültürlerarası iletişim yeterliliği için gerekli olan bilgiye vurgu yapmaktadır (Chen ve Starosta, 1996, s. 366). Kültürel farkındalık; kültürel normların göreceli yapısının farkında olmak, kültürel anlayışın değişebileceğinin farkında olmak ve farklı grupların farklı bakış açılarına sahip olduğunun farkında olmak olarak da ifade edilebilmektedir. Kültürlerarası farkındalık, kültürlerarası etkileşimde ilk olarak kalıp yargılar ya da genelleştirmelere dayanabileceğini ancak bu durumu aşmanın gerekliliğinin farkına varmak, farklı sosyo- kültürel temelli iletişim şekilleri arasındaki farkları aşma ve telafi edebilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (Baker, 2012, s. 66).

#### **2.1.3.1.3. Davranışsal Süreç ve Beceriklilik**

Kültürlerarası iletişim yeterliliğinde davranışsal süreç, kültürlerarası etkileşimde nasıl etkili bir şekilde davranılacağına ve iletişimsel becerilere vurgu yapmaktadır. Bu alanda kastedilen beceri, iletişim gerçekleştirilirken gösterilen performansın başarısıdır (Spitzberg ve Hecht, 1984, s. 577). Bu beceriler; mesaj becerileri, kendini uygun bir biçimde açıklama, davranışsal esneklik, etkileşimi yönetme ve kimliği koruma ya da tanımadır.

Mesaj becerileri; yabancı dili ustalıkla kullanmayla ilişkilidir. Dil yeterliliğini, mesajı uygun şekilde kodlamayı, karşı tarafın anlayabileceği mesajları göndermeyi ve sözsüz iletişim dilini anlamayı kapsamanın yanı sıra diğer iletişimsel davranış ve tutumları da içermektedir (Kartarı, 2014, s. 271).

Kendini uygun bir şekilde açıklama; kültürlerarası etkileşim sırasında kişinin kendisi hakkında uygun ve açık bir şekilde bilgi vermesidir (Chen ve Starosta, 1996, s. 367). Bireylerin kendileri hakkında açık bilgiler vermeleri belirsizlik derecesini azaltmaktadır. Bu sayede yeterliliğe bir adım daha yaklaşılmaktadır (Gudykunst, 1985, s. 95).

Davranışsal esneklik; farklı bağlam ve durumlarda uygun davranış biçimlerini seçme yeteneğidir. Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin yaratıcı yönünü ifade etmektedir. Davranışsal esneklik yeteneğine sahip olan bireyler, farklı kültür bireyleriyle iletişim kurarken hangi güvenilir sözlü mesajları nasıl kullanacaklarını belirleyebilmektedirler (Kartarı, 2014, s. 272).

Etkileşim yönetimi; konuşma sırasına uymak, konuşmayı uygun şekilde başlatıp uygun şekilde bitirmeyi ifade etmektedir (Chen, 1996, s. 368). Etkileşim yönetiminin başarılı olabilmesi için; konuşan kişinin sözünün kesilmemesi, aynı anda birden çok kişinin konuşmaması, sırayla konuşulması, sık ve uzun duraklamalardan kaçınılması ve dinleyen kişiler tüm ilgisini konuşan kişiye vermesi kurallarına uyulması gerekmektedir (Wiemann, 1977, s. 199; Portalla ve Chen, 2010, s. 23). Özetle etkileşim yönetimi yeterlilik için olmazsa olmaz bir öğedir (Wiemann, 1997, s. 199).

Kimliği koruma ya da tanıma; bireyin etkileşim içerisinde olduğu kişinin sosyal ve kültürel kimliğini tanıması ve ona saygı göstererek korumasıdır. Birey hem kendi kültürel kimliğini hem de iletişim halinde olduğu bireylerin kimliğini iyi bilmelidir (Kartarı, 2014, s. 273).

### **2.1.3.2. Kültürlerarası İletişim Yeterliliği Geliştirme Modelleri**

Kültürlerarası iletişim yeterliliğinin nasıl geliştirilebileceğine dair çeşitli araştırmacılar (Ruben, 1976; Byram, 1997; Bennet, 1998; Matveev ve Nelson, 2004; Deardorff, 2006;) modeller geliştirmişlerdir. Bu modeller, Ruben (1976)' in yedi boyuttan oluşan kültürlerarası iletişim yeterliliği modeli, Byram (1997)' in beş bileşenden oluşan kültürlerarası iletişim yeterliliği geliştirme modeli, Bennet (1998)' in kültürlerarası iletişim duyarlılık gelişim modeli, Matveev ve Nelson (2004)' in kültürlerarası iletişim yeterliliği modeli, Deardorff (2006)' un kültürlerarası yeterlilik süreç modelidir.

### 2.1.3.2.1. Kùltùrlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli

Kùltùrlerarası Duyarlılık Gelişim Modeli, Bennet'in insanların kùltürel farklılıkları nasıl yorumladığını açıklayabilmek için oluşturduğu bir modeldir (Hammer, Bennet ve Wiseman, 2003, s. 423). Kùltùrlerarası yeterliliğin önemine vurgu yapan model iki aşamada incelenmektedir. İlki bireyin farkında olmadan diğerkùltürleri kendi değerleriyle yargıladığı etnomerkezci (ethnocentric) aşama; ikincisi ise bireyin diğerkùltürleri deneyimlediği etnik göreceli (ethnorelative) aşamadır (Öğüt, 2019, s. 44).

Bu aşamalar (Bennet, 2001, s. 9- 11; Olson ve Kroeger, s. 121- 123);

Etnomerkezcilik; kişinin diğerkùltürleri kendi kùltürünü baz alarak değerlendirmesidir (Albayrak, 2021, s. 103). Etnomerkezci aşamalar; reddetme, savunma ve azaltma aşamalarından oluşmaktadır. Reddetme; bireyin kendi kùltürünü diğerkùltürlerden üstün gördüğü, tek doğru kabul ettiği aşamadır. Kùltürel farklılıklara karşı bir savunma mekanizması oluşturulan aşamadır; ancak diğerkùltürler tamamen göz ardı edilmemektedir (Gökmen, 2005, s. 73). Bunun nedeni ise kendi kùltüründen başka bir kùltürü deneyimlememiş olmasıdır. Diğerkùltürlere ayırım yaparak ya da şüpheli/ belirsiz olarak yaklaşır (Hammer vd., 2003, s. 424). Savunma; bireyin diğerkùltür bireylerini tehdit olarak algıladığı, diğerkùltürleri ötekileştirirken kendi kùltürünü koruduğu aşamadır. Diğerkùltürlere yönelik tecrübeleri basmakalıp bir çerçevede devam etmektedir. Savunma evresindeki bireyler, dünyayı 'biz' ve 'onlar' olarak ayırmaktadırlar. Biz üstün olan, onlar ise alt tabaka olarak değerlendirilmektedirler (Gökmen, 2005, s. 73). Azaltma/ Küçümseme; bireyin farklılıkları en aza indirgemesine rağmen benzerliklerden daha az önemli olduğunu düşündüğü aşamadır. Birey bu aşamada kendi kùltürünün evrensel olduğunu düşünmektedir (Gökmen, 2005, s. 73).

Etnik göreceli aşamalar; kabul etme, uyum ve bütünleşme aşamalarıdır. Kabul etme; bireyin kùltürel farkları kabul edip saygı gösterdiği aşamadır. Hem davranış farklılığına hem de değer farkına saygıyı içermektedir. Uyum; bireylerin kendi kùltürel çerçevelerini değiştirdiği, dünyaya farklı gözlerle bakabildiği ve farklı bir kùltürle etkili iletişim kurmak için davranışlarını değiştirdiği aşamadır. Bireyin kùltürlerarası süreçte davranışlarını değiştirmesi diğerkùltürü anlamasını kolaylaştırmayı sağlamaktadır (Cai ve Rodriguez, 1996, s. 34). Bireylerin davranışlarını duyarlılık

doğrultusunda değiştirmesi ise farklı bir kültürle karşılaşan bireyin bu konuda istekli olup olmadığının farkında olmasıyla gerçekleşmektedir (Bhawuk ve Brislin, 1992, s. 416). Bütünleşme; bireylerin kültürel olarak çok yönlü kimlik özelliklerini tutarlı bir bütün haline getirmeye çalıştıkları aşamadır. Özetle, kültürlerarası duyarlılık gelişim modeli, yani kültürlerarası duyarlılık geliştirme aşamaları, özünde bireylerin kültürlerarası iletişim yeterliliğine yaklaşma aşamaları olarak ifade edilebilir (Hammer vd., 2003, s. 423).

### **2.1.3.2.2. Kültürlerarası İletişim Yeterliliği Geliştirmeye Yönelik Diğer**

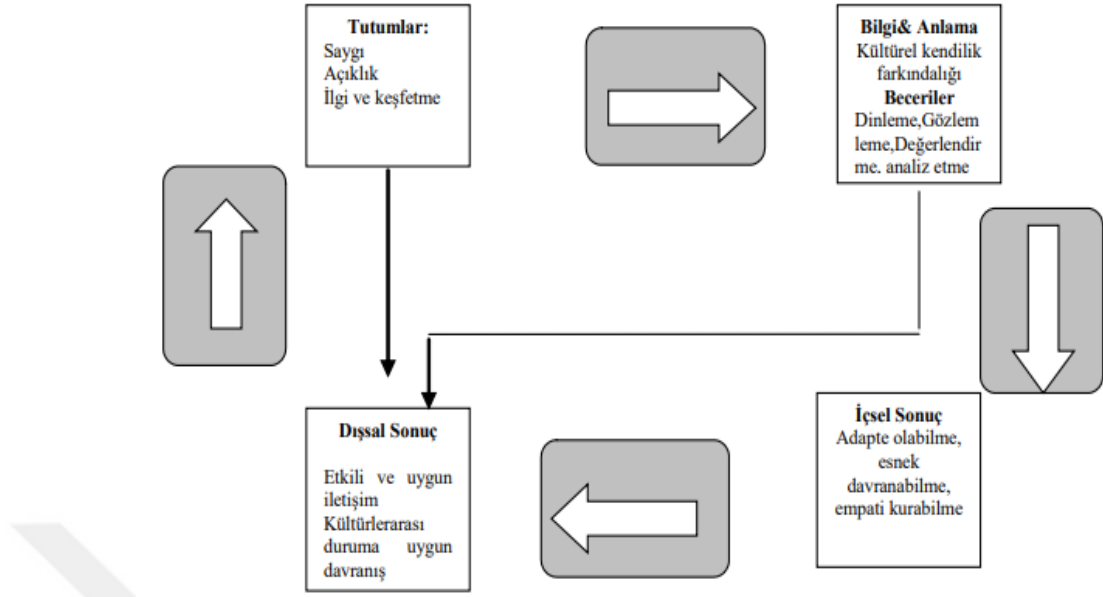
#### **Modeller**

Kültürlerarası iletişim yeterliliği alanında model oluşturan Byram (1997), beş bileşen olduğunu belirtmiştir. Bu bileşenler tutumlar; bilgi; kıyaslama, ilişkilendirme ve yorumlama becerisi; karşılıklı etkileşim ve keşfetme becerisi; eleştirel kültürel farkındalıktır (stn, 2011, s. 20);

Tutum; diğer kültüre ilişkin merak, açıklık ve hazırbulunuşluktur. Ayrıca birey farklı kültürlere yönelik değer inaniş ve davranışların olduğunu kabul etmekte, bu değerlere objektif olmaya isteklidir. Bilgi; birey hem kendi kültüründe hem de diğer kültürlerdeki sosyal grup ve kimliklerin işleyişi hakkında bilgi sahibidir. Kıyaslama, ilişkilendirme ve yorumlama becerisi; bireylerin farklı kültürlerdeki olay ve olguları anlayıp yorumlayarak kendi kültürüyle ilişkilendirmesini ifade etmektedir. Karşılıklı etkileşim ve keşfetme becerisi; farklı kültürlerdeki bilgi ve becerileri edinerek bu bilgileri etkin bir Şekilde kullanılmasını içermektedir. Eleştirel kültürel farkındalık; bireyin kendi kültürüne ek olarak farklı kültürlerin bakış açılarını değerlendirerek eleştirel bir Şekilde yaklaşmasını belirtmektedir.

Kültürlerarası iletişim yeterliliği geliştirmek için önerilen diğer bir model Deardorff (2004) tarafından oluşturulan süreç modelidir (Deardorff, 2006).

Şekil 1. Kültürlerarası Yeterlilik Süreç Modeli



**Kaynak:** Deardorff, D. K. (2006) Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of studies in international education*, 10 (3), 241- 266'dan uyarlayan Temel Eğinli A. (2011). Kültürlerarası yeterliliğin kazanılmasında kültürel farklılık eğitimlerinin önemi. *Öneri Dergisi*, 9 (35), 215-227.

Kültürlerarası Yeterlilik Süreç Modeli, tutumlar, bilgi, anlama ve beceriler, içsel sonuç ve dışsal sonucu içermektedir. Yeterliliğin sağlanması için kişinin saygı, açıklık, ilgi ve keşfetme tutumlarına sahip olması gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca bireyin kültürel kendilik ve farkındalığı anlama bilgisine, dinleme, gözlem yapma, değerlendirme ve analiz etme becerisine sahip olması gerektiği ifade edilmektedir. Süreç modelinde kişiden beklenen içsel sonuç adapte olabilmek, esnek davranabilmek ve farklı kültüre mensup bireylerle empati kurabilmektir. Süreçten beklenen dışsal sonuç ise bireyin etkili ve uygun bir şekilde iletişim kurabilmesi, kültürlerarası duruma uygun davranış sergileyebilmesidir (Deardorff, 2006, s. 255- 257). Model, kültürlerarası iletişimin kişisel düzeyden kişilerarası düzeye ulaşmasının mümkün olduğunu ancak kişilerin bu düzeye ulaşmaları için tutum, bilgi ve beceri düzeyinin tamamlanması gerektiğini vurgulamaktadır (Eğinli, 2011, s. 218).

Ruben (1976, s. 339- 341; Ruben ve Kealey, 1979, s. 16- 19), kültürlerarası yeterlilik konusunda farklı kültürlere davranışsal açıdan uyumun önemine vurgu yaparak; saygı gösterme, etkileşim tutumu, bilgi yönelimi, empati, esnek olma, etkileşim yönetimi ve belirsizliğe karşı tolerans olmak üzere yeterliliğin sağlanması

için yedi boyut bulunduğunu ifade etmiştir. Saygı gösterme; etkili bir iletişim için bireyin saygılı ve olumlu bir şekilde davranmasıdır. Etkileşim tutumu; etkileşim sırasında yargılayıcı olmayan, tanımlayıcı bir şekilde gerçekleştirilen olumlu ve etkili bir iletişimi ifade etmektedir. Bilgi yönelimi, kişinin farklı ortamlardaki bilginin, doğrunun ve yanlışın değişebildiğini kabul ederek bunları açıklayabilme ve tanımlayabilme yeteneğidir. Empati; kişinin kendini başkasının yerine koyabilme yeteneğidir. Farklı kültürlerle olumlu insan ilişkileri kurma yani kültürlerarası iletişim alanında etkili bir iletişim için oldukça önemlidir. Esnek olma; kişinin farklı bir ortamda bilgiyi isteme, açıklama ve problem çözümü ile ilgili değerlendirme yapabilme yeteneklerini içinde bulunduğu ortama ve duruma göre uyumlayarak esnek davranabilmesidir. Etkileşim yönetimi; farklı kültürden bireylerin etkileşim yönetimi bireylerarası etkileşimi yönetmek kadar önemli bir durumdur. Bu nedenle diğer bireylerinde ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak etkileşimi başlatma ve sürdürebilmek kültürlerarası yeterliliğin önemli şartlarından biridir. Belirsizliğe karşı tolerans ise; yeni bir çevreye uyum sürecinde kişinin duyduğu rahatsızlığı yansıtmadan tepki verebilme yeteneğidir. Belirsizliğe karşı tolerans gösteremeyen bireylerin öfkeli, hatta düşmanca bir tavır içerisinde olması etkili ilişkilerin önünde büyük bir engel oluşturmaktadır.

Kültürlerarası yeterlilik modeli Matveev ve Nelson (2004, s. 357- 358) tarafından oluşturulmuş diğer bir yeterlilik modelidir. Bu model, farklı kültürlerle çalışan yöneticiler üzerinde inceleme yapılarak oluşturulmuştur. Kişilerarası beceriler, takım etkinliği, kültürel belirsizlik ve kültürel empati olmak üzere dört boyuttan oluşan modelde kişinin farklı kültürlerin bulunduğu çalışma ortamında kişilerarası iletişimde etkin olabilmesi için sahip olması gereken bilgi, farkındalık, isteklilik, belirsizliğe karşı tolerans ve empati yeteneğinin önemi vurgulanmaktadır. Çünkü küresel iş ortamları, uzmanlık ve kültürel çeşitliliği anlamayı gerektirmektedir (Matveev ve Nelson, 2004, s. 253). Turist rehberlerinin çalışma ortamları da farklı kültürlerden bireyleri içerdiği için kültürel çeşitliliği hem teoride hem pratikte anlayabilmeleri önem taşımaktadır.

#### **2.1.4. Hizmet Verme Yetkinliği Kavramı**

Hizmet verme yetkinliği, kişilerin hizmet vermeye istekli olmasıdır. Hizmet verme yetkinliği tanımının anlaşılabilmesi amacıyla hizmet kavramı ve hizmetin özellikleri açıklanmıştır. Ayrıca hizmet verme yetkinliği bireysel hizmet verme yetkinliği olarak ifade edildiğinden bu bölümde yalnızca hizmet verme yetkinliği olarak ele alınmıştır. Buna ek olarak örgütsel hizmet verme yetkinliği, hizmet verme yetkinliğini etkileyen faktörler bu bölümde açıklanmıştır.

##### **2.1.4.1. Hizmet Kavramı ve Özellikleri**

Hizmet kavramı, insan ile ilgili her alanda yer alabileceği için çok geniş bir kavram olarak nitelendirilmektedir (Bektaş, 2019, s. 17). En temel anlamıyla hizmet; eylemler, süreçler ve performanslardır. Amerikan Pazarlama Birliği'ne göre hizmet; satışa sunulan ya da malların satışıyla birlikte sağlanan eylemler, yararlar veya doygunluktur (Kozak, 2019, s. 16).

Hizmet, kişisel veya kamusal ihtiyaçların karşılanması için fiziksel materyaller ve insan kaynaklarının birlikte koordine edilmesidir (Ramamoorthy, 2000, s. 885). Hizmet, bir diğer tanıma göre soyut, bir gruptan diğerine devredildiğinde hiçbir şeyin sahipliği ile sonuçlanmayan, sunanın insan olmasından dolayı heterojen yapıya sahip, ihtiyaçları ve istekli karşılayan eylemlerdir (Özgüven, 2008, s. 653).

Hizmet, bir faaliyetin temel amacı veya unsuru olarak tüketici isteklerini giderici nitelikte, belirlenebilen soyut çabalardır (Ünver, 1994, s. 3). 1700'lü yıllarda Fransız filozoflarca "tarımsal faaliyetler dışında kalan tüm faaliyetler" olarak tanımlanmıştır. Adam Smith ise hizmeti "somut elle tutulabilir ürün (mal) meydana getirmeyen tüm faaliyetler" olarak tanımlamıştır (Midilli, 2011, s. 3).

Hizmet; insan ya da insan gruplarının ihtiyaçlarını gidermek amacıyla belirli bir fiyattan satışa sunulan, elle tutulamayan, koklanamayan, kolay heba edilen, standartlaştırılmayan, yarar ve doyum oluşturan soyut faaliyetlerin tümüdür (Sevimli, 2006, s. 2). Müşteriler, endüstri işletmelerinde üretilen mallardan somut fayda beklerken, hizmet üreten işletmelerden daha çok sosyo-kültürel ve sosyo- psikolojik

ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar (Ertürk, 2011, s. 16). Bu nedenle mal ve hizmetleri birbirinden ayıran özelliklerin bilinmesi, hizmetin anlaşılması açısından önemlidir.

Hizmetin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (İslamoğlu, 2010; Rızaoğlu, 2016);

- Hizmetler eş zamanlıdır. Üretimi, dağıtımı ve tüketimi aynı anda gerçekleşmektedir. Üretici - tüketici iletişimine vurgu yapan bu özellik hizmeti sunan kişilerin davranışlarını, tüketicileri algılama şekillerini ve iletişim becerilerini son derece önemli bir hale getirmektedir. Hizmeti sunan, sunulan hizmetten fiziksel olarak ayıramamaktadır. Müşteri, hizmet üretim sürecine katılmakta, diğer müşterilerin de hizmet üretim sürecinde bulunarak müşteri deneyimlerini etkilemektedir. Hizmetlerin bu özelliği ayrılmazlık olarak da isimlendirilmektedir (Öztürk, 2006, s. 102).
- Hizmetlerin mülkiyeti devredilemez. Kişiler, hizmeti kullanma hakkına sadece belli bir süre için sahiptirler (Özgüven, 2008, s. 654).
- Hizmetler kolayca ertelenebilir. Fiyata ve zamana karşı duyarlıdır ve toplumsal koşullardan çabucak etkilenmektedirler. Dolayısıyla taleplerin tatmini ve talebe göre planlamayı zorlaştırmaktadır (İslamoğlu, 2010; Rızaoğlu, 2016)
- Hizmetler üretildiklerinde tüketilmezlerse sonradan tüketmek mümkün olmamaktadır (İslamoğlu, 2010; Rızaoğlu, 2016)
- Aynı hizmet aynı yerde aynı kişilere sunulamayacağından türdeş değillerdir. Standardize edilememektedirler. Hizmetlerin standardize edilememesinin en önemli nedenlerinden biri insan faktörüdür (Usullu, 2019, s. 25). Hizmetler, genellikle insanlar tarafından üretilen performanslardır. Bu nedenle aynı hizmetin iki ayrı sunumu aynı olmamaktadır. Hizmetin bu özelliği, hizmet kalitesinin önemli bir sorun olabileceğine vurgu yapar niteliktedir (Öztürk, 2006, s. 102). Hizmet kalitesi, müşterinin hizmeti satın aldıktan sonra o hizmetten sağladıklarının kendisinde yarattığı duygudur ve söz konusu hizmetten tatmin olma düzeyini ifade etmektedir (Çiçek ve Doğan, 2009, s. 203).
- Mallardan farklı olarak hizmetler eylem ve deneyimi ifade etmektedir.
- Hizmetler denenemez, dokunulamaz, parçalanamaz ve depolanamazlar. Bu özelliğinden dolayı hizmetler dayanıksız olma özelliğine sahiptir. Dayanıksız olma, hizmetlerin depolanamaması, saklanamaması ve iade edilememesidir (Özgüven, 2008, s. 654). Müşteri, hizmetin denenemez, dokunulamaz olmasından dolayı



hizmeti satın alırken geçmiş tecrübelerinden faydalanmak durumdadır. Hizmetlerin soyut olması hataların giderilme şansını en aza indirmektedir (Ertürk, 2011, s. 16). Hizmetler, yukarıda belirtilen özellikleri nedeniyle mal ve ürünlerden ayrılmaktadırlar.

#### **2.1.4.2. Hizmet Verme Yetkinliği**

Hizmet verme yetkinliğini tanımlayan ilk araştırmacılar olan Schneider, Parkington ve Buxton (1980), hizmet verme yetkinliğini müşteri ihtiyaçlarını karşılama ve iyi bir hizmet verme konusunda istekli olma şeklinde tanımlayarak kişilik özelliklerine dayandırmışlardır. Saxe ve Weitz (1982) ise ek olarak hizmet verme yetkinliğini öğrenilebilir tutum ve davranışların bileşeni olarak ifade etmişlerdir. Hogan, Hogan ve Busch (1984) ise hizmet verme yetkinliğini çalışanların müşterilere karşı yardımsever, düşünceli ve ortak hareket eden davranış biçimlerinin tümü olduğunu belirtmiştir. Dienhart, vd. (1992)'ne göre ise hizmet verme yetkinliği hizmet sunumunda yararlı, düşünceli, hürmetkâr ve işbirlikçi olma yeteneğidir.

Bir diğer tanıma göre hizmet verme yetkinliği dört boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar; müşteriye özel ve önemli olduğunu hissettirme ihtiyacı, müşteri istek ve ihtiyaçlarını anlama ihtiyacı, hizmetleri başarılı bir şekilde sunma isteği ve kişisel ilişki kurma ihtiyacıdır (Donavan, Brown ve Mowen, 2004, s. 129). Hizmet verme yetkinliği, tüketicilerin istek ve gereksinimlerini karşılamaya, hizmet vermeye istekli ve yetenekli olma durumudur. Tüketicilerle iletişim kurup bundan zevk alabilme gibi kişilik özelliklerini, tutum ve davranışları içermektedir. Hizmet verme yetkinliği kişilik ile ilgili olsa da sonradan öğrenme ile pekişmektedir. Buradan hareketle öğrenilen kültürün de hizmet verme yetkinliğinin oluşmasında etkili olduğu söylenebilmektedir (Kuşluvan ve Eren, 2011, s. 142). Hizmet verme yetkinliği, kaliteli hizmet sunumunun desteklenmesi amacıyla, iş görenlerin kişilik özelliklerini, tutum ve davranışlarını veya hizmet kültürünü/ stratejisini açıklayan bir kavram olarak tanımlamaktadır (Frimpong, 2014, s. 55- 56).

Hizmet verme yetkinliği bireysel ölçüde; iş performansını, iş tatminini, örgütsel bağlılığı, işe devamlılığı, işten ayrılma niyetini, tükenmişliği, örgütsel vatandaşlık davranışlarını, rol çatışmasını, rol belirsizliğini, işgörenlerin kararlara

katılımını etkilemektedir (Başoda, 2012, s. 49, 55). Örgütsel ölçekte ise hizmet kalitesi, alıcı - satıcı işletmeler arasındaki ilişkiler ile işgören - müşteri arasındaki ilişkileri, müşteri memnuniyeti ve sadakatini etkilemektedir (Serçeoğlu ve Selçuk, 2016, s. 42). Hizmet verme yatkınlığı, ihtiyaçları karşılama ve zevk alma boyutlarına dayanmaktadır. İhtiyaçları karşılama boyutu, müşterilerin gereksinimlerini karşılamaya yönelik yetenek ve inançları ifade ederken, zevk alma boyutu hizmet verme ve iletişim sürecinde çalışanın içten olmasını, keyif almasını ifade etmektedir (Brown, Mowen, Donovan ve Licata, 2002, s. 111).

#### **2.1.4.2.1. Örgütsel Hizmet Verme Yatkınlığı**

Örgütsel düzeydeki hizmet verme yatkınlığı, hizmet verme kalitesini doğrudan etkileyen bir faktördür. İşletme - müşteri etkileşiminin devamlılığını sağlayan ve çalışanların tutum ve davranışlarından meydana gelen örgütsel hizmet verme yatkınlığı, (Bektaş, 2019, s. 26) örgüt kültürünün bir ögesidir. Örgütsel hizmet verme yatkınlığı mükemmel hizmet oluşturup sunmaya yönelik hizmet verme davranışlarını destekleyen ve ödüllendiren, temel örgütsel uygulamaların örgüt çapında benimsenmesi olarak tanımlanmaktadır (Lytle, Hom ve Mokwa, 1998, s. 459; Eren, 2007, s. 26). Hizmet verme yatkınlığı, üstün hizmetin sunulabilmesi için sahip olunması gereken kişilik özelliklerini inceleyen örgütsel bir yaklaşımdır (Eren vd., 2015, s. 394). Örgütsel hizmet verme yatkınlığı; hizmet liderliği uygulamaları, tüketicilerle temas uygulamaları, insan kaynakları yönetimi uygulamaları, hizmet sunma sistemleri uygulamaları olmak üzere dört ana boyuttan oluşmaktadır (Lytle vd., 1998, s. 464).

