

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI

**TOPLUM TEMELLİ TURİZM YAKLAŞIMI: TURİST
REHBERLERİNİN ALGILAMALARI ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İbrahim Halil KAZOĞLU

Balıkesir, 2018

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI

**TOPLUM TEMELLİ TURİZM YAKLAŞIMI: TURİST
REHBERLERİNİN ALGILAMALARI ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İbrahim Halil KAZOĞLU

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Burhan AYDEMİR

Balıkesir, 2018

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda 201312501031 numaralı İbrahim Halil KAZOĞLU'nun hazırladığı "Toplum Temelli Turizm Yaklaşımı: Turist Rehberlerinin Algılamaları Üzerine Bir Araştırma" konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 26/04/2018 tarihinde yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonucunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Başkan

Doç. Dr. Burhan Aydemir

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Nese Aydın

Üye

Doç. Dr. Bayram Şahin

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

.../.../2018

Doç. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN
Müdür

**“Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Projeleri
Birimi tarafından BAP 2015/171 Kodlu Proje ile desteklenmiştir.”**

Teşekkür Ederiz..

ÖNSÖZ

Dünyada son 50 yıllık dönemde yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerle birlikte tüketici beklenti ve isteklerinde değişimler meydana gelmiştir. Özellikle kontrolsüz ve hızlı bir şekilde ilerleyen kentleşme ve sanayileşme süreci ile birlikte, turistler kitle turizmi hareketlerinden uzaklaşarak daha sakin ve kültürel öğeler barındıran destinasyonlara ziyaretler gerçekleştirme eğilimine girmişlerdir. Bu durumun farkına varan ülkeler, turizm pastasından daha büyük bir pay elde edebilmek için tatillerini sessiz, sakin, huzurlu ve doğal bir ortamda geçirmek isteyen turistlere yönelik alternatif turizm yaklaşımları geliştirme çabasına girmişlerdir. Bu alternatif turizm yaklaşımlarından biri de toplum temelli turizmdir.

Toplum temelli turizm, turistik gelişmeyi sürdürmeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede ev sahibi halka odaklanmayı, yerel halkı turizm faaliyetlerinin merkezinde tutmayı ve kendi toprakları üzerinde meydana gelen bu hareketlerden en fazla faydayı yine yerel halkın elde etmesini hedeflemektedir.

Diğer turizm faaliyetleri gibi toplum temelli turizm yaklaşımının da hayata geçmesinde çeşitli paydaşlara belirli sorumluluklar düşmektedir. Bu paydaşlardan biri de turist rehberleridir. Araştırma, turist rehberlerinin toplum temelli turizm yaklaşımını algılamaları üzerine odaklanmıştır. Ülkemizde bu konuya yönelik çalışmaların sınırlı olduğu göz önüne alındığında, bu çalışmanın hem akademik araştırmalara yol gösterecek bir niteliğe sahip olduğu hem de turizm planlamacılarının faydalanabileceği bir araştırma olduğu söylenebilir.

Bu çalışmanın fikrinin ortaya çıkmasında ve değerli yönlendirmeleri ile bana yol gösteren saygıdeğer hocam, Sayın Doç. Dr. Burhan AYDEMİR'e teşekkürlerimi sunarım. Benzer bir alan üzerinde doktorasını tamamlamış ve jüri olarak gelmesi rica edildiğinde hiç tereddütsüz kabul eden, değerli fikir ve görüşleri ile bu çalışmanın

eksiklerini kapatmakta yardımcı ve yol gösterici olan Sayın Yrd. Doç. Dr. Neşe AYDIN'a teşekkürlerimi iletirim.

Sadece bu çalışmada değil, yüksek lisans yolculuğumun her aşamasında yanımda olduğunu bildiğim, sahip olduğu deneyim ve bilgisi ile beni hep bir adım daha ileri taşıyan, umutsuzluğa kapıldığımda beni motive eden, kimi zaman bir baba kimi zaman bir ağabey gibi yanımda olan değerli hocam Sayın Doç. Dr. Bayram ŞAHİN'e sonsuz saygılarımı ve minnettarlığımı özellikle belirtmek isterim.

Benzer konularda çalışmalarını olan, sıkıştığım her noktada fikirlerine başvurduğum, her defasında sahip olduğu bilgileri bana aktaran ve yol gösteren Sayın Araş. Gör. Özge GÜDÜ DEMİRBULAT'a ve burada adını saymadığım, lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca bana tek bir harf dahi öğretmek için çaba göstermiş tüm BTİOYO akademik kadrosuna teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans yolculuğumuzda birlikte dirsek çürüttüğümüz, birbirimize arkadaş, yoldaş, sırdaş olduğumuz değerli dostlarım Özcan ÖZDEMİR'e, Aslı Ceren SAYGI'ya, Ayşen ACUN'a, Ozan ÖZOK'a, Muammer AKTEN'e, Gülsüm ŞAHAN'a, Cesim BEHREMEN'e, Hasan Volkan ÇAKAN'a, Gözde Nur COŞKUN'a, Nur Neşe ŞAHİN'e, Fadime YABACI'ya ve burada adını saymadığım diğer arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Anket uygulama aşamasında yardımlarını esirgemeyen başta İstanbul Rehberler Odası (İRO) Başkanı Sayın Hakan EĞİNLİOĞLU'na ve rehber büyüğüm Sayın Muharrem BÜKÇÜOĞLU'na teşekkür ederim.

En önemlisi, beni büyütüp bugüne gelmemde en büyük rolü oynayan, hakkını asla ödeyemeyeceğim canım annem Anzılha ASLAN'a ve babam Ömer ASLAN'a sonsuz minnetlerimi sunuyorum ve eğitim hayatım boyunca onlardan esirgelediğim zaman için özür diliyorum. İyi ki varsın canım annem. Mekânın cennet olsun canım babam.

Balıkesir, 2018

İbrahim Halil KAZOĞLU

ÖZET

TOPLUM TEMELLİ TURİZM YAKLAŞIMI: TURİST REHBERLERİNİN ALGILAMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

KAZOĞLU, İbrahim Halil

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Burhan AYDEMİR

2018, 129 Sayfa

Günümüzde tüketici beklenti ve isteklerinin değiştiği bilinen bir gerçektir. Bu değişimlerden etkilenen bir sektör de turizmdir. Turizm faaliyetlerine katılan insanların, deniz-kum-güneş üçlemesinden eğlence-heyecan-eğitim üçlemesine doğru yöneldikleri görülmektedir. Bu değişime paralel olarak ülkeler de kendi turizm stratejilerini bu eğilim kaymasına göre şekillendirmişlerdir. Bu bağlamda ortaya çıkan farklı turizm yaklaşımları genel olarak “alternatif turizm” başlığı altında değerlendirilmektedir. Bu alternatif turizm yaklaşımlarından biri de toplum temelli turizmdir.

Çalışmanın amacı, toplum temelli turizm literatürünün incelenerek bu yaklaşım içerisindeki paydaşlardan biri olan turist rehberlerinin bu yaklaşıma yönelik algılamalarını belirlemektir. Bu çerçevede şekillenen çalışma, beş bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları ve sınırlılıkları belirtilmiştir. İkinci bölümde ise ilgili alanyazın taramasından elde edilen toplum temelli turizm ve turist rehberliği kavramları üzerinde durulmuştur. Ayrıca toplum temelli turizm yaklaşımına yönelik daha önce yapılan çalışmaların içeriği hakkında bilgiler verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde, araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama aracı, teknikleri ve süresi

hakkında bilgi verilerek verilerin analiz yöntemine değinilmiştir. Dördüncü bölümde, elde edilen verilerin analizleri ve bu analizlerden elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Son olarak beşinci bölümde ise bulgulardan elde edilen sonuçlar değerlendirilmiş ve bu sonuçlar ışığında çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Toplum, Turizm, Toplum Temelli Turizm, Turist Rehberi.

ABSTRACT

COMMUNITY BASED TOURISM APPROACH: A STUDY ON TOURIST GUIDES PERCEPTIONS

KAZOĞLU, İbrahim Halil

Master Thesis, Department of Tourism and Hotel Management

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Burhan AYDEMİR

2018, 129 Pages

Nowadays, it is a known fact that consumer expectations and desires change. A sector affected by these changes is also tourism. It is seen that the people participating in the tourism activities have been tending towards from the sea-sand-sun trilogy to the entertainment-excitement-education trilogy. In parallel with this change, countries have shaped their own tourism strategies according to this tendency shift. The different tourism approaches emerging in this context have generally begun to be addressed under the heading of "alternative tourism". One of these alternative tourism approaches is community-based tourism.

The aim of the study is to determine the perceptions of tourist guides who are one of the stakeholders in this approach by examining community-based tourism literature. The study, which is shaped in line with this objective, consists of five parts.

In the first part of the study; the problem, the purpose, the significance, the assumptions and the limitations of the study were stated. In the second part, the concepts obtained from the survey of related literature are examined and the concepts of community-based tourism and tourist guidance are emphasized. In the second part, the concepts obtained from the related review of literature were examined and the concepts of community-based tourism and tourist guiding were discussed. Moreover,

information about the content of previous studies on the community-based tourism approach has been given. In the third part of the study, the method of analyzing the data was mentioned by giving information about the model of the survey, population and sample, data collection tool, techniques and duration. In the fourth section, analyses of the data obtained and the results obtained from these analyses were interpreted. Finally, in the fifth section, the results obtained from the findings were evaluated and a variety of suggestions were developed in light of these results.

Key Words: Community, Tourism, Community Based Tourism, Tourist Guide

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	ix
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem	2
1.2. Amaç	2
1.3. Önem	3
1.4. Varsayımlar	4
1.5. Sınırlılıklar.....	5
2. İLGİLİ ALANYAZIN	6
2.1. TOPLUM TEMELLİ TURİZM	6
2.1.1. Toplum / Topluluk Kavramı	7
2.1.2. Alternatif Turizm Kavramı	8
2.1.3. Turizmin Toplumlara Etkisi.....	10
2.1.4. Toplum Temelli Turizm Kavramı.....	12
2.1.4.1. Toplum Temelli Turizmin Özellikleri.....	18
2.1.4.2. Toplum Temelli Turizmin Hedefleri.....	19
2.1.4.2.1. Toplum Temelli Turizmin Ekonomik Hedefleri	19
2.1.4.2.2. Toplum Temelli Turizmin Sosyo-Kültürel Hedefleri	20
2.1.4.2.3. Toplum Temelli Turizmin Çevresel Hedefleri	20
2.1.4.3. Toplum Temelli Turizmin Yararları	21
2.1.4.4. Toplum Temelli Turizmin Geliştirilmesi ve Sürdürülebilirliği	22
2.1.4.4.1. İhtiyaçların Belirlenmesi ve Hazırlıkların Yapılması.....	22
2.1.4.4.2. Toplumun Turizm Konusunda Eğitilmesi ve Hazırlanması.....	23
2.1.4.4.3. Yönetim Mekanizmasının Kurulması ve Liderin Tanımlanması	24
2.1.4.4.4. Toplum Örgütlenme ve Geliştirme.....	25

2.1.4.4.5. Paydaşların Geliştirilmesi.....	25
2.1.4.4.6. Bütüncül Bir Yaklaşımın Benimsenmesi	26
2.1.4.4.7. Kaliteli Ürünlerin Planlanması ve Dizaynı	26
2.1.4.4.8. Pazar Talebini Belirleme ve Pazarlama Stratejisini Geliştirme ..	27
2.1.4.4.9. Uygulama ve İşleyişin Takibi.....	27
2.2. TURİST REHBERLİĞİ	28
2.2.1. Turist Rehberliği Kavramı	28
2.2.2. Turist Rehberliğinin Önemi	31
2.2.3. Rehberlik Mesleğinin Özellikleri.....	34
2.2.4. Turist Rehberinin Görevleri.....	38
2.2.5. Turist Rehberinin Sahip Olması Gereken Özellikler	40
2.2.5.1 Bilgi.....	41
2.2.5.1.1 Yabancı Dil Bilgisi	41
2.2.5.1.2 Genel Kültür Bilgisi	41
2.2.5.1.3 Diğer Kültürler Hakkında Bilgi.....	42
2.2.5.1.4 Yöre Hakkında Bilgi	43
2.2.5.1.5 İlk Yardım Bilgisi.....	43
2.2.5.2 Beceriler	44
2.2.5.2.1 Anlatım Becerisi.....	44
2.2.5.2.2 İletişim Becerisi.....	45
2.2.5.2.3 Yorumlama Gücü	47
2.2.5.2.4 Espri Yapabilme Becerisi	47
2.2.5.2.5 Organizasyon Yapabilme Becerisi	48
2.2.5.2.6 Koordinasyon Sağlama Becerisi.....	48
2.2.5.2.7 İlgi Odaklayıcı Sorular Sorma Becerisi.....	49
2.2.5.2.8 Sorularla Basa Çıkabilme Becerisi.....	49
2.2.5.2.9 Kendilerini Yenileyebilmeleri	50
2.2.5.3 Nitelikler ve Fiziksel Görünüm.....	51
2.2.5.3.1 Sevgi, Saygı, Dürüstlük ve Hoşgörü	51
2.2.5.3.2 Liderlik Ruhu	51
2.2.5.3.3 Dışadönük Olma ve İnsanlarla İlişki Kurabilme	53
2.2.5.3.4 Misafirperverlik.....	53
2.2.5.3.5 İş Ahlakı ve Sorumluluk.....	54
2.2.5.3.6 Rehberin Giyimi	55

2.3. TOPLUM TEMELLİ TURİZM VE TURİST REHBERLİĞİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	56
2.4. İLGİLİ ÇALIŞMALAR	58
3. YÖNTEM.....	61
3.1. Araştırmanın Modeli	61
3.2. Evren ve Örneklem.....	62
3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri	63
3.4. Pilot Uygulama.....	64
3.5. Veri Toplama Süreci	64
3.6. Verilerin Analizi.....	65
4. BULGULAR VE YORUMLANMASI.....	66
4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular	66
4.2. Araştırma Alanına İlişkin Bulgular	67
4.3. Güvenilirlik Analizine İlişkin Bulgular.....	69
4.4. Faktör Analizine İlişkin Bulgular	72
4.5. T-Testi Sonuçları ve Hipotezler	74
4.6. Varyans (One-Way Anova) Analizi Sonuçları ve Hipotezler.....	83
4.7. Korelasyon Analizi Sonuçları ve Hipotezler.....	91
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	97
5.1. Sonuç	97
5.2. Öneriler.....	101
KAYNAKÇA	105
EKLER.....	125
Ek 1 – Rehber Odalarına Göre Turist Sayıları.....	125
Ek 2 – Bölgesel Turist Rehberlerinin Bölgelere Göre Sayıları.....	126
Ek 3 – Yabancı Dillere Göre Turist Rehberi Sayıları	126
Ek 4 – Anket Formu.....	127

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1. Kitle Turizmi ile Alternatif Turizm Arasındaki Farklar	10
Çizelge 2. Yerel Halkın Turistlere Karşı Tutumları	11
Çizelge 3. Çeşitli Araştırmacı, Yazar ve Referanslara Ait Toplum Temelli Turizm Tanımları	13
Çizelge 4. Ekoturizm ile Toplum Temelli Turizm Arasındaki Farklar	15
Çizelge 5. Günübürlük Turlar ile Toplum Temelli Turizm Arasındaki Farklar	16
Çizelge 6. Ev Pansiyonculuğu ile Toplum Temelli Turizm Arasındaki Farklar	17
Çizelge 7. Yoksul Yanlısı Turizm ile Toplum Temelli Turizm Arasındaki Farklar .	18
Çizelge 8. Toplum Temelli Turizmin Potansiyel Yararları	21
Çizelge 9. Çeşitli Araştırmacıların Rehberlerin Görevlerini Göz Önüne Alarak Kullandıkları Tanımlamalar	39
Çizelge 10. Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Genel Kültür Bilgisi ve Anlatmakla Yükümlü Olduğu Konular	42
Çizelge 11. Rehberlerin Liderlik ve Arabuluculuk Rollerini	52
Çizelge 12. Pilot Uygulamaya İlişkin Bulgular	64
Çizelge 13. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler	66
Çizelge 14. Katılımcıların Araştırmaya Yön Verecek Kapalı Uçlu Sorulara Verdikleri Yanıtların Dağılımı	67
Çizelge 15. Katılımcıların Toplum Temelli Turizm Yaklaşımı için Belirlenen Bir Bölgede İlk Etapta Yapılması Gerekenlere İlişkin Cevaplarının Dağılımı.....	68
Çizelge 16. Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeğine İlişkin Güvenirlilik Analizi, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Sonuçları	69
Çizelge 17. Toplum Temelli Turizm Algısı Ölçeğine İlişkin Güvenirlilik Analizi, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Sonuçları	70
Çizelge 18. Araştırmada Kullanılan Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeğine ve Toplum Temelli Turizm Algılama Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler	71
Çizelge 19. KMO Testi Değerleri	72
Çizelge 20. Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları ve KMO ve Bartlett Testi Değerleri	73

Çizelge 21. Toplum Temelli Turizm Algısı Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları ve KMO ve Bartlett Testi Değerleri.....	73
Çizelge 22. Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Kavramını Daha Önce Duyuma Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları.....	75
Çizelge 23. Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Kavramını Daha Önce Duyuma Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Algılamaları ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları	76
Çizelge 24. Turist Rehberlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları.....	77
Çizelge 25. Turist Rehberlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Algılamaları ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları	78
Çizelge 26. Turist Rehberlerinin Çalışma Şekli Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları.....	79
Çizelge 27. Turist Rehberlerinin Çalışma Şekli Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Algılamaları ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları.....	80
Çizelge 28. Turist Rehberlerinin Sahip Oldukları Sertifika Türü Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları	81
Çizelge 29. Turist Rehberlerinin Sahip Oldukları Sertifika Türü Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Algılamaları ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları.....	82
Çizelge 30. Rehberlik Süresi Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları	83
Çizelge 31. Rehberlik Süresi Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları	84

Çizelge 32. Rehberlik Eğitimi Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları	85
Çizelge 33. Rehberlik Eğitimi Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları	85
Çizelge 34. Yaş Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları	86
Çizelge 35. Yaş Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları	87
Çizelge 36. Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Yaklaşımındaki En Büyük Sorumluluğun Kime Ait Olduğu Yönündeki Görüşleri Açısından Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları.....	89
Çizelge 37. Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Yaklaşımındaki En Büyük Sorumluluğun Kime Ait Olduğu Yönündeki Görüşleri Açısından Toplum Temelli Turizm ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları.....	90
Çizelge 38. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları	92
Çizelge 39. Hipotez Sonuçları	96

KISALTMALAR LİSTESİ

MEGEP	: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi
ÖR.	: Örnek
TDK	: Türk Dil Kurumu
TUREB	: Turist Rehberleri Birliği
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WFTGA	: Dünya Turist Rehberleri Federasyonları Birliği

1.GİRİŞ

Günümüzde ekonomik kalkınma çabaları ile ülkeler, teknolojik açıdan gelişirken bir yandan da çevre üzerinde geri dönüşü olmayan etkiler bırakmaktadır. Özellikle, yenilenemeyen kaynaklar bu durumdan fazlaca etkilenmektedir. Ülkelerin artan gelişmişlik düzeyleri aynı zamanda insanların da bilinçlenmesi anlamına gelmektedir. Bilinçlenen bireylerin istek ve beklentilerinde ciddi değişimler meydana gelmekte, bu istek ve beklentileri karşılamak isteyen yönetimler de yeni arayışlar içine girmektedir. Özellikle turizm, tüketici beklentilerinde yaşanan bu değişimlerden oldukça etkilenmektedir. Bilinçlenen turistler, kitle turizminin olumsuz etkilerinin farkına varmakta, buna karşılık olarak daha spesifik turlara yönelme arayışına girmektedirler. Bunun farkına varan ülkeler, turizm gelirlerini artırmak ve turizmden elde edilen gelirlerin sürekliliğini sağlamak için alternatif turizm yaklaşımları üzerinde durmaktadırlar. Bu alternatif turizm yaklaşımlarından biri de toplum temelli turizmdir. Toplum temelli turizm; gelişmekte olan ülkelerde kitle turizminin olumsuz etkilerine karşı bir çözüm olarak ortaya çıkmış, turistik faaliyetlerin planlaması sürecinde ev sahibi topluma odaklanmayı ve daha sürdürülebilir bir turizm sektörünü amaçlayan, turizmin gelişimini sürdüren, yerel toplulukların kendi bölgelerinde bulunan doğal varlıklar ve kültürel cazibelere dayanan turizm yaklaşımını ifade etmektedir.

Bütün alternatif turizm yaklaşımları gibi toplum temelli turizm seyahatlerinin de rehberler eşliğinde yapılması bölge hakkındaki hemen her bilginin turistlere aktarılmasına olanak sağlayacaktır. Turist rehberi, ülkesini en iyi şekilde tanıtan, bağlı olduğu acentayı ve grubu ağırladığı bölgeyi temsil eden elçi konumundadır. Ayrıca turist rehberi, turist ile yerel halk arasında köprü kurmakta, turist-yerel halk iletişiminin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır.

1.1. Problem

Günümüzde değişen tüketici beklenti ve isteklerine yönelik birçok ürün ve hizmet yeniden yapılandırılmış ya da yeni ürün ve hizmetler ortaya çıkmıştır. Turizm sektörü açısından bakıldığında, turistlerin seyahat alışkanlıklarında da ciddi değişimler gözlemlenmektedir. Günümüzde turistler, kitle turizmi hareketlerinden ziyade daha sakin ve kültürel öğeler içeren turlara katılım eğilimi göstermektedir. Bu eğilimlerle birlikte destinasyonlara ev sahipliği yapan ülkelerin yönetimleri, alternatif turizm rotaları belirlemekte ve turizm pastasından daha fazla gelir elde etmeyi amaçlamaktadır. Özellikle az gelişmiş bölgelerde ekonomik refah düzeyinin artması adına kırsal bölgelere yönelik birçok plan ve proje hazırlanmakta ve hayata geçirilmektedir. Hayata geçirilen kırsal kalkınma yaklaşımlarından biri de toplum temelli turizm yaklaşımıdır.

Araştırmanın temel problemi; kırsal bir kalkınma aracı olarak uygulamada aktif rol oynayan bütün paydaşlarına söz hakkı tanıyan, onların görüş ve önerilerini dikkate alan, özellikle yerel halkın katılımı üzerine kurulmuş olan toplum temelli turizm yaklaşımının irdelenmesidir. Toplum temelli turizmin paydaşlarından biri olan turist rehberleri, bu yaklaşım içerisinde arabuluculuk, tercümanlık, kültür elçiliği, satış elemanlığı, yol göstericilik ve turist – yerel halk arasına köprü kurma gibi görev ve sorumlulukları üstlenmektedir. Üstlendikleri bu görev ve sorumluluklar göz önüne alındığında turist rehberlerin bu turizm yaklaşımı algılamalarının belirlenmesi araştırmanın alt problemini oluşturmaktadır. Turist rehberlerinin yaş, meslekte geçirilen süre, çalışma şekli, rehberlik eğitimi alınan kurum ve rehberlik yaptıkları bölgelere göre toplum temelli turizm yaklaşımını algılamaları arasında fark olup olmadığı araştırma yapılması gereken bir sorun olarak sayılmaktadır. Ayrıca, turist rehberlerinin toplum temelli turizm yaklaşımının uygulama, yönetim ve sürdürülebilirliği algılamalarının belirlenmesi diğer bir sorun olarak görülmektedir.

1.2. Amaç

Turist rehberleri, özellikle kültür turlarında turist grubuna liderlik eden, onlara yol gösteren, karşılaştıkları sorunların çözümünde onlara yardımcı olan kişidir. Sürdürülebilir turizm yaklaşımları, özellikle turist-yerel halk, turist-çevre gibi ikili

etkileşimler üzerinde şekillenmiştir. Rehberler ise bu etkileşimler içerisinde köprü vazifesi üstlenen ve çatışmaları önleyen kişidir. Toplum temelli turizm gibi yaklaşımlarda bölge halkının ilk kez turistlerde etkileşime girdiği turizm faaliyetlerinde halk-turist etkileşimlerini büyük ölçüde etkileyen turist rehberlerinin bu yaklaşımlara yönelik algılamaları, bu yaklaşımların sürdürülebilirliği için önem taşımaktadır. Buradan hareketle çalışmanın temel amacı; turist rehberlerinin toplum temelli turizm yaklaşımını nasıl algıladıklarını belirlemektir. Bu doğrultuda aşağıda belirtilen sorulara yanıt aranacaktır.

- Turist rehberleri, toplum temelli turizm kavramını daha önce duymuş mudur?
- Turist rehberlerinin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları ne düzeydedir?
- Turist rehberleri, toplum temelli turizm yaklaşımının hayata geçmesinde izlenecek adımları nasıl sıralamaktadır?
- Turist rehberlerinin demografik özellikleri, toplum temelli turizmi algılamalarında rol oynamakta mıdır?
- Bölgesel ve ülkesel turist rehberlerinin toplum temelli turizm algılamaları arasında fark var mıdır?

1.3. Önem

Değişen turist beklenti ve isteklerine cevap vermek adına ortaya çıkmış olan birçok alternatif turizm yaklaşımı, akademik tanımları ile uyuşmayan uygulamaları beraberinde getirmiştir. Başka bir deyişle, alternatif turizm yaklaşımının kavramsal tanımında paydaşların eşitliği söz konusu iken, uygulamada idari yönetimlerin ve işletmelerin pastadan büyük payı kendilerine aldıkları ya da bölge halkını ikinci plana attıkları görülmektedir. Böylece hedeflenen bütüncül kalkınma ve gelişim istenilen düzeyde gerçekleşmemektedir.

Toplum temelli turizm, toplumdaki bütün bireylerin eşit hak ve yükümlülüklerle sahip olduğu, planlamadan uygulamaya her aşamada söz sahibi oldukları bir turizm yaklaşımıdır. Toplum temelli turizmin temel dayanaklarından

biri, toplumun katılımının maksimum düzeyde olması, toplumun yaşam kalitesinin iyileştirilmesi, korunması ve topluma dayalı sürdürülebilir kalkınma planlarının teşvik edilmesidir. Toplum temelli turizm yaklaşımının önem verdiği konu; toplumda sosyal eşitliğin sağlanması, farklı gelir ve bilgi-beceriye sahip bireyler için fırsatların sağlanması, herkese iyi bir yaşam kalitesi sunulmasıdır. Bunun da tek yolu, elde edilen gelirlerin toplumun içerisinde kalması, sürdürülebilirlik ve sürekli gelişimin sağlanması için kullanılmasıdır. Böylelikle toplum, bir bütün olarak ekonomik refaha ulaşacak, sosyal ve kültürel açıdan gelişim gösterecektir. Bu noktada, çalışmanın önemi ortaya çıkmaktadır.

İlgili literatür incelendiğinde sürdürülebilir turizm ve alternatif turizm yaklaşımları üzerinde birçok araştırmaya rastlanırken toplum temelli turizm üzerinde yapılan çalışmaların sayıca fazla olmadığı görülmüştür. Bu alanda yapılan çalışmalar incelendiğinde genel itibariyle paydaşlar arasında en büyük sorumluluğa sahip olan yerel halk üzerinde yapılan çalışmaların yoğun olduğu görülmüştür. Ayrıca turizm işletmelerine yönelik araştırmaların olmasına karşın turist-yerel halk ilişkisinde kilit rol oynayan turist rehberleri üzerinde yapılmış çalışmaya rastlanmamıştır. Turist rehberlerinin bu yaklaşım içerisinde üstlendiği köprü, arabuluculuk, yardımcılık, yol göstericilik gibi roller, çalışmanın önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Birçok yöre ve bölgede bulunmuş, beraberindeki turistlere bu yöre ve bölgeler hakkında sahip oldukları bilgiyi aktarmış ve aktarmaya devam eden, turizm ile iç içe olan rehberlerin bakış açılarının değerlendirilmesi, onların bu konudaki görüşlerinin belirlenmesi çalışmayı önemli kılan bir diğer unsurdur.

1.4. Varsayımlar

Araştırmanın çeşitli varsayımları mevcuttur. Bu varsayımlar aşağıda sıralandığı gibidir.

- Araştırmaya katılan rehberlerin, araştırmanın amacına yönelik hazırlanmış olan anket formunu dürüst ve tarafsızca doldurdukları varsayılmıştır.
- Araştırmanın toplum temelli turizm paydaşlarından biri olan turist rehberleri üzerinde gerçekleşmesinin sebebi; turist rehberliği meleğinin

gereği olarak bilgilerini güncel tuttukları ve yenilikleri takip ettiklerinden bu yaklaşıımı daha iyi algılayabildikleri varsayımıdır.

- Araştırmanın uygulama aşamasında, ulaşılan ve anketlere katılım gösteren rehberlerin evreni temsil ettiği varsayılmıştır.

1.5. Sınırlılıklar

Araştırmanın kuramsal çerçevesi ilgili literatür taraması sonucu elde edilen kaynaklar ile; araştırma alanı ise aktif olarak rehberlik mesleğine devam eden turist rehberleri ile sınırlandırılmıştır.

2. İLGİLİ ALANYAZIN

2.1. TOPLUM TEMELLİ TURİZM

Hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkeler için ekonomik ve sosyal bir aktör olan turizm; döviz girdisi, ekonomik büyüme ve istihdam sağlama açısından önemi yadsınamaz bir sektördür (Monakhisi, 2008: 19-20). Bu da turizmin neden özellikle gelişmekte olan toplumlar için bir ‘‘umut’’ olması gerektiğine işaret etmektedir (Rocharungsat, 2005: 5).

Kitle turizminin sadece ekonomik hedeflere odaklandığı ve bu turizm türünün uygulandığı yörelere çevresel, sosyal ve kültürel açıdan zarar verdiği ve sürdürülebilirlik niteliğini kaybettiği görülmektedir (Köroğlu ve Karaman, 2014: 95). TBTAK (2003), Dünya Turizm rgt’nün çeşitli araştırma sonuçlarını analiz ederek, turist tercihlerinin kutuplaşacağını, deniz, kum, güneş üçlüsünün yerini heyecan, eğlence, eğitim üçlüsünün alacağını belirtmiştir. Buna benzer olarak çeşitli araştırmacılar da, turist tercihlerinin değişeceğini dile getirerek; yoğun çalışma temposu ve kentsel yaşam tarzından kaçma isteği, doğanın tahrip edilmesi ve fiziksel çevredeki bozulmaların turistlerin tercihlerinde gözle görülebilir değişimlere yol açarak onların doğaya olan özlemini tetiklediğini belirtmişlerdir (Nepuni, 2002; Yılmaz ve Gürol, 2012; Aydın, 2012; ; Kan vd., 2012; çeken vd., 2012). Bu bağlamda, turizm pazar payından daha fazla yararlanmak isteyen ülkeler alternatif turizm yaklaşımları sunmayı hedeflemiştir (Uygur ve Akdu, 2009). Bu turizm yaklaşımlarından biri de toplum temelli turizmdir.

Bu bölümde toplum / topluluk ve alternatif turizm kavramlarına değinilerek, toplum temelli turizm kavramı irdelenecektir.

2.1.1. Toplum / Topluluk Kavramı

Toplum ve topluluk kavramları günlük yaşamda birbirleri yerine kullanılsa da, nitel ve nicel olarak birbirlerinden çok farklı iki kavramdır (Aydemir, 2011: 73). Türk Dil Kurumu (2016), toplum kavramını “yaşamını idame ettirmek ve temel çıkarlarını gerçekleştirmek için işbirliği içerisinde ve aynı toprak parçası üzerinde yaşayan, ortak bir ekini olan insan kümesi” olarak tanımlamaktadır. Topluluk kavramını ise “belirli bir toprak parçası üzerinde varlığını sürdüren ve ortak bir uygarlığı paylaşan bireylerden oluşan değişik boyutlardaki insan kümesi” olarak tanımlamaktadır. Buradan da anlaşılacağı gibi toplum aynı toprak parçası üzerinde yaşayan insanları kapsarken, topluluk kavramı ise aynı toprak parçası üzerinde yaşayan insanların bir kısmını içine almaktadır (Kongar, 1971: 117).

Toplumun tanımında kullanılması gereken anahtar kelimeler iletişim ve etkileşimdir (Yazıcı, 2016: 2). Yerleşik hayata geçmiş, ortak bir kültür etrafında toplanan, birlikte yaşama amacıyla meydana gelmiş ve aralarında iletişim ve etkileşimin sürekli var olduğu insan kümelerine toplum denilmektedir (Cemal, 2005: 36).

Hillery (1955) topluluk kavramı üzerine derinlemesine çalışmalar yürütmüş ve bu kavramın en az 94 tanımının bulunduğunu dile getirmiştir. Bu tanımları analiz eden Hillery, benzer yaşam tarzları, akrabalık bağları, tutumların bütünlüğü, ortak amaçlar ve normlara sahip olmak gibi 14 farklı karakteristik ögesi olduğunu vurgulamış ve bu kavramın tanımlanmasında ortak bir temel olarak alınacak bir noktanın bulunmadığını dile getirmiştir (Akt. Yanıklar, 2014: 163).

Toplum kelimesi yabancı literatürde “Society”, topluluk kelimesi ise “Community” olarak geçmektedir (Stroper, 2005; Stroper vd., 2007; UNESCO, 2016a). Topluluk, geçmişi ve ilgi alanları benzer, ortak amaca sahip olan bireylerin oluşturduğu gruplar iken (UNESCO, 2016b) toplum ise kurallar, yasalar ve kurumsallaştırılmış sözleşmelerle oluşmuş daha büyük ve daha kapsamlı gruplardır (Stroper, 2005; Stroper vd., 2007).

2.1.2. Alternatif Turizm Kavramı

İkinci dünya savaşından sonra kitle turizmi hızla bir büyüme gerçekleştirmiştir. Özellikle Jumbo jetlerin icadı ile turistler farklı kıtalar görme imkanına sahip olmuş ve turizm hareketleri kıtalar arası bir kimliğe bürünmüştür (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 184; Ulsan ve Batman, 2010: 243). Turizm, uzun yıllar boyunca deniz – kum - güneş üzerine kurulu bir bütün olarak algılanmıştır (Baykan, 2012: 5; Akpınar ve Bulut, 2010: 1576). İnsanlar, zamanla gelişen yaşam standartları, gelirin artması, insanların turizm faaliyetlerinden beklenti ve isteklerinin değişmesi neticesinde deniz – kum - güneş gibi unsurları barındıran turistik faaliyetlerinin yerine farklı tercihler arayışına girmişlerdir (Mursalov, 2006: 16; Yılmaz ve Gürol, 2012: 23; Aydın, 2012: 40; Yıldız ve Kalağan, 2005: 42; Kostak, 2007: 89; Albayrak, 2011: 9; Akpınar ve Bulut, 2010: 1576; Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 193). Bu arayışlar neticesinde nasıl bir turizm olmalı konusunda yeni fikirler ortaya çıkmış ve bunlara genel olarak alternatif turizm yaklaşımları başlığı verilmiştir (Boz, 2004: 100).

Soft turizm, yeşil turizm, eko-turizm gibi kavramlarla kimi zaman benzer anlamlarda, kimi zaman da yakın anlamlarda kullanılan alternatif turizm, başlı başına farklı bir kavramdır (Öztürk, 2000: 314; Oruç, 2004: 18). Kitle turizminden farklı ürün sunmayı amaç edinen (Altınay, 1996: 60; Çetinkaya, 1998: 61) alternatif turizm literatürü incelendiğinde bu kavram üzerine yapılan tanımların çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. En basit tanımı ile alternatif turizm; kaynağı deniz, kum ve güneş olan kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik alternatif olarak geliştirilen turizm türlerini ifade eden bir kavramdır (Tekeli, 2001: 4; Bulut, 2006: 13). Alternatif turizm ile kitle turizmi arasındaki en büyük fark, alternatif turizmin daha küçük ölçekte olmasıdır (Kostak, 2007: 90).

Hacıoğlu ve Avcıkurt (2008) alternatif turizmi geleneksel kitle turizmini ve kent turizminin olumsuz etkilerini minimize etmek amacıyla ortaya çıkmış, bir takım turistik ürünlerin bir araya getirilerek oluşturulmuş turizm çeşidi olarak tanımlamaktadır. Turizm Bakanlığı Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu'nun (1999: 10) yayımlanmış olduğu Turizm Terimleri Sözlüğü'nde alternatif turizm,

“sosyal ve çevresel uyuma önem veren, yerli ve yabancı girişimcilerin işbirliğini amaçlayan ve yerli ürün ve malzemelerin kullanılmasına öncülük veren bir turizm yaklaşımı” olarak tanımlanmaktadır.

Alternatif turizmin ortaya çıkmasına öncülük eden belli başlı sebepler vardır. Bunlar, turizmde kullanılan kaynakların azalması ya da niteliğinin bozulması, sürdürülebilirlik kavramının turizmde önem kazanmış olması, turizmi bütün bir yıla yayma isteği ve tüketicilerin beklenti ve isteklerinde meydana gelen değişimlerdir (Aymanıkuy ve Aymanıkuy, 2003: 2; Parladır, 2013: 7; Bulut, 2006: 13; Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 9).

