MAKÜ TURİZM FAKÜLTESİ | MAKÜ YEŞİLOVA İSMAİL AKIN TURİZM MYO

24 - 25 NİSAN 2026

## 8. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi

# Kongre Bildirileri E-Kitabı



turistrehberligikongresi.org

MAKÜ BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ | Burdur / TÜRKİYE

**Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi**
Turizm Fakültesi & Yeşilova İsmail Akin Turizm Meslek Yüksekokulu

## 8. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi

# Kongre Bildirileri E-Kitabı

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Yayınevi
Yayın No: 05

**ISBN**
978-9944-729-39-0
Ekim, Burdur 2026

**Editörler**
Dr. Öğr. Üyesi Özcan ÖZDEMİR
Prof. Dr. Murat YEŞİLTAŞ

Her hakkı saklıdır. Kısa alıntılar dışında yayıncının önceden yazılı izni olmadan çoğaltılamaz, saklanamaz veya bir erişim sistemine dâhil edilemez, herhangi bir biçimde veya herhangi bir yolla elektronik, mekanik, fotokopi ya da başka şekilde çoğaltılamaz.

All rights reserved. Without the publisher's prior written permission, it may not be reproduced, stored, or included in an access system, nor may it be reproduced in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopy, or otherwise, except for short quotations.

Yayıncı: Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Sertifika No: 46701
Adres: Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
İstiklal Yerleşkesi Değirmenler Mah.
Cevat Sayılı Bulvarı 15200/BURDUR

MAKÜ
YAYINLARI



## ONUR KURULU

| | |
|---|---|
| Prof. Dr. Hüseyin Dalgar | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Rektörü |
| Prof. Dr. Ömer Tekşen | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Rektör Yardımcısı |
| Prof. Dr. Hakan Öner | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Rektör Yardımcısı |
| Prof. Dr. Oğuz Gürsoy | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Rektör Yardımcısı |
| Mustafa Tokat | Burdur İl Kültür ve Turizm Müdürü |
| Abdulkadir Tanrıdağlı | Turist Rehberleri Odaları Birliği Başkanı |

## BİLİM KURULU

| | |
|---|---|
| Prof. Dr. A. Celil Çakıcı | Mersin Üniversitesi |
| Prof. Dr. Ahmet Köroğlu | Balıkesir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Aytuğ Arslan | İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi |
| Prof. Dr. Burhanettin Zengin | Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi |
| Prof. Dr. Canan Tanrısever | Kastamonu Üniversitesi |
| Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt | Balıkesir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Elbeyi Pelit | Afyon Kocatepe Üniversitesi |
| Prof. Dr. Hande Akyurt Kurnaz | Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi |
| Prof. Dr. Hüseyin Çeken | Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi |
| Prof. Dr. Kamil Yağcı | Pamukkale Üniversitesi |
| Prof. Dr. Lütfi Atay | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi |
| Prof. Dr. Meltem Caber | Akdeniz Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mustafa Cevdet Altunel | Kırklareli Üniversitesi |
| Prof. Dr. Nuray Tetik Dinç | Balıkesir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Özcan Zorlu | Afyon Kocatepe Üniversitesi |
| Prof. Dr. Özlem Güzel | Akdeniz Üniversitesi |
| Prof. Dr. Özlem Köroğlu | Balıkesir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Rahman Temizkan | Eskişehir Osmangazi Üniversitesi |
| Prof. Dr. Saadet Pınar Temizkan | Eskişehir Osmangazi Üniversitesi |
| Prof. Dr. Sebahattin Karaman | Balıkesir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Seda Şahin | Balıkesir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Serhat Harman | Mardin Artuklu Üniversitesi |
| Prof. Dr. Sevda Birdir | Mersin Üniversitesi |
| Prof. Dr. Uğur Ceylan | Kütahya Dumlupınar Üniversitesi |
| Prof. Dr. Uysal Yenipınar | Mersin Üniversitesi |
| Prof. Dr. Yalçın Arslantürk | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi |
| Prof. Dr. Yasin Bilim | Necmettin Erbakan Üniversitesi |
| Prof. Dr. Zafer Öter | İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi |
| Doç. Dr. Alaattin Başoda | Aksaray Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ali Türker | Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ayşen Acun Köksalanlar | Bursa Uludağ Üniversitesi |

| | |
|---|---|
| Doç. Dr. Bülent Aydın | Batman Üniversitesi |
| Doç. Dr. Eda Avcı | Dokuz Eylül Üniversitesi |
| Doç. Dr. Filiz Gümüş Dönmez | Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi |
| Doç. Dr. Gamze Özoğul | Dokuz Eylül Üniversitesi |
| Doç. Dr. Hasan Ali Erdoğan | Necmettin Erbakan Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mehmet Tahir Dursun | Pamukkale Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mutlu Kaya | Ondokuz Mayıs Üniversitesi |
| Doç. Dr. Nazım Çokişler | İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi |
| Doç. Dr. Neşe Çullu Kaygısız | Aksaray Üniversitesi |
| Doç. Dr. Özge Güdü Demirbulat | Balıkesir Üniversitesi |
| Doç. Dr. Özlem Tekin | Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi |
| Doç. Dr. Serkan Aylan | Selçuk Üniversitesi |
| Doç. Dr. Serap Akdu | Gümüşhane Üniversitesi |
| Doç. Dr. Sevgül Çilingir Cesur | Ege Üniversitesi |
| Doç. Dr. Tolga Fahri Çakmak | Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi |
| Doç. Dr. Uğur Akdu | Gümüşhane Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ülker Can | Batman Üniversitesi |
| Doç. Dr. Yasin Keleş | Ondokuz Mayıs Üniversitesi |
| Doç. Dr. Yurdanur Yumuk | Karabük Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Ülkü | Harran Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ali İskender | Atatürk Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Bahadır İnanç Özkan | Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Dilara Bahtiyar Sarı | Gaziantep Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Dilara Eylül Koç | Kastamonu Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Fulden Nuray Küçükergin | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Selim Karagöz | Aksaray Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Grant Altay Taşkın | Aksaray Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Meral Büyükkuru | Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Merve Ofluoğlu | Harran Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Necibe Şen | Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Nilgün Demirel İli | Iğdır Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Onur Akgül | Mardin Artuklu Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Özcan Özdemir | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Özge Çalhan | İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Turan Okul | Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Dr. Sinan Kurt | Ege Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Dr. Suat Arpacı | Fırat Üniversitesi |

## DANIŞMA KURULU

| | |
|---|---|
| Prof. Dr. Özlem Güzel (BAŞKAN) | Akdeniz Üniversitesi |
| Prof. Dr. Canan Tanrısever | Kastamonu Üniversitesi |
| Prof. Dr. Elbeyi Pelit | Afyon Kocatepe Üniversitesi |
| Prof. Dr. Hande Akyurt Kurnaz | Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi |
| Prof. Dr. Lütfi Atay | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi |
| Prof. Dr. Özlem Köroğlu | Balıkesir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Uğur Akdu | Gümüşhane Üniversitesi |
| Prof. Dr. Uğur Ceylan | Kütahya Dumlupınar Üniversitesi |
| Prof. Dr. Zafer Öter | İzmir Katip Çelebi Üniversitesi |
| Doç. Dr. Alaattin Başoda | Aksaray Üniversitesi |
| Doç. Dr. Tolga Fahri Çakmak | Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi |

## DÜZENLEME KURULU

**Kongre Dönem Başkanı**
Dr. Öğr. Üyesi Özcan ÖZDEMİR

**Kongre Genel Koordinatörü**
Prof. Dr. Murat YEŞİLTAŞ

**Düzenleme Kurulu Üyeleri**

| | |
|---|---|
| Prof. Dr. Emre Erbaş | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Prof. Dr. Olcay Kilinç | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ali İnanır | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Doç. Dr. Bayram Akay | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Doç. Dr. Kadir Çetin | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Doç. Dr. Nagihan Çakmakoğlu Arıcı | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Doç. Dr. Serhat Adem Sop | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Doç. Dr. Uğur Kilinç | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Özlem Güncan | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Burcu Gök Olgun | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Faruk Gökçe | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Merve Çetin | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Neslihan Aybike Hökelekli | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Bilal Karasakal | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Cihan Biçer | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Engin Pulluk | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Havva Hanım Bacak Turgut | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Öğr. Gör. İlhan Avcu | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Muhammed Haykır | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Mustafa Görücüler | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Önder Osman Oflas | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Ramazan Arslan | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |

# GİRİŞ

**24-25 Nisan 2026** tarihlerinde Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi ev sahipliğinde, Turizm Fakültesi ve Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu koordinatörlüğünde gerçekleştirilen 8. Ulusal Turist Rehberliği Kongresine Türkiye geneli 38 farklı üniversiteden 111 bildiri ile 217 yazar katılım göstermiştir. Bu yıl 8.'si düzenlenen kongrede şimdiye kadar gerçekleştirilen kongeler genelinde istatistiksel olarak **bildiri rekoru** kırılmıştır. Ulusal boyutta her yıl farklı bir üniversitenin ev sahipliğinde yapılan kongreye katılım her geçen yıl artmaya devam ederken, bilimsel anlamda turist rehberliği alanının daha da tanınır olmasını sağlamakta ve genç akademisyenlerin kendilerini bu değerli platformda gösterebilmelerini kolay kılmaktadır.

Kongre geneli herhangi bir tema belirlenmezken; "*Turist Rehberliği Eğitimi, Turist Rehberliği ve İnovasyon, Turist Rehberliği ve Kültür, Turist Rehberliği ve Rekreasyon, Turist Rehberliği ve Gastronomi, Turist Rehberliği ve İletişim, Turist Rehberliği ve Teknoloji, Turist Rehberliğinin Geleceği, Turist Rehberliği ve Yasal Mevzuat, Turist Rehberliği ve Mesleki Örgütlenme, Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma, Turist Rehberliğinde Davranış/Psikoloji, Turizm/Turist Rehberliği ve Turizm ile ilgili diğer konular*" şeklinde belirtilen turist rehberliği bilim alanını doğrudan ve dolaylı olarak ilgilendiren her konuda çalışmalar kabul görmektedir.

Ayrıca bunlara ek olarak, teknoloji ve yapay zekanın artış göstermesi neredeyse her alanda kendini gösterirken, turist rehberliği alanını da doğrudan veya dolaylı etkilemekte olduğu için bu yıl kongre kapsamında "Keynote Speakers" davetli konuşmacılarımız "**Dijitalleşme ve Turist Rehberliği**" alanında deneyimlerini paylaşmışlar, turist rehberliği mesleğinin içinde bulunduğu teknolojik durumu ve gelecekte yaşanabilecek durumları ele almışlardır.

Kongre kapsamında geçen yıl Aksaray Üniversitesi Turizm Fakültesi öncülüğünde 1.'si gerçekleştirilen ve artık klasik halde devam ettirilen "**Genç Vizyon Oturumu**" gerçekleştirilmiştir. Genç Vizyon Oturumu'nun temel amacı turist rehberliği ve turizm eğitim alan öğrencilerin bağlı bulundukları/eğitim aldıkları ilin turizm potansiyelini öğrenci/genç bakış açısıyla ele almalarını sağlamak ve ayrıca kendilerine kongre deneyimi kazandırmaktır. Bu anlamda kongrenin içerikleri her geçen yıl güçlü yapı taşları oluşturularak kurumsal halde devam ettirilmektedir.

Kongrelerin olmazsa olmaz kısımlarından biri de il geneli yapılan bilimsel, kültürel, sanatsal ve etkinlik dolu çevre gezileridir. Ev sahipliğini yaptığımız kongremiz kapsamında misafirlerimize Burdur'un dünyaca ünlü Salda Gölü ile gezilip görülmeye değer antik kentlerinden biri olan Kibyra Antik Kenti gezisi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca gezi güzergahında bulunan Muallim Mustafa Sırrı Özkan Kültürevi, Burdur Gar Kafe ve Burdur Arkeoloji Müzesi ziyaret edilmiş, Burdur'un yöresel tatları tadılmıştır.

Bu yıl ev sahipliğini yaptığımız 8. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi'nin gerek yurt içi gerekse de yurt dışında çok faydalı olacak bilimsel çalışmalara vesile olduğunu düşünüyoruz. Katılımcı sayılarının ve bilimsel çalışmaların her yıl artarak devam edebilmesi temennisiyle katılım sağlayan, katkı sunan, emek harcayan tüm bilim insanlarına, paydaşlarımıza, davetli konuşmacılarımıza ve tüm katılımcılarımıza en kalbi duygularımla içten teşekkürlerimi sunuyorum.

**Kongre Dönem Başkanı**
**Dr. Öğr. Üyesi Özcan Özdemir**

# İÇİNDEKİLER

## 8. ULUSAL TURİST REHBERLİĞİ KONGRESİ ÖZET METİN BİLDİRİLER

Turist Rehberlerinin Sürdürülebilir Turizm Algısı; İtalya ve Türkiye Karşılaştırmalı Analizi…….1
Işıl Dilmen Düzgünçınar, Murat Yeşiltaş

Turist Beklentileri Işığında Rehber Profilinin Yeniden İnşası: Nitel Bir Tipoloji Önerisi…….....2
Mehmet Dursun, Seher Argun

Turist Rehberlerinin Destinasyon Pazarlamasında Kaygılarının Rolü…….3
Remziye Ekici Çilkin, Ömer Kürşad Tüfekçi

Geleneksel Rehberlikten Dijital Dönüşüme: Turist Rehberliği Alanındaki Eğilimlerin Bibliyometrik Analizi...4
İlker Vural, Uğur Ceylan

Otantik Turizm Deneyimi Bağlamında Ziyaretçi Yorumlarının Analizi: Alanya Tersanesi Örneği……5
Gökhan Kenar

Turist Rehberliğinde Değişen Eğilimler: İZRO ve ARO Eğitim Gezileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme (2020-2026)…….....7
Remziye Ekici Çilkin, Derya Toksöz Kılıç

Turizme Bağlı Olarak Gelişen Bir Kırsal Yerleşme: Koşapınar Köyü (Kars)……...8
İsa Satar, Hüseyin Çeken, Emrah Kara, Bilgin Güner

Rehberli Turlarda Çocuk Dostu Uygulamalar: Burdur İlinde Bir Araştırma……9
Özlem Güncan, Barış Şen

Yersizleşme (Mekansızlaşma), Yabancılaşma ve Mekânsal Kimlik Çatışması: Alanya'da Genius Loci'nin Yürüyüş Görüşmeler Yoluyla Fenomenolojik Analizi…….11
Çağla Gülduran, Nihat Akburak

Rehber Anlatır Ama Her Şeyi Değil! Turist Rehberliğinde Sessizlik Pratikleri…….12
Ramazan İnan, Filiz Gümüş Dönmez

Ayazini Bölgesinin Bilinirlik Engelleri ve Destinasyon İmajının Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla İncelenmesi……..14
Harun Özbey, Elbeyi Pelit

Turist Rehberliğinde Tur Öncesi Öngörüsel Kaygının Tematik Analizi……..15
Serpil Keskin Pulluk, İlker Şahin

Türkiye'de Paket Tur Gelirleri ile Reel Efektif Döviz Kuru İlişkisi…….16
Seda Süer

Turizmde Kültürün Ticarileşmesi: Müzelerde Hediyelik Eşya Mağazaları Üzerine Bir Araştırma ……...17
Semahat Göker Özyürek, Zafer Öter

Müzecilik Anlayışında Değişim ve Dijital Müzecilik……..……18
Çağla Çetinkaya, Emrah Kara, Hüseyin Çeken

Turizm Rehberliği Öğrencilerinde Öz Saygı ve Mizaç Özellikleri: Akademik Başarı Değişkeni Üzerine Bir İnceleme……..……..……...20
Ayşen Acun Köksalanlar, Hande Akyurt Kurnaz

Mesleki Prestij ve Profesyonelleşmenin Mesleki Özdeşleşmeye Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma……..……..……..21
Osman Pelit, Sengül Eker, Elbeyi Pelit

Turist Rehberliğinde Çift Kariyerliliğin Mesleki Tutku ve Mesleki Tükenmişlik Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi……..……..…….23
Reyhan Şahan, Özcan Zorlu

Türkçe Rehberliğin Turist Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Motivasyonları Üzerine Etkileri……....24
Ayşe Akkoca, Nalan Albuz

Turist Rehberi Adaylarının Kariyer Olgunluk Düzeylerinin Kariyer Beklentilerine Etkisi……26
Harun Özbey, Selin Balta, Özcan Zorlu

Turist Rehberliğinde Psikolojik Dayanıklılığın Karar Verme Stratejilerine Etkisi…….28
Sibel Çamdibi; Merve Gündoğdu; Özcan Zorlu

Türk ve Tayvan Sokak Yemeği Kültürünün Karşılaştırılması ve Gastronomi Turizmine Etkileri……..29
Figen Özdemir; Gül Yılmaz

Rehberlik Mesleğinde Yeni Bir Tehdit: Dijital Ağlar Üzerinden Kayıt Dışı Rehberlik……30
İbrahim Kaynak, Filiz Arslan, Yasin Bilim

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) Bağlamında Turist Rehberlerinin Rolleri: Kavramsal Bir Literatür Sentezi……..……..……...31
Berfin Helin Yalçın, Emine Yılmaz

Üretimden Deneyim Ekonomisine Kahve Turizmi: Kapsamlı Bir Bibliyometrik Analiz (1977-2025)…..32
Olcay Kilinç, Kadir Çetin, Gülfer Sanar

Kafkas Mutfağının Önemli Lezzetlerinin Türk Mutfağındaki Benzerleriyle Karşılaştırılması ve Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi……..35
Mariiam Tambieva; Gül Yılmaz

Yörelerin Turistik Çekiciliğini Artırmada Mitolojik Hikâyelerin Kullanılması, Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Aşağı Büyük Menderes Havzası Örneği……..37
Burçak Akıncı Ekiztepe, Hüseyin Çeken

Uygulama Eğitim Gezilerinin Turist Rehberi Adaylarının Perspektifinden Değerlendirilmesi……38
Pınar Kırmızıçiçek, Ezgi Erşahin, Şimal Şahinoğlu Yayla

Turizmde İçerik Üretimi Çağı: Influencer Turistlerin Rehberlik Deneyimini Yeniden Şekillendirmesi….39
Hediye Gürsoy, İpek Birkon

Turist Rehberlerinin Gastronomi Anlatıcılığı Rolü: Türkiye'de Yerel Yemek Hikâyeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma……..……..……..41
Neslihan Aybike Hökelekli, Evrim Yıldız

Yerel Kalkınmada Turist Rehberlerinin Rolü: Kars Örneği……..……42
Ahmet Berke Demiral

Uyumsuz Miras Alanlarında Anlatı Yönetimi: Turist Rehberleri Üzerine Nitel Bir Araştırma……..43
Bircan Ergün

Turist Rehberliğinde Şaman Kültürü ve Şamanik Ögelerin Kullanımı: Anadolu Örneği……44
Berrak Su Gürbüz, Bircan Ergün

Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Uzmanlaşma Eğilimleri ve Eğitim Yeterliliği Algıları Üzerine Nitel Bir Araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği……..……45
Dilan Öztürk, Engin Aytekin

Turistlerin Kişisel Dönüşümünde Tur Rehberlerinin Rolü……..……47
Reyhan Arslan Ayazlar, Salih Limoncu, Gökhan Ayazlar

Turizmin Oscar'ı Altın Elma Ödülü: Tarsus Örneği……..……..48
Sevda Sahilli Birdir, Seda Çiçekli Ayyıldız, Kemal Birdir

Turist Rehberlerinin Turlarda Kullandıkları Oyunlaştırma Stratejilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma……..……..……..50
Selin Demir, Meltem Altınay Özdemir

Görünmez Emekten Zihinsel Tükenmişliğe Kadın Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma…….52
Semahat Göker Özyürek, Eren Gönül

Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Somut Olmayan Kültürel Mirasa İlişkin Metaforik Algıları……..53
Beste Demir, Cevdet Avcıkurt

Geceyle Gün Arasında: Noctourism ve Rehberli Turlarda Eşik Deneyimi……...54
Eyüp Kaan Pak, Özlem Köroğlu

Bilgi Odaklı Turist Rehberliğinin Bağımsız ve İşbirlikçi Öğrenme ile Mesleki Tutku Üzerindeki Etkisi: Uygulama Eğitim Gezileri Örneği……..……..55
Mustafa Sayal; Reyhan Şahan, Özcan Zorlu

Turist Rehberi Paydaş İlişkilerinde Öne Çıkan Sorunlar: Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Bir Değerlendirme……..……..……..57
Berrak Su Gürbüz, Faruk Gökçe, Elbeyi Pelit

Aromatik Katkıların Tüketicilerin Yemek Tercihi Üzerine Etkisi ve Tat Algıları: Vegan Pilav Örneği…59
Olcay Kilinç, Sabire Sipahi

Turist Rehberliği ve Teknoloji Etkileşimi Alt Boyutlarının İncelenmesine Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz……..……..……..60
Gözdegül Başer

Kültür Turu Yoksa Rehbere Gerek Yok Mu? ……..……61
Aziz Sayan, Nursel Özkır, Dilara Eylül Koç, Canan Tanrısever

Yeni Bir Uzmanlık Alanı Olarak Medikal Turizm Rehberliği……..……62
Mebrure Boydemir Bilim, Yasin Bilim

Turist Rehber Adaylarının Kariyer Kararlılığının Kişilik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde Bir Uygulama……..……...63
Ali Kabakulak, Gönül Karadere

Ulusal Turist Rehberliği Kongrelerinin Bibliyometrik Açıdan Değerlendirilmesi……..64
Okay Coşkun

Turist Rehberliği Pratiğinin Yerel Turlarda Dönüşümü: Erik Dalı Rehberliği……66
Saim Aslan

Yahudi Kültürel Mirasının Aktarımında Turist Rehberlerinin Rolleri ve Sinagog Turizmi…….67
İrem Necipoğlu

Karadeniz'in Yeşil Mirası: Çay Turizmi Alanında Turist Rehberliği Uzmanlaşma Programı Önerisi……..68
Hatice Kesimal, Özlem Köroğlu

700. Vefat Yılında Şeyh Edebali'nin Rehberlik Anlatılarında Kolektif Kimlik İnşasına Katkısı……..69
Çağrı Erdoğan

Kırsalda Modern Sanat Deneyimi: Baksı Müzesi Örneği……..……...70
Nebiye Aşkar, Taner Dalgın, Büşra Uzun

Edebiyat Turizmi ve Yazar-Mekân Özdeşliği: Turist Rehberleri Eşliğinde Deneyim Tasarımı ve Edebî Rotalar……..……..……..72
Zeynep Yamaç Erdoğan

Turizm Pazarlamasında Influencer Etkisi Hakkında Bir Değerlendirme……...…73
Filiz Arslan, Bengü Su Karagöz, Islam Islamzade

Dijital Çağda İdeal Turist Rehberi: Z Kuşağı Turist Rehberliği Öğrencilerinin Algıları……74
Esra Cesur, Serap Ok, Özge Alkan

Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Kültürlerarası Duyarlılık Düzeylerinin Kültürel Farkındalıklarına Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği……..……75
Osman Pelit, Zehra Özyörük, Elbeyi Pelit

Görünmeyeni Haritalamak: Turist Rehberlerinin İzmir Tarihi Kent Merkezine Yönelik Zihin Haritaları……..……77
Ayça Keşifoğlu, Özge Çalhan

Turizm Rehberliği Eğitiminde Tercih Motivasyonları, Mesleki Çağrışımlar ve Kariyer Planları: Kastamonu Üniversitesi Birinci Sınıf Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma……78
Nadide Özge Ozanoğlu, İlker Şahin

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Gastronomi Rehberliğine Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi……..……..……..79
Olcay Kilinç, Uğur Kilinç, Adalet İnce

Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Meslek Algısı ve Sektörde Çalışma Niyeti Üzerine Bir Araştırma……80
Tuğba Nur Uzal……..……..……..