Hizmet liderliği uygulamaları: Liderlik, örgüt içinde etkili ve olumlu bir hizmet verme yatkınlığı sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yöneticilerin tutum ve davranışları da işletmenin iklimini belirlemektedir (Bolat, 2017, s. 25). Hizmet liderliği ise örgütte zihinsel, stratejik ve ruhsal bir değişime liderlik etmeyi, uygulamayı, bununla ilgili sistemi oluşturmaya yönelik çabayı ifade etmektedir (Sureshchandar, Rajendran ve Anantharaman, 2001, s. 352). Hizmet liderliği; hizmetkâr liderlik ve hizmet vizyonu olmak üzere iki alt boyutu içermektedir. Hizmetkâr liderlik, çalışanların kimlikleri ve davranışları üzerinde etkili olarak onların

hizmet verme çabalarını etkileyerek kendini gösteren liderlik türüdür (Bolat, 2017, 26). Hizmet vizyonu, işletmenin geleceğe yönelik beklentilerin çalışanlara bildirilerek benimsetilmesidir (Lytle vd., 1998, s. 460).

Tüketicilerle temas uygulamaları: Tüketicilerle temas uygulamaları boyutu, çalışan- müşteri etkileşimine ve çalışanın müşteri hizmetlerinde gerekli kararları verme becerisini ifade etmektedir (Lehto, 2013, s. 24). Bu boyut, müşteriye karşı tutum ve davranış ile personeli güçlendirme alt boyutlarını içermektedir (Lytle vd., 1998, s. 460). Müşteriye karşı tutum ve davranış; hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından önem taşımaktadır. Hizmet karşılaşmaları sırasında müşterilerle iletişim kuran çalışanların, müşteri istek ve beklentilerine dikkat etmelerinin yanı sıra müşterilere bireysel olarak yanıt vermelerinin gerekliliğine vurgu yapmaktadır (Gonzalez ve Garazo, 2006, s. 30). Personeli güçlendirme boyutu ise çalışanın güçlendirilmesinin önemine vurgu yapmaktadır. Personelin güçlendirilmesi, çalışanın müşterilerin hizmet beklentilerini yerine getirmede çalışanın özerklik ve kontrol sahibi olmasıdır. Güçlendirilmiş çalışanın müşteri ihtiyaçlarını olabildiğince hızlı ve etkili bir biçimde karşılama sırasında çalışanın sorumluluk sahibi olmasını ifade etmektedir (Lytle, vd., 1998, s. 461; Lashley, 1999, s. 169- 170).

İnsan kaynakları yönelimi uygulamaları; İnsan kaynakları bir hizmet işletmesi açısından önemli bir unsurdur. İnsan kaynaklarının stratejik ve etkili bir şekilde yönetmek hizmet işletmelerine rekabet avantajı sağlaması açısından önemlidir (Schneider ve Bowen, 1993, s. 48). İşletme hizmet verme yatkınlığının sağlanması için insan kaynakları uygulamalarının alt boyutları olan hizmet eğitimi ve hizmet ödülleri uygulamaları bulunmaktadır (Lytle vd., 1998, s. 463). Hizmet eğitimi hem bireysel hem de örgütsel düzeyde gelişme sağlayan bir unsurdur. Çalışanların müşterilere nasıl bir yaklaşımda bulunmaları gerektiğini öğretmeyi amaçlayan eğitimlerdir (Babakus vd., 2003, s. 275). Hizmet ödülleri alt boyutu da hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetine doğrudan etki eden bir yapıya sahiptir. Çalışanları fark etme, ödüllendirme ve emeğinin karşılığını verme uygulamalarıdır (Lytle vd., 1998, s. 465).

Hizmet sunma sistemleri uygulamaları; hizmet aksamalarını önleme, hizmet aksamalarını düzeltme, hizmet teknolojisi ve hizmet standartları iletişimini içeren müşterilere tutarlı bir şekilde hizmet sunulmasını sağlayacak sistemlerin kullanılmasını ifade etmektedir (Lytle vd., 1998, s. 461).

### 2.1.4.3. Hizmet Verme Yetkinliğini Etkileyen Faktörler

Hizmet olgusu, sürdürülebilir rekabet için önemli unsurlardan birisidir. Hizmetin niteliği kadar hizmeti sunan kişinin hizmet odaklı olup olmaması yetenekleri ve bireysel özellikleri de önem taşımaktadır. Ayrıca tüketici memnuniyetinin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır Hizmet sunan kişinin tutum ve davranışlarına etki eden en temel faktör de kişilik özellikleridir (Başoda, 2016, s. 77; Tekin ve Kalkan, 2017, s. 272). Ancak bununla beraber öğrenilebilir kültür, tutum ve davranışlar da hizmet yetkinliğini etkileyen önemli faktörler olarak kabul edilmektedir.

Hizmet verme yetkinliğini etkileyen unsurlardan biri olan kişilik; oldukça geniş kapsamlı bir kavramdır. Pek çok araştırmacı tarafından tanımlanmıştır. En genel anlamıyla ise bir insanı diğerlerinden ayıran bedensel, zihinsel ve ruhsal özelliklerin tümüdür. Bireylerin kişilik özellikleri farklılık gösterdiği için verimlilikleri, becerileri, yetenekleri de farklılık göstermekte ve hizmet verme yetkinliklerini etkilemektedir (Serçoğlu, 2013, s. 5261). Hizmet verme ve kişilik arasındaki güçlü bağlantıdan dolayı pek çok araştırmacı hizmet verme yetkinliğinin kişiliğin bir boyutu olarak kabul etmektedirler (Ayyıldız, Ayyıldız ve Altun, s. 78). Hizmet vermeye yetkin olan iş görenler, müşterilerin ihtiyaçlarına cevap veren dikkatli, cana yakın ve kibar olmaya da eğilimlidirler (Çoban, 2017, s. 16).

Kişilik özellikleriyle ilgili yapılan pek çok çalışma olmasına rağmen beş faktör kişilik özellikleri, kişilik özelliklerini incelemek için en nitelici kuram olarak kabul edilmektedir. Beş faktör kişilik özellikleri Mc Crae ve Costa tarafından 1985 yılında geliştirilmiştir. Beş faktör kişilik özellikleri; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengesizlik ve deneyime açıklıktır (Mc Crae ve Costa, 1985).

Dışa dönüklük, sosyal, atılgan, neşeli, insanlarla birlikte çalışmayı seven bireyleri ifade etmektedir (Li- fang 2006 çev. Aslan ve Akkaya, 2013). Uyumluluk, yardımsever, merhametli, kibar, nazik, şefkatli, alçakgönüllülük gibi özellikleri içermektedir. Sorumluluk; disiplinli, çalışkan, amaç yönelimli ve dikkatli bireyleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Barrick ve Mount, 1991; Somer, Korkmaz ve Tatar, 2002). Duygusal dengesizlik; kararsız, utangaç, duygusal bireyleri ifade etmektedir (Barrick ve Mount, 1991; Li- fang 2006 çev. Aslan ve Akkaya, 2013). Deneyime açıklık; yeni deneyimlere açık olan, gözlem yeteneğine sahip, yeni durumlara kolay

adapte olabilen bireyleri ifade etmektedir (Benet- Martinez ve John, 1998; Bezirgan, Mercan ve Alamur, 2015; Bayram, Demirtaş ve Karaca, 2019).

Bir grup akademisyen, bireylerin hizmet verme yatkınlığını belirleyen unsurun kişilik özelliklerinden ziyade öğrenilebilir kültür, tutum ve davranışlar olduğunu ifade etmiştir. Öğrenilebilir kültür, tutum, bir kişi, grup, kategori, bir davranış hakkındaki eğilim ya da yönelimlerdir. Öğrenilmiş davranışlardır ve bir davranışa hazır olmayı ifade etmektedir (Tezcan, 2016, s. 98). Davranış, dıştan gözlemlenebilecek tepkilerin toplamıdır (Türk Dil Kurumu, 2021).

Hizmet verme yatkınlığının öğrenilebilir kültür, tutum ve davranışlar olduğunu ifade eden Chandresekhar (2001), hizmet verme yatkınlığının uzun sürede geliştirilen hatta çocukluktan beri edinilen bir eğilim ve beceriler bütünü olduğunu belirtmiştir (akt. Kuşluyan ve Eren, 2011, s. 144). Lee- Ross (2001) de kültürün, tutum ve davranışların hizmet verme yatkınlığı üzerindeki etkisine vurgu yaparak altı boyuttan oluşan bir model tasarlamıştır. Bu boyutlar; hizmet verme yetkinliği, ekstra hizmet verme isteği, bireysel ilgi gösterme, tüketicileri anlayıp yakın ilişki kurma, açık ve net iletişim kurma ve hizmet verme ön eğilimidir (Lee- Ross, 2000, s. 151, 152). Bireyde hizmet verme ile ilgili bu olumlu içsel tutumların olması halinde bireyde hizmet verme konusunda bilinçli bağlılık, bilinçli uygulama ve performans bilinci oluşmaktadır. Bunun sonucunda ise verilen hizmete yönelik memnuniyetin oluşmasını sağlamaktadır (Kuşluyan ve Eren, 2011, s. 145). Hennig- Thurau (2004) ise hizmet verme yatkınlığının; teknik beceriler, sosyal beceriler, hizmet verme motivasyonu ve algılanan karar verme yetkisi olmak üzere dört boyuttan oluştuğunu ifade etmiştir. Teknik beceriler, müşteri gereksinimlerini yerine getirmek için gereken bilgi, ve teknik veya motor becerileridir. Sosyal beceriler, müşteri algılarını kavrama yeteneğidir. Hizmet verme motivasyonu, hizmet verme konusunda istekli olmayı ifade etmektedir. Algılanan karar verme yetkisi, kişinin müşterilere hizmet sunarken gerekli durumlarda karar verme konusunda kendini yetkilendirilmiş hissetme durumudur (Kuşluyan ve Eren, 2011, s. 144; Bolat, 2017, s. 45).

Öğrenilebilir kültür açısından hizmet kültürü, müşteriye hizmet vermek ve onu tatmin etmek üzerine odaklanmasıdır. Yönetimle başlayarak tüm çalışanlara hizmetin önemi belirtilerek bir vizyon belirlenmesi önem taşımaktadır. Ayrıca müşterilerin taleplerini benimseyerek en iyi şekilde hizmet etmeye odaklanmış çalışanlar sayesinde

hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti, tekrar ziyaret etme niyetleri artırılabilir (Koban ve İşciöğlu, 2019, s. 103).

### **2.1.5. Turist Rehberliği Kavramı**

Yaşadığı mekândan uzaklara gitme eylemleri insanlığın var oluşuyla birlikte başlamıştır. İlk çağlardan itibaren turizm ya da geçici yer değiştirme hareketleri ticaret, spor ve dini amaçlı olmuştur. Amacı ne olursa olsun yaşanan hareketlilik dünyadaki ilk hizmet sektörünü yani turizmi ortaya çıkarmıştır (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 4- 6). Turizm hareketindeki tetikleyici unsur meraktır. Kişiler, merakını gidermesi için onlara yol gösterecek, kendilerine güven veren, yardım eden programlı ve planlı kişilere yani turist rehberlerine ihtiyaç duymaktadır (Bayram, 2016, s. 1187). Kişilerin rehberli turları tercih etmesinin nedeni ziyaret deneyimini kolaylaştırmak, bu sayede sorunsuz bir deneyim yaşamalarını sağlayacak bir yol göstericiye ihtiyaç duymasıdır (İrigüler ve Güler, 2015, s. 48).

Yapılan araştırmada, turizmde oldukça önemli bir yere sahip olan turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinlikleri incelenmiştir. Dolayısıyla bu bölümde turist rehberliği hizmetinin tanımına, turist rehberliği hizmetinin gelişimine, turist rehberliğinin kültürlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yetkinliği ile olan ilişkisine yer verilmiştir.

#### **2.1.5.1. Turist Rehberliği Hizmetinin Tanımı**

Rehberin kelime anlamı, yol gösteren, kılavuzluk eden kişidir. Turist rehberi ise bir turist ile yaptığı anlaşmaya göre veya seyahat acentası adına ziyaretçileri idare etme, gezdirdiği yerler hakkında bilgi verme görevini yerine getiren kişidir (Batman vd., 2001, s. 21). Turizm, hizmet yoğun bir özelliğe sahiptir ve bünyesine pek çok elemanı barındırmaktadır. Yiyecek- içecek, konaklama, alışveriş, ulaşım, gezip-görme gibi hizmetler ziyaretçilere bu hizmeti sunan elemanlar vasıtasıyla ulaşmaktadır. Bu hizmetlerin ziyaretçilere ulaşabilmesi aşamasında her hizmet türünü bilip ziyaretçiye bilgi aktarımında bulunan kişiler ise turist rehberleridir. Dünya Turist

Rehberleri Birliği Federasyonu'na (WFTGA) göre turist rehberi, yurtiçi ya da yurtdışından gelen grup ya da bireysel ziyaretçilere, istedikleri yabancı dilde rehberlik eden, bulunduğu bölgedeki bir otorite tarafından tanınan, bir bölgenin doğal, kültürel ve tarihi çevresi hakkındaki bilgileri etkileyici bir anlatımla aktaran kişilerdir (http-5).

Avrupa Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (European Federation of Tourist Guide Associations - EFTGA/ FEG) tanımına göre turist rehberi, yerli ve yabancı gruplara liderlik eden bir şehrin veya bölgenin tarihi alanlarını, anıt ve müzelerini, doğal ve kültürel mirasını, yurtiçi ve yurtdışından gelen ziyaretçilere tercih ettikleri dilde, eğlenceli ve ilham verici bir şekilde anlatan kişilerdir. (http-6).

22 Haziran 2012 yılında Resmi Gazete'de yayımlanan 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'na göre turist rehberliği hizmeti, seyahat acentalığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı ziyaretçilerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütölüp acenta adına yönetilmesini sağlayan kişilerdir (http- 4).

Çimrin (1995, s. 9)' e göre turist rehberi, turistlere, ziyaretçi ve konuklara eşlik ederek, anıtlar, türbeler, mabetler, sanat eserleri, tarihi eserler, tarihi yerler, kalıntılar, folklor, doğal güzellikler, ulaştırma, konaklama, eğlence yerleri, avcılık, kayakçılık, hatıra eşyaları vb. hakkında bilgiler veren, gezdiren, temaslar sağlayan kimselerdir. Turist rehberi, bir ülkenin turizm ürününün doğrudan tanıtımını yapan ve ziyaretçileri bilgilendiren kişiler olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle turist rehberlerinin bilgi düzeylerinin yeterli olması büyük önem taşımaktadır (Değirmencioğlu, 2001, 189-190). Bir başka tanıma göre turist rehberi; belirli bir program dahilinde yerli veya yabancı gezginlere yol gösteren, program kapsamındaki ziyaret yerleri hakkında uygun dilde doğru bilgiler aktaran, ülke ya da bölge hakkında tanıtım yapan, gezginlerin doğru sosyal, ekonomik ve kültürel izlenimler edinmesine yardımcı olan kişidir (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 90).

Turist rehberi, gidilen ülkede grubu havaalanında karşılayan, programı doğrultusunda gezdiren, ören yeri ve müze ziyaretleri yapıp tur programı sonunda

grubu tekrar havaalanına bırakan kişidir (Batman, Yıldırğan ve Demirtaş, 2001, s. 23). Turist rehberleri, turizm endüstrisinin en önemli elemanlarından birisidir. Bir turist rehberi bilgisi, bir destinasyonun çekiciliklerini ve kültürünü ifade etmesi, iletişim ve hizmet becerisi sayesinde turistin ziyaretini deneyime dönüştürebilmektedir (Ap ve Wong, 2001, s. 551).

Leclerc ve Martin (2004, s. 182)'e göre turist rehberi, ziyaret edilen bölgeler, fotoğraflanan yerler, karşılaşılan insanlar ve otobüsün penceresinden görülen manzaralar hakkında bilgi veren ve yorumsal hikâyeler anlatan kişilerdir. Turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken yerine getirmeleri gereken görevleri, rolleri ve sahip olmaları gereken nitelikleri bulunmaktadır.

#### **2.1.5.1.1. Turist Rehberinin Görevleri**

Turizm endüstrisinin başarısı büyük oranda turist rehberlerinin performansına bağlıdır. Turist rehberinin turun başarılı geçmesini sağlaması bir sonraki turun talep edilmesini sağlamaktadır (Zhang ve Chow, 2004, s. 81- 82). Turun tekrar tercih edilmesi ise müşteri memnuniyeti ile sağlanmaktadır. Tur boyunca tura katılan bireylerle olan yoğun iletişimleri sayesinde turist rehberleri müşteri memnuniyetinin sağlanması görevini üstlenmektedir. (Geva ve Goldman, 1991, s. 178).

Turist rehberleri sahip oldukları bu anahtar rol sayesinde turizm endüstrisinin zenginleşmesini ve sürdürülebilirliğini sağlayan en önemli bileşenlerden birisi konumuna gelmektedir (Alani, Khan ve Manuel, 2017, s. 21). Turist rehberleri, ziyaretçiler ve ziyaret edilen destinasyon arasında köprü görevini üstlenmektedir. Ziyaretçilerin olumlu deneyimler yaşamalarını ve seyahatlerinden mutlu bir şekilde ayrılmalarını sağlamaktadırlar. Bu nedenle turizm sektörünün önemli bir bileşeni konumundadırlar (Albuz, 2018, s. 18). Dolayısıyla turun başarısı büyük oranda turist rehberinin sahip olduğu nitelikler doğrultusunda mesleğinin gerektirdiği görevleri eksiksiz bir şekilde yerine getirmesine bağlıdır.

Ahipaşaoğlu (2001, s. 49- 50)'na göre turist rehberinin görevi somut olmayan bir ürünün tüketilmesi aşamasında hizmet sunmak ve gruba eşlik etmektir. Turist rehberi bu aşamada grubun memnuniyetini en üst seviyede tutmayı amaçlayarak yönetim ve bilgi aktarımı ile keyifli bir şekilde turu tamamlamalıdır. Grubun



memnuniyetini sağlayacak unsurun turist rehberi olmasının nedeni ise turu hazırlayanların haricinde rehberin tur süresinde yaşanacak herhangi bir problemi çözmeye yetkili olan kişi olmasıdır. Turu hazırlayanlar ürünü oluşturmakla yükümlüken oluşturulan ürünün sağlıklı bir şekilde tüketilmesi denetimini turist rehberi gerçekleştirmektedir (Geva ve Goldman, 1991, s. 183).

Turist rehberi, gezdirdiği kişilere veya yönettiği gruplara; yol gösteren, doğru teknik bilgileri aktaran, ülkeyi tanıtan, temsil eden, danışmanlık ve çevirmenlik yapan, adına turu yönettiği seyahat işletmesinin temsilciliğini yapan kişilerdir (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 92). Bunun yanı sıra turist rehberi bu görevleri yerine getirirken eğitimlere ek olarak sahip oldukları bilgileri sürekli yenilemeli (Değirmencioğlu, 1997, s. 211) ve sahip olduğu bilgilerin güncel olmasına özen göstermelidir.

#### **2.1.5.1.2. Turist Rehberinin Roller**

Turist rehberleri, ülke imajının oluşturulması ve geliştirilmesinde ülkeye yönelik ön yargıların kırılması veya pekiştirilmesinde, kültürel yapının doğru bir şekilde aktarılmasında anahtar role sahiptir (Arslantürk, Altunöz ve Çalık, 2013, s. 117).

Holloway (1981, s. 384), turist rehberlerinin; bilgi aktarıcı, bilgi çeşmesi, öğretmen ya da eğitmen, ülkesinin misyoneri ya da elçisi, katalizör, kültür simsarı, yorumcu, çevirmen, aracı, çoban, grup lideri gibi rollerinin bulunduğunu ifade etmiştir. Turist rehberi; tercüman, eğitimci, yerel kültürün ve sahibi toplumun elçisi, yerel halk ve ziyaretçiler arasında bir arabulucudur. Ayrıca bilgi sahibi ve bilgiyi veren, eğitmen, tercüman, şovmen, aktör, hikaye anlatıcısı, misyoner, akıl hocası, yol gösterici, aracı, bakıcı, organizatör, satıcı, çoban ve karar vericidir (Ceylan, 2019, s. 138). Cohen (1985, s. 17), turist rehberlerinin rolleri ile ilgili ilk çalışmalardan birini gerçekleştirmiştir. Çalışmasında turist rehberlerinin yol gösterici ve kılavuz olarak iki rolü olduğunu belirtmiştir. Yol gösterici rolü, turist rehberinin en temel görevini ifade etmektedir. Kılavuz rolünü ise özel öğretmen ya da manevi danışman olarak tanımlamıştır. Sonrasında yol göstericilik rolünü liderlik, kılavuzluk rolünü ise arabuluculuk olarak tanımlamıştır (Howard, Thwaites ve Smith, 2001, s. 32).

Turist rehberlerinin arabuluculuk rolüne vurgu yapan bir diğerk araştırmacı Dahles, turist rehberlerinin yerli halk ve ziyaretçi arasında, tur operatörü/ seyahat acentası ve ziyaretçiler arasında, tur lideri ve turistik bölge arasında, otel ve turist arasında bir arabulucu rolü üstlendiğini ifade etmiştir (Dahles, 2002, s. 784). Turist rehberleri özellikle paket turlarda ziyaretçiler ve sosyal çevre arasında bir tampon görevi üslenmektedirler. Böylelikle ortaya çıkabilecek problemlerin çözümüne daha kolay ulaşılabilir (Schmidt, 1979, s. 443).

Rabotic (2011, s. 155), gerçekleştirdiğı araştırma sonucuna ziyaretçilerin rehberin rollerini, bilgi aktarıcı, eğitimci, kültür simsarı, arabulucu, lider, organizatör, eşlikçi, bakıcı, büyükelçi, halkla ilişkileri gerçekleştiren ve destinasyon koruyucu olarak gördüklerini ifade etmiştir. Bowie ve Chang (2005, s. 305) ise turist rehberinin psikolog, diplomat, kabin memuru, animatör, haber sunucusu, anlatıcı ve çevirmen gibi rollere sahip olduğunu belirlemiştir. Buna ek olarak rehberlerin sabırlı, ilgili, adil, grubun davranışlarını öven, ziyaretçilerin beklentilerini karşılayan, rahatsız edici durumlara karşı sağlam durabilen, liderlik özelliğine sahip esnek kişiler olmaları gerektiğini vurgulamıştır. Turist rehberinin bilgi, beceri, tutum ve davranışlarının turistin üzerinde yarattığı etki düşünöldüğünde sahip olması gereken bilgi birikimi, deneyim ve aldığı eğitimin içeriğı ayrıca önem kazanmaktadır (İrigöler ve Güler, 2015, s. 47).

### **2.1.5.1.3. Turist Rehberinin Nitelikleri**

Turist rehberlerinin sahip olması gereken nitelikler çeşitli araştırmacılar tarafından ele alınmıştır. Ancak her araştırmacı konuya farklı bir açıdan yaklaştığı için turist rehberlerinin nitelikleri ile ilgili ortak bir görüşe varılamamıştır (Dinç, 2019, s. 158). Turist rehberleri, ziyaretçiler açısından güvenilir bir kaynak olarak görölmektedir. Diğerk yandan ziyaretçiler ile yerli halk arasında iyi ilişkilerin kurulmasını sağılayan kişiler yine turist rehberleridir (Düzgün, 2020, s. 19).

Yenipınar (2019, s. 11)'a göre turist rehberi; iyi bir hatip, iyi bir dinleyici, kültürlerarası iletişim uzmanı, güçlü bir takım lideri, tur sırasında konuklar için dinlenme ve öğrenme ortamı oluşturan, ülkesini iyi bir şekilde tanıtan, zamanı iyi yönetebilen, yerel halkla iyi diyalog kuran ve onları gözetken, tur sırasında ortaya çıkan

anlık sorunlara çözüm üretebilen, keşif, eğlence ve dostluk ruhu yaratan, seyahat işletmesinin kurallarına uyararak turu başarılı bir biçimde yürüten kişidir.

Şahin (2018, s. 48- 52), turist rehberlerinin sahip olması gereken kişilik özelliklerini; açık fikirli, hevesli, hitapta ilgi çekicilik, açık sözlü, hoşgörülü, kibar, sevgi dolu, kararlı, saygılı, sabırlı, dürüst, güvenilir, özgüvenli, sorumluluk sahibi, yardımsever, eğlenceli, adaletli, dakik ve esnek olarak sıralamıştır.

Çizelge 1. Turist rehberinin temel işlevleri ve nitelikleri

<b>Rehberin Temel İşlevleri</b>	<b>Nitelikler</b>
<b>İletişim</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sözlü ve yazılı iletişim becerisi</li><li>• Bireylerarası iletişim becerisi</li></ul>
<b>Yönetim</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planlama</li><li>• Koordinasyon</li><li>• Liderlik</li><li>• Denetim becerileri</li></ul>
<b>Tanıtma ve Bilgilendirme</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tanıttığı turizm destinasyonunu tüm yönleriyle tanıma, anlama ve sevme</li></ul>
<b>Eğlendirme</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• İnsanları anlama ve hoş görme</li><li>• Dışadönük ve sosyal olma</li><li>• Esprili olma</li></ul>
<b>Olağanüstü durumlarla baş edebilme</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Teknik bilgi ve beceriler</li><li>• Soğukkanlı ve dayanıklı olma</li></ul>
<b>Hakkaniyeti sağlama</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hukuk bilgisi</li><li>• Hakkaniyet ve iş ahlakı duygusu</li><li>• Dürüst davranma</li></ul>

**Kaynak:** Yıldız, R., Kuşluvan, S., Şenyurt, Y. (1997). Rehberlik öğretiminde yeni bir model: Nevşehir turist rehberliği bölümü programı ve değerlendirmesi. *Türkiye' de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü Hafta sonu semineri IV* içinde (s. 7- 36). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Matbaası.

Çizelge1' de Yıldız, Kuşluvan ve Şenyurt (1997, s. 11), gerçekleştirdikleri çalışmada turist rehberlerinin temel işlevlerini ve niteliklerini belirtmişlerdir. Tabloya göre iletişim, yönetim, tanıtma ve bilgilendirme, eğlendirme, olağanüstü durumlarla baş edebilme ve hakkaniyeti sağlama olmak üzere altı ana işlevi çeşitli niteliklerin tamamladığı görülmektedir. İletişim işlevi; sözlü ve yazılı iletişim becerisi ile bireylerarası iletişim becerisi niteliklerini içermektedir. Yönetim işlevi; planlama, organizasyon, koordinasyon, liderlik ve denetim becerilerini kapsamaktadır. Tanıtma ve bilgilendirme işlevi; turist rehberinin tanıttığı destinasyonu tüm yönleriyle tanınması, anlaması ve sevmesini ifade etmektedir. Eğlendirme işlevi; insanları anlama ve hoş görme, dışadönük ve sosyal olma, esprili olma niteliklerini içermektedir. Olağanüstü durumlarla baş edebilme işlevi; teknik bilgi ve beceriler ile soğukkanlı ve dayanıklı

olma niteliklerinden oluşmaktadır. Hakkaniyeti sağlama işlevi; hukuk bilgisi, hakkaniyet ve iş ahlakı duygusu, dürüst davranma niteliklerini içermektedir.

Turist rehberlerinin sahip olması gereken bireysel özellikleri Batman vd., 2001, s. 25- 35), liderlik, davranış esnekliği, sabır ve anlayış, mizah kabiliyeti, kararlılık, görünüm ve mesleki etik olarak sıralamıştır. Turist rehberlerinin ifade edilen özelliklere sahip olması ve bunu tura yansıtması turun başarısı açısından önem taşımaktadır.

Çolakoğlu, Efendi ve Epik (2014, s. 149- 158), turist rehberlerinin niteliklerini liderlik ve sosyal beceriler, sunum ve konuşma becerileri ve canlandırma olmak üzere üç ana başlık altında incelemiştir.