Türkiye’deki turizm faaliyetleri, sadece deniz-kum-güneş veya doğal ve kültürel zenginliklerden oluşan faaliyetleri değil, tüm alternatif turizm türlerinin değerlendirilmesini zorunlu kılan bir hal almıştır (Kostak, 2007: 92). Çontu (2006), kitle turizminin olumsuz etkilerinin altını çizerek kontrol ve sorumluluğun olmadığı yerde taşıma kapasitesi sınırlarının zorlanacağını ve çevrenin, turistik ürünlerin ve yerel değerlerin bozulmasının kaçınılmaz olduğunu belirtmiştir.

Türkiye’de turizm özellikle kıyı şeridinde gelişim göstermiştir. Bunun başlıca nedeni tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin kıyı turizmine yönelik olmasıdır. Oysaki geri kalmış bölgelerde değişen turizm taleplerine yönelik turizm türlerinin çeşitlendirilmesi ve teşvik edilmesi hem bölgesel hem de ülkesel olarak faydalı olacaktır (Yeşiltaş ve Öztürk, 2008: 2). Bu yüzden turizm türlerini çeşitlendirmek, farklı turizm taleplerine yanıt veren yeni bölgeler ve mekanlar geliştirmek; hem kullanılmayan kaynaklardan yararlanmayı sağlayacak, hem de yeni yörelerin turizme kazandırılmasını sağlayacaktır. Aynı zamanda dünya turizm pazarındaki payımız da artacaktır (Akgül, 2010: 57).

Weaver (1999) tam anlamı ile uygulandığı takdirde alternatif turizmin geleneksel kitle turizmi ile taban tabana zıt olduğunu belirtmiştir (Altanlar, 2007: 7). Aşağıdaki çizelgede kitle turizmi ile alternatif turizm arasındaki farklar verilmiştir.

Çizelge 1. Kitle Turizmi ile Alternatif Turizm Arasındaki Farklar

KİTLE TURİZMİ	ALTERNATİF TURİZM
Taşıma kapasitesinin üzerinde ziyaretçi katılımı söz konusudur.	Bölgenin taşıma kapasitesini aşmayan sınırlı sayıda bir katılım söz konusudur.
Belirli bir mekanda belirli bir zaman dilimi içerisinde yoğunlaşma söz konusudur.	Belirli bir mekanda ve zamanda yoğunluğun önüne geçilmesi açısından tüm yıla yayılması amaçlanmıştır.
Hızla büyüyen ve denetlenemeyen bir gelişimi beraberinde getirir.	Yavaş fakat denetimli bir gelişim söz konusudur.
İşletmeler, uluslararası standartlara uygun ve büyük ölçeklidir.	İşletmeler küçük ölçekli, genellikle aile işletmeleridir.
Yerel mimari unsurlardan ziyade anonim turizm mimarisi söz konusudur.	Doğanın dokusuna uygun, bölgeye özgün mimari unsurlar vardır.
Yerel halk ve turist ilişkileri minimum düzeyde gerçekleşir.	Yerel halk ve turist arasındaki etkileşim oldukça yüksek ve uyum içerisindedir.
Yabancı tur operatörlerine bağıllık söz konusudur.	Bağımsız ve alanında uzmanlaşmış tur operatörleri mevcuttur.
Yerli turistik ürünler fabrikasyona yönelmekte ve özgünlüğünü yitirmektedir.	Geleneksel ve özgün değerler korunmaktadır.
Gelişim ve yatırımlar ölçek ekonomileri temel alınarak yapılmaktadır	Turizm plan ve politikaları yerel ölçektir.
Kıyılara ve doğal güzelliklere yönelme hakimdir.	İstihdamda öncelik yöre halkına verilir.

Kaynak: Ulusan, Yeliz, (2009), Alternatif Turizm Çeşitlerinin Turizm Potansiyeline Etkisi: Konya Örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

2.1.3. Turizmin Toplumlara Etkisi

Turizm sadece ekonomik değil aynı zamanda çevresel, toplumsal ve politik yönleri bulunan bir kavramdır. Dolayısıyla turizmin etkileri değerlendirilmeye alınırken sadece ekonomik anlamda değerlendirilmemeli, ekonomik etkilerin yanında kültürel, sosyal ve toplumsal etkileri de irdelenmelidir (Gürbüz, 2002: 52; Civelek, 2010: 334).

Turist kabul eden bir bölgede yaşayan toplumun turistlerin varlığından dolayı hayat tarzları belirgin bir şekilde etkilenecektir. Bölgede iş-güç çeşitlenmesi sağlanacak, ziyaretçi ve yerel toplum arasındaki önyargılar kalkacak, yeni meslekler

ortaya çıkacak, değer yargıları, kadın-erkek rollerinde değişimler görülecektir (Avcıkurt, 2009: 55).

Turizm, turistik faaliyetlerin gerçekleştiği bölgede ikamet eden toplumun sosyo-kültürel yapısı üzerinde etkilidir. Sosyo-kültürel etki kavramı; toplumun aile yapısı, ahlaki kuralları, zanaat faaliyetleri, gelenek ve görenekleri gibi değerleri üzerindeki dolaylı ve doğrudan etkileri ifade etmek için kullanılan genel bir tabirdir (Gümüş vd., 2008: 46).

Turizmin toplum üzerindeki etkilerini sistemli bir şekilde ilk defa ele alan makalelerden biri Butler'e aittir (Çalışkan ve Tütüncü, 2008: 128). Butler (1980), bir bölgeye gelen turistlerin sayısı arttıkça başlangıçta halkın hoşgörülü yaklaştığını, ilerleyen zamanlarda turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel faydalarının uzun vadede yok olacağı şüphesiyle halkın turistlere karşı tutumlarının olumsuz yönde etkilendiğini savunmuştur. Aşağıdaki çizelgede yerel halkın turistlere karşı tutumları aşamalar halinde sunulmuştur.

Çizelge 2. Yerel Halkın Turistlere Karşı Tutumları

Aşamalar		Özellikler
Aşama 1	Coşku	Turizm hareketlerinin başlangıcında, küçük çaptaki turistik faaliyetlerden ötürü yerel halkın turizmi ve turisti kabullenmeleri ile birlikte aşırı bir mutluluk hali gözlenebilmektedir.
Aşama 2	İlgisizlik	Artan turizm faaliyetleri ile birlikte elde edilen maddi gelirin önem kazanması yerel halk ve turist ilişkilerini ticari boyuta taşımaktadır. Dolayısıyla yerel halk turist sayısındaki artışı umursamamaktadır.
Aşama 3	Rahatsızlık	Turistik faaliyetlerin giderek artması ve bölgenin taşıma kapasitesini zorlamasıyla birlikte yerel halkta rahatsızlık hissi ve turistik faaliyetlere ilişkin kuşku ortaya çıkmaktadır.
Aşama 4	Düşmanlık	Yerel halkın turizme ve turistlere olan öfkelerini dışa vurması ve bunun sorumlusu olarak turistleri görmesi durumu gözlenmektedir.

Kaynak: Doğan, Hulusi ve Üngüren, Engin, (2010), Alanya Halkının Turizme Sosyo-Kültürel Açından Bakışı, e-Journal of New World Sciences Academy, 5(4), ss. 396-415.

2.1.4. Toplum Temelli Turizm Kavramı

Toplum temelli turizm, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kitle turizminin olumsuz etkilerine olası bir çözüm olarak ortaya çıkmış bir turizm çeşididir (López-Guzmán vd., 2011: 37; GÜDÜ Demirbulat ve Aydemir, 2015: 64). Toplum temelli turizm, ev sahibi halkın ihtiyaç ve isteklerini bir şekilde karşılayan, diğer ekonomik faaliyetlere nazaran daha sürdürülebilir bir ekonomi sağlayan ve bunu yaparken yerel kültüre ve geleneklere zarar vermeyen ve gün be gün hayatı kolaylaştıran bir alternatif turizm yaklaşımıdır (Nguyen, 2007: 42).

Lo vd. (2014) toplum temelli turizmi özellikle kırsal alanlarda ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda ilerleme kaydetmek amacıyla çevrenin korunmasından, kültürlerarası farkındalığın ve bilincin oluşturulmasına kadar kesin yetkinin ev sahibi toplum üzerinde olduğu bir turizm yaklaşımı olarak tanımlamaktadır.

Ponna (2009)'ya göre toplum temelli turizm, sosyolojik açıdan turistler ve halkın iç içe olmasına ve turistlerin yerel halkın yaşam tarzlarını tüm yönleri ile görmelerine olanak sağlayan, ekonomik açıdan ise turistlere ev sahipliği yapan halkın kalkınmasına imkan veren bir turizm yaklaşımıdır. Aynı zamanda ekoturizm ile birçok benzer yönleri olmasına rağmen bu iki turizm türü arasındaki en büyük fark olarak; “ekoturizmin çevreye, toplum temelli turizmin ise ev sahibi halka odaklandığını” belirtmiştir.

Hall (1996) toplum temelli turizmin daha sürdürülebilir bir turizm sektörü sağlamak amacıyla turistik faaliyetlerin gerçekleştiği alana ev sahipliği yapan halkın turizmin planlanmasından uygulanmasına her aşamasında katılımını içerdiğini vurgulamıştır (Blackstock, 2005: 39; Shahmirzadi, 2012: 55).

Li (2004) ve Woodley (1993) toplum temelli turizmi sürdürülebilir bir gelişim yaklaşımı olarak değerlendirmiştir. Hatton (2002)'a göre toplum temelli turizm, ziyaretçilere hizmet etmeyi, yerel ürünleri satmayı ya da sağlamayı amaç edinmiş işletmelerin toplamından oluşan bir bileşendir.

Çizelge 3. Çeşitli Araştırmacı, Yazar ve Referanslara Ait Toplum Temelli Turizm Tanımları

Araştırmacı / Yazar/ Referans	Toplum Temelli Turizm Tanımı
Jamaika Sürdürülebilir Gelişim Ağı Programı	Toplum temelli turizm, turizm alanında sürdürülebilir gelişimi destekleyen, ekolojik mirasa, kültüre ve yerel halkın yaşam tarzına sahip çıkan bir turizm türüdür. Turist-toplum iletişiminin üst düzeyde gerçekleştirildiği bu turizm faaliyeti içerisinde kültürlerarası etkileşim, fikir ve bilgi alışverişi yapılmakta ve yeni ittifaklar oluşmaktadır. Bu turizm çeşidi, yerel halkın katılımı olmadan turizm faaliyetlerinde başarının sağlanamayacağını açıkça göstermektedir.
The Community Tourism Officer	Toplum temelli turizmin temel ilkeleri; <ul style="list-style-type: none"> • Turizmin planlanmasından uygulanmasına kadar ev sahibi topluma danışılmalı ve fikirleri alınmalıdır. • Turizm uygulamaları turizm gelişimini desteklemelidir. • Turizm sektörü, temsil ettiği toplumun beklentilerini karşılayacak şekilde organize edilmelidir. • Toplumsal alanlardaki büyük (zincir) işletmelerin faaliyetleri turizmden çok cüzi bir gelir elde eden yerel halkın çıkarlarını da gözetmelidir.
Dünya Bankası (2000)	Toplum temelli turizm, karar alma sürecinde bölge sakinlerini de kapsar ve bölgeyi ziyaret eden turistlerden elde edilen gelirin büyük bir payını yerel halk ile paylaşır.
Hatton (2002)	Toplum temelli turizm toplumsal sürdürülebilir bir turizm çeşididir. Bu da, çoğu zaman toplum üyeleri tarafından turizm faaliyetlerinin geliştirildiği ve yönlendirildiği ayrıca kesinlikle toplum üyelerinin rızası ve desteğinin alınması anlamına gelmektedir.
Mader (2002)	Toplum temelli turizmden bahsederken en popüler imge, tahribe uğramamış kırsal bir yerleşim eğilimidir. Kırsal yerleşim tanımı kişiye göre değişiklik gösterirken, toplum kavramı kolayca kentsel nüfus ile bağdaştırılabilir.
Mann (2011)	Toplum temelli turizm, yönetiminde ve karar alma sürecinde küçük yerel toplumları – genellikle kırsal köyleri- içine alan ve fayda sağlayan turizm türünü ifade eder.
Rozemeijer (2000)	Doğal kaynakların kullanımında sürdürülebilir bir yol izlemek, toplumun ekonomik açıdan makul bir şekilde yaşam standartlarını artırmak anlamında, bir veya birkaç toplum tarafından sahiplenen ya da toplum ve özel sektör işbirliği ile yürütülen turizm türüdür.
Sharma (1998) Aktaran Godde (1999)	Toplum temelli turizm, fiilen bir grup yerel halk veya halka mal olmuş bir işletme sahibi hane halkı tarafından planlanan ve yürütülen turizm olmalıdır. Aynı zamanda eylem planı toplum tarafından belirlenmiş ve topluma karşı sorumlu

Çizelge 3 Devam

	olan özel işletmeler tarafından da yönetilebilir. Bu iki uç nokta arasında bir dizi farklı düzenlemeler de olması gerekmektedir.
Shores (1999-2000)	Toplum temelli turizm, turizmin çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik etkilerini bünyesinde toplayan bileşik bir turizm yaklaşımıdır. Gündelik (popüler) dilde “çıklarlar doğrultusunda toplanmış” turizm olarak adlandırılabilir.
Anonymous (2001)	Toplum temelli turizm yaklaşımları, paydaşların planlamadan karar almaya ve projelerin uygulanmasına teşvik edilmesini gerektirir. Hükümet, Sivil Toplum Örgütleri, tur operatörleri ve yerel toplulukların daha sürdürülebilir bir çevre için birlikte çalışmasını gerektirir.
Woodward (2000) ve Dünya Bankası (2013)	Topluma dayalı gelişim, paydaşların karar verme aşamasında ve kendi isteklerini dile getirmede söz hakkı vermek, sorumluluk almalarını sağlamak ve tüm süreç içerisinde yerel topluma odaklanmayı amaçlar. Bunun yerel kapasiteyi artırması, daha iyi bir yönetim tarzı geliştirmeyi ve sivil toplumun her anlamda güçlendirmesi beklenir.
Woodley (1993)	Turizm gelişimine toplum temelli yaklaşım sürdürülebilirliğin ön koşuludur.
WWF International (2001)	Yerel halkın kontrolün büyük çoğunluğunu eline aldığı, turizmin gelişiminden yönetimine ve elde edilen faydaların tamamen toplum içinde kaldığı turizm türüdür.
Dixey (2005)	“Topluluklar tarafından yönetilen ya da sahip olunan turizm daha büyük bir toplum yararına erişmek için tasarlanmıştır. Halk, köşk gibi varlık sahibi olabilir fakat yönetimini bir turizm şirketine devretmiş olabilir. Aynı zamanda halkın kendine ait varlığı olmayabilir (Ör.: arazi, milli parklar içinde kamp alanları, ulusal anıtlar) ama yönetime karşı sorumlu ve daha büyük bir toplumsal çıkar amacıyla olmalıdırlar.” (s. 29)
Goodwin ve Santilli (2009)	“Topluluklar tarafından yönetilen ya da sahip olunan turizm olanakları daha geniş toplum yararına sunmayı amaçlamıştır.” (s.12)
Asker vd. (2010)	“Genellikle küçük ölçekli ve ev sahibi toplum ve ziyaretçiler arasındaki etkileşimi teşvik eden bir turizm türüdür. Toplum temelli turizm genel olarak, toplum için toplum tarafından sahip olunan ya da yönetilen turizm türüdür. Bu “yerel” turizm türü, yerel hizmet sağlayıcıları ve tedarikçiler lehinedir ve yerel kültür ve çevre üzerinde odaklanmıştır.” (s. 2)
Kibicho (2010)	“İstihdam olanakları sağlayarak yerel halkın ekonomik açıdan iyileşmesini böylelikle hem gelirlerini arttırmayı hem de becerilerini ve kurumlarını geliştirmeyi amaçlar.” (s. 212)
Zapata vd. (2011)	Toplumdakilere miras yolu ile kalmış, mülkiyet ve yönetimi yerel halkın elinde olan varlıkların demokratik bir dayanışma tarzı içerisinde bölgeyi ziyaret edenlerin hizmetinde kullanılmasını gerektirir. (s.727).

Çizelge 3 Devam

Salazar (2011)	Planlama ve turizm kalkınmasını sürdürmek açısından ziyaretçi kabul eden toplumlar üzerinde durularak daha sürdürülebilir turizm sektörü sağlamayı amaçlamaktadır (s.10).
Resonsildetravel.com (2013)	Genellikle kırsalda yaşayan, fakir ve ekonomik açıdan küçümsenen yerel halkın ziyaret amacıyla gelen turistlere konaklama imkanı sağlamak için evlerine davet ettiği turizmdir.
Kyrgyz CBT Association (2013)	Yerel konaklama, yemek, müzik, sanat, el sanatları ve geleneklerden faydalanan doğal, değer dolu seyahat hizmetleri sağlayan uygulamadır.
Thailand CBT Institute (2013)	Çevresel, sosyal ve kültürel sürdürülebilirliği hesaba katan turizmdir. Toplum yararına ve yerel halkın yaşam tarzları hakkında ziyaretçilerin bilgisini artırmak amacıyla yerel halk tarafından sahiplenilen ve yönetilen turizmdir. (s.9).
SNV-(Netherlands Development Organization) ve University of Hawaii(2013)	Bir topluluk içerisinde yoksuldan yana stratejilerin teşvikine yönelik sürdürülebilir bir turizm türüdür. Toplum temelli turizm girişimleri, toplumun fertleri için alternatif bir gelir kaynağı sağlayan bir araç olarak görerek küçük turizm projelerinin yürütülmesi ve yönetimine katılımlarını sağlamayı amaçlar.

Kaynak: Rocharungsat, Pimrawee, (2005), Community-Based Tourism: Perspectives and Future Possibilities, Yayımlanmamış Doktora Tezi, James Cook University, Avustralya.; Tasci, Asli D.A., Semrad, Kelly J. ve Yılmaz, Semih S. (2013), “Community Based Tourism Finding The Equilibrium in COMCEC Context: Setting the Pathway for the Future”, 23 Ekim 2013 tarihinde <http://www.kalkinma.gov.tr> adresinden erişildi

Toplum temelli turizmin ekoturizm ile benzer yönlere sahip olduğu görülmekte fakat bu iki turizm türü arasında bariz farklılıklar bulunmaktadır. Ekoturizm ile toplum temelli turizm arasındaki farklar aşağıdaki çizelgede verilmiştir (Ataman, 2010: 23).

Çizelge 4. Ekoturizm ile Toplum Temelli Turizm Arasındaki Farklar

EKOTURİZM	TOPLUM TEMELLİ TURİZM
Amaç	
Doğal güzelliklerin, yerel kültürün ve bölge destinasyonunun sorumluluk dahilinde yönetilmesi	Doğal çevre, doğal güzellikler, sosyal sistem ve yerel kültürün yerel halkın ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde sorumluluk dahilinde yönetilmesi
Mülkiyet	
Mülkiyet sahibi belirsizdir.	Mülkiyet yerel halka aittir.

Çizelge 4 Devam

Turizm Yönetimi	
Turizm yönetimi belirsizdir.	Turizm faaliyetlerinin yönetimi yerel halkın elindedir.
Turizmin Bağlantıları	
Turizm ve doğal çekicilikleri vurgular.	Bölgesel ve bütünsel bir kalkınmayı vurgular.

Kaynak: Ataman, Yavuz Eren, (2010), Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Toplum Temelli Turizm: Dünyadaki Uygulama Örnekleri ve Türkiye, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dış İlişkiler ve AB Koordinasyon Daire Başkanlığı, Ankara

Suansri (2003) kitle turizmi adıyla nitelendirilen büyük gruplar için yapılan programlara dahil olarak günübirlik turlar gerçekleştirildiğini vurgulayarak bu günübirlik turların yerel halkın yaşadığı yerleri ziyaretleri de kapsadığını belirtmiştir. Fakat bu günübirlik turların toplum temelli turizm kapsamında değerlendirilmemesi gerektiğini savunarak ikisi arasındaki farklara değinmiştir (Ataman, 2010: 23-24).

Çizelge 5. Günübirlik Turlar ile Toplum Temelli Turizm Arasındaki Farklar

Günübirlik Turlar	Toplum Temelli Turizm
Tur süresi, gözlem yapabilmek, yerel halkın gelenek ve göreneklerini, yaşam tarzını kavramaya yetecek kadar uzun değildir.	Gözlem yapabilmek, yerel halkın gelenek ve göreneklerini, kültürünü, yaşama tarzını anlamaya yetecek kadar süre mevcuttur.
Topluluk faaliyetlerine katılım minimum düzeyde gerçekleşir.	Topluluk faaliyetlerine katılım maksimum düzeydedir.
Yerel halkı tanıma, kültürlerarası iletişim düşüktür.	Öğrenme ve kültürel değişim oldukça yüksek seviyededir.
Ziyaretçilere yerel ürünler, el işi hediyelik eşyaların satılması dışında yerel halkın kontrolünde olan pek fazla şey yoktur.	Fiyatlandırma ve gelirler tamamen yerel halkın kontrolündedir.
Ziyaretçilerin yerel halkı anlaması yerel halktan olmayan fakat onların hakkında bilgi sahibi olan rehberler aracılığıyla sağlanır.	Toplum temelli turizm programlarında ziyaretçiler yerel halkla bire bir etkileşime girerek onları tanıma fırsatı yakalar.

Kaynak: Ataman, Yavuz Eren, (2010), Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Toplum Temelli Turizm: Dünyadaki Uygulama Örnekleri ve Türkiye, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dış İlişkiler ve AB Koordinasyon Daire Başkanlığı, Ankara.

Toplum temelli turizm ile karıştırılabilen diğer faaliyetleri irdeleyen Ataman (2010), daha önceleri misafirperverlik olgusu içerisinde seve seve yapılan ve gelen misafire evini açma adetinin işin içine maddi beklentiler girince misafir ve ev sahipleri arasındaki bakış açılarının değiştiğini vurgulamıştır. Ayrıca ev pansiyonculuğu ve toplum temelli turizm arasındaki farkları aşağıdaki çizelgede verildiği gibi sıralamıştır.

Çizelge 6. Ev Pansiyonculuğu ile Toplum Temelli Turizm Arasındaki Farklar

Ev Pansiyonculuğu	Toplum Temelli Turizm
Ziyaretçiler öğrenmek istedikleri bilgileri genellikle ev sahibi aileden edinmeye çalışır.	Ziyaretçiler misafir oldukları toplumdaki hemen her kesimle iletişime girerek gerekli bilgileri çeşitli kaynaklardan derleyebilmektedir.
Ziyaretçilerin konaklama alternatifleri sadece ev pansiyonculuğu yapan ailelerin evi ile sınırlıdır.	Ziyaretçilerin konaklama tercihleri, çadır, baraka, pansiyon gibi birçok konaklama türü ile çeşitlendirilebilir.
Ziyaretçilerin edinmek istedikleri bilgilerin öğrenme süreci ev sahibi aile ve konaklayan kişilerin ilgi ve alaka düzeyi ile orantılıdır.	Ziyaretçilerin öğrenme süreci, toplumda aktif olarak faaliyetler gerçekleştiren aileler, yerel rehberler ve toplum içerisindeki küçük grupların ziyaretçilerle etkileşime girmeleri sayesinde gerçekleşir.
Toplum içerisindeki maddi gücü diğerlerine göre daha yüksek olan aileler ev pansiyonculuğu faaliyetlerini yürütür ve gelirin tamamını kendilerinde toplarlar.	Toplumdaki bireyler farklı mevkilere ve gelirlere sahip bile olsalar toplum temelli turizm yaklaşımının gerçekleşmesi ve sürdürülebilirliğin sağlanması adına gelirin bir kısmı topluluk projelerine aktarılır.

Kaynak: Ataman, Yavuz Eren, (2010), Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Toplum Temelli Turizm: Dünyadaki Uygulama Örnekleri ve Türkiye, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dış İlişkiler ve AB Koordinasyon Daire Başkanlığı, Ankara.

Toplum temelli turizm ile yoksul yanlısı turizmin ilişkisine değinen Kafa (2014), iki turizm türü arasındaki farkları aşağıdaki çizelgedeki gibi vermiştir.

Çizelge 7. Yoksul Yanlısı Turizm ile Toplum Temelli Turizm Arasındaki

Farklar

Yoksul Yanlısı Turizm	Toplum Temelli Turizm
Turizmi sistematik olarak ele alır.	Turizmin dar tanımını içerir.
Turizm sektörüne bütünsel olarak yaklaşır.	Sektöre kısmi olarak yaklaşır.
Bağlantılar: Yatay ve dikey entegrasyon şeklindedir.	Bağlantılar: İleri, geri ve doğrusal yöndedir.
Azınlıklar ve yoksullar da dahil olmak üzere topluma bir bütün olarak odaklanır.	Coğrafi tabanlı olarak topluma odaklanır.
Turizm sektörü doğrudan ve dolaylı bağlantılar aracılığıyla değerlendirilir.	Turizm potansiyeli toplumun üzerinden değerlendirilir.
Yoksulların uluslararası pazara erişimini kolaylaştırmak hedeflenmiştir.	Fırsat maliyeti ve piyasa talebine odaklanma yönünde yetersizdir.
Turizm sektörünü bağlantıları aracılığıyla çok boyutlu olarak güçlendirmektedir.	Turizm sektörünü doğrusal olarak güçlendirmektedir.

Kaynak: Kafa, Neşe, (2014), Kırsal Kalkınma Aracı Olarak Yoksul Yanlısı Turizm Yaklaşımı: Edremit Körfezi Örneği, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

2.1.4.1. Toplum Temelli Turizmin Özellikleri

Toplum temelli turizm, diğer alternatif turizm yaklaşımları ile benzerlik gösteren özelliklere sahip olmakla birlikte, diğerlerinden ayrılan bazı özelliklere de sahiptir. Toplum temelli turizmin başlıca özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Tourism Concern, 2013):

- Planlama sürecinden yönetimine ve yürütülmesine kadar yerel halkın katılımı ve onayı ile yürütülür.
- Adil bir kâr payı yerel topluma geri döner, ek olarak sağlık kurumları ve okullar gibi toplumsal projelere katkıda bulunur.
- Bireysel amaçların ötesinde toplumsal amaçlara hizmet eder.
- Yerel halkın da katılımı sağlanarak sürdürülebilir çevre yaklaşımına katkıda bulunur.
- Geleneksel kültüre ve sosyal yapıya saygılıdır.
- Batılı turistlerin olumsuz etkilerine karşı yerel topluma faydalı olabilecek mekanizmalara sahiptir.

- Kültürel ve çevresel etkileri en aza indirmek adına ziyaretçi gruplar küçük tutulur.
- Seyahat öncesinde turistlere kısaca bilgilendirme yapılır.
- Yerel halk uygun görülmeyen tavır ve davranışlar sergilemez.
- İnsanların “Hayır” deme hakkına saygılıdır, yerel topluluklar turist istemezse buna saygı gösterilir.

2.1.4.2. Toplum Temelli Turizmin Hedefleri

Toplum temelli turizm, kırsal alanlarda yaşayan halkın sosyal, ekonomik ve kültürel bağlamda iyileşmesini sağlamayı, onların ihtiyaç ve beklentilerine odaklanarak sürdürülebilir kırsal gelişimi amaç edinen ve turistik faaliyetlerin uyum içerisinde işlenmesini hedef haline getirmiş bir turizm türüdür (Abdul Razzaq vd. 2011: 1423; May-Chuin, vd., 2014: 85). Rocharungsat (2005) ve Ellis (2011) toplum temelli turizmin hedeflerini aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Nüfusu sabitlemek ya da artırmak,
- İstihdam imkanı sağlamak,
- Geliri artırmak,
- Toplumun yaşam kalitesini artırmak,
- Toplumun sosyal refahını artırmak,
- Yerel kültürü kuvvetlendirmek,
- Toplumun boş zaman değerlendirme fırsatlarını çeşitlendirmek,
- Toplumun kendi değerlerini korumasına yardımcı olmak,
- Yerel halkın turizm faaliyetlerinden edindiği tatmini artırmak,
- Mevcut fiziki ve insani kaynakların gelişmesini sağlamak.

Tasci vd. (2013) yaptığı çalışmada toplum temelli turizmin hedeflerini 3 ana başlık altında toplamıştır. Bu ana başlıklar; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel hedefler şeklindedir.

2.1.4.2.1. Toplum Temelli Turizmin Ekonomik Hedefleri

Kibicho (2008), toplum temelli turizm uygulamalarının istihdam imkanları sağlayarak yerel halkın güçlenmesini, gelirlerini artırmayı ve yerel kurumları geliştirmeyi amaçladığını dile getirmiştir. Toplum temelli turizmin ekonomik hedeflerinde yerel gelirin artması, altyapı gelişimi, ürün ve hizmetler için tedarik,

kaynakların turizm odaklı kullanılması ve dengeli ekonomik gelişim ve çeşitlilik gibi unsurlar yer alır (Tasci vd., 2013). Goodwin ve Santili (2009), toplum temelli turizm uygulamalarının yerel halkın sahibi olduğu veya yönettiği turizm kaynaklarını değerlendirerek buradan elde edilen gelirlerin yine yerel halkın yararına sunmayı amaçladığını belirtmiştir. Morley (2014), toplum temelli turizm yaklaşımının ekonomik hedeflerini aşağıdaki gibi sıralamıştır.

- Yerel halka önerilen girişimler öncesinde fizibilite çalışmalarının gerçekleştirilmesi, iş olanaklarının belirlenmesi ve yürütülmesi konusunda destek verir.
- Yerel işletme sahiplerinin planlarını geliştirmeye yardımcı olur.
- Yerel işletmelerin sektöre giriş ve gelişme süreçlerini takip ederek maddi desteklerin verilmesi amaçındadır.
- Yerel işletme sahiplerine danışmanlık ve değerlendirme yapmayı teşvik eder.
- Yerel işletmelere gelecek turizm trendleri ve eğilimleri hakkında önerilerde bulunur.
- Bölgedeki tüm işletmeleri kapsayan bir koordinasyon ağı oluşturarak, işletme sahiplerini asiste etmeyi hedefler.

2.1.4.2.2. Toplum Temelli Turizmin Sosyo-Kültürel Hedefleri

Tasci ve arkadaşlarına (2013) göre toplum temelli turizmin sosyo-kültürel hedeflerinde; yerel halkı yönetimsel ve gelişme anlamında, altyapı ve hijyen konusunda eğitmek, her seviyede katılımı sağlamak, yerel halk ve turistler arasında bağ kurmak gibi unsurlar ele alınmıştır.

2.1.4.2.3. Toplum Temelli Turizmin Çevresel Hedefleri

Toplum temelli turizmin çevresel hedeflerinde kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılması, çevre ve sürdürülebilir ekonomik gelişme arasında bilinç oluşturulması gibi unsurlar değerlendirilmiştir (Tasci vd., 2013).

2.1.4.3. Toplum Temelli Turizmin Yararları

Toplum temelli turizm planlandığı gibi yürütülebilir ve başarılı bir politika izlenirse aşağıda sıralanan faydalar elde edilecektir (Tasci vd., 2013):

- Halk, turist katkıları ve el sanatları satışları ile ek gelir sağlayabilir.
- Yerel halk, turistlerin konaklama yapacağı yerleri sahiplenebilir.
- Yerel halk, turistlerin konaklama yapacağı kamplarda ve evlerde istihdam edilebilir.
- Turistik faaliyetlerin artması ile paralel olarak gıda üretimi ve el sanatları kapasitesi artırılabilir.
- Turizm işgücüne kadınların ve gençlerin de katılması sağlanabilir.
- Bölgelere göre farklılık gösteren özel ilgi turizm türleri teşvik edilebilir.

Pio (2011) toplum temelli turizmin potansiyel yararlarını aşağıda verilen çizelgedeki gibi yorumlamıştır.

Çizelge 8. Toplum Temelli Turizmin Potansiyel Yararları

Geliştirme Alanı	Potansiyel Yararlar
Ekonomik Açıdan	Toplumun kalkınmasında sürdürülebilir bağımsız kaynak oluşturur. İstihdam olanakları sağlar. Yerel halkın gelirini artırır.
Eğitim Açısından	Yeni becerilerin kazanılmasını teşvik eder. Yerel halk için yeni meslek türlerinin ortaya çıkmasını sağlar. Toplumun bilgilenmesini ve elde ettiği bilgileri kullanmasını teşvik eder. Kültürlerarası bilgi alışverişini sağlar. Yerel bilgi ve becerilerin gelişimini teşvik ederek saygınlığı sağlar.
Sosyal Açıdan	Yaşam standartlarını yükseltir. Cinsiyet ve yaş eşitliğini teşvik eder. Örgütsel bir yapı oluşturarak toplumsal tutarlılığı sağlar. Kültür, miras ve / veya geleneklere duyulan saygıyı artırır. Sosyal sermaye artışını sağlar.
Sağlık Açısından	Hijyen ve temizliği teşvik eder. İçme suyu, sağlık hizmetlerine ve sağlıklı koşullara erişimi kolaylaştırır. Altyapıyı geliştirir.
Çevresel Açıdan	Çevreye karşı sorumluluğu teşvik eder. Çevrenin korunması bilincini aşılar. Atık azaltımını teşvik eder.

Kaynak: Pio, Alex, (2011), An Analysis of Community-Based Tourism Partnerships in Lao PDR, Unpublished Master's Thesis, Nationale Hogeschool voor Toerisme en Verkeer Breda University of Applied Sciences, Breda, Netherlands.

2.1.4.4. Toplum Temelli Turizmin Geliştirilmesi ve Sürdürülebilirliği

Hamzah ve Khalifah, (2009) toplum temelli turizme sistemli bir şekilde yaklaşılması gerektiğinin altını çizerek, bu yaklaşımın aşama aşama planlanarak hayata geçmesinin hem toplumun turizme adapte olabilmesi hem doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilirliği hem de gelişimin sürekliliği için büyük bir önem arz ettiğini vurgulamıştır. Bu aşamaları dokuz başlık altında derleyen araştırmacılar, ilk dört aşamayı toplum temelli turizmin gelişimi, sonraki aşamaları da bu turizm türünün sürdürülebilirliği olmak üzere iki gruba ayırmıştır.

2.1.4.4.1. İhtiyaçların Belirlenmesi ve Hazırlıkların Yapılması

Toplum temelli turizm yaklaşımının ilk adımı atılmadan önce yapılması gereken ilk işlem, toplumun ihtiyaçlarını belirlemek ve bu ihtiyaçlara göre plan ve programların derinlemesine yapılarak turizm faaliyetlerine hazır hale gelmektir (Wu ve Pearce, 2013: 3).

Bu aşamada, üç kademeli bir yol çizilmelidir. Bunlar; doğru soruların sorulması, turizmin rolünün belirlenmesi ve mevcut durumun analiz edilmesidir (Hamzah ve Khalifah, 2009: 10). Toplumun, turizme açılmadan önce doğru soruların sorulması ve cevaplanması toplumun kilit rolünü belirlemeye yarar. Bu sorular genel olarak (Hamzah ve Khalifah, 2009; Pio, 2011);

- Neden turizm? Neden başka ekonomik sektörler olmasın?
- Toplum neden turizme dahil olmalıdır?
- Toplumun halihazırdaki geçim kaynağı nedir?
- Toplumdaki mevcut sosyo-ekonomik durum nedir? (İstihdam düzeyi, ortalama gelir, yoksulluk oranı vb.)
- Toplumun şu anki geçim kaynaklarından uzun dönemli beklentileri nelerdir? (Fırsatlar ve tehditler)
- Mevcut sosyo-ekonomik durumlarından memnunlar mı?
- Değişmek istiyorlar mı? Değişmek istiyorlarsa bunu neden turizm ile yapmak gerekiyor? Farklı sektörlerle de bu yapılamaz mı? şeklinde sıralanabilir.

Yukarıda verilen sorular örnek temel sorular olup, farklı şekillerde daha derinlemesine cevaplar arayan soruların da sorulması gerekmektedir. Ne kadar çok soru sorulur ve derinlemesine tartışılır ise, bu yaklaşıma yönelik güvenilirliği de doğru orantılı olarak artacaktır.

Turizmin rolünün belirlenmesi, toplumun turizm faaliyetlerinden elde edecekleri maddi ve manevi getirilerin belirlendiği aşamadır (Hamzah ve Khalifah, 2009). Turizmin; toplum ekonomisi üzerinde sağlayacağı olumlu yönlerin altının çizilmesi, karlı ve ek bir gelir imkanı sağladığının, doğal ve kültürel kaynakların korunmasında yardımcı bir etken olduğunun ve en önemlisi diğer ekonomik sektörlerin de turizm çatısı altında gelişebileceğinin belirtilmesi büyük önem arz etmektedir (Avcıkurt, 2009: 35).

İlk kademede, sorulan soruların cevapları verildikten sonra mevcut durumun analiz edilmesi gerekir. Mevcut durumun analiz edilmesi için aşağıda verilen maddelerin sağlanması gerekmektedir.

- Toplumun toplum temelli turizmden beklentilerinin neler olduğunu saptamak.
- Toplumun değerlerini, tutumlarını, istek ve kaygılarını belirlemek.
- Turizm için gerekli duyulan işgücünü belirlemek.