Anadolu Jeomitolojisi ve Antik Yerbilimleri Bağlamında Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Programı Önerisi……..……..……..81
Mert Gençaslan, Özlem Köroğlu

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Aldıkları Eğitim Hakkında Görüşleri...82
Başak Ulaş

Dijital Etkileşim ve Oyunlaştırma Odaklı Rota Tasarımı ve Turist Rehberliği Uzmanlaşma Eğitim Programı Önerisi……..……..……..83
Hilal Türker, Özlem Köroğlu

Görsel Anlatıdan Seminal Turist Deneyimine: Osmanlı Minyatürlerine Yönelik Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Program Önerisi……..……..……. 84
Kaan Gürel, Özlem Köroğlu

Turist Rehberliği Mesleğine Yönelik Tehditler ve Mesleki Dönüşüm: Turizm Rehberliği Bölümü Akademisyenlerinin Bakış Açısıyla Nitel Bir Araştırma……..…… 85
Dilan Öztürk, Melisa Ateş

Turist Rehberliği Mesleği Ve Dijitalleşme Üzerine Deneyimsel Bir Çalışma…….. 87
Özge Çalhan, Canan Aydın, İbrahim Bedirhan Tar ve Özge Çoktu

Dijital Araçların Yurt Dışı Seyahatlerde Kullanımı: Planlamadan Uygulamaya Kişisel Bir Seyahat Deneyimi……..……..…… 88
Merve Batum, Taner Dalgın, İsmail Umut Özenç, Hüseyin Çeken

Turist Rehberlerinin Tur Tercihlerini Şekillendiren Motivasyonel ve Mesleki Dinamikler: İzmir Örneği…….. 90
Fırat Sözer

Turist Rehberlerinin TUREB Algısının Metaforlar Aracılığıyla İncelenmesi…….91
Kaan Gürel, Hilal Türker, Arzu Balıkoğlu

Sosyal Girişimcilik Temelli Turist Rehberliği Uygulamaları: Women-Led Tours Projesi Üzerine Nitel Bir İnceleme……..……..……...92
Işıl Arıkan Saltık, Doğan Çaprak

Orkestra Modeli Aracılığıyla Edebiyat Turizmi Ziyaretçilerinin Deneyimleri……94
Cihan Biçer, Ali İnanır, Yusuf Karakuş

Turizm Perspektifinden Sanal Müze Çalışmalarının Doküman Analizi……..95
Şeyma Gürbüz, Nalan Albuz

Türkiye'deki Turizm Rehberliği Eğitiminde İnanç Turizminin Yeri: Müfredat Odaklı Bir Analiz……96
Gülizar Özfidan, Tolga Fahri Çakmak

Bardağa Dolu Tarafından Bakmak: Turist Rehberliği Mesleğinde Kadın Olmak……...97
Dilara Selin Gemici, Grant Altay Taşkın

Turizm Rehberliği Eğitim Programlarının "Antik Kentler" Odağında İncelenmesi……99
Yasemin Akça, Tolga Fahri Çakmak

Görme Engelli Turistler İçin Erişilebilir Turizm: Aksaray Destinasyonları Üzerine Bir İnceleme……100
Elif Ulaş, Grant Altay Taşkın

Dünya Miras Alanlarında Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımları: Safranbolu Üzerine Sistematik Bir Doküman Analizi……..……..……... 101
Kader Çelik, Nalan Albuz

Turist Rehberliğinde Hikâyeleştirmenin Kültürlerarası İletişime Etkileri: Alanya Örneği……102
Dilan Şatır Yıldız, Onur Yıldız

Yapay Zekâ Tur Deneyimini Değerlendirebilir mi? MAXQDA ile Karşılaştırmalı Bir İnceleme……104
Esranur Emine Özben, Burak Murat Demirçivi

Sokak Arası Lezzetlerin Rehberli Turlarda Kullanılması: Burdur'u Ziyaret Eden Tur Gruplarına Yönelik Rota Önerileri……..……..…….106
Buse Acar, Özcan Özdemir

Avrupa Konseyi Kültür Rotaları ve Türkiye……..…….107
Füsun İstanbullu Dinçer, Kemal Ergan, Mithat Zeki Dinçer

Gastronomi Turlarına Katılan Misafirlerin Özel Diyet Gereksinimleri Karşısında Turist Rehberlerinin Yeterlilikleri……..……..……...108
İlhan Avcu, Ramazan İnan, Büşra Şen Avcu

Yapay Zekâ Temelli Turist Rehberliği: Yapay Zekâ Araçlarının İstanbul Gastronomi Turlarına İlişkin Yanıtlarının İçerik Analizi……..……..……..109
İlhan Avcu, Büşra Şen Avcu

Turizm Rehberliği Lisans Programlarının Akademik Kadro Yapısı ve Öğrenci-Öğretim Elemanı Oranının Analizi……..……..……111
Muhammed Kavak, Uğur Korkmaz

Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarına Yönelik Dijital Okuryazarlık ve Farkındalık Düzeyleri……..……....113
İrem Ceyda Samancı, Muhammed Baykal

Kars İlinde Yerel Tur Katılımcılarının Deneyim Memnuniyetleri Üzerine Netnografik Bir Araştırma……114
İsmail Umut Özenç, Berfin Helin Yalçın, Taner Dalgın, Burçak Akıncı Ekiztepe

Dijital Etkileşimden Sektörel İhtiyaca: Sosyal Medyada Türk-İspanyol Yakınlaşması ve İspanyolca Rehberlik Talebi……..……..…….116
Doğuş Kılıçarslan

Turist Rehberliği Öğrencilerinin Coğrafi İşaretli Ürünlere Yönelik Algıları……..…118
Özcan Özdemir, Engin Pulluk, Merve Tezcan

Turizm Paydaşlarının Turist Rehberi Kavramına Yönelik Metaforik Algıları: Gümüşhane Örneği…..…120
Onur Kızılcık, Suat Akyürek, Özcan Özdemir

Kış Turistlerinin Seyahat Motivasyonları: Kars Örneği……..……...121
Özgür Çalkın

Gastronomi Turlarında Turist Rehberi Yetkinliği: Çevrimiçi Yorumların Nitel Analizi…….,,122
Nilgün Demirel İli, Necibe Şen, Engin Pulluk

Turist Rehberliği Literatüründe Son 10 Yılın Tematik Eğilimleri: Nitel Doküman Analizine Dayalı Bir İnceleme……..……..……..…124
Uğur Akdu, Serap Akdu

Turist Rehberliği Hizmetinde Teknoloji Kullanımı: Amaçlar, Yararlar, Güçlükler ve Mesleki Yansımalar…….125
Alaattin Başoda, Serdar Acar

Nasreddin Hoca: Eskişehir Turizm İmajında Bir Marka Değeri Analizi……...127
Merve Kalyoncu Yolaçan

YÖK Akademik Arama Platformunda "Turizm Rehberliği" Anahtar Kelimesini Kullanan Akademisyenlerin Akademik Performanslarının İncelenmesi……..…….128
Alaattin Başoda, Yusuf Acar, Aysu Altaş

Yapay Zekâ Karşısında Turist Rehberliği Mesleği: Mesleğe Yönelik Etkiler ve Rehberlerin Mesleki Konumuna İlişkin Öğrenci Değerlendirmeleri……..…….130
Alaattin Başoda, Abdullah Bayrak

Anadolu'daki Kuzey İzleri: Türk-İskandinav Tarihsel Bağlarının Turist Rehberliği Perspektifiyle Değerlendirilmesi……..……..……...132
Selim Karagöz

Akıllı Otelcilikte Dijital Sürdürülebilirlik: Yapay Zekâ ve Büyük Veri ile Karbon Ayak İzini Dengeleme……..……..…….133
Mehmet Bahar

Turist Rehberliğinde Öykü Anlatıcılığı: Bilgi Aktarımından Deneyim Tasarımına Kuramsal Bir Dönüşüm……..……..……134
İbrahim Hakkı Kaynak

Kamusal Agroturizm Girişimlerinin Pozitif Dışsallıkları ve Sürdürülebilirlik Analizi…….135
Bilgin Güner, Hüseyin Çeken

6-12 Yaş Arası Çocuklara Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras Aktarımında Turist Rehberlerinin Rolü: Öğretmen Görüşlerine Dayalı Nitel Bir Araştırma……..……..136
Semih Arıcı, Sinem Kahveci

Otel Çalışanlarının Sıfır Atık Bilgileri, Çevresel Kaygıları, Niyet ve Davranışları Üzerine Bir Literatür Taraması……..……..…….137
Kübra Rukiye Küçükerdem, Ali Ilgaz

## 8. ULUSAL TURİST REHBERLİĞİ KONGRESİ TAM METİN BİLDİRİLER

Her Şey Dahil Otel İşletmelerinde Kadın Aşçıların Karşılaştığı Sorunlar: Nitel Bir Araştırma……139
Esin Eriş, Merve Çetin

Turist Rehberi Eğitiminde Dijital Dönüşüm: Vakıf Üniversitelerinin Müfredat Analizi……154
S. Çilem Kaya

Turist Rehberlerinin Dijital Görünürlük İndeksi: İstatistikler ve Çevrimiçi Yorumlar Bağlamında Bir Değerlendirme……..……..……167
Zeynep Gençer Selçuk, Onur Selçuk

Uzmanlaşma Eğitimlerinin Görünürlüğü: TUREB ve Turist Rehberleri Odaları Web Siteleri Üzerine Bir İnceleme……..……..…….182
Hatice Nur Kesimal, Hasret Ulusoy Mutlu

Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Aprantilik Uygulamasına Yönelik Düşünceleri: İzmir İli Örneği……..……..…….201
Gökdeniz Yalçın

Akıllı Turizm Ekosisteminde Dönüşüm Yönetimi: Turist Rehberliğinin Dijitalleşme ve Yapay Zekâ Bağlamında Yeniden Konumlandırılması……..……213
Cevat Özarpa, Reşide Sağlam

Turizm Yüksek Öğretiminde Müfredat Dönüşümü: Avrupa ve Türkiye'deki Lisans Turizm Programlarının Karşılaştırmalı Analizi……..……..……...226
Cevat Özarpa, Reşide Sağlam

Kültürel Miras Alanı Rehberliğinde Ev Sahiplerinin Rolü: Sille'de Kültürel Temsil, Sınırlar ve Yerel Sesler……..……..……..250
Hasan Ali Erdoğan, Ömer Aslan

# 8. ULUSAL TURİST REHBERLİĞİ KONGRESİ ÖZET METİN BİLDİRİLER

# Turist Rehberlerinin Sürdürülebilir Turizm Algısı; İtalya Ve Türkiye Karşılaştırmalı Analizi

Işıl Dilmen Düzgünçınar[1] ve Murat Yeşiltaş[2]

[1]Doktora Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın temel amacı, turist rehberlerinin sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizme yükledikleri öznel anlamları ve bu kavramların mesleki pratiklerine nasıl yansıdığını incelemektir. Çalışma ayrıca, sürdürülebilir turizme ulaşma sürecinde turist rehberlerinin rolünü ve bu süreçte etkili olan paydaşlara ilişkin algılarını ortaya koymayı ve farklı kültürel bağlamlarda bu algıların nasıl şekillendiğini analiz etmeyi hedeflemektedir.

**Yöntem:** Araştırma, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde betimsel fenomenoloji deseni ile yürütülmüştür. Veriler, Türkiye ve İtalya'da aktif olarak görev yapan toplam 12 turist rehberi ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Elde edilen veriler tematik analiz yöntemi ile analiz edilmiş; kodlama süreci manuel ve yapay zekâ destekli araçların birlikte kullanılmasıyla gerçekleştirilmiştir.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, turist rehberlerinin sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizme ilişkin algılarının kültürel bağlama bağlı olarak farklı biçimlerde şekillendiğini ortaya koymaktadır. Rehberlerin sürdürülebilirliği tanımlama biçimleri ve bu kavrama atfettikleri öncelikler, içinde bulundukları sosyo-kültürel ve kurumsal yapıların etkisiyle değişkenlik göstermektedir. Katılımcıların büyük bir kısmının sürdürülebilir turizm konusunda eğitim almamış olmalarına rağmen kavrama ilişkin farkındalıklarının yüksek olduğu ve sürdürülebilirliğin turizm açısından gerekli olduğu yönünde ortak bir görüşe sahip oldukları görülmektedir. Bununla birlikte, sürdürülebilir turizmin uygulamada yeterince hayata geçirilemediği ve çoğu zaman söylem düzeyinde kaldığı yönünde eleştirel bir bakış açısı da öne çıkmaktadır. Bu durum, sürdürülebilir turizm alanında sıklıkla dile getirilen politika ve söylemler ile uygulama pratikleri arasındaki boşluğa işaret etmektedir. Genel olarak bulgular, sürdürülebilir turizmin farklı kültürel ortamlarda benzer şekilde önemsenmesine rağmen, tanımlanma biçimi, önceliklendirilmesi ve uygulamaya yansıması açısından önemli farklılıklar içerdiğini de ortaya koymaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, sürdürülebilir turizm literatüründe turist rehberlerinin rolünü fenomenolojik bir yaklaşımla ele alarak, iki ülke bazında farklı kültürel bağlamları karşılaştırmalı olarak analiz ederek sürdürülebilir turizmin bağlamsal doğasına dikkat çekmekte ve literatüre analitik genelleme düzeyinde kavramsal katkı sunmaktadır. Bunun yanı sıra, çalışma bulguları politika yapıcılar ve uygulayıcılar için rehberlik mesleğinin sürdürülebilir turizmdeki stratejik rolüne ilişkin önemli çıkarımlar içermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Turizm, Turist Rehberleri, Sürdürülebilirlik Algısı, Kültürel Farklılıklar, Kültürlerarası Karşılaştırma.

# Turist Beklentileri Işığında Rehber Profilinin Yeniden İnşası: Nitel Bir Tipoloji Önerisi

Mehmet Tahir Dursun[1] ve Seher Argun[2]

[1]Doç. Dr., Turizm Fakültesi,
Pamukkale Üniversitesi, Denizli

[2]Doç. Dr., İletişim Fakültesi
Pamukkale Üniversitesi, Denizli

## Öz

**Amaç:** Turist rehberliği mesleği, değişen turist profilleri, artan deneyim beklentileri ve dönüşen turizm dinamikleri doğrultusunda yeniden şekillenmektedir. Bu çalışma, turistlerin rehberlerden beklentilerini kendi deneyim ve algıları üzerinden inceleyerek, çağdaş turist beklentileri ışığında rehber profilinin nasıl yeniden inşa edildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel amacı, turistlerin rehberlere atfettiği rolleri bütüncül bir bakış açısıyla analiz etmek ve bu roller doğrultusunda nitel bir rehber tipolojisi önermektir.

**Yöntem:** Araştırma, nitel araştırma yaklaşımı benimsenerek yürütülmüştür. Veri toplama sürecinde, farklı demografik özelliklere sahip 27 turist ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar, profesyonel turist rehberleri eşliğinde turlara katılmış bireylerden oluşmaktadır. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sürecinde veriler kodlanmış, benzer anlamlar etrafında temalar oluşturulmuş ve bu temalar aracılığıyla rehber profiline ilişkin algılar sistematik biçimde sınıflandırılmıştır.

**Bulgular:** Analizler sonucunda, turistlerin rehberlerden beklentilerini yansıtan beş temel tema ortaya çıkmıştır. Bunlar; *"Profesyonel İmaj", "Uzmanlık Temelli Entelektüel", "Kolaylaştırıcı Hizmetkâr", "Yol Arkadaşı ve Akran"* ve *"Otoriter ve Güvenilir"* temalarıdır. Bulgular, turistlerin rehberleri yalnızca bilgi aktaran kişiler olarak değil; destinasyonun vitrini, entelektüel bir referans noktası, deneyimi kolaylaştıran bir destek unsuru, samimi bir yol arkadaşı ve güven veren bir otorite figürü olarak algıladıklarını göstermektedir. Bu temalar, rehberlik rolünün çok boyutlu ve bağlamsal bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turist rehberliği literatürüne, turist beklentileri temelinde geliştirilen nitel bir rehber tipolojisi sunarak özgün bir katkı sağlamaktadır. Önerilen tipoloji, rehberlik mesleğinin tek tip bir rol üzerinden tanımlanamayacağını ortaya koymakta; eğitim programları, mesleki yeterlilikler ve uygulamaya yönelik rehber geliştirme süreçleri için önemli çıkarımlar sunmaktadır. Ayrıca çalışma, turist bakış açısını merkeze alarak rehberlik araştırmalarına yeni bir perspektif kazandırmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Turist Beklentileri, Rehber Profili, Nitel Araştırma, Tipoloji.

# Turist Rehberlerinin Destinasyon Pazarlamasında Kaygılarının Rolü

Remziye Ekici Çilkin[1] ve Ömer Kürşad Tüfekci[2]

[1]Doç. Dr., [2]Prof. Dr. Turizm Fakültesi
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta

## Öz

**Amaç:** İlgili araştırmanın amacı, turist rehberlerinin destinasyon pazarlama sürecinde üstlendikleri roller çerçevesinde yaşadıkları özel yaşam kaygısı, çalışma koşulları kaygısı, mesleki kaygı ve teknolojik gelişmelere yönelik kaygıların, destinasyonun pazarlanması üzerindeki etkilerini incelemektir. Çalışma, turist rehberlerini yalnızca bilgi aktaran aktörler olarak değil, destinasyon imajını şekillendiren önemli sosyal aktörler olarak ele almayı amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Araştırma nicel araştırma yöntemine dayalı olarak tasarlanmıştır. Veriler, aktif olarak turist rehberliği mesleğini icra eden 407 turist rehberinden çevrim içi anket yöntemiyle toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler, güvenirlik analizi (Cronbach's Alpha), Pearson korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

**Bulgular:** Araştırma sonuçları, turist rehberlerinin özel yaşam kaygısı ve çalışma koşulları kaygısının destinasyon pazarlaması üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir. Buna karşılık, mesleki kaygının destinasyon pazarlaması üzerinde pozitif ve anlamlı, teknolojik gelişmelere yönelik kaygının ise negatif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bulgular, turist rehberlerinin yaşadıkları kaygıların türüne bağlı olarak destinasyon pazarlaması sürecini farklı yönlerde etkileyebildiğini ortaya koymaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** İlgili araştırma, turist rehberlerinin psikolojik ve mesleki kaygılarını destinasyon pazarlaması bağlamında bütüncül bir model çerçevesinde ele alarak literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Ayrıca mesleki kaygının olumsuz bir unsur olmanın ötesinde, destinasyon pazarlamasını güçlendirebilen işlevsel bir role sahip olabileceğini ortaya koyarak mevcut literatüre özgün bir katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberleri, Destinasyon Pazarlaması, Mesleki Kaygı, Teknolojik Kaygı.

# Geleneksel Rehberlikten Dijital Dönüşüme: Turist Rehberliği Alanındaki Eğilimlerin Bibliyometrik Analizi

İlker Vural[1] ve Uğur Ceylan[2]

[1]Öğr. Gör., Domaniç Hayme Ana MYO
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya

[2]Prof. Dr., Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya

## Öz

**Amaç:** Turist rehberliği, turizm endüstrisinde yüzlerce yıllık köklü bir geçmişe sahip olmakla birlikte, son yıllarda yaşanan dijital dönüşüm ve değişen turist beklentileriyle büyük bir paradigma değişimi yaşamaktadır. Geçmişte ağırlıklı olarak rehberlerin iletişim becerileri, eğitimleri ve hizmet performanslarına odaklanan çalışmalar; günümüzde akıllı turizm uygulamaları, mobil yönlendirme sistemleri ve robot rehberlerin sektöre entegrasyonu ile çok disiplinli bir yapıya evrilmiştir. Bu bağlamda bu çalışma, 1975-2025 yılları arasındaki yarım asırlık süreçte turist rehberliği alanında üretilen akademik literatürü bibliyometrik bir perspektifle sistematik olarak analiz etmeyi; alandaki metodolojik dönüşümü, bilimsel iş birliği ağlarını ve tematik evrimi bütüncül bir biçimde ortaya koymayı amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Araştırmada nicel bir betimsel yaklaşım benimsenerek, dünyanın en kapsamlı veri tabanlarından biri olan Web of Science (WoS) temel alınmıştır. Veri kirliliğini önlemek amacıyla arama stratejisi sınırlandırılarak filtrelemeler yapılmış ve literatürden elde edilen 425 makale incelemeye alınmıştır. Verilerin analizinde R Studio tabanlı açık kaynak kodlu Biblioshiny yazılımı kullanılarak; performans analizi, Çoklu Uygunluk Analizi (MCA) ve tematik haritalama tekniklerinden yararlanılmıştır.

**Bulgular:** Analiz sonuçları, turist rehberliği alanındaki bilimsel üretimin özellikle 2010 yılı sonrasında ciddi bir ivme kazandığını göstermektedir. Rehberlik literatürünün klasik rol temelli çalışmalardan, günümüzde elektronik mobil rehberlere ve yapay zekâ destekli uzman sistemlere evrildiği saptanmıştır. Küresel çapta İspanya, Birleşik Krallık ve Çin en üretken ülkeler olurken, Türkiye makale sayısında dünya genelinde 9. sırada yer alarak güçlü bir akademik varlık göstermiştir. Ayrıca kavramsal yapı analizlerinde (MCA); sürdürülebilirlik, performans yönetimi, algoritmalar, sezgisel yöntemler ve takım oryantiring problemleri konularının literatürün gelişimine yön veren motor temalar olduğu belirlenmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Çalışma, 50 yıllık geniş bir zaman dilimini kapsaması ve Çoklu Uygunluk Analizi (MCA) gibi yöntemlerle kavramsal haritalandırma yapması bakımından literatürdeki en kapsamlı ve metodolojik derinliğe sahip analizlerden birini sunmaktadır. Araştırma, turist rehberliğinin yalnızca insan odaklı bir anlatım faaliyeti olmaktan çıkarak, bilgisayar bilimleri ve yöneylem araştırmaları ile bütünleştiğini ispatlamaktadır.