- Liderlik ve sosyal beceriler; isteklilik, cana yakın ve nazik bir mizaç, kendine güven, iyi iletişim becerileri ve kararlılık alt boyutlarını içermektedir.
- Sunum ve konuşma becerileri; beden dili (duruş, vücut hareketleri ve jestler, göz teması), ses (ses tonu, titreşim, ses yüksekliği), dil ve diksiyon (ses çeşitliliği, ses ahengi, açık ve berrak telaffuz, kelime hazinesi, gramer, konuşma hızı, rahatsız edici alışkanlıkları fark etme ve üstesinden gelme, mikrofon tekniği, dinleme, son konuşma) alt boyutlarını kapsamaktadır.
- Canlandırma; bölge veya konu için tutku hissetmek, insanlar için tutku hissetmek, bölge ve deneyim arasındaki bağların geliştirilmesi, bilgiyi yorumlama vurgusu, şahsi ve özgün olmaya istekli olmak, hikâyeler yaratma ve anlatma becerisi, kışkırtıcı sorular sorma becerisi, susma zamanını bilmek, bitirme zamanını bilmek ve öğrenme sorumluluğu niteliklerini içermektedir.

Yukarıda belirtilen niteliklerden hareketle turist rehberinin pek çok niteliği taşıması ve bu nitelikleri uyum içerisinde hitap ettiği gruba yansıtması beklenmektedir.

Turist rehberlerinin profesyonellik alanlarını Yarcın (2007, s. 35- 36);

- Turistin güzel bir seyahat ve tatil deneyimi yaşamasına yardımcı olmak,
- Ülke hakkında olumlu ve iyi bir imaj oluşmasına katkıda bulunmak,
- Turistin beklentisini seyahat işletmesinin hizmetleri doğrultusunda karşılamak,
- Bilgisini doğru, anında ve ilginç bir biçimde sunmak,
- Bilgiyi anlaşılabilir şekilde ve yorum yaparak aktarmak,
- Ülkeyi ziyaretçiye sunulan ürünü turu ve hizmetin özelliklerini iyi tanıtmak,
- Turistin ve sunulan hizmetin özelliklerine göre davranmak,

- Bireylerarası iletişim becerilerinde yetkin olmak,
- Sürekli kendisini yenilemek, bilgi, kültür ve deneyimini artırmak,
- Meslek sırlarını başkalarıyla paylaşmamak,
- Dürüst, doğru, adil ve tutarlı olmak,
- Sorumluluk sahibi ve disiplinli olmak,
- Liderlik niteliklerini taşımak olarak sıralamıştır.

Olca, Bozgeyik, Akköz ve Sürme (2015, s. 354- 357) ise turist rehberlerinin niteliklerini iletişim ve konuşma yeteneği, bilgi ve donanım, liderlik yeteneği, planlama yeteneği, koordinasyon ve denetleme yeteneği ve fiziksel yeterlilik olarak sıralamıştır.

Turist rehberi ziyaretçiler ile yerel halk arasındaki iletişimi de sağlamaktadır (Leclerc ve Martin, 2004, s. 181). Turist rehberliği mesleği; hizmet verdiği ziyaretçiler, birlikte iş yaptığı işletmeler, temsilcisi ve tanıtıcısı olduğu ülkesi açısından önem taşımaktadır. Bu mesleği icra eden bireyin bir takım kişisel ve mesleki özelliklere sahip olmaları ve bunları sürekli geliştirmeleri gerekmektedir (Gürsoy ve Karaman, 2019, s. 88). Dolayısıyla turist rehberliği mesleği sürekli bir gelişimi gerektiren bir yapıya sahiptir. Turist rehberinin, tur esnasında denge sağlayıcı, lider, bilgi verici, kültürlerarası etkileşimi sağlayıcı, motive edici, çevre koruyucu, eğlendirici, araştırmacı, eğitici, problem çözücü gibi tutumlar sergilemeleri beklenmektedir (Kozak ve Yetgin, 2013, s. 418). Turist rehberleri çalışma kartında belirtilen dili ve kendi dilini biliyor olmasına ek olarak sanat tarihi, arkeoloji, dinler tarihi, mitoloji, ikonografi gibi konularda derinlemesine bilgi sahibi olmalıdır (Bayram, 2019, s. 44).

Etkili iletişim, turist rehberinin sahip olması gereken önemli bir özelliktir. Etkili bir iletişim için turist rehberi, açık bir dil ve kelime kullanımı gibi sözlü ifadelerin yanı sıra yüz ifadeleri ve uygun seviyedeki göz teması gibi vücut dilini de iyi kullanmalıdır (Al- Okaily, 2021, s. 12). Turist rehberi, ülkesini ve milletini en iyi şekilde tarafsız bir şekilde anlatmalıdır. Kılığına kıyafetine yani dış görünüşüne özen göstermeli, özel yaşantısını iş yaşantısına yansıtmamalıdır. Turist rehberi, diğer sektör çalışanlarıyla olan ilişkisinde uyumlu ve iş birliği içerisinde olmalıdır. Turist rehberi, meslek kanunu ve etik ilkelerine uygun davranmalıdır. Turist rehberi kişisel ve mesleki gelişimini devam ettirmelidir. Turist rehberi, kendi haklarının yanı sıra ziyaretçilerinin de haklarını korumalıdır (Batman vd., 2001, s. 39- 40).

### 2.1.5.2. Turist Rehberliği Hizmetinin Gelişimi

Antik dönemde ilk turist rehberleri olarak Mısırlı rahipler kabul edilmektedir. Ancak M.Ö. 7. yüzyılda başlayan Olimpiyat Oyunları organize seyahatlerin başlangıcı olmuş beraberinde turist rehberliği mesleğini de oluşturmuştur (http- 7). Sonraki dönemlerde ilk organize seyahatler Haçlı Seferleridir. Rönesans döneminde sanata verilen değerın artması ile kişilerin sanatsal ve tarihi değerleri görme isteği organize seyahatlerin artmasına neden olmuştur (Tanrısever, 2019, s. 60). 17. yy sonrasında sanayi devrimi, çalışma saatlerinin düzenlenmesi, seri üretime geçilmesi gibi nedenlerle kişilerin boş vakitlerinde seyahat etme istekleri ortaya çıkmıştır. 18. yy da seyahat etmek zenginlerin gerçekleştirdiği bir aktiviteye dönüşmüştür. 19. yy da ise modern anlamda ilk organize turu düzenleyen Thomas Cook aynı zamanda bu tura rehberlik etmiştir (Ahipaşaoğlu, 2006, s. 12- 14).

Dünyada seyahat ve rehberlik faaliyetlerine ek olarak Türkiye'deki rehberlik faaliyetleri Tanzimat Fermanı ile başlamıştır. Tanzimat Fermanı'nın 1839'da ilan edilmesiyle birlikte Avrupa ile ilişkiler artmıştır. Böylelikle özellikle İstanbul'a gelip giden veya ikamet eden yabancıların sayısı artış göstermiştir. Bu hareketliliğin yaşanması sonucunda ise azınlıklar tarafından tercüman rehberlik mesleği yapılmaya başlanmıştır (Değirmencioğlu, 2001, s. 190). Tercüman rehberlik ile ilgili ilk belgeler ise 29 Ekim 1890 tarihinde yayınlanan 190 sayılı Nizamnamede yer almaktadır (Değirmencioğlu, 2001, s. 191). Nizamnamenin amacı tercüman rehberlik mesleğinin icrasını denetim altına alarak yabancılar tarafından edinilecek olumsuz izlenimlerin önüne geçilmesidir.

1923 yılında adı Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu olarak değişen Türk Seyyahin Cemiyeti kurulmuştur. Türk Seyyahin Cemiyeti, tercüman yetiştirerek tanıtma çalışmaları gerçekleştirmiştir. Bu amaçla afişler, yol haritaları, otel rehberleri ve broşürleri bastırılmıştır. Sonrasında İstanbul Belediyesi Seyyahin Şubesi, o dönemdeki turizm uzmanlarının denetimleri doğrultusunda özel bir kurs açmışlardır. Kursta başarı gösterenler "Seyyah Tercümanı" olarak seçilerek şehirdeki ziyaretçilere rehberlik etmeleri sağlanmıştır (Dinçer ve Kızılırmak, 1997, s. 145).

Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra tercüman rehberliğin kurallara bağlanması yolunda bir diğer adım atılmıştır. 8 Kasım 1925 tarihinde Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edenler Hakkında Talimatname

yayımlanmıştır. Ancak rehberlik mesleği azınlıklar tarafından icra edilmeye devam etmiştir. 1929 yılında ise İstanbul İktisat Müdürlüğü tarafından bir kurs düzenlenmiş, kurs sonunda gerçekleştirilen sınavdan geçebilen adayların rehber olması yolunda adım atılmıştır (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 21). Rehberlerin vergilendirilmesinin gündeme geldiği 1930 yılında, turist rehberliği bir meslek olarak sayılmıştır (Çimrin, 1995, s. 14). Turist rehberliği yapabilmek için Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olma şartı 1932 yılında getirilerek Türkçe'yi iyi konuşan yabancı uyruklu kişilerin tercüman rehberlik yapma hakkı 2007 sayılı kanunla yasaklanmıştır. Tercüman rehberlik üzerinde önemle durulan "İkinci Turizm Danışma Kurulu" 1950 yılında gerçekleştirildi. Kurulda sunulan "Turist Tercüman Rehberliği" başlıklı raporda tercüman rehberliğin turizm sektöründeki önemi belirtilmiştir (Çolakoğlu vd., 2017, s. 139). İkinci Turizm Danışma Kurulu'ndan sonra 1951 yılında Türkiye Milli Talebe Federasyonu (TMTF) tarafından açılan kurslarla yabancı dil bilen üniversite öğrencilerini turist rehberliği mesleğine kazandırmak hedeflenmiştir. Özellikle 1960'lı yıllardan itibaren Türkiye'ye gelen turist sayısında artışlar yaşanmaya başlamış, buna paralel olarak da turist rehberi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Önce TMTF sonra Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı (TMGT) ve Milli Türk Talebe Birliği (MTTB) rehberlik kursları açmaya başlamıştır (Ahipaşaoğlu, 2006, s. 25- 27).

Turizm ve Tanıtma Bakanlığı, 1964- 1968 yılları arasında kurslar düzenlemiştir. Turist rehberliğini konu alan ilk yönetmelik 1971 yılında çıkarılmıştır. 1974, 1976 yıllarında yönetmeliğe ek maddeler eklenmiştir. Yönetmelik 1983, 1986, 1988, 1989, 1990, 1995 ve 2005 yıllarında çeşitli değişikliklere uğramıştır. 2012 yılında Turist Rehberliği Meslek Kanunu çıkarılana kadar mesleki eğitim, denetim, belgelendirme ve çalışma esasları Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği'ne göre gerçekleştirilmiştir (Çolakoğlu, Efendi ve Epik, 2017, s. 141). 2013 yılındaki yönetmelikle turist rehberlerinin meslek odasına üye olma zorunluluğu getirilmiş, 2014 yılındaki yönetmelikle ise TUREB ve bakanlık iş birliği vurgulanmıştır. 2019 yılındaki son yönetmelik sayesinde de meslekle ilgili bir takım işlemlerin e-devlet uygulamaları üzerinden yapılacağı belirtilmiştir (Çokişler, 2021, s. 23).

Turist rehberliği mesleğinin antik dönemden itibaren seyahatle birlikte var olduğu görülmektedir. Dünya'da ve Türkiye'de zaman içerisinde ortaya çıkan ihtiyaçlar doğrultusunda şekillenerek modern dünyanın koşullarına göre

güncellenmiştir. Meslek belli dönemlerde çıkarılan yasa ve yönetmeliklerle yasal bir temele dayandırılmıştır.

### **2.1.6. Turist Rehberliği ve Kültürlerarası İletişim Yeterliliği**

Turist rehberlerinin, ülkeyi gezmeye gelen ziyaretçilere, ülke hakkında bilgi vermek amacıyla anlatım yapmaları, onlarla sohbet etmeleri, şikâyetlerini dinleyerek çözüm bulmaya çalışmaları iletişimin önemine vurgu yapmaktadır. Bu nedenle turist rehberliği mesleğinin olmazsa olmazı iletişimidir. Turist rehberleri, yalnızca ziyaretçilerle değil diğer sektör paydaşları ile de iletişim halindedir ve bu iletişimin güçlü olması turun başarısı için oldukça önemlidir (Aylan, 2020, s. 3).

Turist rehberi, kültürlerarası düzeyde turizmin gelişmesinde önemli etkilere sahiptir. Bu nedenle kültürlerarası iletişim yeterliliğine sahip olabilmesi için turist rehberi, kendi ülkesinin yanı sıra ziyaretçilerin geldiği ülkenin kültürü hakkında da geniş bir bilgi birikimine ve iyi derecede yabancı dil bilgisine sahip olmalıdır (Xie, 2009, s. 26). Turist rehberi, sahip oldukları tutum, bilgi, beceriler ile ayırt edici özellikleri sayesinde ülkesine, milletine ve bağlı olduğu kültüre dair ziyaretçilerde pozitif bir algı oluşturmaya çalışmaktadır (Bayram, 2016, s. 1185). Ziyaretçilerde pozitif bir algı oluşturabilmesi için bir turist rehberinin iletişimsel açıdan yeterli olması gerekmektedir.

Yukarıda ifade edildiği şekliyle kültürlerarası iletişim yeterliliği, bireyin farklı kültürden bireylerle etkin ve uygun şekilde iletişim kurabilme becerisi olarak özetlenebilmektedir. Turist rehberleri açısından kültürlerarası iletişim yeterliliği mesleğin yapısı bir turist rehberinin sahip olması gereken özelliklerin bütününe ifade etmektedir. Kültürlerarası iletişim yeterliliği durumu yalnızca yabancı ziyaretçiler açısından değil yerli ziyaretçilerle etkileşim halindeyken de önem taşımaktadır.

2000' li yıllarda turizm faaliyetlerinin artmasıyla Türkiye' ye gelen ziyaretçi sayılarında artış yaşanmıştır. Yaşanan artışın sürekliliğinin sağlanabilmesinde turist rehberleri önemli bir rol üstlenmektedir (Şahin, Kaya, Cesur, Özkul ve Uca, 2021, s. 232). Turizm olayı gerçekleşirken, ziyaretçi ve ziyaret edilen toplum arasında kültürel bir boşluk meydana gelmektedir (Avcıkurt, 2017, s. 100). Oluşan bu kültürel boşluğu,



kültürlerarası iletişim yeterliliği sayesinde turist rehberinin telafi etmesi gerekmektedir.

Bir turda turist rehberinin performansı ve memnuniyeti turistin ruh halini, turist beklentilerini, seyahat acentalarının izlenimlerini, şirket itibarını ve hizmet kalitesini etkilemektedir. Buna ek olarak turist rehberleri, farklı kültürlerden gelen ziyaretçilerle ilgilendiği için ziyaretçiler ve turist rehberleri arasındaki etkileşimler, turizm deneyiminin başarısı veya başarısızlığı konusunda belirleyici bir unsurdur. Bu bağlamda turist rehberlerinin kültürel açıdan yetkin olması gerekmektedir (Sert ve Şalvarcı, 2020, s. 981).

Turist rehberi, ülkesinin kültür elçisi konumundadır. Yapılan turist rehberi tanımlarının ortak noktası turist rehberinin ziyaretçilere hizmet veren, turist-destinasyon arasındaki en önemli aracı ve bağ olmasıdır (Aslan ve Çokal, 2016, s. 54). Bu nedenle turist rehberi, mesleğini icra ederken yaptığı anlatımlarda kültürlerarası iletişim gerçekleştirdiğinin bilincinde olarak kelimeleri düşünerek seçmeli, yerinde kullanılmalı, düzgün ve akıcı cümlelerle konu bütünlüğünü sağlamalı, telaffuz ve vurgu hatalarından kaçınmalı, düzgün bir ses tonu kullanılmalı, ziyaretçilerle göz teması kurulmalı, beden diline önem vermeli ve zamanlamayı doğru yapmalıdır (Bahar, 2016, s. 32).

### **2.1.7. Turist Rehberliği ve Hizmet Verme Yetkinliği**

Turizm, hizmet sektörü içerisinde değerlendirilmektedir. Dolayısıyla turizmin en yoğun hizmeti sunan elemanlarından biri olan turist rehberlerinin hizmet vermeye yetkinliklerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Çalışmanın amaçları doğrultusunda öncelikle hizmet kavramı ve özellikleri, hizmet verme yetkinliği, hizmet verme yetkinliğini etkileyen faktörler ile örgütsel ve bireysel düzeyde hizmet verme yetkinliği açıklanarak kavram turist rehberliği açısından değerlendirilmiştir. Dolayısıyla hizmet yoğun bir yapıya sahip olan turizmde de hizmet verme yetkinliği kişilerle birebir iletişim gerektirmesi açısından önem taşımaktadır (Kaygısız, 2016, s. 23).

Hizmet sektöründe rekabet ve müşteri memnuniyetine önem verilmesi, kalite tanımının üretici yerine müşteri odaklı olmasına ve hizmet kalitesinin artmasını

sağlamaktadır (Hemedoğlu, 2012, s. 26). Turizm işletmelerinde iş görenlerin hizmet verme yetkinlikleri müşterilere doğrudan hizmet sağlayan kişiler oldukları için hizmet kalitesine doğrudan etki etmektedir (Jung ve Yoon, 2013, s. 8). Benzer şekilde turist rehberleri ziyaretçilerle turun başından sonuna kadar eşlik ederek buldukları bölgeyi tanıtmaktadırlar. Turist rehberliği, turizm sektörünün özellikleri dolayısıyla hizmet verilerek gerçekleştirilen bir meslek dalıdır (Aylan, 2020, s. 3).

Turizm çalışanları, hizmet sektörünün bir parçası olduğu için müşterilerle sürekli iletişim halindedir. Dolayısıyla çalışanların hizmet verme yetkinlikleri müşteri memnuniyetini doğrudan etkilemektedir (Ayyıldız, Ayyıldız ve Altun, 2018, s. 73). Turist rehberleri, bir destinasyonun tanıtımında, turist deneyimlerinin kalitesinin, kalış süresinde ve yerel halkın ekonomik fayda etmesinde stratejik bir etki oluşturmaktadır (Dahles, 2002, s. 783). Bu nedenle turist rehberleri göz önünde bulundurulduğunda hizmet verme yetkinliğinin önemi bir kez daha görülmektedir. Çünkü turist rehberleri yalnızca hizmet verdiği seyahat acentasına değil aynı zamanda ülkenin imajına da olumlu veya olumsuz katkıda bulunacak kişilerdir (Değirmencioğlu, 2001, s. 190).

Turizmde başarının sağlanabilmesi için hizmet yönelimi yüksek olan kişilerin seçilmesi gerekmektedir. Kişilerin de sahip oldukları yetenekleri en iyi performansı göstermek için kullanmaları işlerinde başarıyı yakalamalarını sağlamaktadır (Çakıcı ve Özdamar, 2018, s. 154). Hizmet verme yetkinliği diğer bir ifadeyle, iş görenlerin hizmet verme konusunda istekli olması ve bu süreçte bireyler arasındaki ilişki ve iletişim yetkinliği şeklinde ifade edilmektedir. Bu tanımdan yola çıkarak turist rehberlerinin ziyaretçilerle olan iletişimlerinde yeterlilik göstermeleri hizmet verme yetkinlikleri ile yakından ilişkilidir denebilir. Bunun nedeni ise turist rehberlerinin aktif bir şekilde hizmet sunması ve tur boyunca iletişimin yüksek seviyede olmasıdır. Turist rehberiyle iletişim halinde olan ziyaretçilerin turdan ve aldıkları hizmetten memnun olmaları tekrar satın alma ve ziyaret etme niyetlerine olumlu katkılar sağlamaktadır (Eren ve Demirel, 2017, s. 8).

## **2.2. İlgili Araştırmalar**

Bu bölümde araştırmanın amaçları doğrultusunda ulusal ve uluslararası alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Alanyazın taraması sonucunda kültürlerarası

iletişim yeterliliği ve hizmet verme yetkinliğini turist rehberleri üzerinde inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Kùltùrlerarası iletişim yeterliliği ve turist rehberleri, hizmet verme yetkinliği ve turist rehberleri ile ilgili yapılan araştırmaların ise az sayıda olduğu tespit edilmiştir. Aşağıda kùltùrlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yetkinliği ile ilgili araştırmalara yer verilmiştir.

### **2.2.1. Kùltùrlerarası İletişim Yeterliliği İle İlgili Araştırmalar**

Kùltùrlerarası iletişim yeterliliği kavramı; kùltùrlerarası iletişimsel yeterlilik veya kùltùrlerarası yeterlilik (Fantini, 2007, s. 8) olarak da isimlendirilmektedir. Ancak çalışmada kùltùrlerarası iletişim yeterliliği kavramı kullanılmıştır. Yapılan alan yazın taraması sonucunda, kùltùrlerarası iletişim yeterliliği, kùltùrlerarası yeterlilik veya kùltùrlerarası iletişimsel yeterlilik ile ilgili çalışmaların yabancı dil øęrenimi (Altundağ, 2007; etinavcı, 2011; Kùroęlu, 2016; Gøzgen, 2019; Yıldız, 2019; Ersöz, 2020; Køřker, 2020) ve çatışma çözme ile ele alan çalışmalara (Kaya, 2013) rastlanmıştır.

Yapılan alanyazın taraması sırasında konu ile ilgili derleme çalışmalara da rastlanmıştır. Bu alışmalar arasında kùltùrlerarası iletişim yeterliliğinde kùltùrlerarası uyumun önemine dikkat çeken (Eğinli ve Yalçın, 2016), kùltürel farklılıkların önemini inceleyen (Eğinli, 2011), kùltùrlerarası iletişim yeterliliği geliştirmek için yaklaşım ve öneri sunan (Tanrıverdi, 2017; Barret, 2018), küresel liderlik ile ilişkilendiren (Bird vd., 2010) birçok çalışmaya rastlanmıştır.

Alanyazın taraması sırasında yerli alanyazında kùltùrlerarası iletişim yeterliliği konusunda sınırlı çalışmaya rastlanmıştır. Konu ile ilgili çalışmaların lisansüstü tez çalışmalarında yoğunlaştığı (şahin, 2012; Yakar, 2016; Gøkalp, 2018; Tunçer, 2019; Tanrıverdi, 2019; Ateş, 2020; Ersöz, 2020) görùlmüřtür.

Yu, Weiler ve Ham (2001), gerçekleştirdikleri araştırmada, Çinli turistlerin deneyimleri ile turist rehberlerinin kùltùrlerarası yeterlilikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada yüksek geçerlilik ve güvenilirliğe sahip bir ölçek geliştirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre turist rehberlerinin kùltùrlerarası iletişim performanslarının turistlerin seyahat deneyimine ilişkin memnuniyetlerinde etkili bir unsur olduğu belirlenmiştir.

Leclerc ve Martin (2004), araştırmalarında turist rehberlerinin iletişim yeterliliklerini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre; turist rehberlerinin iletişim yeterliliklerinin Amerikalı turistler için Avrupalı turistlerden daha fazla önemli olduğu, sözsüz ve szli iletişim unsurlarının Amerikalı turistler için Avrupalı turistlerden daha önemli ve yeterli olduğu belirlenmiştir.

Altundağ (2007), tarafından gerçekleştirilen araştırmada, kültürlerarası yeterlilik ve kültürlerarası iletişimsel yeterlilik açısından Korece ğrenen niversite ğrencilerinin kültürel yeterlilik seviyelerinin belirlenmesi, dil öğreniminde öğrencilerin kültürel benzerlik ve farklılıklarının etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda anket yöntemi ile veri toplanarak yapılan analizler sonucunda öğrencilerin iki kültür arasındaki benzerliklerin dil öğrenimini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.

Huang ve Wang (2007), gerçekleştirdikleri araştırmada İngiltere'deki turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliklerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın amaç doğrultusunda İngiltere'ye in' den gelen turistlere anket uygulanmış ve elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analizler sonucunda, İngiltere'deki turist rehberlerinin in dilini anlama ve konuşma becerisinin yüksek olduğu, kültürel farklılıkların bilincinde olduğu ve farklı kültürlere saygı gösterdiği gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Hiroe (2010), turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliklerini ve yeterlilik için gerekli olan elementleri belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda Japonya'daki turistler ile gerçekleştirilen çalışmada elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analizler sonucunda turistlerin Japonya'ya ilgi duyduğu, Japonya'daki turist sayısının artmasına rağmen her zaman turist rehberli tura katılmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca turistlerin rehberlerin bilgili, dil becerisi olan, kibar, cana yakın, liderlik özelliğine sahip, enerjik ve görünüşüne dikkat eden kişiler olmaları gerektiğini, profesyonel iletişimciler oldukları için özel diplomat görevi gördüklerini belirtmişlerdir.

Behrnd ve Porzelt (2012), gerçekleştirdikleri araştırmada yurtdışı deneyimi olan ve olmayan öğrencilerden oluşan iki grubun kültürlerarası yeterliliklerini karşılaştırmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin yurtdışında kaldıkları süreçte kültürlerarası yeterliliklerinin arttığı, yurtdışında kalma süresinin kültürlerarası

iletişimlerinde etkinliğin, problem çözenin, bireysel ve sosyal kültürlerarası yeterliliklerinin artmasını sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Şahin ve Avcıkurt (2013), tarafından gerçekleştirilen araştırmada turistlerin rehberlerin iletişim yeterliliklerine verdikleri önemin ve rehberin iletişim performansına yönelik görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Alman, Rus ve İngiliz'den oluşan toplamda 1177 turist üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda, turistlerin rehberin iletişim yeterliliğine önem verdikleri, rehberin iletişim performansına etki eden faktörün ülke değişkeni olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca İngilizlerin rehberin iletişim yeterliliklerine daha çok önem verdikleri ve rehberin iletişim performansına yönelik olumlu görüşlere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Köroğlu (2016), kültürlerarası iletişimsel yeterliliğin ders kitabına entegrasyonunu incelediği çalışmasında İngilizce dil okutmanlarının ders kitabı içeriğine yönelik bakış açıları aracılığıyla dil öğreniminde yeterliliğin önemini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucuna göre dil okutmanlarının ders kitabının içeriğini kültürlerarası iletişimsel yeterlilik kazandırması açısından yetersiz buldukları belirlenmiştir.

Yakar (2016), araştırmasında farklı kültürlerden gelen hastalara bakım veren hemşirelerin kültürlerarası iletişim yeterliliklerini belirlemeyi amaçlamıştır. Hemşirelerin kültürlerarası farkındalık, kültürlerarası duyarlılık ve kültürlerarası etkililik ölçeklerinden aldıkları puanların yüksek olması dolayısıyla hemşirelerin kültürlerarası iletişim yeterliliğine sahip olduğu belirlenmiştir.

Adıyaman (2016), araştırmasında uluslararası öğrencilerin kültürlerarası iletişim yeterliliklerini incelemeyi amaçlamıştır. 47 uluslararası öğrenciden oluşturulan görüşmeler sonucu 7 grup oluşturulmuştur. Türk kültürü ile ilk kez karşılaşan öğrencilerin çeşitli iletişim zorlukları yaşadıkları ancak belli ölçüde kültürlerarası iletişim yeterliliği sağladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Peng ve Wu (2016), gerçekleştirdikleri araştırmada kültürlerarası temasın kültürlerarası iletişim yeterliliğine etkisini yapısal eşitlik modeline göre değerlendirmişlerdir. Veriler Çinli üniversite öğrencilerinden anket yöntemiyle elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda kültürlerarası temasın kültürlerarası iletişim yeterliliği üzerinde faydalı bir etkiye sahip olduğu ortaya konmuştur.