2.1.4.4.2. Toplumun Turizm Konusunda Eğitilmesi ve Hazırlanması

Bu aşama, turizm faaliyetlerine dahil olmak isteyen toplumun turizm konusunda bilinçlendirilmesi aşamasıdır. Toplumun bilinçli bir hale gelmesi bir dizi eğitim süreci ile mümkün olacak ve bu eğitimler uzun zaman alabilecektir. Bu eğitimler esnasında da izlenecek belirli bir program oluşturulmalıdır. Bu program aşağıdaki şekilde verildiği gibi gerçekleşebilir (Hamzah ve Khalifah, 2009: 22):

- Potansiyel turizm aktivitelerinin belirlenmesi ve geliştirilmesinin teşvik edilmesi,
- Turizm unsurlarının çevreleri ile bağlantılarının geliştirilmesi,
- Toplumun farklı kesimleri için özel atölyelerin düzenlenmesi,
- Eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi,

- İleri eğitim yöntemlerinin geliştirilmesi ve yürütülmesi,
- Uygulama gezilerinin yapılması,
- Toplum bilincinin oluşturulması,

Potansiyel turizm aktivitelerinin belirlenmesi için toplumdaki bireylerin bir araya gelmesi ve herkesin söz hakkı olarak fikrini belirtmesi gerekir. Daha sonra, ortaya atılan fikirlerin sıralanarak hangilerinin nasıl kullanılacağı üzerinde beyin fırtınası yapılır. Belirlenen turizm aktivitelerinin yapılacağı alanlar arasında bağlantı yollarının geliştirilmesi de gerekmektedir. Ayrıca, farklı alanlarda çalışan bireyler için farklı çalışma alanlarının oluşturulması lazımdır. Aktif olarak rol alacak bireylerin bilgi ve yeteneklerinin gelişmesi için gerekli eğitimlerin verilmesi ve bu eğitimlerin sürekliliğinin sağlanması da önemlidir. Ayrıca ziyaretçilerden önce toplumun kendi bireylerinin, bölgeyi turist gözü ile görmeleri için uygulama gezileri de yapılmalıdır.

2.1.4.4.3. Yönetim Mekanizmasının Kurulması ve Liderin Tanımlanması

Toplum temelli turizm yaklaşımının başarıya ulaşması yönetim / yöneticilere bağlıdır. Toplum temelli turizm yaklaşımında görev alacak yöneticileri / liderleri hükümet tarafından atanmış biri olabilir. Fakat toplumu temsil eden bir liderin, toplumun sözcüsü gibi bu yaklaşımın her aşamasında aktif rol alması gerekmektedir. Toplumun sözcüsü olarak seçilecek liderin kendisinde bulunması gereken bazı özellikler vardır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Hamzah ve Khalifah, 2009: 36):

- Hoşgörülü
- İyi iletişim kurabilen
- Cesaretlendirici / Teşvik eden
- Geleceğe dönük düşünen
- Duyarlı
- Disiplinli
- Becerikli
- Yenilikçi
- Dürüst
- Öngörü sahibi
- Fedakar
- Kendi toplumuna sadık

Yukarıda sıralanan kişilik özelliklerine sahip bir bireyin toplum adına alınan kararlarda toplum adına söz sahibi kişi olarak söz hakkına sahip olması gerekmektedir. Toplumun, lideri oylama ile seçmesi de önemlidir.

2.1.4.4.4. Toplum Örgütlenme ve Geliştirme

Bu aşamada, yönetim mekanizmasındaki ve toplumun belirlediği liderler toplumu örgütlemeli, toplum temelli turizm yaklaşımının planlanmasından, uygulanmasına hatta pazarlanması aşamasına kadar toplumu bu yaklaşıma ortak etmelidir (Pio, 2011: 44). Liderler, toplumdaki herkesi kadından gencine kadar aktif görevlerde çalışmalarını konusunda teşvik etmelidir. Bu aşama kendi içerisinde iki kademe kat edilmelidir. Birinci kademe turistik çekiciliklerin yaşam döngülerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bunun için de öncelikle turistik işletmelerde istihdam edilen görevlilerin yaptıkları işlerde uzmanlaşmaları sağlanmalıdır. Daha sonra çekici unsurların taşıma kapasitelerinin belirlenmesi, taşıma kapasitelerinin zorlandığı, sürdürülebilirliğin tehlikeye girdiği durumlarda hangi hamlelerin yapılması gerektiğinin saptanması gerekmektedir. İkinci kademe, toplum temelli turizm yaklaşımlarında aktif olarak yer alacak bireylerin rollerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, kadınların ve gençlerin kendi yeteneklerine uygun pozisyonlarda istihdam edilmeleri sağlanmalı, gerçekçi hedefleri olan ortak bir vizyon belirlenmeli ve yerel halkın yararlanabileceği ortak bir fon oluşturulmalıdır (Hamzah ve Khalifah, 2009).

2.1.4.4.5. Paydaşların Geliştirilmesi

Burada paydaşlık kelimesinden kasıt sadece ekonomik anlamda olmayıp, kültürel ve sosyal anlamda ortaklık da kastedilmektedir. Ortaklık geliştirilmesi gereken kurum ve kuruluşlar, eğitim kurumları, sivil toplum örgütleri, kamu kurumları ve turizm işletmeleridir (Hamzah ve Khalifah, 2009). Eğitim kurumları ile ortaklık neticesinde, turizmde istihdam edilecek işgörenlerin eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi sağlanacaktır. Sivil toplum örgütleri ile işbirliği neticesinde, turizm kaynaklarının korunması amacıyla projeler oluşturulacak ve sürdürülebilirlik önem kazanacaktır. Kamu kurumları ile ortaklık neticesinde, elde edilen gelirden alınan vergilerde indirim

sağlanacak ve karın büyük bölümü toplum içerisinde kalacaktır. Turizm işletmeleri ile kurulacak ortaklık ise, özellikle bölgeye gelen turist sayısının artırılmasında ve bölgenin tanıtımı konusunda faydalı olacaktır (Pio, 2011: 30-31).

2.1.4.4.6. Bütüncül Bir Yaklaşımın Benimsenmesi

Toplum temelli turizm gibi yaklaşımlar planlanırken sadece ekonomik çıkarlar değil sosyal, doğal ve kültürel çıkarlar da göz önüne alınmalıdır. Planlamalar yapılırken doğal kaynakların korunması hususunda gerekli hassasiyetlerin gösterilmesi, sürdürülebilir gelişmenin sağlanması için gerekli kriterlerin belirtilmesi ve sorumlu turizm anlayışının ön planda tutulması gerekmektedir. Ayrıca diğer ekonomik sektörlerle de bütünleşik bir yapının sağlanması önemlidir. Ziyaretçilerin gereksinim duydukları ve karşılamak istedikleri ihtiyaçları temin edebilecekleri işletmeler de bölgedeki uygun yerlerde faaliyet göstermelidir. Şayet bu sağlanamıyorsa, ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamak için şehre inmek istediklerinde çeşitli kırsal ulaşım araçlarının hazırda bulundurulması ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini olumlu yönde etkileyecektir (Hamzah ve Khalifah, 2009).

2.1.4.4.7. Kaliteli Ürünlerin Planlanması ve Dizaynı

Kaliteli ürünlerin planlanması ve dizaynından önce, var olan turistik kaynakların niteliklerini belirlemek amacıyla bir ürün envanteri çıkartılmalıdır (Hamzah ve Khalifah, 2009). Bu envanterde yer alan ürünler, gerekiyorsa zenginleştirilmeli veya iyileştirilmelidir (Armstrong, 2012: 7). İyileştirilen ve geliştirilen turistik ürünlerin daha sonradan belli bir sistematik içerisinde bölgeye dağıtılması ve bunlar arasındaki bağlantıların sağlamlaştırılması gerekmektedir (López-Guzmán vd., 2011). Ziyaretçilerin konakladıkları yerden diğer bir yere giderken kullanacakları patikalar mümkün olduğunca temizlenmeli ve engebelere arınmalıdır. Ürünlerin eğitici ve eğlendirici özellikleri varsa, bunlar ön planda tutularak ziyaretçilerin olabildiği kadar faydalanabilecekleri şekilde sunulmalıdır (Hamzah ve Khalifah, 2009). Üretilen ürün ne kadar iyi olursa olsun, ziyaretçilerin memnuniyetini sağlamak sadece ürün kalitesi ile değil hizmetin kalitesiyle de ilgilidir. Bu yüzden hizmet kalitesinin en üst düzeyde tutulması gerekmektedir (Satarat, 2010: 117; Değermen, 2005: 73).

2.1.4.4.8. Pazar Talebini Belirleme ve Pazarlama Stratejisini Geliştirme

Ne kadar kaliteli ürüne sahip olunursa olunsun, doğru şekilde ve doğru kişilere pazarlanmadıktan sonra talep görmesi zorlaşır. Var olan ürünlerin niteliği ve niceliğine göre potansiyel pazarlama yöntemleri ile sunulmalıdır. Pazarlamada dağıtım kanallarının iyi analiz edilmesi de aynı şekilde ürünün talebine etki edecektir (Özdede, 2011). Kullanılan reklam kanallarının uygun olması da önemlidir. Örneğin broşür basımı tercih edilmemeli, daha az masrafla daha çok kişiye ulaşmak amaçlanmalıdır. Toplum temelli turizmin gerçekleştiği bölgede modern ulaşım araçlarının yerine binek hayvanları kullanılmalıdır (Altunışık, 2009). Bu tercih, ziyaretçiler için egzotik bir deneyim olduğu kadar motorlu araçlara nazaran daha az masraflı bir yöntem olacaktır (Zengin, 1996: 51). Başarıyı getiren bir diğer pazarlama stratejisi de her hanenin bir seyahat acentesi gibi işlevsel olmasıdır. Her hane ve içinde yaşayan hane halkı beceri ve yeteneklerine göre turistik faaliyetlerde aktif rol almalıdır (Hamzah ve Khalifah, 2009).

2.1.4.4.9. Uygulama ve İşleyişin Takibi

Toplum temelli turizm yaklaşımının planlanması ve gerekli hazırlıkların yapılmasının ardından en büyük öneme sahip aşama uygulama aşamasıdır. Bu aşamaya kadar; hazırlıkların tamamlanması, gerekli eğitimlerin verilmesi, olası aksilikler karşısında neler yapılması gerektiği planlanmıştır. Uygulama aşaması ise planlama aşamasında yapılan hazırlıkların ne derece yeterli olduğunun görüldüğü, teorik olarak tasarlanan uygulamaların pratiğe döküldüğü, varsa eksiklik ve hataların fark edildiği aşamadır. Bu aşamada uygulama kadar uygulamanın işleyişinin takibi de önemlidir. Takip esnasında uygulamada ortaya çıkan en ufak bir hatanın mümkün olduğunca erken fark edilmesi ve aynı şekilde bir an önce hatanın düzeltilmesi gerekmektedir. Fark edilen hatanın kaynağı belirlenmeli, bir daha tekrar etmemesi için gerekli önlemler alınmalıdır. Bu şekilde toplum temelli turizm yaklaşımının sürdürülebilirliği güvence altına alınabilir (Asker ve Paddon, 2010: 36)

2.2. TURİST REHBERLİĞİ

Günümüzde insanların sahip oldukları serbest zamanlarının artması ve ekonomik refah düzeylerinin yükselmesiyle birlikte dünyada seyahat eden ve turizm faaliyetlerine katılanların sayılarında artış yaşanmıştır (MEGEP, 2013: 17; Eker ve Zengin, 2016: 65). Dünya genelinde turizm faaliyetlerine katılanların sayıları 1950’lerde yaklaşık 25 milyon iken bu sayı 2015 yılında 1 milyar 184 milyonu bulmuş olup 2030 yılına kadar bu sayının 1 milyar 800 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2016). Dolayısıyla insana dayalı hizmet sunan turizm sektöründe özellikle insanlar aracılığıyla verilen hizmetlerin kalitesinde iyileştirme yoluna gidilerek rekabet kavramı üzerinde daha çok durulmuştur (MEGEP, 2013: 17) Bu bağlamda ev sahibi ülkenin görünen yüzü, elçisi konumundaki turist rehberi önemli bir aracı rol üstlenmektedir (Kargı, 2009: 1348; Arslantürk, 2003: 36-37; Köroğlu, 2011: 224; Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013: 112; Özdemir, 2016: 2). Turist Rehberliği mesleğinin taşıdığı bu önem nedeniyle yasal altyapı oluşturulması gerekliliği ortaya çıkmış, bu kapsamda ilk olarak 07.06.2012 Tarih ve 6326 Sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” çıkarılmıştır (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012). Bu bölümde, Mak ve arkadaşlarının (2011) deyimi ile turizm endüstrisinin “Cinderella’sı” olan turist rehberliği mesleği üzerinde durulacaktır.

2.2.1. Turist Rehberliği Kavramı

Türk Dil Kurumu’na (TDK) göre rehber, kılavuzluk eden, birinin doğruyu bulmasına yardım eden, yol gösteren kimse olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2015). Bu tanımdan yola çıkarak turist rehberi, turizmle ilgili konularda yol gösteren kişi olarak tanımlanabilir (Yazıcıoğlu vd., 2008: 3). Batman’a (2003) göre, turist rehberi, rehberlik mesleğinin gereği olan ruhsatnamesini taşıyan, ülkesinin tarihini, coğrafyasını, idari yapısını, gelenek ve göreneklerini, kültürünü, antik dönem yapılarını kısacası maddi ve manevi bütün nitelik ve niceliklerini turistlere aktarmayı meslek olarak seçmiş kişidir.

Oxford sözlüğüne göre rehber, diğerlerine özellikle davranış ve inanışlar konusunda tavsiyelerde bulunan, yol gösteren kişidir (Oxford, 2015). Turist rehberi ise, özellikle farklı bir ülkede gezinen kişilere kılavuzluk eden, yol gösteren, turiste görülmesi gereken yerleri göstermek için tutulan kişi olarak tanımlanmaktadır (Çetin ve Kızılırmak, 2012: 308).

Rabotic (2008), turist rehberini “belli bir yerin coğrafik ve kültürel karakteristiklerini açıklayan ve manzarayı sunan profesyoneller” olarak tanımlamaktadır.

Dünya Turist Rehberleri Federasyonları Birliği’nin (*World Federation of Tourist Guide Associations – WFTGA*) tanımına göre; turist rehberleri; turistlere seçtikleri dilde liderlik yapan, uygun donanımına sahip, gezilen destinasyonun kültürel ve doğal miraslarını onlara aktaran ve gezilen bölgenin yönetimi tarafından rehberlik mesleğini icra etmesinde herhangi bir engel olmayan kişilerdir (WFTGA, 2013).

Birçok araştırmacının yaptığı tanımına göre turist rehberi, yerli veya yabancı ziyaretçilere, kendilerinin tercih ettiği bir dilde, bir destinasyonda bulunan anıtlar, müzeler, doğal güzellikler ve kültürel unsurlar ve tarihi mekanlarda kılavuzluk eden ve bu esnada ziyaretçilerin sıkılmayacağı bir şekilde yorumlayarak aktaran kişidir (Usta, 1992: 167; Oral vd., 1994: 122; Sezgin, 2001: 18; Tosun ve Temizkan, 2004: 356; Hacıoğlu, 2008: 244; Kargı, 2009: 1348; Müküs, 2009: 4; Aktaş ve Batman, 2010: 379).

6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanununda turist rehberi, söz konusu Kanun kapsamında gerekli vecibeleri yerine getirmiş ve mesleğe kabul edilmiş, bu mesleği yerine getirme hak ve yetisine sahip olan kişi olarak tanımlanmaktadır. Burada sözü geçen rehberlik hizmeti, herhangi bir seyahat acentasının yürüteceği bir işi yapmamak kaydıyla bireysel veya grup olarak tura çıkmış olan yerli veya yabancı turistlere destinasyona ev sahipliği yapan ülkenin maddi ve manevi değerlerini paket turda belirtildiği gibi yerine getirilmesi ve tur programının yönetilmesi şeklinde açıklanmıştır (6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012).

Kültür ve Turizm Bakanlığı turist rehberlerini, ülkeyi beraberinde tura çıktığı gruba en iyi şekilde tanıtacak, gezi süresince onlarla ilgilenecek, ortaya çıkabilecek

sorunlarda yardımcı olabilecek profesyoneller olarak tanımlamaktadır.(Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2013).

Ahipaşaoğlu (2006) turist rehberini, belirlenen program dahilinde kılavuzluk eden, programın kapsadığı destinasyonlar hakkında tercih ettikleri dilde doğru bilgiler veren, turistlerin ülke veya bölgenin sosyo-ekonomik ve kültürel anlamda doğru izlenimler almasını sağlayan kişi olarak tanımlamıştır.

Temizkan'a (2010) göre; rehberler, ülkesini ve halkını tanıtan, turistlerin merak ettikleri konular hakkında kendisine yönettiği sorulara cevap veren ve turistlerin ön yargılarını yok edebilme yetisine sahip, ülkesini ve milletini en iyi temsil eden kişidir.

Turist rehberi, Türkiye'yi ve Türkleri yerli ve yabancı turistlere en iyi şekilde tanıtmayı amaç olarak edinmiş, eşlik ettiği kişilere gezileri boyunca yardımcı olan ve en doğru bilgileri vermeye çalışan, Kültür ve Turizm Bakanlığının verdiği belgeye sahip kişidir (Yelkenkaya ve Hakdüken, 2005: 136).

Çimrin (1995), Değirmencioğlu (2001a; 2001b) turist rehberini; turist, ziyaretçi veya konuklara eşlik eden, onlara ülkenin maddi ve manevi değerleri (gelenek, görenek, folklor, türbe, mabet, tarihi eserler, sanat eserler, sit alanları, doğal çekicilikler, ulaştırma, eğlence mekanları, konaklama imkanları vb.) hatta sportif imkanlar (avcılık, kayak vb.) hakkında bilgi veren, gezdiren ve temaslarda bulunan kişiler olarak tanımlamaktadır.

Yarcan'a (2007) göre turist rehberliği birebir ilişkilerin yoğun şekilde yaşandığı, mesleki getirisi ve doyumu yüksek bir meslektir ve işini seven, mesleki anlamda gelişimine önem veren bireyler için zevkli bir mesleki alandır.

Eker ve Zengin (2016) ise turist rehberini, turistlerin ilk karşılaştıkları, ilk izlenim edindikleri, en fazla vakit geçirdikleri, destinasyon hakkında bilgi aldıkları, yardımlaşıp konuştukları, kimi zamanda sorunlarını paylaştıkları kişiler olarak tanımlamıştır.

Sarbey (1985) turist rehberini, her ölçüye, yaşa, şekle, seviyeye ve zekaya göre davranabilen insan olarak tanımlamakta ve dünyada rehberlerin en bilgili ve eğitimli kişiler arasında olduğunu savunmaktadır (Akt. Büyükkuru, 2015).

Ahipaşaoğlu'nun (2006) yaptığı bir diğer rehber tanımı ise; turistlerin seyahatleri süresince onlarla iletişim içerisinde olan, turistlerin destinasyona varış anından kendi ülkelerine doğru harekete geçinceye kadar olan organizasyona liderlik eden, gezilen ve görülen yerleri tüm yönleriyle turistlere tanıtan, turistlerin seyahatleri boyunca eğlenceli zaman geçirmesini sağlayan, ortaya çıkabilecek sorunlarda onlara yardımcı olan ve tur boyunca haklarını gözetken kimsedir.

Turist rehberi, zaman zaman seyahat sektöründeki diğer görevlilerle (otel rehberi ve transfer görevlisi gibi) karıştırılmaktadır. (Zhang ve Chow, 2004; Korkmaz vd., 2010; Köroğlu, 2011). Tosun ve Temizkan (2004) ve Köroğlu (2011) bu terimler arasındaki karışıklığın önüne geçmek adına öncelikle rehberin kim olmadığı konusu üzerinde durmuş ve bazı önemli noktalara değinmişlerdir. Bunlardan birincisi, müze veya ören yerlerinin çevresinde bekleyen, turistlerle iletişime geçmek için fırsat kollayan, amacı bilgi vermek bahanesi ile yabancı dilini geliştirmek veya daha önceden anlaşmış olduğu bir alışveriş merkezine çekmek amacındaki kimseler turist rehberi değildir. İkincisi, turistlere havalimanından konaklama yapacağı yere kadar refakat eden, transferleri esnasında yanlarında bulunan kişiler turist rehberi değildir. Üçüncüsü, bir acenta bünyesinde çalışmakta olan, turistlere seyahatleri esnasında eşlik eden fakat rehberlik ruhsatnamesine sahip olmayan kişiler turist rehberi değildir. Dördüncüsü, yabancı bir tur operatörüne bağlı olarak çalışan ve yurtdışından gelen turist grubuna acentası adına eşlik eden ve bilgi aktaran kişiler turist rehberi değildir.

2.2.2. Turist Rehberliğinin Önemi

Özellikle ekonomik açıdan büyümesini turizme bağlamış ülkeler, turistlerin tercih ettiği destinasyonun kendileri olması için stratejiler geliştirmektedir. Bunun için de sahip oldukları imajı güçlendirmeyi birincil strateji olarak belirlemişlerdir (Köroğlu, 2011: 233). Turist rehberleri, bir ülkeden turistin memnun olarak ayrılmasında ve ülke hakkında olumlu bir imaj sahibi olmasında önemli bir aracıdır (Ap ve Wong, 2001; Ahipaşaoğlu, 2002; 221; Kuşluvan ve Çeşmeci, 2002; Gül, 2012: 64; Demirbulat ve Karaman, 2014: 43; Arslantürk, 2016: 187). Rehberin eğitim kalitesinin yüksek olduğunu gören turist, o rehberin penceresinden ülke turizmi hakkında da olumlu yargılara sahip olacaktır (Soykan, 2002: 100).

Jensen (2010), Kong ve arkadaşları (2009) ve Oschell (2009) turist rehberlerini turistlere verilen çeşitli hizmetler arasında bir tampon ve kültürel - sosyal arabulucular olarak nitelendirmiştir. Turist rehberi, turistin karşısına çıkan ve ülkeden ayrılıncaya dek onunla birebir iletişim içerisinde bulunan bir iyi niyet elçisidir. Bu süre zarfında giyinişinden konuşmasına, hal ve hareketlerinden karşısındaki insana karşı tutumuna, yemek yiyişinden adap kurallarına uyuşuna kadar turistin gözünde ülkenin kişiliğe bürünmüş hali olarak beliren rehberlik mesleğinin önemi aşıkardır (Akbulut, 2006: 35; Batman vd., 2000: 3). Rehberlerin mesleğini icra ederken sergilediği her tavır, hal ve hareket, turistlere ülkeyle ilgili bilgiler verir (Nebioğlu, 2013: 2).

Dahles (2002) rehberlerin özellikle tarihi yerleri yorumlamada kritik öneme sahip kişiler olduğunun altını çizerek, turistlerin kalış sürelerini etkilemede ve turist-yerel halk ilişkilerinde stratejik öneme sahip olduğunu belirtmiştir. Tarihi, turistik, kültürel ve doğal açıdan görülmesi gereken yerleri gezdiren ve turistlere bilgi aktaran rehberler, turistlerle birlikte oldukları süre zarfında ülke ve halkı tanıtacak, turistlerin zihinlerinde bulunan ön yargıları yok edebilecek, sahip oldukları yanlış bilgileri düzeltebilecek kişilerdir ve kısaca mensup oldukları ülke ve millet adına önemli bir elçilik görevi üstlenmektedirler (Temizkan, 2005: 40; Toker, 2011: 45).

Turist rehberi, tur operatörleri ve acentaların satmış oldukları paket turların başarısını büyük ölçüde belirleyen kişilerdir. Bunun sebebi, turun başlangıcından bitimine kadar turistlerle birlikte olmaları, paket turun bir parçası olarak paydaşlar ve turistler hakkındaki en doğru bilgileri edinebilmeleri, istenmeyen bir durumun çözümünde kilit rol üstlenmeleridir (Aslan ve Çokal, 2016; Korkmaz vd., 2010: 136).

Turist rehberinin en temel rolü geziyi kolaylaştırmaktır (Öter, 2007: 65). Turizmdeki temel amaç, insanların alışlagelmiş hayatlarından sıkılarak değişik tatlar aradıkları, gezip görmek, eğlenmek amacıyla gittikleri ülkede mutluluğa ulaşmalarını sağlamaktır. Yaşanacak en ufak sorunda turistlerin hayal kırıklığına uğramaması, turun mümkün olduğu kadar eğlenceli ve güzel geçmesi için onlara yol gösteren rehberlerin eşliğinde turların düzenlenmesi büyük önem arz etmektedir (Temizkan, 2005: 40).

Rehberler tur sırasında birlikte çalışılan işletmeler hakkında yaptıkları gözlemler sonucu izlenimlerini tur operatörlerine bildirerek önemli bir geri bildirim işlevini

yerine getirirler. İyi bir rehberin getireceği bilgiler tur operatörünün gelecekte yapacağı çalışmalara da önemli ölçüde ışık tutacak, yol gösterecek, pazarlama faaliyetlerine olumlu katkılarda bulunacaktır (Ahipaşaoğlu, 2006: 139; Yıldırım ve Atay, 1997: 85).

Kitle turizminin artışı ile birlikte insanların seyahat acentalarına olan ilgisi de artmıştır. Özellikle bu noktada çeşitli pazarlama faaliyetleri neticesinde kazanılan müşterilerin elde tutulabilmesi ve müşteri bağlılığının sağlanması adına Acentalar turist rehberlerine ihtiyaç duymaktadır. Acentanın satmış olduğu bir turun daha iyi geçmesi ya da daha kötü geçmesi turist rehberinin elindedir (Batman vd., 2001: 3). Yani turistlerin satın aldıkları turdan tatmin olmaları (Kaya ve Özhan, 2012: 110) veya hayal kırıklığı yaşamaları tamamen turist rehberine bağlıdır. Dolayısıyla turist rehberleri ülke imajını biçimlendiren birer elçidir (Koroğlu, 2011: 231; Şahin ve Avcıkurt, 2013: 305). Rehberler, yerel halkın kültürünü turistlere aktaran kişi olarak turist ile yerel halk arasındaki ilişkinin niteliğini tayin eden en etkili kişilerdir (Huang vd., 2010: 6; Şahin, 2012: 28).

Araştırmacılar turistlerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde rehberin vermiş olduğu hizmetin kalitesinin kilit rol oynadığını keşfetmişlerdir (Güzel, 2007: 8; İşler ve Güzel, 2014: 126). Turist rehberinin tur esnasında üstlenmiş olduğu roller (öğreticilik, aracılık, satış elemanlığı, yardımcılık, kültür elçiliği vb.) göz önüne alındığında rehberlerin turizm pazarlamasında ne derece önemli bir etkiye sahip olduğu daha net anlaşılmaktadır (Korkmaz vd., 2010: 135).

Ülkeye ayak basan bir turist grubu karşılarında ilk kez, gezileri boyunca kendilerine eşlik edecek olan rehberi bulurlar (Yarcan, 1993: 40). Böylece gruplarla rehber arasındaki ilk iletişimde başlamış olur. İlk izlenim kalıcı ve son derece önemlidir. Rehberin ilk andaki davranışı, görüntüsü, centilmenliği, becerisi ve kişisel özellikleri, tur boyunca sürececek bir izlenim yaratacaktır. Özellikle ilk kez ülkeye gelen bir grup, ülke hakkında genel izlenimlere onun şahsında ulaşacaktır. İçerisine yeni girdiği bu toplumu daha çok rehberin bırakacağı imajla özdeşleştirecektir. Turistin edindiği ilk izlenim ve turistte oluşan son kanaat tamamen rehberin elindedir (Değirmencioğlu, 1998; Karaçal ve Demirtaş, 2002).

2.2.3. Rehberlik Mesleğinin Özellikleri

Rehberlik mesleği, aynı anda birçok rolü yerine getirmeyi gereken bir meslektir (Randall ve Rollins, 2009: 359; Acar, 2014; Ying ve Simkin, 2009; Olcay vd., 2015). Turist rehberliği, üstlenilen her rolü hassasiyet içerisinde tüm detaylarına dikkat ederek icra edilen bir meslektir. Rehber, anlatacağı konu hakkında herhangi bir bilgisi olmayan kişilere ilk kez duyacakları olaylar örgüsünü onları sıkmadan, detayları atlamadan en doğru şekilde ve dinleyende ilgi uyandıracak biçimde anlatma yetisine sahip olmalıdır (Avcıkurt, 2009; Şahin, 2012). Turist rehberliği mesleği birçok yetenek ve kişisel özelliklerin bir arada barındırılması gereken bir meslektir (Ar ve Uğuz, 2015). Genel olarak insanlar tarafından zevkli ve zorluk barındırmayan bir meslek dalı olarak görünse dahi aslında birçok sorumluluk ve zorlukları olan bir meslektir. Bahsi geçen zorluklar ve sorumluluklardan bazıları aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Ahipaşaoğlu, 1997; Ahipaşaoğlu, 2001; Batman vd., 2001; Polat, 2001):

- İlk olarak, turist rehberliği mesleği özellikle zorlu doğa koşullarında yapılacak turlara dayanabilecek bir fiziki yeterlilik gerektirmektedir.

- Rehberlik mesleği tekdüzeliğe ve kendini tekrar etmeye izin vermeyen bir meslektir. Turist rehberinin kendisini yenilemesi, güncellemesi, her fırsatta bilgilerini taze tutması gerekmektedir.

- Kişilik olarak, rehberlik mesleğini yapacak kişinin bu mesleğe yatkın olması gerekmektedir. Turist rehberinin grup önünde konuşmaktan çekinmemesi, konuşurken duraksamaması, güzel ve etkili konuşması, insanları etkileme ve onlarla iletişime geçme konusunda yeterli olması gerekmektedir.

- Turist rehberliği mesleği dışarıdan gelen etkilere (ekonomik kriz, doğal afetler, terör saldırıları vb.) fazlasıyla açık bir meslektir.

- Turist rehberleri birçok kişisel vasıfları (liderlik, elçilik, mizah kabiliyeti, bilgi aktarıcılık, iletişim kurabilme, kararlılık, sabır ve anlayış vb.) üzerinde bulundurmalıdır.

Eğlendirici, eğlenirken para kazandırıcı özelliği ve insanların aktif olarak sosyal bir ortamda bulunmalarını gerektiren bir iş olması nedeni ile rehberlik mesleği birçok kişi için cazip gelen bir meslek dalıdır. Dışarıdan bakıldığında her ne kadar turist

rehberliği mesleği kulağa hoş gelen, rehberlerin çalışmaktan ziyade eğlendikleri ve üstüne para kazandıkları bir meslek olarak görünse dahi aslında durum çok farklıdır (Güzel, 2007: 34). Yoğun bir bilgi birikimini gerektiren profesyonel turist rehberliği mesleğinin kendine has özellikleri vardır. Aşağıda açıklanan bu özelliklerden dolayı rehberlik mesleği olumlu ve olumsuz yönde etkilenebilmektedir (Yazıcıoğlu vd., 2008; Tangüler, 2002).

Çalışma saatleri açısından rehberlik, uzun ve değişken çalışma saatleri olan bir meslektir. Rehberler zaman zaman günde 15-16 saat çalışmak durumunda olabilmektedir. Çalışma saatlerinin bu denli değişkenliği bu mesleği istenilen bir meslek olmaktan çıkarabilmektedir. Genellikle, alışma saatleri sabahın ilk ışıklarında başlar ve gece yarısına kadar devam eder. Özellikle turlara olan talebin yoğun olduğu zamanlarda rehberler fiziksel ve zihinsel olarak çok zorlanmaktadır. Ayrıca alışma saatlerindeki bu düzensizliğin rehberlerin düzenli bir aile yaşantısının olmasını zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla rehberlik bir meslek olmaktan ziyade bir yaşam biçimi haline gelebilmektedir. Rehberlik mesleği günün tüm saatleri boyunca görev başında olmayı gerektiren bir meslektir ve rehberlerin özel yaşantıları her zaman turdakilerin gözü önünde olabilmektedir (Tangüler, 2002; Batman, 2003; Yarcan, 2007; Güzel vd., 2014).

Turist rehberliği mesleğine gelir açısından bakıldığında, geleneksel olarak rehberlik mesleği ikinci bir iş ve ek gelir kapısı olarak görülen bir meslektir. Rehberlik mesleği ile hayatlarını kazanabilecek konuma gelen insanlar genellikle 3-5 yıl çok sıkı bir şekilde çalışıp, daha sonra rehberlikle ilişkili başka alanlara geçiş yapmaktadırlar (Tangüler, 2002: 41-42). TUREB'in 2003 yılında yaptığı bir araştırmada rehberlerin %40'ının rehberlik dışında farklı bir iş yaptığı bunların ise sadece %4'nn turizmle ilgili işler olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Temizkan, 2010: 70). Rehberlerin en önemli gelir kaynaklarından biri bahşiştir ve Avustralya gibi bahşişin resmi olarak benimsenmediği ülkelerde dahi bahşiş, rehber gelirlerinin büyük bölümünü oluşturmaktadır (Güzel, 2007: 34). Gönüllü bir harcama türü olan bahşiş, halihazırda zorunlu olarak verilmesi gereken bir hizmetin dikkatlice ve özenle verilmesinden hoşnut olan bireyin hizmeti sunan kişiye maddi bir jest yapmasıdır. Bu bahşişin miktarı bireyin o anki maddi ve psikolojik durumuna göre değişiklik göstermektedir (Tetik, 2006: 7). Rehberler için bir diğer gelir kaynağı ise satışlardan elde ettikleri

komisyondur. Tura katılanların tur esnasında herhangi bir alışveriş yapmaları için bir zorunluluk yoktur. Ancak pazarlama stratejisi olarak müşteri profili zengin olan turistlerin yapabilecekleri alışverişleri göz önünde bulunduran acentalar tur fiyatlarını daha düşük tutabilmektedir. Bu durumda turistlerin yaptıkları alışverişlerden elde edecekleri komisyonlar rehber ve acentaların ortak geliri durumuna gelmektedir. Ayrıca rehberler, serbest meslek erbabı olarak göründükleri için vergi indirimlerinden yararlanabilmenin yanı sıra, bir acente adına çalışıyorlarsa, emeklilik ve sağlık sigortasına sahip olabilmeye hakkını elde edebilmektedir (Tangüler, 2002: 42).

Rehberlik mesleğinin sezonluk olması, rehberlerin yıl boyunca düzenli bir iş yapmalarını zorlaştırmakta, turizm sezonu dışında kalan zamanlarda başla bir işle meşgul olmalarını zorunlu kılmaktadır. Bunun yanı sıra turistik talebin az olduğu sezonlarda da bağlantıları ve çevreleri geniş olan tecrübeli rehberler çıkacak turlar bulabilirken, çoğu rehber tur bulmakta zorlanmaktadır. Yıl boyunca turist çeken cazibe merkezlerinin sayısı oldukça sınırlıdır. Rehber sayısı planlaması yapılırken turizmin en yoğun olduğu sezonlarda elde edilen veriler ışığında belirlenmelidir (Tangüler, 2002: 43). Genelde seyahat acentaları turistik talebin düşük olduğu sezonlarda bir sonraki sezonla kendileri ile çalıp çalışmayacağından emin olmadıkları rehberlere para vermek istemezler. Dolayısıyla bu gibi durumlar rehberlerin gelirlerinin sürekliliği ve iş güvencesi konusunda sorun yaşamalarına neden olmaktadır (Polat, 2001: 75; Ahıpaşaoğlu, 2006: 146-147).

Turist rehberliği mesleğinin fiziksel güce dayalı olması, bu mesleğin bir diğer zorluklarından biridir. Turistik faaliyetlerin vazgeçilmezi olan rehberlerin tur esnasında ağır ve yıpratıcı görevlerden birini yeri getirdiği bilinmektedir (Değirmencioğlu, 2003: 22; Güzel, 2007: 36). Turlarda ziyaret edilen ören yerlerinin çoğunluğu dik yamaçlar üzerine kurulmuştur. Dolayısıyla bir rehber yaşı kaç olursa olsun genç turistlere taş çıkartmak zorundadır (Ahıpaşaoğlu, 2006: 145). Rehber, tur boyunca gruptakilerden erken kalkar, daha çok stres çeker. Bu özelliğinden dolayı rehberlik sadece gençlik yıllarında yapılacak bir meslek olarak görülmektedir (Akbulut, 2006: 57; Güzel, 2007: 36; Köroğlu, 2011: 258; Çetin ve Kızılırmak, 2012).

Turist rehberliği mesleği iş güvencesi en düşük meslek dallarından biridir (Güzel, 2007: 36). Paket tur düzenleyip satan acentalar ve tur operatörleri kar amacı

güden işletmelerdir. Bu işletmeler, karın sürekliliğini sağlamak için hazırladıkları paket turu idare edebilecek, güvendikleri rehberlere grubu emanet etmek ister. Elbette bunun yanı sıra elde ettikleri gelirin olabildiği kadar fazla miktarını ellerinde tutmayı ve dolayısıyla boş yere hiçbir personeline ücret ödemeyi istemezler. Bu yüzden genellikle geçici personeller istihdam ederler. Bu geçici personellerden biri de turist rehberleridir. Turist rehberlerini de işe alırken mülakattan geçirerek onlardan referans isterler. Bu durum, özellikle mesleğe yeni adım atan rehberler için bir engel teşkil etmektedir (Ahipaşaoğlu, 2006: 147; Tetik, 2006: 10). Turist rehberleri yoğun sezonda iş bulamadıkları takdirde herhangi bir gelir ve dolayısıyla sosyal güvence elde edememektedir. Bu durumdan faydalanmak isteyen acentalar, rehberleri daha düşük ücretlerle ya da sosyal güvencesiz çalıştırmakta, hatta zaman zaman ruhsatnamesi olmayan rehber çalıştırabilmektedirler (Güzel, 2007: 37; Köroğlu, 2011: 259).