Turist rehberliğinin dijitalleşme ve etik sorumluluklar ekseninde şekillenen yeni yönelimlerini tanımlayarak, gelecek araştırmalar için stratejik bir yol haritası sunması bakımından özgün bir değere sahiptir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Bibliyometrik Analiz, Bilimsel Haritalama, WoS, Sürdürülebilirlik.

# Otantik Turizm Deneyimi Bağlamında Ziyaretçi Yorumlarının Analizi: Alanya Tersanesi Örneği

Gökhan Kenar[1]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi,
Alanya Üniversitesi, Antalya

## Öz

**Amaç:** Alanya Tersanesi, 13.yüzyılda Selçuklu döneminde inşa edilmiş önemli bir tarihsel yapıdır (Bilici, 2005). Benzer örnekleri arasında günümüze sağlam olarak ulaşabilmiş, Türkiye denizcilik tarihinin en önemli tersanelerinden biridir (Bircan vd., 2012). 2000 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne alınan Alanya Kalesi ile birlikte inşa edilen bu yapı (ICOMOS, 2026), bu çalışmada otantik turizm açısından ele alınmıştır. Bu bağlamda araştırmanın amacı, Alanya Tersanesi'ne ilişkin çevrimiçi ziyaretçi yorumlarını, Wang (1999)'ın otantiklik boyutları çerçevesinde analiz ederek yapının otantik turizm deneyimi üretme kapasitesini incelemektir. Mevcut araştırma, tarihi yapının sunduğu atmosferin otantik turizm deneyimi bağlamında turist algısındaki önemine işaret etmektedir.

**Yöntem:** Bu araştırmada nitel veri yöntemi benimsenmiştir. Veriler, TripAdvisor isimli çevrimiçi platformdan toplanmıştır. Temmuz 2011 - Aralık 2025 tarihleri arasındaki 564 ziyaretçi yorumu incelenmiştir. Yorumlar Türkçe, İngilizce, Almanca ve Rusça dillerinden oluşmaktadır. Yorumlar çeviri yapıldıktan sonra üç dil uzmanı tarafından kontrol edilerek verilerin son hali verilmiştir. Verilerin analizi için Perplexity AL asistanı destek aracı olarak kullanılmıştır (Çiftçi ve Başaran, 2025). Veriler, kuramsal çerçeveye dayalı tematik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bu doğrultuda toplanan verilere tematik analiz yapılarak, kod, tema ve alt temalar oluşturulmuştur. Analizler sonucunda ortaya çıkan temalar, alanında uzman bir akademisyenin görüşü alınarak nihai hâline getirilmiştir.

**Bulgular:** Araştırmanın bulguları, Wang (1999)'ın nesnel, inşacı ve varoluşsal otantiklik boyutları doğrultusunda üç ana kategori altında toplanmıştır. Buna göre nesnel otantiklik; tarihi ve mimari değer, gemi yapımı ve denizcilik, eserler ve müzecilik ana temalarından oluşmuştur. İnşacı otantiklik; ziyaretçi deneyimi, lokasyon ve erişim ana temalarından oluşmuştur. Varoluşsal otantiklik; manzara-atmosfer ve fiziksel özellikler ana temalarından oluşmuştur. Bunun yanı sıra ayrı bir tema olarak ortaya çıkan değerlendirme ve tavsiyeler ise genel memnuniyet durumu, fiyat-performans algısı, tavsiye ve niyet, erişim zorlukları ve güvenlik algısı alt temalarından oluşmuştur.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, Türkiye'nin denizcilik mirasının en önemli simgelerinden biri olan Alanya Tersanesi'nin ziyaretçi deneyimlerini Wang (1999)'ın turizm deneyiminde otantiklik yaklaşımı çerçevesinde derinlemesine incelemesi bakımından özgün bir nitelik taşımaktadır. Bu doğrultuda tarihi dokuyu belirten nesnel otantiklik ile ziyaretçilerin hissettiği varoluşsal otantikliği bir araya getirerek ilgili yaklaşıma teorik katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra Alanya Tersanesi'nin turistik ürün olarak deneyim odaklı bir nitelik taşıdığı ortaya çıkmıştır. Alanya Tersanesine gelen ziyaretçilerin hissettikleri duygular ile mekân arasındaki bağlantı bulunmaktadır. Bunun yanı sıra turistlerin otantiklik arayışı açısından TripAdvisor yorumlarının incelenmesi, dijital ayak izi niteliği taşımaktadır. Bu doğrultuda mevcut çalışma yerel yönetimlere deneyim odaklılığı koruma ve pazarlama stratejileri geliştirmeleri konusunda somut veriler sağlamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Otantiklik, Alanya Tersanesi, Tematik Analiz, TripAdvisor, Turizm.

## KAYNAKÇA

Bilici, S. (2005). Alanya-Tersane ve Kızıl Kule çevresinden bir grup sırlı seramik. *Adalya*, 8, 329-349.

Bircan, K., Bircan, M. ve Erkurt, O. (2012). Alanya tersanesi interaktif denizcilik merkezi oluşturma projesi deneysel arkeoloji. *15. Sualtı Bilim ve Teknoloji Toplantısı Bildiriler Kitabı SBT'2012*, 17-18 Kasım 2012, İstanbul, 48-58.

Çiftçi, F. C., & Başaran, M. (2025). Nitel araştırmalarda Perplexity.AI: Literatür incelemesinden veri analizine kapsayıcı çözümler. İçinde V. Batdı & M. Başaran (Ed.), *Nitel araştırmalarda yapay zekâ araçları I.* (ss. 160–192). Nobel Yayıncılık, Ankara.

ICOMOS (2026). https://www.icomos.org.tr/?Sayfa=Turkiyedunyamirasigecicilistesi&dil=tr (Erişim Tarihi: 03.03.2026).

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349–370.

# Turist Rehberliğinde Değişen Eğilimler: İZRO ve ARO Eğitim Gezileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme (2020-2026)

Remziye Ekici Çilkin[1] ve Derya Toksöz[2]

[1,2] Doç. Dr., Turizm Fakültesi
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta

## Öz

**Amaç:** İlgili araştırmanın amacı, İzmir Rehberler Odası ve Antalya Rehberler odasına kayıtlı turist rehberlerine yönelik düzenlenen eğitim gezilerini karşılaştırmalı olarak incelemektir. İZRO ve ARO tarafından gerçekleştirilen eğitim gezilerinin kapsamlarının ve güncellik trendinin incelenmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda İZRO ve ARO'nun resmi web sitelerinde ve instagram hesaplarında 2020-2026 dönemleri arasında gerçekleştirilen eğitim gezilerinin bilgilerine ulaşılmış olup, doküman analizi olarak gerçekleştirilen eğitim gezilerinin genel kapsamları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma bulgularına göre, turist rehberliği eğitim programlarının genel eğilimlerinin "bilgi içeriği türü, güncellik ve yenilik eğilimleri, tematik odak ve destinasyon çeşitliliği" açısından dört boyutta olduğu ortaya çıkmıştır.

**Yöntem:** Araştırma nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde tasarlanmış olup veri toplama yöntemi olarak doküman analizi kullanılmıştır Araştırmanın veri setini İZRO ve ARO resmi web siteleri ve instagram hesapları eğitim gezilerine ilişkin paylaşım içerikleri oluşturmaktadır. Doküman analizi kapsamında rehber odalarının günübirlik ve uzmanlaşma eğitim gezisi programları karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında 2020-2026 yılına ilişkin eğitim gezi programları içerikleri taranmış ve betimsel analiz tekniği ile tematik kodlara ayrılmıştır.

**Bulgular:** İZRO ve ARO eğitim gezisi programları üzerine yapılan bu karşılaştırmalı incelemede, Türkiye'deki turist rehberliği eğitiminin statik bir yapıdan kurtulup dinamik bir yapıya büründüğü tespit edilmiştir. İlgili meslek odalarının eğitim stratejilerini, klasik müze-ören yeri odaklı anlatımlardan, alternatif turizm türleri kapsamında tematik ve deneyimsel rotalara doğru yönelttiği görülmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** İlgili araştırma, rehberler odaları tarafından gerçekleştirilen eğitim gezisi programlarını, yazında sınırlı olan genel eğilimler temelli bir değerlendirme çerçevesi bağlamında ele alarak literatürdeki boşluğu doldurmaktadır. Ayrıca, meslek odalarını turist rehberliği eğitimi kapsamında ele alarak ve düzenlenen eğitim gezilerinin bilgi alan türleri, güncel ve yenilik bütünlüğü ve tematik çeşitliliği üzerine odaklanarak mevcut literatüre özgün bir katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberleri, Rehber Odaları, Eğitim Programları, Uzmanlaşma Eğitimi.

# Turizme Bağlı Olarak Gelişen Bir Kırsal Yerleşme: Koşapınar Köyü (KARS)

İsa Satar[1], Hüseyin Çeken[2], Emrah Kara[3] ve Bilgin Güner[4]

[1]Doktora Öğrencisi,[2]Prof. Dr., [3]Doktora Öğrencisi, Turizm Fakültesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[4]Öğr. Gör., Milas Meslek Yüksekokulu
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Anadolu coğrafyası, geçmişten günümüze uzanan farklı kırsal ve kültürel mirasıyla pek çok yerleşime ev sahipliği yapmaktadır. Cumalıkızık, Safranbolu ve Şirince gibi yerleşimler bu mirasın en somut örnekleri arasında yer almaktadır. Kars ili Selim ilçesine bağlı Koşapınar köyü de kırsal yaşam pratikleri, tarımsal mirası ve özgün mimarisi ile önemli bir seyahat rotası olmaya adaydır. Koşapınar köyü, kırsal atmosferi, restore edilmiş taş ve ahşap evleri, yörenin tarım tarihinin öğrenilmesine katkı sağlayan geleneksel tarım aletlerinin sergilendiği müzesi, ziyaretçilere tarımsal alanlarda tohum dikimi ve süt sağma, yumurta hasadı gibi deneyimlerin yaşatılması faaliyetleri ile dikkat çekmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Koşapınar köyünün kırsal ve kültürel özelliklerini ortaya koymak, turizm potansiyelini değerlendirmek ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğinin turizmle canlandırılması bağlamında öneriler geliştirmek, az bilinen bir destinasyonu çalışarak literatüre kazandırmaktır.

**Yöntem:** Çalışmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup, veri toplama tekniği olarak doküman incelemesinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda, Koşapınar Köyü ile ilgili akademik çalışmalar, resmî belgeler, raporlar, broşürler ve tanıtım materyalleri incelenmiştir. Dokümanların seçiminde, güncel ve erişilebilirlik kriterleri dikkate alınmış ve 2015-2025 yılları arasında yayımlanan kaynaklar çalışmaya dahil edilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

**Bulgular:** Köyün otantik dokusu, kırsal yaşam kültürü, özgün mimarisi, açık hava müzesi konsepti ve Doğu Ekspresi ile bağlantısı önemli avantajlar sunarken, altyapı ve kapasite eksiklikleri, tanıtım/pazarlama yetersizliği, kontrolsüz gelişim riski ve kırsal nüfusun azalma eğilimi dezavantaj oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, köydeki mevcut turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirlik ilkesi doğrultusunda geliştirilebilmesi için altyapı ve turizm üstyapısının güçlendirilmesi, sosyal mecralarda görünürlüğünün artırılması, destinasyona özgü stratejilerin oluşturulması gerekmektedir.

**Özgünlük:** Çalışma, bilinirliği yüksek destinasyonlara odaklanan araştırmalardan farklı olarak, henüz gelişim sürecindeki bir köy örneğini incelemektedir. Bu yönü ile Anadolu'daki küçük ölçekli yerleşmelerin turizm temelli dönüşümünü görünür kılmakta ve literatürdeki yerel çeşitliliği artırmaktadır. Çalışma sonucunda ortaya konulan önerilerin, turizm işletmeleri ve yerel yönetimler açısından yol gösterici nitelikte olabileceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Sürdürülebilir Turizm, Kırsal Yerleşim, Koşapınar Köyü.

# Rehberli Turlarda Çocuk Dostu Uygulamalar: Burdur İlinde Bir Araştırma

Özlem Güncan[1] ve Barış Şen[2]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi,
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[2]Arş. Gör., Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik

## Öz

Günümüzde turizm, insanlar arasında sosyal ilişkilerin oluşmasını sağlamakta ve turist motivasyonlarına ve deneyimlerine odaklanmaktadır. Bu durum, turizmde tüketici odaklılığı meydana getirmekte ve turizm aktörleri, günümüz piyasa şartlarında turistlerin bireysel görüş ve beklentilerini dikkate alan ve onların istek ve şikayetlerine cevap veren hizmetler üretmeye odaklanmaktadırlar. Çocukların giderek daha çok önem kazandığı bu dönemde, çocuk odaklı bir hizmet anlayışının hakim olduğu ve çocukların, ailelerinin tatil satın alma kararları üzerindeki güçlerinin giderek arttığı görülmektedir. Buna bağlı olarak, çocukların istek ve ihtiyaçları, ebeveynlerin tatil planlarına yansımakta ve aileler, tatil planlarını onların istek ve ihtiyaçlarına göre yapmaktadırlar. Günümüzde turizm faaliyetleri yalnızca turizm işletmelerinde sunulan hizmetler ile sınırlı kalmamakta, turistik destinasyonlarda gerçekleştirilen rehberli turlar da bu faaliyetlerin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Rehberli turların, turistik destinasyonlar için önemli bir çekicilik oluşturduğu ve yüksek etkileşimli bu turlar sayesinde, turistlerin tatillerinin kapsamlı bir deneyime dönüştüğü düşünülmektedir. Günümüzde tatile çıkan çocuklu aileler göz önünde bulundurulduğunda, bu ailelerin tatile gittikleri bölgede rehberli turlara katılıp katılmama kararını da çocuklarına göre verdikleri varsayılmaktadır. Bu varsayımdan hareketle, rehberli turlarda tur esnasında ve/veya turun gerçekleştiği bölgede çocuk dostu uygulamaların olup olmaması konusunun, çocuklu aileler açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Çünkü çocuklu ailelerin, gün boyunca katılacakları bir tur esnasında çocuklarının eğlenmesi, rahat vakit geçirmesi ve her türlü istek ve ihtiyaçlarının giderilmesi durumunda, o tura katılabilecekleri ve o turdan keyif alabilecekleri bir gerçektir. Bu yüzden, rehberli turların düzenlendiği turistik alanlarda ve çocuklu ailelerin katıldığı rehberli turlarda çocuk dostu uygulamalara yer verilmesi ve bu bölgelerin ve turların bu aileler ve çocukları için daha uygun hale getirilmesi ile birlikte rehberli turların çocuklu aileler tarafından daha çok tercih edileceği, daha fazla sayıda çocuklu ailenin bu turlara katılma imkanı bulacağı, çocukların ve ailelerin tur boyunca sorunsuz keyifli vakit geçirecekleri ve bu sayede bu turistik mekanların geleceğin turistleri olan şimdiki çocuklara şimdiden tanıtılıp sevdirilmesinin mümkün olacağı öngörülmektedir. Dolayısıyla, rehberli turlarda çocuk dostu uygulamaların var olup olmadığının tespiti, eğer varsa bu konuda turistik bölgelerde ve bu bölgelere düzenlenen turistik turlarda ne gibi uygulamalara yer verildiği konusunun araştırılması gerektiği düşünülmektedir. Ancak alanyazın incelendiğinde, çocuk dostu turizm uygulamalarını ağırlıklı olarak turizm işletmeleri bağlamında araştıran çalışmaların alanyazına yansıdığı görülmektedir. Buna karşın, bu uygulamaları turist rehberliği bağlamında ele alan çalışmaların sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Dolayısıyla, çocuk dostu turizm uygulamalarının, turist deneyimlerini kapsamlı bir deneyime dönüştüren rehberli turlar bağlamında da incelenmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu çalışma, bu düşünceden yola çıkılarak hazırlanmış ve Burdur ili özelinde düzenlenen rehberli turlarda ve bu turların düzenlendiği turistik alanlarda çocuk dostu turizm uygulamalarının araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan çalışmada,

rehberli turlar düzenlenirken çocuklu aileler için alınan tedbirleri, tur organizatörlerinin turlara katılacak çocuklar ve aileleri konusunda dikkat ettikleri hususları, çocuklu aileler için turlarda ve turların düzenlendiği turistik mekanlarda sunulan hizmetleri, tur esnasında çocuklu ailelerin ve turistlerin karşılaştıkları sorunları ve tur organizatörlerinin bu sorunlara ürettikleri çözümleri araştırmaya yönelik 9 adet araştırma sorusu ortaya atılmıştır. Çalışma, bu sorulara yanıt arayacak şekilde tasarlanmış ve nitel araştırma yöntemlerine göre tasarlanmıştır. Verilerin görüşme yoluyla toplanmasına karar verilmiş, bunun için yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme formunda 9 adet demografik soruya ve 13 adet görüşme sorusuna yer verilmiştir. Görüşme soruları, araştırmanın amacına uygun olarak ve araştırma sorularına cevap oluşturacak şekilde hazırlanmıştır. Araştırmanın örneklemini Burdur ili oluşturmuş ve araştırma verilerinin, Burdur ili genelinde görev yapan turist rehberleri ile gerçekleştirilmesi planlanmıştır. Araştırmadan elde edilecek verilerin analizinde ise tematik analiz, içerik analizi ve betimsel analiz tekniklerinden birlikte faydalanılmasına karar verilmiştir. Buna göre, veriler ilk olarak tematik analize tabi tutulmuş ve ana temalar belirlenmiştir. Daha sonra, bu ana temalar altındaki verilere içerik analizi uygulanmış ve veriler, kodlara ve alt temalara ayrılmıştır. Son aşamada ise verilere betimsel analiz yapılmıştır. Bu bağlamda, içerik analizinden elde edilen bulgular, betimsel analiz ile desteklenmiş ve katılımcıların ifadelerinden yapılan doğrudan alıntılar yardımıyla bulgular yorumlanmıştır. Araştırmanın sonunda elde edilen bulgularda, Burdur genelinde düzenlenen rehberli turlardaki ve bu turların düzenlendiği bölgelerdeki mevcut çocuk dostu uygulamaların ve eğer varsa eksikliklerin ortaya konması hedeflenmiştir. Çalışma, turistik destinasyonlarda ziyaret noktalarına düzenlenen rehberli turların çocuk odaklı düzenlenip düzenlenmediği ve bu turlarda ve ziyaret noktalarında "çocuk dostu" uygulamalara yer verilip verilmediği konusunun açıklığa kavuşturulması açısından önemli görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın hem alanyazına hem de uygulamaya katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın, turizmde çocuk dostu uygulamaları turist rehberliği bağlamında araştırması yönüyle alanyazına katkısı olacaktır. Diğer taraftan, rehberlik uygulamalarındaki çocuk dostu uygulamalara ve eğer varsa bu konudaki eksiklere yönelik yapılan durum tespiti ile rehberlik alanında bu konuya dikkat çekilmiş olacaktır. Araştırmanın sonunda geliştirilen önerilerin, tur organizatörleri tarafından dikkate alınması durumunda, rehberli turlarda sunulan hizmetlerin çocuklu ailelere yönelik olarak geliştirilmesi ve bu ailelerin çocukları ile birlikte bu turlardan daha çok keyif alması sağlanacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Çocuk Dostu Turizm, Turizm ve Çocuk, Turizmde Çocuk, Rehberli Turlar, Burdur.

# Yersizleşme (Mekansızlaşma), Yabancılaşma ve Mekânsal Kimlik Çatışması: Alanya'da Genius Loci'nin Yürüyüş Görüşmeler Yoluyla Fenomenolojik Analizi

Çağla Aslı Gülduran[1] ve Nihat Akburak [2]

[1]Dr. Öğretim Üyesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
Alanya Üniversitesi, Antalya

[2]Araştırma Görevlisi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
Alanya Üniversitesi, Antalya

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, Alanya destinasyonunda mekânın ruhu ile çevre arasındaki etkileşimi fenomenolojik bir yaklaşımla incelemektir. Köklü bir mimarlık teorisi olan Genius Loci kavramı, Christian Norberg-Schulz (1971) tarafından geliştirilerek günümüzde destinasyon yönetimi, doğal miras alanlar, kültürel miras alanları özellikle antik kentler, mekân atmosferi ve kimliği üzerine yapılan çalışmalarda (Jiang ve Lin, 2022; Mimika Krigka, 2024; Wang, Li ve Liu, 2025; Christou vd., 2019) temel bir teorik çerçeve olarak kullanılmaktadır. Genius Loci teorisi, mekânın derinlemesine anlaşılması, atmosferin tanımlanması ve özgün destinasyon kimliğinin belirlenmesinde en yetkin sıklıkla tercih edilen teorilerden biridir (Zhao ve Ren, 2024; Żmudzińska-Nowak ve Wałek, 2024). Bu araştırma, Alanya'nın doğal ve kültürel mirası ile kitle turizminin ürettiği aynılaşmış/yersizleşmiş(placelessness), yabancılaşmış turizm üstyapısı arasındaki uyumsuzluğu, turistlerin öznel deneyimleri üzerinden açıklamayı amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma deseni ile fenomenolojik bir yaklaşım tercih edilmiştir. Araştırma amacına uygun seçilen mekanda rastgele olarak seçilen 10 turistle yürüyüş mülakatı gerçekleştirilmiştir. Görüşme soruları (Jiang ve Lin, 2022; Van Rate ve Budiyuwono, 2025; Sharpley ve Jepson, 2011) literatürden faydalanılarak geliştirilmiştir. Nitel araştırmada elde edilen veri seti tematik analize tabi tutularak yorumlanmıştır.