Güneş (2018), kültürlerarası iletişimsel yeterliliğin dil öğrenimine nasıl dâhil edilebileceğini ve dil öğreniminde kültürel yeterliliğin önemini araştırmıştır. 20 Türk İngilizce yabancı dil öğrencisi ve onların öğretmenlerinden elde edilen verilerin analizi sonucunda kültürlerarası iletişimsel yeterliliğin dil öğreniminde önemli olduğunu, yabancı dil sınıflarının bu konuda katkı sağlayabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Gözgenç (2019), İngilizce ders kitaplarının kültürlerarası unsurları içerip içermediğini, dil öğreniminin yanı sıra kültürlerarası iletişim yeterliliği becerilerini geliştirip geliştirmediğini araştırmıştır. Bir yüksekokuldaki öğrencilerden toplanan verilerin analizi sonucunda ders kitabı serisinin okuma faaliyetleri açısından öğrencilere yabancı dil eğitimi süresinde kültürlerarası iletişimsel yeterlilik becerilerinin kazanılması konusunda yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Güneş ve Mede (2019), araştırmalarında İngilizce dil kursu programına kültürlerarası iletişim yeterliliğinin entegre edilmeden önce ve entegre edildikten sonraki süreçte öğrenci ve öğretmenlerin bakış açılarını belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analizler sonucunda kültürlerarası iletişim yeterliliğinin İngilizce kurs programına entegre edilmesinden sonra önemli bir farklılık olduğunu, öğrencilerin diğer kültürleri ve dil öğreniminde kültürün önemini fark ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğretmenlerin de kültürlerarası iletişim yeterliliği konusunda olumlu bir tepki verdiği gözlemlenmiştir.

Tunçer (2019), gerçekleştirdiği çalışmada İngilizce hazırlık programının kültürlerarası iletişim yeterlilikleri açısından değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda yabancı dil okulu öğrencileri ve öğretim görevlilerinden elde edilen verileri analiz ederek İngilizce Dil Okulu eğitim programının kültürlerarası iletişim yeterliliğine ne ölçüde ve programın hangi öğelerinde yer verildiğini saptamayı hedeflemiştir. Araştırma sonucunda İngilizce dil okulu eğitim programının hedeflerinde ve program içeriğinde kültürlerarası iletişim yeterliliğine rastlanmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Uyanık (2019), tarafından gerçekleştirilen araştırma hemşirelik öğrencilerinin kültürlerarası iletişim yeterliliği ve eleştirel düşünme eğilimi arasındaki ilişkinin belirlenmesini amaçlamış, bu amaç doğrultusunda 399 hemşirelik öğrencisinden elde

edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda hemşirelerin kültürlerarası iletişim yeterliliğinin arttıkça eleştirel düşünme eğiliminin de arttığı belirlenmiştir.

Ateş (2020), turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliklerini belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada yeterliliğin alt boyutları olan kültürlerarası duyarlılık, kültürlerarası farkındalık ve kültürlerarası etkililik değişkenleri açısından incelemiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda, turist rehberliği hizmeti alan turistler ve tur düzenleyen seyahat acentalarından veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda acentalar ve turistler, turist rehberinin kültürlerarası iletişimde yeterli olabilmesi için yabancı dil ve genel kültür bilgisine sahip olması gerektiği, rehberin güler yüzlü olmasının önemli olduğunu, rehberlerin kültürlerarası iletişim açısından yeterli gördükleri sonucuna ulaşmıştır.

Sonuç olarak, yukarıda verilen araştırmalar değerlendirildiğinde, kültürlerarası iletişim yeterliliği ile ilgili yerli çalışmaların eğitim, hemşirelik ve dil öğretimi üzerine yoğunlaştığı, yabancı alanyazında ise eğitim ve turizm alanında yoğunlaştığı görülmektedir.

### **2.2.2. Hizmet Verme Yatkinlığı İle İlgili Araştırmalar**

Yapılan alanyazın taramasında hizmet verme yatkinlığı ile ilgili çeşitli çalışmalara ulaşılmıştır. Konu ile ilgili araştırmalarda hizmet verme yatkinlığı ile ilgili ölçek geliştirmeyi amaçlayan (Cran, 1994; Carraher, Mendoza, Buckley, Schoenfeldt ve Carraher, 1998; Hogan, Hogan ve Busch, 1984), Otel/ konaklama işletmesi çalışanları (Lee, Park ve Yoo, 1999; Eren, 2007; Kuşluyan ve Eren, 2008; Başoda, 2012; Serçeoğlu, 2014; Serçeoğlu ve Selçuk, 2016; Kaygısız, 2016; Tekin ve Kalkan, 2017; Çoban, 2017; Yeniçeri, Akgül ve Çınar, 2019; Özkan, Günay ve Demiralay, 2020), restoran çalışanları ve müşteriler (Kim, 2011; Kim, Leong, Lee, 2005), öğrenciler (McBride, Mendoza, Carraher, 1997), banka çalışanları (Eren ve Ayas, 2015) ile ilgili çalışmalara rastlanmıştır. Ancak doğrudan turist rehberliği ve hizmet verme yatkinliğini inceleyen sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır (Eren ve Demirel, 2017).

Dienhart, Gregorie, Downey ve Knight (1992), restoran çalışanlarının ve yöneticilerinin hizmet verme yatkinliklerini etkileyen faktörleri incelemeyi

amaçlamıştır. Elde edilen verilerin analiz edilmesi sonucunda hizmet verme yatkınlığının örgütsel destek, müşteri odaklılık ve baskı altındayken hizmet verme olmak üzere üç bileşenden oluştuğu belirlenmiştir. Ayrıca işi benimseme, iş doyumunu ve iş güvenliğinin hizmet verme yatkınlığını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Chait, Carraher ve Buckley (2000), hizmet verme yatkınlığı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi ölçmeyi amaçlamışlardır. Müşteri hizmetleri pozisyonu için büyük bir finansal hizmetler kuruluşuna başvuran 605 kişiden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda hizmet verme yatkınlığı dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık ile ilişkili olduğu, hizmet verme yatkınlığı oranına en çok etki eden özelliğin dışadönüklüğün yanı sıra deneyime açıklık ve yumuşak başlılık olduğu, cinsiyet değişkeninin hizmet verme yatkınlığına az da olsa bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Carraher, Parnell ve Spillan (2009), Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Letonya, Slovya ve Slovenya’da iş yeri sahibi farklı kültürlere mensup 1324 iş adamının hizmet verme yatkınlıkları ile kişilik özelliklerini incelemiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen verilerin analizi sonucunda altı ülkenin işverenlerinin hizmet verme yatkınlığı oranlarının dışa dönüklük ve deneyime açıklıkla, beş ülkenin işverenlerinin hizmet verme yatkınlığının yumuşak başlılıkla ve dört ülkenin işverenlerinin ise sorumluluk boyutuyla ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Ünüvar ve Başoda (2012), konaklama işletmelerinde yiyecek- içecek ve ön büro departmanlarında çalışan iş görenlerin hizmet verme yatkınlığının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamışlardır. Veriler, konaklama işletmelerinin müşterilerinden elde edilmiştir. Verilerin analizi sonucunda konaklama işletmelerinde, müşteriler tarafından algılanan iş görenlerin hizmet verme yatkınlığının müşteri memnuniyetini önemli ve olumlu şekilde etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca müşterilerin ön büro personelini hizmet vermeye daha yatkın gördükleri ve her iki bölümdeki iş görenlerin sunduğu hizmetten eşit ve yüksek derecede memnun kaldıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Serçeoğlu (2013), konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin kişilik özelliklerinin hizmet verme yatkınlığı üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamıştır. Erzurum ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin çalışanlarından elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda kişilik özellikleri ile hizmet verme



yatkınlığı arasında duygusal denge hariç tüm boyutlarla pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir.

Eren, vd. (2015), çalışmalarında hizmet odaklılığın (hizmet verme yatkınlığının) çalışanların tutum ve davranışları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Bu amaç doğrultusunda bankacılık sektöründe çalışanlar ve yöneticilerle yapılan görüşmeler sonucunda örgütsel hizmet odaklılık ile örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı, takım ruhu, çalışan memnuniyeti ve finansal performans arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda hizmet odaklılığın söz konusu değişkenlerin tümü ile pozitif ilişkisi olduğu belirlenmiştir.

Başoda (2016), gerçekleştirdiği çalışmada otel çalışanlarının hizmet verme yatkınlıkları düzeyini belirleyerek iş tatmini üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma 3, 4, 5 yıldızlı otel çalışanlarından elde edilen veriler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda otel çalışanlarının hizmet verme yatkınlıklarının yüksek olduğu, hizmet verme yatkınlığı ile iş tatmini arasında olumlu bir ilişki olduğu, hizmet verme yatkınlığının iş tatminini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Ceyhun ve Diker (2016), çalışmalarında Ankara ilindeki spor sağlık merkezi çalışanlarının kişilik özelliklerinin hizmet verme yatkınlığı üzerine etkisini incelemiştir. 19 işletmede çalışan 201 katılımcıdan toplanan veriler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda spor sağlık merkezlerinde çalışan personelin kişilik özelliklerinin hizmet verme yatkınlıkları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, kişilik özellikler alt faktörlerinin de hizmet verme yatkınlığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Eren ve Demirel (2017), çalışmalarında Nevşehir bölgesindeki turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığı düzeylerinin ölçülmesini amaçlamıştır. Nevşehir Rehberler Odası'na bağlı rehberlerden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda rehberlerin genel olarak hizmet vermeye yatkın oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yaş, acentaya bağlı olup olmama durumu, cinsiyet ve mesleki deneyime göre hizmet verme yatkınlığı seviyelerinin farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Kaygısız ve Eren (2017), gerçekleştirdikleri çalışmada otel işletmelerinde içsel pazarlama uygulamalarının iş görenlerin hizmet verme yatkınlığı ve olumlu sosyal

davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan iş görenlerden elde edilen veriler sonucunda; otel işletmelerinde içsel pazarlama uygulamalarının yaygın olduğu, iş görenlerin olumlu sosyal davranışlar sergiledikleri ve hizmet verme yatkınlıklarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Buna ek olarak otel işletmelerindeki içsel pazarlama uygulamalarının iş görenlerin hizmet verme yatkınlığı ve olumlu sosyal davranışları üzerinde belirleyici bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Seymen vd. (2017), turizm eğitimi alan öğrencilerin çalışma koşulları algılarını, hizmet verme yatkınlıklarını ve mesleki yabancılaşma düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Çeşitli üniversitelerde eğitim gören 616 öğrenciden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda çalışma koşulları algısı ve mesleki yabancılaşma tutumu arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu, hizmet verme yatkınlığının bu ilişki üzerinde düzenleyici bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Bektaş (2019), çalışmasında profesyonel turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisini incelemiş, bir model önerisinde bulunmuştur. Araştırmanın verileri Kapadokya bölgesinde rehberli tura katılan yerli ve yabancı turistlerden elde edilmiştir. Verilerin analizi sonucunda Kapadokya bölgesindeki turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığı seviyelerinin yüksek olduğu, hizmet verme yatkınlığı yüksek olan turist rehberlerinin de ziyaretçi memnuniyetini ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışını olumlu yönde etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Çoban ve Seymen (2019), otel işletmelerinde iş görenlerin duygusal zekâ, duygusal emek ve hizmet verme yatkınlıkları arasındaki ilişkileri incelemiştir. Duygusal zekânın hizmet verme yatkınlığı ile duygusal emek arasındaki ilişkide nasıl bir etkisinin olduğu ortaya konmuştur. Kuşadası'nda faaliyet gösteren beş yıldızlı beş otel işletmelerinde çalışan 388 iş görene uygulanan anketler sonucu elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda hizmet verme yatkınlığının derin davranışa etkisinde duygusal zekânın, kendi duygularını değerlendirmenin pozitif yönde ve duyguların kullanılmasının pozitif yönde düzenleyici etkisinin olduğu; başkalarının duygularını değerlendirmenin ve duyguların düzenlenmesinin ise anlamlı şekilde düzenleyici etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca hizmet verme yatkınlığının yüzeysel davranışa etkisinde duygusal zekânın ve alt boyutlarının düzenleyici etkisinin olmadığı görülmüştür.

Gözen (2020), gerçekleştirdiği araştırmada duygusal emek ve hizmet verme yatkınlığı arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analizler sonucunda duygusal emek ve hizmet verme yatkınlığı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir.

Kalkan ve Tüfekçi (2020), araştırmalarında turizm sektöründe hizmet verme yatkınlığı ve kişilik ilişkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda konaklama işletmelerinin en çok çalışana sahip bölümü olan yiyecek- içecek bölümündeki iş görenlerden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analizler sonucunda çalışanların kişilik özelliklerinin hizmet verme yatkınlıklarını kısmen etkilediği belirlenmiştir.



### 3. YÖNTEM

Yapılan araştırmanın amacı, turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinlikleri ve bu durumun turist rehberlerinin sahip olduğu mesleki donanım ve özellikleri açısından incelenmiştir. Yöntem bölümünde veri toplama aracı olarak kullanılan anket ile ilgili bilgilere, araştırma modeline ve hipotezlere yer verilmiştir. Buna ek olarak araştırmanın evren ve örneklemini tanımlanmış, veri toplama aracı ve teknikleri açıklanmış son olarak verilerin analizi bölümüne yer verilmiştir.

#### 3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırma modeli, araştırma probleminin en güvenilir bilimsel yolla nasıl çözüleceğini gösteren mantık düzenidir. Araştırma modeli belirlenirken tarama modelleri (genel, tekil, ilişkisel) ve deneme modelleri (deney, karşılaştırma) kullanılmaktadır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014, s. 97). Yapılan araştırmanın modeli turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinliklerinin belirlenmesini amaçladığından tarama modelindedir. Tarama modeli, bir olayı olduğu şekliyle tasvir etmeye yönelik olduğunda kullanılan bir modeldir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014, s. 97). Tarama modeline ek olarak turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinliklerinin demografik özellikleri ve mesleki donanımlarının bir farklılık oluşturup oluşturmadığının belirlenmesi amacıyla ilişkisel tarama modeli tercih edilmiştir.

Turistik bir bölgedeki neredeyse tüm hizmeti turist rehberleri eşliğinde alan ziyaretçilerin seyahatlerinden aldıkları zevk, turist rehberlerinin sunumları ile yakından ilişkilidir. Buna ek olarak turist rehberlerinin kültür elçiliği rolünün gereğini

yapması ülke kültürünün de sürdürülebilirliğinin sağlanmasına etki etmektedir (Toker, 2011, s. 52). Bu nedenle turist rehberleri kendi kültürleri ve eşlik ettikleri gruptaki ziyaretçilerin kültürü hakkında bilgi sahibi olmasının yanı sıra bilgiyi, ziyaretçilerine aktarabilme yeteneğine ve yeterliliğine sahip olmalıdır. Kültürlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yatkınlığı da bu özelliklere vurgu yapmaktadır. Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yatkınlıklarının çeşitli demografik özelliklere, mesleki donanımlarına, hizmet verme şekillerine, kültürlerarası iletişim eğitimi alma durumlarına, kendilerini mesleki açıdan yeterli hissetme durumlarına, kendilerini hizmet verme konusunda yeterli görmelerine ve meslekten memnun olma durumlarına göre farklılık gösterebileceği düşünülerek aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H1: Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H2: Turist rehberlerinin cinsiyetleri ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yatkınlıkları ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H3: Turist rehberlerinin medeni halleri ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yatkınlıkları ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H4: Turist rehberlerinin ruhsat türleri ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yatkınlıkları ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Turist rehberliği meslek yasası ile mevcut rehberlerin haklarının korunması, yeni nesil turist rehberlerinin de eğitilmiş, yetişmiş, alanında uzman olmasının sağlanması hedeflenmiştir (Bayram, 2016, s. 1193). Bu nedenle turist rehberinin kendilerini geliştirmelerinin yanı sıra aldıkları eğitimin mesleki anlamda kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yatkınlıkları arasında bir fark olduğu düşüncesiyle Hipotez 5 oluşturulmuştur.

H5: Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim eğitimi alma durumları ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yatkınlıkları ile arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H6: Turist rehberlerinin yaşları ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yatkınlıkları ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H7: Turist rehberlerinin eğitim durumları ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yetkinlikleri ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H8: Turist rehberlerinin ruhsatname alışı şekilleri ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yetkinlikleri ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H9: Turist rehberlerinin mesleki memnuniyetleri ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yetkinlikleri ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H10: Turist rehberlerinin kendilerini iletişimde yeterli hissetme durumları ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yetkinlikleri ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Turist rehberleri, gidilen yer hakkındaki bilgi, yorumları, iletişim ve hizmet yetenekleri sayesinde ziyaretçilerin ziyaretlerini bir deneyim ve bilgilendirme boyutuna taşıma gücüne sahiptir (Chang, Kung ve Luh, 2012, s. 192). Turist rehberlerinin bilgi ve donanım yeterlilikleri önem taşımaktadır (Olçay vd., 2015, s. 367). Bu nedenle turist rehberlerinin mesleki açıdan gereken yeterliliklerde kendilerini yeterli görmelerinin önem taşıdığı düşüncesinden hareketle Hipotez 11 oluşturulmuştur

H11: Turist rehberlerinin kendilerini hizmet vermede yeterli hissetme durumları ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yetkinlikleri ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Turist rehberlerinin tecrübeleri tur yönetimi konusunda önemli bir faktördür. Tura çıkma sıklığı arttıkça turist rehberinin sorun yaşama sıklığının azalmaktadır (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006, s. 84- 85). Dolayısıyla bir turist rehberinin tecrübeli olması, farklı kültürlerle iletişim kurma oranının yüksek olması ve hizmet verme konusunda daha yetkin olacağı düşünülmektedir. Buradan hareketle Hipotez 12 oluşturulmuştur.

H12: Turist rehberlerinin hizmet verme yılları ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yetkinlikleri ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H13: Turist rehberlerinin hizmet verme şekilleri ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yetkinlikleri ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

H14: Turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekilleri ile a) kültürlerarası iletişim yeterlilikleri b) hizmet verme yetkinlikleri ile arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

### 3.2. Evren ve Örneklem

Evren, bilimsel bir araştırma için verilerin toplandığı öğelerin yer aldığı ve o öğelerin temsil ettiği gruplar ve yığınlardır (Böke, 2017, s. 106). Örneklem ise belirli bir evrenden o evreni temsil edebileceği kabul edilen belirli kurallara göre seçilmiş küçük bir örnek küyledir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011, s. 70).

Turizm hizmet-yoğun bir yapıya sahiptir ve bünyesinde pek çok hizmet elemanını barındırmaktadır. Hizmet elemanlarının her biri hem yerli hem yabancı ziyaretçilerle birebir iletişim halindedirler. Turist rehberleri de bu hizmet elemanlarından biri olarak farklı kültürlerle mensup pek çok ziyaretçiyle iletişim halindedir. Mesleğin yapısı gereği kültürlerarası iletişimi hizmet verme esnasında gerçekleştirmektedirler. Dolayısıyla turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliğine ve hizmet verme yetkinliğine sahip olması önem taşımaktadır.

Araştırmada, turist rehberlerinin çokkültürlü ortamlarda hizmet verdikleri, bu nedenle hizmet vermeye yetkin ve kültürlerarası iletişim açısından yeterli olmaları gerektiği düşünülmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin hizmet verme yetkinlikleri ve kültürlerarası iletişim yeterliliklerinin belirlenmesinin önem taşıdığı düşünülerek turist rehberleri üzerinde bir araştırma yapılmasına karar verilmiştir.

Araştırmanın evrenini Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB)'ne bağlı turist rehberleri oluşturmaktadır. TUREB'e ve 13 meslek odasına kayıtlı toplamda 11.641 turist rehberi bulunmaktadır. Turist rehberlerinin 9063'ü eylemli, 2578'i eylemsizdir. Eylemli turist rehberlerinin 7569'u ülkesel, 1494'ü bölgesel eylemli rehberlerden oluşmaktadır (TUREB, 2021).

Yapılan araştırmanın evrenini TUREB'e kayıtlı eylemli 9063 turist rehberi oluşturmaktadır. Araştırmaya veri toplamak amacıyla kullanılan anket formunun eylemli ülkesel ve bölgesel turist rehberlerine uygulanması planlanmıştır. Evren

büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda anketin uygulanabilmesi için örneklem büyüklüğü 364 olarak belirlenmiştir (Coşkun vd., 2017, s. 144).

Örneklem yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerindedir. Kolayda örnekleme, anakütleye ait ulaşılan her birimin örnekleme dâhil edilmesidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011, s. 83). Ancak tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını ve geçersiz yanıtlar içeren anketlerin değerlendirme dışı bırakılmasıyla 342 anket değerlendirme ve analize tabi tutulmuştur.

### **3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri**

Araştırma ile ilgili gerekli bilgilere ulaşabilmek için ilk önce kültürlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yatkınlığı ile ilgili alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Sonrasında birincil verilere ulaşabilmek için anket yöntemi kullanılmıştır. Anket yöntemi, araştırma evrenini/ örneklemini oluşturan kişi, grup veya örgütlerden elde dileyen bilgilere tek tipleştirilmiş ifadelerle ulaşabilmek amacıyla oluşturulan bir veri toplama yöntemidir (Ural ve Kılıç, 2013, s. 53).

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu hazırlanmadan önce konuyla ilgili ulusal ve uluslararası alan yazın taraması gerçekleştirilmiştir. Alan yazın taraması sonrasında konuya ilişkin önceki araştırmalar incelenerek bir anket formu taslağı oluşturulmuştur. Oluşturulan taslak anket formunun geliştirilebilmesi için akademisyenlerin ve uzmanların görüşlerine başvurulmuştur. Ankete yönelik yapılan eleştiriler ve öneriler doğrultusunda anket formunda gerekli değişiklikler yapılarak içerik geçerliliği sağlanmıştır.

Anket formu araştırma soruları doğrultusunda üç bölüm halinde hazırlanmıştır. Anket formunun ilk bölümünde turist rehberlerinin sosyo demografik ve mesleki donanımlarını belirlemeye yönelik 12 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde araştırmaya katılan turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliklerini ölçmek için Gonçalves, Sousa, Arasaratnam-Smith, Rodrigues ve Carvalheiro (2020) tarafından geliştirilen ve 8 maddeden oluşan kültürlerarası iletişim yeterliliği ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçek 5'li likert tipinde 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2:



Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum şeklinde hazırlanmıştır.

Üçüncü bölümde Brown, Mowen ve Licata (2002) tarafından hazırlanan hizmet verme yatkınlığı ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlaması Seymen ve Çoban (2017) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin orijinalinde 12 madde bulunmasına rağmen Türkçe uyarlama işlemi sonrasında 6 maddeden oluşan versiyonunun kullanılmasının daha uygun olduğu belirtilmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini belirten Cronbach Alpha değeri 0.87 olarak hesaplanmıştır. Hizmet verme yatkınlığı ölçeği 5'li likert tipinde 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum şeklinde düzenlenmiştir.

### **3.4. Verilerin Analizi**

Araştırma sonucunda anket yoluyla elde edilen bilgiler bilgisayar ortamına aktarılmış ve tasnif edilmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin demografik özellikleri, mesleki donanımları, kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yatkınlıklarına ait bilgiler yüzde ve frekans dağılımları verilmiştir. Kültürlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yatkınlığı ölçeğinin aritmetik ortalamasının yorumlanmasında 1.00- 1.79: Kesinlikle katılmıyorum, 1.80- 2.59: Katılmıyorum, 2.60- 3.39: Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 3.40- 4.19: Katılıyorum 4.20- 5.00: Kesinlikle katılıyorum aralıkları ölçüt olarak belirlenmiştir.

Elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi için Kolmogorov- Smirnov analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda verilerin çarpıklık ve basıklık değerinin +1,5 ve -1,5 arasında kalması durumunda verilerin normal dağılım gösterdiği belirtilmektedir. Araştırmada uygulanan normallik analizi sonucunun kültürlerarası iletişim yeterliliği için ,253; hizmet verme yatkınlığı için -1,311 olduğu tespit edilmiştir. Normallik değerinin +1,5 ve -1,5 arasında olduğu, verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Bu nedenle parametrik testler uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik değerlerinin belirlenmesinde Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Cronbach Alpha katsayısına ilişkin yorumlamalar yapılırken aşağıdaki aralıklar kullanılmıştır;

$0 \leq \alpha < 0,40$  ise ölçek güvenilir değil

$0,41 \leq \alpha < 60$  ise ölçeğin güvenilirliği düşük

$0,61 \leq \alpha < 0,80$  ise ölçek oldukça güvenilir

$0,81 \leq \alpha \leq 1$  ise ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğu ifade edilmektedir (İslamoğlu ve Almaçık, 2014).

Anketin güvenilirliğinin ölçülmesi amacıyla güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Güvenilirlik analizi, bir ölçekte tüm değişkenlerin birbiri ile tutarlılığı ve iç uyumunu belirtmektedir. Cronbach Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında bir değer almakta ve anketin güvenilirliğini ifade etmektedir (Kurtuluş, 2010, s. 184). Veri toplama amacıyla kullanılacak anketin güvenilirlik analizinin yapılması için 150 turist rehberine 1 Ağustos 2021- 1 Eylül 2021 tarihleri arasında ön test uygulanmıştır.

Uygulanan ön test sonucunda kültürlerarası iletişim yeterliliği ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ,664 olarak hesaplanmıştır. Hizmet verme yatkınlığı ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ,880 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre kültürlerarası iletişim yeterliliği ölçeğinin güvenilir, hizmet verme yatkınlığı ölçeğinin ise yüksek güvenilirliğe sahip olduğu belirlenmiştir.

Araştırmada veri analizi sürecinde uygulanan bir diğer analiz ise t testidir. T testi, iki grup arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için kullanılan bir analiz yöntemidir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, s. 190). Turist rehberlerinin cinsiyet, medeni hal, ruhsatname türü, kültürlerarası iletişim eğitimi alma durumları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için t testi uygulanmıştır. Araştırmada uygulanan bir diğer analiz yöntemi ise tek yönlü varyans testidir. Tek yönlü varyans analizi ikiden fazla grubun karşılaştırılmasında kullanılmaktadır (Coşkun vd., 2017, s. 191). Tek yönlü varyans testi turist rehberlerinin yaş, eğitim durumu, ruhsatname alışı şekli, mesleki memnuniyet, kültürlerarası iletişim konusunda kendini yeterli hissetme durumu, hizmet verme konusunda kendini yeterli hissetme durumu, hizmet verme yılı, hizmet şekli ve hizmet verdiği coğrafi kapsam durumlarıyla kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için kullanılmıştır. Kültürlerarası iletişim yeterliliği ile hizmet verme yatkınlığı arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek için ise korelasyon analizi uygulanmıştır.

## 4. BULGULAR ve YORUMLAR

Bulgular ve yorumlar bölümünde turist rehberlerine ait demografik özellikler, kültürlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yatkınlığı ifadelerine verdikleri yanıtların yüzde frekans değerleri yer almaktadır. Bunlara ek olarak korelasyon analizi ve farklılık testlerine yönelik bulgular ve yorumları yer almaktadır.

### 4.1. Turist Rehberlerinin Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan turist rehberlerinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Turist rehberlerinin cinsiyet, yaş, medeni hal ve eğitim durumlarına ilişkin yüzde ve frekans dağılımları çizelge 2 de gösterilmektedir.

Çizelge 2. Turist rehberlerinin demografik özelliklerine ilişkin bulgular

Demografik Değişkenler		
<b>Cinsiyet</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Kadın	92	26,9
Erkek	250	73,1
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
18- 25	21	6,1
26- 35	108	31,6
36- 45	102	29,8
46- 55	71	20,8
55- 64	33	9,6
65 yaş ve üzeri	7	2,0
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>
<b>Medeni Hal</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Evli	178	52,0
Bekâr	164	48,0
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>

Çizelge 2-devamı

<b>Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Lise	8	2,3
Ön Lisans	44	12,9
Lisans	201	58,8
Yüksek Lisans	70	20,5
Doktora	19	5,6
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>

Yukarıda yer alan çizelge 2' ye göre anketi yanıtlayan turist rehberlerinin 92' si (% 26,9) kadın, 250' si (% 73,1) erkeklerden oluşmaktadır. Eylemli erkek turist rehberlerinin sayısının (6351) eylemli kadın turist rehberlerinden (2750) fazla olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla ortaya çıkan sonucun evreni temsil ettiği düşünülmektedir.

Anketi yanıtlayan turist rehberlerinin 21'inin (% 6,1) 18- 25, 108'inin (%31,6) 26- 35, 102'sinin (% 29,8) 36- 45, 71'inin (% 20,8) 46- 55, 33'ünün (% 9,6) 55- 64, 7' sinin (% 2,0) 64 yaş ve üzeri yaş aralığında oldukları belirlenmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin 210'unun (%61,4) 26- 45 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle, yapısı gereği sürekli hareket halinde olmayı gerektiren turist rehberliği mesleğini çoğunlukla gençlerin icra ettiği görülmektedir.