Turist rehberliği mesleği bireye psikolojik tatmin sağlayan ve bir anda ortaya çıkan olumsuz durumlara karşı nasıl davranılacağı konusunda tecrübe kazandıran bir meslektir. Tur esnasında zaman zaman istenmedik durumlarla karşılaşabilmektedir. Rehber bu durumlarda, sabırlı olmak, gruptakileri sakinleştirebilmek, öfkeli birinin öfkesini dindirebilmek, araçtaki herhangi bir arıza durumunda gerginliğin önlenmesi için grubu eğlendirebilmek, istenmeyen bir duruma odaklanmamaları için grubun dikkatini başka bir yöne çekmek gibi becerilerini geliştirebilmedir. Dolayısıyla birçok insanın düşündüğü gibi rehberlik mesleği sadece grubu gezdirmek, macera ve eğlence dolu zaman geçirip bunun üstüne de gelir elde etmek değildir (Tangüler, 2002: 44; Tetik, 2006: 11).

Turist rehberliği mesleği dışsal faktörlere en açık mesleklerden biridir. Rehber her ne kadar donanımlı, bilgi ve beceri sahibi de olsa dıştan gelen engellere daima açıktır. Örneğin tur esnasında otobüsün tekerinin patlaması, dolayısıyla paket turda belirtilen bir yerin yaşanan zaman kaybı nedeni ile görülememesinden doğan gruptaki öfkeye maruz kalacak olan kişi rehberdir. Ülkesel ölçekte çıkabilecek bir kriz, bir doğal afet, bir terör olayı turistik faaliyetleri neredeyse tamamen bitirecektir. Destinasyonun olduğu ülkedeki sorunlar kadar, turist gönderen ülkedeki sorunlar da yine turistlerin ülkeye gelmelerinde azalmaya yol açacak ve rehberlerin iş ve dolayısıyla gelir elde etmeleri zorlaşacaktır (Ahipaşaoğlu, 2006: 148; Akbulut, 2006: 58).

Turist rehberliği mesleğinin zorluklarından biri de, gerek yoğun iş temposu içerisinde gerekse tur dışındaki zamanlarda sürekli kendilerini yenileme zorunluluğudur. Turist rehberliği disiplinler arası bir çalışma koludur. Ülkesini tanıtan rehber, ülkesi ile ilgili sosyal, ekonomik, teknik vb. alanlardaki tüm yenilikleri takip etmelidir. Diğer birçok meslekte olduğu gibi sadece kendi alanına ilişkin gelişmeleri değil kendi çalışma alanına girebilecek 24 farklı disiplinde bütün gelişmeleri takip etmek zorundadır (Polat, 2001: 76; Ahipaşaoğlu, 2006: 148). Turist rehberleri gruptakilerden kendisine sorulan herhangi bir konuda yetersiz kalmamak için, sürekli okumalı ve bilgilerini sürekli güncel tutmalıdır (Güzel, 2007: 38).

Turist rehberliği mesleği emekliliğin olmadığu ya da çok geciktiğu bir meslektir. Türkiye’de rehberler çoğunlukla kendi adına çalışan serbest meslek erbabı kişiler olarak görülen kişilerdir. Küresel ölçekte ise, tura çıktıkları gün sayısı kadar sigortalanan çalışanlardır (Ahipaşaoğlu, 2006: 149). Bunun yanı sıra kimi rehberler yakın oldukları bazı acentalarla anlaşarak onların bordrolarında SSK’ya bağlı olarak çalışmaktadır. Yine de sayısal veriler göz önüne alındığında sosyal güvenceye sahip rehberlerin sayıları oldukça azdır. Bu nedenle rehberlerin yaşlanması ya da herhangi bir sağlık sorunu yaşamaları durumunda bir sosyal güvencelerinin olmaması rehberler için çok büyük bir sorun teşkil etmektedir (Güzel, 2007: 38).

2.2.4. Turist Rehberinin Görevleri

Turist rehberinin asli görevi ülkeyi ve turizmini tanıtmak, bu konuda bilgiler vermektir (Demircan, 2007: 16). Uluslararası Tur Yöneticileri Birliği’ne göre bir turist rehberinin görevi; turistlere gezilen ve görülen yerlerde, rehberlik etmek, turistlerin tercih ettiğu dilde onlara ülkenin tarihi, turistik, kültürel ve doğal mirası hakkında bilgiler aktarmaktır (Köroğlu, 2011: 235). Birçok araştırmada da rehberlerin birincil görevi bilgi vermek olarak tanımlanmıştır (Tetik, 2006: 26).

Turist rehberleri tur esnasında gruptakilerin gezip gördükleri yerler ve edindikleri bilgilerden duydukları hazzın niteliğini artırmakta kilit rol oynayan kişilerdir (Black ve Weiler, 2005). Gruptakilerin beklentilerini saptamak ve bu beklentileri karşılayacak hizmetin sunulmasında kendileri ile yüz yüze iletişim kuran ve ortaya çıkacak istenmeyen bir durum karşısında sorunların üzümünde ön ayak

olacak kişilere duyulan ihtiyaç oldukça önemlidir. Bu yüzden turist rehberleri, ülkesinin değerlerini en iyi şekilde aktarmanın yanı sıra ülkenin iç ve dış politikasından, mimarisine, sosyal yaşantısından, ekonomik yapısına, kültürel öğelerinden doğal güzelliklerine kadar birçok şeyi bilmelerinin yanında gruptakilerin istek ve beklentilerini doğru şekilde saptayabilecek ve bu istekleri karşılayabilmek gibi önemli sorumluluklar üstlenmiştir (Gündüz, 2002: 243).

Yıldız ve Utku Demirel (2008) turist rehberlerinin görevlerini; ülkesini ve milletini en iyi şekilde tanıtmak, özel hayatına dikkat etmek ve bunu işine yansıtılmamak, kanun ve yönetmelikte belirlenen yevmiyelerin altında bir ücretle çalışmamak, meslek onur ve saygınlığını zedeleyecek hal ve hareketlerden kaçınmak, aldığı tur dosyasının gerekliliklerini harfiyen yerine getirmek ve turun başarısını olumsuz etkileyebilecek her türlü uygulamaya karşı çıkmak şeklinde sıralamıştır.

Çizelge 9. Çeşitli Araştırmacıların Rehberlerin Görevlerini Göz Önüne Alarak Kullandıkları Tanımlamalar

Tanım	Roles	Araştırmacı	Yıl
Aktör	Actor	Holloway	1981
Elçi	Ambassador	Holloway	1981
Tampon	Buffer	Schmidt	1979
		Pearce	1982
	Caretaker	Fine ve Speer	1985
	Catalyst	Holloway	1981
Kültür Sımsarı	Culture Broker	Holloway	1981
		Katz	1985
Bilgi Verici	Information Giver	Holloway	1981
		Hughes	1991
Aracı	Intermediary	Schmidt	1979
		Ryan ve Dewar	1995
Yorumcu/Çevirmen	Interpreter/Translator	Almagador	1985
		Holloway	1981
		Katz	1985
		Ryan ve Dewar	1995
Lider	Leader	Cohen	1985
		Geva ve Goldman	1991
Aracı	Mediator	Schmidt	1979
		Holloway	1981
		Cohen	1985
		Katz	1985

Çizelge 9 Devam

Aracı	Middleman	Van den Berghe	1980
	Organizer	Hughes	1991
		Pearce	1982
		Schuchat	1983
Satış Elemanı	Salesperson	Fine ve Speer	1985
		Gronroos	1978
	Shaman	Schmidt	1979
Öğretmen	Teacher	Holloway	1981
		Pearce	1982
		Fine ve Speer	1985
		Manchini	2001

Kaynak: Zhang, Hanqin Q. ve Ivy, Chow. (2004). “Application of Importance-Performance Model In Tour Guides’ Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors In Hong Kong”, *Tourism Management*, 25(1), 81-91.

2.2.5. Turist Rehberinin Sahip Olması Gereken Özellikler

Rehberlik mesleği, meslekte tam anlamı ile mükemmeli yakalamanın en zor olduğu mesleklerden biridir. Dolayısıyla bazı rehberler dışa dönüklük, bilgi aktarımında profesyonellik gibi konularda, bazıları da karşılaşılan problemleri çözmedeki ustalıkları ile mükemmelliğe yaklaşmışlardır. Bazı tur operatörleri veya acenteler hazırladıkları paket turları yönetmek için turlarda şarkı söyleyebilen, eğlendirici fıkralar anlatabilen, grupla oyunlar oynayabilen adeta bir animasyon uzmanı tercih ederken bazıları da aktarılan tarihi, kültürel, doğal ve turistik bilgileri gruba iyi aşılayabilen rehberleri tercih etmektedir. Bir nevi tur operatörleri ve acentalar, gruplarına rehberlik edecek kişi seçerken, rehberlerin sahip olduğu bilgi beceri ve nitelikleri göz önüne almaktadır (Tangüler, 2002: 8).

Turistlerin ülkeye ayak bastıkları andan itibaren karşılaştıkları ilk kişi ve onlara turları boyunca eşlik eden, karşılaşılan problemlerle başa çıkmada onlara yol gösteren rehberlerdir. Ülkelerin turizm elçisi olarak nitelendirebileceğimiz rehberler (Yu vd., 2001: 77; Şahin ve Acun, 2016: 565), tutum ve davranış, konuşma, giyim ve bilgisi ile turistlerin ilk izlenimlerine yön veren, ülke imajının turistler tarafından iyi ya da kötü algılanmasında kilit rol üstlenen kişilerdir. Bu rolü üstlenecek kişilerin sahip olması

gereken özellikler (bilgi, beceri, nitelik ve fiziksel özellikler) aşağıda sıralanmıştır (Bowie ve Chang, 2005: 300; Güzel, 2007: 12).

Şenel (2011), turistin memnun ayrılmasındaki en önemli etkenlerin rehberin sahip olduğu bilgi, beceri, tutum ve davranışlarının olduğunu dile getirmiştir. Bu bilgi, beceri, tutum ve davranışlar aşağıda sıralanmıştır.

2.2.5.1 Bilgi

Rehber, ülkesini tanıttak kişidir. Bu tanıtımı yaparken ülkesinin coğrafyasını, flora ve faunasını, tarihini, kültürünü, sosyal ve ekonomik yapısını, ülkenin iç ve dış politikasını bilmek zorundadır. Turistler geldikleri ülkeyi tanımak, keşfetmek, bazen de önyargılarını, kulaktan dolma bilgilerini tartışmak isteyecektir (Yenen, 2002: 257). Rehberlerin verdiği bilgilerde dikkatli olması gerekmektedir (Howard vd, 2001). Ayrıca rehberin sadece bu bilgilere sahip olması yetersiz kalmakta dolayısıyla bilgilerini sürekli güncellemeleri gerekmektedir (Çimrin, 1995: 41; Köroğlu, 2011: 242). Rehberlerin sahip olması ve sürekli güncellemesi gereken bilgiler aşağıda sıralanmıştır.

2.2.5.1.1 Yabancı Dil Bilgisi

Rehberlik mesleğinin ön şartlarından biri en az bir yabancı dili iyi bilmek ve akıcı bir şekilde konuşmaktır. Rehber, yabancı uyruklu turistlere gezip görmek istedikleri yerleri, turistlerin tercih etmiş oldukları dilde anlatmakla mükelleftir. Bu yüzden rehber-turist iletişiminin sağlanması, destinasyon hakkındaki bilgilerin aktarılması bakımından yabancı dil bilgisi büyük önem arz etmektedir (Tetik, 2006: 53). Türkiye’de yabancı dil bilgisinin gerekliliği Turist Rehberliği Meslek Kanununda ve Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliğinde özellikle belirtilmiştir.

2.2.5.1.2 Genel Kültür Bilgisi

Turist rehberliği mesleğinin disiplinler arası bir meslek dalı olması itibariyle, rehberin birçok konuda bilgi sahibi olması gerekmektedir. Turist rehberi, tanıttığı ülkenin biliminden sanatına, ekonomisinden siyasetine hemen her konuda bilgi sahibi

olmalı, turistlerin sadece gezilen ve görülen yerler hakkında değil ülkenin geneli hakkında sorular yöneltebileceğinin bilincinde olmalıdır (Tetik, 2006: 53-55). Rehber kendi kültürü hakkında sahip olduğu bilgi ışığında turistlerin ülkemiz ve milletimiz hakkında olumlu düşüncelere sahip olması amacıyla olmalıdır (MEGEP, 2013: 1).

Çizelge 10. Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Genel Kültür Bilgisi ve Anlatmakla Yükümlü Olduğu Konular

Tarih	Milli tarih, sanat ve dinler tarihi, geçmiş uygarlıkların politik durumları, sosyal yapılan, günlük yaşamları, dini yaşamları, savaş ve barışları, mimari tarzı, mitoloji, arkeolojik kazılar, eserlerin sınıflandırılması, sergilenmesi, tarihleme yöntemleri, tarihi eser kaçakçılığı.
Coğrafya	Dağlar, ormanlar, akarsular, göller, denizler, yer altı zenginlikleri, iklim
Ekonomi	Ekonomik yapı, ekonomik durum, tarımsal yapı
Yaşam	Kent ve köy hayatı, hukuki yapı, eğitim öğretim durumu, sendikal örgütlenme, gelenek ve görenekler, müzik, folklor, dans, giyim, yemek, basın-yayın, TV tartışmaları, kadın sorunları, çocuk ve insan hakları, düşünce ve konuşma özgürlüğü, suç isleme oranları
Politika	Ülkedeki politik geçmiş ve şimdiki durum, uluslararası ilişkiler
Sanat	Edebiyat, tiyatro, bale, sergiler, sezonluk kutlama ve gösteriler

Kaynak: Nuray Tetik, (2006), “Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

2.2.5.1.3 Diğer Kültürler Hakkında Bilgi

Global turizm sektöründe önemli bir rol sahibi olan rehberler, başka kültürlerden gelen insanların bulunduğu turları yönetme görevi üstlenmektedir. Farklı kültürlerden gelen insanlarla birebir iletişime geçen rehberler kesinlikle gruptaki farklı kültürlerden kişiler arasında ayırım yapmamalıdır. Farklı kültüre sahip insanları anlayabilmek, rehberin kendi bakış açısından çıkıp onlarınkine girmeleriyle mümkündür (Tangüler, 2002: 26).

Rehberler sadece yerli turistlere değil yabancı turistlere de liderlik etmektedirler. İdeal bir rehber sadece yönettiği grubun dilini bilen değil, grup üyelerinin kültürü, düşünce yapısı, dinini, gelenek ve göreneklerini de bilmelidir. Bununla beraber bildiklerini tavır ve davranışlarıyla, gruba karşı yaklaşımı ile de göstermelidir. Örneğin, İngilizleri uzun bir tur programı ile gezdiren bir rehberin gruptakilere beş çayı molası vermesi grup üyelerinin çok hoşuna gidecektir (Güzel, 2007: 29).

Dünyayı, insanları ve onların ait oldukları kültürü anlamak kolay değildir fakat çeşitli basın organları, edebiyat eserleri, toplantı ve kongreler sayesinde onların değerleri, alışkanlıkları gibi konularda bilgi edinilebileceğini aşıkardır. Ayrıca diğer kültürlerle seyahat etmek, onların yemeklerini yiyip, onların müziklerini dinlemek gibi aktiviteler de buna yardımcı olacaktır (Üçöz, 2012: 78).

2.2.5.1.4 Yöre Hakkında Bilgi

Rehberlerin görevlerinden biri de grupla birlikte gittikleri yöreyi tanıtmaktır. Kong ve arkadaşları (2009) ve Oschell (2009) rehberi yerel halk ile turistler arasındaki tampon bölge, sosyal ve kültürel arabulucular olarak nitelendirmektedir. Dolayısıyla rehberin, tanıtımını yapacağı yöreyi detaylı bir şekilde tanınması ve anlaması, yörenin coğrafyasını, kültürünü ve tarihini bilmesi gerekmektedir (Yıldız vd., 1997: 2; Ahıpaşaoğlu, 2006: 123).

2.2.5.1.5 İlk Yardım Bilgisi

Rehberler, yönettikleri turlarda nadiren de olsa acil durumlar ile karşılaşabilmekte, grup üyeleri çeşitli sebeplerden dolayı acil tıbbi müdahalelere gerek duyabilmektedir. İlk yardım, profesyonel tıbbi yardım gelene kadar yapılan küçük çaplı acil müdahaledir. Acil bir durumda rehberin sorumluluğundaki grubun üyelerini sakin tutabilmesi, oluşabilecek diğer tehlikelerin önüne geçmesi, soğukkanlılığını kaybetmeden seri ve duruma uygun kararlar alması, müdahale gereken bir durumda ise ilk yardım metotlarını biliyor olması gerekmektedir (Tangüler, 2002: 29).

2.2.5.2 Beceriler

Rehberlik mesleği göz önüne alındığında, rehberin bilgi düzeyinin ve karakteristik özelliklerinin yeterli olması turun başarılı geçmesi için yeterli olmadığı aşıkardır. Rehberin sahip olduğu bilginin ve karakteristik özelliklerinin yanında bazı beceriler ve yeteneklere de sahip olması gerekmektedir. Bu beceri ve yetenekler; rehberin yetiştirilme tarzı, büyüdüğü ortam ve yetiştiği aile, toplumdan kazandıkları örf, adet, gelenek ve göreneklerden etkilenebilmektedir ancak bunlar öğrenilerek kazanılan ve geliştirilebilir özelliklerdir (Tetik, 2006: 55; Üçöz, 2012: 80).

2.2.5.2.1 Anlatım Becerisi

Rehberlerin başarısını etkileyen faktörlerden biri de rehberin gruba bilgileri hangi yolla aktaracağını bilmesi, onların verilen bilgiye tepkilerini ölçebilmesidir. İnsanlar, bilgiyi görsel, işitsel ve duyuşsal olmak üzere üç farklı yol ile alırlar. Rehberin bunun bilincinde olması, aktaracağı bilgiyi bu üç farklı biçimde de sunabilecek şekilde hazırlanması, gruptakilerin hangisini tercih ettiğini bilmesi ve o yola daha çok başvurması gerekmektedir. Bilgiyi görsel olarak alan kişiler düşün güçlerini kullanarak yüzleri ve yerleri gözlerinde canlandırır, görsel olarak düşünüp kendilerini görsel terimler ve resimlerle ifade ederler. Bilgiyi görsel olarak alan kişiler için rehberin bilgiyi renklendirmesi gerekmektedir. Burada önemli olan, rehberin anlattıkları ile görsel öğelerin paralel olmasıdır. İşitsel yolla öğrenenler, sesler ve duydukları sözcüklerle daha ilgilidir. Bu yolla öğrenen insanlar için rehberin anlatımı esnasındaki can alıcı noktaların özellikle altını çizerek anlatması gerekir. Rehber; ayrıca günübirlik turlar için turun başlangıcında, birkaç günlük turlar için ise turun başlangıcında ve her günün başlangıcında o gün için yapılacak, gezilecek, görülecek yerlerin bilgisini vermeli, günün ve turun bitiminde de gezilen görülen yerlerin bir özetini sunarak grubun öğrendiklerini pekiştirmelidir. İşitsel öğrenen kişiler, rehberin yerel terminolojiyi kullanmasından memnundur ve garip sözcük ve seslere meraklıdır. Duyuşsal yolla öğrenenler ise, duyu organlarını kullanarak en aktif öğrenirler ve tur sırasında karşılaşılan birçok objeye dokunarak ve hissederek öğrenmeye çalışırlar. Gruptakiler, tur esnasında kendisine aktarılan bilgilere odaklanmak ister fakat bunun için bir yönlendiriciye gereksinim hissederler. Kimi zaman anlatımı yapılan objelere (mimari detaylar, modeller, anıtlar vb.) bizzat dokunmak ve hissetmek isteyebilirler.

Görüldüğü gibi rehber anlatım yaparken turistlerin ilgilerini çekebilecek doğru yöntemi belirlemeli ve böylece turistlerin dikkatlerini toplamalarına da yardımcı olabilmelidir. (Tangüler, 2002: 21; Tetik, 2006: 56).

2.2.5.2.2 İletişim Becerisi

Hayatımızın her anında ve her alanında var olan iletişim, fikir, bilgi, tutum, duygu ve becerilerin paylaşılması sürecine verilen isimdir. Benzer bir yaklaşımla, iletişim bireyler arasında düşünce ve duygu alışverişini dile getiren bir kavram olarak ele alınmaktadır (Ergin, 2003: 28).

Rehberlerin iletişimde başarılı olabilmesi için, tura katılanları ve geldikleri ülkeyi ve kültürlerini iyi bilmesi, rehberin kendisine ve kendi kültürüne aykırı bir tutum ve davranışta bunu hoş görmesi gerekmektedir. Rehberin grup üyeleri arasında iyi ilişkiler kurabilmesi için dürüst, nazik, dışa dönük, esprili ve ikna kabiliyetine sahip bireyler olması gerekmektedir. Rehberin iletişim becerisi tur sonunda ulaşılan başarı ile doğru orantılıdır. Rehberlerin iletişim becerileri aşağıdaki gibi açıklanabilir (Tangüler, 2002: 18; Leclerc ve Martin, 2004: 184):

Grup Önünde Konuşma: Çoğu bireyin çekindiği bir durum olan grup önünde konuşma, rehberlik mesleğinin doğasında vardır. Dolayısıyla rehberlerin bu durumdan korkmamaları, grup üyelerinin rehberlere olan güvenini artıracak bir beceri haline gelmesi gerekmektedir. Bazı rehberlerin grup önünde konuşurken yaptığı en büyük hata anlatılacak konunun ezberlenmesidir. Zira anlatılacak konuyu ezberlemek basmakalıp sözlere bağlı kalmak, açık ve akıcı olmayan bir anlatımı beraberinde getirmektedir. Rehberin konunun özüne hakim olması çok büyük önem arz etmektedir.

Heyecanı Yenme ve Deneyim: Konuşmacı veya anlatım yapan bireyin konuya ilgi duyması ve bunu paylaşma isteği heyecanı yenme konusunda kilit rol almaktadır. Turist rehberinin herhangi bir konuda anlatım yaparken heyecanlanması genel olarak, bir şeyleri yanlış veya eksik söyleme korkusundan kaynaklanmaktadır. Deneyim ise rehberin kendisine olan güvenini geliştiren önemli etkenlerden biridir. Rehberin alsa unutmaması gereken noktalardan biri de, deneyiminin arttığı orantıda tur için hazırlık yapması gereken zamanın azalacağı ve rehberlik ettiği turlardan bir o kadar zevk

alacağıdır.

Göz Kontağı: Göz kontağı grup önünde konuşan herkesin kullandığı önemli tekniklerden biridir. Rehber de grup üyelerine anlatım yaparken göz kontağı kurabilir ise dinleyicilerin dikkatlerinin konudan sapmasını engelleyecek ve onların tepkilerini anında alabilecektir. Bu konu üzerinde çalışan uzmanlar da konuşma sırasında dinleyicilere düzenli bir şekilde bakılmasının gerekliliğini vurgulamaktadır.

Vücut, Yüz ve El Hareketleri: Vücut dili, başkaları üzerinde olumlu bir etki bırakmak, karşımızdaki ile olan iletişimi etkili kılmak, beden hareketlerimizi kontrol altında tutarak sosyal ortamlara uyum sağlamak, karşımızdakinin gerçekte ne anlatmak istediğini kolayca anlamak için kullanılan etkili bir yöntemdir (Tetik, 2006: 58).

İnsanların vücut dili, jest ve mimikleri etkili iletişim araçlarından sayılmaktadır. Bilinçli bir şekilde yapılmış ve doğal olarak yapılan hareketler, gelişigüzel yapılan hareketlerden daha etkilidir. Çekinerek ve utangaç bir tavırla heyecandan dolayı yapılan ve doğal olmayan hareketler rehberin kendine olan güvenini azaltmaktadır. Rehberler, hem göze hem kulağa hitap ettiklerini unutmamalı, hem jest ve mimiklerine hem de kullandıkları her cümleye dikkat etmeleri ve ellerinden geldiğince diksiyonlarını ve mimiklerini geliştirmelidirler (Tangüler, 2002: 20).

Rehberler sadece sahip olduğu bilgi ile değil, bunun yanı sıra sahip olduğu diğer özelliklerini de göstererek turistleri etkiler. Bu özelliklerden bazıları; rehberin vücut dili, dış görünüşü, güvenilirliği, soğukkanlılığı ve karşısındaki insana karşı tavırları gibi özelliklerdir. Rehber, sahip olduğu bilginin niceliği ile değil bu bilgiyi gruptakilere nasıl ve ne kadar aktardığı, zamanı nasıl kullandığı gibi özellikleri ile grup üyelerinden takdir toplamaktadır. Ayrıca rehberin tur esnasında iletişim içerisine girdiği araç sürücüsü, müze ve ören yerlerindeki görevliler, yemek yenilen restoran, konaklamanın yapıldığı otel personeline kadar konuştuğu kimseler ile bu çerçevede içerisinde iletişim kurmalıdır (MEGEP, 2013).

2.2.5.2.3 Yorumlama Gücü

Turistler, rehberin bir konu hakkındaki fikirlerine değer verir. Rehberin başarısı, gruba aktardığı bilginin onların zihniyle bağdaştırılmasına bağlıdır. Burada rehberin yorumlama gücünün önemi ortaya çıkmaktadır (TUREB, 2007). Yorumlama, bilginin bir araç olarak kullanılarak anlatılan şeyin açıklığa kavuşmasını sağlamaktır. Etkileyici bir yorum yapmak için aktarılacak bilginin özenle seçilmesi ve gereksiz bilgilerden kaçınılması gerekmektedir. Bilginin tekdüze aktarılması konuyu sıkıcı bir hale getirmekle birlikte sıradan bir anlatımı doğurur. Rehberin, aktardığı bilgiye kendi duygularını da katarak, gruptaki dinleyicilerin hayal gücüne dokunarak görsel bir sanat şeklinde sunması gerekmektedir (Tangüler, 2002: 29).

Rehberin başarılı bir yorum yapması için üç şeye ihtiyacı vardır. İlk olarak rehberin ziyaret edilen yere karşı tutku ve sempati beslemesi gerekmektedir. İkinci olarak ise, öykü oluşturma ve anlatma yeteneğine sahip olması, canlı betimlemeler ile dinleyicilerin hayal güçlerine hitap etmeleri gerekmektedir. Üçüncü olarak ise, mizah duygusuna sahip olmalıdır. Rehberler unutmamalıdır ki, turistler eğlenmek için tatillere ve gezilere çıkarlar. Mizah, anlatımı canlı tutan en büyük etkidir ve konuya lezzet katar. Grubun rahatlamasını, ziyaret edilen yerlerden ve anlatılanlardan zevk almasını sağlar (Güzel, 2007: 24).

2.2.5.2.4 Espri Yapabilme Becerisi

Rehber grubuna sahip olduğu bilgiyi aktarırken sadece güzel ve etkili konuşmakla kalmayıp kendisini dinleyenleri inandırabilmesi ve sıkmadan dinletmesi gerekmektedir. Dinleyicileri sıkmamak için ise anlatım esnasında zaman zaman fıkralar anlatmalı, espriler yapmalıdır. Rehber anlatacakları fıkraları iyi seçmeli, politikaya girecek, gruptakileri gücendirecek fıkra ve esprilerden kaçınmalıdır. Özellikle dini inançlarla ilgili konuşmalarında nazik konuşma bilincini kaybetmeden mümkün olduğunca saygılı olmalıdır (Güzel, 2007: 13-14).

Rehber, hangi doneleri kullanacağını, hangi konuları anlatacağını ve hangi esprilerini yapacağını iyi seçmelidir (Salazar, 2006: 840). Bazı rehberler, grubun gülme ve alkış miktarını başarı ölçütü olarak algılayabilmekte ve eğlendirici olma rollerinde aşırıya kaçabilmektedirler. Oysa rehberin yapacağı espriler ve anlattığı

fıkralar eğlendirici olduğu kadar düşündürücü ve yapıcı olmalıdır. Ayrıca grup üyelerinin kültürlerini, etnik gruplarını bilmeli, birini güldüren fıkra ya da espriyi yaparken bir diğerini gücendirmemesi gerektiği bilincinde olmalıdır (Tangüler, 2002: 22; Tetik, 2006: 60).

2.2.5.2.5 Organizasyon Yapabilme Becerisi

Deneyimli bir rehber çıkacağı her tur için önceden hazırlık yapar, gerekli donanımları edinir, gezilecek görülecek yerlerin haritasını kafasında çizer, değinmesi gereken konuları gözden geçirir (Güzel, 2007: 24).

Kendinden kaynaklı donanım ve gereklilikleri gözden geçiren rehber aynı zamanda tur gidişatı için gerekli olan şeyleri de düşünmelidir. Tur raporlarının oluşturulması, programın işleyişi, günlük tura başlama ve bitiş saatleri gibi konuları ve bu konularda sorun çıkması halinde neler yapılacağını da düşünmelidir. Ayrıca, doğru zamanlama yapabilmek, programın aksamasını önlemek için rehberin tur öncesinde bazı detayları ele alması gerekmektedir. Örneğin, otel veya restoranda verilecek bir yemek molası için yapılacak bir telefon görüşmesinin unutulması sorun olabilmekte ve programı aksatabilmektedir. Rehberin turun başlangıcından sonuna kadar dakikliği koruması, gruba verdiği zaman dilimlerine bağlı kalması gerekmektedir. Aksi takdirde bir müddet sonra grup hakimiyetini kaybedecektir. Özellikle ortaya beklenmedik bir sorun çıktığında rehber soğukkanlılığını kaybetmeden problemi çözmeye çalışmalıdır (Tetik, 2006: 60).

2.2.5.2.6 Koordinasyon Sağlama Becerisi

Turistlerin almış oldukları paket turun başlangıcından bitişine kadar, turistlerin hava alanında karşılanmasından, onların konaklamasına, yiyecek, içecek gibi temel ihtiyaçlarından eğlence ihtiyaçlarının karşılanmasına, gezi programının harfiyen uygulanmasından, turistlerin bilgilendirilmesine rehberler büyük sorumluluk üstlenmektedir. Bütün bunlar grup yönetimi becerisini gerektirmektedir. Dolayısıyla turist rehberi; yönetim, planlama, organizasyon yapabilme, liderlik yapma, koordine

etme ve denetleme gibi konularda ve bu konuların nasıl uygulanabileceği konusunda yeterli bilgiye sahip olmalıdır (Tetik, 2006: 60-61).

2.2.5.2.7 İlgil Odaklayıcı Sorular Sorma Becerisi

Rehberin, anlattığı konuya odaklanmalarını ve konuya katılımlarını sağlamak için gruptakilere bazen ilgi odaklayıcı sorular sorması gerekebilir. İlgil odaklayıcı sorular sorabilme becerisi bazen görüldüğünden daha zor olabilmektedir. Kimi zaman da sorulara verilmesi gereken cevaplar turistlerin düşünmesini gerektirebilmektedir. Bu yüzden bu tip sorulara cevap verilmesi için turistlere yeterince süre tanınmalı ve verilen cevap ne olursa olsun alay konusu edilmemelidir (Tangüler, 2002: 21).

2.2.5.2.8 Sorularla Basa Çıkabilme Becerisi

Rehberler mesleğe ilk başladıklarında sorularla başa çıkma konusunda zaman zaman şanslılıklar yaşamaktadır. Mesleği devam ettirdikçe deneyim kazanan rehberler zor sorular karşısında daha rahat davranabilmektedir. Sahip olunan bilgi birikimi ve ilgi alanları açısından bir sorunun zorluk derecesi rehberden rehberine değişmektedir fakat bazı sorular rehberler için hep zor olmuştur. Bu tür sorular şu şekilde sıralanabilir (Tetik, 2006: 61-62):

- **Rehberin verecek bir cevabının olmadığı sorular:** Mesleğe yeni başlayan rehberler grup içerisinde biri veya birilerinin çok zor sorular sorabileceği düşüncesiyle kimi zaman gruba soruları olup olmadığını sormaktan çekinmektedir. Böyle bir soruyla karşılaşmaları halinde cevap veremeyince kendilerine olan güveni yitireceklerini, profesyonel olmadıklarının düşünüleceği korkusu ile soğukkanlılıklarını yitirebilmektedir. Elbette özellikle önyargılarla sorulmuş bazı sorulara cevap vermek imkansız denecek kadar zordur, rehberin bunun bilincinde olması, karşılaştığı soruyu boş kaldığı zamanlarda araştırmayı, yöneltilen soru tiplerini aklında tutması ve deneyim kazanması zamanla bu korkuların önüne geçilmesini sağlayacaktır. Böylelikle rehber, kendi birikimine güvenmeye başlayacak, zor sorular karşısında fazla etkilenmeyecek, yetersiz olduğu düşüncesine kapılmayacaktır.

- **Tartışmaya açık olan sorular:** Bu tip sorular politik, dini, seks veya yöresel skandallar gibi konuları içerebilir. Turistler, rehberlerin konuya daha yakın olduklarını düşündükleri ve onların görüşlerine başvurmak istedikleri için rehberlere bu tür soruları sormaktadırlar. Burada önemli olan rehberlerin politik, dini ve seks ile ilgili konular hakkında grupta her görüşten insan olabileceğini düşünerek uzak durmasıdır. Bu tarz sorulara tamamen karşı çıkmak yerine kişisel olarak görüş alışverişinde bulunması ve ortak bir noktada buluşması yerinde bir hareket olacaktır.

- **Rehbere göre özel olan sorular:** Bu tip sorular rehberin cevap vermek zorunda olmadığı sorular olup, rehberin kendisine ait bilgilerin öğrenilmesi amacıyla sorulmuş sorulardır. “Ne kadar ücret alıyorsunuz?” veya “ailevi durumlarını” ilgilendiren sorular buna örnek olarak verilebilir. Ancak, rehberlere yöneltilen bu tarzdaki sorular gruptakilerin rehberlere değer verdiğine ve dostane bir yaklaşım sergilediklerine de işaret olarak gösterilebilmektedir.

- **Rencide edici veya rehberin yaşadığı bölgenin aleyhine olan sorular:** Bu tip sorular genellikle, kurnazca, sırf rehberin tepkisini görmek için sorulan sorular olabilmektedir. Rehberlerin bu tarz sorular karşısında cevap vermekten kaçmayıp, mümkün olduğu kadar çabuk bir şekilde konuyu sorunun olumlu yönlerine doğru çekmesi ve bu yönde ilerlemesini sağlamaları gerekmektedir. Cevabı rencide eden sorulara cevap vermenin püf noktası savunmacı bir üslup kullanmak yerine esprili cevapları tercih etmektir.

2.2.5.2.9 Kendilerini Yenileyebilmeleri

Turizmin dinamik yapısı içerisinde mesleğini devam ettiren rehber, kendini ve bilgilerini güncel tutmalıdır (Öter, 2007: 174). Kendini yenileyemeyen rehber, meslektaşlarından geride kalacak, iş bulma konusunda zorlanacak, bulsa dahi tura çıktığı grubun beklentilerini yeterince karşılayamayacaktır (Güzel, 2007: 27).

Rehber, sahip olduğu bilgi dağarcığının asla yeterli olmadığı bilincinde olmalı, dünyada değişen ve gelişen olayları takip etmeli, bilgilerini sürekli taze tutmalıdır. Kendi bilgi haznesini yenilemeyen rehberler, sürekli aynı şeyi tekrarlayan monoton hikayeleri anlatan kişilere dönüşmektedirler. Böyle bir rehber, grubun yeni bilgiler edinme beklentisini karşılayamayacaktır. Rehberler aktardığı bilginin en son ve en

güncel halini bilmelidir. Güncellenmesi gereken bu bilgiler çeşitlilik göstermektedir. Bunlar; seyahat edilecek yer ve telefon ücretleri, döviz kuru, bahşiş yöntemi, bölgenin coğrafyası, tarihi, yeni keşfedilen tarihi, kültürel ve doğal güzellikleri olarak sıralanabilir. (Çimrin, 1995: 41; Polat, 2001: 76; Tangüler, 2002: 28).

2.2.5.3 Nitelikler ve Fiziksel Görünüm

Turist rehberlerinin sahip olması gereken nitelikler ve fiziksel görünüm aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

2.2.5.3.1 Sevgi, Saygı, Dürüstlük ve Hoşgörü

Rehber; turisti sevmeli, onlara karşı hoşgörülü olmalı, onları anlayışla karşılamalıdır. Bunun için mesleğini sadece bir iş olarak değil hobi olarak da görmeli ve severek yapmalıdır. Ayrıca rehber turiste saygı duymalı, grup üyelerinin söyleyeceklerini can kulağı ile dinlemeli, sözlerini kesmemelidir (Polat, 2001: 26).