**Bulgular:** Mekânsal bağ ve genius loci, turistikleşme ve mekânsal baskı ile mekân ve gelecek kaygısı olmak üzere üç ana tema altında analiz edilmiştir. Bulgular çevresel, duyusal, anlamsal, deneyimsel ve sosyal boyutlar dikkate alınarak yorumlanmıştır. Katılımcı anlatılarında deniz, kale ve yeşil doku gibi fiziksel unsurların yanı sıra dalga, rüzgâr ve kuş sesleriyle kurulan atmosfer, mavi gözlü, sarışın, sıcakkanlı; zaman zaman agresif ancak genel olarak sakin ve huzur verici bir Akdeniz karakteriyle özdeşleşen bir mekân ruhu olarak betimlenmektedir. Bununla birlikte sahil bandına kadar uzanan turistik işletmeler ve artan yapılaşma baskısı, katılımcılar tarafından mekânın ruhunu zayıflatan unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Özellikle gelecekte betonlaşmanın artacağına dair güçlü bir beklenti, mekânın özgün karakterinin bozulacağı yönünde belirgin bir kaygı üretmektedir. Bu bağlamda turizmin niceliksel büyümesine paralel olarak artan yapılaşma baskısı, sahil alanında mekânsal kimliğin aşınmasına ve mekânın giderek mekânsızlaşma riskiyle karşı karşıya kalmasına yol açmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Alanya destinasyonunda mekanın kimliğini turist bakış açısıyla C.Norberg-Schulz (1971) tarafından geliştirilen Genius Loci Teorisi çerçevesinde fenomenolojik bir yaklaşımla ele alarak turizm literatürüne kuramsal derinlik ve farklı bir paradigma kazandırmaktadır. Alanya'nın doğal ve kültürel mirası ile kitle turizminin ürettiği yersizleşmiş mekan kaygısı arasındaki gerilimi turist deneyimleri üzerinden analiz ederek destinasyon kimliği tartışmalarına özgün bir perspektif sunmaktadır. Bu yönüyle, büyüme odaklı turizm modellerinin mekânın ruhu üzerindeki etkilerini eleştirel biçimde ortaya koyan yenilikçi bir katkı üretmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Genius Loci, Kültürel Miras Turizmi, Mekânın Ruhu, Mekânın Kimliği, Yersizleşme.

# Rehber Anlatır Ama Her Şeyi Değil! Turist Rehberliğinde Sessizlik Pratikleri

Ramazan İnan[1] ve Filiz Gümüş Dönmez[2]

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Marmaris Meslek Yüksekokulu
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla
ramazaninan@mu.edu.tr

[2]Doç. Dr., Turizm Fakültesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma profesyonel turist rehberlerinin tur sırasında hangi konuları dile getirmekten kaçındıklarını, bu kaçınmanın bireysel, mesleki ve yapısal nedenlerini ve rehberlik uygulamalarında sessizliği nasıl, neden ve hangi bağlamlarda stratejik bir araç olarak kullandıklarını keşfetmeyi amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Bu çalışmada, rehberlerin sessiz kalma deneyimlerini nasıl yaşadıklarını ve bu deneyimlere yükledikleri anlamları derinlemesine keşfetmek için nitel araştırma yöntemi ve fenomenolojik desen benimsenmiştir. Bu kapsamda en az 2 yıl rehberlik deneyimi olan, farklı tur türlerinde (kültür, inanç, uzun tur, günübirlik) çalışan ve farklı turist profillerine rehberlik eden 6 profesyonel turist rehberiyle amaçlı örnekleme ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler tematik analiz tekniğiyle çözümlenmiş, sessizlik pratiklerine ilişkin temalar, kodlar ve kategoriler oluşturulmuştur.

**Bulgular:** Profesyonel turist rehberlerinin tur sırasında dile getirmekten kaçındıkları konuların beş ana tema altında toplandığı görülmektedir. Bu temalar; kaçınılan hassas konular, sessiz kalma ve kaçınma nedenleri, sergilenen tutum ve yöntemler, dışsal faktörlerin etkisi ve mesleki kimlik ve gelişim olarak belirlenmiştir. İlk tema olan kaçınılan hassas konular kapsamında rehberlerin özellikle siyaset ve devlet politikaları, dini inanç ve mezhepler, tartışmalı tarihi olaylar, hükümet ve lider eleştirileri ile etnik ve kültürel kimlikler gibi konuları tur sırasında dile getirmekten kaçındıkları görülmektedir. İkinci tema olan sessiz kalma ve kaçınma nedenleri incelendiğinde, rehberlerin bu konularda sessiz kalmalarında çeşitli bireysel ve mesleki kaygıların etkili olduğu görülmektedir. Bu bağlamda tartışma ve ayrışma riski, misafirlerin hassasiyetleri ve önyargıları, şikâyet alma çekincesi, fişlenme veya yargılanma korkusu, zaman kısıtlılığı ve profesyonel dengeyi koruma isteği öne çıkan nedenler arasında yer almaktadır.

Üçüncü tema olan sergilenen tutum ve yöntemler kapsamında rehberlerin hassas konularla karşılaştıklarında çeşitli iletişim stratejileri geliştirdikleri anlaşılmaktadır. Bu stratejiler arasında objektif ve tarafsız bir anlatım benimsemek, bilimsel ve resmi kaynaklara dayalı bilgi sunmak, konuyu yüzeysel geçmek, diplomatik ve kapsayıcı bir dil kullanmak, kişisel görüş belirtmemek ve bazı soruları daha uygun bir zamana ertelemek yer almaktadır. Dördüncü tema olan dışsal faktörlerin etkisi ise rehberlerin anlatım biçimlerini ve iletişim tercihlerini etkileyen çevresel ve sektörel unsurları kapsamaktadır. Turist profili (yerli/yabancı veya etnik köken), tur türü (Anadolu turu veya günübirlik tur), video kaydı ve sosyal medya kullanımı, acente satış baskısı ve bahşiş kaygısı gibi faktörlerin rehberlerin anlatım pratiklerini şekillendirdiği görülmektedir.

Son olarak mesleki kimlik ve gelişim teması altında rehberlerin bilgi birikimi ve donanımı, hitabet ve iletişim becerileri, okuma ve sürekli araştırma alışkanlıkları ile mesleki motivasyonlarının bu süreçte önemli rol oynadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca bazı rehberlerin sessiz kalmayı veya belirli konuları sınırlı biçimde ele almayı mesleğin doğal bir parçası olarak değerlendirdiği görülmektedir. Araştırmanın amacıyla örtüşen bu temalar, turist rehberlerinin tur esnasındaki sessizlik pratiklerini ve bu pratiklerin arka planındaki bireysel, mesleki ve yapısal dinamikleri ortaya koyarken; söz konusu pratiklerin yalnızca bireysel tercihlerle değil, mesleki sorumluluklar ve sektörel koşullarla da şekillendiğini gözler önüne sermektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turist rehberliği literatürüne sessizlik kavramını iletişimsel ve yorumlayıcı bir pratik olarak sokarak, rehberliği salt bilgi aktarımından ibaret gören geleneksel algının yeniden sorgulanmasına sebep olmaktadır. Sessizliğin, rehberin performansının ayrılmaz ve değerli bir parçası olduğunu teorik olarak temellendirmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Sessizlik Pratikleri, İletişim Stratejileri, Rehber Anlatımı, Fenomenoloji.

# Ayazini Bölgesinin Bilinirlik Engelleri ve Destinasyon İmajının Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla İncelenmesi

Harun Özbey[1], Prof. Dr. Elbeyi Pelit[2]

[1]Doktora Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

## Öz

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı, Frigya Bölgesi'nde yer alan ve son yıllarda gerçekleştirilen restorasyon çalışmalarıyla önemli bir kırsal turizm destinasyonuna dönüşen Ayazini'nin bilinirlik engellerini ve destinasyon imajını, turist rehberlerinin bakış açısıyla incelemektir. Bu kapsamda bu araştırma, destinasyon imajının oluşumunda "imaj yapıcı" rol üstlenen turist rehberlerinin algılarını ve operasyonel çekincelerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Bu araştırmada turist rehberlerinin Ayazini destinasyonuna yönelik öznel deneyimlerini, imaj algılarını ve anlamlandırma süreçlerini derinlemesine çözümlemek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desen kullanılmıştır. Görüşme soruları, ilgili literatürün kapsamlı taraması sonucunda oluşturulmuş ve üç uzmanın (turist rehberi ve akademisyen) görüşlerine sunularak son halini almıştır. Veriler, Frigya Bölgesi turlarında deneyim sahibi olan ve/veya operasyonel nedenlerle bölgeyi rotalarına dahil etmeyen 15 profesyonel turist rehberiyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Katılımcılar, en az 1 yıl mesleki deneyime sahip olma ve bölgeye yönelik tur düzenlemiş ya da düzenlemeyi reddetmiş olma kriterleriyle seçilmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA 2020 nitel analiz programına aktarılarak temalar ve kodlamalar oluşturulmuş; betimsel analiz ve içerik analizi teknikleriyle çözümlenmiştir.

**Bulgular:** Araştırma sonucunda rehberlerin Ayazini'ye dair bilişsel farkındalıklarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Ancak altyapı eksikliği, hizmet standartlarındaki belirsizlikler ve hikâyeleştirme yetersizliği nedeniyle destinasyonla duygusal bağ kurmakta zorlandıkları saptanmıştır. Bununla birlikte rehberlerin destinasyonu pazarlarken operasyonel risklerden (yeme-içme kalitesi, tuvalet, otopark vb.) çekindikleri ve bu durumun bölgeyi tur programlarına dahil etmeme kararında belirleyici bir etken olduğu ortaya konmuştur. Öte yandan destinasyonun anlatı ve deneyim tarafındaki eksikliklerin turist rehberlerinin turisti yönlendirme motivasyonunu olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Literatürde Ayazini'yi de kapsayan Frigya bölgesi üzerine yapılan çalışmalar genellikle arkeolojik, mimari veya yerel halk odaklıyken bu çalışma, destinasyonun pazarlanmasında arz kaynaklı bir yaklaşım benimseyerek turist rehberlerinin 'imaj yapıcı' ve 'yönlendirici' rolüne odaklanmasıyla özgünlük taşımaktadır. Destinasyon imajı literatüründe rehberlerin arz yönlü katkısını inceleyen çalışmaların sınırlılığı göz önüne alındığında, araştırma bu boşluğu doldurmaya yönelik önemli bir adım niteliği taşımaktadır. Öte yandan çalışmanın gelişmekte olan kırsal destinasyonların yönetiminde rehber geri bildirimlerinin önemini ortaya koyarak alan yazına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Ayazini, Turist Rehberliği, Destinasyon İmajı, Kırsal Turizm, Frigya Bölgesi.

# Turist Rehberliğinde Tur Öncesi Öngörüsel Kaygının Tematik Analizi

Serpil Keskin Pulluk[1] ve İlker Şahin[2]

[1]Öğr. Gör., Niksar Meslek Yüksekokulu,
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi
Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu

## Öz

**Amaç:** Turist rehberliği mesleği, tur operasyonlarının karmaşık yapısı ve çok sayıda paydaşla yürütülen hizmet süreci nedeniyle çeşitli mesleki risk ve belirsizlikler içermektedir. Bu araştırmanın amacı, turist rehberlerinin tur öncesi süreçte deneyimledikleri öngörüsel kaygı örüntüsünü ortaya koymaktır.

**Yöntem:** Nitel araştırma deseniyle tasarlanan çalışmada veriler, kriter örnekleme yöntemi ile seçilen rehberlerden elde edilmiştir. Veri toplama sürecinde Google Forms üzerinden hazırlanan elektronik görüşme formu kullanılmış ve mesleki iletişim grupları ile sosyal medya kanalları aracılığıyla ulaşılan 60 turist rehberi araştırmaya gönüllü olarak katılmıştır. Veriler, MAXQDA yardımıyla tematik analize tabi tutulmuştur.

**Bulgular:** Bulgulara göre rehberlerin tur öncesi yaşadıkları öngörüsel kaygılar sekiz ana tema ve otuz beş alt tema altında toplanmaktadır. Ana temalar; organizasyonel, finansal ve kurumsal faktörlere ilişkin kaygılar ile turistlere, tur personeline ve hizmet sağlayıcılara yönelik kaygılar; ayrıca rehberlerin kişisel mesleki endişeleri ile sosyal güvence ve yasal düzenlemelere ilişkin kaygıları kapsamaktadır. Bulgular, rehberlerin kaygı deneyimlerinin büyük ölçüde bireysel faktörlerden ziyade organizasyonel belirsizlikler, operasyonel aksaklıklar ve sektörün yapısal sorunlarından kaynaklandığını göstermektedir. Özellikle tur programının geç paylaşılması, rezervasyon eksiklikleri, son dakika değişiklikleri ve hizmet sağlayıcılarla ilgili belirsizliklerin rehberlerde en yoğun kaygı yaratan unsurlar olduğu tespit edilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Araştırmanın özgün değeri, turist rehberlerinin tur öncesi süreçte deneyimledikleri öngörüsel kaygıları nitel veri temelli olarak sistematik bir tematik yapı içinde ortaya koymasıdır. Literatürde çoğunlukla tur sırasında yaşanan stres ve rol çatışmalarına odaklanılırken, bu çalışma rehberlerin tur başlamadan önce karşılaştıkları belirsizlikleri ve kaygı kaynaklarını bütüncül bir tematik çerçevede analiz etmektedir. Bu yönüyle çalışma, turist rehberliği mesleğinde tur öncesi dönemin çoğu zaman görünmez kalan psikososyal boyutunu ortaya koymakta ve tur operasyonlarının planlanması ile rehber–acenta ilişkilerinin yönetilmesine yönelik pratik çıkarımlar sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Mesleki Stres, Öngörüsel Kaygı, Nitel Araştırma, Risk Yönetimi.

# Türkiye'de Paket Tur Gelirleri ile Reel Efektif Döviz Kuru İlişkisi

Seda Süer[1]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmada, Türkiye'de paket tur harcamalarından elde edilen gelir ile reel efektif döviz kuru ilişkisinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Bu çalışmada zaman serileri arasında ilişki nicel araştırma ile kalıntılarla genişletilmiş en küçük kareler (RALS) yöntemine dayalı koentegrasyon testleri kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada kullanılan 2003-2025 arasındaki yıllık frekanstaki ikincil veriler zaman serilerinden oluşmaktadır.

**Bulgular:** Çalışmanın bulgularına göre Türkiye'de paket tur harcamalarından elde edilen gelir ile reel efektif döviz kuru arasında koentegre ilişki bulunmaktadır. Sabitli ve sabitli-trendli olarak uygulanan RALS koentegrasyon testleri sonucuna göre paket tur harcamalarından elde edilen gelir ile reel efektif döviz kuru arasında uzun dönem bir ilişki tespit edilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma paket tur harcamalarından elde edilen gelir ile reel efektif döviz kuru ilişkisini inceleyen öncü bir çalışma olarak özgün bir değere sahiptir. Ayrıca, test regresyonlarının hata terimlerinin normal dağılmama durumunda etkin tahmincilerin elde edilmesini sağlayan koentegrasyon testlerinin kullanılmasıyla bu çalışma uygulama alanına bilimsel katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Paket Tur Gelirleri, Reel Efektif Döviz Kuru, RALS koentegrasyon testleri, Türkiye.

# Turizmde Kültürün Ticarileşmesi: Müzelerde Hediyelik Eşya Mağazaları Üzerine Bir Araştırma

Semahat Göker Özyürek[1] ve Zafer Öter[2]

[1]Dr., Bağımsız Araştırmacı
İzmir

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi,
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir

## Öz

**Amaç:** Turizm faaliyetleri kapsamında kültürel mirasın ziyaretçilere sunulması, zaman içerisinde kültürel unsurların ekonomik değer üreten turistik ürünlere dönüşmesine yol açmaktadır. Literatürde "kültürün ticarileşmesi" olarak tanımlanan bu süreç, özellikle müzeler gibi kültürel miras mekânlarında daha görünür hale gelmektedir. Müzelerde bulunan hediyelik eşya mağazaları, ziyaretçilerin müze deneyimlerini somut bir hatıraya dönüştürmelerine imkân tanıyan önemli tüketim alanlarıdır. Bununla birlikte bu ürünlerin kültürel temsiliyeti, özgünlüğü ve ticari boyutu ziyaretçilerin algıları ve satın alma davranışları açısından tartışma konusu olmaya devam etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, turizmde kültürün ticarileşmesi olgusunu müzelerde yer alan hediyelik eşya mağazaları bağlamında kavramsal olarak incelemek ve ziyaretçilerin algıları ile satın alma niyetleri arasındaki ilişkileri ortaya koyan bir araştırma modeli önermektir.

**Yöntem:** Bu çalışma kavramsal bir araştırma niteliği taşımaktadır. Araştırma kapsamında turizm literatüründe yer alan kültürün ticarileşmesi, hediyelik eşya özgünlüğü, müze mağazası deneyimi, ziyaretçi memnuniyeti ve satın alma niyeti kavramları kapsamlı biçimde incelenmiştir. İlgili literatür doğrultusunda bu kavramlar arasındaki ilişkiler teorik olarak tartışılmış ve gelecekte gerçekleştirilecek ampirik çalışmalar için bir araştırma modeli geliştirilmiştir. Önerilen modelde hediyelik eşya özgünlük algısının müze mağazası deneyimi ve satın alma niyeti üzerindeki etkileri ile kültürün ticarileşmesi algısının özgünlük algısı ve satın alma niyeti üzerindeki olası etkileri ele alınmaktadır. Ayrıca müze mağazası deneyiminin ziyaretçi memnuniyeti ve satın alma niyeti üzerindeki rolü de model kapsamında değerlendirilmiştir.

**Bulgular:** Literatür incelemesi sonucunda müze mağazalarında sunulan hediyelik eşyaların özgünlüğünün ziyaretçi deneyimi ve satın alma niyeti üzerinde önemli bir belirleyici olabileceği görülmektedir. Bununla birlikte kültürün ticarileşmesi algısının bazı durumlarda ziyaretçiler tarafından olumsuz değerlendirilebildiği, ancak özgün ve kültürel bağlamı güçlü ürünlerin bu algıyı dengeleyebileceği öne sürülmektedir. Ayrıca müze mağazası deneyiminin ziyaretçi memnuniyetini artırarak satın alma niyetini güçlendirebileceği literatürde vurgulanan önemli ilişkiler arasında yer almaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turizmde kültürün ticarileşmesi tartışmasını müze mağazaları ve hediyelik eşya tüketimi bağlamında ele alarak literatüre kavramsal bir çerçeve sunmaktadır. Ayrıca hediyelik eşya özgünlüğü, müze mağazası deneyimi, ziyaretçi memnuniyeti ve satın alma niyeti arasındaki ilişkileri bütüncül bir model içerisinde ele alması bakımından literatüre katkı sağlamaktadır. Çalışmada önerilen modelin ileride gerçekleştirilecek nicel araştırmalarla test edilmesi, müze mağazalarının ziyaretçi deneyimi ve turistik tüketim davranışları üzerindeki rolünün daha kapsamlı biçimde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürün ticarileşmesi, müze mağazaları, hediyelik eşya, ziyaretçi deneyimi, satın alma niyeti.

# Müzecilik Anlayışında Değişim Ve Dijital Müzecilik

Çağla Çetinkaya[1], Emrah Kara[2] ve Hüseyin Çeken[3]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Çağla Çetinkaya Nişantaşı Üniversitesi Meslek Yüksekokulu
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul

[2]Emrah Kara, Turizm Fakültesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Müzeler, kültürel mirasın korunması, sergilenmesi ve gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli bir role sahiptir. Ancak teknolojik gelişmeler, yalnızca müzelerde kullanılan araçları değil, müzecilik anlayışını da değiştirmiştir. Geleneksel müzecilikte eser odaklı bir yapı ön plandayken, günümüzde ziyaretçi deneyimi, etkileşim, erişilebilirlik ve dijital sunum biçimleri daha görünür hale gelmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, müzecilik anlayışında yaşanan değişimi dijitalleşme çerçevesinde ele almak ve bu dönüşümün müze deneyimine nasıl yansıdığını turist rehberlerinin görüşleri üzerinden değerlendirmektir. Turist rehberlerinin hem ziyaretçi beklentilerine hem de müze uygulamalarına doğrudan tanıklık etmeleri, dijital müzecilik konusunun saha deneyimi üzerinden incelenmesine katkı sağlamaktadır.

**Yöntem:** Bu çalışma nitel araştırma yaklaşımına göre tasarlanmıştır. Araştırma kapsamında müze ziyaretleri ve kültürel miras alanlarındaki ziyaretçi deneyimine ilişkin gözlem ve bilgi sahibi olan 5 turist rehberi ile yarı yapılandırılmış mülakat gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Görüşmelerde müzecilik anlayışındaki değişim, dijital uygulamaların ziyaretçi deneyimine etkisi, rehberlik sürecinde dijital araçların rolü ve dijital müzeciliğin geleceğine ilişkin değerlendirmeler ele alınmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiş ve ortak temalar doğrultusunda yorumlanmıştır.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, müzecilik anlayışının geleneksel sergileme ve bilgi aktarma yaklaşımından, daha etkileşimli ve ziyaretçi odaklı bir yapıya doğru değişim gösterdiğini ortaya koymaktadır. Turist rehberleri, günümüzde ziyaretçilerin müzelerde yalnızca eser görmek değil, aynı zamanda deneyim yaşamak, bilgiye hızlı erişmek ve teknolojik desteklerle daha etkili bir ziyaret gerçekleştirmek istediklerini belirtmiştir. Bu bağlamda dijital ekranlar, sesli rehber sistemleri, sanal uygulamalar, artırılmış gerçeklik destekli içerikler ve etkileşimli sunumların ziyaretçi ilgisini artırdığı ifade edilmiştir.

Katılımcılar ayrıca dijital uygulamaların özellikle genç ziyaretçiler, yabancı turistler ve bireysel gezen ziyaretçiler açısından önemli kolaylıklar sağladığını vurgulamıştır. Bununla birlikte rehberler, dijitalleşmenin müze deneyimini tamamen teknolojiye dayalı hale getirmemesi gerektiğini, insan anlatımı ve rehberlik deneyiminin hâlen önemli olduğunu belirtmiştir. Bu yönüyle dijital uygulamalar, fiziksel müze deneyiminin yerini alan değil, onu destekleyen ve zenginleştiren unsurlar olarak değerlendirilmiştir. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, geleceğin müzecilik anlayışında dijitalleşmenin kaçınılmaz olduğu; ancak bu sürecin insan etkileşimi, anlatı ve kültürel yorumlama boyutlarıyla birlikte ele alınması gerektiği anlaşılmaktadır.