Anketi yanıtlayan turist rehberlerinin medeni hal dağılımları incelendiğinde 178'inin (% 52,0) evli, 164'ünün (% 48,0) bekâr olduğu görülmektedir. Elde edilen bulguya göre evli ve bekar turist rehberi sayıları birbirine yakındır bu durum medeni halin mesleği icra etme konusunda herhangi bir engel teşkil etmediği şeklinde yorumlanabilir.

Anketi yanıtlayan turist rehberlerinin eğitim durumları incelendiğinde 8'inin (% 2,3) lise, 44'ünün (% 12,9) ön lisans, 201'inin (% 58,8) lisans, 70'inin (% 20,5) yüksek lisans, 19'unun ise (% 5,6) doktora mezunu olduğu belirlenmiştir. Turist rehberlerinin çoğunun eğitim seviyesinin lisans düzeyinde olduğu, turist rehberlerinin eğitim seviyesinin yüksek olduğu görülmektedir. Lise düzeyinde eğitime sahip olan turist rehberlerinin mesleği Kültür ve Turizm Bakanlığı programından eğitim alarak yaptıkları düşünülebilir. Ayrıca turist rehberliği mesleği eğitimi ön lisans düzeyinde de verilmektedir. Bulgulara göre yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim almış turist rehberlerinin bulunması turist rehberlerinin akademik kariyere de yöneldiği veya kişisel gelişimleri için eğitimlerine devam ettikleri şeklinde yorumlanabilir.

#### 4.2. Turist Rehberlerinin Mesleki Donanımlarına Yönelik Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan turist rehberlerinin sahip oldukları mesleki donanımlarına yönelik veriler yer almaktadır. Bu kapsamda turist rehberlerinin ruhsatname alışı şekli, ruhsatname türü, turist rehberliği hizmet yılı, çalışma şekli ve turist rehberliği hizmeti verilen grup türü, coğrafi kapsamına göre hizmet verilen tur türü çizelge 3’ te, kültürlerarası iletişimle ilgili eğitim alma durumu, hizmet vermede kendini yeterli hissetme durumu, kültürlerarası iletişimde kendini yeterli hissetme durumu ve mesleki memnuniyet durumuna ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Çizelge 3. Turist rehberlerinin mesleki donanımlarına ilişkin bulgular

<b>Ruhsatname Alış Şekli</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Turist Rehberliği Ön Lisans Programı	97	28,4
Turist Rehberliği Lisans Programı	113	33,0
Turist Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı	3	,9
Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans Programı	11	3,2
Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı	118	34,5
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>
<b>Ruhsatname Türü</b>		
Bölgesel	95	27,8
Ülkesel	247	72,2
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>
<b>Turist Rehberliği Hizmet Yılı</b>		
1 yıldan az	13	3,8
1- 4 yıl	87	25,4
5- 9 yıl	53	15,5
10- 14 yıl	65	19,0
15 yıldan fazla	124	36,3
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>
<b>Çalışma Şekli</b>		
Acentaya bağlı	26	7,6
Bağımsız	178	52,0
Her ikisi de	138	40,4
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>
<b>Turist Rehberliği Hizmeti Verilen Grup Türü</b>		
Yerli Gruplar	30	8,8
Yabancı Gruplar	127	37,1
Hem Yerli Hem Yabancı Gruplar	185	54,1
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>

<b>Coğrafi kapsama göre hizmet verilen tur türü</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Yurtiçi	249	72,8
Yurtdışı	3	0,9
Her ikisi de	90	26,3
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>
<b>Kültürlerarası İletişimle ilgili bir eğitim alma durumu</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Evet	130	38,0
Hayır	212	62,0
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>

Anketi yanıtlayan turist rehberlerinin ruhsatname alışı şekilleri incelendiğinde; 97'sinin (% 28,4) turist rehberliği ön lisans programı, 113'ünün (% 33,0) turist rehberliği lisans programı, 3'ünün (% ,9) turist rehberliği tezli yüksek lisans programı, 11'inin (% 3,2) turist rehberliği tezsiz yüksek lisans programı, 118'inin (% 34,5) Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programı ile ruhsatnamelerini aldıkları tespit edilmiştir. Turist rehberlerinin çoğunun ruhsatnamelerini Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı'ndan aldığı tespit edilmiştir. Bunun nedeni ise turist rehberliği mesleğinin lisans, ön lisans ve tezli/ tezsiz yüksek lisans programlarından önce Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı'na katılarak ruhsatname alınabilmesidir. Ancak ruhsatnamelerini lisans mezuniyetiyle alan turist rehberlerinin sayısı (n= 113) sertifika programıyla alan turist rehberlerinin sayısına (n= 118) oldukça yakındır. Bunun nedeninin ise 1995 yılından itibaren lisans ve ön lisans programlarının açılması olarak düşünülebilir.

Anketi yanıtlayan turist rehberlerinin ruhsatname türleri incelendiğinde; 95'inin (% 27,8) bölgesel, 247'sinin (% 72,2) ülkesel ruhsatnameye sahip oldukları belirlenmiştir. Dolayısıyla araştırmaya katılan turist rehberlerinin turist rehberliği mesleğini ülkesel ölçekte icra ettikleri tespit edilmiştir.

Anketi yanıtlayan turist rehberlerinin hizmet verme yılları incelendiğinde; 13'ünün (% 3,8) 1 yıldan az, 87'sinin (% 27,8) 1- 4 yıl, 53'ünün (% 15,5) 5- 9 yıl, 65'inin (% 19,0) 10- 14 yıl, 124'ünün (% 36,3) 15 yıldan fazla süredir mesleği icra ettikleri görülmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin çoğu mesleğinde oldukça tecrübelidir denebilir. Ayrıca turist rehberliği mesleğini 1- 4 yıldır icra eden turist

rehberlerinin de çoğunlukta olduğu görülmektedir. Buradan hareketle mesleğe yeni başlayan turist rehberlerinin sayısının fazla olduğu söylenebilir.

Ankete katılan turist rehberlerinin çalışma şekilleri incelendiğinde; 26'sının (%7,6) acentaya bağlı, 178'inin (%52,0) bağımsız, 138'inin (%40,4) hem acentaya bağlı hem bağımsız çalıştıkları görülmektedir. Dolayısıyla araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğunluğunun bağımsız çalışmayı tercih ettikleri söylenebilir.

Anketi yanıtlayan turist rehberlerinin hizmet verdikleri grup türleri incelendiğinde; 30'unun (% 8,8) yerli gruplara, 127'sini (% 37,1) yabancı gruplara, 185'inin (% 54,1) hem yerli hem yabancı gruplara hizmet verdiği tespit edilmiştir. Bu nedenle turist rehberlerinin çoğunun yabancı gruplara hizmet verdiği, hem yerli hem yabancı ziyaretçilere hizmet verdiklerinden dolayı farklı kültürlerle iletişim halinde oldukları söylenebilir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verdikleri tur türleri incelendiğinde; 249'unun (%72,8) yurtiçi, 3'ünün (%0,9) yurtdışı, 90'nın hem yurtiçi hem yurtdışı turlara rehberlik yaptığı tespit edilmiştir. Turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun yurtiçi turlara rehberlik ettiği görülmektedir. Bunun nedeni ise yurtdışı turlara rehberlik edilebilmesi için her ülkenin kendine ait kurallarının bulunması, gidilen ülkede yerel rehber tercih edilmesi ve Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerinin sayısının (24.712.266), yurtdışına çıkanlardan (2.759.186) fazla olması ile açıklanabilir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022).

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin kültürlerarası iletişimle ilgili bir eğitim alma durumları incelendiğinde 130'unun (38,0) kültürlerarası iletişim eğitimi aldığı, 212'sinin (%62,0) kültürlerarası iletişimle ilgili bir eğitim almadıkları belirlenmiştir. Kültürlerarası iletişimle ilgili herhangi bir eğitim almamış rehberlerin çoğunlukta olması, eğitim programlarında kültürlerarası iletişime yönelik bir dersin bulunmaması olarak açıklanabilir.

Çizelge 4. Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterlilik ve Memnuniyet Durumlarına İlişkin Bulgular

<b>Kültürlerarası iletişimde kendini yeterli hissetme durumu</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Nadiren	2	0,6
Bazen	8	2,3
Çoğunlukla	167	48,8
Her zaman	164	48,0
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>
<b>Hizmet vermede kendini yeterli hissetme durumu</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Bazen	17	5,0
Çoğunlukla	132	38,6
Her zaman	193	56,4
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>
<b>Mesleki memnuniyet durumu</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Hiç memnun değilim	4	1,2
Memnun değilim	10	2,9
Ne memnunum ne memnun değilim	48	14,0
Memnunum	147	43,0
Çok memnunum	133	38,9
<b>Toplam</b>	<b>342</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan turist rehberlerine iletişimde kendilerini yeterli hissetme durumları sorulmuştur. Turist rehberlerinin 2'si (0,6) kendilerini iletişimde nadiren, 8'i (2,3) bazen, 164'ü (%48,0) her zaman, 167'si (%48,8) çoğunlukla yeterli hissettiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin iletişim konusunda kendilerini yeterli hissettikleri söylenebilmektedir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin hizmet vermede kendilerini yeterli hissetme durumları sorulmuştur. Turist rehberlerinin 193'ü (%56,4) her zaman, 132'si (%38,6) çoğunlukla, 17'si (%5,0) bazen hizmet vermede yeterli hissettiklerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla turist rehberlerinin kendilerini iletişim verme konusunda yeterli hissettikleri söylenebilir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerine mesleklerinden memnun olup olmadıkları sorulmuştur. Turist rehberlerinin 147'si (%43,0) memnunum, 133'ü (%38,9) çok memnunum, 48'i (%14,0) ne memnunum ne memnun değilim, 10'u (%2,9) memnun değilim, 4'ü (%1,2) hiç memnun değilim şeklinde cevaplamıştır. Bu nedenle turist rehberlerinin mesleklerinden memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir.



Araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğu kendilerini kültürlerarası iletişim konusunda çoğunlukla, hizmet verme konusunda her zaman yeterli hissetmektedir ve mesleklerinden memnundur. Dolayısıyla mesleklerini severek ve isteyerek yapmaları, destinasyon tanıtımını mesleğin gereklerine uygun şekilde yapmaları, müşteri memnuniyetini sağlamaları anlamına gelmektedir. Böylelikle ülke ve destinasyon imajına katkı sunarken, kültür elçiliği rollerini yerine getirmektedirler.

### 4.3. Kültürlerarası İletişim Yeterliliğine İlişkin Güvenilirlik Analizi

Bir testin veya ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir şekilde ölçme derecesi güvenilirlik olarak tanımlanmaktadır (Peter, 1978, s. 6). Güvenilirlik analizinde kullanılan ölçüt Cronbach Alpha değerinin “0” ile “1” arasında değişmesidir. Cronbach alpha değeri, ,60 ile ,80 arasında olduğunda güvenilirliğin iyi, ,80 ile 1,00 arasında olduğunda güvenilirliğin yüksek olduğu kabul edilmektedir (Kozak, 2018, s. 132).

Aşağıda çizelge 5’ te kültürlerarası iletişim yeterliliği ifadelerinin her birine ait aritmetik ortalama, standart sapma ve soru silindiğinde ölçeğin alacağı güvenilirlik kat sayısı yer almaktadır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda 8 maddeden oluşan kültürlerarası iletişim yeterliliği ölçeğinin Cronbach Alpha değeri 0,66 olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla kültürlerarası iletişim yeterliliği ölçeğinin güvenilir olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 5. Kültürlerarası İletişim Yeterliliği Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

İfadeler	$\bar{x}$	S.S.	Soru Silindiğinde Cronbach’s Alpha
Tamamen farklı kültürlere ait bireylerin kişilikleri arasındaki benzerlikleri fark ederim.	3,85	,691	,675
Farklı kültürlerden insanların bana öğretecekleri pek çok değerli şey olduğunu düşünürüm.	4,59	,599	,662
Diğer kültürlere açık olan insanlarla olmayanlara göre daha rahat hissederim.	4,25	,820	,663
Diğer kültürlerden insanlarla etkileşim kurmak için fırsat ararım.	4,08	,777	,670

Kendi kültürümden olan insanlarla diğer kültürlerle olan insanlara göre daha rahat hissederim.	2,87	1,076	,602
Kendimi kendi kültürümden olan insanlara daha yakın hissederim çünkü onlarla daha iyi ilişki kurabilirim.	2,76	1,027	,601
Yakın arkadaşlarımla çoğu benim kültürümdendir.	2,93	,953	,579
Arkadaşlarımla çoğu benim kültürümdendir.	2,93	,953	,579
Genel standart sapma: 3,828 Genel aritmetik ortalama: 3,42 Cronbach's Alpha: ,664			

Ayrıca çizelge 5' e göre kültürlerarası iletişim yeterliliği ifadelerinde ortalaması en yüksek olan ifadenin (4,59) "Farklı kültürlerden insanların bana öğretecekleri pek çok değerli şey olduğunu düşünürüm." olduğu görülmektedir. Bu nedenle turist rehberleri farklı kültürlerle iletişim kurduklarında bilgi birikimlerini artıracaklarını düşünmektedir denebilir. Ortalaması en düşük (2,76) ifadeye bakıldığında ise "Kendimi kendi kültürümden olan insanlara daha yakın hissederim çünkü onlarla daha iyi ilişki kurabilirim." ifadesi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla turist rehberlerinin yalnızca kendi kültürlerinden olan bireylere değil, kendi kültürlerinden olmayan bireylere de yakın hissettikleri söylenebilmektedir.

#### 4.4. Hizmet Verme Yatkinlığına İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Aşağıdaki çizelge de hizmet verme yatkinlığı ölçeğinin her bir ifadesine ait aritmetik ortalama, standart sapma ve ilgili soru silindiğinde ölçeğin güvenilirlik katsayısının alacağı değer yer almaktadır. Güvenilirlik analizi sonucunda 6 maddeden oluşan hizmet verme yatkinlığı ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,88 olarak bulunmuştur. Hesaplanan Cronbach's Alpha değerine göre ölçeğin güvenilirliği oldukça yüksektir. Güvenilirlik analizi ile ilgili sonuçlar çizelge 6' da gösterilmiştir.

Çizelge 6. Hizmet Verme Yatkinlığı Ölçeğine İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

İfadeler	$\bar{x}$	S.S.	Cronbach's Alpha
Misafirlerimin taleplerine hızlıca cevap vermekten keyif alırım.	4,48	,671	,871

Çizelge 6- devamı

Misafirlerimi mutlu etmekten zevk duyarım.	4,65	,552	,846
Misafirlerime hizmet etmekten gerçekten keyif duyarım.	4,53	,630	,860
Misafirlerin amaçlarına ulaşmalarına yardımcı olmaya çalışırım.	4,47	,625	,859
Misafirlerin hizmet ihtiyaçları hakkında benimle konuşmalarını sağlarım.	4,50	,649	,857
Misafirlerime problem çözücü bir yaklaşım sergilerim.	4,68	,542	,861
Genel standart sapma: 2,909 Genel aritmetik ortalama: 4,55 Cronbach's Alpha: ,880			

Ayrıca turist rehberlerinin verdiği yanıtların ortalamalarına bakıldığında ortalaması en yüksek (4,68) olan ifadenin “Misafirlerime problem çözücü bir yaklaşım sergilerim.” Olduğu görülmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin misafirlerine yönelik problem çözücü bir tutum içerisinde oldukları söylenebilir. Ortalaması en düşük olan (4,48) ifade ise “Misafirlerimin taleplerine hızlıca cevap vermekten keyif alırım.” İfadesidir ancak oran en yüksek ortalamaya sahip cevaba oldukça yakındır. Dolayısıyla turist rehberleri problem çözme becerisine sahiptir ve misafirlerin ihtiyaçlarına hızlıca cevap vermekten keyif almaktadır. Bu durum turist rehberlerinin mesleği uzun yıllar icra etmeleriyle ilişkilendirilebilir. Elde edilen verilere bakıldığında 124 turist rehberinin mesleği 15 yıldan fazla süredir icra etmesi ve mesleki memnuniyetlerinin yüksek olması durumuyla açıklanabilir.

#### 4.5. T Testi Analizi ve Sonuçları

T testi bağımlı değişken sayısının en fazla iki olduğu durumlarda kullanılmaktadır (Kozak, 2018, s. 137). Bu bölümde turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliği ve hizmet verme yatkınlıkları ile cinsiyet, medeni hal, sahip oldukları ruhsatname türü ve kültürlerarası iletişim eğitimi alma durumları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için ayrı ayrı bağımsız örneklem t testi uygulanmış, sonuçlar çizelge 7 ve çizelge 8’ de görülmektedir.

**Çizelge 7. Turist Rehberlerinin Cinsiyet, Medeni Hal, Sahip Oldukları Ruhsat Türü, Kültürlerarası İletişim Eğitimi Alma Durumları ile Kültürlerarası İletişim Yeterlilikleri Bağımsız Örneklem T Testi**

<b>Kültürlerarası İletişim Yeterliliği</b>		<b>n</b>	$\bar{x}$	<b>S.S</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	92	3,42	,44448	-2454	0,15
	Erkek	250	3,57	,48569		
<b>Medeni Hal</b>	Evli	178	3,51	,44575	-660	,510
	Bekâr	164	3,55	,51246		
<b>Ruhsatname Türü</b>	Bölgesel	95	3,63	,49922	2,469	0,14
	Ülkesel	247	3,49	,46535		
<b>Kültürlerarası İletişim Eğitimi Alma Durumu</b>	Evet	130	3,54	,50041	,303	,762
	Hayır	212	3,52	,46565		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Cinsiyet ile kültürlerarası iletişim yeterliliği arasında anlamlı bir fark olmadığı incelendiğinde erkeklerin ortalamasının ( $\bar{X}=3,57$ ), kadınların ortalamasından ( $\bar{X}= 3,42$ ) fazla olduğu ve bu sonucun istatistiksel açıdan anlamlı olduğu ( $t= -2454$ ,  $p= 0,15$ ) tespit edilmiştir. Erkeklerin kültürlerarası iletişim yeterliliğinin kadınlardan fazla olduğu söylenebilir. Dolayısıyla “Turist rehberlerinin cinsiyetleri ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır” şeklindeki H2a hipotezi kabul edilmiştir. Bu durum örneklem grubunda erkeklerin sayısının kadınların sayısından fazla olması, meslek hayatında erkeklerin kadınlardan daha aktif olmasıyla açıklanabilir.

Medeni hal ile kültürlerarası iletişim yeterliliği arasında anlamlı bir fark olup olmadığı incelendiğinde medeni hali bekâr olan turist rehberlerinin ortalamasının ( $\bar{X}= 3,55$ ), evli olan turist rehberlerinin ortalamasından ( $\bar{X}= 3,51$ ) fazla olduğu ve bu farkın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı ( $t= -660$ ,  $p= ,510$ ) belirlenmiştir. Bu nedenle “Turist rehberlerinin medeni hali ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H3a hipotezi reddedilmiştir. Bu durum turist rehberlerinin medeni halleriyle kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında bir ilişki bulunmadığını ifade etmektedir.

Ruhsatname türü ile kültürlerarası iletişim yeterliliği arasında anlamlı bir farkın olup olmadığı incelendiğinde bölgesel olan turist rehberlerinin ortalamasının ( $\bar{X} = 3,63$ ), ülkesel olan turist rehberlerinin ortalamasından ( $\bar{X} = 3,49$ ) fazla olduğu tespit edilmiştir. Bölgesel ve ülkesel turist rehberlerinin ortalamaları arasındaki fark

istatistiksel açıdan anlamlıdır ( $t= 2,469$ ,  $p= 0,14$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin ruhsatname türü ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” Şeklindeki H4a hipotezi kabul edilmiştir. Bu durum ülkesel ruhsatnameye çalışan turist rehberlerinin daha fazla kültürel çeşitlilikle karşılaşmış olmalarıyla ifade edilebilir.

Kültürlerarası iletişim eğitim alma durumu ile kültürlerarası iletişim yeterliliği arasında anlamlı bir fark olup olmadığı incelendiğinde kültürlerarası iletişim eğitimi alan turist rehberlerin ortalamasının ( $\bar{X} = 3,54$ ), kültürlerarası iletişim eğitimi almayan turist rehberlerinin ortalamasından ( $\bar{X}= 3,52$ ) fazla olduğu görülmektedir. Kültürlerarası iletişim eğitimi alan turist rehberleri ile bu eğitimi almamış olan turist rehberleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $t= ,303$ ,  $p= ,762$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim eğitimi alma durumları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” Şeklindeki H5a hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim eğitimi almış olmaları değil mesleki yeterliliklerinin kültürlerarası iletişim yeterliliklerini etkilemesiyle açıklanabilir.

**Çizelge 8. Turist Rehberlerinin Cinsiyet, Medeni Hal, Sahip Oldukları Ruhsat Türü, Kültürlerarası İletişim Eğitimi Alma Durumları ile Hizmet Verme Yatkinlıkları Bağımsız Örneklem T Testi**

Hizmet Verme Yatkinlığı		n	$\bar{x}$	S.S	t	p
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	92	4,57	,52322	,576	,565
	Erkek	250	4,54	,47059		
<b>Medeni Hal</b>	Evli	178	4,50	,48599	-1,930	,054
	Bekâr	164	4,60	,47939		
<b>Ruhsatname Türü</b>	Bölgesel	95	4,59	,41655	1,073	,284
	Ülkesel	247	4,53	,50827		
<b>Kültürlerarası İletişim Eğitimi Alma Durumu</b>	Evet	130	4,56	,40698	,462	,644
	Hayır	212	4,54	,52751		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Turist rehberlerinin cinsiyetleri ve hizmet verme yatkinlıkları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı incelendiğinde kadınların ortalamasının ( $\bar{X}= 4,57$ ), erkeklerin ortalamasından ( $\bar{X}= 4,54$ ) fazla olduğu ve bu farkın anlamlı olmadığı ( $t= ,576$ ,  $p= ,565$ ) tespit edilmiştir Dolayısıyla “Turist rehberlerinin cinsiyetleri ile hizmet verme

yatkınlıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H2b hipotezi reddedilmiştir. Buradan hareketle turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlıklarının cinsiyetleriyle bir ilişkisi olmadığı söylenebilir.

Medeni hal ile hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir fark olup olmadığı incelendiğinde bekâr turist rehberlerinin ortalamasının ( $\bar{X}= 4,60$ ), evli turist rehberlerinin ortalamasından ( $\bar{X}= 4,50$ ) fazla olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen fark istatistiksel açıdan anlamlı değildir ( $t= -1,930$ ,  $p= 0,54$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin medeni hali ile hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H3b hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin evli ya da bekâr olmaları hizmet verme yatkınlıklarını etkilememektedir denilebilir.

Ruhsatname türü ile hizmet verme yatkınlığı arasında anlamlı bir fark olup olmadığı incelendiğinde bölgesel turist rehberlerinin ortalamasının ( $\bar{X}= 4,59$ ), ülkesel turist rehberlerin ortalamasından ( $\bar{X}= 4,53$ ) fazla olduğu görülmektedir. Bölgesel turist rehberleri ile ülkesel turist rehberlerinin ortalamaları arasındaki fark anlamlı değildir ( $t= 1,073$ ,  $p= ,284$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin sahip oldukları ruhsatname türü ile hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H4b hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlıkları ile ülkesel veya bölgesel ölçekte hizmet vermeleri arasında bir ilişki olmadığı söylenebilir.

Kültürlerarası iletişim eğitimi alma durumu ile hizmet verme yatkınlığı arasında anlamlı bir fark olup olmadığı incelendiğinde incelendiğinde kültürlerarası iletişim eğitimi almış olan turist rehberlerinin ortalamasının ( $\bar{X}= 4,56$ ), bu eğitimi almamış olan turist rehberlerinin ortalamasından ( $\bar{X}= 4,54$ ) fazla olduğu tespit edilmiştir. Ancak bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ( $t= ,456$ ,  $p= ,644$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim eğitimi alma durumları ile hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H5b hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuçtan hareketle turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim eğitimi almaları hizmet verme yatkınlıklarına etki etmemektedir denilebilir.

#### 4.6. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

İkiden fazla bağımsız değişkenin aritmetik ortalama değerinin birbirinden farklı olup olmadığının belirlenmesi için kullanılan bir analiz yöntemidir (Kozak, 2018, s. 138). Araştırmanın bu bölümünde ikiden fazla grubu karşılaştırmak için varyans analizi kullanılmıştır. Ankete katılan turist rehberlerinin yaşları ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını incelemek amacıyla varyans analizi uygulanmış, sonuçlar aşağıdaki çizelge 9’ da gösterilmiştir.

Çizelge 9. Turist Rehberlerinin Yaşları ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi

Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Yaş	n	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	18-25	21	3,64	,59110	1,077	,373
	26-35	108	3,56	,48170		
	36-45	102	3,50	,44689		
	46-55	71	3,49	,45534		
	56-64	33	3,48	,52303		
	65 yaş ve üzeri	7	3,82	,51467		
	Toplam	342	3,53	,47850		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 9’ a göre araştırmaya katılan turist rehberlerinin yaşları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık tespit edilmemiştir ( $F= 1,077$ ,  $p= ,373$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin yaşları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” Şeklindeki  $H_0$  hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin yaşları kültürlerarası iletişim yeterlilikleri üzerinde bir farklılık yaratmamaktadır denilebilir.

Turist rehberlerinin yaşları ile hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan varyans analizi sonuçları çizelge 10’ da verilmiştir.

**Çizelge 10. Turist Rehberlerinin Yaşları ile Hizmet Verme Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Hizmet Verme Yatkınlığı	Yaş	n	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	18-25	21	4,65	,43613		
	26-35	108	4,55	,46540		
	36-45	102	4,49	,55624		
	46-55	71	4,62	,42395		
	56-64	33	4,47	,44245		
	65 yaş ve üzeri	7	4,47	,56461		
	Toplam	342	4,55	,48476		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin yaşları ile hizmet verme yatkınlıkları incelendiğinde istatistiksel açıdan anlamlı bir fark tespit edilmemiştir (F= ,974, p= ,434). Dolayısıyla “Turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlıkları ile yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H6b hipotezi reddedilmiştir. Bu nedenle turist rehberlerinin yaşlarının hizmet verme yatkınlıkları üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmadığı görülmektedir.

Turist rehberlerinin eğitim durumları ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 11.’de gösterilmektedir.

**Çizelge 11. Turist Rehberlerinin Eğitim Durumları ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Kültürlerarası İletişim	Eğitim	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Lise	8	3,46	,49888		
	Ön Lisans	44	3,54	,46398		
	Lisans	201	3,51	,45696		
	Yüksek Lisans	70	3,53	,52920		
	Doktora	19	3,72	,53616		
	Toplam	342	3,53	,47850		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 11’ e göre araştırmaya katılan turist rehberlerinin eğitim durumları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır (F= ,889, p= ,470). Bu nedenle “Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ile eğitim durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H7a hipotezi



reddedilmiştir. Buradan hareketle eğitim durumunun turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri üzerinde bir fark oluşturmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin eğitim durumları ve hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 12’ de gösterilmektedir.

**Çizelge 12. Turist Rehberlerinin Eğitim Durumları ile Hizmet Verme Yetkinliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Hizmet Verme Yetkinliği	Eğitim	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Lise	8	4,75	37796		
	Ön Lisans	44	4,58	42300		
	Lisans	201	4,51	51131		
	Yüksek Lisans	70	4,55	47187		
	Doktora	19	4,71	38511		
	Toplam	342	4,55	48476		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 12’ de turist rehberlerinin eğitim durumları ve hizmet verme yetkinlikleri arasındaki ilişkinin incelendiği tek yönlü varyans analizi sonuçları gösterilmektedir. Buna göre turist rehberlerinin eğitim durumları ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir (F= 1,191, p= ,314). Dolayısıyla “Turist rehberlerinin hizmet verme yetkinlikleri ile eğitim durumları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H7b hipotezi reddedilmiştir.