2.2.5.3.2 Liderlik Ruhü

Fransızca “Leader” kelimesinden gelmekte olan lider kavramı (Çetin ve Beceren, 2007: 118), bir grup bireyi bir amaç çevresinde bir araya toplama, bu amaca ulaşmak için onları yönetme, yönlendirme, koordine etme becerisi olarak tanımlanabilir (Ertürk, 2008: 21). Lider ise, bir amaca yönelik olarak diğerlerini etkileyen onları yönlendiren kişidir (İşcan, 2002: 66).

Rehberlerin liderlik rolü ile bağlantılı olarak, çeşitli araştırmacılar liderin belli başlı özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamıştır (Doğan, 2004; Kılıç, 2006; Tetik, 2006; Çetin ve Beceren, 2007; Erdal, 2007; Bakan, 2008; Uğurluoğlu ve Çelik, 2009; GÜdü, 2011; Uysal vd., 2012):

- Liderlik, belirli bir insan grubu içerisinde ortaya çıkan bir konudur.
- Lider, grup üyelerinin birbirleri ile olan ilişkilerini kolaylaştıran kişidir.

- Lider, grup üyelerine amaç(lar) gösteren kişidir.
- Lider, gruptaki bireylerin öznel çabalarını koordine eden kişidir.
- Lider, manevi cesareti yerinde olan, yenilikçi ve yeniliklere açık olan kişidir.
- Lider, grup üyeleri tarafından takip edilen kişidir.
- Lider, grubun mantıksal ve duygusal olarak kabul ettiği kişidir.

Rehberin görev ve sorumluluklarının belki de en önemlisi liderlik rolüdür (Doğan, 2004: 117). Rehber, grubun gözünde lider olarak benimsenmek için öncelikle kendini grubun bir parçası olduğu izlenimini sağlamalıdır. Grup tarafından lider olarak benimsenin rehber, tur programı esnasında liderliğini layığıyla yerine getirerek turu başarıyla sonlandırmalıdır (Güzel, 2007: 17).

Tangüler (2002), turist rehberinin liderlik ve arabuluculuk rollerini aşağıdaki gibi açıklamıştır.

Çizelge 11. Rehberlerin Liderlik ve Arabuluculuk Rollerini

REHBERLERİN ROLLERİ			
LİDERLİK ROLÜ		ARABULUCULUK ROLÜ	
ARACI	SOSYAL	KAYNAŞTIRICI	İLETİŞİM KURMA
Yön bulma	Turistler arasında uyum sağlama	Turist ile yerel halk arasında köprü kurma	Turistlerin ilgili alanını belirleme
Turistleri sosyal ortamlara sokabilme	Morali yüksek tutma	Organizasyon	Bilgilendirme
Turist güvenliğinin kontrolü	Eğlendirme	Dürüstlük	Yorumlama

Kaynak: Tangüler, Adnan. (2002), “Profesyonel Turist Rehberliği ve Turist Rehber Rehberlerinin Seyahat Acentası ve Müşteri İlişkileri (Kapadokya Örneği),” Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

2.2.5.3.3 Dışadönük Olma ve İnsanlarla İlişki Kurabilme

Rehberlik, bir hizmet sunumudur. Bu hizmet sunumu esnasında insanlar; rehberin nazik, sabırlı, duygulu, yaptığı işi önemseyen, bencil olmayan, sınırlarına hakim ve bunun yanında hafif de sert olan bir insan tipi beklemektedir. Bu beklentiler göz önüne alındığında, rehberleri hemşire, sosyal hizmet görevlileri ile ve terapistlerle aynı kategoriye koymak mümkündür. Rehberler; pozitif enerjiye sahip, insanlara, kültürlere ve göreneklere karşı açık olmalıdır. Turist grupları, seyahat acentaları ve tur operatörleri; rehberlerin, insanlarla anında kaynaşabilen ya da en azından çok kısa sürede insanlara kendilerini sevdirebilen, iyi görünüşe sahip, konuşmaları açık ve net olan ve iyi bir espri yeteneğine sahip birer insan olmaları beklentisindedir (Tangüler, 2002: 15; Rabotic, 2008: 213).

2.2.5.3.4 Misafirperverlik

Rehberlik, iyi ev sahipliği yapabilmeyi, insanlara hizmet ederken asla sıkılmamayı gerektiren bir meslektir. Evlerimize gelen yabancıların ‘Tanrı misafiri’ olarak görüldüğü ülkemizde her rehber, Türk insanının en önemli özelliği olan misafirperverliği en iyi şekilde üstlenmelidir (Köroğlu ve Merter, 2012: 133; Güzel, 2007: 13).

Turistin gözünde rehber, ait olduğu toplumu temsil eden, evini onlara açan ve ağırlayan kişidir (Temizkan, 2005: 45). Rehberlerin en önemli sosyal rollerinden biri misafirperver olmalarıdır. Bu kavram, insanlarla ilişkilerinde rahat olan ve onların rahat etmeleri için en uygun ortamı hazırlamaya gayret gösteren, onların iyi yönleri ile ilgilenen, ihtiyaçları olduğunda yardım elini uzatmaktan çekinmeyen, başkalarıyla kaynaşmalarını sağlayan kişiler için kullanılan bir tabirdir. Burada iki kavram özellikle ön plana çıkmaktadır. Ev sahibi ve misafir kelimelerinden herhangi birini anlayamayan birisinin misafirperverlikte başarılı olması beklenemez. Bu açıdan her iki kavramın da birbirlerini tamamlayıcı özelliği bulunmaktadır (Tetik, 2006: 66).

2.2.5.3.5 İş Ahlakı ve Sorumluluk

İş ahlakı, genel ahlak kurallarının iş yaşamına uyarlanmış halidir (Yılmaz ve Çevik, 2011: 166). İş ahlakı; mesleğe ilişkin olarak oluşturulmuş, meslek üyeleri üzerinde yaptırım gücü olan, onları mesleğin etik sınırlarını ihlal etmemeleri için uyaran, kişisel eğilimlerini sınırlayan, ilkesiz üyeleri meslekten dışlayan, meslek içi rekabeti düzenleyen ve hizmet ideallerini düzenleyen ve hizmet ideallerini korumayı amaçlayan mesleki ilkelerin bütünüdür. Her mesleğin kendine has kuralları ve normları olduğu gibi rehberlerin de bazı kesin ahlaki sorumlulukları ve standartları vardır (Güzel, 2007: 18).

Rehber, iş ahlakına sahip olmalıdır. Rehberin iş ahlakına sahip olmaması tüm sektörü olumsuz etkileyecek bir tehdittir. Rehberin hem gezdirdiği turist grupları hem de bağlı olarak çalıştıkları acenteler, namuslu, doğru ve dürüst olmalarını beklemektedir. Rehber, tur programının yönetiminden birinci derecede sorumlu olan kişidir (Hacıoğlu, 2000: 169; Zengin vd., 2004: 366). Tur boyunca güce, paraya ve hareket bağımsızlığına sahip rehberlerin iş ahlakı sınırları içinde kalmaları gerekmektedir. Rehber, grup içerisinde din, dil ırk, yaş, cinsiyet gözetmeksizin grubun her üyesine aynı ilgi ve saygıyı göstermelidir. Aynı zamanda turizm işletmelerinin verdikleri vaatleri eksik ya da geç temin etmeleri durumunda rehberin, turistlerin hakkını araması, turistik işletmelerin hukuki sorumluluklarını yerine getirmesi hususunda turistlere destek olarak hakkaniyet sağlamaya yardımcı olmaya çalışmaları da iş ahlakının gereklerinden biridir (Tetik, 2006: 66).

Rehber, sadece turistlere veya acenteye karşı sorumlu değil aynı zamanda kültür varlıklarının ve çevrenin korunmasından da sorumludurlar. Ayrıca, tur güzergahı ve zamanlama ilgili planlama, koordinasyon, denetim ve raporlama da rehberin sorumluluğundadır (Öter, 2007: 167; MEGEP 2013).

Bir problem ortaya çıktığında rehberin birincil amacı yol göstermektir, misyonerlik yapıp vaaz vermek değildir. Tur grubundaki turistlerden birinin ya da küçük bir grubun tutum ve davranışları diğer tur üyelerinin rahatını kaçırmadığı sürece kimseye müdahale etmemeli, kalıcı sorunlara yol açmamak için dikkatli ve esnek olmalıdır (Tangüler, 2002: 17).

2.2.5.3.6 Rehberin Giyimi

Rehberin lider rolünü elde edebilmesi için turistlerin rehber hakkında edindiği ilk izlenim büyük önem taşımaktadır. Tur boyunca turistler ile gerek araç içerisinde gerekse anlatım yapılan müze veya sit alanlarında yakın ilişkilerde bulunan ve turistler tarafından yakinen incelenen biri olarak rehberin görünümüne ziyadesiyle dikkat etmesi gerekmektedir (Tangüler, 2002: 17).

Rehberin; beraberindeki giysileri turun uzunluğuna ve temposuna uygun olarak turun yapıldığı mevsime ve kalınan otelin özelliklerine göre seçmesi, ütüsü kolaylıkla bozulmayan giysileri tercih etmesi uygun olur. İlk izlenim ve liderlik rolünün pekişmesi için; rehberlerin grupla ilk buluşmasında resmi kıyafet, erkeklerin gömlek ve kravat, kadınların ise resmi bir elbise veya pantolon takımı giymeleri gerekmektedir (Çimrin, 1995; Tetik, 2006).

2.3. TOPLUM TEMELLİ TURİZM VE TURİST REHBERLİĞİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Toplum temelli turizm, içerisinde yerel halk, yerel işletmeler, yerel yönetim, sivil toplum kuruluşları, yerel tedarikçiler ve turist rehberleri gibi paydaşları bulunduran bir turizm yaklaşımıdır. Bünyesinde bulundurduğu bütün paydaşlara demokratik bir biçimde katılım ve söz hakkı tanıyan bu yaklaşım içerisinde en önemli yere sahip olan yerel halktır (Tasci vd., 2013). Bunun altında yatan en büyük neden ise paydaşlar arasındaki iletişim ve etkileşimin maksimum seviyede tutularak bütüncül bir gelişimin hedeflenmesidir (Aref, 2011).

Dixey'e (2005) göre bir bölgede toplum temelli turizmin gelişmesindeki en büyük etkenlerden biri yerel halkın diğer paydaşlar ile aktif ilişkiler kurması ve bunun sürekliliğinin sağlanmasıdır. Bu noktada yerel halk-turist etkileşimi önem kazanmaktadır. Bölgeye gelen turistlerin yerel halk ile iletişime geçmesi, onlarla zaman geçirmesi, kültür etkileşiminde bulunması, büyük önem kazanmaktadır.

Turist rehberlerine düşen büyük sorumluluk da bu noktada ortaya çıkmaktadır. Yerel halk ile turistler arasında köprü görevi üstlenmek turist rehberlerine düşmektedir. Geleneksel anlamda turist rehberi, turistlerin seyahatlerinin başlangıcından sonuna kadar onlarla birlikte olan ve ihtiyaçlarını temin etmekte onlara yardımcı olan kişidir (Tetik, 2006). Toplum temelli turizm faaliyetlerinde de turistlerin yerel halk ile etkileşimlerinde ihtiyaç duydukları köprünün kurulmasında rehberlere büyük görevler düşmektedir. Bu köprü bölgeye gelen turistin demografik özelliklerine göre değişiklik gösterebilecektir. Örneğin; bölgeye gelen turist kafilesinin yabancı olması rehberin tercümanlık yapması ihtiyacını doğurmaktadır. Yerli turist kafileleri için ise bu köprü görevi, tercümanlıktan ziyade kültür simsarlığı şeklinde olacaktır. Farklı kültürlerle ait bireylerin arasındaki kültürel farklılıkların en aza indirgenmesi ya da bu farklılıkların ve sebeplerinin turistlere aktarılması konusunda rehberler birincil kaynak kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplum temelli turizmde birincil amaç, yerel halkın ekonomik refahını artırmaktır. Bu bağlamda faaliyetlerin gerçekleştirileceği bölgelerde yerel halk küçük işletmeler açacaktır. Bu işletmelerin sürekliliğinin sağlanması da yöreye gelen turistlerin bu işletmelerden alışveriş yapmasına bağlıdır. Burada yine rehberlere büyük bir sorumluluk düşmektedir. Rehberler birer aktör olarak turistleri bu işletmelere yönlendirebilecektir. Turistlerin satın alma eğilimlerini tetiklemek ve onları alışveriş yapmaya teşvik etmek rehberin görevidir. Elbette turistlerin yabancı olması durumunda işletme sahibinin yaptığı tanıtımı turistlere çeviren kişi de rehber olacaktır.

Bilindiği üzere birçok seyahat acentası belirli işletmeler ile anlaşma yapmakta ve misafir ettikleri kabileleri bu işletmelere yönlendirmektedir. Toplum temelli turizm faaliyetlerinde bu anlaşmalar doğrudan yerel halka ait işletmelerle olabileceği gibi farklı bölgelerdeki işletmelerle de olabilecektir. Bu durumun söz konusu olması halinde rehberler, acentanın anlaşmalı olduğu işletmelerin yanında mümkün olduğu kadar turistleri yerel işletmelere de yönlendirmelidir. Bunu yaparken turistlerin yerel halkla empati kurabilmelerini sağlamaları daha etkili bir yöntem olacaktır.

Ayrıca rehberlerin bilinçlendirme rolü de toplum temelli turizm faaliyetlerinde önem kazanan rollerden biridir. Toplum temelli turizm faaliyetlerinde yerel halkın sahibi olduğu mülkiyetler turistik aktivitelerin kaynağını oluşturmaktadır. Bu noktada rehberlerin turistleri bilinçlendirmesi, kaynakların kullanımında olumlu etkiler sağlayacak ve bu kaynakların sürdürülebilirliği konusunda önemli bir adım da atılmış olacaktır.

Bu bağlamda, araştırmanın rehberler üzerine yoğunlaşmasının önemi bir kez daha belirginleşmektedir. Farklı kültür, gelenek ve göreneklere sahip bireylerin bir arada olacakları ve iletişim kuracakları ortamlarda bu kültürel farklılıkların daha anlaşılır hale gelmesi rehberlerin aktardığı bilgiler ile mümkün olacaktır.

2.4. İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Reed (1997) ve Nguyen (2007) toplum temelli turizmin planlanmasında ekonomik etkilerden ziyade sosyal çıkarların göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtmiştir. Bir başka deyişle, paydaşlar içerisindeki her kesimin ekonomik çikardan öte bütüncül bir toplum gelişimini amaçlaması gerektiğini, bunun da ancak yerel insan kaynakları ile mümkün olduğunu açıklamıştır.

Dixey (2005), Zambia’da toplum temelli turizmin GZFT analizini yaptığı çalışmada; işletmelerin yerel kökenli olması, çeşitli el sanatları ürünlerinin bulunması, sivil toplum kuruluşlarının turizm faaliyetlerine destek vermesi gibi unsurları güçlü yönler olarak belirlerken, finansal idarenin yeterli olmaması, bilgi ve beceri düzeylerinin eksikliği, paydaşların koordine olamaması gibi durumların zayıf yönler olarak ortaya çıktığını dile getirmiştir. Ayrıca, küresel ölçekte turizm talebinin değişmesi, doğal güzelliklerin ve kültürel öğelerin ön plana çıkması gibi unsurların, yararlanılması gereken fırsatlar olduğuna değinerek, yasal düzenlemelerin bulunmaması, kültürel değerlerin, gelenek ve göreneklerin zamanla yitip gitmesini toplum temelli turizm açısından büyük bir tehdit olarak görmektedir.

Rocharungsat (2005), toplum temelli turizm algılamalarını ölçtüğü çalışmasında farklı kesimde ikamet eden paydaşların toplum temelli turizm algılamaları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kırsal kesimde ikamet eden paydaşların toplum temelli turizm yaklaşımına yönelik daha olumlu algılamalara sahip olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, kentsel alanlarda ikamet edenlerin daha çok toplum temelli turizmin ekonomik faydalarına odaklandığının altını çizmiştir.

Ponna (2009), Kamboçya, Sihanoukville kasabasında toplum temelli turizmin gelişmesi amacıyla yaptığı çalışmasında, toplum temelli turizm yaklaşımında paydaşların aktif olarak karar mekanizmasına dahil olmasının ve söz hakkı tanınmasının bu yaklaşıma olan güveni artırılabilceğini dile getirmiştir. Karar

mekanizması içerisinde söz sahibi olan bireylerin sürdürülebilirlik için elinden geleni yapacağını belirtmiştir.

Suntikul ve diğerleri (2010), toplum temelli turizm kavramını bilmenin, bu turizm yaklaşımından beklentilere sahip olmak anlamına geldiğini belirtmiştir. Toplum temelli turizm kavramını daha önce duyan bireylerin bu turizm yaklaşımına yönelik algılamalarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Jensen (2010), rehberlerin yerel halk ile turistler arasında bir tampon bölge oluşturduğunu ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında kilit rol üstlendiğini vurgulayarak, yönetimde rehberlerin de aktif olarak bulunmaları gerektiğini belirtmiştir. Pinel (2017), toplum temelli turizm planlamasının bütün paydaşların koordine olarak ortak bir amaca hizmet edecek şekilde yapılandırılması gerektiğini vurgulamıştır.

Satarat (2010), Tayland'da toplum temelli turizmin sürdürülebilir yönetimi üzerine yaptığı çalışmada elde edilen gelirlerin eşit dağılımının önemini vurgulamıştır. Bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesinin gerekliliğinin altını çizerek, kişisel çıkarların ön planda tutulmasının sürdürülebilir yönetime zarar vereceğini belirtmiştir.

Pio (2011), Laos Demokratik Halk Cumhuriyeti'nde toplum temelli turizm ortaklıklarının gelişimini incelediği çalışmasında turizm planlamasında teori ve pratiğin çoğu zaman birbirleriyle örtüşmediği sonucuna ulaşmıştır. Bu yüzden planlamaların dikkatlice yapılmasını, sürdürülebilirliğin ancak doğru bir planlama ve gerçekçi çözüm önerileri ile sağlanabileceğini vurgulamıştır.

López-Guzmán ve diğerleri (2011), Cape Verde'de bulunan Saõ Vicente adasına yönelik yaptığı çalışmada adaya gelen turistlerin yeme-içme konusunda yerel işletmeleri daha çok tercih ettikleri fakat konaklama işletmesi tercihlerinde yerel işletmelerde konaklamak yerine otellerde konaklamayı tercih ettikleri sonucuna ulaşmıştır.

Armstrong (2012), toplum temelli turizm yaklaşımının başarıya ulaşması için gerekli koşulları incelediği çalışmasında işletmelerin yerel kökenli olması, turizmin yerel yönetimlerce idare edilmesi, yerel girişimcilerin teşvik edilmesi gibi hususların büyük önem arz ettiği sonucuna varmıştır. Ayrıca paydaşların her aşamada aktif olarak rol alması gerektiğini savunmuştur.

Shahmirzadi, (2012) İnan, Shahmirzad bölgesine yönelik yaptığı çalışmasında kadın ve erkeklerin toplum temelli turizm yaklaşımını algılamaları arasında anlamlı bir fark elde etmiştir. Ayrıca, toplum temelli turizm yaklaşımında kadınların aktif olarak rol alabileceğini ve bunun kendileri için önemli bir fırsat olduğunu vurgulamıştır.

Wu ve Pears (2013), Tibet'te Lhasa Kırsal Merkezi'ne yönelik yaptığı çalışmada ihtiyaç temelli ve varlık temelli iki yaklaşımı karşılaştırmıştır. İhtiyaçlara göre turizm planlamasının toplum temelli turizm yaklaşımına uygun olmadığını, varlık temelli yaklaşımın yerel halkın sahip olduğu imkanlar açısından daha verimli olduğunu belirtmiştir.

Kwangseh (2014), Kamerun'da toplum temelli turizmin gelişimine engel olan unsurlar üzerine gerçekleştirdiği çalışmasında; turizm faaliyetlerinin kırsal kesimlerden uzak bölgelerde gerçekleştiğini, dolayısıyla bu turizm faaliyetlerinin toplumun gelişiminden ziyade zincir işletmelerin gelişimine ön ayak olduğunu vurgulamıştır. Turizmin kırsal bölgelere yayılması konusunda yerel halkın istekli olduğunu, fakat sorumluluk almak konusunda çekimser davrandıklarını belirtmiştir.

Aydemir ve Kazoğlu (2016), ülkemizdeki yavaş şehir bölgelerinden biri olan Halfeti'de yerel halk üzerinde yaptığı araştırmada yerel halkın bölgedeki ikamet süresi ile toplum temelli turizm algısı arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulmuştur. Ayrıca yerel halkın Halfeti bölgesinde kurmuş olduğu işletmelerin birer aile işletmesi olması ve ailedeki kadın ve erkeklerin bu işletmelerde aktif olarak çalışması dolayısıyla kadın ve erkeklerin toplum temelli turizm algılamalarında bir farklılığın olmadığını sonucunu elde etmiştir.

Pinel (2017), bir toplum temelli turizm modeli sunmayı amaçladığı çalışmasında yerel bakış açısının önemini vurgulamıştır. Paydaşlar içerisinde en büyük sorumluluğun yerel halk üzerinde olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bu durumun toplum temelli turizmin planlanmasında hayati öneme sahip olduğunu dile getirmiştir. Ayrıca, Shahmirzadi (2012) de benzer sonuçlar elde etmiş ve bu konu üzerinde önemle durulması gerektiğini vurgulamıştır. Aynı şekilde, Nguyen (2007) de toplumun Vietnam, Doi Köyü'ne yönelik yaptığı çalışmasında yerel halkın planlamada ilk safhaya konulması gerektiğini vurgulamıştır.

3. YÖNTEM

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler istatistiki yöntemlerle test edilmiştir. Bu bölümde araştırmanın yöntemine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacı, turist rehberlerinin toplum temelli turizm yaklaşımı algılamalarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın modeli tarama modeli olarak belirlenmiştir. Tarama modeli mevcut durumu ortaya koyan bir modeldir (Balcı, 2006). Ayrıca rehberlerin demografik özellikleri açısından toplum temelli turizmi algılamalarında farklılıklar olup olmadığını belirlemek için ilişkisel tarama modelinden de yararlanılmıştır.

İlgili yazından yola çıkılarak, rehberlerin toplum temelli turizm ve alt boyutlarına ilişkin algılamaları arasındaki fark ve ilişkileri açıklayabileceği düşünülen hipotezler aşağıda verilmiştir.

Suntikul ve diğerleri (2010), toplum temelli turizm kavramını bilmenin, bu turizm yaklaşımından beklentilere sahip olmak anlamına geldiğini belirtmiştir. Buradan hareketle, “Rehberlerin toplum temelli turizm kavramını daha önce duyma durumu ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.” şeklindeki **H1** hipotezi ve “Rehberlerin Toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları ile toplum temelli turizm algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.” şeklindeki **H2** hipotezi test edilecektir.

Rocharungsat (2005), toplum temelli turizm algılamalarını ölçtüğü çalışmasında farklı kesimde ikamet eden paydaşların toplum temelli turizm

algılamaları arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşmıştır. Buradan hareketle, “Rehberlerin ülkesel veya bölgesel rehber olma durumları ile toplum temelli turizm algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.” şeklindeki **H3** hipotezi ve “Rehberlerin sertifika türü ile sürdürülebilirlik boyutu algılamaları arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.” şeklindeki **H4** hipotezi test edilecektir.

Aydemir ve Kazoğlu (2016), toplum temelli turizmin algılanmasında bölgede geçirilen sürenin etkili bir unsur olduğunu belirtmiştir. Buradan hareketle, “Rehberlerin toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı algılamaları ile rehberlik süreleri arasında anlamlı bir fark vardır.” şeklindeki **H5** hipotezi test edilecektir.

Ponna (2009), toplum temelli turizmin sürdürülebilirliği için paydaşların üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmesi gerektiğini belirterek, ancak bu sayede toplum temelli turizme olan güvenin pekiştirileceğini belirtmiştir. Buradan hareketle, “Rehberlerin toplum temelli turizmdeki en büyük sorumluluğun kime düştüğü yönündeki görüşleri ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.” şeklindeki **H6** hipotezi test edilecektir.

Nguyen (2007), toplum temelli turizmin başarıya ulaşmasındaki etkenlerden birinin de paydaşların kendi kararlarını alabilmeleri olduğunu dile getirmiştir. Bilindiği üzere turist rehberlerinin de acentaya bağlı olması, tur esnasında kendi inisiyatiflerinden ziyade acentanın talimatlarını uygulaması anlamına gelmektedir. Buradan hareketle, “Rehberlerin çalışma şekli ile toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı arasında anlamlı bir fark vardır.” şeklindeki **H7** hipotezi test edilecektir.

Ayrıca, araştırmada cevap aranacak bazı sorular mevcuttur. Bunlar genel olarak, rehberlerin sahip olduğu demografik özelliklerin toplum temelli turizm algılamaları üzerinde bir farka veya ilişkiye yol açıp açmadığıdır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, aktif olarak mesleğini devam ettiren bölgesel ve ülkesel eylemli rehberler oluşturmaktadır. Turist rehberlerinin istatistiki bilgilerine bakıldığında, 9756’sı ülkesel ve 555’i bölgesel olmak üzere toplam 10311 rehberin olduğu görülmektedir (TUREB, 2017). Odalara kayıtlı bulunan 10311 rehberden ise

mesleği aktif olarak devam ettiren 7220 eylemli turist rehberi çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Rehberlere ilişkin güncel istatistiki bilgiler Ekler’de yer alan çizelgelerde verilmiştir.

Tesadüfe dayalı olmayan örnekleme yöntemi gerek düşük maliyetli olması gerekse uygulama kolaylığı nedeniyle en kolay örnekleme yöntemidir (İslamoğlu ve Alınçık, 2014). Araştırmada, ankete cevap veren tüm rehberler örnekleme dahil edilerek kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Alan araştırması interaktif ortamda ve yüz yüze olmak üzere iki şekilde devam etmiştir. Rehberleri toplu olarak bir yerde bulmak çok zor olduğundan yüz yüze anketler, rehberlere yönelik eğitim seminerleri verildiği tarihlerde toplanmaya çalışılmıştır. İnteraktif ortam anketleri ise rehberlere mail yoluyla ve sosyal medyada yer alan turist rehberi platformlarından ulaştırılarak anketler uygulanmıştır. Rehberlere ulaşmanın kısıtlı ve zor olması nedeniyle anket uygulama süreci uzamıştır. Elde edilen anketlerden bazılarında eksik ya da hatalı işaretlemeler tespit edilmiş ve analiz dışında bırakılmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri

Araştırma için kullanılacak veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Hazırlanan anket formu 6 ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, toplum temelli turizm yaklaşımının yeni bir kavram olması dolayısıyla Dünya Bankası tarafından yapılan toplum temelli turizm tanımına yer verilmiştir. İkinci kısımda 9 ifadeden oluşan, Rocharungsat (2005) tarafından geliştirilen ve 3’lü likert (1-İyi ifade etmez, 3-İyi ifade eder) tipinde hazırlanmış toplum temelli turizmin karakteristik özellikleri ölçeğine yer verilmiştir. Üçüncü kısımda araştırmaya yön verecek kapalı uçlu sorulara yer verilmiştir. Dördüncü kısımda 15 ifadeden oluşan, Rocharungsat (2005) tarafından geliştirilen ve 5’li likert tipinde hazırlanmış toplum temelli turizm algılama ölçeği verilmiştir. Beşinci kısımda toplum temelli turizm yaklaşımının hayata geçirilmesi istenen bir bölgede takip edilmesi gereken etaplar karışık olarak verilmiş ve turist rehberlerin bunları sıralamaları istenmiştir. Son olarak altıncı kısımda ise turist rehberlerin demografik bilgilerine ilişkin sorular verilmiştir.

3.4. Pilot Uygulama

İlgili literatür incelenerek elde edilen ölçekler Türkçe diline çevrilmiş ve uzman görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda, ölçek ifadelerinde gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Oluşturulan anketin geçerlilik ve güvenilirliğinin test edilmesi için İstanbul Rehberler Odası'na kayıtlı 142 turist rehberine mail yolu ile ulaşılarak anket uygulanmıştır. Pilot uygulama sonucunda elde edilen veriler SPSS 21.0 (Statistical Program for Social Science) paket programı ile analiz edilerek geçerlilik ve güvenilirliklerinin yeterli olduğu görülmüştür. Pilot uygulama sonucunda elde edilen sonuçlar Çizelge 12'de verilmiştir.

Çizelge 12. Pilot Uygulamaya İlişkin Bulgular

Ölçek	Ortalama	Güvenirlilik	Geçerlilik	
			Örneklem Yeterliliği	Küresellik Testi
Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri	2,23	,722	,699	,000
Toplum Temelli Turizm Algısı	3,52	,874	,808	,000

3.5. Veri Toplama Süreci

Araştırmada kullanılacak verilerin toplanmasında zaman kazanmak adına farklı yöntemler kullanılmıştır. Bunlar; yüz yüze, bırak-topla, mail ve internet anketi yöntemleridir. Bilindiği üzere çok sayıda turist rehberini bir arada bulmak neredeyse imkansız denecek kadar zordur. Bu nedenle turist rehberlerine yönelik yapılan seminerler takip edilerek, seminerlerin verileceği yerlere gidilmiş ve buralarda yüz yüze ve bırak-topla anket yöntemleri kullanılmıştır. Ayrıca interaktif yollara başvurularak, turist rehberlerine mail atılmış, turist rehberliği meslek odalarının sosyal medya hesapları aracılığı ile internet üzerinden anketler toplanmaya çalışılmıştır.

Anket, 2017 yaz dönemi boyunca uygulanmıştır. Bu sürecin sonunda 472 anket elde edilmiştir. Elde edilen anketlerin ilk incelemesinde, bazı anketler çeşitli sebeplerden dolayı (eksik veya hatalı doldurulması, her soruya aynı cevabın verilmesi vb.) değerlendirmeye alınmamıştır. İlk inceleme neticesinde geçerli kabul edilen 414 anketin evreni temsil eden örneklem sayısı için yeterli olduğu görülmüştür.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 21.0 (Statistical Program for Social Science) paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin demografik bilgileri yzde ve sıklık değerleriyle analiz edilmiştir. Araştırma konusuna ilişkin veriler de benzer şekilde yzde ve frekans değerleriyle analize tabi tutulmuştur. Araştırmada kullanılan olęeklere ilişkin geçerlilik ve gvenirlilik analizleri yapılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin normal dağılım gsterip gstermediğinin anlaşılabilmesi için arpıklık ve basıklık kat sayılarına bakılmıştır. Verilerin normal dağılım gsterdiği tespit edilmiştir. Buradan hareketle araştırmada test edilecek hipotezler için fark (T-Testi ve ANOVA) testleri ve ilişki (Korelasyon) testi yapılmıştır.

4. BULGULAR VE YORUMLANMASI

Araştırmada elde edilen bulgular ve bu bulgulara yönelik yorumlar bu bölümde verilmiştir.

4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler Çizelge 15’te verilmiştir.

Çizelge 13. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Değişkenler	N	%
Cinsiyet		
Kadın	181	43,7
Erkek	233	56,3
Yaş		
34 yaş ve altı	171	41,3
35-44 yaş arası	119	28,7
45 yaş ve üzeri	124	30,0
Rehberlik Eğitimi Alma Durumu		
Lisans Eğitimi	214	51,7
Ön Lisans Eğitimi	118	28,5
Bakanlık Kursu	82	19,8
Rehberlik Süresi		
1-4 Yıl	65	16,7
5-9 Yıl	158	38,2
10-14 Yıl	137	33,1
15 Yıl ve üzeri	50	12,1
Çalışma Şekli		
Serbest	293	70,8
Acentaya Bağlı	121	29,2
Lisans Türü		
Ülkesel	303	73,2
Bölgesel	111	26,8

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin demografik bilgileri Çizelge 13’teki gibidir. Araştırmaya katılanların 181’i (%43,7) kadın, 233’ü (%56,3) erkektir. Yaş

grubu olarak; katılımcıların 20'si (%4,8) 24 yaş ve altında, 151'i (%36,5) 25-34 yaş aralığında, 119'u (%28,7) 35-44 yaş aralığında, 85'i (%20,5) 45-54 yaş aralığında, 39'u (%9,4) ise 55 yaş ve üzeridir. Katılımcıların 214'ü (%51,7) rehberlik eğitimini lisans düzeyinde, 118'i (%28,5) ön lisans düzeyinde, 82'si (%19,8) ise Bakanlık kursları aracılığıyla almıştır. Katılımcıların rehberlik yaptıkları süreler bakıldığında; 4'ü (%1) 1 yıldan az, 65'i (%15,7) 1-4 yıl aralığında, 158'i (%38,2) 5-9 yıl aralığında, 137'si (%33,1) 10-14 yıl aralığında, 50'si (%12,1) ise 15 yıldan daha fazla süredir rehberlik yapmaktadır. Katılımcıların 293'ü (%70,8) serbest şekilde çalıştıklarını belirtirken 121'i (%29,2) herhangi bir acentaya bağlı olarak çalıştıklarını belirtmiştir. Katılımcıların 303'ü (%73,2) ülkesel ve 111'i (%26,8) bölgesel turist rehberleridir.

4.2. Araştırma Alanına İlişkin Bulgular

Araştırma alanına ilişkin katılımcılara yöneltilen bir takım sorular ve turist rehberlerinin bu sorulara verdikleri yanıtlar aşağıda verilmiştir.

Çizelge 14. Katılımcıların Araştırmaya Yön Verecek Kapalı Uçlu Sorulara Verdikleri Yanıtların Dağılımı

	N	%
T.T.T. Kavramını Daha Önce Duydunuz mu?		
Evet	143	34,5
Hayır	271	65,5
T.T.T Yaklaşımının Yürütülmesinde En Büyük Sorumluluk Kime Düşmelidir?		
Yerel Halk	77	18,6
Yerel İşletmeler	53	12,8
Yerel Yönetim	172	41,5
Tur Operatörleri / Turizm İşletmeleri	112	27,1

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin araştırmaya yön verecek kapalı uçlu sorulara verdikleri cevaplar Çizelge 14'te gösterildiği gibidir. Araştırmaya katılım gösteren turist rehberlerinin 143'ü (%34,5) toplum temelli turizm kavramını daha önce duymuş ve 271'i (%65,5) bu kavramı daha önce duymamıştır. Katılımcıların 77'si (%18,6) toplum temelli turizm yaklaşımındaki en büyük sorumluluğun yerel halka düştüğünü, 53'ü (%12,8) yerel işletmelere, 172'si (%41,5) yerel yönetimlere, 112'si (%27,1) ise tur operatörleri / turizm işletmelerine düştüğünü belirtmektedirler.

Çizelge 15. Katılımcıların Toplum Temelli Turizm Yaklaşımı için Belirlenen Bir Bölgede İlk Etapta Yapılması Gerekenlere İlişkin Cevaplarının Dağılımı

Toplum Temelli Turizm Yaklaşımı İçin Belirlenen Bir Bölgede İlk Etapta Yapılması Gereken Bazı Maddeler İçerisinde En Önemli Olanlar	N	%*
Örgütsel yapı oluşturmak (Ör.: Turistik Gelişim Komitesi).	67	16,18
Yerel halkın hangi kaynaklara ihtiyaç duyduğunu belirlemek.	59	14,25
Yöre halkını birlikte çalışmaya teşvik etmek.	58	14,01
Amaç ve hedefleri açık şekilde belirlenmiş turizm planları geliştirmek.	54	13,05
Önde gelen kurumlar ve uzmanların yerel halka yardımcı olmalarını sağlamak.	48	11,6
Yerel halkın bilinçlenmesi için eğitimler vermek.	39	9,42
Yerel halkı turizmin artı ve eksileri konusunda bilgilendirmek.	35	8,45
Yerel halkın turizmde aktif rol alması için destek vermek.	33	7,97
Yapılacak işler için kilit rolleri belirlemek.	21	5,07
Toplam	414	100

* Yüzde hesaplanırken yuvarlama yapılmıştır.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinden toplum temelli turizm için belirlenen bir bölgede ilk etapta yerine getirilmesi gereken şartları önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Katılımcıların belirledikleri önem sıralaması Çizelge 15'te verilmiştir. Buna göre; katılımcıların %16,18'i "Örgütsel yapı oluşturmak (Ör.: Turistik Gelişim Komitesi)", %14,25'i "Yerel halkın hangi kaynaklara ihtiyaç duyduğunu belirlemek.", %14,01'i "Yöre halkını birlikte çalışmaya teşvik etmek.", %13,05'i "Amaç ve hedefleri açık bir şekilde belirlenmiş turizm planları geliştirmek.", %11,6'sı "Önde gelen kurumlar ve uzmanların yerel halka yardımcı olmalarını sağlamak.", %9,42'si "Yerel halkın bilinçlenmesi için eğitimler vermek.", %8,45'i "Yerel halkı turizmin artı ve eksileri konusunda bilgilendirmek.", %7,97'si ise "Yerel halkın turizmde aktif rol alması için destek vermek." %5,07'si "Yapılacak işler için kilit rolleri belirlemek." şartlarını yerine getirilmesi gereken en önemli unsurlar olarak belirtmişlerdir.