**Özgünlük:** Bu çalışma, müzecilik anlayışındaki değişimi dijitalleşme bağlamında turist rehberlerinin görüşleri üzerinden ele alması bakımından önem taşımaktadır. Rehberlerin saha deneyimlerine dayalı değerlendirmeleri, dijital müzeciliğin ziyaretçi deneyimine etkisini uygulama boyutuyla anlamaya katkı sunmaktadır. Bu yönüyle çalışma, dijital müzecilik tartışmalarına nitel bir bakış açısı kazandırmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Miras, Dijital Dönüşüm, Ziyaretçi Deneyimleri.

# Turizm Rehberliği Öğrencilerinde Öz Saygı ve Mizaç Özellikleri: Akademik Başarı Değişkeni Üzerine Bir İnceleme

Ayşen Acun Köksalanlar[1] ve Hande Akyurt Kurnaz[2]

[1]Doç. Dr., İznik MYO,
Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu

## Öz

Öz saygı, kişi hayatının başarılı bir şekilde devam etmesinde oldukça önemli bir faktördür. Öz saygısı yüksek kişilerin hem sosyal ilişkilerinde hem de iş hayatında daha başarılı oldukları görülmektedir. Mizaç ise, kişinin doğuştan getirdiği ve yaşamı boyunca büyük oranda sabit kalan duygusal ve davranışsal eğilimleri ifade etmektedir. Kişilerin öz saygı düzeyleri ve sahip oldukları mizaç tipi stresle başa çıkma biçimlerini, iletişim tarzlarını, akademik ve mesleki performanslarını etkilemektedir. Bu nedenle bu çalışmada turist rehberliği öğrencilerinin öz saygı düzeyleri ve mizaç özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca öğrencilerin öz saygı ve mizaç özelliklerinin akademik başarı üzerindeki etkisinin de incelenmesi araştırmanın diğer amacıdır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler anket tekniği ile 01 Mayıs – 01 Temmuz 2025 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırma verilerinin toplanması için gerekli olan etik kurul izni 25 Nisan 2025 tarihinde 2025-04 oturumunda 17 karar sayısı ile Bursa Uludağ Üniversitesi Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan alınmıştır. Araştırmanın evrenini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen turizm rehberliği programında okuyan 186 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında demografik soruların ardından öğrencilerin öz saygı düzeylerini belirlemek için Morris Rosenberg (1965) tarafından geliştirilen Benlik Saygısı Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek Füsun Çetin Çuhadaroğlu tarafından (1985) Türkçe'ye çevrilmiştir. Ölçekte beşi olumlu, beşi olumsuz olmak üzere 10 madde yer almaktadır. Mizaç Değerlendirme Ölçeği olarak (Temperament Evaluation of Memphis, Pisa, Paris, San Diego Autoquestionaire/TEMPS-A) Akiskal tarafından geliştirilen Mizaç Değerlendirme Anketi kullanılmıştır. Ölçek likert tipi bir ölçektir ve depresif, siklotimik, hipertimik, sinirli ve endişeli mizaçları belirleyen 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Türkçeye adaptasyonu Vahip ve diğerleri (2005) tarafından yapılmıştır. Türkçe uyarlaması yapılmış ve ölçek 99 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte depresif mizaç 19 madde; siklotimik mizaç 19 madde; hipertimik mizaç 20 madde; irritabl mizaç 18 madde ve anksiyöz mizaç 24 madde ile değerlendirilmektedir. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır. Bu çalışmada demografik özelliklerin (cinsiyet, eğitim, yaş ve akademik başarı) öz saygı üzerinde anlamlı bir etkisi saptanmazken; mizaç tiplerinin öz saygıyı %44,1 gibi yüksek bir oranda yordadığı belirlenmiştir. Özellikle Hipertimik mizaç öz saygıyı artıran en güçlü faktörken; Depresif ve Anksiyöz mizaçlar öz saygıyı anlamlı şekilde düşüren temel risk faktörleridir.

**Anahtar Kelimeler:** Öz saygı, mizaç özellikleri, turist rehberliği öğrencileri, akademik başarı.

# Mesleki Prestij ve Profesyonelleşmenin Mesleki Özdeşleşmeye Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma

Osman Pelit[1], Sengül Eker[2] ve Elbeyi Pelit[3]

[1] Dr., Bağımsız Araştırmacı

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

[3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

## Öz

**Amaç:** Turizm sektöründe rehberlik, bilgi aktarımının ötesinde kültürler arası etkileşimi sağlayan ve deneyimi zenginleştiren bir meslek olmakla birlikte mesleğin toplumsal prestijini ve profesyonel standartlarını yansıtan ve aynı zamanda rehberlerin meslekleriyle özdeşleşme düzeyini güçlendirmesi elzem olan stratejik bir alan olarak öne çıkmaktadır. Mesleki prestij, rehberlerin toplumsal konumlarını ve mesleklerine yönelik dışsal değerlendirmeleri şekillendirirken, profesyonelleşme düzeyi, mesleğin kurumsal standartlara ve etik ilkelere bağlı kalarak yapılan işin en iyi halini ortaya koymaktadır. Bu iki unsurun mesleki özdeşleşme ile etkileşimi, rehberlerin meslekleriyle kurdukları özdeşleşmeyi artırması ve bu doğrultuda hem sunulan hizmetin kalitesini hem de turizm sektörünün sürdürülebilirliğini sağlaması açısından önem kazanmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, turist rehberlerinde mesleki prestij ve profesyonelleşmenin mesleki özdeşleşme üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

**Yöntem:** Turist rehberlerinin mesleki prestij algıları ve profesyonelleşme düzeylerinin mesleki özdeşleşme üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma, nicel araştırma yaklaşımı çerçevesinde tasarlanmıştır. Araştırma katılımcıların mesleki prestij algıları, profesyonelleşme ve mesleki özdeşleşme düzeylerinin mevcut durumunu ortaya koyması bakımından betimsel, bu değişkenler arasındaki ilişkileri incelemesi açısından ise analitik (ilişkisel) bir nitelik taşımaktadır. Araştırmanın evreni, Ankara Turist Rehberleri Odasına (ANRO) bağlı eylemli turist rehberlerinden (N=796) oluşmaktadır. Araştırmanın zaman, maliyet, ulaşılabilirlik ve kontrol güçlükleri gibi kısıtlılıkları nedeniyle evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığı için örneklem seçimi yoluyla anket uygulanmıştır. Bu doğrultuda, araştırmacılar tarafından ANRO'ya kayıtlı turist rehberlerine toplam 300 anket dağıtılmış olup, bu anketlerden 210 tanesi geri dönmüş, bazı anketler ise hatalı veya eksik doldurulduğundan dolayı değerlendirmeye alınmamıştır. Nitekim araştırmada, 186 adet geçerli anketin verileri incelenerek istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Elde edilen anket verilerin çözümlenmesinde betimsel istatistikler (yüzde frekans dağılımı, aritmetik ortalama, standart sapma), güvenirlik, korelasyon ve regresyon analizi kullanılmıştır.

**Bulgular:** Araştırma sonucunda, turist rehberlerin mesleki prestij, profesyonelleşme ve mesleki özdeşleşme düzeylerinin ortalamanın üzerinde (yüksek) olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte profesyonelleşme ölçeği boyutlarından olan özdenetim boyutu en düşük ortalamaya sahipken, mesleki birliklere bağlılık boyutu en yüksek ortalamaya sahip olmuştur. Ayrıca mesleki prestij ile meslek özdeşleşme arasında düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilirken, profesyonelleşme ile mesleki prestij ve mesleki özdeşleşme arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bunlara ek olarak mesleki prestij ve profesyonelleşmenin mesleki özdeşleşme üzerinde anlamlı etkileri olduğu ortaya konulmuştur.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Mevcut literatürde mesleki prestij, profesyonelleşme ve mesleki özdeşleşme kavramlarını birlikte ele alan ve aralarındaki ilişkiyi ortaya koyan araştırmalar sınırlı

düzeydedir. Bu bağlamda çalışma, literatürde yer alan önemli bir boşluğu doldurmakla birlikte söz konusu ilişkiyi kuramsal bir çerçevede ele alarak özgün bir bakış açısı sunmaktadır. Bununla birlikte araştırma sonuçları ve önerileri, turizm endüstrisi paydaşlarına, turist rehberlerinin eğitimi ve gelişimi üzerinde çalışan kuruluşlara turist rehberlerinin mesleki özdeşleşme düzeyleri üzerinde etkili olan mesleki prestij algılarının ve profesyonelleşme düzeylerinin artırılması noktasında yol göstermesi ve stratejiler geliştirilmesi açısından katkı sağlayacaktır. Ayrıca araştırmada, konu ile ilgili gelecekte yapılacak potansiyel araştırmalara ilişkin öneriler geliştirilerek hem literatürün zenginleşmesine hem de araştırmacılara yeni çalışma alanları sunulmasına katkıda bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Mesleki Prestij, Profesyonelleşme, Mesleki Özdeşleşme, Turist Rehberleri.

# Turist Rehberliğinde Çift Kariyerliliğin Mesleki Tutku ve Mesleki Tükenmişlik Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi

Reyhan Şahan[1], Özcan Zorlu[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi., Sosyal Bilimler Enstitüsü
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

## Öz

**Amaç:** Turizm sektörünün mevsimsellik, gelir düzensizliği ve çalışma koşullarına bağlı belirsizlikler içermesi turist rehberlerinin kariyer stratejilerini çeşitlendirmelerine neden olabilmektedir. Bu bağlamda bazı turist rehberleri mesleği tek gelir kaynağı olarak sürdürürken, bazı turist rehberleri ise farklı mesleklerle birlikte yürütülen çift kariyerli bir çalışma modelini benimsemektedir. Bu çalışmanın amacı, turist rehberliğini tek meslek olarak sürdüren kişiler ile turist rehberliğini ikincil bir meslek olarak icra eden çift kariyerli turist rehberlerinin mesleki tutku ve mesleki tükenmişlik algılarının karşılaştırmalı olarak incelenmesidir. Çalışmada ayrıca çift kariyerlilik olgusunun turist rehberliği mesleğine yönelik motivasyon, mesleki bağlılık ve sektörel deneyimler üzerindeki etkilerinin ortaya konulması hedeflenmektedir.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş, veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma örneklemi, amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenen tek mesleği turist rehberliği olan 13 turist rehberi ve çift kariyerli 13 turist rehberi olmak üzere toplam 26 katılımcıdan oluşmaktadır. Elde edilen nitel veriler MAXQDA nitel analiz programı kullanılarak analiz edilmiş, belirlenen tema ve kodlar çerçevesinde bulgular değerlendirilmiştir.

**Bulgular:** Araştırma sonucunda, turist rehberliğini tek meslek olarak sürdüren bireyler ile çift kariyerli turist rehberleri arasında mesleki tutku, mesleki tükenmişlik algısı ve sektörel değerlendirmeler açısından belirgin farklılıklar bulunduğu saptanmıştır. Turist rehberliğini tek meslek olarak sürdüren katılımcıların mesleğe yönelik daha güçlü bir profesyonel kimlik geliştirdikleri ve mesleki uzmanlaşmayı daha fazla vurguladıkları görülmektedir. Bununla birlikte, bu grubun ekonomik belirsizlikler, yoğun çalışma temposu ve sektördeki rekabet gibi faktörlere bağlı olarak tükenmişlik algısını daha yoğun deneyimleyebildiği belirlenmiştir. Çift kariyerli turist rehberlerinin ise turist rehberliğini çoğunlukla ek gelir kaynağı, kişisel ilgi alanı veya mesleki tatmin sağlayan bir faaliyet olarak değerlendirdikleri ve birinci mesleklerinin sağladığı ekonomik güvence sayesinde mesleği daha esnek koşullarda icra edebildikleri tespit edilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turist rehberliği literatüründe sınırlı biçimde ele alınan çift kariyerlilik olgusunu mesleki tutku ve mesleki tükenmişlik kavramları çerçevesinde inceleyerek literatüre katkı sağlamaktadır. Araştırma, farklı kariyer yapılarına sahip turist rehberlerinin mesleki deneyimlerini karşılaştırmalı olarak analiz ederek turist rehberliği mesleğinin çalışma dinamiklerine ilişkin daha kapsamlı bir bakış açısı sunmaktadır. Elde edilen bulguların turist rehberliği mesleğinin sürdürülebilirliği, mesleki motivasyonun güçlendirilmesi ve sektörel politika geliştirme süreçlerine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Çift Kariyerlilik, İkincil Meslek, Mesleki Tutku, Mesleki Tükenmişlik.

# Türkçe Rehberliğin Turist Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Motivasyonları Üzerine Etkileri

Ayşe Akkoca[1] ve Nalan Albuz[2]

[1]YL.Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak

[2]Doç. Dr., Turizm Fakültesi
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak

## Öz

Amaç: Turist rehberleri, turizm deneyiminin şekillenmesinde kritik rol oynayan profesyoneller olarak destinasyon ile ziyaretçiler arasında iletişimsel ve kültürel köprü işlevi üstlenmektedir. Rehberlik mesleğinde dil yeterliliği uzun yıllar temel mesleki kriterlerden biri olmuştur. 2024 yılında gerçekleştirilen düzenlemelerle Türkçe rehberlik uygulamasının yasal zemine kavuşması, turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin motivasyon ve kariyer algılarının değerlendirilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Bu çalışmanın amacı, Türkçe rehberliğin turist rehberliği bölümü öğrencilerinin motivasyonları üzerindeki etkilerini incelemektir.

Yöntem: Araştırma nitel araştırma yaklaşımı doğrultusunda fenomenoloji deseni ile yürütülmüştür. Araştırmanın çalışma grubunu Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Kdz. Ereğli Turizm Fakültesi, Turist Rehberliği Bölümü 4. sınıfta öğrenim gören 19 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği ile seçilmiştir. Veri toplama aracı olarak sosyo-demografik sorular ve Türkçe rehberliğe yönelik açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler katılımcılarla yüz yüze gerçekleştirilmiş ve ortalama 35 dakika sürmüştür. Elde edilen veriler betimsel ve içerik analizine tabi tutularak temalar oluşturulmuştur.

Bulgular: Bulgular, öğrencilerin büyük çoğunluğunun Türkçe rehberliği olumlu değerlendirdiğini göstermektedir. Katılımcılar Türkçe rehberliği ana dilde etkili ve anlamlı rehberlik hizmeti sunmanın bir yolu olarak tanımlamıştır. Kültürel aktarımın daha doğal ve akıcı biçimde gerçekleştirilebildiğini ifade etmişlerdir. Türkçe rehberliğin mesleki özgüven, kültürel aidiyet ve içsel motivasyonu desteklediği belirlenmiştir. Bazı öğrenciler yabancı dil rehberliğinin ekonomik avantajlarını vurgulamakla birlikte, Türkçe rehberliğin yeni istihdam olanakları oluşturabileceğine yönelik olumlu kariyer beklentileri geliştirmiştir. Ayrıca öğrenciler uygulamalı eğitim gezilerinin mesleki gelişim açısından önemli olduğunu ve bu tür faaliyetlerin artırılması gerektiğini belirtmiştir. Kariyer hedefleri açısından öğrencilerin büyük kısmı ülkesel rehberlik düzeyine ulaşmayı amaçlamakta ve Türkçe rehberliği bu hedefe ulaşmada stratejik bir basamak olarak görmektedir.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Araştırma sonuçları, Türkçe rehberliğin turist rehberliği eğitimi alan öğrenciler için alternatif bir mesleki alan olmanın ötesinde, mesleki kimlik gelişimini destekleyen ve içsel motivasyonu güçlendiren stratejik bir unsur olduğunu göstermektedir. Türkçe rehberlik uygulamasının öğrencilerin mesleki aidiyet, özgüven ve kendini gerçekleştirme gibi motivasyon bileşenlerini pekiştirdiği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda turist rehberliği eğitim programlarında uygulamalı saha eğitimlerinin artırılması, Türkçe rehberlik alanının kurumsal olarak desteklenmesi ve istihdam politikalarının geliştirilmesi önerilmektedir. Araştırma, nitel yöntemle ve sınırlı örneklem grubuyla gerçekleştirilmiş olması nedeniyle genellenebilirlik açısından kısıtlılık taşımaktadır; ancak Türkçe rehberlik uygulamasının motivasyon boyutunu ele alması bakımından literatüre katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberliği eğitimi, Türkçe rehberlik, mesleki motivasyon, içsel motivasyon, kültürel aktarım.

# Rehberi Adaylarının Kariyer Olgunluk Düzeylerinin Kariyer Beklentilerine Etkisi

Harun Özbey[1], Selin Balta[2] ve Özcan Zorlu[3]

Doktora Öğrencisi., Sosyal Bilimler Enstitüsü
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi., Sosyal Bilimler Enstitüsü
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

[3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

## Öz

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı, lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi alan turist rehberi adaylarının kariyer olgunluk düzeylerinin kariyer beklentilerine etkisinin belirlenmesidir. Turizm sektörünün en dinamik meslek gruplarından biri olan turist rehberliğinde, nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi ve mesleğe yönelik olumlu tutumların geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, henüz mesleğe adım atmamış olan rehber adaylarının kariyer olgunluk düzeylerinin gelecekteki kariyer beklentilerini ne ölçüde şekillendirdiğinin ortaya konulması hem eğitim süreçlerinin iyileştirilmesi hem de sektörel insan kaynağı planlaması açısından kritik bir gerekliliktir.

**Yöntem:** Bu araştırmada nicel veri toplama yöntemlerinden anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmanın çalışma evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi (AKÜ), Sinop Üniversitesi (SNÜ) ve Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi (BAİBÜ) Turizm Fakülteleri Turizm Rehberliği bölümlerinin üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Bu sınıf düzeylerinin tercih edilmesindeki temel sebep, öğrencilerin sektöre daha aşina olmaları ve mezuniyet süreci yaklaştığı için kariyer planlaması yapmaya başlamış olmalarıdır. Tam sayım yöntemiyle gerçekleştirilen uygulama sonucunda 156 katılımcıdan veri elde edilmiştir. Araştırma verilerinin analizi sürecinde açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri ile güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiş, hipotezlerin test edilmesi için yapısal eşitlik modellemesi kapsamında ikinci düzey yol analizi uygulanmıştır.

**Bulgular:** Araştırma sonucunda turizm rehberliği eğitimi alan katılımcıların kariyer olgunluk düzeylerinin ve pozitif kariyer beklentilerinin orta-yüksek düzeyde olduğu, negatif kariyer beklentilerinin ise düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Yapısal eşitlik modellemesi yol analizi sonuçlarına göre kariyer olgunluk düzeylerinin pozitif/olumlu kariyer beklentileri üzerinde yaklaşık %83, negatif/olumsuz kariyer beklentileri üzerinde ise yaklaşık %-40 anlamlı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifadeyle, katılımcıların kariyer olgunluğu kariyere ilişkin olumlu yöndeki beklentileri artırırken olumsuz beklentileri azaltıcı rol oynamaktadır. Dolayısıyla turizm rehberliği eğitimi alan lisans düzeyindeki öğrenciler için gelecekte turist rehberliği mesleğini tercih etme ve bu yöndeki beklentilerin şekillenmesinde kariyer olgunluğu önemli bir belirleyicidir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Kariyer olgunluğu kavramı farklı disiplinlerde ele alınmış olmasına rağmen, turizm rehberliği alanında kariyer olgunluğunun kariyer beklentileri üzerindeki etkisini yapısal eşitlik modellemesi ile test eden çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu çalışma, turist rehberi adaylarının kariyer olgunluk düzeylerini çok boyutlu bir yaklaşımla (kariyer planlama ve

araştırma, çalışma hayatı bilgisi, kariyer geliştirme) ölçerek bu boyutların kariyer beklentilerine olan etkisini ortaya koyması bakımından özgünlük taşımaktadır. Araştırmanın turizm rehberliği eğitim programlarının kariyer gelişimi odaklı yeniden yapılandırılmasına ve mesleğe yeni başlayacak rehber adaylarının kariyer yönelimlerinin daha etkin biçimde desteklenmesine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi Adayları, Kariyer Olgunluğu, Kariyer Beklentileri, Turizm Rehberliği Eğitimi.

# Turist Rehberliğinde Psikolojik Dayanıklılığın Karar Verme Stratejilerine Etkisi

Sibel Çamdibi[1], Merve Gündoğdu[2] ve Özcan Zorlu[3]

[1,2]**Yüksek Lisans Öğrencisi., Sosyal Bilimler Enstitüsü**
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

[3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

## Öz

**Amaç:** Bu araştırmada turist rehberlerinin sahip olduğu psikolojik dayanıklılık düzeyinin karar verme stratejilerine etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda turist rehberlerinin psikolojik dayanıklılığının bağımlı değişken olan karar verme stratejileri üzerindeki etkilerinin bilimsel yöntemlerle analiz edilmesi hedeflenmiştir.

**Yöntem:** Araştırmada ihtiyaç duyulan veriler nicel veri toplama tekniklerinden anket formu ile elde edilmiştir. Araştırmada Karadeniz Bölgesi'nde rehberli turlarda görev alan turist rehberleri araştırma evreni olarak kabul edilmiştir. Bununla birlikte, evrenin tam olarak bilinememesi nedeniyle G*POWER programı kullanılarak örneklem gücü hesaplanmış ve kolayda örnekleme ile 166 katılımcıdan veri elde edilmiştir. Araştırma verilerinin analizi sürecinde ilk olarak geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Ardından, katılımcıların demografik profilleri ile araştırmada yer alan ölçek maddelerine ilişkin veriler, tanımlayıcı istatistikler kullanılarak sistematik biçimde analiz edilmiştir. Geçerlilik analizleri ve araştırma hipotezlerinin sınanması kapsamında, yapısal eşitlik modellemesi yaklaşımı benimsenmiş ve bu doğrultuda ikinci düzey yol analizi gerçekleştirilmiştir.