Turist rehberlerinin ruhsatname alışı şekli ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 13’ te gösterilmektedir.

**Çizelge 13. Turist Rehberlerinin Ruhsatname Alış Şekli ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi**

Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Ruhsatname Alış Şekli	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Turist Rehberliği Ön Lisans Programı	97	3,55	,43024		
	Turist Rehberliği Lisans Programı	113	3,55	,50957		
	Turist Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı	3	3,70	,26021		

	Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans Programı	11	3,45	,54850		
	Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı	118	3,50	,48712		
	Toplam	342	3,53	,47850		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 13' e göre turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ile ruhsatname alış şekli arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ( $F=,342$ ,  $p=,850$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ile ruhsatname alış şekilleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H8a hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin ruhsatname alma şekillerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri üzerinde bir fark oluşturmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin ruhsatname alış şekli ve hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 14' te gösterilmektedir.

**Çizelge 14. Turist Rehberlerinin Ruhsatname Alış Şekli ile Hizmet Verme Yetkinliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi**

	<b>Ruhsatname Alış Şekli</b>	<b>N</b>	<b><math>\bar{x}</math></b>	<b>S.S</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<b>Hizmet Verme Yetkinliği</b>	Turist Rehberliği Ön Lisans Programı	97	4,53	,53765	1,243	,293
	Turist Rehberliği Lisans Programı	113	4,51	,48364		
	Turist Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı	3	4,22	,25459		
	Turist Rehberliği Tezsiz Yüksek Lisans Programı	11	4,77	,33560		
	Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı	118	4,58	,45068		
	Toplam	342	4,55	,48476		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 14' e göre turist rehberlerinin ruhsatname alış şekli ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $F=1,243$ ,  $p=,293$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin hizmet verme yetkinlikleri ve ruhsatname alış şekilleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H8b hipotezi reddedilmiştir.

Buradan hareketle turist rehberlerinin ruhsatname alma şekillerinin hizmet verme yetkinlikleri üzerinde bir farklılığa neden olmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin mesleki memnuniyetleri ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 15’ te gösterilmektedir.

**Çizelge 15. Turist Rehberlerinin Mesleki Memnuniyetleri ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi**

Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Mesleki Memnuniyet	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Hiç Memnun Değilim	4	3,40	,25769	,212	,932
	Memnun Değilim	10	3,58	,42512		
	Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	48	3,57	,41490		
	Memnunum	147	3,51	,40781		
	Çok Memnunum	133	3,53	,57525		
	Toplam	342	3,53	,47850		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Turist rehberlerinin mesleki memnuniyetleri ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığı incelendiğinde varyans analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin mesleki memnuniyetleri ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $F= ,212, p= ,932$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve mesleki memnuniyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H9a hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin mesleklerinden memnun olma düzeylerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri üzerinde bir farklılığa neden olmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin mesleki memnuniyetleri ve hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 16’ da gösterilmektedir.

**Çizelge 16. Turist Rehberlerinin Mesleki Memnuniyetleri ile Hizmet Verme Yetkinliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi**

Hizmet Verme Yetkinliği	Mesleki Memnuniyet	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Hiç Memnun Değilim	4	3,75	39675		
	Memnun Değilim	10	4,56	47920		
	Ne Memnunum Ne Memnun Değilim	48	4,29	47545		
	Memnunum	147	4,45	50655		
	Çok Memnunum	133	4,77	34784		
	Toplam	342	4,55	48476		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 16’ da turist rehberlerinin mesleki memnuniyetleri ile hizmet verme yetkinlikleri arasındaki farkın incelendiği tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin mesleki memnuniyetleri ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir (F= 17,124, p= ,000). Dolayısıyla “Turist rehberlerinin mesleki memnuniyetleri ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H9b hipotezi kabul edilmiştir. Bu nedenle mesleğinden memnun olan turist rehberlerinin hizmet vermeye daha yetkin olduğu söylenebilir.

Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişimde kendilerini yeterli hissetme durumları ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 17’ de gösterilmektedir.

**Çizelge 17. Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişimde Kendilerini Yeterli Hissetme Durumu ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi**

Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Kültürlerarası İletişimde Yeterli Hissetme Durumu	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Nadiren	2	3,87	,00000		
	Bazen	8	3,81	,50000		
	Çoğunlukla	167	3,49	,46263		
	Her zaman	164	3,55	,49306		
	Toplam	342	3,53	,47917		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 17’ de turist rehberlerinin kültürlerarası iletişimde yeterli hissetme durumları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasındaki farkın incelendiği tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin kendilerini kültürlerarası

iletişimde yeterli hissetme durumları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ( $F= 1,697$ ,  $p= ,167$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin kendilerini kültürlerarası iletişimde yeterli hissetme durumları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H10a hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuçtan hareketle turist rehberlerinin kendilerini kültürlerarası iletişim konusunda yeterli hissetmelerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri üzerinde bir farklılık oluşturmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişimde kendilerini yeterli hissetme durumları ve hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan varyans analizi sonuçları çizelge 18’ de gösterilmektedir.

**Çizelge 18. Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişimde Kendilerini Yeterli Hissetme Durumu ile Hizmet Verme Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi**

Hizmet Verme Yatkınlığı	Kültürlerarası İletişimde Yeterli Hissetme Durumu	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Nadiren	2	4,50	,70711	4,771	,003
Bazen	8	4,70	,39591			
Çoğunlukla	167	4,45	,49390			
Her zaman	164	4,64	,46160			
Toplam	342	4,55	,48533			

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 18’ de turist rehberlerinin kendilerini kültürlerarası iletişimde yeterli hissetme durumları ile hizmet verme yatkınlıkları arasındaki farkın incelendiği tek yönlü varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Çizelge 18’ e göre turist rehberlerinin kendilerini kültürlerarası iletişimde yeterli hissetme durumları ile hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $F= 4,771$ ,  $p= ,003$ ). Dolayısıyla “Turist rehberlerinin kendilerini kültürlerarası iletişimde yeterli hissetme durumları ile hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.” şeklindeki H10b hipotezi kabul edilmiştir. Bu nedenle kendilerini kültürlerarası iletişim konusunda yeterli hisseden turist rehberlerinin hizmet vermeye daha yatkın olduğu söylenebilir.

Turist rehberlerinin hizmet verme konusunda kendilerini yeterli hissetme durumları ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 19’ da gösterilmektedir.

**Çizelge 19. Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Konusunda Kendilerini Yeterli Hissetme Durumu ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi**

Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Hizmet Vermede Yeterli Hissetme Durumu	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Bazen	17	3,80	,47004	3,197	0,42
	Çoğunlukla	132	3,49	,46502		
	Her zaman	193	3,53	,48286		
	Toplam	342	3,53	,47850		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 19.'da turist rehberlerinin kendilerini hizmet vermede yeterli hissetme durumları ile kültürlerarası iletişim yeterliliklerinin incelendiği tek yönlü varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre turist rehberlerinin kendilerini hizmet vermede yeterli hissetme durumları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $F= 3,197, p= 0,42$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin kendilerini hizmet vermede yeterli hissetme durumları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H11a hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuçtan hareketle turist rehberlerinin hizmet vermede kendilerini yeterli hissetme durumları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında bir farkın bulunmadığı görülmektedir.

Turist rehberlerinin hizmet verme konusunda kendilerini yeterli hissetme durumları ve hizmet verme yatkınlıkları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan varyans analizi sonuçları çizelge 20' de gösterilmektedir.

**Çizelge 20. Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Konusunda Kendilerini Yeterli Hissetme Durumu ile Hizmet Verme Yatkınlıklarına İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Hizmet Verme Yatkınlığı	Hizmet Vermede Yeterli Hissetme Durumu	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Bazen	17	4,52	53436	6,234	,002
	Çoğunlukla	132	4,43	50286		
	Her zaman	193	4,62	45412		
	Toplam	342	4,55	48476		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 20' de turist rehberlerinin kendilerini hizmet vermede yeterli hissetme durumları ile hizmet verme yatkınlıkları arasındaki farkın incelendiği tek yönlü

varyans analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin kendilerini hizmet vermede yeterli hissetme durumları ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir ( $F= 6,234$ ,  $p= ,002$ ). Dolayısıyla “Turist rehberlerinin kendilerini hizmet vermede yeterli hissetme durumları ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H11b hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuçtan hareketle kendilerini hizmet vermede yeterli hissedenden turist rehberlerinin hizmet vermeye daha yetkin oldukları söylenebilir.

Turist rehberlerinin hizmet verme yılı ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 21’ de gösterilmektedir.

**Çizelge 21. Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Yılı ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Hizmet Yılı	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	1 yıldan az	13	3,56	41962		
	1-4 yıl	87	3,63	51186		
	5-9 yıl	53	3,49	49088		
	10-14 yıl	65	3,45	43739		
	15 yıldan fazla	124	3,51	46960		
Toplam	342	3,53	47850	1,686	,153	

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 21.’de turist rehberlerinin hizmet verme yılı ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasındaki farkın incelendiği tek yönlü varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre turist rehberlerinin hizmet verme yılı ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ( $F= 1,686$ ,  $p= ,153$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin hizmet verme yılları ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H12a hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin hizmet verme yıllarının kültürlerarası iletişim yeterlilikleri üzerinde bir farka neden olmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin hizmet verme yılı ve hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 22’ de gösterilmektedir.

**Çizelge 22. Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Yılı ile Hizmet Verme Yetkinliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Hizmet Verme Yetkinliği	Hizmet Yılı	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	1 yıldan az	13	4,41	61092		
	1-4 yıl	87	4,63	38998		
	5-9 yıl	53	4,49	62489		
	10-14 yıl	65	4,48	47973		
	15 yıldan fazla	124	4,56	46177		
	Toplam	342	4,55	48476		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 22’ de turist rehberlerinin hizmet verme yılları ile hizmet verme yetkinlikleri arasındaki farkın incelendiği tek yönlü varyans analizinin sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucuna göre turist rehberlerinin hizmet verme yılları ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır (F= 1,403, p= ,233). Bu nedenle “Turist rehberlerinin hizmet verme yılları ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H12b hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin sahip oldukları tecrübenin hizmet verme yetkinlikleri üzerinde bir farklılığa neden olmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin hizmet verme şekli ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 23’ te gösterilmektedir.

**Çizelge 23. Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Şekli ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Hizmet Verme Şekli	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Acentaya bağlı	26	3,54	,43023		
	Bağımsız	178	3,54	,47408		
	Her ikisi de	138	3,51	,03553		
	Toplam	342	3,53	,04213		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 23’ te turist rehberlerinin hizmet verme şekilleri ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasındaki farkın incelendiği tek yönlü varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Çizelge 23’ e göre turist rehberlerinin hizmet verme şekilleri ile kültürlerarası iletişim yeterliliği arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır (F= ,232,



$p = ,793$ ). Bu nedenle “Turist rehberlerinin hizmet verme şekilleri ile kültürlerarası iletişim yeterliliği arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H13a hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin hizmet verme şekillerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri üzerinde bir farklılığa neden olmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin hizmet verme şekli ve hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 24’ te gösterilmektedir.

**Çizelge 24. Turist Rehberlerinin Hizmet Verme Şekli ile Hizmet Verme Yetkinlikleri İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Hizmet Verme Yetkinliği	Hizmet Verme Şekli	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Acentaya bağlı	26	4,51	,48380	,221	,802
	Bağımsız	178	4,56	,49778		
	Her ikisi de	138	4,53	,47043		
	Toplam	342	4,55	,48476		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 24’ te turist rehberlerinin hizmet verme şekilleri ile hizmet verme yetkinlikleri arasındaki farkın incelendiği varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucuna göre turist rehberlerinin hizmet verme şekilleri ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $F = ,221$ ,  $p = ,802$ ). Dolayısıyla “Turist rehberlerinin hizmet verme şekilleri ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H13b hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuçtan hareketle turist rehberlerinin hizmet verme şekillerinin hizmet verme yetkinlikleri üzerinde bir farklılık oluşturmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekli ve kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 25’ te gösterilmektedir.

**Çizelge 25. Turist Rehberlerinin Coğrafi Kapsamlarına Göre Hizmet Verme Şekilleri ile Kültürlerarası İletişim Yeterliliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Coğrafi Kapsamına Göre Hizmet Verme Şekli	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Yurtiçi Turlar	249	3,55	,45258		
	Yurtdışı Turlar	3	3,41	,68845		

	Her ikisi de	90	3,48	,53982	,862	,423
	Toplam	342	3,53	,47850		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 25’ te turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekilleri ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasındaki farkın incelendiği tek yönlü varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekilleri ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir (F= ,862, p= ,423). Dolayısıyla turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekilleri ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H14a hipotezi reddedilmiştir. Bu nedenle turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekillerinin ile kültürlerarası iletişim yeterlilikleri üzerinde bir farka neden olmadığı söylenebilir.

Turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekli ve hizmet verme yatkinlikleri arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları çizelge 26’ da gösterilmektedir.

**Çizelge 26. Turist Rehberlerinin Coğrafi Kapsamlarına Göre Hizmet Verme Şekilleri ile Hizmet Verme Yatkinliklerine İlişkin Tek Yönlü Varyans analizi**

Hizmet Verme Yatkinliği	Coğrafi Kapsamına Göre Hizmet Verme Şekli	N	$\bar{x}$	S.S	F	Sig.
	Yurtiçi Turlar	249	4,55	,46062	,087	,917
	Yurtdışı Turlar	3	4,50	,50000		
	Her ikisi de	90	4,53	,55050		
	Toplam	342	4,55	,48476		

\*0,05 düzeyinde anlamlı farklılık

Çizelge 26’ da turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekilleri ile hizmet verme yatkinlikleri arasındaki farkın incelendiği tek yönlü varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucuna göre turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekilleri ile hizmet verme yatkinlikleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır (F= 0,87, p= ,917). Bu nedenle “Turist rehberlerinin coğrafi kapsamına göre hizmet verme şekilleri ile hizmet verme yatkinlikleri arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.” şeklindeki H14b hipotezi reddedilmiştir.

#### 4.7. Korelasyon Analizi ve Sonuçları

Korelasyon, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin ölçüsünü ifade etmekte ve “r” harfi ile gösterilmektedir (Alpar, 2013, s. 48). Değişkenler arasındaki ilişkinin kuvveti değerlendirilirken çizelge 27’ deki korelasyon katsayı aralıkları dikkate alınmıştır.

Çizelge 27. Korelasyon Katsayısı ve İlişki Düzeyi

Korelasyon Katsayısı (r)	İlişki Düzeyi
0,00 - 0,19	İlişki yok ya da önemsenmeyecek derecede düşük
0,20 - 0,39	Zayıf (düşük) ilişki
0,40 - 0,59	Orta düzeyde ilişki
0,60 - 0,78	Ortanın üzerinde dikkate değer bir ilişki
0,80 - 1,00	Yüksek ilişki

**Kaynak:** Reha Alpar (2013). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi uygulanmıştır. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinlikleri arasındaki ilişkiye ait korelasyon analizi bulguları çizelge 28’ de belirtilmiştir.

Çizelge 28. Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişim Yeterlilikleri ile Hizmet Verme Yetkinliklerine İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

	Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	Hizmet Verme Yetkinliği
Kültürlerarası İletişim Yeterliliği	1	302**
Hizmet Verme Yetkinliği	302**	1

\*0.01 düzeyinde anlamlı korelasyon (2- tailed).

Çizelge 28 incelendiğinde kültürlerarası iletişim yeterliliği ile hizmet verme yetkinliği arasında 0.01 düzeyinde ( $r=302^{**}$ ) anlamlı ve düşük düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Bu nedenle “Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ile hizmet verme yetkinlikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.” şeklindeki H1 hipotezi

kabul edilmiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliklerinin ve hizmet verme yatkınlıklarının birbirini düşük düzeyde etkilediği söylenebilir.



## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Turist rehberliği mesleği yapısı itibariyle çokkültürlü ortamlarda icra edilmektedir. Turist rehberleri hizmet verirken farklı kültürlerin bir arada bulunduğu bu çokkültürlü ortamlarda kültürlerarası iletişimi gerçekleştirmektedirler. Sağlıklı bir kültürlerarası iletişimin için turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliğine, kaliteli bir hizmet sunabilmeleri için de hizmet verme yatkınlığına sahip olmaları gerekmektedir. Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliğine ve hizmet verme yatkınlığına sahip olmaları hizmet kalitesinin ve ziyaretçilerin memnuniyetleri dolayısıyla tekrar ziyaret etme niyetlerinin artmasına etki edecektir. Buna ek olarak turist rehberleri bir ülkenin ve bölgenin görünen yüzü olduklarından dolayı o ülkenin ve bölgenin imajına ve ekonomisine katkı sağlayacaktır. Bu nedenle araştırmada turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliklerinin ve hizmet verme yatkınlıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Yapılan araştırmadan elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenmiş ve çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Erkek turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliği daha yüksektir. Bölgesel turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ülkesel turist rehberlerine göre daha yüksektir. Bölgesel turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri daha yüksektir.

Mesleğinden memnun olan turist rehberleri hizmet vermeye daha yatkındır. Araştırmanın bu sonucu, Saura, Contri, Taulet ve Velazquez (2005)' in, Eren, Eren, Ayas ve Hacıoğlu (2013)' nun, Teng ve Barrows (2009)' un, Kim vd. (2005)' nin, Lytle vd. (1998)' nin araştırma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Bu araştırmalarda hizmet verme yatkınlığı ve mesleki memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan hareketle mesleki memnuniyetleri yüksek olan turist rehberlerinin hizmet vermeye daha yatkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kültürlerarası iletişimde kendilerini yeterli hisseden turist rehberleri hizmet vermeye daha yatkındır. Turist rehberleri iletişim konusunda kendilerini yeterli hissettikçe hizmet vermeye daha yatkın olmaktadır. Hizmet verme konusunda kendilerini yeterli hisseden turist rehberleri hizmet vermeye daha yatkındır. Dolayısıyla turist rehberleri hizmet verme konusunda kendilerini yeterli hissettiklerinde hizmet vermeye daha yatkın oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ile hizmet verme yatkınlıkları birbirini etkilemektedir. Çokkültürlü ortamlarda hizmet veren turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterliliklerini ve hizmet verme yatkınlıklarını belirlemeyi amaçlayan araştırmanın sonuçları doğrultusunda çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

### **TUREB, Meslek Kuruluşları ve Eğitim Kurumlarına Yönelik Öneriler**

- Turist rehberliği eğitimi veren üniversite bölümlerinin ders programlarına kültürlerarası iletişim ve hizmet verme yatkınlığına yönelik derslerin eklenmesi önerilmektedir. Böylelikle turist rehberi adaylarının farklı kültürlere hizmet verme konusunda daha bilinçli ve hazırlıklı olacağı düşünülmektedir.
- Araştırma sonucunda turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim konusunda bir eğitim almadıkları görülmektedir. Turist rehberlerinin üyesi olduğu meslek odaları tarafından veya mesleğin çatı kuruluşu olan Turist Rehberleri Birliği tarafından belirli dönemlerde açılan hizmet içi eğitim seminerleri ve sertifika programlarıyla kültürlerarası iletişim ve hizmet verme yatkınlığı konusunda eğitimlerin verilmesi önerilmektedir.
- Turist rehberlerinin mesleğe kabulü için uygulanan yabancı dil seviye tespit sınavının yanı sıra turist rehberi adayına sınavına girdiği dilin kültürüne yönelik soruların sorulması ve değerlendirmede bir kıstas olması önerilmektedir. Böylelikle turist rehberi yalnızca rehberlik yapacağı dili değil o dilin konuşulduğu kültürlere de hâkim olmak için çabalayacak, kültürel farklılıklara karşı önceden bilinçlenmiş olacaktır.

## **Turist Rehberlerine Yönelik Öneriler**

- Turist rehberlerinin farklı kültürlerle iletişim kurabilmeleri için yalnızca yabancı dil bilmeleri yeterli değildir. Hizmet verdikleri yerli veya yabancı ziyaretçilerin kültürlerine de hâkim olmalıdırlar. Bu nedenle turist rehberlerinin farklı kültürlerin gelenek göreneklerini, yaşayış biçimlerini ve inançlarını bilmeleri gerekmektedir. Kültürlerarası iletişime yönelik kitaplar okumaları ve farklı kültürleri yerinde deneyimlemeleri önerilmektedir.

## **Gelecek Araştırmalara Öneriler**

- Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinlikleri mesleki memnuniyet, işten ayrılma niyeti, mesleki bağlılık gibi farklı değişkenlerle ilişkilendirilebilir.
- Yapılan araştırma nicel yöntemlerle gerçekleştirilmiştir. Gelecek araştırmalarda nitel araştırma yöntemlerinden odak grup yöntemi kullanılarak araştırma derinleştirilebilir.
- Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinliklerinin belirlenmesi için hem farklı milletten ziyaretçilere hem turist rehberlerine anket yöntemi uygulanarak karşılaştırmalı bir araştırma gerçekleştirilebilir.
- Arkeoloji, tarih, sanat tarihi, dil edebiyat gibi turist rehberliği mesleğiyle yakın ilişki içerisinde olan bölümlerinden mezun olan turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinlikleri araştırılabilir.
- Turist rehberliği yaptığı ülke dışında doğup büyümüş turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri ve hizmet verme yetkinlikleri araştırılabilir.

## KAYNAKÇA

- Abaslı, K. ve Polat, Ş. (2019). Öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık ve kültürel zekâya ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 193- 202.
- Abe, H. and Wiseman, R. L. (1983). A cross- cultural confirmation of the dimensions of intercultural effectiveness. *International Journal of Intercultural Relations*, 7, 53- 67.
- Adıyaman Kahraman H. (2016). *Uluslararası öğrencilerin kültürlerarası iletişim yeterliliği üzerine bir inceleme: Türkiye bursluları örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ahipaşaoğlu, S. (2001). *Turizmde rehberlik*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ahipaşaoğlu, S. (2006). *Turizmde rehberlik*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akay, R. (2013). Kültürlerarası iletişimde iletişimsel yetinin rolü. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8 (3), 307- 323.
- Akça, G. (2005). Moderninden postmoderne kültür ve kimlik. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Güz (15), 1- 24.
- Akçay, E. (2012). *Sözsüz iletişim işaretleri ve ergenlerde sözsüz işaret bilgisinin analizi*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akçay, H. ve Aslan, E. Ş. (2012). *Çokkültürlü ortamda ırkçılık ve farklılıklarla yaşama. Genç akademisyenlerin perspektifinden birlikte yaşama*. (1. Baskı). İstanbul: DA Yayıncılık.
- Akova, S. (2012). Balkan Savaşları' ndan günümüze Batı Balkanlar ve kültürlerarası iletişim bağlamında Türkiye ile ilişkiler. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*, 5 (9) (Balkan Özel Sayısı II), 170- 201.



- Akova, S. (2016). Kùltùrlerarası iletişim ve kùltùr farkındalığı yaratma: Yerelden kùresel belediyecilik diyaloguna, İstanbul Maltepe Belediyesi òrneklemi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (26), 416- 428.
- Aksoy, Z. (2013). *Kùltùrel zekâ ve çokkùltùrlù ortamlardaki rolù*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksoy, Z. (2016). Kùltùrlerarası iletişim eğitiminde òęrencilerin kùltùrlerarası duyarlılık gelişimi òz değerlendirmeleri ùzerine bir inceleme. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakùltesi Dergisi*, 9 (3), 34- 53.
- Aksoy, Z. (2020). Kùltùrlerarası yeni medya: Sosyal medyanın kùltùrlerarası iletişim ùzerinde algılanan etkileri. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e Dergisi*, 3 (2), 126- 144.
- Aktař, S. ve Batman, O. (2010). Efsanelerin turistik çekicilik ùzerine etkileri: Profesyonel turist rehberlerine yònelik bir araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5 (4), 367-395.
- Akyıldız, S. (2019). *Yeni medya ùzerindeki iletişim engelleri: Sakarya üniversitesi iletişim fakùltesi òrneęi*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Al- Okaily, N. S. (2021). A model for tour guide performance. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1- 25.
- Alani, F., Khan F. R. and Manuel, D. F. (2017). Need for professionalism and quality service of the tourist guides in Oman. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 4 (1), 20- 29.
- Albayrak, A. (2021). Turizmde etnomerkezcilik ùzerine sistematik literatùr çalışması. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 1 (2), 103- 118.
- Albuz, N. (2018). Profesyonel turist rehberlerinin turizm sektòrù içindeki yeri ve önemi. *Turist rehberliğine giriş içinde*, ss. 17- 48. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aliòęlu, N. (2011). İnanna' dan Leyla' ya: Kùltùrlerarası iletişim bağlamında doğum ve òlüm. N. Mora (Ed.), *Kùltùrlerarası iletişim bağlamında insana dair duygular ve ritùeller içinde*. (s. 47- 76). Ankara: Nobel Yayın.

- Alpar, R. (2013). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altubey, T. ve Yağbasan, M. (2020). Kültürlerarası çalışmalarda yöntemler, yaklaşımlar ve kuramlar üzerine genel bir değerlendirme. *Karadeniz İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10 (2), 182- 200.
- Altundağ, P. (2007). *Kültürlerarası yeterlilik ve Korece öğretimi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Anık, C. (2014). *İletişim sosyolojisi kuramsal temeller*. (1. Baskı). İstanbul: Derin Kitabevi.
- Ap, J. ve Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22, 551- 563.
- Arastaman, G. (2018). Kültürel zekâ ölçeğinin Türk akademisyenler üzerinde geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Yükseköğretim Dergisi*, 8 (1), 1- 8.
- Arat, T. ve Bulut, H. Ç. (2019). Turist memnuniyetinde turist rehberinin rolü: Konya’ da bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(1), 31-43.
- Arslantürk, Y., Altunöz, Ö. ve Çalık, A. Ö. (2013). Turist rehberliği hizmet kalitesi ölçümü: SERVQUAL yaklaşımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (27), 107- 118.
- Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016). Profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere katkısına ilişkin turist algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (1), 53- 69.
- Ata, F. (2019). Kültürlerarası iletişim kaygısı ile sosyo- kültürel adaptasyon ve yaşam doyumu arasındaki ilişki: Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 708- 735.
- Ateş Bak, E. (2020). *Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri: İstanbul örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Athoğlu, Y. (1994). Yazılı ve sözlü iletişim. *Gazi Üniversitesi Endüstri Sanayi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 247- 258.

- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm sosyolojisi: Genel ve yapısal yaklaşım*. (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın, M. (2020). Kurumlar Sosyolojisi (Değerler, Normlar ve Kurumlar). C. C. Aktan (Editör). *Kurumsal Sosyoloji Kurallar ve Kurumlar Üzerine Sosyoloji Araştırmaları* içinde. İzmir: SOBIAD Hukuk ve İktisat Araştırmaları Merkezi.
- Aydın, M. (2020). Kültür sosyolojisinin temel kavramları. K. Alver ve N. Doğan (Editörler). *Kültür sosyolojisi* içinde (s. 39- 57). Ankara: Çizgi Kitabevi.
- Ayyıldız, T., Ayyıldız Yazıcı, A. ve Altun, H. E. (2018). The impact of tourism students' personalities on their service orientations. Recent Researches on Social Sciences. Editörler: Roman Dorczak, Hasan Arslan, Rafal Musialik. (e kitap). (1. Baskı). Krakov.
- Aylan, S. (2020). Turist rehberliği meslek terminolojisi. E. Düzgün (Ed.), *Örnek olaylarla turist rehberliği* içinde. (s. 3- 14). Ankara: Detay yayıncılık.
- Babakus, E., Yavaş, U., Karatepe, O. M. and Avcı, T. (2003). The effect of management commitment to service quality on employees' affective and performance outcomes. *Journal of Academy of Marketing Science*, 31 (3), 272-286.
- Baker, W. (2011). Intercultural awareness: Modelling an understanding of cultures in intercultural communication through English as a lingua franca. *Language and Intercultural Communication*, 11 (3), 197- 214.
- Baker, W. (2012). From cultural awareness to intercultural awareness: Culture in ELT. *ELT Journal*, 66 (1), 62- 70.
- Banja, J. D. (1996). Ethics, values and world culture: The impact on rehabilitation. *Disability and Rehabilitation*, 18 (6), 279- 284.
- Barret, M. (2018). How schools can promote the intercultural competence of young people. *European Psychologist*, 23 (1), 93- 104.
- Barrick M. R., and Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: A meta analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1- 22.
- Barutçugil, İ. (2011). *Kültürlerarası farklılıkların yönetimi*. (1. Baskı). İstanbul: Kariyer Yayıncılık.