4.3. Güvenilirlik Analizine İlişkin Bulgular

Güvenirlilik analizi, örnekleme oluşturan birimlerden verilerin elde edilmesi amacıyla geliştirilen ölçme aracında yer alan ifadelerin kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmektedir. Güvenirlilik katsayısı 0 ile 1 arasında değerler almakta ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenirlilik artmaktadır (Pelit ve Güçer, 2007).

Çizelge 16. Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeğine İlişkin Güvenirlilik Analizi, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Sonuçları

İfade		\bar{X}	S.S	Soru Silindiğinde Cronbach's Alpha
Birinci Bölüm	Yerel yönetimler tarafından koordine edilir.	2,16	0,74	,718
	Ülkenin kırsal bölgeleri tepeden tırnağa bu turizm türüne dahildir.	2,09	0,73	,726
	Yönetim ve sorumluluk tüm paydaşlara eşit şekilde dağılmıştır.	2,13	0,78	,695
	Çevrenin, kültürün ve toplumun korunması amaçlanmıştır.	2,39	0,75	,703
	Yerel halk için gelir getirici ve zenginliğin adil dağılımı söz konusudur.	2,14	0,76	,682
İkinci Bölüm	Kararlarda yerel halkın da söz sahibi olduğu turizm türüdür.	2,32	0,76	,688
	Yerel halkın eğitimi ve gelişimi için sürdürülebilir katılım amaçlanır.	2,48	0,73	,696
	Yüksek kaliteli ziyaretçi deneyimi garantisi verir.	1,98	0,72	,729
	Yatırımcıya da yerel halka da sağlam getiriler sunar.	2,15	0,72	,672
Birinci Bölüm		İkinci Bölüm		Ölçek Geneli
Toplam Ortalama 10,94 Varyans 4,82 Standart Sapma 2,19 Cronbach's Alpha ,507		Toplam Ortalama 8,93 Varyans 3,50 Standart Sapma 1,87 Cronbach's Alpha ,504		Toplam Ortalama 19,88 Varyans 14,21 Standart Sapma 3,77 Cronbach's Alpha ,726

Çizelge 16'da Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeğine ilişkin güvenirlilik analizi yapılmıştır. Güvenirliğin analizi için split-half method (yarıya bölme yöntemi) kullanılmıştır. Bu yöntem, ölçek sorularını ikiye bölerek, iki bölümün deneklere aynı anda uygulanması sonucunda deneklerin bu bölümlere verdikleri yanıtlar arasındaki korelasyon ile güvenirlilik tahmini yapılmasına olanak sağlayan bir

yöntemdir (Ercan ve Kan, 2004: 213). Bu test sonucunda; Birinci bölüm (ilk 5 ifade) için 0,507, İkinci bölüm (son 4 ifade) için 0,504 ve ölçeğin tamamı için ise 0,726 Cronbach's Alpha değeri elde edilmiştir. İfadeler içerisinde en yüksek katılım düzeyi ($x=2,48$), “*Yerel halkın eğitimi ve gelişimi için sürdürülebilir katılım amaçlanır.*” şeklindeki 7. ifadede gerçekleşmiştir. 8. İfade ($x=1,98$) “*Yüksek kaliteli ziyaretçi deneyimi garantisini verir.*” şeklindeki ifade, en düşük katılım düzeyine sahip ifade olarak belirlenmiştir.

Çizelge 17. Toplum Temelli Turizm Algısı Ölçeğine İlişkin Güvenirlilik Analizi, Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Sonuçları

İfade*		\bar{X}	S.S	Soru Silindiğinde Cronbach's Alpha
Birinci Bölüm	TTT yerel topluma maddi getiri sağlar.	3,79	1,46	,886
	TTT yaklaşımının yönetimi yerel halka bırakılırsa daha iyi olur.	2,89	1,23	,897
	TTT sürdürülebilirliği beraberinde getirir.	3,40	1,25	,884
	TTT yerel halkın kimliğini kaybetmesine yol açar.	2,89	1,29	,894
	TTT halkın turizme olan ilgisini artırır.	3,75	1,31	,885
	TTT yerel halkın yaşamını zorlaştırır.	3,46	1,22	,876
	TTT çok yönlü işbirliğini teşvik eder.	3,63	1,18	,878
	TTT çevreye zarar verir.	3,41	1,28	,879
İkinci Bölüm	TTT sadece zenginler içindir.	3,45	1,27	,883
	TTT iyi bir konsepttir.	3,78	1,14	,895
	TTT karşılıklı kültür değişimini sağlar.	3,70	1,16	,886
	TTT uygulama sorunları olan bir kavramdır.	2,96	1,10	,892
	TTT gerçekçi bir yaklaşım değildir.	3,55	1,17	,886
	TTT yüksek kaliteli hizmet ve ürün sunmayı teşvik eder.	3,40	1,07	,889
	TTT sınırları olan bir kavramdır.	3,44	1,22	,877
Birinci Bölüm		İkinci Bölüm		Ölçek Geneli
Toplam Ortalama 27,26		Toplam Ortalama 24,31		Toplam Ortalama 51,57
Varyans 45,60		Varyans 28,29		Varyans 136,88
Standart Sapma 6,75		Standart Sapma 5,31		Standart Sapma 11,69
Cronbach's Alpha ,812		Cronbach's Alpha ,773		Cronbach's Alpha ,894

* Olumsuz ifadeler ters kodlanmıştır.

Çizelge 17’de Toplum Temelli Turizm Algı Ölçeğine ilişkin güvenirlilik analizi yapılmıştır. Güvenirliğin analizi için split-half method (yarıya bölme yöntemi)

kullanılmıştır. Birinci bölüm (ilk 8 ifade) için 0,812, ikinci bölüm (son 7 ifade) için 0,773 ve ölçeğin geneli için ise 0,894 Cronbach's Alpha değeri elde edilmiştir. İfadelere bakıldığında, en yüksek ortalama ($x=3,79$), “*TTT yerel topluma maddi getiri sağlar.*” şeklindeki 1. ifadede gerçekleşmiştir. 2. ifade ($x=2,89$) “*TTT yaklaşımının yönetimi yerel halka bırakılırsa daha iyi olur.*” ve 4. ifade ($x=2,89$) “*TTT yerel halkın kimliğini kaybetmesine yol açar.*” şeklindeki ifade, en düşük katılım düzeyine sahip olan ifadeler olarak belirlenmiştir.

Çizelge 18. Araştırmada Kullanılan Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeğine ve Toplum Temelli Turizm Algılama Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler

Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeği		İstatistik	Standart Hata
	Ortalama	2,20	
Varyans	,175		
Standart Sapma	,418		
Minimum	1,00		
Maksimum	3,00		
Genişlik (Ranj)	2,00		
Çarpıklık Katsayısı	-,374	,114	
Basıklık Katsayısı	,093	,129	
Toplum Temelli Turizm Algı Ölçeği	Ortalama	3,43	
	Varyans	,608	
	Standart Sapma	,779	
	Minimum	1,13	
	Maksimum	4,93	
	Genişlik (Ranj)	3,80	
	Çarpıklık Katsayısı	-,789	,120
	Basıklık Katsayısı	,518	,239

Bilindiği gibi, elde edilen verilere parametrik testlerin (t-testi, anova, faktör analizi gibi) uygulanması için verilerin normal dağılım şartlarını sağlaması gerekmektedir. Çarpıklık katsayısının “0” olması tam simetrik dağılımı göstermektedir. Bu katsayının +1 ile -1 arasında olması, dağılımın önemli bir sapma

göstermediğini ifade etmektedir (Uzun ve Sağlam, 2006: 247). Ayrıca basıklık katsayısının da +2 ile -2 aralığında olması verilerin normal dağılım özelliğine sahip olduğunu ifade etmektedir (Madenoğlu vd., 2014: 57). Çizelge 18’de Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeğine ilişkin çarpıklık katsayısı -,374 ve basıklık katsayısı ,093, Toplum Temelli Turizm Algı Ölçeğine ilişkin çarpıklık katsayısı -,789 ve basıklık katsayısı ,518 olarak saptanmıştır. Çarpıklık katsayıları +1 ile -1 ve basıklık katsayıları +2 ile -2 arasında olduğundan veriler normal dağılım testlerine tabi tutulacaktır.

4.4. Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Çok değişkenli araştırmalarda kullanılan değişken sayısının fazlalaşmasıyla birlikte çok sayıda olan değişkenin yorumlanmasında ortaya çıkabilecek sorunlardan dolayı faktör analizi sosyal bilimler alanındaki araştırmalarda sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Faktör analizi, birbirleri ile ilişkisi olduğu düşünülen çok sayıda değişkenin arasında var olan ilişkinin yapısını daha somut bir ifadeyle yorumlanmasına olanak sağlamaktadır (Altunışık vd., 2007). Faktör analizinin fikir veren testlerden biri KMO (Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) testidir. KMO değeri 1,00’a yaklaştıkça yapılan analizin daha anlamlı olduğu düşünülmektedir. KMO değerlerine ilişkin ölçüt aralıkları Çizelge 19’da verilmiştir.

Çizelge 19. KMO Testi Değerleri

ÖLÇÜT	AÇIKLAMA
$1,00 \leq KMO \leq 0,90$	Mükemmel
$0,90 \leq KMO \leq 0,80$	İyi
$0,80 \leq KMO \leq 0,70$	Orta düzey
$0,70 \leq KMO \leq 0,60$	Zayıf
$0,60 \leq KMO \leq$	Kötü

Kaynak: Field, A. (2000). *Discovering Statistics using SPSS for Windows*. London – Thousand Oaks –New Delhi: Sage publications.

Çizelge 20. Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları ve KMO ve Bartlett Testi Değerleri

Toplum Temelli Turizm Karakteristik Ölçeği	Sürdürülebilir Turizm	Yönetim Yaklaşımı
İfade7	,767	
İfade4	,709	
İfade6	,700	
İfade5	,600	
İfade9	,589	
İfade8	,503	
İfade3		,752
İfade2		,722
İfade1		,470
Faktörlerin Eigen Değerleri	2,932	2,480
Faktörlere Ait Açıklanan Varyans Değerleri (%)	28,963	20,054
Açıklanan Toplam Varyans (%)	59,017	
KMO Örneklem Yeterliliği	,718	
Bartlett's Küresellik Testi	Ki Kare 854,169 Anlamlılık 0,000	

Toplum temelli turizm karakteristik ölçeğine ilişkin faktör analizi sonucunda öz değeri birden büyük 2 boyut elde edilmiştir. Bu boyutlar toplam varyansın %59,017'sini açıklamaktadır. Bu iki boyut, sürdürülebilir turizm boyutu ve yönetim yaklaşımı boyutudur. Bu iki boyut Rocharungsat (2005) ile benzerlik göstermektedir. Analizde, KMO değeri, sig. (p)=0,000 anlamlılık düzeyinde ,718 olarak belirlenmiş ve bu değer orta düzey bir örneklem yeterliliği sonucunu ortaya koymuştur. Bartlett Küresellik Testi sonucu ise 854,169 olarak bulunmuştur.

Çizelge 21. Toplum Temelli Turizm Algısı Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları ve KMO ve Bartlett Testi Değerleri

Toplum Temelli Turizm Algı Ölçeği	Uygulama	Sürdürülebilirlik	Sorunsal
İfade15	,924		
İfade8	,914		
İfade6	,905		
İfade9	,873		
İfade13	,831		
İfade7	,800		
İfade1		,821	
İfade3		,779	
İfade10		,751	

Çizelge 21 Devam

İfade11		,701	
İfade14		,683	
İfade5		,629	
İfade4			,826
İfade2			,659
İfade12			,550
Faktörlerin Eigen Değerleri	6,590	2,290	1,346
Faktörlere Ait Açıklanan Varyans Değerleri (%)	43,935	15,264	8,972
Açıklanan Toplam Varyans (%)	68,172		
KMO Örneklem Yeterliliği	,874		
Bartlett's Yüzeysellik Testi	Ki Kare 4979,598 Anlamlılık 0,000		

Toplum temelli turizm algısı ölçeğine ilişkin faktör analizi sonucunda öz değeri birden büyük 3 boyut elde edilmiştir. Bu boyutlar toplam varyansın %68,172'sini açıklamaktadır. Bu 3 boyut, uygulama boyutu, sürdürülebilir boyut ve sorunsal boyuttur. Bu 3 boyut Ellis (2011) ile benzerlik göstermektedir. Analizde, KMO değeri, sig. (p)=0,000 anlamlılık düzeyinde ,874 olarak belirlenmiş ve bu değer iyi bir örneklem yeterliliği sonucunu ortaya koymuştur. Bartlett Küresellik Testi sonucu ise 4979,598 olarak bulunmuştur.

4.5. T-Testi Sonuçları ve Hipotezler

T-testi iki farklı grubun verdikleri cevaplar arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Araştırmanın bu kısmında iki değişkenin kullanıldığı durumlar için yapılan t-testi bulguları sıralanmıştır.

Çizelge 22. Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Kavramını Daha Önce Duyma Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

		Levene Testi		T-Testi		
		F	P	t	sd	P(2-Uçlu)
Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri	Eşit Varyanslar	,95	,00	3,72	412	,00
	Eşit Olmayan Varyanslar			2,62	28,90	,00
	TTT kavramını daha önce duyma			N	X	S.S
	Evet			143	2,27	,41
	Hayır			271	2,20	,41
Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı	Eşit Varyanslar	,64	,12	2,41	412	,01
	Eşit Olmayan Varyanslar			2,07	27,46	,05
	TTT kavramını daha önce duyma			N	X	S.S
	Evet			143	2,34	,46
	Hayır			271	2,24	,46
Yönetim Yaklaşımı	Eşit Varyanslar	2,97	,08	1,29	412	,07
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,31	288,29	,09
	TTT kavramını daha önce duyma			N	X	S.S
	Evet			143	2,16	,50
	Hayır			271	2,11	,49

Çizelge 22’de toplum temelli turizm kavramını daha önce duyma durumuna göre katılımcıların toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamalarına ilişkin aritmetik ortalamaları verilmiştir. Ölçeğin geneline ve alt boyutlarının aritmetik ortalamalarının birbirlerinden farklı olduğu görülmektedir. Bu farkların anlamlı birer fark olup olmadığını ölçmek için Bağımsız Örneklem t-testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda Levene Testi anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ kritik değerinin üstünde olan durumlar için varyansın eşit olma durumuna ilişkin değerleri, bu değer altındaki durumlar için ise varyansın eşit olmama durumuna ilişkin değerleri dikkate alınmıştır. Bu durumda, katılımcıların toplum temelli turizm kavramını daha önce duyma durumları ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında ($p=0,00$) ve sürdürülebilir turizm yaklaşımı arasında ($p=0,01$) anlamlı bir fark bulunmuştur. Katılımcıların kavramı duyma durumu ile toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı arasında ise ($p=0,07$) anlamlı bir fark

bulunamamıştır. Bu bulgulardan hareketle; Toplum temelli turizm kavramını daha önce duyanların bu kavram hakkında bazı temel bilgilere sahip olduğu, gerek genel anlamda gerekse toplum temelli turizmin sürdürülebilir yaklaşım boyutu açısından kavramı daha önce duymayanlara göre algılarının daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı açısından bakıldığında ise kavramın daha önceden bilinmesi değişkeninin aritmetik olarak bir farka sebebiyet verse dahi bu farkın anlamlı bir farklılık teşkil etmediği görülmektedir. Bu bulgudan hareketle; “*Turist rehberlerinin toplum temelli turizm kavramını daha önce duyma durumu ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.*” şeklindeki **H1** hipotezi reddedilmiştir.

Çizelge 23. Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Kavramını Daha Önce Duyma Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Algılamaları ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

		Levene Testi		T-Testi		
		F	P	T	sd	P(2-Uçlu)
Toplum Temelli Turizm Algısı	Eşit Varyanslar	,33	,02	3,67	412	,00
	Eşit Olmayan Varyanslar			3,98	41,13	,04
	TTT kavramını daha önce duyma			N	X	S.S
	Evet			143	3,52	,28
	Hayır			271	3,39	,27
Uygulama Boyutu	Eşit Varyanslar	2,45	,09	1,27	412	,08
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,29	148,76	,09
	TTT kavramını daha önce duyma			N	X	S.S
	Evet			143	3,59	1,12
	Hayır			271	3,44	1,10
Sürdürülebilirlik Boyutu	Eşit Varyanslar	,64	,41	4,21	412	,00
	Eşit Olmayan Varyanslar			4,33	124,18	,00
	TTT kavramını daha önce duyma			N	X	S.S
	Evet			143	3,72	,48
	Hayır			271	3,59	,44
Sorunsal Boyut	Eşit Varyanslar	,63	,47	2,89	412	,00
	Eşit Olmayan Varyanslar			3,01	131,36	,01
	TTT kavramını daha önce duyma			N	X	S.S
	Evet			143	2,96	,46
	Hayır			271	2,89	,47

Çizelge 23'te toplum temelli turizm kavramını daha önce duyma durumuna göre katılımcıların toplum temelli turizmi ve alt boyutlarını algılamalarına ilişkin aritmetik ortalamaları verilmiştir. Analiz sonucunda, katılımcıların toplum temelli turizm kavramını daha önce duyma durumları ile toplum temelli turizm algılamaları arasında ($p=0,04$), sürdürülebilirlik boyutu arasında ($p=0,00$) ve sorunsal boyutu arasında ($p=0,00$) anlamlı bir fark bulunmuştur. Katılımcıların kavramı duyma durumu ile toplum temelli turizmin uygulama boyutu arasında ise ($p=0,08$) anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgulardan hareketle; toplum temelli turizm kavramını daha önce duyanların kavram hakkında bilgi sahibi olduğu dolayısıyla genel olarak toplum temelli turizm algılarının kavramı daha önce duymayanlara göre daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Toplum temelli turizmin uygulama boyutu açısından ise kavramının bilinirliği değişkeninin aritmetik bir farka yol açtığı görülse de anlamlı bir farka yol açmadığı görülmektedir.

Çizelge 24. Turist Rehberlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

		Levene Testi		T-Testi		
		F	P	t	sd	P(2-Uçlu)
Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri	Eşit Varyanslar	3,73	,05	,946	412	,34
	Eşit Olmayan Varyanslar			,931	359,14	,35
	Cinsiyet	N	X	S.S		
	Kadın	181	2,18	,44		
	Erkek	233	2,22	,39		
Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı	Eşit Varyanslar	2,86	,11	,911	412	,22
	Eşit Olmayan Varyanslar			,924	327,66	,23
	Cinsiyet	N	X	S.S		
	Kadın	181	2,21	,50		
	Erkek	233	2,27	,43		
Yönetim Yaklaşımı	Eşit Varyanslar	2,12	,09	1,19	412	,19
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,22	324,97	,21
	Cinsiyet	N	X	S.S		
	Kadın	181	2,13	,50		
	Erkek	233	2,13	,50		

Çizelge 24’te cinsiyet değişkenine göre katılımcıların Toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamalarına ilişkin aritmetik ortalamaları verilmiştir. Analiz sonucunda, katılımcıların cinsiyetleri ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında ($p=0,35$), sürdürülebilir turizm yaklaşımı arasında ($p=0,22$) ve toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı arasında ise ($p=0,19$) anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgulardan hareketle; cinsiyet değişkeninin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamada anlamlı bir farka yol açmadığı görülmektedir.

Çizelge 25. Turist Rehberlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Algılamaları ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

		Levene Testi		T-Testi		
		F	P	t	sd	P(2-Uçlu)
Toplum Temelli Turizm Algısı	Eşit Varyanslar	11,28	,00	2,30	412	,02
	Eşit Olmayan Varyanslar			2,24	342,96	,02
	Cinsiyet	N	X	S.S		
	Kadın	181	3,33	,46		
	Erkek	233	3,51	,30		
Uygulama Boyutu	Eşit Varyanslar	6,53	,01	1,02	412	,30
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,03	358,73	,31
	Cinsiyet	N	X	S.S		
	Kadın	181	3,43	1,19		
	Erkek	233	3,54	1,04		
Sürdürülebilirlik Boyutu	Eşit Varyanslar	21,27	,00	2,74	412	,00
	Eşit Olmayan Varyanslar			2,67	340,61	,00
	Cinsiyet	N	X	S.S		
	Kadın	181	3,49	1,04		
	Erkek	233	3,75	,84		
Sorunsal Boyut	Eşit Varyanslar	7,12	,09	1,79	412	,07
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,78	380,06	,07
	Cinsiyet	N	X	S.S		
	Kadın	181	2,83	,87		
	Erkek	233	2,98	,84		

Çizelge 25’te cinsiyet değişkenine göre katılımcıların Toplum temelli turizm alt boyutlarını algılamalarına ilişkin aritmetik ortalamaları verilmiştir. Analiz

sonucunda, katılımcıların cinsiyetleri ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında ($p=0,02$) ve sürdürülebilirlik boyutu arasında ($p=0,00$) anlamlı bir fark bulunmuştur. Katılımcıların cinsiyetleri ile toplum temelli turizmin uygulama boyutu arasında ($p=0,31$) ve sorunsal boyutu arasında ($p=0,07$) anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgulardan hareketle; cinsiyet değişkeninin toplum temelli turizm ve toplum temelli turizmin sürdürülebilirlik boyutu algısı üzerinde anlamlı bir farka yol açtığı, toplum temelli turizmin uygulama boyutu ve sorunsal boyutunu algılamada anlamlı bir farka yol açmadığı görülmektedir.

Çizelge 26. Turist Rehberlerinin Çalışma Şekli Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

		Levene Testi		T-Testi		
		F	P	t	sd	P(2-Uçlu)
Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri	Eşit Varyanslar	0,32	,85	,74	412	,09
	Eşit Olmayan Varyanslar			,74	225,30	,10
	Çalışma şekli			N	X	S.S
	Serbest			293	2,19	,41
	Acentaya bağlı			121	2,23	,41
Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı	Eşit Varyanslar	,07	,78	,48	412	,08
	Eşit Olmayan Varyanslar			,48	227,69	,09
	Çalışma şekli			N	X	S.S
	Serbest			293	22,4	,46
	Acentaya bağlı			121	2,26	,46
Yönetim Yaklaşımı	Eşit Varyanslar	1,93	,16	,96	412	,13
	Eşit Olmayan Varyanslar			,99	239,83	,13
	Çalışma şekli			N	X	S.S
	Serbest			293	2,11	,51
	Acentaya bağlı			121	2,17	,47

Çizelge 26’da çalışma şekli değişkenine göre katılımcıların toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamalarına ilişkin aritmetik ortalamaları verilmiştir. Analiz Sonucunda, katılımcıların çalışma şekli ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında ($p=0,09$), sürdürülebilir turizm yaklaşımı arasında ($p=0,08$) ve toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı arasında ise ($p=0,13$) anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bir başka deyişle,

çalışma şekli değişkeninin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamada anlamlı bir farka yol açmadığı görülmektedir. Bu bulgudan hareketle; “*Turist rehberlerinin çalışma şekli ile toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı arasında anlamlı bir fark vardır.*” şeklindeki **H7** hipotezi reddedilmiştir.

Çizelge 2712. Turist Rehberlerinin Çalışma Şekli Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Algılamaları ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

		Levene Testi		T-Testi		
		F	P	t	sd	P(2-Uçlu)
Toplum Temelli Turizm Algısı	Eşit Varyanslar	1,81	,17	,25	412	,08
	Eşit Olmayan Varyanslar			,26	258,88	,07
	Çalışma şekli		N	X	S.S	
	Serbest		293	3,43	,81	
	Acentaya bağlı		121	3,45	,69	
Uygulama Boyutu	Eşit Varyanslar	,43	,51	1,26	412	,10
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,28	232,83	,09
	Çalışma şekli		N	X	S.S	
	Serbest		293	3,45	1,12	
	Acentaya bağlı		121	3,60	1,07	
Sürdürülebilirlik Boyutu	Eşit Varyanslar	,51	,47	1,04	412	,09
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,05	227,93	,09
	Çalışma şekli		N	X	S.S	
	Serbest		293	3,67	,94	
	Acentaya bağlı		121	3,56	,92	
Sorunsal Boyut	Eşit Varyanslar	4,69	,03	,16	412	,08
	Eşit Olmayan Varyanslar			,17	267,57	,08
	Çalışma şekli		N	X	S.S	
	Serbest		293	2,91	,90	
	Acentaya bağlı		121	2,92	,74	

Çizelge 27’de çalışma şekli değişkenine göre katılımcıların toplum temelli turizm alt boyutlarını algılamalarına ilişkin aritmetik ortalamaları verilmiştir. Analiz sonucunda, katılımcıların çalışma şekilleri ile toplum temelli turizmi algılamaları arasında (p=0,08), uygulama boyutu arasında (p=0,10), sürdürülebilirlik boyutu arasında (p=0,09) ve sorunsal boyutu arasında (p=0,08) anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgulardan hareketle; çalışma şekli değişkeninin toplum temelli turizm algılamasında anlamlı bir farka yol açmadığı söylenebilir.

Çizelge 28. Turist Rehberlerinin Sahip Oldukları Sertifika Türü Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

		Levene Testi		T-Testi		
		F	P	t	sd	P(2-Uçlu)
Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri	Eşit Varyanslar	,28	,59	1,82	412	,06
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,81	192,62	,07
	Rehberlik sertifika türü		N	X	S.S	
	Ülkesel		303	2,18	,41	
	Bölgesel		111	2,27	,42	
Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı	Eşit Varyanslar	,08	,77	1,84	412	,06
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,84	194,62	,06
	Rehberlik sertifika türü		N	X	S.S	
	Ülkesel		303	2,22	,46	
	Bölgesel		111	2,18	,46	
Yönetim Yaklaşımı	Eşit Varyanslar	,673	,41	1,14	412	,25
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,16	201,44	,24
	Rehberlik sertifika türü		N	X	S.S	
	Ülkesel		303	2,11	,50	
	Bölgesel		111	2,18	,48	

Çizelge 28’de rehberlik sertifika türü değişkenine göre katılımcıların Toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamalarına ilişkin aritmetik ortalamaları verilmiştir. Analiz sonucunda, katılımcıların çalışma şekli ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında ($p=0,06$), sürdürülebilir turizm yaklaşımı arasında ($p=0,06$) ve toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı arasında ise ($p=0,25$) anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgular doğrultusunda, rehberlik sertifika türü değişkeninin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamada anlamlı bir farka yol açmadığı görülmektedir.

Çizelge 29. Turist Rehberlerinin Sahip Oldukları Sertifika Türü Değişkenine Göre Toplum Temelli Turizm Algılamaları ve Alt Boyutlarını Algılamaları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Sonuçları

		Levene Testi		T-Testi		
		F	P	t	sd	P(2-Uçlu)
Toplum Temelli Turizm Algısı	Eşit Varyanslar	9,96	,00	3,43	412	,00
	Eşit Olmayan Varyanslar			3,26	178,59	,00
	Rehberlik sertifika türü		N	X	S.S	
	Ülkesel		303	3,51	,74	
	Bölgesel		111	3,22	,83	
Uygulama Boyutu	Eşit Varyanslar	5,20	,02	1,25	412	,21
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,16	171,15	,24
	Rehberlik sertifika türü		N	X	S.S	
	Ülkesel		303	3,53	1,05	
	Bölgesel		111	3,38	1,24	
Sürdürülebilirlik Boyutu	Eşit Varyanslar	6,52	,01	4,75	412	,00
	Eşit Olmayan Varyanslar			4,55	181,03	,00
	Rehberlik sertifika türü		N	X	S.S	
	Ülkesel		303	3,77	,89	
	Bölgesel		111	3,28	,98	
Sorunsal Boyut	Eşit Varyanslar	,48	,48	1,97	412	,04
	Eşit Olmayan Varyanslar			1,91	185,86	,05
	Rehberlik sertifika türü		N	X	S.S	
	Ülkesel		303	2,96	,84	
	Bölgesel		111	2,78	,89	

Çizelge 29’da rehberlik sertifika türü değişkenine göre katılımcıların toplum temelli turizm alt boyutlarını algılamalarına ilişkin aritmetik ortalamaları verilmiştir. Analiz sonucunda, katılımcıların çalışma şekilleri ile toplum temelli turizmi algılamaları arasında ($p=0,00$), sürdürülebilirlik boyutu arasında ($p=0,00$) ve sorunsal boyutu arasında ($p=0,04$) anlamlı bir fark bulunmuştur. Katılımcıların rehberlik sertifika türü ile toplum temelli turizmin uygulama boyutu arasında ($p=0,24$), anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgular doğrultusunda, rehberlik sertifika türü değişkeninin toplum temelli turizm, toplum temelli turizmin sürdürülebilirlik boyutu ve sorunsal boyutunu algılamada anlamlı bir farka yol açtığı fakat toplum temelli turizmin uygulama boyutunu algılamada anlamlı bir farka yol açmadığı görülmektedir. Bu bulgudan hareketle; “*Turist rehberlerinin ülkesel veya bölgesel rehber olma*

durumları ile toplum temelli turizm algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.” şeklindeki **H3** hipotezi kabul edilmiştir.

4.6. Varyans (One-Way Anova) Analizi Sonuçları ve Hipotezler

Araştırmalarda kimi zaman üç ve daha fazla değişken arasında karşılaştırma yapmak gerekebilmektedir. T-testi sadece 2 değişken arasındaki farklılıkları test etmek için kullanılırken değişkenlerin 3 ve daha fazla olması durumunda One-Way Anova (Varyans) analizi kullanılır (Altunışık vd., 2007). Araştırmanın bu kısmında üç ve daha fazla değişken arasında farklılıkların olup olmadığını test etmek için yapılan varyans analizlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Çizelge 30. Rehberlik Süresi Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri	Gruplar Arası	,353	3	,118	,669	,572
	Grup İçi	72,122	410	,176		
	Toplam	72,475	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Yönetim Yaklaşımı	Gruplar Arası	,318	3	,106	,420	,739
	Grup İçi	103,620	410	,253		
	Toplam	103,938	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı	Gruplar Arası	,429	3	,143	,655	,580
	Grup İçi	89,443	410	,218		
	Toplam	89,872	413			

Rehberlik süresi değişkeni ile turist rehberlerinin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını analiz etmek için tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Gruplar arasında fark olup olmadığını gösteren p kritik değerlerinin 0,05'ten ($p < 0,05$) küçük olması anlamlı bir farkın olduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda rehberlik süresi değişkeni ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgudan hareketle katılımcıların rehberlik sürelerinin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt

boyutlarını algılamalarında anlamlı bir farka yol açmadığı söylenebilir. Bu bulgudan hareketle; “*Turist rehberlerinin toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı algılamaları ile rehberlik süreleri arasında anlamlı bir fark vardır.*” şeklindeki **H5** hipotezi reddedilmiştir.

Çizelge 31. Rehberlik Süresi Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Toplum Temelli Turizm Algısı	Gruplar Arası	2,248	3	,749	1,23	,29
	Grup İçi	249,010	410	,607		
	Toplam	251,258	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Uygulama Boyutu	Gruplar Arası	9,249	3	3,083	2,52	,05
	Grup İçi	500,466	410	1,221		
	Toplam	509,716	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Sürdürülebilirlik Boyutu	Gruplar Arası	,121	3	,040	,04	,98
	Grup İçi	366,752	410	,895		
	Toplam	366,873	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Sorunsal Boyut	Gruplar Arası	3,636	3	1,212	1,65	,17
	Grup İçi	300,905	410	,734		
	Toplam	304,541	413			

Rehberlik süresi değişkeni ile turist rehberlerinin toplum temelli turizmi ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını analiz etmek için tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Rehberlik süresi değişkeni ile toplum temelli turizmi ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Diğer bir tabirle, katılımcıların rehberlik sürelerinin toplum temelli turizm ve alt boyutlarını algılamalarında anlamlı bir farka yol açmadığı söylenebilir.

Çizelge 32. Rehberlik Eğitimi Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri	Gruplar Arası	,52	2	,26	1,49	,22
	Grup İçi	71,95	411	,17		
	Toplam	72,47	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Yönetim Yaklaşımı	Gruplar Arası	,25	2	,12	,50	,60
	Grup İçi	103,68	411	,25		
	Toplam	103,93	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı	Gruplar Arası	,74	2	,37	1,72	,18
	Grup İçi	89,12	411	,21		
	Toplam	89,87	413			

Rehberlik eğitimi değişkeni ile turist rehberlerinin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını analiz etmek için tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Rehberlik eğitimi değişkeni ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bu bulgudan hareketle, katılımcıların rehberlik eğitimini aldıkları kanalların toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamada anlamlı bir farka yol açmadığı söylenebilir.

Çizelge 33. Rehberlik Eğitimi Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Toplum Temelli Turizm Algısı	Gruplar Arası	1,41	2	,70	1,16	,31
	Grup İçi	249,84	411	,60		
	Toplam	251,25	413			

Çizelge 33 Devam

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Uygulama Boyutu	Gruplar Arası	4,77	2	2,38	1,94	,14
	Grup İçi	504,93	411	1,22		
	Toplam	50971	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Sürdürülebilirlik Boyutu	Gruplar Arası	,42	2	,21	,24	,78
	Grup İçi	366,44	411	,89		
	Toplam	366,87	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Sorunsal Boyut	Gruplar Arası	,43	2	,21	,29	,74
	Grup İçi	304,10	411	,74		
	Toplam	304,54	413			

Rehberlik eğitimi değişkeni ile turist rehberlerinin toplum temelli turizmi ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını analiz etmek için tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Rehberlik eğitimi değişkeni ile toplum temelli turizmi ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Diğer bir deyişle, katılımcıların rehberlik eğitimini aldığı kurumların toplum temelli turizm ve alt boyutlarını algılamada anlamlı bir farka yol açmadığı söylenebilir.

Çizelge 34. Yaş Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri	Gruplar Arası	,055	2	,027	,155	,856
	Grup İçi	72,420	411	,176		
	Toplam	72,475	413			

Çizelge 34 Devam

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Yönetim Yaklaşımı	Gruplar Arası	,125	2	,063	,247	,781
	Grup İçi	103,813	411	,253		
	Toplam	103,938	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı	Gruplar Arası	,062	2	,031	,141	,869
	Grup İçi	89,810	411	,219		
	Toplam	89,872	413			

Yaş değişkeni ile turist rehberlerinin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını analiz etmek için tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda yaş değişkeni ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Bir diğer deyişle, turist rehberlerinin yaşlarının toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini ve alt boyutlarını algılamada anlamlı bir farka yol açmadığı söylenebilir.

Çizelge 35. Yaş Değişkeni Açısından Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Toplum Temelli Turizm Algısı	Gruplar Arası	,321	2	,161	,263	,769
	Grup İçi	250,937	411	,611		
	Toplam	251,258	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Uygulama Boyutu	Gruplar Arası	,109	2	,054	,044	,957
	Grup İçi	509,607	411	1,240		
	Toplam	509,716	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Sürdürülebilirlik Boyutu	Gruplar Arası	1,190	2	,595	,669	,513
	Grup İçi	365,682	411	,890		
	Toplam	366,873	413			

Çizelge 35 Devam

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Sorunsal Boyut	Gruplar Arası	1,205	2	,602	,816	,443
	Grup İçi	303,336	411	,738		
	Toplam	304,541	413			

Yaş değişkeni ile turist rehberlerinin toplum temelli turizmi ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını analiz etmek için tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda yaş değişkeni ile toplum temelli turizm algısı, sürdürülebilirlik boyutu ve sorunsal boyutu arasında anlamlı bir fark bulunurken, toplum temelli turizmin uygulama boyutu arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Analiz sonuçları incelendiğinde, 25-34 ($x=3,49$) ve 35-44 ($x=3,47$) yaş aralığındaki turist rehberlerinin toplum temelli turizm algısı ile 24 yaş ve altındaki ($x=3,06$) turist rehberlerinin algılamaları arasında 25-34 ve 35-44 yaş aralığındaki turist rehberlerinin lehine anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Yine 55 yaş ve üzeri ($x=3,64$) turist rehberlerinin toplum temelli turizm algısı ile 24 yaş ve altı ($x=3,06$), 35-44 ($x=3,47$) ve 45-54 ($x=3,29$) yaş aralığındaki turist rehberlerinin algılamaları arasında 55 yaş ve üzeri rehberlerin lehine anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır.

Toplum temelli turizmin sürdürülebilir boyutu açısından bakıldığında, 25-34 ($x=3,70$), 35-44 ($x=3,70$) ve 55 yaş ve üzeri ($x=3,77$) turist rehberlerinin algılamaları ile 24 yaş ve altı ($x=3,21$) turist rehberlerinin algılamaları arasında 24 yaş ve altı turist rehberlerinin aleyhine anlamlı bir fark bulunmuştur.

Toplum temelli turizmin sorunsal boyutu açısından bakıldığında ise, 25-34 ($x=2,93$) ve 35-44 ($x=3,00$) yaş aralığındaki turist rehberlerinin algılamaları ile 24 yaş ve altı ($x=2,50$) turist rehberlerinin algılamaları arasında 24 yaş ve altı rehberlerin aleyhine anlamlı bir fark bulunmuştur. 45-54 ($x=2,70$) yaş aralığındaki rehberlerin sorunsal boyut algılamaları ile 25-34 ($x=2,93$) ve 35-44 ($x=3,00$) yaş aralığındaki turist rehberlerinin algılamaları arasında 45-54 yaş aralığındaki turist rehberlerinin lehine anlamlı bir fark bulunmuştur. 55 yaş ve üzeri ($x=3,28$) turist rehberlerinin toplum temelli turizmin sorunsal boyutunu algılamaları ile diğer yaş gruplarındaki turist rehberlerinin algılamaları arasında 55 yaş ve üzeri turist rehberlerinin lehine anlamlı bir fark bulunmuştur.