**Bulgular:** Geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonucunda DFA uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu ve tüm boyutlara ait Cronbach's Alpha değerlerinin 0,70'in üzerinde bulunduğu saptanmıştır. Turist rehberlerinin psikolojik dayanıklılık düzeylerinin yüksek olduğu, bununla birlikte genel psikolojik dayanıklılık ortalamasının durumsal psikolojik dayanıklılık ortalamasının üzerinde olduğu saptanmıştır. Karar verme stratejileri açısından turist rehberlerinin belirgin biçimde düşünerek karar verme eğiliminde oldukları, sezgisel karar verme konusunda ise daha temkinli bir tutum sergiledikleri belirlenmiştir. Yapısal eşitlik modellemesi kapsamında gerçekleştirilen ikincil düzey yol analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin psikolojik dayanıklılık düzeylerinin düşünerek karar verme süreçleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın birinci hipotezi kabul edilmiştir. Bununla birlikte, yol analizinde turist rehberlerinin psikolojik dayanıklılık düzeylerinin sezgisel karar verme üzerindeki etkisinin bulunmadığı saptanmıştır. Dolayısıyla araştırmanın ikinci hipotezi reddedilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Söz konusu araştırma, psikolojik dayanıklılık ile karar verme stratejileri arasındaki etkiyi turist rehberliği bağlamında nicel veri toplama yöntemiyle inceleyen özgün bir çalışmadır. Alan yazında turist rehberliği bağlamında turist rehberliği özelinde psikolojik dayanıklılık ve karar verme stratejilerinin birlikte kullanıldığı araştırmaya rastlanmaması çalışmanın özgünlüğünü artırmaktadır. Dolayısıyla bu araştırmayla söz konusu alana özgün bir katkı sağlandığı değerlendirilmektedir. Özellikle psikolojik dayanıklılığın düşünerek karar vermeyi güçlendirdiği ancak sezgisel karar verme üzerinde anlamlı bir etki oluşturmadığı bulgusu, iki karar verme biçiminin birbirinden bağımsız gerçekleştiğini ortaya koymakta ve gelecekteki araştırmalar için karar verme stratejilerinin ele alınması bağlamında önemli bir yönlendirici bulgu niteliği taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Psikolojik Dayanıklılık, Karar Verme Stratejileri.

# Türk ve Tayvan Sokak Yemeği Kültürünün Karşılaştırılması ve Gastronomi Turizmine Etkileri

Figen Özdemir[1], Gül Yılmaz[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi.,[2]Doç. Dr., Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Topkapı Üniversitesi, İstanbul

## Öz

Amaç: Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye ve Tayvan'ın farklı coğrafi ve kültürel yapılarındaki sokak yemeği kültürlerini gastronomi turizmi üzerinden karşılaştırmaktır. İki ülkenin benzerlik ve farklılıklarını gastronomi turizmi ve turist rehberliği alanlarına olan potansiyel etkilerini analiz etmektir. Çalışma, sokak lezzetlerinin bir destinasyon pazarlama aracı olarak nasıl konumlandırılabileceğini ve turist rehberliği rotaları açısından önemini açıklamaya odaklanmaktadır.

**Yöntem:** Çalışma nitel bir araştırma olup, veri toplama sürecinde literatür taraması ve doküman analizi yöntemleri kullanılmıştır. Her iki ülkenin popüler sokak lezzetleri; Türkiye'den simit, kokoreç, midye dolma, tantuni ve ayran; Tayvan'dan ise Stinky Tofu (臭豆腐 - Chòudòufu), Bubble Tea (珍珠奶茶 - Zhēnzhū Nǎichá), Oyster Omelet (蚵仔煎 - É-ā-jiān), Gua Bao (割包) ve Scallion Pancake (蔥油餅 - Cōng Yóubǐng) örneklemi üzerinden incelenmiştir. Elde edilen veriler betimsel bir yaklaşımla analiz edilerek karşılaştırmalı bir perspektifle sunulmuştur.

**Bulgular:** Araştırmadan elde edilen temel sonuçlara göre, her iki kültürde de sokak yemeğinin güçlü bir sosyal ritüel ve kimlik göstergesi olduğu saptanmıştır. Türkiye'de sokak yemeği kültürünün belirli bir merkeze bağlı kalmaksızın, şehrin dokusuna dağınık bir yapıda yayıldığı, günlük yaşamın akışına doğal bir şekilde entegre olduğu ve belirli zamanlarda organize anlık yapılar sergilediği saptanmıştır. Buna karşın Tayvan'da bu kültürün, Gece Pazarları aracılığıyla daha organize, sabitleşmiş ve yerleşik sistemli bir yapıda tematik turistik çekim merkezlerine dönüştüğü görülmüştür. Turist rehberliği açısından destinasyon rotaları oluşturmada sokak yemeği kültürünün yüksek cazibesi ortaya konmuştur.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, literatürde sınırlı olan Türk ve Tayvan mutfak kültürü karşılaştırmasına odaklanması bakımından özgün bir nitelik taşımaktadır. Özellikle turist rehberlerinin tur programlarını çeşitlendirecek; sokak yemeği kültürünün destinasyon rotasına katılarak nasıl bir simülatif durak oluşturabileceği saptanmıştır. Sokak yemeği kültürünün gastronomi turizmi literatürüne ve uygulama alanına bilimsel katkısı ortaya konulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi Turizmi, Sokak Yemekleri, Türk Mutfağı, Tayvan Mutfağı, Turist Rehberliği.

# Rehberlik Mesleğinde Yeni Bir Tehdit: Dijital Ağlar Üzerinden Kayıt Dışı Rehberlik

İbrahim Hakkı Kaynak[1], Filiz Arslan[2] ve Yasin Bilim[3]

[3] Prof. Dr., [1]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya

[2]Doktora Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya

## Öz

Bu çalışma, turizm sektöründe konaklama ve ulaşım hizmetleriyle başlayan paylaşım ekonomisi akımının, rehberlik alanında meydana getirdiği dijital dönüşümü ve profesyonel standartlara yönelik oluşturduğu tehditleri incelemeyi amaçlamaktadır. Günümüzde geleneksel rehberlik ve turizm anlayışı, dijital platformlar aracılığıyla köklü bir değişim geçirmektedir. Mevcut veriler bu değişimin boyutlarını açıkça ortaya koymaktadır. Örneğin Withlocals 74 ülkede 2.000'den fazla deneyim sunarken, ToursByLocals 190 ülkede 5.000'i aşkın rehberle faaliyet göstermekte, GuruWalk gibi platformlar ise, gönüllülük esasına dayalı ödeme modelleriyle profesyonel rehberlik emeğini değersizleştirmekte ve sektörel ücret standartlarını sarsmaktadır. Bu gelişim, rehberlik hizmetlerinin dünya çapında yaygınlık kazanmasını sağlasa da profesyonel meslek standartları için önemli riskler oluşturmaktadır. Bu çalışma, dijital platformların rehberlik mesleğine etkilerini güncel veriler ve literatür ışığında inceleyen teorik bir değerlendirmedir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, paylaşım ekonomisi( Withlocals, ToursByLocals, Viator ve GuruWalk) platformlarının yasal düzenlemeden yoksun bir yapı üzerinden lisanslı rehberler aleyhine ağır bir haksız rekabet yarattığını ortaya koymaktadır. Profesyonel rehberlerin sahip olduğu akademik uzmanlığın yerini, 'yerel deneyim' adı altında sunulan denetimsiz ve yüzeysel anlatıların alması, kültürel mirasın doğru aktarımı önünde büyük bir engel meydana getirmektedir. Ayrıca, mevcut yasaların bu sınır ötesi dijital ağları denetlemedeki yetersizliği, kayıt dışı rehberlik faaliyetlerinin dijital bir kılıf altında kontrolsüzce büyümesine zemin hazırlamaktadır. Çalışma, paylaşım ekonomisini rehberlik uzmanlığı için yapısal bir tehdit olarak tanımlamakta ve dijital platformların denetim altına alınması ayrıca mesleki yasaların güncellenmesi gibi stratejik çözüm önerileri sunarak literatüre katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Paylaşım Ekonomisi, Turist Rehberliği, Dijital Platformlar, Mesleki Tehditler, Haksız Rekabet.

# Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) Bağlamında Turist Rehberlerinin Rolleri: Kavramsal Bir Literatür Sentezi

Berfin Helin Yalçın[1] ve Emine Yılmaz[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, turist rehberlerinin turizm sistemindeki çok boyutlu rollerini literatüre dayalı olarak bütüncül biçimde sınıflandırmak ve bu rollerin Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) ile hangi noktalarda ilişkilendirilebileceğini kavramsal olarak ortaya koymaktır. Turizmde SKA tartışmaları çoğu zaman işletme, destinasyon yönetimi veya politika düzeyinde yürütülürken; rehberlerin ziyaretçi davranışları, yerel topluluklarla etkileşim ve deneyim tasarımı üzerindeki aracılık konumu yeterince sistematik biçimde ele alınmamaktadır. Bu çalışma, bu boşluğu kapatmayı hedeflemektedir.

**Yöntem:** Araştırma teorik/kavramsal niteliktedir ve integratif literatür taraması yaklaşımı benimsenmiştir. Turist rehberliği rollerini ele alan temel çalışmalar ile rehberlikte profesyonellik, paydaş beklentileri, anlatı/temsil ve sürdürülebilirlik odaklı araştırmalar incelenmiştir. İncelenen çalışmalardaki rol tanımları içerik analizi mantığıyla çıkarılmış, benzer kavramlar birleştirilerek yalın bir rol tipolojisi oluşturulmuştur. Ardından her rol için "SKA ile ilişkilendirilebilirlik" taraması yapılmış; yalnızca literatürün açıkça desteklediği veya güçlü bir mekanizma kurulabilen durumlarda ilgili SKA'lara eşleştirme yapılmıştır. Böylece her rolün tüm SKA'lara zorunlu olarak bağlandığı bir yaklaşım yerine, seçici ve temkinli bir eşleştirme benimsenmiştir.

**Bulgular:** Sentez sonucunda turist rehberlerinin başlıca rollerinin (i) yorumlayıcı/eğitici, (ii) kültürel arabulucu, (iii) deneyim düzenleyici, (iv) destinasyon anlatısı ve imaj yöneticisi, (v) güvenlik ve risk yöneticisi, (vi) hizmet profesyoneli/kalite güvencesi, (vii) sürdürülebilirlik elçisi ve davranış dönüştürücü, (viii) paydaşlar arası bağlayıcı/yerel değer bağlantılayıcı biçiminde kümelendiği görülmüştür. SKA bağlantıları en belirgin biçimde eğitim ve farkındalık (SKA 4), insana yakışır iş ve mesleki standartlar (SKA 8), sorumlu üretim-tüketim ve ziyaretçi davranışları (SKA 12), iklim ve ekosistem duyarlılığı (SKA 13, 15) ile kültürel miras ve kapsayıcı topluluklar (SKA 11, 10) eksenlerinde ortaya çıkmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Çalışma, turist rehberliğine ilişkin dağınık rol yaklaşımlarını tek bir kavramsal çerçevede birleştirerek SKA'larla "seçici eşleştirme" mantığıyla ilişkilendirmekte; böylece hem gelecekteki ampirik çalışmalar için test edilebilir önermeler üretmeye hem de rehber eğitimleri, sertifikasyon ve destinasyon sürdürülebilirlik stratejileri için uygulanabilir bir haritalama sunmaya katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, Sürdürülebilir Turizm.

# Üretimden Deneyim Ekonomisine Kahve Turizmi: Kapsamlı Bir Bibliyometrik Analiz (1977-2025)

Olcay Kilinç[1], Kadir Çetin[2] ve Gülfer Sanar[3]

[1,2]Doç. Dr., [3]Yüksek Lisans Öğrencisi Turizm Fakültesi
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, 1977-2025 yılları arasındaki kahve turizmi alanyazınının entelektüel çerçevesini, tarihsel evrimini ve tematik gelişimini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma; kahvenin üretimden tüketime uzanan çok katmanlı yapısını ve deneyim ekonomisi çerçevesindeki gelişimini bibliyometrik performans göstergeleri ve bilimsel haritalama teknikleriyle ortaya koymaktadır. Bu araştırma, R-Bibliometrix ve VOSviewer yazılımlarını kullanarak kahve turizmi alanyazınının entelektüel çerçevesini, tarihsel evrimini ve tematik gelişimini inceleyerek alanın üretim ve etki dinamiklerini kapsamlı bir bağlamda aydınlatmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın amacı kapsamında bibliyometrik performans göstergeleri (yayın üretkenliği, atıf etkisi, iş birliği örüntüleri), alanın temel aktörlerini (yazarlar, kurumlar, ülkeler ve dergiler), bilgi tabanını oluşturan temel araştırmaları ve kavramsal/tematik kümeleri belirlemek için bilimsel ağ ve kavram haritalarıyla (birlikte atıf, bibliyografik eşleşme, ortak yazarlık, anahtar kelime birlikte oluşum ağları) birlikte değerlendirilmiştir (Aria & Cuccurullo, 2017; Donthu vd., 2021; Zupic & Čater, 2015). Buna ek olarak araştırma kahve turizmi alanyazınının gastronomi turizmi, kırsal kalkınma ve deneyim ekonomisi çerçevelerinde boylamsal gelişimini incelemeyi amaçlamaktadır. Sonuç olarak alanın kavramsal sınırlarını incelemeyi, araştırma boşluklarını belirlemeyi ve sistematik bir bakış açısıyla gelecekteki araştırmalar için öncelikli gündemler oluşturmayı hedeflemektedir.

**Yöntem:** Araştırma verilerinin değerlendirilmesi ve bulguların elde edilmesinde bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bibliyometrik analliz yöntemi anahtar kelimeler, yazarlık/iş birliği örüntüleri ve atıf göstergeleri gibi ölçütleri sistematik ve bütüncül bir şekilde inceleyerek araştırma eğilimlerini ve alanın gelişimini ortaya koymada yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir (Arora ve Chakraborty, 2021; De Oliveira vd., 2019; Tranfield vd., 2003). Bundan dolayı araştırma amacı kapsamında farklı veri tabanları tarafından elde edilen içeriğe odaklanan bibliyometrik analiz ve bilimsel haritalama yöntemleri benimsenmiştir (Broadus, 1987; Li & Hale, 2016; Pritchard, 1969). Araştırma verileri Web of Science (WoS) ve Scopus veri tabanlarından elde edilmiştir. Veri tarama süresi PRISMA akış şeması doğrultusunda (Page vd., 2021) üç temel aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada araştırma kapsamında anahtar kelimeler belirlenmiştir. İkinci aşamada her iki veri tabanında (Title-Abs-Key alanında) belirlenen anahtar kelimeler boolean işleçleri kullanılarak 10 Ocak 2026 tarihinde gerçekleştirilen taramada WoS'ta 1187 yayına Scopus'ta 134 yayına ulaşılmıştır. Üçüncü aşamada, veri setinden İngilizce dışındaki dillerde yayımlanan, açık erişimli olmayan, kitap, kitap bölümü, editör materyalleri ve araştırma konusuyla doğrudan ilişkili olmayan tıp, mühendislik vb. disiplin kategorilerindeki yayınlar kapsam dışı bırakılmıştır. Son aşamada, iki farklı veri tabanından elde edilen veri setleri RStudio yazılımı kullanılarak birleştirilmiş, yinelenen yayınlar temizlenmiş ve sonuç olarak 996 adet yayına ulaşılmıştır. Analiz sürecinde büyük ölçekli bibliyografik verilerin sistematik biçimde işlenmesine olanak tanıyan R ortamında Bibliometrix paketi (Aria ve Cuccurullo, 2017) ve VOSviewer programı kullanılmıştır (Van Eck ve Waltman, 2009).

**Bulgular:** 1977- 2025 yılları zaman dilimi arasında 3180 akademisyene ait 966 yayının bibliyometrik bir anlayışla incelenen çalışmada görülen ilk bulgular kahve turizmi konusunda

çalışmaların yıllar içerisinde artış gösterdiğidir. Gastronomi alanında kahvenin son yirmi yılda uygulama alanındaki ticari ve tüketim şeklindeki gelişmeler göz önüne alındığında, yayın sayılarının artışının kahve tüketimi ile parallelik gösterdiği söylenebilir. 2004 yılına değin yapılan çalışmaların aldığı atıf sayısı yüksek iken, 2024 yılına gelindiğinde kahve turizmi konusunda 100 çalışma yapılmış olması yanı sıra yayın başı atıf oranının düşmesi konun ile ilgili yayın sayısının artarak yazarların daha geniş bir kaynak skalası bulması nedeniyle olağandır.

Çalışmada elde edilen ilginç bulgulardan bir tanesi kahve turizmi temalı en fazla yayın yapılan derginin, atıf sayısında ilk sıralarda yer alamamasıdır. Söz konusu derginin saygınlığı ve çeyreklik seviyesinin bu durumda etkili olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda atıf yayılımı açısından akademik yayınların çeyreklik durumu, yayında para talep edip etmemesi, açık erişim olup olmaması gibi koşullar etki etmektedir. Atıf yayılımı yüksek olmayan bir yayın organında en fazla sayıda yayının olması yazarların yayın sürecinde karşılaştıkları olaylarla ilgili olabilir. Bu nedenle kahve turizmi temalı çalışmaların neden belirli yayın organlarında yoğunlaştığı sonraki çalışmalarda incelenerek yeni bulgulara ulaşılabilir.

Kahve turizmi teması ile ilgili yayınlarda Çinli yazarların ön plana çıkması genel akademik literaür ile benzerlik göstermektedir. Ancak kahve yetiştiriciliği ve kahve kültürünün daha geniş yaşandığı Brezilyalı, İtalyan gibi milletlerden yazarların tek bir yazar dışında ön planda yer almaması ilgi çekicidir. Bu sonucun elde edilmesinde araştırmanın İngilizce temelli yapılmasının etkisi de olabilir. Kahve kültürünün yaygın olduğu İtlaya'dan bir tek yazarın olmasına rağmen altı adet yayınla 489 atıfla ikinci en çok atıf alana yayın olması, en çok atıf alan yayının da Çinli bir yazara ait olmaması, Thompson ve Arsel (2004)'in tek bir yayınla en çok yayın yapan yazarların onlarca yayının toplam atıflarından daha fazla atıf alması, akademik yayınların nicelikten öte nitelikle değer aldığının bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Kahve turizmi ile ilgili yayınların A.B.D., Güney Kore ve Çin menşeinde yoğunlaşması SSCI, ESCI, Scopus gibi dergilerin ağırlıklı olarak bu ülkeler kökenli olduğu düşünüldüğünde şaşırtıcı değildir. Ancak yayın başına atıf göze alındığında İngiltere, Kanada ve Hollanda kökenli akademik dergilerin çok daha yüksek atıf aldığı görülmektedir. Bu durum her derginin editörlük ve hakemlik sürecinin farklılığının yanı sıra, dergilere okuyucular ve kaynak olarak kullanıcıların bakış açısının da bir göstergesi olarak görülebilir.

Kahve turizmi ile ilgili yayınların kavramsal yapıları ve temaları incelendiğinde ilk çalışmalar üretim süreçleri odaklı iken, günümüze yaklaştıkça tüketici deneyimi ve marka gibi pazarlama odaklı konulara yoğunlaşıldığı görülmektedir. Dünya yaşam şekli ve ekonomik hareketliliği de 1960'larda üretim odaklı iken günümüzde tüketici ve pazarlama odaklı bir hale dönüşmesi ile bu durum da paralellik göstermektedir. Başka bir deyişle kahve turizmi akademik yayınları Dünya ekonomisi ve yaşam şekli çevresinde şekillenmektedir. Araştırma buğularından motor temalar da tüketici davranışları kavramında yoğunlaşması bu sonucu desteklemektedir.

Kelime ağları örüntülerinin ana tema olan kahve turizminden daha yoğun olarak "kahve dükkanı" ve "kahve dükkanları" kelimelerinde yoğunlaşması literatürde kahve turizmi denilince akla kahve dükkanlarını geldiğini göstermektedir. Bu bağlamda kahve turizmi üretim, müzecilik, kültür gibi unsurlardan ziyade "satış dükkanları" ile özdeşleşmektedir. Ancak turistler dışında özellikle yerliler tarafından da ziyaret edilen kahve dükkanlarının kahve turizminin odak noktasında yer alması geçerlik ve güvenirlik açısından soru işaretleri oluşturmaktadır. Bu nedenle gelecek çalışmalarda kahve dükkanlarının turizm hareketlerine etkisini ölçmeye yönelik olması ile alan yazındaki bir boşluk kapatılabilecektir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışmada kahve turizmi konusunda yapılan araştırmaların nicelik açısından son on yılda yükseliş gösterdiği, Uzak Doğulu yazarların sayısal açıdan literatürde geniş yer kapladığı, ancak çalışmaların atıf sayıları ele alındığında başka bir deyişle biraz nitel bir bakış

açısına dönüldüğünde Avrupalı yazarların yayınlarının daha fazla kabul gördüğü söylenebilir. Söz konusu bulgular akademinin genelinde tartışma konusu olan yayın kalitesinin nicel olarak ölçümünün ne kadar güvenilir olduğu konusunu bir kez daha sorgulamaktadır. Yayınların ilk yıllarda üretim ve verimlilik gibi konular üzerine yoğunlaşırken, son yıllarda sürdürülebilirlik, tüketici deneyimi, marka gibi konulara yoğunlaşması kahve turizmi yayınlarının genel işletmecilik alanı yayınları trendine benzerliğini göstermektedir. Son olarak kahve turizmi temalı bir bibliyometrik çalışmada belirgin şekilde "kahve dükkanı (coffe shop)" temasının ortaya çıkması çalışmaların turizm odağı ile ilgili soru işaretleri oluşturmuştur. Gelecekte yapılacak çalışmalarda:" 1.Uzak Doğu kökenli yayınların sayıca fazla olmasına rağmen atıf sayılarının oransal olarak düşük kalmasının, 2. Akademik dergilerin bazılarında çeyreklik dilimi ve alınan atıf sayısı düşük olmasına rağmen yayın sayısının yüksek olmasının, 3. Kahve turizmi konusunda yapılan yayınların turizmle daha yoğun anlamda ilişkili konu olmasına rağmen kahve dükkanları konusunda yoğunlaşıldığı" üzerine odaklanılır sa yeni bulgulara ulaşılabilir ve alanyazındaki bilgi boşlukları doldurulabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Kahve Turizmi, Bibliyometrik Analiz, Deneyim Ekonomisi, Gastronomi Turizmi, Sürdürülebilirlik.

# Kafkas mutfağının önemli lezzetlerinin Türk mutfağındaki benzerleriyle karşılaştırılması ve gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi

Mariiam Tambieva[1], Gül Yılmaz[2]

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, [2] Doç. Dr., Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul Topkapı Üniversitesi, İstanbul

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, tarihsel, kültürel, coğrafi bağlar nedeniyle ve lezzet benzerlikleri sayesinde Kuzey Kafkasya halkları mutfağının Türkiye gastroturizmi gelişimindeki potansiyelini ortaya koymaktır. Kafkas mutfağı Türkiye'de bilinen bir mutfaktır. Çerkes peyniri her mağazada bulunabilmektedir; Osmanlı mutfağının bir parçası - Çerkes tavuğu. Ancak bu mutfağın potansiyeli daha büyüktür.