- Başaran, E. (2017). Çokkültürlülük olgusunun Kanada örneği ekseninde incelenmesi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7 (12), 237- 253.
- Başbay, A. ve Bektaş, Y. (2009). Çokkültürlülük bağlamında öğretim ortamı ve öğretmen yeterlilikleri. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 34 (152), 30- 43.
- Başoda, A. (2012). *Kişilik özelliği olarak hizmet verme yatkınlığının iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerinde bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir: Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Başoda, A. (2016). Otel çalışanlarının hizmet verme yatkınlığının iş tatmini üzerindeki etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19 41.Yıl Özel Sayısı, 75-85.
- Batman, O., Yıldırğan, R. ve Demirtaş, N. (2001). *Turizm rehberliği*. (1. Baskı). Adapazarı: Değişim Yayınları.
- Bayram Erkol, G. (2016). Turist rehberlerinin mobbinge maruz kalma durumunun demografik değişkenler kapsamında incelenmesine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (47), 1185- 1194.
- Bayram Erkol, G. (2017). Motivasyonun demografik ve mesleki özelliklere göre farklılaşması: Turist rehberleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 12 (48), 257- 271.
- Bayram, A., Demirtaş, Ö. ve Karaca, M. (2019). Beş faktör kişilik özelliklerinin insan enerjisi üzerindeki etkisi: Bir alan araştırması. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (1), 4- 22.
- Bayram Erkol, G. (2019). Turist rehberlerinde kültürel zeka, motivasyon, performans ilişkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6 (2), 43- 59.
- Bayram Erkol, G. (2021). Woman as tour guide: A sample from Turkey. *International Research Forum on Guided Tours (IRFGT- 2021)*, Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Behrnd, V. and Porzelt, S. (2012). Intercultural competence and training outcomes of students with experiences abroad. *International Journal of Intercultural Relations*, 36, 213- 223.

- Bekiroğlu, O. (2011). *Kültürlerarası iletişim bağlamında Türk basınında etnik kimliklerin sunumu: Ermenilere ilişkin haberlerin nicel ve nitel analizi*. Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bekiroğlu, O. ve Balcı, Ş. (2014). Kültürlerarası iletişim duyarlılığının izlerini aramak: “İletişim fakültesi öğrencileri örneğinde bir araştırma” *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (35), 429- 459.
- Bektaş, İ. (2019). *Profesyonel turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığının ziyaretçi memnuniyeti ve geleceğe yönelik ziyaretçi davranışı üzerine etkisi: Kapadokya örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Benet- Martinez, V. and John, O. P. (1998). Multitrait multimethod analyses of the big five in Spanish and English. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75 (3), 729- 750.
- Bennet, M. J. (1986). A developmental approach to training for intercultural sensitivity. *International Journal of Intercultural Relations*, 10, 179- 196.
- Bennet, M. J. (2001). Intercultural competence for global leadership. *Intercultural Development Research*, Revised, 2016, www. idrinstitute.org.
- Bennet, M. J. (2011). Developing intercultural competence for international faculty and staff. February 20- 23 2011 AIEA Conference Workshop. 1- 21
- Beyaz, R., Karakuş Umar, E. ve Kılıçarslan, Ş. (2020). Toplumsal cinsiyet rolleri ve tüketim kültürü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34 (4), 1311- 1331.
- Bezirgan, M., Mercan, N. ve Alamur, B. (2015). Turizm çalışanlarının kişilik özelliklerinin kültürel zekâları üzerindeki etkisi: Edremit körfezi örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 16- 29.
- Bird, A., Mendenhall, M., Stevens, M. J. and Oddou, G. (2010). Defining the content domain of intercultural competence for global leaders. *Journal of Managerial Psychology*, 25 (8), 810- 828.
- Birkök, M. C. (2017). Kültürel farkındalık. 1. Uluslararası 4. Ulusal Kültürlerarası Hemşirelik Kongresi, Şanlıurfa: Harran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi ve Kültürlerarası Hemşirelik Derneği. ss. 27- 29.

- Bhawuk, D. P. S. and Brislin, R. (1992). The measurement of intercultural sensitivity using the concepts of individualism and collectivism. *International Journal of Intercultural Relations*, (16), 413- 436.
- Bolat, O. İ. (2017). *İşletme hizmet verme yatkınlığı ve tükenmişlik ilişkisi: Çalışan hizmet verme yatkınlığı ve duygusal emeğin etkisi*. (1. Baskı). Ankara: Detay yayıncılık.
- Bolsoy, N. ve Sevil, Ü. (2006). Sağlık- hastalık ve kültür etkileşimi. *Atatürk Üniversitesi Yüksekokulu Dergisi*, 9 (3), 78- 87.
- Bozkaya, M. ve Aydın Erdem, İ. (2010). Kültürlerarası iletişim kaygısı: Anadolu Üniversitesi Erasmus öğrencileri değişim programı örneği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1 (39), 29- 42.
- Bowie, D. and Chang, J. C. (2005). Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour. *Journal of Vacation Marketing*, 11 (4), 303- 322.
- Böke, K. (2017). Örneklem. K. Böke (Editör), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri içinde* (s. 103- 149). İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Brown T. J., Mowen J. C., Donavan D. T. and Licata J. W. (2002) The customer orientation of service workers: Personality trait effects on self and superior performance ratings. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 110- 119.
- Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Cai, D. A. and Rodriguez, J. I. (1996). Adjusting to cultural differences: The intercultural adaptation model. *Intercultural Communication Studies*, 1 (2), 31- 42.
- Canatan, A. (2008). Toplumsal değerler ve yaşlılar. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 1 (1), 62- 71.
- Canatan, K. (2009). Avrupa toplumlarında çokkültürcülük: Sosyolojik bir yaklaşım. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (6), 80- 97.
- Cangil Erişkon, B. (2004). Beden dili ve kültürlerarası iletişim. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 69- 78.

- Carraher, S. M., Mendoza, J. L., Buckley, M. R., Schoenfeldt, L. F. and Carraher, C. E. (1998). Validation of an instrument to measure service- orientation. *Journal of Quality Management*, 3 (2), 211- 224.
- Carraher, S., Parnell, J. A. and Spillan, J. E. (2009). Customer service- orientation of small retail business owners in Austria, The Czech Republic, Hungary, Latvia, Slovakia, and Slovenia. *Baltic Journal of Management*, 4 (3), 251- 268.
- Ceylan, U. (2019). Turist rehberlerinin özellikleri. Ö. Köroğlu ve Ö. Güzel (Editörler). *Kavramdan uygulamaya turist rehberliği içinde*. (s. 137- 156). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Chait, H. N., Carraher, S. M. and Buckley, M. R. (2000). Measuring service orientation with biodata. *Journal of Managerial Issues*, 12 (1), 109- 120.
- Chang, T. Y., Kung, S. F. and Luh, D. B. (2012). The innovative service model: A study on tour guide service design in Taiwan by ICT application. *Academic Research International*, 2 (1), 192- 198.
- Ceyhun, S. ve Diker, O. (2016). Ankara ilinde spor- sağlık merkezi çalışanlarının kişilik özelliklerinin hizmet verme yatkınlığı üzerine etkisi. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 10 (1), 100- 110.
- Chan, A., Hsu, C. H. C. and Baum, T. (2015).The impact of tour service performance on tourist satisfaction and behavioral intentions: A study of Chinese tourist in Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32 (1-2), 18- 33.
- Chandrasekhar, S. F. (2001). Service orientation and persistence at work: A study of corporate hospital employees. *Journal of Management Research* 1(2), 79- 86.
- Chen, G. M. and Starosta, W. J. (1996). Intercultural communication competence: A synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 19(1), 353- 383.
- Chen, G. M. (1997). A review of the concept of intercultural sensitivity. Paper Presented at the *Biennial Convention of Pacific and Asian Communication Association*, January 1997, Honolulu, Hawaii.
- Chen, G. M. and Starosta, W. J. (2000). The development and validation of the intercultural sensitivity scale. *Human Communication*, 3 (1), 3- 14.

- Chen, V. H. H. (2017). Kültürel kimlik. (Çev: Kenan Çetinkaya) *Key Concepts in Intercultural Dialogue*, 22.
- Cheung, Y., Shah, S. and Muncer, S. (2002). An exploratory investigation of undergraduate students' perceptions of cultural awareness. *British Journal of Occupational Therapy*, 65 (12), 543- 550.
- Coelho, N. E. Jr. and Figueredo, L. C. (2003). Patterns of intersubjectivity in the constitution of subjectivity: Dimensions of otherness. *Culture Psychology*, 9, 193- 208.
- Coffey, A. J., Kamhawi, R., Fishwick, P. and Henderson, J. (2013). New media environments' comparative effects upon intercultural sensitivity: A five dimensional analysis. *International Journal of Intercultural Relations*, 37 (5), 605- 627.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12, 5- 29.
- Coşgun, Ş. (2004). *Kültürlerarası iletişim sürecinde kalıp düşüncelerin ve önyargıların rolü: Antalya' da yaşayan Güneydoğulular ile Antalya yerlileri arasındaki kalıp düşünceler ve önyargılar*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cran, D. J. (1994). Towards validation of the service orientation construct. *The Service Industries Journal*, 14 (1), 34- 44.
- Çakıcı, C. A. ve Özdamar, M. (2018). Turizm eğitimi alan öğrencilerin dışadönüklüklerinin otel departman tercihine etkisinde hizmet yönelimlerinin aracılık rolü. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (1), 135- 159.
- Çakır, M. (2010). Kültürlerarası iletişimin bir yönü: Özün ötekileştirilerek yabancılaştırılması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1), 75- 85.
- Çalapkulu, Ç. (2015). *Kişilerarası iletişim sürecinde romantik eşlerde iletişimötesi iletişim aktörlerinin kullanımı: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Öğrencileri Örneği*. Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



- Çalışkan, N. ve Kılıç, E. (2014). Farklı kültürlerde ve eğitimsel süreçte renklerin dili. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15 (3), 69- 85.
- Çeçen, A. (1996). *Kültür ve politika*. (2. Baskı). Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Çelik, C. ve Görpe, S. (2003). Yerel kültürlerde uluslararası halkla ilişkilerin temel kriterleri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*,17, 379-390.
- Çelik, H. (2008). Çokkültürlülük ve Türkiye’deki görünümü. *Uludağ Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 319- 332.
- Çetin, İ. (2007). Çokkültürlülük ve kimlik bağlamında Midyat ilçesi örneği. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 10 (2), 1- 13.
- Çetinavcı, R. U. (2011). Intercultural communicative competence in English (Foreign) language teaching and learning. *Mediterranean Journal of Humanities*, 1 (2), 59- 71.
- Çetinkaya, M. Y. ve Öter, Z. (2016). Role of tour guides on tourist satisfaction level in guided tours and impact on re-visiting Intention: a research in Istanbul. *European Journal of Tourism Hospitality and Recreation*, 7 (1), 40- 54.
- Çetintaş, B. (2019). *Her yönüyle iletişim ve halkla ilişkiler*. (1. Baskı). İstanbul: Hiperyayın.
- Çiçek, R. ve Doğan, İ. C. (2009). Müşteri memnuniyetinin artırılmasında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir araştırma: *Niğde ili örneği*. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11 (1), 199- 217.
- Çiloğlan, F. (2018). *The relationship between intercultural sensitivity and English language achievement*. Master of Art Thesis. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çimrin, H. (1995). *Turist rehberliğinin ABC’ si*. (1. Baskı). Antalya: Akdeniz Kitabevi.
- Çoban, M. (2017). *İş görenlerde hizmet verme yatkınlığının duygusal emek üzerindeki etkisinde duygusal zekânın rolü*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çoban, M. ve Seymen Aytemiz, O. (2019). Hizmet verme yatkınlığının duygusal emek üzerindeki etkisinde duygusal Zekânın Rolü: Kuşadası'nda beş yıldızlı otel çalışanları örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30 (1), 7- 18.
- Çolakoğlu, O. E., Efendi, E. ve Epik, F. (2017). *Tur yönetimi ve turist rehberliği*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding: Image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 783- 800.
- Deardorff, D. K. (2006). Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of Studies in International Education*, 10 (3), 241- 266.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (1997). Ülkesel profesyonel turizm rehberliği mesleğinde yeni gelişmelerin izlenebilirliği. *Türkiye' de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü Hafta sonu semineri IV* içinde (s. 211- 224). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Matbaası.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye' de turizm rehberliği eğitimi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 189- 196.
- Demir, S. ve Üstün, E. (2017). Öğretmen adaylarının, kültürlerarası duyarlılık ve etnik merkezilik düzeylerinin incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(3), 01-11.
- Demir Özbay, E. D. (2020). *Kültürlerarası iletişim aracı olarak semboller ve sarmal form*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Demirtaş, A. (2004). Sosyal sınıflandırma, kişilerarası beklentiler ve kendini doğrulayan kehanet. *İletişim: Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 33- 53.
- Dienhart, J. R., Gregoire, M. B., Downey, R. G. and Knight, P. K. (1992). Service orientation of restaurant employees. *International Journal of Hospitality Management*, 11(4), 331-346.
- Dilekçigil, B. (2020). Kültür kavramının analizi veya sosyo- kültürel gerçeğin yapısı üzerine bir inceleme. K. Alver ve N. Doğan (Editörler), *Kültür sosyolojisi* içinde. (s. 113- 127). İstanbul: Çizgi Kitabevi.

- Dinç Tetik, N. (2019). Turist rehberlerinin rolleri. Ö. Köroğlu ve Ö. Güzel (Editörler). *Kavramdan uygulamaya turist rehberliği içinde*, (s. 157- 184). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Dinçer İstanbullu, F. ve Kızılırmak, İ. (1997). Turizm rehberliğinin gelişimi ve Türkiye’deki konumu. *Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü Hafta sonu semineri IV içinde* (s. 121- 174). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Matbaası.
- Doğru, N. ve Peker, R. (2004). Öz saygı geliştirme programının lise dokuzuncu sınıf öğrencilerinin özsaygı düzeylerine etkisi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17 (2), 315- 328.
- Donavan, D.T., Brown, T.J. and Mowen, J. C. (2004) Internal benefits of serviceworker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Marketing*, 68, 128–146.
- Dökmen, Ü. (2005). *İletişim çatışmaları ve empati*. (31. Baskı). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Duran, E. (2011). Turizm, kültür ve kimlik ilişkisi; turizmde toplumsal ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (19), 291- 313.
- Dursun, İ. T. (2013). Örgüt kültürü ve strateji ilişkisi: Hofstede’ nin boyutları açısından bir değerlendirme. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1 (4), 43- 56.
- Duyan, V., Gülden, Ç. ve Gelbal, S. (2012). Özdenetim ölçeği güvenilirlik ve geçerlik çalışması. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, 23 (1), 19- 30.
- Düzgün, E. (2020). Turist rehberliği mesleğine genel bakış. E. Düzgün (Ed.), *Örnek olaylarla turist rehberliği içinde*, (s. 19- 34). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Eagleton, T. (2019). *Kültür*. (1. Baskı). Can Sanat Yayınları.
- Eğimli Temel, A. (2011). Kültürlerarası yeterliliğin kazanılmasında kültürel farklılık eğitimlerinin önemi. *Öneri Dergisi*, 9 (35), 215- 227.
- Eğimli Temel, A. ve Yalçın, M. (2016). Kültürlerarası yeterliliğin gelişmesi ve kültürlerarası uyum. *Global Media Journal TR Edition*, 7 (13), 6- 27.

- Eğinli Temel, A. ve Taş Özmelek, N. (2018). Global bir anlayış yaratmanın yolu: Kültürlerarası empati. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (57), 714-727.
- Ekinci, D. K. (2016). Kültürlerarası iletişimin eğitim sürecine etkisine yönelik ampirik bir araştırma. *International Journal of Human Sciences*, 13 (1), 1177- 1187.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: Kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15 (2006), 51- 59.
- Emre, C. (2002). Kültürel değerler ahlak ve Türkiye’ de kamu yönetimi. (Çev: Bülent Duru). *Mülkiye Dergisi*, 26 (236), 15- 32.
- Ercan, M. ve Özer, Ö. (2020). Kültürlerarası iletişim: Eskişehir’de yaşayan altkültür gruplarından biri olan Arnavutların, hâkim kültürle iletişimi bağlamında incelenmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10 (1), 169- 201.
- Erdoğan, M. ve Vatandaş, C. (2020). Bireysel ve toplumsal dışlanma pratiği: Önyargı ve ayrımcılık. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1), 474- 485.
- Eren, D. (2007). *Örgütsel hizmet odaklılığın işletme performansı üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerinde bir uygulama*. Doktora Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eren, S. (2007). Toplumsal norm, ahlak ve din. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 289- 316).
- Eren, S. S., Eren, M. Ş., Ayas, N. and Hacıoğlu, G. (2013). Effect of service orientation on financial performance: The mediating role of job satisfaction and customer satisfaction. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99 (2013), 665- 672.
- Eren, S. S., Ayas, N., Eren, M. Ş. ve Akyüz, B. (2015). Hizmet odaklılığın çalışan tutum ve davranışları üzerindeki etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29 (2), 393- 406.
- Eren, S. ve Ayas, N. (2015). Hizmet odaklılığın çalışanların tutum ve davranışlarına ve örgütün performansına etkileri: Hizmet sektöründe bir alan araştırması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20 (3), 73- 98.

- Eren, D. ve Demirel, N. (2017). Nevşehir Bölgesi'ndeki turist rehberlerinin hizmet verme yatkınlığı düzeylerinin ölçülmesi. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 2 (1), 5- 22.
- Erkuş, A. ve Günlü, E. (2009). İletişim tarzının ve sözlü iletişim düzeyinin çalışanların iş performansına etkisi: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1), 7- 24.
- Ersöz, E. (2020). *Dispositions of efl prep class studensts towards intercultural communicative competence*. Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Ertürk, M. (2011). *Türkiye'deki otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir alan araştırması*. Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Fantini, A. (2007). Exploring and assessing intercultural competence. Final report of a research project conducted by the Federation of The Experiment in International Living with funding support from the Center for Social Development at Washington University in St. Louis.
- Frimpong, K. (2014). Service orientation in delivery: Perspectives from employees, customers and managers. *Services Marketing Quarterly*, 35, 54- 67.
- Gabbott, M. ve Hogg, G. (2001). The role of non- verbal communication in service encounters: A conceptual framework. *Journal of Marketing Management*, 17 (1-2), 5- 26.
- Geva, A. and Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18, 177- 185.
- Gezgin, S. ve İralı A. E. (2017). Modern ortamda kültürel kimliğin sayısal yansımaları. S. Gezgin ve T. Akdal (Editörler), *İletişim ve kültür içinde* (s. 49- 64). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Gonzalez, J. V. and Garazo, T. G. (2006). Structural relationships between organizational service orientation, contact employee job satisfaction and citizenship behaviour. *International Journal of Service Industry Management*, 17 (1), 23- 50.
- Göçer, A. (2012). Dil-kültür ilişkisi ve etkileşimi üzerine. <https://tdk.gov.tr/wp-content/uploads/2012/11/14.pdf>tdk, 50-57.

- Gökalp, Z. (1979). *Türkçülüğün Esasları*. (1. Baskı). Kültür Bakanlığı Ziya Gökalp yayınları: 7, 1. Seri. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Gökmen, M. E. (2005). Yabancı dil öğretiminde kültürlerarası iletişimsel edinç. *Dil Dergisi*, (128), 69- 78.
- Görgün, M. (2018). Uluslararası göç, kültürlerarası iletişim ve sinema: Aynı otobüsün insanları. *Mukaddime Dergisi*, 9 (3), 115- 128.
- Görkemli, H. N. (2019). *Yükseköğretimde uluslararasılaşma ve kültürlerarası iletişim*. (1. Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gözen, E. (2020). Duygusal emek ve hizmet vermeye yatkınlık durumu arasındaki ilişki: Konaklama sektörü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (4), 3795- 3812.
- Gözgenç, G. S. (2019). Kültürlerarası iletişimsel yeterliliğin ders kitaplarından edinimi: “Speakout” ders kitabındaki okuma aktivitelerinin kültürlerarası iletişimsel yeterlilik unsurları açısından analizi. *Uluslararası Eğitim Spektrumu Dergisi*, 1 (1), 12- 24.
- Gudykunst, W. B. (1985). A model of uncertainty reduction in intercultural encounters. *Journal of Language and Social Psychology*, 4 (2), 79- 98.
- Günenç, E. (2014). *NLP (Nöro Linguistik Programlama) eğitiminin sağlık yöneticilerinin iletişim tarzı sözsüz iletişim düzeyi ve kişiler arası iletişim süreçleri üzerindeki etkileri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güneş, G. (2018). *Implementation of intercultural communicative competence (ICC): Perceptions of learners and their teacher in an efl classroom*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Güneş, G. ve Mede, E. (2019). Integration of intercultural communicative competence (ICC) in an EFL course: Perceptions of students and teachers. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20 (2), 352- 363.
- Gürsoy, H. ve Karaman, S. (2019). Profesyonel turist rehberlerinin kişisel gelişimi ve mesleki donanımı üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(2), 88- 103.

- Güven, M. S. (2015). Kültürlerarası iletişim engelleri: 1991' den günümüze Türkiye-Ermenistan ilişkileri örneği. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3 (4), 105- 111.
- Güvenç, B. (2018). *İnsan ve kültür*. (6. Baskı). Boyut Yayınları.
- Güvenç, B. (2019). *Kültürün abc'si*. (9. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.
- Hajek, C. and Giles, H. (2003). New directions in intercultural communication competence: The process model. J. O. Greene and B. R. Burleson (Editörler), in *Handbook of communication and social interaction skills*. (s. 935- 957). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Haldan, A. ve Pekbak, S. (2019). Kültürlerarası iletişimsel yetinin yabancı dil öğrenimindeki yeri. *Turkish Academic Research Review*, 4 (2), 259- 266.
- Hall, E. T. (1959). *The silent language*. New York: Doubleday& Company.
- Hall, E. T. ve Hall, M. R. (1990). *Understanding cultural differences*. Yarmouth ME: Intercultural Press.
- Hammer, M. R., Gudykunst W. B. and Wiseman, R. L. (1978). Dimensions of intercultural effectiveness: An exploratory study. *International Journal of Intercultural Relations*, 2 (4), 382- 393.
- Hammer, M. R., Bennet, M. J. and Wiseman, R. (2003). Measuring intercultural sensitivity: The intercultural development inventory. *International Journal of Intercultural Relations*, 27, 421- 443.
- Hemedoğlu, E. (2012). Metro hizmetlerinde hizmet kalitesini ölçme: Algılanan hizmet kalitesi ve beklenen hizmet kalitesi üzerine bir karşılaştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 23 (72), 25- 47.
- Hills, M. D. (2002). Kluckhohn and Strodtbeck's values orientation. *Online Readings in Psychology and Culture*, 4(4), 1- 14.
- Hiroe, T. (2010). Competence model and elements required for tour guides. *Kyushu Communication Studies*, 8, 21- 39.
- Hofstede, G. and Bond, M. H. (1984). Hofstede's culture dimensions. *Journal of Cross- cultural Psychology*, 15 (4), 417- 433.

- Hofstede, G. and Soeters, J. (2002). Consensus societies with their own character: National cultures in Japan and the Netherlands. *Comparative Sociology*, 1 (1), 1- 16.
- Hofstede, G. J., Pedersen, P. B. and Hofstede, G. (2002). *Exploring culture: Exercises, stories and synthetic cultures*. USA: Nicholas Brealey Publishing.
- Hofstede, G. and Mc Crae, C. (2004). Personality and culture revisited: Linking traits and dimensions of culture. *Cross- Cultural Research*, 38 (52), 52- 88.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J. and Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations*. (3. Baskı). Mc Graw Hill.
- Hogan, J., Hogan, R. and Busch, C. M. (1984). How to measure service orientation. *Journal of Applied Psychology*, 69(1), 167- 173.
- Holloway, J. C. (1981). The guided tour: A sociological approach. *Annals of Tourism Research*, 8 (3), 377- 402.
- Howard, J., Thwaites, R., Smith, B. (2001). Investigating the roles of the indigenous tour guide. *The Journal of Tourism Studies*, 12 (2), 32- 39.
- Huang, R. and Wang, W. (2007). An investigation of the intercultural competence of tour guides in Great Britain. *Acta Turistica*, 19 (2), 101- 228.
- Işık, Ş. (2012). Kültürlerarası iletişim bağlamında Cumhuriyet Üniversitesi'ndeki gençlerin Almanlara yönelik kalıp yargıları. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 36 (2), 159- 191.
- Işık, C. (2013). Kültür sosyolojisi: Toplumsal anlamada bir zorunluluk. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 152, 169.
- Işıklar, G. (2017). İletişim teknolojilerindeki değişimin kültürel yansımaları. S. Gezgin ve T. Akdal (Editörler), *İletişim ve kültür içinde* (s. 165- 180). Konya: Eğitim Yayınevi.
- İğüs, E. (2015). Kültürlerarasılık, 19. Yüzyılda Londra' da basılan Osmanlı albümleri. *Akdeniz Uygarlıkları Araştırmaları Dergisi (CEDRUS)*, 3, 365- 378.
- İlbuğa Uçar E. (2010). Çokkültürlülük, ulus- ötesilik ve kültürlerarası iletişim yeterliliği. *Çankaya University Journal of Humanities and Social Sciences*, 7 (1), 163- 180.



- İrigüler, F. ve Güler, M. E. (2015). Türkiye’de profesyonel turist rehberlerinin gastronomi turizmine bakışı. 1. Uluslararası Gastronomi Kongresi. 10- 12 Aralık 2015 İzmir, ss. 43- 57.
- İslamoğlu, A. H. (2010). *Turizm pazarlaması*. (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- İslamoğlu, A. H. ve Alınçık, Ü. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. (4. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- İşler, E. (2010). Mitler ve kültürlerarası iletişim. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5, 17- 22.
- Jung, H. S. and Yoon, H. H. (2013). The effects of organizational service orientation on person organization fit and turnover intent. *The Service Industries Journal*, 33 (1), 7- 29.
- Kabakuşak, D. (2018). Kültürel çeşitliliğin yönetim modelleri üzerine bir inceleme: İltica ve göç ulusal eylem planı. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 21 (1), 102- 130.
- Kalkan, G. ve Tüfekçi, Ö. K. (2020). Turizm sektöründe hizmet verme yatkınlığı ve kişilik ilişkisi. *Journal of Applied Tourism Research*, 1(2), 133-150.
- Kara Şentürk, E. ve Tunçbilek, M. A. A. (2018). Kültürlerarası iletişim bağlamında yabancı dil olarak Türkçe öğrenenlerin Türkçeye ve Türk kültürüne bakışı. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3 (1), 37- 52.
- Karamustafa, K. ve Çeşmeci, N. (2006). Paket tur operasyonunda turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunlar üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 70- 86.
- Kartarı, A. (2014). *Kültür farklılık ve iletişim kültürlerarası iletişimin kavramsal dayanakları*. (1. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kaya, B. (2013). *Barış Eğitimi Programı’nın kültürlerarası yeterlilik ve çatışma çözme stratejilerine etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaygısız Çullu, N. (2016). *Otel işletmelerinde içsel pazarlama uygulamalarının işgörenlerin hizmet verme yatkınlığı ve olumlu sosyal davranışları üzerine*

*etkisi: Nevşehir örneği.* Doktora Tezi. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaygısız Çullu, N. (2017). Otel işletmelerinde içsel pazarlama uygulamalarının iş görenlerin hizmet verme yatkınlığı ve olumlu sosyal davranışları üzerine etkisi: Nevşehir örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (3), 74- 87.