Çizelge 36. Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Yaklaşımındaki En Büyük Sorumluluğun Kime Ait Olduğu Yönündeki Görüşleri Açısından Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri	Gruplar Arası	1,85	3	,61	3,58	,01
	Grup İçi	70,62	410	,17		
	Toplam	72,47	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Yönetim Yaklaşımı	Gruplar Arası	1,14	3	,38	1,52	,02
	Grup İçi	102,79	410	,25		
	Toplam	103,93	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	p
Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı	Gruplar Arası	2,60	3	,86	4,08	,00
	Grup İçi	87,26	410	,21		
	Toplam	89,87	413			

Toplum temelli turizm yaklaşımının yürütülmesinde en büyük sorumluluk değişkeni ile turist rehberlerinin toplum temelli turizmin karakteristik özellikleri ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını analiz etmek için tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Gruplar arasında fark olup olmadığını gösteren p kritik değerlerinin 0,05'ten ($p < 0,05$) küçük olması anlamlı bir farkın olduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda Sorumluluk değişkeni ile rehberlerin toplum temelli turizmin karakteristik özellikleri ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir.

Analiz sonuçları incelendiğinde, en büyük sorumluluğun yerel işletmelerde ($x=2,35$) olduğunu düşünenler ile yerel halka ($x=2,12$) ve yerel yönetimlere ($x=2,17$) düştüğünü düşünen turist rehberlerinin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında yerel işletmelere düştüğünü düşünenlerin lehine anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır.

Yönetim yaklaşımı açısından bakıldığında, en büyük sorumluluğun yerel işletmelere ($x=2,24$) düştüğünü düşünen turist rehberleri ile yerel halka ($x=2,05$)

düştüğünü düşünen rehberler arasında yerel işletmelere düştüğünü düşünenler lehine anlamlı bir fark oluşmuştur.

Sürdürülebilir yaklaşım açısından ise, en büyük sorumluluğun yerel işletmelere ($x=2,40$) düştüğünü düşünen turist rehberleri ile yerel halka ($x=2,16$) ve yerel yönetime ($x=2,19$) düştüğünü düşünenler arasında yerel işletmelere düştüğünü düşünen rehberlerin lehine anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır. Ayrıca, en büyük sorumluluğun tur operatörleri/turizm işletmelerine ($x=2,30$) düştüğünü düşünen rehberler ile yerel halka ($x=2,16$) düştüğünü düşünen turist rehberleri arasında tur operatörleri/turizm işletmelerine düştüğünü düşünenlerin lehine anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır. Bu bulgulardan hareketle; “*Turist rehberlerinin toplum temelli turizmdeki en büyük sorumluluğun kime düştüğü yönündeki görüşleri ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.*” şeklindeki **H6** hipotezi kabul edilmiştir.

Çizelge 37. Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizm Yaklaşımındaki En Büyük Sorumluluğun Kime Ait Olduğu Yönündeki Görüşleri Açısından Toplum Temelli Turizm ve Alt Boyutlarını Algılamaları Arasındaki Varyans Analizi Sonuçları

Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Toplum Temelli Turizm Algısı	Gruplar Arası	2,73	3	,91	1,50	,21
	Grup İçi	248,52	410	,60		
	Toplam	251,25	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Uygulama Boyutu	Gruplar Arası	3,84	3	1,28	1,03	,37
	Grup İçi	505,87	410	1,23		
	Toplam	509,71	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Sürdürülebilirlik Boyutu	Gruplar Arası	,16	3	,05	,06	,98
	Grup İçi	366,70	410	,89		
	Toplam	366,87	413			
Varyansın Kaynağı		Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ort.	F	P
Sorunsal Boyut	Gruplar Arası	23,99	3	7,99	11,68	,00
	Grup İçi	280,54	410	,68		
	Toplam	304,54	413			

Sorumluluk değişkeni ile turist rehberlerinin toplum temelli turizmi ve alt boyutlarını algılamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını analiz etmek için tek yönlü anova analizi yapılmıştır. Gruplar arasında fark olup olmadığını gösteren p kritik değerlerinin 0,05'ten ($p < 0,05$) küçük olması anlamlı bir farkın olduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda sorumluluk değişkeni ile toplum temelli turizm algısı, uygulama boyutu ve sürdürülebilirlik boyutu arasında anlamlı bir fark bulunmazken, toplum temelli turizmin sorunsal boyutu arasında anlamlı bir fark bulunmuştur.

Analiz sonuçları incelendiğinde, Toplum temelli turizmin sorunsal boyutu açısından toplum temelli turizm yaklaşımındaki en büyük sorumluluğun yerel halka ($x=3,32$) düştüğünü düşünenler ile yerel yönetime ($x=2,68$) ve tur operatörleri/turizm işletmelerine ($x=2,92$) düştüğünü düşünen turist rehberleri arasında yerel halka düştüğünü düşünenler lehine anlamlı bir fark elde edilmiştir. Aynı zamanda en büyük sorumluluğun yerel işletmelere ($x=3,08$) düştüğünü düşünenler ile yerel yönetimlere ($x=2,68$) düştüğünü düşünenler arasında yerel işletmelere düştüğünü düşünenler lehine anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır. En büyük sorumluluğun tur operatörleri/turizm işletmelerine ($x=2,92$) düştüğünü düşünenler ile yerel yönetime ($x=2,68$) düştüğünü düşünenler arasında tur operatörleri/turizm işletmelerine düştüğünü düşünenler lehine anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır.

4.7. Korelasyon Analizi Sonuçları ve Hipotezler

Korelasyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi ve yönünü belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Korelasyon analizine tabi tutulacak değişkenlerin aralık ve oran seviyesinde ölçülmüş ve sayılabilir olması, analizin güvenli sonuçlar vermesi için önemlidir (Altunışık vd., 2007). Araştırmanın bu kısmında değişkenler arasındaki ilişki ve bu ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi bulgularına yer verilmiştir.

Çizelge 38. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Kavramın bilinirliği (1)													
Yaş (2)	-,041												
Rehberlik Eğitimi (3)	-,101*	,576**											
Rehberlik Süresi (4)	,004	,783**	,515**										
Çalışma Sekli (5)	,031	-,054	-,050	-,184**									
Sertifika Türü (6)	,027	-,043	,051	-,065	,055								
TTTKÖ Algısı (7) ^a	-,013	,017	,076	,031	,037	,090							
Yönetim Yaklaşımı (8)	-,039	,008	,031	,018	,048	,056	,762**						
Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı(9)	,004	,018	,086	,032	,024	,090	,937**	,488**					
TTT Algısı (10) ^b	-,078	,029	-,048	-,002	,012	-,167**	-,032	-,003	-,041				
Uygulama Boyutu (11)	-,064	,020	-,046	-,035	,062	-,062	-,073	-,006	-,096	,859**			
Sürdürülebilirlik Boyutu (12)	-,068	,008	-,028	,019	-,051	-,228**	,027	-,011	,042	,815**	,466**		
Sorunsal Boyut (13)	-,042	,064	-,038	,039	,008	-,097*	-,014	,025	-,032	,530**	,291**	,298**	

a Toplum Temelli Turizm Karakteristik Özellikleri Algısı
b Toplum Temelli Turizm Algısı
**0.01 düzeyinde anlamlı korelasyon (2-tailed).
*0.05 düzeyinde anlamlı korelasyon (2-tailed).

Çizelge 38’de çalışmada yer alan iki değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini analiz etmek için yapılan korelasyon analizi sonuçları verilmiştir. Bu analiz sonucunda, rehberlerin eğitim türleri ile toplum temelli turizm kavramını duymaları arasında anlamlı ve negatif yönlü ($r = -.101, p < 0.05$) bir ilişki olduğu görülmektedir. Rehberlik için gerekli olan eğitimin bir örgün eğitim kurumunda alınması ile doğru orantılı olarak toplum temelli turizm kavramını duyma oranları da artış göstermektedir.

Turist rehberlerinin yönetim yaklaşımı ile toplum temelli turizm karakteristik özellikleri algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r = .762, p < 0.01$) bir ilişki görülmektedir. Bu durum, toplum temelli turizmin yönetim şeklini gerçekçi ve gelecek vadeden bir yönetim biçimi olarak gören turist rehberlerinin bu turizm yaklaşımına olan inancının da arttığını göstermektedir. İyi bir yönetim şekli ile toplum temelli turizm gibi bütüncül bir kalkınma odaklı yaklaşımların daha başarılı olacağı düşünülmektedir.

Turist rehberlerinin sürdürülebilir turizm yaklaşımı ile toplum temelli turizm karakteristik özellikleri algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r = .937, p < 0.01$) bir ilişki görülmektedir. Yönetim yaklaşımında olduğu gibi, sürdürülebilir turizmi hedefleyen amaçların turist rehberleri tarafından inandırıcı ve gerçekçi bulunması aynı zamanda onların bu turizm yaklaşımına olan güvenlerini artırmaktadır. Bütün turizm yaklaşımlarında olduğu gibi toplum temelli turizm yaklaşımında da önemli olan projeye başlamak değil projenin sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Bu konuda turist rehberlerinin hassasiyet gösterdikleri ve yeterli buldukları zaman bu yaklaşımların başarı olasılıklarının artacağını düşündükleri söylenebilir.

Turist rehberlerinin sürdürülebilir turizm yaklaşımı ile yönetim yaklaşımı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r = .488, p < 0.05$) bir ilişki görülmektedir. Sürdürülebilirlik ve yönetim birbirlerini tamamlayan iki kavramdır. Sürdürülebilirliğin sağlanması elbette ki iyi bir yönetim şekline bağlıdır. Bunun bilincinde olan turist rehberlerinin, sürdürülebilir turizm yaklaşımına gösterdikleri tutum ile doğru orantılı olarak yönetim yaklaşımı konusundaki tutumun da arttığı görülmektedir.

Turist rehberlerinin toplum temelli turizm algısı ile cinsiyetleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r=,113, p<0.05$) bir ilişki görülmektedir. Erkeklerin toplum temelli turizm yaklaşımına daha ılımlı baktığı, kadınların ise bu yaklaşım konusunda bir takım tereddütlerinin olduğu söylenebilir.

Turist rehberlerinin toplum temelli turizm algısı ile sertifika türü arasında anlamlı ve negatif yönlü ($r= -,167, p<0.01$) bir ilişki görülmektedir. Katılımcıların turist rehberliği mesleğini yapabileceği bölgeler arttıkça toplum temelli turizm algılamaları da artmaktadır.

Turist rehberlerinin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları ile toplum temelli turizm yaklaşımları arasında ($r=-,032$) anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir. Bu durum; turist rehberlerinin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılama düzeylerinin onların toplum temelli turizm yaklaşımını etkilemediğini göstermektedir. Bu bulguda hareketle; “*Turist rehberlerin toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları ile toplum temelli turizm algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki **H2** hipotezi reddedilmiştir.

Turist rehberlerinin toplum temelli turizm algısı ile uygulama boyutu arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r= ,859, p<0.01$) bir ilişki görülmektedir. Toplum temelli turizmin uygulanmasında olumlu görüşlere sahip olan turist rehberlerinin genel olarak toplum temelli turizme yönelik algılamalarının da yükseldiği görülmektedir. Uygulamada beklenmedik durumlar ile karşılaşılabilceğini ya da uygulamanın eksik olduğunu düşünen turist rehberlerinin toplum temelli turizm algılamaları da düşüş göstermektedir.

Turist rehberlerinin cinsiyetleri ile sürdürülebilirlik boyutu algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r= 134, p<0.01$) bir ilişki görülmektedir. Toplum temelli turizm algılamasında da olduğu gibi, kadınların bu turizm yaklaşımının sürdürülebilirliği konusunda bazı endişeleri bulunmaktadır. Dolayısıyla erkeklere nazaran bu yaklaşımın sürdürülebilirliği konusundaki algılamaları düşüktür.

Turist rehberlerinin sertifika türü ile sürdürülebilirlik boyutu algısı arasında anlamlı ve negatif yönlü ($r= -,228, p<0.01$) bir ilişki görülmektedir. Rehberlik lisansının alındığı eğitim kurumsallaştıkça ve süresi arttıkça toplum temelli turizmin

sürdürülebilirliğine ilişkin algılamalar da artmaktadır. Bu bulgudan hareketle; “*Turist rehberlerin sertifika türü ile sürdürülebilirlik boyutu algılamaları arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki **H4** hipotezi kabul edilmiştir.

Turist rehberlerinin sürdürülebilirlik boyutu algısı ile toplum temelli turizm algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r= ,815, p<0.01$) bir ilişki görülmektedir. Sürdürülebilirlik bütün turizm yaklaşımlarına yönelik algılamalarla ilişkide olan bir unsurdur. Sürdürülebilirliği konusunda başarı vadeden yaklaşımlara yönelik algılamalar bununla doğru orantılı olarak artmaktadır.

Turist rehberlerinin toplum temelli turizmin sürdürülebilirlik boyutu algısı ile uygulama boyutu algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r= ,466, p<0.01$) bir ilişki görülmektedir. Sürdürülebilirlik doğru ve yerinde uygulamalarla mümkündür. Herhangi bir turizm yaklaşımının sürdürülebilirliğinin sağlanması uygulamadaki doğru adımlar ile doğru orantılıdır. Turist rehberleri de bunun bilincinde olarak uygulamada başarı elde edileceğini düşündükleri yaklaşımların sürdürülebilirliği konusunda daha umutludur.

Turist rehberlerinin sorunsal boyut algısı ile sertifika türü arasında anlamlı ve negatif yönlü ($r= -,097, p<0.05$) bir ilişki görülmektedir. Katılımcıların rehberlik yapabilecekleri bölge sayıları ile doğru orantılı olarak, toplum temelli turizm yaklaşımında ortaya çıkabilecek sorunların bertaraf edilebilmesi hakkında olumlu düşünmektedir.

Turist rehberlerinin sorunsal boyut algısı ile toplum temelli turizm algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r= ,530, p<0.01$), sorunsal boyut algısı ile uygulama boyutu algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r= ,291, p<0.01$) bir ilişki görülmektedir. Toplum temelli turizm gibi yaklaşımların hayata geçmesinde karşılaşılabilecek sorunların bertaraf edilebilir olması, o turizm yaklaşımına yönelik algılamaları olumlu yönde etkilemektedir. Turist rehberlerinin toplum temelli turizm yaklaşımında ortaya çıkabilecek sorunların ortadan kaldırılabilmesine yönelik düşünceleri ile doğru orantılı olarak bu yaklaşıma yönelik uygulamalara ilişkin algılamaları da olumlu yönde artış göstermektedir.

Turist rehberlerinin sorunsal boyut algısı ile sürdürülebilirlik boyutu algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü ($r= ,298, p<0.01$) bir ilişki görülmektedir.

Sürdürülebilirliğin sağlanmasındaki bir diğer kıstas uygulamada karşılaşılabilecek sorunların çözüme kavuşturulabilmesidir. Turist rehberlerinin toplum temelli turizme yönelik baş gösterebilecek sorunların çözüme kavuşturulabilme konusundaki görüşleri ile bu yaklaşıma yönelik sürdürülebilirlik algısı arasında doğru orantılı bir ilişki vardır.

Çizelge 39. Hipotez Sonuçları

Hipotez		Sonuç
H1	Rehberlerin toplum temelli turizm kavramını daha önce duyma durumu ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	Reddedildi
H2	Rehberlerin Toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları ile toplum temelli turizm algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Reddedildi
H3	Rehberlerin ülkesel veya bölgesel rehber olma durumları ile toplum temelli turizm algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	Kabul Edildi
H4	Rehberlerin sertifika türü ile sürdürülebilirlik boyutu algılamaları arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.	Kabul Edildi
H5	Rehberlerin toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı algılamaları ile rehberlik süreleri arasında anlamlı bir fark vardır.	Reddedildi
H6	Rehberlerin toplum temelli turizmdeki en büyük sorumluluğun kime düştüğü yönündeki görüşleri ile toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerini algılamaları arasında anlamlı bir fark vardır.	Kabul Edildi
H7	Rehberlerin çalışma şekli ile toplum temelli turizmin yönetim yaklaşımı arasında anlamlı bir fark vardır	Reddedildi

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turist rehberlerinin toplum temelli turizm algılamalarını incelemek amacıyla yapılan bu araştırmada elde edilen bulgular değerlendirilmiş ve bu bulgular ışığında ortaya çıkan sonuçlar ve geliştirilen öneriler bu kısımda sıralanmıştır.

5.1. Sonuç

Toplum temelli turizm, diğer sürdürülebilir turizm yaklaşımlarından farklı olarak bölge halkının/toplumun kendi bireylerini en önemli paydaş olarak gören bir yaklaşım üzerinde şekillenmiştir. Paydaşlar arasındaki bir diğer unsur da turist rehberleridir. Toplum temelli turizm gibi yaklaşımlar, kırsal ve az gelişmiş bölgelere yönelik turizm faaliyetlerini hayata geçirmek, canlandırmak ve sürdürülebilir kılmak için ortaya çıkmış yaklaşımlardır. Toplum temelli turizm için belirlenen bölge genellikle ilk kez turist kabul edecek bir bölgedir. Dolayısıyla, turist-yerel halk ilişkilerinin sağlıklı bir şekilde yürümesi için bir arabulucu, tercüman ihtiyacı doğmaktadır. Bu ihtiyacın giderilmesinde ise turist rehberleri devreye girmektedir.

Farklı ülkelerden veya kültürlerden insanlarla bire bir iletişim imkanı yakalayan turist rehberleri, hem bölge halkı ile hem turistlerle hem de turizm işletmeleri gibi birçok paydaşla sürekli ve yüz yüze iletişim içerisinde. Etkileşime girdiği bütün paydaşlarla iletişim içerisinde olan rehberler aynı zamanda bu paydaşlar arasında da bir köprü görevi üstlenmektedir. Bu durum, turist rehberlerinin alternatif ve sürdürülebilir turizm yaklaşımlarına ilişkin algılamalarına da etki etmektedir. Araştırmanın bu kısmında, turist rehberlerinin toplum temelli turizm algılamalarından yola çıkılarak elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.

Hemen her türlü yaklaşım ve uygulamanın hayata geçmesinde atılması gereken ilk adımlardan biri, örgütsel bir yapının oluşturulmasıdır. Toplum temelli turizm yaklaşımı için de turistik gelişim komitesi gibi örgütlenmeler, sonraki adımların

koordinasyonu ve gelişimi için hayati önem taşımaktadır. Bu noktadan sonra yerel halkın istek ve beklentilerinin belirlenmesi ikinci adım olarak karşımıza çıkmaktadır. İsminden de anlaşıldığı üzere, toplum temelli turizm topluma odaklanmış bir turizm yaklaşımıdır. Dolayısıyla bölge halkının beklenti ve isteklerinin doğru bir şekilde saptanması, bu beklenti ve istekleri giderecek uygulamaların doğru bir şekilde analiz edilmesi büyük önem arz etmektedir. İhtiyaç ve beklentileri doğru bir şekilde saptanmış bir halkı koordine etmek, ortak bir amaca yönelik işbirliğine sevk etmek daha da kolay olacaktır. Ortak bir amaç çevresinde, hedefleri açıkça belirtilmiş ve bu yönde oluşturulan turizm planlamalarının başarıya ulaşma olasılığı daha yüksektir. Bu adımlar ilk etapta özellikle üzerinde durulması gereken hususlarken, diğer maddeler de önemle üzerinde durulması gereken hususlardır. Bu gibi yaklaşımlarda ilk adımı atmak kadar bu adımlardan verim elde edilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, projenin devam edebilmesi, bu yaklaşım içerisinde aktif olarak rol alan bütün paydaşların fayda sağlayabilmesi ve ekonomik ve sosyal hedeflerine ulaşılabilmesi için bütün aşamaların eksiksiz yürütülmesi gerekmektedir.

Rehberlik mesleği, sürekli kendini yenilemeyi gerektiren bir meslektir. Turist rehberlerinin güncel olayları takip etmesi, özellikle turizm alanı başta olmak üzere hemen her konuda bilgilerini güncel tutması gerekmektedir. Elbette rehberlik mesleğinin zorlu koşulları göz önüne alındığında, bir turist rehberinin her konuda uzmanlık düzeyinde bilgi sahibi olması beklenemez. Dolayısıyla bazı turist rehberleri gerek bireysel gayretleri ile gerekse çeşitli uzmanlık eğitimleri ile belirli bir konuda uzmanlık düzeyinde bilgi sahibi olabilmektedir. Belirli bir alanda uzman olan turist rehberleri ise, genel olarak uzmanlık alanları ile ilgili alanlardaki gelişmeleri takip etmektedir.

Toplum temelli turizm gibi yeni yaklaşımlar ve belirli bir bölgeye has olarak geliştirilen turizm alternatifleri bütün turist rehberlerinin ilgisini çekmeyebilmektedir. Bu yüzden toplum temelli turizm kavramının duyulma oranının düşük olduğu görülmektedir. Bu kavramı duyanların sayısının az olmasına rağmen kavramı duyan turist rehberlerinin bu kavram hakkında temel bilgiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla toplum temelli turizm kavramını duyan turist rehberleri, bu turizm yaklaşımının karakteristik özelliklerini daha iyi algılamaktadır. Toplum temelli turizmin karakteristik özelliklerine ait boyutlar açısından bakıldığında da,

sürdürülebilir turizm açısından bu kavramı duyan ve duymayanlar arasında anlamlı bir fark varken yönetim yaklaşımı açısından anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Bunun sebebi, toplum temelli turizm yaklaşımının yönetilmesi ve koordine edilmesi aşamalarında turist rehberlerinin çeşitli şüphelerinin var olmasıdır.

Toplum temelli turizm kavramını daha önce duymuş olan turist rehberlerinin bu turizm yaklaşımını algılamalarının bu kavramı ilk kez duyanlara kıyasla daha yüksek olduğu, kavram ile birlikte bu turizm yaklaşımı hakkında asgari de olsa bilgi sahibi olan turist rehberlerinin bu yaklaşımın sorunsal boyutu ve sürdürülebilir boyutu algılamaları daha yüksektir. Fakat toplum temelli turizmin uygulama boyutu açısından bakıldığında bu kavramı daha önce duyan ve duymayan turist rehberlerinin hemen hemen aynı düşüncelere sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, turist rehberlerinin bu kavram hakkında daha önceden bilgi sahibi olsa da olmasa da bu gibi yaklaşımların uygulama aşamasında karşılaşılabilecek durumlar hakkında benzer kaygılara sahip olduğunu göstermektedir.

Turist rehberleri, kaynakların korunması bağlamında turistlere bilgi veren ve kaynakların sürdürülebilirliği adına yapılması ve sakınılması gereken tutum ve davranışları aktaran kişidir. Turist rehberlerinin bilinçlendirme rolü göz önüne alındığında, toplum temelli turizm hakkında bilgi sahibi olan rehberlerin uygulayacağı bilinçlendirme anlatımlarında, daha verimli olacağı aşikardır. Toplum temelli turizmin gereklerini ve hedeflerini doğru bilen ve bunu iyi analiz edebilen rehberler, turistleri kaynakların korunması açısından daha kolay koordine edebilecek ve bu bilinci onlara rahatlıkla aşılayabileceklerdir.

Bölgesel turist rehberleri sadece belirli bir bölgede ya da bölgelerde rehberlik mesleğini yürütmektedir. Dolayısıyla belirli sınırlar içerisindeki yerel halkla ve işletmelerle iç içe olan bölgesel turist rehberleri, toplum temelli turizm gibi belirli bölgelerde uygulanabilecek yaklaşımların daha dar bir bakış açısıyla yaklaşabilmektedirler. Ülkesel turist rehberleri ise yurdun her köşesinde rehberlik mesleğini yapabilecek donanıma sahip kişilerdir. Bu durum onlara daha fazla ve daha farklı kültür ve yöreler tanımayı, farklı kesimlerden halkla iletişim kurabilme imkanını sağlamaktadır. Ülke çapında görev yapan turist rehberlerinin toplum temelli turizm gibi belirli bölgelere has yürütülebilecek turizm yaklaşımlarına olan bakış açıları da olumlu yöndedir.

Turist rehberlerinin yaşları ile rehberlik süreleri doğru orantıya sahip zaman dilimleridir. Gerek yaş olarak olgunlaşmanın gerekse rehberlik yapılan süre zarfında karşılaşılan unsurlarla birlikte turist rehberlerinin turizm faaliyetlerine yönelik beklentileri ve turizm alanındaki gelişim ve değişimlere yönelik bakış açıları değişim göstermektedir. Turlarda geçen zaman zarfında birbirinden farklı kültür ve bu kültürlere mensup insanlarla, farklı işletme ve kurumlarla, farklı yönetimlerle iletişim içerisine giren turist rehberleri, günümüz şartlarının gerekli kıldığı değişimlere daha ılımlı yaklaşmaktadır. Toplum temelli turizm yaklaşımı açısından da bu durum benzerlik teşkil etmektedir. İleri yaştaki turist rehberleri, toplum temelli turizm konusunda daha genç turist rehberine nazaran daha umutludur. Ancak toplum temelli turizmin uygulanmaya geçmesi konusunda benzer yaklaşımlara sahiptirler. Bunun sebebi, geçmişte hayata geçirilmeye çalışılmış ya da hayata geçirilmiş ancak uygulamada çıkan çeşitli sorunlar neticesinde yürütmesi durdurulmuş alternatif turizm faaliyetleri gösterilebilir.

Yaşları ve rehberlik mesleğini sürdürme zaman dilimleri açısından turist rehberlerinin çıkmış oldukları her grupta ve her bölge ile kendilerine yeni bir şeyler kattığı söylenebilir. Farklı etnik kökenlere, kültürlere ve geleneklere sahip insanlarla tur gerçekleştirmiş turist rehberlerinin bakış açıları değişmekte ve insanların beklenti ve isteklerini rahatlıkla saptayabilme becerileri de gelişmektedir. Dolayısıyla, turist rehberinin karşılaştığı ve iletişim içerisine girdiği insanların sayıca fazla olması onların ikili veya grup iletişimlerinde daha başarılı olmalarına imkan sağlamaktadır.

Turist rehberleri, toplum temelli turizm yaklaşımında en büyük sorumluluğun yerel işletmelere düştüğü konusunda birleşmişlerdir. Başka bir deyişle turist rehberleri, yerel işletmelerin toplum temelli turizm faaliyetlerinde en aktif rolü oynayacağı kanaatindedir. Bunun en büyük nedeni toplumun içinden, işletme yönetimi ve pazarlama konusunda deneyimlere sahip bireylerin hem toplumun hem de işletmenin çıkarları uyarınca kararlar vereceğini düşünmeleridir.

Turizm yaklaşımları ne kadar gerçeği yansıtan ve uygulanabilir bir yaklaşımı benimserse, paydaşların da o turizm yaklaşımına olan güvenleri artış gösterecektir. Toplum temelli turizm yaklaşımı da paydaşlarından biri olan turist rehberlerinin gözünde aynı durumdadır. Yönetim şekli, sorunların bertaraf edilebilmesi ve

sürdürülebilirliğin sağlanması konusunda turist rehberlerinin inancı arttıkça toplum temelli turizme yönelik sahip oldukları düşünceleri de olumlu yönde etkilenmektedir.

Toplum temelli turizm yaklaşımına yönelik sahip olunan yargılar turist rehberlerinin mesleğini icra edebildikleri bölgelerin sayısı ile ilişkilidir. Birçok yörede rehberlik yapmış, farklı kültür ve halkla yüz yüze iletişime girmiş turist rehberleri, bu yaklaşıma dair olumlu yargılara sahipken sadece belirli bölgelerde rehberlik yapabilen turist rehberlerinin, bu yaklaşım konusunda bir takım kalıp yargılara sahip olduğu görülmüştür. Bölgesel turist rehberlerinin büyük çoğunluğu, -özellikle ülkenin kıyı şeridine yönelik rehberlik yaptığı göz önüne alınırsa- kıyı turizmi olan bölgelerin, toplum temelli turizme elverişli olmadığını düşünmektedir. Bu durum aynı zamanda onların toplum temelli turizme bakış açılarının da kıyı turizmi sınırları dışına çıkmadığını göstermektedir. Ülkesel turist rehberleri ise, yurdun birçok bölgesini gördüklerinden bu yaklaşıma sadece kıyı bölgeler ile sınırlı bir bakış açısı ile yaklaşmamaktadır.

Yerel halk ile turistler arasında köprü görevini üstlenen turist rehberlerinin sahip olduğu tecrübeler, onların daha iyi bir iletişim sağlamasına ön ayak olacaktır. Gerek yerel halkı gerekse turistleri iyi tanıyan turist rehberleri, sahip olduğu bu bilgi ile iki grubun da ortak noktada buluşmasını sağlayacak yegane kişidir. Bu sayede yerel halk – turist çıkar çatışmalarının da önüne geçilmiş olacaktır.

5.2. Öneriler

Toplum temelli turizm gibi kırsal bir kalkınma aracı olarak ortaya çıkan yaklaşımlarda bütün paydaşların fikirlerinin alınması hayati öneme sahiptir. Yerel halk-turist ilişkilerin kilit rol oynayan turist rehberleri de toplum temelli turizm yaklaşımı içerisindeki paydaşlardan biridir. Gerek paydaşlardan biri olması gerekse mesleki olarak farklı din, dil, ırk ve kültüre sahip insanlarla kurmuş olduğu ilişkiler sebebiyle turist rehberlerinin sahip oldukları tecrübelere başvurulması gerekmektedir.

Gerek toplum temelli turizm gerekse diğer alternatif turizm türleri için de geçerli olmak üzere, uygulanmak istenen bir turizm yaklaşımında izlenecek adımların sırasıyla belirlenmesi, bu adımların koordinasyonun sağlanması, amaç ve hedeflerin

açık bir şekilde belirtilmesi ve bu amaç çevresinde bir araya gelmiş paydaşların işbirliği içerisinde çalışmaya sevk edilmesi gerekmektedir. Bu adımların, birbirini izler ve tamamlar nitelikte olduğu asla gözden kaçırılmamalıdır. Dolayısıyla bu adımların dikkatle ve özenle planlanması, her detayın gözden geçirilmesi ve geçmişte uygulanmış ve başarıyla sürdürülmüş ya da başarısızlıkla sonuçlanmış örnek yaklaşımların incelenerek, hayata geçirilmesi düşünülen yaklaşımda ortaya çıkabilecek olası sorunlara karşı önlemlerin alınması bu yaklaşımın başarı oranını artırabilecektir. Buna ek olarak, toplum temelli turizm yaklaşımının ana hatları belirlendikten hemen sonra, bölge hakkında bilgisi olan hemen her kesimden bireylerle istişare edilmesi, onların fikirlerinin alınması, farklı bakış açılarının belirlenmesi de bu yaklaşımın sürdürülebilirliği ve her kesim tarafından desteklenebilmesi için önemli bir adım olacaktır.

Toplum temelli turizm, ülkemizde yeni duyulmaya başlamış olan bir turizm yaklaşımıdır. İnsanlar tarafından pek duyulmamış olan bu kavram hakkında rehberlerin de pek fazla fikir sahibi oldukları söylenemez. Yalnız göz ardı edilmemesi gereken husus, bu gibi yaklaşımların hayata geçirilmesi bu yaklaşımın başarı ihtimalini yükseltmektedir. Dolayısıyla ülkemizde toplum temelli turizm çatısı altında oluşturabilecek bir yaklaşım için kamuoyu oluşturulması, insanların desteğinin alınması ve bu yaklaşımın hayata geçirileceği bölgede ikamet eden halkın bu yaklaşıma uyum sağlayabilmesi adına çeşitli bilgilendirme ve eğitim seminerleri yapılabilir. Bu noktada, bölgeye gelen turistlere kılavuzluk eden ve yerel halk ile sürekli iletişimde olan turist rehberlerinin de toplum temelli turizm hakkında bilgi sahibi olması, yerel halkın bu yaklaşıma uyum sağlamasında yardımcı olacaktır.

Toplum temelli turizm yaklaşımının uygulanabileceği bölgelere gelecek turistlerin bilinçlendirilmesi ve yerel halka ait kaynakların sürdürülebilirlik çerçevesinde kullanılması açısından rehberlerin bu turizm yaklaşımı hakkında geniş bilgiye sahip olması gerekmektedir. Sahip olunan bu bilgiyle turistlere aktarılan ve uyulması istenen tutum ve davranışlar ile kaynakların israfının önüne geçilebilecektir.

Toplum temelli turizm uygulamaları diğer alternatif turizm yaklaşımları ile hem benzer hem de bir o kadar farklı unsurlar üzerinde şekillenmiştir. Geçmişte kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltmak, zamanda ve mekanda yoğunlaşmanın önüne geçmek için yapılan/yapılmaya çalışılan uygulamaların yeteri kadar başarılı olmaması,

bugün rehberlerin bu turizm yaklaşımında da benzer sonuçların ortaya çıkabileceği konusunda kaygı duymalarına sebep olmaktadır. Bu kaygıların giderilmesi adına geçmişte yapılan eksik ve yanlış uygulamaların günümüzde tekrarlanmaması gerekmektedir. Toplum temelli turizm gibi bütün alternatif turizm yaklaşımlarının, uygulama aşamasına geçilmeden önce iyi analiz edilmesi, somut veriler ışığında doğru adımların atılması gerekmektedir.

Birçok turizm yaklaşımı, teoride çok güzel planlanmış olsa dahi uygulama aşamasında kimi zaman beklenmedik sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Toplum temelli turizm yaklaşımı, birçok paydaş üzerinde şekillenmiştir. Dolayısıyla bu durum planlama aşamasında bazı hususların gözden kaçmasına sebep olabilecektir. Planlamaların her paydaş açısından değerlendirilmesi gerekmektedir. Farklı görüş ve önerilerin alınması, gerekirse senaryolar üzerinden tekrar tekrar gözden geçirilmesi, isabetli bir karar olacaktır. Bu sayede, uygulamada çıkabilecek istenmeyen durumların minimum düzeye indirgenmesine olanak sağlanacaktır.

Özellikle; toplum temelli turizm yaklaşımının gerçekleştirilmesi ve uygulanması istenen bölgelerde başta ülkesel turist rehberleri olmak üzere, aktif olarak turist rehberliği yapanların görüşlerinin alınması, yöreyi tanıyan, onlarla iç içe olan turist rehberlerinin bakış açılarından faydalanılması gerekmektedir. Ortaya çıkabilecek sorunlar ve bunların bertaraf edilmesi için geliştirilen çözüm önerilerinin yeterliliği ve uygulanabilirliği konusunda turist rehberlerine danışılması büyük önem arz etmektedir.

Geçmişte birçok turizm yaklaşımı hayata geçirilmeye çalışılmış ve bir takım sorunlarla yüz yüze kalınmıştır. Turist rehberleri, toplum temelli turizmin teorik kapsamı konusunda umutlu olmalarına rağmen uygulama aşaması hakkında bazı tereddütler yaşamaktadır. Bunun en büyük sebebi, toplum temelli turizm kapsamındaki paydaşlara yönelik adımlar konusunda yeterli özenin gösterilmediğini düşünmeleridir. Bu tereddütlerin ortadan kaldırılması için bütün paydaşların ortak paydada buluşması, her kesime hitap edecek en doğru adımların atılması, uygulamaların her kesimin azami çıkar elde etmesine olanak sağlayacak şekilde planlanması gerekmektedir.

Bir turizm yaklaşımının başarıya ulaşması için bütün olasılıklarla birlikte olabildiği kadar fazla bakış açısının dikkate alınması gerekmektedir. Bu nedenle planlama aşaması üstünkörü geçilmemelidir. Henüz planlama aşamasındayken bütün ihtimaller tek tek düşünülmeli, yönetimde ve uygulamada yaşanabilecek aksaklıklar titizlikle ele alınmalıdır. Ortaya çıkabilecek potansiyel sorunlar belirlenerek bu sorunların ortadan kaldırılması adına çözümler geliştirilmelidir.

Özellikle sürdürülebilirliğin amaçlandığı turizm yaklaşımlarında bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesi, yönetimde her paydaşın fikirlerine önem verilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirliğin sağlanması için planlamadan uygulamaya bütün aşamaların eksiksiz ve aksamadan işleyişi gereklidir. Bu bakımdan özellikle yönetim biçimi ve uygulama şeklinin sürdürülebilirlik için vazgeçilmez iki unsur olduğu gözden kaçırılmamalıdır.

Ülkesel turist rehberlerinin toplum temelli turizme yönelik algılamalarının bölgesel turist rehberlerine nazaran daha yüksek olması, bölgesel turist rehberlerinin rehberlik yaptıkları yörelerde bu turizm yaklaşımlarının uygulanabilir olmadığı konusunda şüphe uyandırabilmektedir. O nedenle, toplum temelli turizmin uygulanacağı bölgenin iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Toplum temelli turizm bölgesi olarak seçilecek bölge, bu yaklaşımın gereksinimlerini karşılayabilecek bir bölge olmalıdır.