Günümüzde Türkiye'de Kafkasya kökenli 3–4 milyon kişi yaşadığı tahmin edilmektedir (Akhiyadov, 2020). Yoğun olduğu yerler İstanbul, Konya, Eskişehir, İzmir, Bursa ve Yalova'dır. Bu nedenle, Kafkas muhacir mutfağının görünürlüğünün bu bölgelerde gastroturizmi zenginleştirebileceği; yeni markaların ve gastrorotaların oluşumuna katkı sağlayabileceği düşünülebilir. Üstelik bu mutfak, birçok anlaşılır lezzet ve kültür köprüsüne sahiptir; Türk mutfağıyla sezgisel olarak anlaşılırdır.

**Problem:** Bilgileri aktaran atalar ile turizm ve gastronomi profesyonelleri arasında bir "uçurum" olmasıdır. Şefler diaspora mutfaklarını yeterince tanımamakta; bilgiyi aktarmaya çalışanların ise azı profesyonel gastronomi becerilerine sahiptir. Ayrıca "ev tarifleri restoranlar için değildir" şeklinde, ulusal tariflerin yüksek mutfağa uyarlanamayacağı yönünde bir önyargı vardır.

Bu çalışma; geleneksel tariflerin, profesyonel mutfakta pratik uyarlamasına dayanmaktadır. Araştırmacının bilgisi ile profesyonel aşçıların pratik becerileri birleştirildiğinde, turistik ürün olarak Kafkas ve Türk mutfağı ile benzerliklerinin ortaya çıkarılmasıyla turistler için cazibe-çekim unsuru olarak yaratılabileceğini göstermektedir.

**Yöntem:** Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden uygulamalı nitel vaka analizi ve doküman incelemesine dayanmaktadır. Araştırma, 2025 yılının Mayıs ayında İstanbul Beyoğlu'nda 1924 Rejans Restoran'da gerçekleştirilmiştir. Restoran mönüsü, mevsimlik, geleneksel olarak nasıl yapıldığına ve eski yöntemlerin günümüze nasıl uyarlanabileceğine odaklanmaktadır. Geçmiş yıllarda birçok ünlü insan ve Türkiye Cumhuriyeti Kurucu Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'ün de halen masasının sembolik olarak bulunduğu tarihî bir mekândır.

Araştırmanın temel veri kaynağı, araştırmacı tarafından 2015'ten bugüne kadar kitapları, yayımlanmış kaynaklar, yemek yapan atalar ve etnograflarla yapılan görüşmeler temelinde oluşturulan 1000 tariften oluşan kişisel arşivdir. Araştırmanın orijinal çalışma olma özelliği araştırmacının uzun süre arşiv kayıtlarını birleştirmesine dayanmaktadır. Arşiv bilgilerinin bir bölümü sosyal medya projeleri ve medyada yayımlanmıştır.

Ancak araştırmacının topladığı derlemeler yayımlanmamıştır. Mönü oluşturulurken, araştırmacı restoranın tarihi dikkate alarak, mutfakta uygulanabilirlik, pişirme tekniklerinin aslına uygun yapılması ve tariflerin modern sunuma uyarlanabilirliğine odaklanılmıştır.

Kriterlere göre, tarifler karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiş; mevsimsellik, ürün bulunabilirliği, lezzet dengesi, et/vejetaryen dağılımı ve anlatı değeri ölçütlerine göre çok aşamalı biçimde seçilmiştir.

**Bulgular:** Sonuçta, bir soğuk meze, iki sıcak başlangıç, iki ana yemek ve bir tatlıdan oluşan altı tabaklı mevsimlik menü geliştirilmiştir. Böylece, aşçıların tarifleri nasıl uygulayabileceklerini; bu

tarifleri yüksek mutfağa nasıl uyarlayabilineceğine; personeli sunuma nasıl hazırlanabilineciğine dair yol bulunmuştur. Restoran koşullarında, turistler ve yerel halk için anlaşılır menü oluşturulmuştur: ilgi çekici, yeni, ama misafire bir yönüyle "tanıdık".

Tariflerin restoran hizmetine uyarlanma süreci ayrıntılı biçimde özetlenmiştir. Ayrıca seçilen tabaklar için servis standardizasyonu ve eğitim algoritmaları oluşturulmuştur. Sonuçta, "Gastronomi ve Mutfak Sanatları" fakültesi öğrencilerine tarifleri öğretmek ve mutfağın potansiyelini açıklamak eğitim algoritmaları oluşturulmuştur.

**Özgünlük:** Proje, Kuzey Kafkas mutfağının modern restoranda yeniden yapılandırılarak, uygulamalı menü tasarımı modeli önermektedir. Bu mutfak Türkiye'de Balkan ya da Kırım gibi "diaspora mutfağı" olarak potansiyelini ortaya koymaktadır.

Bu yaklaşım Kafkas kökenli nüfusun yoğun olduğu bölgelerde gastroturizmini zenginleştirecektir. Gastroturizm perspektifinden bakıldığında, yeni markaların oluşturulması, rotaların belirlenmesine ve medyada yer almasıyla ses getirecektir. Yerel ürünlerin geliştirilmesine yönelik yerli halkların mutfaklarının popülerliği dikkate alındığında, bu yaklaşımın önemi artmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** gastronomi turizmi; gastronomi rotaları; yerel mutfaklar; Kuzey Kafkas mutfağı; gastronomik deneyim tasarımı.

# Yörelerin Turistik Çekiciliğini Artırmada Mitolojik Hikâyelerin Kullanılması, Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Aşağı Büyük Menderes Havzası Örneği

Burçak Akıncı Ekiztepe[1] ve Hüseyin Çeken[2]

[1]Dr, Aydın İl Milli Eğitim Müdürlüğü
Seyda Fırat İlkokulu, Söke

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Çalışmanın temel amacı, profesyonel turist rehberlerinin görevleri esnasında Aşağı Büyük Menderes Havzası yöresinin sahip olduğu mitolojik hikâyelerden yararlanıp yararlanmadıklarını belirlemektir. Bu çalışmada mitolojik hikâye anlatımlarının turistik yöre çekiciliğindeki yeri Aşağı Büyük Menderes Havzası özelinde ortaya konmak istenmektedir.

**Yöntem:** Nitel olarak yürütülen bu çalışmanın veri toplama süreci 10.02.2026-13.03.2026 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada fenomonoloji deseni kullanılmış, olasılıklı olmayan amaçlı örneklem tercih edilmiştir. Dolayısıyla görüşme yapılacak profesyonel turist rehberlerinin seçiminde yörede aktif olarak görev yapan ve yöre ile ilgili yeterliliği bulunanlar seçilmiştir. Bu amaç doğrultusunda 10 profesyonel turist rehberi ile görüşülmüştür. Görüşme kapsamında yarı yapılandırılmış sorular araştırmacı tarafından hazırlanmış ve bu konuda uzmanlığa sahip kişilerle paylaşılarak düzenlenmiştir. Görüşme neticesinde elde edilen veriler, tümevarımcı bir yaklaşımla kültür analizi kullanılarak tarafsız ve anlaşılabilir bir biçimde düzenlenip değerlendirilmiştir. Böylelikle olgunun tüm yönleriyle, kapsamlı bir şekilde ele alınması sağlanmıştır.

**Bulgular:** Araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirildiğinde profesyonel turist rehberlerinin turları esnasında Aşağı Büyük Menderes Havzası özelinde yörenin sahip olduğu mitolojik hikâyelerin anlatımının yörenin turistik çekiciliğini artırmaya katkısı olduğu anlaşılmaktadır. Mitolojik hikâye anlatımı ile turistlerin ilgisinin aktif olduğu belirlenmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Literatür incelendiğinde profesyonel turist rehberlerinin mitolojik hikâye anlatımının turistik ürün çekiciliğini artıran doğal unsurlar olarak değerlendirildiği çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Ancak Aşağı Büyük Menderes Havzası özeline yönelik bu tür çalışmalara rastlanmadığından çalışmanın özgün olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Aşağı Büyük Menderes Havzası, profesyonel turist rehberliği, destinasyon çekiciliği, mitolojik hikayeler, mitolojik hikaye anlatımı.

# Uygulama Eğitim Gezilerinin Turist Rehberi Adaylarının Perspektifinden Değerlendirilmesi

Pınar Kırmızıçiçek[1], Ezgi Erşahin[2] ve Şimal Şahinoğlu Yayla[3]

[1] Öğr. Gör, Plato Meslek Yüksekokulu
İstanbul Topkapı Üniversitesi

[2, 3] Dr. Öğr. Üyesi, Plato Meslek Yüksekokulu
İstanbul Topkapı Üniversitesi

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı; turist rehberi adaylarının uygulama eğitim gezilerine ilişkin beklentilerini, deneyimlerini, süreçte karşılaştıkları olumlu ve olumsuz durumları inceleyerek, uygulama eğitim gezilerinin mesleki gelişim üzerindeki rolünü ortaya koymaktır. Bu doğrultuda çalışma, turist rehberliği eğitiminde kritik bir uygulama bileşeni olan eğitim gezilerinin etkinliğini katılımcı perspektifinden değerlendirmeyi hedeflemektedir.

**Yöntem:** Araştırma, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde tasarlanmıştır. Veri toplama sürecinde yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış olup, çalışmanın örneklemini 2024 yılında yürürlüğe giren 7500 sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu" sonrasında uygulama eğitim gezisine katılmış olan 23 turist rehberi adayı oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen katılımcılara, Mart 2026 döneminde çevrimiçi ortamda (Google Forms) ulaşılmıştır. Elde edilen veriler, içerik analizi tekniği ile çözümlenmiş ve bulgular tematik bir çerçevede sınıflandırılmıştır.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, katılımcıların uygulama eğitim gezilerine yönelik beklentilerinin ağırlıklı olarak mesleki bilgi ve donanım kazanımı ile rehberlik teknikleri ve mesleki rol model gözlemi noktalarında yoğunlaştığını; ayrıca saha deneyimi elde edilmesinin temel bir beklenti olduğunu göstermektedir. Katılımcıların büyük bir kısmı beklentilerinin karşılandığını ifade etmekle birlikte; zaman yönetimi, anlatım derinliği ve konaklama hizmetlerine ilişkin bazı sınırlılıkların bulunduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte uygulama eğitim gezilerinin; teorik bilgiyi sahada somutlaştırma, mesleki özgüven kazanma ve olaylara "rehber gözüyle" bakabilme yetisi kazandırma açısından kritik katkılar sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca sürecin, adayların sosyal etkileşim ve sektörel farkındalık düzeylerini önemli ölçüde artırdığı saptanmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turist rehberliği eğitiminin en kritik uygulama aşaması olan eğitim gezilerini, 2024 yılındaki yasal düzenleme sonrasındaki güncel dinamikler çerçevesinde ve nitel bir perspektifle ele alması bakımından özgün bir değere sahiptir. Literatürde bu gezilerin adaylar üzerindeki etkisini beklenti-gerçekleşme dengesi, olumlu/olumsuz deneyimler ve mesleki özgüven inşası ekseninde bütüncül olarak inceleyen çalışmaların kısıtlı olması, araştırmanın temel bilimsel katkısını oluşturmaktadır. Çalışmanın çıktıları, uygulama eğitim gezilerinin müfredat kalitesini artırmaya yönelik somut veriler sunarken, aynı zamanda saha uygulamalarının profesyonel turist rehberliği kimliği üzerindeki dönüştürücü gücünü kanıtlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Uygulama Eğitim Gezileri, Rehber Adayları, İçerik Analizi, Mesleki Gelişim.

# Turizmde İçerik Üretimi Çağı: Influencer Turistlerin Rehberlik Deneyimini Yeniden Şekillendirmesi

Hediye Gürsoy[1] ve İpek Birkon[2]

[1]Öğr. Gör. Dr., Meslek Yüksekokulu
Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Meslek Yüksekokulu
Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın temel amacı, dijitalleşme ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan influencer turist olgusunun turist rehberliği deneyimini nasıl etkilediğini incelemektir. Özellikle içerik üretimi odaklı seyahat davranışlarının, turist rehberlerinin rol, performans ve hizmet sunum biçimleri üzerindeki yansımaları analiz edilmektedir. Çalışma, turist deneyiminin tüketimden üretime yöneldiği bu süreçte rehberlik mesleğinde ortaya çıkan uyum, esneklik ve rol genişlemesi dinamiklerine odaklanmaktadır.

**Yöntem:** Bu araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve çalışma fenomenoloji deseni çerçevesinde yürütülmüştür. Veri toplama sürecinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tercih edilmiş olup, influencer turistlerle en az bir kez çalışma deneyimine sahip 10 profesyonel turist rehberi araştırmaya dahil edilmiştir. Veriler, yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla yüz yüze veya çevrim içi ortamda toplanmıştır. Görüşmelerde rehberlerin influencer turistlerle deneyimleri, içerik üretimi odaklı taleplerin tur sürecine etkisi ve rehberlik pratiğinde ortaya çıkan değişimler ele alınmıştır. Elde edilen veriler tematik analiz yöntemi ile çözümlenmiştir.

**Bulgular:** Görüşmeler sonucunda influencer turistlerle çalışmanın rehberlik pratiğinde köklü bir değişimden ziyade, esneklik ve uyum gerektiren yeni uygulamalar ortaya çıkardığı belirlenmiştir. Rehberler anlatım biçimlerini büyük ölçüde korurken, çekim süreçleri ve görsel odaklı içerik üretimi nedeniyle tur akışına kısmi performatif unsurlar eklenmektedir. Influencer turistlerle gerçekleştirilen turların, standart programlardan farklı olarak daha kişiselleştirilmiş ve esnek bir yapıya sahip olduğu; fotoğraf ve video çekimleri nedeniyle zaman yönetimi ve rota planlamasında değişiklikler yaşandığı tespit edilmiştir. Rehberlik rolü açısından önemli bir dönüşüm gözlenmemekle birlikte, rehberlerin daha özenli, seçici ve hazırlıklı davrandıkları ve dijital görünürlüklerini artırma yönünde motive oldukları görülmüştür. Turistik deneyim bağlamında ise influencer etkisinin, deneyimi kısmen görselleştirme ve tüketim odaklı hale getirdiği, ancak aynı zamanda destinasyon tanıtımı ve turizm talebinin artışı açısından olumlu katkılar da sunduğu belirlenmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turizm literatüründe çoğunlukla turist davranışı ve pazarlama etkileri üzerinden ele alınan influencer olgusunu, turist rehberliği deneyimi bağlamında inceleyerek önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Araştırma bulguları, influencer turistlerin içerik üretimi odaklı taleplerinin rehberlik pratiğinde köklü bir dönüşümden ziyade esneklik, uyum ve yeni pratikler gerektirdiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda rehberlerin, geleneksel anlatıcı rollerini büyük ölçüde korurken, aynı zamanda içerik üretim süreçlerine uyum sağlayan, deneyimi kurgulayan ve kolaylaştıran hibrit bir role yöneldiği belirlenmiştir. Bu yönüyle çalışma, turizmde deneyim tüketiminin içerik üretimiyle iç içe geçtiği bir dönüşümü kavramsallaştırarak literatüre katkı sunmakta; ayrıca turist rehberlerinin dijital becerilerini geliştirmesi, esnek tur planlaması yapması ve yeni nesil turist beklentilerine uyum sağlaması gerektiğine işaret ederek uygulamaya yönelik çıkarımlar ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Influencer Turist, Turist Rehberliği, İçerik Üretimi, Dijitalleşme, Deneyim Dönüşümü.

# Turist Rehberlerinin Gastronomi Anlatıcılığı Rolü: Türkiye'de Yerel Yemek Hikâyeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Neslihan Aybike Hökelekli[1] ve Evrim Yıldız[2]

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi,
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[2] Dr. Öğr. Üyesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Ardahan Üniversitesi, Ardahan

## Öz

Gastronomi, turistik destinasyonların kültürel kimliğini ve yerel mirasını yansıtan önemli unsurlardan biri olarak turizm deneyiminin önemli bileşenleri arasında bulunmaktadır. Yerel mutfaklar yalnızca beslenme ihtiyacını karşılayan faktörler olarak düşünülmemelidir. Yerel mutfaklar aynı zamanda tarihsel süreçler, kültürel değerler ve toplumsal deneyimlerle şekillenen gastronomik miras öğeleri olarak da değerlendirilmelidir. Bu kapsamda birçok yerel yemek, zaman içerisinde oluşan kültürel anlatılar ve hikâyelerle birlikte aktarılmakta ve bu anlatılar sayesinde destinasyonların gastronomik kimliği çok daha fazla önem kazanmaktadır. Bunun yanı sıra gastronomik anlatılar, turistlerin destinasyonları daha anlamlı ve bütüncül bir şekilde deneyimlemelerine katkı sağlayan unsurlar arasında bulunmaktadır.

Türkiye mutfağı da zengin gastronomik çeşitliliği ve köklü mutfak kültürü ile dikkat çeken mutfaklar arasında bulunmakta ve birçok yerel yemek çeşitli kültürel anlatılar ile ilişkilendirilmektedir. Örneğin Islama Köfte (Sakarya), Büryan Kebabı (Siirt), Höşmerim (Balıkesir) ve Arabaşı Çorbası (Yozgat) gibi yemekler yerel kültür içerisinde çeşitli gastronomik anlatılar ve hikâyeler ile aktarılan yemekler arasında bulunmaktadır. Turist rehberlerinin bu tür gastronomik anlatıları turistlere aktarması önemli bir aracı rol olarak düşünülmektedir. Turist rehberleri, tur programları sürecinde destinasyonlara özgü gastronomik unsurları ve bu unsurlara ilişkin hikâyeleri turistlere aktararak gastronomi deneyiminin daha zengin ve anlamlı bir şekilde yaşanmasına katkıda bulunabilmektedir. Bu bağlamda gastronomik mirasın yorumlanması ve aktarılmasında turist rehberleri önemli aracılar olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, turist rehberlerinin yerel yemeklere ilişkin hikâyeleri turistlere nasıl aktardıklarını ve bu anlatıların gastronomi deneyiminin anlamlandırılmasındaki rolünü incelemektir. Araştırma kapsamında Türkiye'de aktif olarak görev yapan turist rehberleri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışma nitel araştırma yaklaşımı doğrultusunda tasarlanmış ve veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşmelerden yararlanılması planlanmaktadır. Amaçlı örnekleme yöntemi doğrultusunda farklı destinasyonlarda görev yapan turist rehberleri ile gerçekleştirilecek görüşmeler aracılığıyla turist rehberlerinin yerel yemek hikâyelerine ilişkin anlatı pratiklerinin ortaya konulması hedeflenmektedir. Elde edilen verilerin içerik analizi yöntemi ile analiz edilmesi ve turist rehberlerinin gastronomi anlatıcılığı pratiklerine ilişkin temaların belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın, turist rehberlerinin gastronomik miras ve yerel yemek anlatılarının turistlere aktarımındaki rolünü ortaya koyarak gastronomi turizmi literatürüne katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca çalışmanın, gastronomi turizmi kapsamında yemek hikâyelerinin turizm deneyimindeki önemine ve turist rehberlerinin bu süreçteki rolüne ilişkin farkındalık oluşturacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi turizmi, Turist rehberleri, Yemek hikâyeleri, Gastronomi anlatıcılığı.

# Yerel Kalkınmada Turist Rehberlerinin Rolü: Kars Örneği

Ahmet Berke Demiral

Dr.
Serhat Kalkınma Ajansı, Kars

## Öz

Turizm, yerel kalkınmanın ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarını destekleyen önemli alanlarından biridir (UNWTO, 2022). Turizm faaliyetleri, yerel gelir artışına katkı sunmakta, istihdam olanaklarını genişletmekte ve yerel değerlerin görünürlüğünü artırmaktadır. Bu süreçte turist rehberleri, ziyaretçilerin destinasyonu algılama biçimini etkileyen ve turistik deneyimi şekillendiren başlıca aktörler arasında yer almaktadır. Rehberlerin sunduğu bilgi ve yönlendirme hizmetinin turist deneyimi ve memnuniyeti üzerinde belirleyici olduğu ifade edilmektedir (Ap & Wong, 2001). Bu çerçevede turist rehberleri, turist davranışlarını yönlendirerek destinasyonun ekonomik ve sosyo kültürel yapısına katkı sunan önemli paydaşlar olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmada turist rehberlerinin yerel kalkınma üzerindeki rolü, Kars örneğinde turist algıları üzerinden incelenmiştir. Araştırmada nicel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak yapılandırılmış anket formu kullanılmıştır. Araştırma verileri, Kars destinasyonunu ziyaret eden turistlerden elde edilmiştir. Bu kapsamda, 2026 yılı kış turizm sezonu içerisinde Ani Ören Yeri, Çıldır Gölü, Sarıkamış Kayak Merkezi ve Doğu Ekspresi güzergâhı başta olmak üzere çeşitli turistik faaliyetlere katılan toplam 228 turistten veri toplanmıştır. Anket formunda turist rehberlerinin destinasyon tanıtımına katkısı, yöresel ürünlere ve yerel işletmelere yönlendirme etkisi, turist memnuniyeti ve tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkileri ölçülmüştür. Anket formunda yer alan ifadeler beşli Likert ölçeği ile ölçülmüş ve veriler tanımlayıcı istatistikler ile ilişki analizleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, turist rehberlerinin yerel kalkınma sürecinde çok yönlü bir işleve sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü, rehberlerin destinasyonun tarihsel ve kültürel değerlerini daha anlaşılır hale getirdiğini ve ziyaret deneyimini zenginleştirdiğini ifade etmiştir. Rehber yönlendirmelerinin turistlerin yöresel ürünlere yönelmesini kolaylaştırdığı, bu süreçte coğrafi işaretli ürünler ile gastronomi unsurlarının daha görünür hale geldiği anlaşılmaktadır. Bunun yanında turistlerin bölgeye özgü ürünleri satın alma ve yerel işletmelerle etkileşim kurma eğilimlerinde artış gözlenmiştir. Bu eğilim, turizm gelirlerinin yerel ekonomi içinde daha geniş bir alana yayılmasına katkı sunmaktadır. Ayrıca rehber anlatımının turist memnuniyetini desteklediği ve destinasyona yönelik olumlu algıyı güçlendirdiği belirlenmiştir. Rehberlik hizmetinden memnun kalan turistlerin destinasyonu yeniden ziyaret etme ve çevrelerine önerme eğilimlerinin daha yüksek olduğu değerlendirilmektedir. Sonuç olarak turist rehberleri, Kars destinasyonunda ekonomik hareketliliği destekleyen, yöresel ürünlerin ve gastronomik değerlerin tanıtımını güçlendiren ve destinasyon deneyimini şekillendiren önemli aktörler arasında yer almaktadır. Rehberler aracılığıyla turistlerin coğrafi işaretli ürünlere yönelmesi ve yerel işletmelerle etkileşimin artması, yerel kalkınma sürecini doğrudan desteklemektedir. Bu doğrultuda turist rehberlerinin destinasyon yönetimi süreçlerinde daha etkin biçimde değerlendirilmesi ve yerel kalkınma politikalarında daha görünür hale getirilmesi önem taşımaktadır. Çalışma, turist rehberlerinin yerel kalkınmaya katkısını turist algıları üzerinden nicel bir yaklaşımla ortaya koyarak alana katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Yerel Kalkınma, Turizm Ekonomisi, Gastronomi.