Kılıçlar, A. ve Çevrimkaya, M. (2019). Turist rehberinin performanslarının turist memnuniyetine etkileri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 136- 145.

Kim, H. J. (2011) Service orientation, service quality, customer satisfaction and customer loyalty: Testing a structural model. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20 (6), 619- 637.

Kim, W. G., Leong, J. K. and Lee, Y. K. (2005). Effect of service orientation on jobsatisfaction, organizational commitment, and intention of leaving in a casual dining chain restaurant. *Hospitality Management*, 24, 171- 193.

Kroeber, A. L. and Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Massachusetts: The Museum.

Koban, E. ve İşcioğlu Eker T. (2019). *Turizm pazarlaması (Rekabet yaklaşımıyla)*. (1. Baskı). Bursa: Ekin Yayınevi.

Kozak Akoğlan, M. ve Yetgin, D. (2013). Profesyonel turist rehberlerinin (ptr) yetkinliklerinin mesleki yeterlilikler çerçevesinde değerlendirilmesi. 14. *Ulusal Turizm Kongresi*, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir, 5-8 Aralık: 408-428.

Kozak, N. (2019). *Turizm pazarlaması*. (8. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Köroğlu Çetin, Z. (2016). Kültürlerarası iletişimsel yeterliliğin ders kitabına entegrasyonu üzerine bir araştırma; dil okutmanların bakış açıları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24 (2), 619- 632.

Köse, İ. (2019). *Sınıf öğretmenlerinin yabancı uyruklu öğrencilere yönelik tutumları ile kültürlerarası duyarlılık düzeyleri arasındaki ilişki*. Yüksek Lisans Tezi. Malatya: İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

- Köşker, G. (2020). Yabancı dil öğretiminde kültürlerarası iletişimin temel kavramları konusunda öğrenci görüşleri. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2020; 10(1): 237-272.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Kuşlivan, S. ve Eren, D. (2008). Örgütsel hizmet odaklılığın işletme performansı üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerinde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19 (2), 177- 193.
- Kuşlivan, S. ve Eren, D. (2011). İşgörenlerin kişilik özelliği olarak hizmet verme yatkınlığı ve ölçümü: Bir literatür taraması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (2), 139- 153.
- Küçükaydın Alkış, M., Arslan, R. ve Sağır Uluçınar, Ş. (2014). Çokkültürlülüğün medya, edebiyat, oyun ve müziğe yansımaları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (34), 583- 593.
- Kymlicka, W. (2012). Çokkültürlülük: Başarı, başarısızlık ve gelecek. (Çev. Fatih Öztürk). *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 70 (2), 297- 332.
- Lashley, C. (1999). Employee empowerment in services: A framework for analysis. *Personnel Review*, 28 (3), 169- 191.
- Leclerc, D. and Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28, 181- 200.
- Lee, Y. K., Park, D. H. and Yoo, D. K. (1999). The structural relationships between service orientation, mediators and business performance in Korean hotel firms. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 4 (1), 59- 70.
- Lee-Ross, D. (2000). Development of the Service Predisposition Instrument. *Journal of Managerial Psychology*, 15(2), 148-157.
- Lehto, A. (2013). *Exploring organizational service orientation: A preliminary Analysis in the retail industry*. Master's Thesis. Espoo: Aalto University.
- Lie, R. (2017). Kültürlerarası iletişim mekanları. S. Gezgin, T. Akdal (Editörler), *İletişim ve kültür içinde* (Çev. E. Karakoç) (s. 11- 48). Konya: Eğitim Yayınevi.

- Li- fang, Z. (2006). Thinking styles and the big five personality traits revisited. *Personality and Individual Differences*, 40, 1177- 1187. (Çev. A. Esra Arslan, Esra Akkaya) *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27 (27), 39- 51.
- Lin, Y. H., Ting, Y. S., Hsu, Y. L., Wu, C. C. (2014). Tourists' perceptions of tour guides in visiting Taiwan. *International Journal of Organizational Innovation*, 6 (4), 192- 202.
- Lytle, R. S., Hom, P.W. and Mokwa, M. P. (1998). SERV\*OR: A managerial measure of organizational service orientation. *Journal of Retailing*, 74 (4), 455-489.
- Maden, S. (2010). Türkçe öğretmeni adaylarının sözlü iletişim becerileri üzerine bir araştırma. *EKEV Akademi Dergisi*, 14 (44), 145- 154.
- Markus, H. R. and Kitayama, S. (1998). The cultural psychology of personality. *Journal of Cross- Cultural Psychology*, 29, s. 63- 87.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. (Çev: O. Akınhay ve D. Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Matveev, A. V. and Nelon, P. E. (2004). Cross- cultural communication competence and multicultural team performance. *International Journal of Cross Cultural Management*, 4 (2), 253- 270.
- McBride, A. A., Mendoza, J. L. and Carraher, S. M. (1997). Development of a biodata index to measure service orientation. *Psychological Reports*, 81, 1395- 1407.
- Midilli, Ö. (2011). *Hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin pazarlamaya etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.
- Modood, T. (2014). *Çokkültürcülük: Bir yurttaşlık tasarımı*. (Çev: İ. Yılmaz). Ankara: Phoenix.
- Oğuz Yaktıl, G. (2002). Kültürlerarası iletişimde engeller; bir örnek çözümleme: Savulun Battal Gazi geliyor. *Kurgu Dergisi*, 19, 25- 33.
- Oskay, Ü. (2011). *İletişimin ABC'si*. (6. Baskı). İstanbul: Der Yayınları.
- Oksaar, E. (2008). *Kültürlerarası iletişim bağlamında kültür kuramı*. (1. Baskı). (Çev: A. Selçuk). İstanbul: Çizgi Kitabevi.

- Olcaý, A., Bozgeyik, Y., Akköz, H. ve Sürme, M. (2015). Profesyonel turist rehberlerinin performanslarının yerli turistler tarafından değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7 (2), 349- 374.
- Olson, C. and Kroeger, K. (2001). Global competency and intercultural sensitivity. *Journal of Studies in International Education*, 5 (2), 116- 137.
- Oyur, E. (2019). *ok kültürlü kişilik- kimlik ve kültürlerarası iletişim*. (1. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- ğt, N. (2017). *Kültürlerarası duyarlılık düzeyi ile etnikmerkezcilik, yaşam doyumu ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ğt, N (2018). *Kültürlerarası iletişim ve duyarlılık*. (1. Baskı). Konya: Literatürk Academia.
- keli, H. (2014). *Kültürlerarası iletişim bağlamında bir alt kültür grubu olan Çerkeslerin hâkim kültürle iletişimi*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- nl, M. ve Saran, M. (2019). Akademik bir disiplin olarak kültürlerarası iletişim ve kuramsal temelleri. S. Bitirim Okmeydan ve M. Saran (Editörler), *Kültürlerarası iletişim: İletişim odaklı güncel yaklaşımlar içinde* (s. 15- 54). Konya: Eğitim Yayınevi.
- zdemir, İ. (2011). Kültürlerarası iletişimin nemi. *Folklor/ Edebiyat Dergisi*, 17 (66), 29- 38.
- Özensel, E. (2012). Çokkültürlülük uygulaması olarak Kanada okkltrllğ. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7 (1), 55- 70.
- Özgüven, N. (2008). Hizmet pazarlamasında müşteri memnuniyeti ve ulaştırma sektörü üzerinde bir uygulama. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8 (2), 651- 682.
- zgzel, S. (2013). Batı Avrupa'da çok kültürlü toplum olgusu ve kültürlerarası iletişimin önemi çok dillilik, çok kültürlülük ve dünya bireyi olmak. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (4), 143- 152.

- Özkan, Ç., Günay Yumuk, G. ve Demiralay, T. (2020). Kişilik özellikleri, hizmet verme yetkinlikleri ve sosyal kaytarma davranışları arasındaki ilişkiler: Trakya Bölgesi konaklama işletmeleri üzerinde bir araştırma. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E- Dergi*, 9 (2), 165- 184.
- Öztürk, S. A. (2006). Hizmet reklamlarında kuramsal yaklaşımlar ve uygulama farklılıkları: Türkiye’ de hizmet reklamlarına ilişkin bir içerik analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (2), 101- 120.
- Parekh, B. (2002). *Çokkültürlülüğü yeniden düşünmek*. (Çev: B. Tanrıseven). İstanbul: Phoenix Yayınları.
- Peng, R. Z. and Wu, W. P. (2016). Measuring intercultural contact and its effects on intercultural competence: A structural equation modeling approach. *International Journal of Intercultural Relations*, 53, 16- 27.
- Pilch, J. J. (2002). Interpreting the Bible with the value orientations model: History and prospects. *Biblical Theology Bulletin: A Journal of Bible and Theology*, 32(2), 92-99.
- Portalla, T. and Chen, G. M. (2010). The development and validation of the intercultural effectiveness scale. *Intercultural Communication Studies*, 19 (3), 21- 37.
- Rabotic, B. (2011). American tourists’ perceptions of tour guides in Belgrade. *UTMS Journal of Economics*, 2 (2), 151- 161.
- Ramamorthy, C. V. (2000). A study of the service industry- functions features and control. *Ieice Trans Commun*, E83- B (5), 885- 902.
- Rengi, Ö. ve Polat, S. (2014). Sınıf öğretmenlerinin kültürel farklılık algıları ve kültürlerarası duyarlılıkları. *Journal of World of Turks (Zeitschrift für die Welt der Türken)*, 6 (3), 135- 156.
- Rızaoğlu, B. (2016). *Turizm pazarlaması*. (6. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Riemer, M. J. and Jansen, D. E. (2003). Non-verbal intercultural communication awareness for the modern engineer. *World Transactions on Engineering and Technology Education*, 2 (3), 373- 378.

- Rozaimie, A., Shuib, A., Ali, A. J., Oii, B. and Siang, C. (2011). Multicultural awareness for better ways of life: A scale validation among Malaysian undergraduate students. In *International conference on Business and Economic Research*, Kuching Sarawak: Malaysia.
- Ruben, B. D. (1976). Assessing communication competency for intercultural adaptation. *Group & Organisation Studies*, 1 (3), 334- 354.
- Ruben, B. D. and Kealey, D. J. (1979). Behavioral assessment of communication competency and the prediction of cross- cultural adaptation. *International Journal of Intercultural Relations*, 3, 15- 47.
- Sarı, E. (2004). Kùltùrlerarası iletişim: Temeller, gelişmeler, yaklaşımlar. *Folklor/ Edebiyat Dergisi*, (39), 1- 31.
- Sarı, E. (2009). Mardin' de kùltùrlerarası iletişim ve kùltùrel kimliğin/ farkın inşası. *Alternatif Politika Dergisi*, 1 (2), 227- 259.
- Sarıtaş, E. ve şahin, Ü. (2018). Hayat bilgisi ders kitaplarında toplumsal cinsiyet rolleri üzerine bir inceleme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakùltesi Dergisi*, 48, 463- 477.
- Saura, I. G., Contri, G. B., Taulet, A. C. and Velazquez, B. M. (2005). Relationships among customer orientation, service orientation and job satisfaction in financial services. *International Journal of Service Industry Management*, 16 (5), 497-525.
- Sawyer, R. and Chen, G. M. (2012). The impact of social media on intercultural adaptation. *Intercultural Communication Studies*, 21 (2), 151- 169.
- Saxe, R. and Weitz, B. A. (1982) The SOCO scale: A measure of the customer orientation of salespeople. *Journal of Marketing Research*, 19 (3), 343-351.
- Schmidt, C. J. (1979). The guided tour: Insulting adventure. *Journal of Contemporary Ethnography*, 7 (4), 441- 467.
- Schneider B, Parkington, J. J. and Buxton V. M. (1980) Employee and customer perceptions of service in banks. *Administrative Science Quarterly*, 25, 252-267.
- Swartz, D. (2011). *Kùltùr ve iktidar: Pierre Bourdieu' nün sosyolojisi*. (1. Baskı). (Çev: E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Serçoğlu, N. (2013). Konaklama işletmelerinde çalışan işğörenlerin kişilik özelliklerinin hizmet verme yatkınlığı üzerindeki etkisi. *Journal of Yaşar University*, 8 (31), 5253- 5273.
- Serçoğlu, N. and Selçuk, G. N. (2016). Konaklama işletmelerinde çalışan personelin işkoliklik eğilimleri ile hizmet odaklılık ilişkisi: Tra1 Bölgesinde bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 3 (1), 39- 55.
- Sert, A. N. ve Şalvarcı, S. (2020). Profesyonel turist rehberlerinin kültürel yetkinliğinin değerlendirilmesi üzerine bir çalışma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13 (71), 981- 988.
- Sevimli, S. (2006). *Hizmet sektöründe kalite ve hizmet kalitesi ölçümü üzerine bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Seymen, O., Bolat, T., Bolat O. İ. ve Kinter, O. (2017). Turizm sektöründe çalışma koşulları algısı, hizmet verme yatkınlığı ve mesleki yabancılaşma ilişkisi: Turizm eğitimi alan öğrenciler açısından bir değerlendirme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (3), 401- 430.
- Shuib, A., Rozaimie, A., Sahari, S. H. and Ali, A. J. (2012). Toward harmonious urban communities from the inside out: Validating a multicultural awareness scale. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 36, 732- 741.
- Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2002). Beş faktör kişilik envanterinin geliştirilmesi- I: Ölçek ve alt ölçeklerin oluşturulması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 17 (49), 21- 33.
- Spinks, N. and Wells, B. (1997). Intercultural communication: A key element in global strategies. *Career Development International* 2 (6), 287- 292.
- Spitzberg, B. H. and Hecht, M. L. (1984). A component model of relational competence. *Human Communication Research*, 10 (4), 575- 599.
- Spitzberg, B. H. (1997). A model of intercultural communication competence. L. A. Samovar and R. E. Porter (Editörler), in *Intercultural communication a reader*. (s. 379- 391). Wadsworth Publishing Company.
- Sucu, İ. (2020). Reklam uygulamalarında kültürlerarası iletişim ve kıyafet kullanımlarının etkisi. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1), 392- 404.



- Şahin, S. (2012). *Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri: Alman, İngiliz ve Rus turistlerin algılamaları*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.
- Şahin, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Turist rehberlerinin iletişim yeterlilikleri: Turistlerin görüşlerinin CHAID analizi ile değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (29), 303- 327.
- Şahin, S. (2018). Turist rehberlerinin yetkinlikleri. S. Eser, S. Şahin ve A. C. Çakıcı (Editörler). *Turist rehberliği içinde* (s. 47- 74). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şahin, S. (2019). Turist rehberliğine kadının yeri ve sorumlulukları. A. Vatan (Editör). *Turizmde kadın olmak içinde* (s. 177- 190). Sakarya: Değişim Yayınları.
- Şahin, B., Kaya, S., Cesur, S., Özkul, E. ve Uca, S. (2021). Profesyonel turist rehberlerinin kaçak rehberlik faaliyetlerini algılamalarına yönelik bir araştırma. *Troyacademy*, 6 (1), 232- 248.
- Şen, G. (2019). *Kültürel zekâ ve kültürel adaptasyonun akademik performans üzerine etkisi: Üniversitelerdeki yabancı uyruklu öğrencilerle yapılan bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şimşek, S. (2018). *İletişimden iletişime*. (1. Baskı). Konya: Literatürk Academia.
- Tanrısever, C. (2019). Turist rehberliği mesleğinin tarihçesi. Ö. Köroğlu ve Ö. Güzel (Editörler). *Kavramdan uygulamaya turist rehberliği içinde*. (s. 53- 74). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Tanrıverdi, G. (2017). Hemşirelerde kültürel yeterliliği geliştirmeye yönelik yaklaşım ve öneriler. *Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, 25 (3), 227- 236.
- Taylor, S. N. and Bright, D. S. (2011). Open mindedness and defensiveness in multi source feedback process: A conceptual framework. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 47 (4), 432- 460.
- Tekin, Ö. A. and Kalkan, G. (2017). The relationship between service orientation and five factor personality traits: A study on hotel employees. *Journal of Yaşar University*, 12 (48), 272- 283.
- Tezcan, M. (2016). *Sosyolojiye giriş*. (9. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.

- Toker, A. (2011). *Kültür turizminin sürdürülebilirliğinde profesyonel turist rehberlerinin rolü: Ankara örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tolga, Ö. ve Atay, L. (2016). Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alan ziyaretçilerinin profesyonel turist rehberlerinden memnuniyetleri. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 572- 591.
- Tomlinson, J. (2012). Cultural globalization. *The Willey- Blackwell Encyclopedia of Globalization*. (First Published).
- Töret Büyükokutan, A. (2017). Azerbaycan manilerinin toplumsal değerleri ve normları öğretme işlevi. *Türkbilig Dergisi*, (33), 161- 170.
- Tsaur, S. H., Chang, K. M. and Tu, J. H. (2019a). Exploring tour leaders' cultural competence. *In International Academic Multidisciplinary Research Conference in Japan 2019*, (ss. 575-592).
- Tuna, K. (2020). Dil ve kimlik. K. Alver ve N. Doğan (Editörler). *Kültür sosyolojisi içinde* (s. 191- 201). Ankara: Çizgi Kitabevi.
- Tunçer Kelahmetoğlu, F. (2019). *İngilizce hazırlık programının kültürlerarası iletişim yeterlilikleri açısından değerlendirilmesi: TED Üniversitesi örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture*. London: John Murry, Albemarle Street.
- Ulama, Ş. (2018). Turizm ve iletişim. S. Şengül, Ş. Ulama ve O. Türkay (Editörler). *Turizm iletişimi içinde* (s. 1- 32). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ulusoy Nalcıoğlu, B. (2017). Kültürleme ve medyanın rolü. S. Gezgin ve T. Akdal (Editörler), *İletişim ve kültür içinde* (s. 65- 74). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Ulusoy Ökeli, H. (2017). Kültürlerarasılık, çokkültürlülük ve etnisite: Eskişehir' deki Çerkeslerin kültürlerarası iletişim pratikleri. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 27, 165- 181.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Usullu, Ö. (2019). *Turist rehberlerine yönelik algılanan hizmet kalitesinin davranışsal niyetlere etkisi: Çanakkale örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Uyanık, G. (2019). *Hemşirelik öğrencilerinin kültürlerarası iletişim yeterliliği ve eleştirel düşünme eğilimi arasındaki ilişkinin belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Uzunçarşılı Soydaş, A. (2010). *Kültürlerarası iletişim farklı kültürel ortamlarda çalışma ve iletişim*. (1. Baskı). İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- Uzuntaş, A. (2013). Etkili iletişim: Anlatabilmek ve anlayabilmek. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21 (1), 11- 30.
- Ünalın, D. (2020). Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi öğrencilerinin kültürlerarası duyarlılıkları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (24), 2697- 2719.
- Üner, M. (1994). Hizmet pazarlamasında pazarlama karması elemanları değişiklik gösterir mi? *Pazarlama Dünyası* 8 (43), 2-11.
- Ünüvar, Ş. ve Başoda, A. (2012). Algılanan hizmet verme yatkınlığının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerinde bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9 (1), 46- 64.
- Üstün, E. (2011). *Öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezcilik düzeylerini etkileyen etmenler*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vatandaş, C. (2001). Çokkültürlü yapıda ulusal/ etnik kimlikler: Kanada örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2). 101- 116.
- Watt, S. and Norton, D. (2004). Culture, ethnicity, race: What's the difference? *Paediatric Nursing*, 16 (8), 37- 42.
- Wiemann, J. M. (1977). Explication and test of a model of communicative competence. *Human Communication Research*, 3 (3), 195- 213.
- Wilson, S. R. and Sabee, C. M. (2003). Explication communicative competence as a theoretical term. John O. Greene & Brant R. Burleson (Editörler.), in

*Handbook of communication and social interaction skills*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Xie, Y. (2009). Tourism cross-cultural propagation and the corresponding requirements for foreign language-speaking tour guides. *International Journal of Business and Management*, 4 (11), 24- 28.

Yağbasan, M. (2016). *Almanya ve Türkiye özelinde kültürlerarası iletişim*. (1. Baskı). İstanbul: Literatürk Academia.

Yağbasan, M. ve Demirbağ, İ. (2017). Kültürlerarası iletişimde stratejik bir yaklaşım: Kültürlerarası empati. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (2), 619- 640.

Yakar Karabuğa, H. (2016). *Farklı kültürlerden gelen hastalara bakım veren hemşirelerin kültürlerarası iletişim yeterliliği*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33- 44.

Yazıcıoğlu, İ., Tokmak, C. ve Uzun, S. (2008). Turist rehberlerinin rehberlik mesleğine bakışı. *Üniversite ve Toplum Dergisi*, 8 (2), 1- 19.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Yeniçeri, T., Akgül, G. ve Çınar, B. (2019). Duygusal zekânın hizmet odaklılık ve algılanan performans açısından değerlendirilmesi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (4), 478- 495.

Yenipınar, U. (2019). Turist rehberliği mesleği. Ö. Koroğlu ve Ö. Güzel (Editörler), *Kavramdan uygulamaya turist rehberliği mesleği içinde* (s. 1- 18). Ankara: Nobel Yayınevi.

Yeşil, S. (2009). Kültürel farklılıkların yönetimi ve alternatif bir strateji: Kültürel zekâ. *KMU İİBF Dergisi*, 11 (16), 100- 131.

Yıldırım, M. ve Deniz Ö. F. (2018). Turizmin yerel halkın sosyo- kültürel yapısına etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 79- 91.

- Yıldırım, M. B. B. (2018). *Öğretmenlerin çok kültürlü kişilik özellikleri ve informal iletişim*. Yüksek Lisans Tezi. Siirt: Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, R., Kuşluvan, S. ve Şenyurt, Y. (1997). Turist rehberliği öğretiminde yeni bir model: Nevşehir turist rehberliği bölümü programı ve değerlendirmesi. *Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü Hafta sonu semineri IV içinde* (s. 7- 36). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Matbaası.
- Yıldız Toprak, E. T. (2019). Kültürlerarası yeterliliğin İngilizcenin ortak dil olarak kullanıldığı iş bağlamlarına yönelik öğrenimi ve öğretimi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 14, 429- 438.
- Yılmaz, H. (2016). Turizm endüstrisinde iletişimin yeri ve önemi. H. Yılmaz (Editör). *Turizm ve İletişim içinde* (s. 1- 20). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yoğurtçu, G. (2015). Çokkültürlü eğitim ortamlarında kültürlerarası iletişim ve kültürel zekâ: Kırgızistan üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (3), 791- 806.
- Yu, X., Weiler, B. and Ham, S. (2001). Intercultural communication and mediation: A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8 (1), 75- 87.
- Zhang, H. Q. and 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.
- Zhu, H. (2011). From intercultural awareness to intercultural empathy. *English Language Teaching*, 4 (1), 116- 119.
- Zillioğlu, M. (2018). *İletişim nedir?* (6. Baskı). İzmir: Cem Yayınevi.
- http- 1:** <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 11.08.2020).
- http- 2:** <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 11.12. 2020).
- http- 3:** <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 11.12.2020).
- http- 4:** <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/60> (Erişim Tarihi: 15.01.2021).
- http-5:** <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> (Erişim Tarihi: 15. 01. 2021).

**http- 6:** <https://www.feg-touristguides.com/about.php> (Erişim tarihi: 15. 01. 2021).

**http- 7:** <https://iro.org.tr/tr/53-page-rehberligin-tarihcesi.aspx> (Erişim Tarihi: 15. 01. 2021).



## EKLER

### Ek- 1: Anket Formu

<p><b>Sayın katılımcı,</b></p> <p>Bu anket formu Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yürütülmekte olan “Çokkültürlü Ortamda Kültürlerarası İletişim Yeterliliği ve Hizmet Verme Yatkınlığı: Turist Rehberleri Üzerine Bir İnceleme” başlıklı yüksek lisans tez araştırmasına temel oluşturacak verilerin toplanması amacıyla hazırlanmıştır. Elde edilen bilgiler bilimsel amaçlı kullanılacak olup 3. şahıslarla paylaşılmayacaktır. Sorulara verdiğiniz cevaplar, araştırmaya katkı sağlayacağından önem taşımaktadır. Çalışma ile ilgili sorularınız için mail adresimden ulaşım sağlayabilirsiniz. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.</p> <p style="text-align: right;">Mervenur Erdem</p>
<p><b>Yaşınız? .....</b></p> <p><b>Cinsiyetiniz?</b> Kadın ( ) Erkek ( )</p> <p><b>Medeni Haliniz?</b> Evli ( ) Bekâr ( ) Diğer ( )</p> <p><b>Eğitim durumunuz?</b> Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Yüksek Lisans ( ) Doktora ( )</p> <p><b>Turist rehberliği eğitimi nerde aldınız?</b> Turist Rehberliği Ön Lisans Programı ( ) Turist Rehberliği Lisans Programı ( ) Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı ( ) Diğer ( ) lütfen belirtiniz .....</p> <p><b>Ruhsatname türünüz?</b> Bölgesel ( ) Ülkesel ( )</p> <p><b>Turist rehberliği mesleğini kaç yıldır icra ediyorsunuz?</b> 1 yıldan az ( ) 1-4 yıl ( ) 5-9 yıl ( ) 10-14 yıl ( ) 15 yıldan fazla</p> <p><b>Çalışma şekliniz? Acentaya bağlı ( ) Bağımsız ( ) Her ikisi de ( )</b></p> <p><b>Hizmet verdiğiniz grup türü?</b> Yerli gruplar ( ) Yabancı gruplar ( ) Hem yerli hem yabancı gruplar ( )</p> <p><b>Yönettiğiniz tur süreleri? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)</b></p>

Günü birlik turlar ( ) Kısa süreli turlar (1- 2 gece konaklamalı) ( ) Uzun süreli turlar (4 gece ve daha uzun süre konaklamalı) ( )

**Yönettiğiniz tur türleri? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)**

Kültür turları ( ) Gastronomi turları ( ) Yürüyüş turları ( ) Eko turlar ( ) Yurtdışı turlar ( ) Özel ilgi turları ( ) İnanç turları ( ) Macera ve Spor Turları ( ) Şehir Turları ( ) Yat ve Gemi Crouise ( ) Sağlık Turları ( ) Kış Turları ( ) Kongre Turları ( ) VIP Turları ( ) Outgoing ( ) Incoming ( ) Yerli turlar ( )

**Çalıştığınız milliyetleri belirtiniz?**

Türk ( ) İngiliz ( ) Alman ( ) Rus ( ) Çinli ( ) Japonyalı ( ) Endonezyalı ( ) Amerikalı ( ) Güney Koreli ( ) Arap ( ) Diğer ( ) Belirtiniz.....

Aşağıdaki anket formundaki ifadeleri katılım derecenize göre uygun gördüğünüz seçeneği işaretleyiniz. 1- Kesinlikle Katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4- Katılıyorum 5- Kesinlikle Katılıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Misafirlerimin taleplerine hızlıca cevap vermekten keyif alırım.					
2. Misafirlerimi mutlu etmekten zevk duyarım.					
3. Misafirlerime hizmet etmekten gerçekten keyif duyarım.					
4. Misafirlerin amaçlarına ulaşmalarına yardımcı olmaya çalışırım.					
5. Misafirlerin hizmet ihtiyaçları hakkında benimle konuşmalarını sağlarım.					
6. Misafirlerime problem çözücü bir yaklaşım sergilerim.					
7. Tamamen farklı kültürlere ait bireylerin kişilikleri arasındaki benzerlikleri fark ederim.					
8. Farklı kültürlerden insanların bana öğretecekleri pek çok değerli şey olduğunu düşünürüm.					
9. Diğer kültürlere açık olan insanlarla olmayanlara göre daha rahat hissederim.					
10. Diğer kültürlerden insanlarla etkileşim kurmak için fırsat ararım.					
11. Kendi kültürümden olan insanlarla diğer kültürlerle olan insanlara göre daha rahat hissederim.					



12. Kendimi kendi kültürümden olan insanlara daha yakın hissederim çünkü onlarla daha iyi ilişki kurabilirim.					
13. Yakın arkadaşlarımda çoğu benim kültürümdendir.					
14. Arkadaşlarımda çoğu benim kültürümdendir.					