Toplum temelli turizm faaliyetlerinde aktif olarak görev alacak turist rehberlerinin çok sayıda farklı turist tipi ve farklı bölgeler üzerinde tecrübe sahibi olmuş kişilerden olması da önemlidir. Turist rehberleri sahip oldukları tecrübelerle doğru orantılı olarak, turist – yerel halk iletişimlerine imkan sağlayacaktır. Ayrıca, turist rehberlerinin turistleri yerel işletmelerden alışveriş yapmaya yönlendirebilmesi için turist tipini iyi analiz eden birisi olması gerekir.

KAYNAKÇA

- Abdul Razzaq, A. R., Hadi, M. Y., Mustafa, M. Z., Amran, H., Khalifah, Z., and Mohamad, N. H. (2011). Local Community Participation in Homestay Program Development in Malaysia. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 7(12), 1418-1429.
- Acar, V., (2014). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Liderlik Yönelimleri: Aydın Turist Rehberleri Odası'na Kayıtlı Olan Profesyonel Turist Rehberleri Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Ahipasaoglu, H. S., (1997). *Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması Yönetimi ve Rehberliğin Meslek Olarak Seçilmesinin Nedenleri Üzerine bir Uygulama*, Varol Matbaası, Ankara.
- Ahipaşaoğlu, H. S., (2006). *Turizmde Rehberlik*. Gazi Kitabevi, 2. Baskı, Ankara.
- Ahipaşaoğlu, H. S., (2002). Türkiye'de Turist Rehberliği Eğitiminin Rehber Gereksinimine Uygun Olarak Planlanması. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop*, 221-233.
- Akbulut, O., (2006). *Ege Bölgesi'ndeki Profesyonel Turist Rehberlerinin Meslek Sorunları ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Akgül, V., (2010). *Türkiye'de Turizmin Mevsimsellikten Çıkarılarak On İki Aya Yayılmasına Yönelik Değerlendirme: Öne Çıkan Alternatif Turizm Türleri*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Akpınar, E. ve Bulut, Y., (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizmi Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları. *III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi (20-22 Mayıs 2010)*, 1575-1594.

- Aktaş, S. ve Batman, O., (2010). Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 367-395.
- Albayrak, A., (2011). *Tüketicilerin Alternatif Turizm Türlerini Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Altanlar, A., (2007). *Akçakoca Alternatif Turizm Olanaklarının Araştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Altınay, M., (1996). Alternatif Turizm. *Türsab Dergisi*, 151, 59-60.
- Altunışık, R., (2009). Turizm İşletmelerinde Pazarlamanın Temelleri ve İki Farklı Pencereden Pazarlama Yönetimi: Üretici ve Tüketici Bakış Açısı, İçinde (Ed: Avcıkurt, Cevdet, Demirkol, Şehnaz ve Zengin, Burhanettin) *Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında 7P ve 7C*. Değişim Yayınları: Sakarya, 7-47.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E., (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, (Geliştirilmiş 5. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Ap, J., and Wong, K. K.F. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Ar, H., ve Uğuz, Ç. S. (2015). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Turist Rehberlerinin Rollerine Yönelik Turist Algıları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8 (41), 1406- 1418.
- Aref, F., (2011). Sense of Community and Participation for Tourism Development. *Life Science Journal*, 8(1), 20-25.
- Armstrong, R., (2012). An Analysis of the Conditions for Success of Community Based Tourism Enterprises. *International Centre for Responsible Tourism, Ocasional Paper OP*, 21, 1-52.

- Arslantürk, Y., (2003). *A Grubu Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Beklentileri ve Beklentilerinin Karşılama Derecesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Arslantürk, Y., (2016). Mesleki Bağlılık: Turist Rehberleri Üzerine Bir İnceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8 (1), 186- 207.
- Asker, Sally and Paddon, Michael (2010). Effective Community Based Tourism:A Best Practice Manual, APEC Tourism Working Group. *Sustainable Tourism Cooperative Research Centre*, Griffith University, Australia.
- Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016). Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studie*, 4 (1), 53-69.
- Ataman, Y. E. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Toplum Temelli Turizm: Dünyadaki Uygulama Örnekleri ve Türkiye*. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dış İlişkiler ve AB Koordinasyon Daire Başkanlığı, Ankara.
- Avcıkurt, C., (2009), *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (3. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydemir, B. ve Kazoğlu, İ. H., (2016). Toplum Temelli Turizm: Yerel HalkAlgılarını Ölçmeye Yönelik BirÇalışma (Halfeti Örneği). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(35), 169-186.
- Aydemir, M. A. (2011). *Toplumsal İlişkilerin Sosyal Sermaye Değeri (Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Üzerine Bir Araştırma)*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aydın, O., (2012). AB’de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye’de Kırsal Turizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 39-46.
- Aymankuy, Y., ve Aymankuy, Ş., (2003). VII. ve VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında Alternatif Turizm Çeşitleri İle İlgili Hedef, İlke ve Politikaların

İncelenmesi. *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*, Çankırı.

Bakan, İ., (2008). “Örgüt Kültürü” ve “Liderlik” Türlerine İlişkin Algılamalar ile Yöneticilerin Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(14), 13-40.

Balcı, A.,(2006). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Pegem Yayıncılık, Ankara

Batman, O., (2003). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 117-134.

Batman, O., Yıldırğan, R. ve Demirtaş, N., (2001). *Turizm Rehberliği*. Değişim Yayınları, Adapazarı.

Baykan, S., (2012). *Alternatif Turizm Kaynaklarından Golf Turizmi ve Kongre Turizmi; Ülkemize Ekonomik Katkıları Açısından Karşılaştırılması: Antalya Örneği*. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Antalya.

Black, R.S., and Weiler, B. (2005). Quality Assurance and Regulatory Mechanisms in the Tour Guiding Industry: A Systematic Review. *Journal of Tourism Studies*, 16(1), 24–37.

Blackstock, K., (2005). A Critical Look at Community Based Tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39-49.

Boz, M., (2004). *Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bulut, Z., (2006). *Kemaliye İlçesi ve Yakın Çevresinin Alternatif Turizm Kapsamında Rekreatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.

Butler, R. W., (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.

- Büyükkuru, M., (2015). *Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Cemal, A., (2005). *Sosyal Bilimlerle Temel Kavramlar*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Civelek, A., (2010). Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 331-350.
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö., (2008). Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması. *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (23-27 Nisan) Bildiriler Kitabı*, 127-148.
- Çeken, H., Uçar, M. ve Dalgın, T., (2012). Kırsal Turizmin Gelişimi Konusunda Yerel Halkın Algıları: Fethiye Yöresi Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 1(1), 1-31.
- Çetin, G. ve Kızılırmak, İ., (2012). Türk Turizminde Kokartlı Turist Rehberlerin Mevcut Durumunun Analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 14(2), 307-318.
- Çetin, N. G. ve Beceren, E., (2007). Lider Kişilik: Gandhi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 110-132.
- Çetinkaya, A., (1998). *Alternatif Turizm Türlerinin Safranbolu'da Uygulanabilirliği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çimrin, H., (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si*. Akdeniz Kitapevi, Antalya.
- Çontu, M., (2006). *Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizmi Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

- Dahles, H., (2002). The Politics of Tour Guiding-Image Management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800.
- Değermen, A., (2005). Hizmet Kalitesi Ölçümünde Kullanılan Servqual Modelinin Zayıf Olduğu İleri Sürülen Teorik ve Uygulama Yönlerine Yönelik Olarak Yapılan Değerlendirmeler. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 48, 71-86.
- Değirmencioğlu, A. Ö., (1998). *Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitimine Bir Yaklaşım*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Değirmencioğlu, A. Ö., (2001a). *Fransız Turistlerin Turlarında Rehberlik Hizmetlerinden Tatmin Düzeyleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Değirmencioğlu, A. Ö., (2001b). Türkiye’de Turizm Rehberliği Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 189-196
- Değirmencioğlu, A. Ö., (2003). Rehberlik Mesleğinin Dünü, Bugünü ve Meslek Yasası. *Rehber Dünyası*, 34, 20-23.
- Demirbulat, Ö. ve Karaman, S., (2014). Trabzon Ayasofya Müzesi’nin Camiye Dönüştürülmesine İlişkin Turist Rehberlerinin Değerlendirmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 17(32), 37-54.
- Demircan, M., (2007). *Vergi Hukuku Açısından Profesyonel Turist Rehberliği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Dixey, L., (2005). Inventory and Analysis of Community Based Tourism in Zambia, Production, Finance and Technology (PROFIT). *A USAID Private Sector Development Programme 6*, Tukuluho Road, Longacres, Lusaka, Zambia.
- Doğan, H. Z., (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Detay Yayıncılık, Ankara

- Doğan, H. ve Üngüren, E., (2010). Alanya Halkının Turizme Sosyo-Kültürel Açından Bakışı. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.
- Eker, N. ve Zengin, B., (2016). Turist Rehberliği Eğitiminin Değerlendirilmesi: Profesyonel Turist Rehberleri Üzerine Bir Uygulama. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 65-74.
- Ellis, S., (2011). *Community Based Tourism in Cambodia: Exploring the Role of Community for Successful Implementation in Least Developed Countries*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Edith Cowan University, Western Australia.
- Ercan, İ. ve Kan, İ., (2004). Ölçeklerde Güvenilirlik ve Geçerlilik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.
- Erdal, M., (2007). *İşletmelerde Dönüştürücü Liderlik Davranışlarının Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Ergin, H., (2003). *İletişim Becerileri Eğitim Programı'nın Okul Öncesi Dönem Çocuklarının İletişim Beceri Düzeylerine Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics using SPSS for Windows*. London – Thousand Oaks – New Delhi: Sage Publications.
- Güdü Demirbulat, Ö. ve Aydemir, B., (2015). Toplum Temelli Turizm (TTT) Çerçevesinde Kırsal Yörelerde Turizm Algısı (Macahel Yaylası/Camili Örneği). *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi (14-16 Mayıs) Bildiriler Kitabı*, 63-71.
- Güdü, Ö., (2011). *Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberi Tarafından Algılanması – Trabzon'da Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gül, T., (2012). *Türkiye'deki Turizm Rehberliği Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

- Gümüş, M., Keleş, Ç. ve Hamarat, B., (2008). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılaması: Yeşilyurt Köyü ve Küçükkuşu Beldesi Örneği. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (17-19 Nisan) Bildiriler Kitabı*, 45-50.
- Gündüz, S., (2002). Turist Rehberliği Eğitimi ve Üniversitelerle Turizm Bakanlığı Arasındaki Koordinasyona Yönelik Bir Model Önerisi. *Turizm Eğitimi Konferansı – Workshop*, Ankara, 243-255.
- Gürbüz, A., (2002), Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji*, 5(1-2), 49-59.
- Güzel, F. Ö., (2007). *Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Güzel, Ö., Türker, A., ve şahin, İ. (2014). Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 173-190.
- Hacıoğlu, N., (2008). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Eğitimine Yeni Bir Yaklaşım. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (17-19 Nisan 2008) Bildiriler Kitabı*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 244-247.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C., (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. (1.Baskı), Nobel Yayınları, Ankara.
- Hacıoğlu, N., (2000). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Vipaş A.ř., Bursa.
- Hamzah, A., and Khalifah, Z., (2009). Handbook on Community Based Tourism “How to Develop and Sustain CBT”. *Asia-Pasific Economic Cooperation Secretariat*, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Hatton, M. J., (2002). *Community-based Tourism in the Asia Pasific*. <http://www.community-tourism.org/> adresinden 23.10.2013 tarihinde alınmıştır.

- Howard, J., Thwaites, R., and Smith, B., (2001). Investigating the Roles of The Indigenous Tour Guide. *The Journal of Tourism Studies*, 12(2), 32–39.
- Huang, S., Hsu, C. H. C., and Chan, A. (2010). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34 (1), 3-33.
- İsalamoğlu, A. H. ve Alnıaçık, Ü. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- İşler, B. D., Güzel, Ö., (2014). Tur Yönetiminde Profesyonel Turist Rehberlerinin Deneysel Rolü: Alman Turistlerin Kültür Turu Satın Alma Davranışına Yönelik Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 19 (1), 125-138.
- Jensen, Q., (2010). Social mediation in remote developing world tourism locations – the significance of social ties between local guides and host communities in sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5), 615-633.
- Kafa, N., (2014). *Kırsal Kalkınma Aracı Olarak Yoksul Yanlısı Turizm Yaklaşımı: Edremit Körfezi Örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kan, M., Gülçubuk, B. ve Küçükçongar, M., (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Karaçal, İ. ve Demirtaş, N., (2002). 4702 Sayılı Yasa Uygulamalarının Turizm Rehberliği Eğitimine Etkisi. *Turizm Eğitimi Konferansı–Workshop (11-13 Aralık) Bildirileri*, 173-184.
- Kargı, V., (2009). Profesyonel Turizm Rehberlerinin Vergilendirilmesi Üzerine Bir İnceleme. *10. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, (21-24 Ekim, Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu), 1347-1357.

- Kaya, U., Özhan, K. Ç., (2012). Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3 (2), 109-130.
- Kılıç, G., (2006). *Eğitim Kurumlarında Liderlik Tarzları ve Örgüt Kültürünün Performans Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Kibicho, W., (2008). Community-based Tourism: A Factor-Cluster Segmentation Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (2), 211-231.
- Kong, H., Cheung C., and Baum T., (2009). Are Tour Guides in China Ready for The Booming Tourism Industry?. *Journal of China Tourism Research*, 5, 65–76.
- Kongar, E., (1971). Toplum Kalkınması ve Toplum Örgütlenmesi. *Amme İdaresi Dergisi*, 4(4), 116-141.
- Korkmaz, S, Temizkan, S. P. ve Temizkan, R., (2010). Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizm Pazarlamasındaki Rolü ve Hizmet İçi Eğitim Seminerlerinin Pazarlama Açısından İçerik Analizi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*,1, 133-149.
- Kostak, D., (2007). *Turizm Hareketleri (Türkiye Örneği Üzerinden Sağlık Turizmi)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Köroğlu Ö. ve Karaman, S., (2014). Doğaya Dayalı Turizm Faaliyetlerinin Gelişiminde Toplum Temelli Doğal Kaynak Yönetiminin Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26), 95-106.
- Köroğlu, Ö. ve Merter, B., (2012). Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerini Seçme ve İşe Alma Sürecindeki Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 213-238.
- Köroğlu, Ö., (2011). *İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*.

Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Kuşluvan, S. ve Çeşmeci, N., (2002). Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitiminin Sorunları ve Yeniden Yapılandırılması. *Turizm Eğitimi Konferansı (11-13 Aralık)*, 235-242.

Kwangseh, B. E., (2014). *Community Based Tourism (CBT) Planning – An Analysis of Opportunities and Barriers: A Case Study of Cameroon*. Unpublished Master Thesis, Eastern Mediterranean University, Gazimağusa, North Cyprus.

Leclerc, D., and Martin, J. N. (2004). Tour Guide Communication Competence: French, German and American Tourists’ Perceptions,. *International Journal of Intercultural Relations*, 28 (3-4), 181-200.

Li, Y., (2004). Exploring Community Tourism in China: The Case of Nanshan Cultural Tourism Zone. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(3), 175-193.

Lo, M., Ramayah, T., and Hui Hui, H. L., (2014). Rural Communities Perceptions and Attitudes towards Environment Tourism Development. *Journal of Sustainable Development*, 7(4), 84-94.

López-Guzmán, T., Borges, O., and Castillo-Canalejo, A. M., (2011). Community-Based Tourism in Cape Verde – A Case Study. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17(1), 35-44.

Madenoğlu, C., Uysal, Ş., Sarier, Y. ve Banoğlu, K., (2014). Okul Müdürlerinin Etik Liderlik Davranışları ile Öğretmenlerin İş Doyumlarının Örgütsel Bağlılıkla İlişkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 20(1), 47-69.

Mak, A., Wong, K., and Chang, R. (2011). Critical Issues Affecting the Service Quality and Professionalism of the Tour Guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32 (6), 1442-1452.

MEGEP, (2013). *Turizm ve Rehberlik*. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları: Ankara.

- Monakhisi, N. P., (2008). *An Analysis of the Benefits of the Growth in Tourism to Local Communities in the Panorama Region Mpumalanga Province*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of South Africa, Güney Afrika.
- Morley, S., (2014). Success Factors for Indigenous Entrepreneurs and Community-Based Enterprises, Resource sheet no. 30, Closing the Gap Clearinghouse Australian Institute of Health and Welfare. *Australian Institute of Family Studies*, Australia.
- Mursalov, M., (2009). *Bir Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Olarak Kış Turizmi ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan Guba – Haçmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Müküs, C., (2009). *Doğu Anadolu Bölgesinde Çalışan Turist Rehberlerinin Yeterliliği ve Turist Memnuniyetinin Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Nebioğlu, K. G., (2013). *Meslek Etiği: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Nepuni, P., (2002). *Eco-Tourism*. <https://groups.yahoo.com/neo/groups/green-travel/conversations/topics/1207> adresinden 30.12.2013 tarihinde alınmıştır.
- Nguyen, Q., (2007). *Putting Community First: Tourism for Development in Doi Village, Central Vietnam*. Unpublished Master Thesis, The University of Queensland Faculty of Social and Behavioural Sciences, Australia.
- Oral, S., Değirmencioğlu, G. ve Çiçek, O., (1994). Turizm Eğitimi Veren Okullarda Rehberlik Bölümü Açılmasının Gerekliliği ve Ön Koşulları. *Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri I*, (23-25 Eylül), 121-144.
- Oruç, O., (2004). *Bir Alternatif Turizm Türü Olan Doğa-Atlı Spor Turizminin Kastamonu Örneği Üzerinde İrdelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Oschell, C. M., (2009). *The Development and Testing of a Relational Model of Competence in The Context of Guided Nature-Based Tourism*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, The Universty of Montana, Montana.
- Oxford, (2015). *İleri Düzey Oxford Sözlüğü*. <http://www.oxforddictionaries.com/definition/learner/guide> adresinden 14.12.2015 tarihinde alınmıştır.
- Öter, Z., (2007). *Seyahat Acentelerinde Pazarlama Bilgi Sistemlerine Turist Rehberlerinin Katkıları: Ege Bölgesi Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özdemir, Ö., (2016). *Turist Rehberlerinde Personel Güçlendirme Uygulamalarının İş Doyumuna Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ., (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Öztürk, Y., (2000). *Alternative Tourism as a Development Strategy in Developing Countries*. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(4), 313-321.
- Parladır, M. Ö., (2013). *Isparta İli'nde Yapılacak Alternatif Turizm Türlerinin ve Yerlerinin CBS Araçları ile Belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Pelit, E. ve Güçer, E., (2007). İşletme Yöneticilerinin Çalışanlara Karşı Davranışlarının İş Etiği Kapsamında Değerlendirilmesine İlişkin Bir Araştırma. *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32-49.
- Pio, A., (2011). *An Analysis of Community-Based Tourism Partnerships in Lao PDR*. Unpublished Master's Thesis, Nationale Hogeschool voor Toerisme en Verkeer Breda University of Applied Sciences, Breda, Netherlands.

- Polat, T., (2001). *Seyahat İşletmelerinde Profesyonel Turist Rehberliği, Rehberlik Mesleğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ponna, P., (2009). *Community-Based Tourism Development in Sihanoukville, Cambodia*. Unpublished Master Thesis, Prince of Songkla University Hospitality and Tourism Management (International Program), Tayland.
- Rabotic, B., (2008). Tourist Guides as Cultural Heritage Interpreters: Belgrade Experience with Municipality-sponsored Guided Walks for Local Residents. *The Proceedings Book of the International Tourism Conference 'Cultural and Event Tourism: Issues & Debates' (Alanya, Turkey)*, 213-233.
- Randall, C., and Rollins, R. B., (2009). Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 357-374.
- Reed, M. G., (1997), Power Relations and Community-Based Tourism Planning, *Annals of Tourism Research*, 24(3), ss. 566-591.
- Rocharungsat, P., (2005). *Community-Based Tourism: Perspectives and Future Possibilities*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, James Cook University, Avustralya.
- Salazar, N. B., (2006). Touristifying Tanzania – Local Guides, Global Discourse. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 833-852.
- Satarat, N., (2010). Sustainable Management of Community-Based Tourism in Thailand, A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy (Development Administration) School of Public Administration National Institute of Development Administration.
- Sezgin, O. M., (2001). *Genel Turizm*. Tutibay Yayınlar, Ankara.
- Shahmirzadi, E. K., (2012). *Community-Based Tourism (CBT), Plannings and Possibilities: The Case of Shahmirzad, Iran*. Unpublished Master Thesis,

Eastern Mediterranean University Institute of Graduate Studies and Research,
Gazimağusa, North Cyprus.

- Soykan, F., (2002). Profesyonel Turist Rehberliği Derslerindeki Kursların Yeniden Değerlendirilmesi ve Türkiye'nin Turizm Coğrafyası Dersine Eleştirel Yaklaşım. *Turizm Eğitimi Konferansı – Workshop*, Ankara, 99-106.
- Storper, M., (2005). Society, Community, and Economic Development. *Studies in Comparative International Development*, 39 (4), 30-57.
- Storper, M., Lavinias, L., and Mercado-Célis, A., (2007). Society, Community, and Development: A Tale of Two Regions, In Polenske, Karen R., (Eds.) *The Economic Geography of Innovation*. Cambridge University Press, Cambridge, UK, 310-339.
- Suntikul, W., Bauer, T., and Song, H., (2010). Towards Tourism: a Laotian Perspective. *International Journal of Tourism Research*, 12, 449-461.
- Şahin, S. ve Acun, A., (2016). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleğe Yönelik Tutumları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*. 15 (2), 563-580.
- Şahin, S. ve Avcıkurt, C., (2013). Turist Rehberlerinin İletişim Yeterlilikleri: Turistlerin Görüşlerinin Chaid Analizi ile Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 16(29), 303-327.
- Şahin, S., (2012). *Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişim Yeterlilikleri: Alman, İngiliz ve Rus Turistlerin Algılamaları*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Şenel, G., (2011). *Stres Faktörlerinin İş Motivasyonuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tangüler, A., (2002). *Profesyonel Turist Rehberliği ve Turist Rehber Rehberlerinin Seyahat Acentası ve Müşteri İlişkileri (Kapadokya Örneği)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Tasci, A. D.A., Semrad, K. J. ve Yılmaz, S. S., (2013). *Community Based Tourism Finding The Equilibrium in COMCEC Context: Setting the Pathway for the Future*. T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayınları.
- TDK, (2015), *Güncel Türkçe Sözlük*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5687dedb867c70.98741437 adresinden 14.12.2015 tarihinde alınmıştır.
- Tekeli, H., (2001). *Turizm Pazarlaması ve Planlaması*. Detay Yayınları, Ankara.
- Temizkan, R., (2005). *Turist Rehberlerinin Türkiye İmajını Algılamaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Temizkan, S. P., (2010). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizm Pazarlamasındaki Rolüne Etkisi Açısından Hizmetiçi Eğitim Seminerleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tetik, N., (2006). *Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Toker, A., (2011). *Kültür Turizminin Sürdürülebilirliğinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Ankara Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Tosun, C. ve Temizkan, R., (2004). Türkiye’nin Dış Tanıtım ve Ülke İmajında Turist Rehberlerinin Rolü. *I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, (15-16 Nisan), Bildiriler Kitabı, 345-365.
- Tourism Concern, (2013). *Community Tourism*, <http://www.tourismconcern.org.uk/community-tourism.html>, adresinden 20.12.2013 tarihinde alınmıştır.
- TUREB, (2017). *Rehber İstatistikleri*. <http://tureb.org/tr/RehberIstatistik/>, adresinden 11.12.2017 tarihinde alınmıştır.

Turist Rehberliği Meslek Kanunu, (7.6.2012 Tarihli ve 6326 Sayılı).

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, (23.2.2013 Tarihli).

Turizm Bakanlığı Araştırma Planlama ve Koordinasyon Kurulu, (1999). *Turizm Terimleri Sözlüğü*. Başbakanlık Basım Evi, Ankara.

TÜBİTAK (2003). *Vizyon 2023, Ulaştırma ve Turizm Paneli*, Ankara, <http://www.utikad.org.tr/db/files/TUBITAK%20Ulastirma%20ve%20Turizm%20Paneli.pdf>, adresinden 02.11.2013 tarihinde alınmıştır.

Türk Dil Kurumu, (2016). *Büyük Türkçe Sözlük*, http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.56ec4a581d6b08.53883617, adresinden 03.01.2016 tarihinde alınmıştır.

Uğurluoğlu, Ö. ve Çelik, Y., (2009). Örgütlerde Stratejik Liderlik ve Özellikleri. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 12(2), 121-156.

Ulusan, Y. ve Batman, O., (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 243-260.

Ulusan, Y., (2009). *Alternatif Turizm Çeşitlerinin Turizm Potansiyeline Etkisi: Konya Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

UNESCO, (2016a). *Understanding the Community*. http://www.unesco.org/education/aladin/paldin/pdf/course01/unit_06.pdf adresinden 04.01.2016 tarihinde alınmıştır.

UNWTO, (2016b). *Tourism Highlights, 2015 Edition*. Madrid: United Nations World Tourism Organization (UNWTO). <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2015-edition>, adresinden 21.05.2016 tarihinde alınmıştır.

Usta, Ö.,(1992). *Turizm*. Altın Kitaplar Matbaası, İstanbul.

- Uygur, Selma Meydan ve Akdu, Uğur (2009). Çiftlik Turizmi, Kırsal, Tarım ve Ekoturizmin Kavramsal Açından İrdelenmesi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 143-166.
- Uysal, Ş. A., Keklik, B., Erdem, R. ve Çelik, R., (2012). Hastane Yöneticilerinin Liderlik Özellikleri İle Çalışanların İş Üretkenlik Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 15(1), 25-57.
- Uzun, N. ve Sağlam, N., (2006). Orta öğretim öğrencileri için çevresel tutum ölçeği geliştirme ve geçerliliği. *H.Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 240-250.
- Üçöz, E., (2012). *Paket Turlarda Tüketici Hakları ve Turist Rehberlerine Yönelik Şikayetlerin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- WFTGA, (2013). <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide>, adresinden 14.11.2013 tarihinde alınmıştır.
- Woodley, A., (1993). Tourism and Sustainable Development in Parks and Protected Areas, In J. Nelson, R. Butler and G. Wall (Eds.). *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, Canada: University of Waterloo, 83-96
- Wu, M. ve Pearce, P. L., (2013). Asset-based Community Developmentas Applied to Tourism in Tibet, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space. Place and Environment*, 1-19.
- Yanıklar, C., (2014). Sanal Topluluklar ve Geleneksel Topluluklar Arasındaki Farklılıkların Sosyolojik Bir Analizi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 158-190.
- Yarcan, Ş., (1993). *Seyahat Yönetimi*. Boğaziçi Üniversitesi Matbaası, İstanbul.
- Yarcan, Ş., (2007). Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33-44.

- Yazıcı, A., (2016). *e-Toplum: e-Örgütlenme*. Türkiye Bilişim Derneği, http://www.tbd.org.tr/usr_img/cd/kamubib17/raporlarPDF/RP5-2004.pdf, adresinden 04.01.2016 tarihinde alınmıştır.
- Yelkenkaya, E. ve Hakdüken, S. N., (2005). Profesyonel Turist Rehberi Kime Denir?. *I. Bursa Turizm Sempozyumu*, (30 Eylül – 2 Ekim), Osmangazi Belediyesi, Bursa, 136-144.
- Yenen, Ş., (2002). Turist Rehberliği Eğitiminde, Niteliksel ve Niceliksel Planlamada Turizm Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu ve Meslek Kuruluşu Arasındaki İşbirliğinin Önemi. *Turizm Eğitimi Konferansı - Workshop*, Ankara, 257-273.
- Yenipınar, U. ve Zorkirişçi, A., (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 111-136.
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ., (2008). Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 1-18.
- Yıldırım, S. ve Atay, L., (1997). Turistik Ürün Pazarlaması Sürecinde Tur Rehberinin Fonksiyonu, *Hafta Sonu Semineri IV (05-07 Aralık)*, Türkiye’de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 85-94.
- Yıldız, R., Kuşlivan, S. ve Şenyurt, Y., (1997). Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi, Türkiye’de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü. *Hafta sonu Semineri 4*, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Nevşehir.
- Yıldız, S. ve Utku Demirel B., (2008). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Eğitimi Bağlamında Kültür ve Turizm Bakanlığı Kurs Programının İncelenmesi. *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, (17-19 Nisan 2008) Bildiriler Kitabı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 255-260.

- Yıldız, Z. ve Kalağan, G., (2005). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri, *Yerel Siyaset Dergisi*, 42-44.
- Yılmaz, G. Ö. ve Gürol, N. K. (2012). Balıkesir İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 23-32.
- Yılmaz, A. ve Çevik, H., (2011). Yöneticilerin İş Etiği Yaklaşımlarının İncelenmesi: Bir Organize Sanayi Bölgesi'nde Uygulama. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2).
- Ying, H. and Simkin, K., (2009). Chinese professional tour guides' perceptions of roles and the implied challenges in intercultural communication. *US-China Foreign Language*, 7(8), 11-21.
- 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.
- Zengin, B., (1996). Turizm Coğrafyasının Turistik Ürün ve Talebe Etkileri. *Turizmde Seçme Makaleler*, 25, 45-56.
- Zengin, B., Batman, O. ve Yıldırğan, R., (2004). Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma. *I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (15-16 Nisan) Bildiriler Kitabı*, 366-376.
- Zhang, H. ve Chow, Q. I., (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81-91.

EKLER

Ek 1 – Rehber Odalarına Göre Turist Sayıları

Kayıtlı Olunan Oda	Ülkesel	Ülkesel Eylemli	Ülkesel Eylemsiz	Bölgesel	Bölgesel Eylemli	Bölgesel Eylemsiz	Eylemli	Eylemsiz	Toplam
Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası	145	88	57	11	8	3	96	60	156
Ankara Turist Rehberleri Odası	705	375	330	32	24	8	399	338	737
Antalya Turist Rehberleri Odası	1632	1181	451	38	23	15	1204	466	1670
Aydın Turist Rehberleri Odası	530	437	93	62	55	7	492	100	592
Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası	102	72	30	16	13	3	85	33	118
Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası	134	101	33	21	18	3	119	36	155
Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası	105	79	26	34	21	13	100	39	139
İstanbul Turist Rehberleri Odası	4277	2945	1332	182	137	45	3082	1377	4459
İzmir Turist Rehberleri Odası	1001	679	322	44	40	4	719	326	1045
Muğla Turist Rehberleri Odası	377	264	113	21	16	5	280	118	398
Nevşehir Turist Rehberleri Odası	553	442	111	70	55	15	497	126	623
Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası	104	69	35	17	14	3	83	38	121
Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası	91	60	31	7	4	3	64	34	98
Toplam	9756	6792	2964	555	428	127	7220	3091	10311

Kaynak: Turist Rehberleri Birliği, 2017

Ek 2 – Bölgesel Turist Rehberlerinin Bölgelere Göre Sayıları

Bölge	Sayı*
Marmara	421
Ege	344
Akdeniz	337
İç Anadolu	280
Karadeniz	121
Güneydoğu Anadolu	74
Doğu Anadolu	36

* Bazı rehberler birkaç bölgede rehberlik yapabilmektedir.

Kaynak: Turist Rehberleri Birliği, 2017

Ek 3 – Yabancı Dillere Göre Turist Rehberi Sayıları

Dil	Sayı	Dil	Sayı
Almanca	1635	İspanyolca	688
Arapça	298	İsveççe	27
Boşnakça	6	İtalyanca	553
Bulgarca	233	İzlandaca	1
Çekçe	7	Japonca	582
Çince	179	Korece	24
Danimarkaca	8	Lehçe	47
Endonezce	64	Macarca	20
Ermenice	7	Makedonca	7
Farsça	33	Norveççe	32
Fince	7	Portekizce	349
Fransızca	1118	Romence	21
Gürcüce	1	Rusça	664
Hırvatça	24	Sırpça	44
Hintçe	2	Slovakça	3
Hollandaca	237	Urduca	9
İbranice	22	Yunanca	142
İngilizce	6442		

Kaynak: Turist Rehberleri Birliği, 2017

Ek 4 – Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda yürütülmekte olan “*Turist Rehberlerinin Toplum Temelli Turizmdeki Rolü*” isimli yüksek lisans tezinde kullanılmak üzere yürütülmektedir. Araştırmaya katılan rehberlerin bilgileri kesinlikle gizli tutulacaktır, herhangi bir ticari amaçla kullanılmayacaktır. Desteğiniz için teşekkür ederim.

Doç. Dr. Burhan AYDEMİR
İbrahim Halil KAZOĞLU

Toplum Temelli Turizm (TTT): Gelişmekte olan ülkelerde kitle turizminin olumsuz etkilerine karşı bir çözüm olarak ortaya çıkmış, planlama sürecinde ev sahibi topluma odaklanmayı ve daha sürdürülebilir bir turizm sektörünü amaçlayan, turizmin gelişimini sürdüren, yerel toplulukların kendi bölgelerinde bulunan doğal varlıklar ve kültürel cazibelere dayanan turizm çeşidini ifade eder.

1. TTT kavramını daha önce duydunuz mu?

Evet Hayır

2. TTT için aşağıda verilen ifadelerin bu kavramı ne derece ifade ettiğini işaretleyiniz.

(1) İyi ifade etmez, (2) Kısmen ifade eder, (3) İyi ifade eder			
Yerel yönetimler tarafından koordine edilir.	1	2	3
Ülkenin kırsal bölgeleri tepeden tırnağa bu turizm türüne dahildir.	1	2	3
Yönetim ve sorumluluk tüm paydaşlara eşit şekilde dağılmıştır.	1	2	3
Çevrenin, kültürün ve toplumun korunması amaçlanmıştır.	1	2	3
Yerel halk için gelir getirici ve zenginliğin adil dağılımı söz konusudur.	1	2	3
Kararlarda yerel halkın da söz sahibi olduğu turizm türüdür.	1	2	3
Yerel halkın eğitimi ve gelişimi için sürdürülebilir katılım amaçlanır.	1	2	3
Yüksek kaliteli ziyaretçi deneyimi garantisini verir.	1	2	3
Yatırımcıya da yerel halka da sağlam getiriler sunar.	1	2	3

3. Sizce TTT yaklaşımının uygulanmasında en büyük sorumluluk kime düşmektedir? (Birini seçiniz.)

- Yerel halk Yerel işletmeler
 Yerel yönetim Tur operatörleri/ Turizm işletmeleri

4. Aşağıda verilen ifadelere katılım derecenizi belirtiniz.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım/Fikrim Yok, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum					
TTT yerel topluma maddi getiri sağlar.	1	2	3	4	5
TTT yaklaşımının yönetimi yerel halka bırakılırsa daha iyi olur.	1	2	3	4	5
TTT sürdürülebilirliği beraberinde getirir.	1	2	3	4	5
TTT yerel halkın kimliğini kaybetmesine yol açar.	1	2	3	4	5
TTT halkın turizme olan ilgisini artırır.	1	2	3	4	5
TTT yerel halkın yaşamını zorlaştırır.	1	2	3	4	5
TTT çok yönlü işbirliğini teşvik eder.	1	2	3	4	5
TTT çevreye zarar verir.	1	2	3	4	5
TTT sadece zenginler içindir.	1	2	3	4	5
TTT iyi bir konsepttir.	1	2	3	4	5
TTT karşılıklı kültür değişimini sağlar.	1	2	3	4	5
TTT uygulama sorunları olan bir kavramdır.	1	2	3	4	5
TTT gerçekçi bir yaklaşım değildir.	1	2	3	4	5
TTT yüksek kaliteli hizmet ve ürün sunmayı teşvik eder.	1	2	3	4	5
TTT sınırları olan bir kavramdır.	1	2	3	4	5

5. TTT yaklaşımı için belirlenen bir bölgede ilk etapta yapılması gereken bazı maddeler aşağıda sıralanmıştır. Lütfen bunları önem derecesine göre (1 en çok önemli, ... 9 en az önemli olmak üzere) sıralayınız.

- ... Önde gelen kurumlar ve uzmanların yerel halka yardımcı olmalarını sağlamak.
- ... Yöre halkını birlikte çalışmaya teşvik etmek.
- ... Örgütsel yapı oluşturmak (Örn: Turistik Gelişim Komitesi)
- ... Yapılacak işler için kilit rolleri belirlemek.
- ... Yerel halkı turizmin artı ve eksileri konusunda bilgilendirmek.
- ... Amaç ve hedefleri açık şekilde belirlenmiş turizm planları geliştirmek.
- ... Yerel halkın hangi kaynaklara ihtiyaç duyduğunu belirlemek.
- ... Yerel halkın bilinçlenmesi için eğitimler vermek.
- ... Yerel halkın turizmde aktif rol alması için destek vermek.

6. Cinsiyetiniz?

- Kadın Erkek

7. Yaşınız?

- 24 yaş ve altı 25-34 35-44
 45-54 55 yaş ve üzeri

8. Rehberlik eğitimini hangi yolla aldınız?

- Lisans Önlisans Bakanlık Kursları

9. Kaç yıldır bu mesleği yapıyorsunuz?

- 1 yıldan az 1-4 yıl 5-9 yıl
 10-14 yıl 15 yıl ve üzeri

10. Çalışma Şekliniz?

- Serbest Acentaya bağlı

11. Rehberlik lisansınızın türü nedir?

- Ülkesel Bölgesel