# Uyumsuz Miras Alanlarında Anlatı Yönetimi: Turist Rehberleri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Bircan Ergün[1]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi,
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

## Öz

**Amaç:** Uyumsuz miras, geçmişin farklı gruplar tarafından çelişkili biçimlerde yorumlandığı kültürel alanları ifade etmektedir. Savaş alanları veya eski cezaevleri gibi politik yükü olan bu mekanların turizme kazandırılması, karmaşık bir yönetim sorunu doğurur. Literatürde hüzün turizmi genellikle ziyaretçi motivasyonları üzerinden incelenmektedir. Ancak, mirasın anlamını aktaran ve kültürel arabulucu rolünü üstlenen turist rehberlerinin anlatı stratejileri yeterince irdelenmemiştir. Bu çalışmanın amacı; Türkiye'deki uyumsuz miras alanlarında görev yapan rehberlerin, resmi tarih söylemleri, turist beklentileri ve kendi vicdani kabulleri arasındaki çelişkiyi nasıl yönettiklerini, başvurdukları anlatı stratejilerini ve harcadıkları duygusal emeği incelemektir.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desen benimsenmiştir. Çalışma grubu, amaçsal örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği ile belirlenmiştir. Bu kapsamda, Türkiye Turist Rehberleri Birliği'ne (TUREB) kayıtlı ve Türkiye'deki zor/uyumsuz miras alanlarında (Çanakkale, Kayaköy, Sinop Cezaevi vb.) aktif tur yönetmiş 18 profesyonel turist rehberi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, betimsel analiz ve içerik analizi tekniklerine tabi tutulmuş; ifadeler kodlanarak ana temalar oluşturulmuştur.

**Bulgular:** Verilerin analizi sonucunda, rehberlerin uyumsuz miras alanlarını ağır bir manevi sorumluluk gerektiren "hafıza mekânları" olarak algıladıkları görülmüştür. Rehberlerin, gerginlik çıkmasını önlemek amacıyla bilinçli olarak belirli tarihi gerçekleri sakladıkları ve "düşman", "işgal" gibi sert kelimeler yerine daha nötr ifadeler kullanarak yumuşatma stratejilerine başvurdukları tespit edilmiştir. Ayrıca rehberlerin, anlatılarını ziyaretçi grubunun demografik ve ideolojik profiline göre anlık olarak esnettiği belirlenmiştir. Yabancı gruplarda milliyetçi söylem yerine evrensel hümanizme sığınılması, rehberliğin diplomatik bir performans olduğunu göstermektedir. Sürekli travmatik hikayeler anlatmanın sonucu olarak rehberlerin yoğun duygusal emek sergiledikleri ve zamanla mesleki duyarsızlaşma (nasırlaşma) yaşadıkları saptanmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, rehberlerin geçmişin uyumsuzluğunu dilsel manevralar ve duygusal emekle uyumlu bir ürüne dönüştüren diplomatik müzakereciler olduğunu ortaya koyarak turizm literatürüne katkı sunmaktadır. Cohen'in "kültürel arabulucu" kavramı, bu araştırmayla "çatışma önleyici diplomatik arabuluculuk" boyutuna taşınmıştır. Uygulama açısından ise, rehberlik eğitim müfredatlarına "Zor Miras Yönetimi" ve "Kriz İletişimi" derslerinin eklenmesi ile rehberlere psikolojik destek sağlanması gerekliliğini vurgulayarak sektörel politikalara yön göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Uyumsuz Miras, Turist Rehberliği, Anlatı Yönetimi, Kültürel Arabuluculuk, Duygusal Emek.

# Turist Rehberliğinde Şaman Kültürü ve Şamanik Ögelerin Kullanımı: Anadolu Örneği

Berrak Su Gürbüz[1] ve Bircan Ergün[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi,
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

## Öz

**Amaç:** Zaman içerisinde evrilerek Anadolu yaşam kültürünün bir parçası haline gelen ve günümüz toplum yaşamında hâlâ gözlenebilen Şamanizm ritüelleri toplumsal belleğin önemli bir parçasıdır. Günümüzde birçok turist rehberi turlarda Şamanizm ritüellerini örneklemek durumunda kalmaktadır. Bununla birlikte, Şamanizm ve şaman ritüellerini turist rehberliği bağlamında ele alan bilimsel çalışma sayısı çok sınırlıdır. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, günümüzün ayrılmaz bir parçası olan şamanik kültürün Anadolu coğrafyasındaki izlerini tespit etmek ve bu ögelerin günümüzde turist rehberliği anlatımlarında nasıl konumlandırıldığını ortaya koymaktır. Araştırma, Şamanizm'in sadece antik bir inanç sistemi değil, turist rehberlerinin anlatımlarıyla daha da anlam kazanan sessiz bir miras olduğunu göstermeye odaklanmaktadır.

**Yöntem:** Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini eylemli turist rehberleri oluştururken, örneklem seçiminde kasti örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Bu doğrultuda, şamanik unsurların daha yoğunlukta görüldüğü ve turist-rehber etkileşiminin yoğun yaşandığı İç Anadolu bölgesinde turlara çıkan 17 eylemli turist rehberi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

**Bulgular:** Görüşmelerden elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve dört ana tema altında toplanmıştır. İlk olarak, turistlerin nazar boncuğu veya çaput bağlama gibi ritüellere küçümseyici bir batıl inanç gözüyle bakmadıkları, aksine yüksek bir etnografik merak ile yaklaştıkları tespit edilmiştir. İkinci olarak, sahada birer kültür elçisi olarak hareket eden turist rehberlerinin misafirlerin inanç temelli hassasiyetlerine göre anlatım dillerini şekillendirdikleri, potansiyel inanç çatışmalarını yönetmek adına otosansür uygulayarak "Şamanizm" yerine "folklorik özellik" gibi kavramları tercih ettikleri görülmüştür. Üçüncü olarak, şamanik ögelerin turizmde gösteri amaçlı kullanımının ticarileşme ve kültürel yozlaşma riski taşıdığı belirlenmiştir. Son olarak, turist rehberliği eğitimi sürecinde Şamanizm ve kültürel ritüellerin kökenine dair müfredatta belirgin eksiklikler olduğu saptanmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, somut olmayan kültürel mirasın turizm alanında nasıl aktarıldığına dair literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Kültürel mirasın aktarımında dini önyargıların rehberler üzerinde yarattığı otosansür baskısını ampirik olarak ortaya koyması bakımından teoriye yenilikçi bir bakış açısı sunmaktadır. Ayrıca, uygulamada kültürel yozlaşmanın önüne geçilmesi, bu ögelerin ticarileştirilmeden doğru hikayeleştirme teknikleriyle aktarılması ve turist rehberliği eğitim müfredatının güncellenmesi yönünde somut stratejiler (meslek içi eğitimler, özel ilgi rotaları) sunarak sektöre doğrudan bilimsel katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Somut Olmayan Kültürel Miras, Şamanizm, Kültür Turizmi, Anadolu Ritüelleri.

# Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Uzmanlaşma Eğilimleri ve Eğitim Yeterliliği Algıları Üzerine Nitel Bir Araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği

Dilan Öztürk[1], Engin Aytekin[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi,
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

## Öz

**Amaç:** Bu araştırmanın temel amacı, turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleki uzmanlaşma kavramına yükledikleri anlamı, uzmanlaşmanın gerekliliğine dair tutumlarını ve kariyer planlarını ortaya koymaktır. Ayrıca çalışma, mevcut lisans eğitim müfredatının ve seçmeli ders havuzunun, öğrencilerin yönelmek istedikleri niş alanlar (sağlık turizmi, engelsiz turizm, gastronomi vb.) için yeterli bir altyapı sunup sunmadığını, öğrenci perspektifinden değerlendirmeyi hedeflemektedir.

**Yöntem:** Araştırmanın metodolojik çerçevesini nitel araştırma geleneğine dayalı fenomenolojik desen oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı ve temel sorunları için uygun olduğu düşünülen nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılacak ve veri toplama aracı olarak da görüşme tekniği kullanılacaktır. Araştırmanın kapsamını Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin Turizm Fakültesi bünyesinde yer alan Turizm Rehberliği bölümlerinde öğrenim görmekte olan lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında turizm rehberliği bölümü 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden görüşme verileri elde edilmiş, henüz alana hakim olamamaları nedeniyle 1. ve 2. sınıflar kapsam dışı bırakılmıştır. Veri toplama sürecinde, katılımcıların cevaplarının birbirini tekrar etmeye başlaması ve araştırmanın temel kategorilerini doyurması esas alınmıştır. Öğrenci görüşleri alınmadan önce çalışma konusu ile ilgili gerekli eğitim sunumu yapılarak, sonrasında onlara 15 dakika süren bir zaman tanınarak soruların yanıtları alınmıştır. Araçların geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak adına, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi'nden iki akademisyenden uzman görüşü alınarak sorulara son hali verilmiştir.

**Bulgular:** Veriler, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü'nde öğrenim gören 3. ve 4. sınıf düzeyindeki toplam 38 lisans öğrencisinden (11 erkek, 27 kadın) "Yarı Yapılandırılmış Görüşme Tekniği" kullanılarak toplanmıştır. Katılımcılara yöneltilen açık uçlu sorularla elde edilen verilerin betimsel ve içerik analizi yöntemleriyle çözümlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma bulgularına göre, rehber adayları, uzmanlaşmayı spesifik bir alanda en üst düzey bilgiye sahip olmak ve sektörde aranan, eşsiz bir konuma gelmek olarak tanımlamaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı, artan rekabet ortamında mesleki başarı ve devamlılık için belirli bir alanda (örneğin gastronomi, fotoğrafçılık, mitoloji, savaş alanları) uzmanlaşmanın zorunlu olduğunu düşünmektedir. Ancak öğrenciler, mevcut müfredattaki ders havuzunu uzmanlaşma hedeflerini destekleme bağlamında yetersiz bulmaktadır; özellikle derslerin tekrar ettiğini ve pazarlama, işletme gibi rehberlik dışı dersler yerine arkeoloji, mitoloji,

dinler tarihi gibi alana özgü daha detaylı derslerin verilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca öğrenciler uzmanlaşma yolunda maddi sıkıntılar, bilgi fazlalığı ve dil engelleri gibi zorluklar öngörmekte olup, bu süreçte üniversitelerin ücretsiz seminerler ve uygulamalı eğitim gezileri düzenlemesini, TUREB ve odaların ise daha fazla destek sunmasını talep etmektedir. Öğrenciler mevcut eğitim aşamalarında kendilerini uzmanlaşmaya genellikle uzak veya orta seviyede yakın hissetmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı**: Bu araştırma, geleceğin turizm profesyonelleri olan turizm rehberliği öğrencilerinin mesleki uzmanlaşmaya yönelik algılarını bizzat kendi ifadeleriyle ve mevcut eğitim programlarının bu uzmanlaşma sürecindeki yeterliliğini analiz etmesi bakımından turist rehberliği eğitiminde müfredat geliştirme literatürüne katkı sağlamaktadır. Ek olarak, uzmanlaşma alanına özgü katkı sunmayı hedeflemektedir. Aynı zamanda uygulamalı eğitimlerin öğrencileri bu özel alanlara hazırlama düzeyini eleştirel bir gözle sorgulayarak akademik turizm rehberliği programlarının geliştirilmesine ve güncellenmesine ışık tutmaktadır. Son olarak, Afyon Kocatepe Üniversitesi özelinde yürütülen bu çalışma, termal turizm, tarihi miras ve gastronomi gibi Afyonkarahisar'a özgü turizm potansiyeli ile öğrencilerin uzmanlaşma tercihleri arasındaki örtüşmeyi ya da uyumsuzluğu gün yüzüne çıkarma konusunda önemli katkılar sağlamayı hedeflemektedir.

**Anahtar Kelimeler**: Turist rehberliği, Mesleki uzmanlaşma, Turizm eğitimi, TUREB, Afyon Kocatepe Üniversitesi.

# Turistlerin Kişisel Dönüşümünde Tur Rehberlerinin Rolü

Reyhan Arslan Ayazlar[1], Salih Limoncu[2] ve Gökhan Ayazlar[3]

[1]Doç. Dr., Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Antalya

[3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Alan yazında tur rehberlerinin üstlendiği rollere yönelik çalışmalar bulunmakla birlikte turistlerin kişisel anlamda dönüşümüne katkıları ile ilgili sınırlı sayıda araştırmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, seyahat sırasında tur rehberi ile yaşanan karşılaşmaların turistlerde kişisel dönüşümü tetiklemede aracılık rolünü ortaya koymaktır.

**Yöntem:** Bu çalışma bir alan yazın incelemesini içermektedir. Bu kapsamda tur rehberlerinin turistlerin kişisel dönüşümündeki rolünü sistematik olarak izleyerek bütünleştirici bir sentez geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma "tur rehberlerinin turistlerin kişisel dönüşümündeki rolü nedir?" sorusuna yönelmektedir. Araştırma kapsamında WOS, Scopus ve Google Akademik veri tabanları incelenmiştir. Veri tabanlarında arama yaparken "tourist guide role", "tourists' transformation" anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Araştırmada incelenen yayınlar 2010-2026 yıllarını içermektedir.

**Bulgular:** Araştırmada kapsamında yapılan alan yazın incelemesi sonucunda tur rehberlerinin dönüştürücü etki ve unutulmaz deneyimlerin oluşturulması olmak üzere turistler üzerinde iki önemli katkısının olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Tur rehberleri sembolik anlamlar içeren anlar oluşturmada ve çok boyutlu gerçeklikler arasında arabuluculuk yapabilmektedir. Tur rehberlerinin bu rolü benimsemeleri ve bu sembolik anlamların turistler için neden önemli olabileceği üzerine odaklanmaları gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Tur rehberi, kişisel dönüşüm, turist.

# Turizmin Oscar'ı Altın Elma Ödülü: Tarsus Örneği

Sevda Sahilli Birdir[1], Seda Çiçekli Ayyıldız[2] ve Kemal Birdir[3]

[1,3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Mersin Üniversitesi, Mersin

[2]Arş. Gör. Dr., Turizm Fakültesi
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu

## Öz

Turizm sektöründe destinasyonların uluslararası ölçekte rekabet edebilirliğini artıran önemli unsurlardan biri destinasyonların sahip oldukları doğal, kültürel ve tarihi değerlerin etkin biçimde tanıtılmasıdır. Bu noktada uluslararası turizm ödülleri, destinasyonların görünürlüğünü artıran ve marka değerini güçlendiren önemli araçlar arasında yer almaktadır. Uluslararası Turizm Gazetecileri ve Yazarları Federasyonu (FIJET) tarafından verilen Altın Elma ödülü ise, turizm değerlerinin korunması ve destinasyonların uluslararası tanınırlığının artırılması açısından özel bir öneme sahiptir. Altın Elma ödülünün kökeni Yunan mitolojisine dayanan güzellik, değer ve üstünlüğün sembolü olarak kabul edilen "altın elma" metaforuna dayanmaktadır. Turizm bağlamında ise, destinasyonların sahip olduğu özgün doğal ve kültürel değerlerin uluslararası ölçekte tanınmasını ve prestij kazanmasını temsil etmektedir. Türkiye'den Antalya (1984), Nemrut Dağı (2003), Ankara-Hamamönü (2012), Konya (2017), Diyarbakır (2018), İzmir (2022) ve Tarsus (2025) destinasyonları Altın Elma ödülünü almıştır. Nitekim Türkiye, bu ödülü en fazla kazanan ülkeler arasındadır.

**Amaç**: Bu çalışmanın amacı, Altın Elma ödülünün destinasyon imajı ve markalaşması üzerindeki etkilerini değerlendirmek ve Tarsus örneği üzerinden bu tür ödüllerin destinasyon gelişimine katkılarını ortaya koymaktır.

**Yöntem:** Çalışma teorik nitelikte olup doküman inceleme yöntemine dayanmaktadır. FIJET'in resmî kaynakları, basın bültenleri ve ilgili medya içerikleri incelenmiştir. Tarsus özelinde, Altın Elma ödülünün verilmesinin ardından ulusal ve yerel basında yer alan haberler değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda ödülün kavramsal çerçevesi ortaya konmuş; destinasyon imajı ve markalaşması üzerindeki etkileri teorik olarak açıklanmıştır.

**Bulgular:** Çalışma bulguları, uluslararası turizm ödüllerinin destinasyonların bilinirliğini artıran ve destinasyon imajını güçlendiren önemli bir tanıtım aracı olduğunu göstermektedir. Altın Elma ödülünün özellikle kültürel mirasın korunması, turizm çeşitliliğinin geliştirilmesi ve destinasyonların uluslararası ölçekte tanıtılması açısından önemli katkılar sağladığı değerlendirilmektedir.

Tarsus örneği bağlamında, kentin tarihsel ve kültürel miras unsurlarının Altın Elma ödülünün verilmesinde belirleyici olduğu görülmektedir. Aziz Paul'un doğum yeri, St. Paul Kuyusu ve Kilisesi, Kleopatra Kapısı, Roma Yolu, Danyal Peygamber Makamı, Hz. Şit Makamı, Ashab-ı Kehf ve Şahmeran gibi çekicilikler, destinasyonun kültür ve inanç turizmi açısından yüksek potansiyele sahip olduğunun açık bir göstergesidir. Bütün bu unsurların yanı sıra, Tarsus'un Hristiyanlık açısından bir hac merkezi potansiyeline sahip olduğu da dikkat çekmektedir. Ayrıca Tarsus kebabı, humus ve cezerye gibi gastronomik değerler, kentte kurulan Gastronomi Merkezi ile desteklenerek kültürel kimliğin güçlenmesine katkı sağlamaktadır.

Altın Elma ödülünün ardından destinasyonun tanıtım faaliyetlerinde artış gözlenmiş, özellikle kültür, inanç ve gastronomi turizmi kapsamında ilgi yükselmiştir. Elde edilen bulgular, Tarsus'un turizm potansiyelini etkin şekilde değerlendirebilmesi için konaklama kapasitesi, taş evlerin butik otellere dönüştürülmesi ve turizm altyapısı ile destinasyon yönetimi alanlarında gelişime ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Turizm gelişiminin kentin tarihsel ve kültürel dokusunu koruyacak şekilde planlanması, sürdürülebilir destinasyon yönetimi açısından kritik öneme sahiptir.

Tarsus'un gastronomi, sağlık ve beslenme alanlarındaki potansiyeli, turizm stratejilerinde değerlendirilmesi gereken önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bölgedeki spiritüel atmosfer ile tarihsel ve kültürel mirasın bir araya gelmesi, Tarsus'u kişisel gelişim, detoks ve sağlık temalı yüksek gelirli turist segmentlerine hitap edebilecek nitelikte bir destinasyon hâline getirmektedir. Bu durum, Tarsus'un gastronomi ve sağlık turizmi açısından merkezi bir konumda değerlendirilebileceğini ve yerel turizm çeşitliliğinin güçlendirilmesine katkı sağlayacağını göstermektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, literatürde sınırlı sayıda incelenen Altın Elma ödülü ile destinasyon markalaşması ve imajı arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Tarsus örneği üzerinden yapılan değerlendirme, mevcut boşluğu doldurarak çalışmanın özgün katkısını güçlendirmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Altın Elma Ödülü, Destinasyon Markalaşması, Destinasyon İmajı, Tarsus.

# Turist Rehberlerinin Turlarda Kullandıkları Oyunlaştırma Stratejilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Selin Demir[1] ve Meltem Altınay Özdemir[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye.
demirselin533@gmail.com, https://orcid.org/0009-0007-2060-0096

[2]Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, Türkiye.
meltemozdemir@mu.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-3002-6127

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, profesyonel turist rehberlerinin tur sırasında kullandıkları oyunlaştırma stratejilerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Turist rehberleri turistlerin tur deneyimlerini zenginleştirmek amacıyla çeşitli oyunlaştırma stratejileri uygulamaktadırlar. Bu oyunlar önceden geliştirilen oyunlar olmasının yanı sıra turist rehberlerinin kendileri tarafından geliştirilen oyunlar da olabilmektedir. Bu kapsamda araştırma, turist rehberlerinin turda tercih ettikleri oyun ve oyunlaştırma stratejilerini, bu stratejileri hangi amaçlarla kullandıklarını ve söz konusu stratejilerin turistler tarafından gördüğü ilgi düzeyini birbiriyle ilişkili olarak ele almaktadır. Bu yaklaşım ile çalışma, turist rehberliği alanında sınırlı olan oyunlaştırma literatürüne kuramsal ve uygulamaya dönük katkı sunarak, oyunlaştırma stratejilerinin tur deneyimi üzerindeki rolünü sistematik bir biçimde ortaya koymayı hedeflemektedir.

**Yöntem:** Çalışmada nitel araştırma yöntemi kapsamında keşifsel bir yaklaşımla fenomenolojik araştırma deseni benimsenmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Veri toplama süreci, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kar topu örnekleme yöntemi kullanılarak en az iki yıldır eylemli olarak çalışan ve turlarında oyunlaştırma stratejilerini kullanan on beş profesyonel turist rehberi ile yapılan çevrimiçi/yüzyüze görüşmeler ile gerçekleştirilmiştir. Üniversitelerin turizm/turist rehberliği bölümlerinde görev yapan aynı zamanda profesyonel turist rehberi ruhsatnamesine sahip on uzmanın görüşü alınarak oluşturulan görüşme formu, Lawshe'nin (1975) kapsam geçerlilik indeksini karşılayan on sorudan oluşmaktadır. Görüşmeler, 2025 yılı Kasım ayı ile 2026 yılı Mart ayı arasında gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi kullanılarak manuel biçimde çözümlenmiştir.

**Bulgular:** İçerik analizi sonucunda beş ana tema ve yirmi alt tema belirlenmiştir. Ana temalar şunlardır: turlarda kullanılan oyunlaştırma stratejileri (6), en çok ilgi gören oyunlaştırma stratejileri (4), oyunların kullanım amaçları (5), oyunların hazırlanma süreci (6) ve oyun tasarımı (5). Turlarda kullanılan oyunlaştırma stratejileri, soru–cevap ve bilgi yarışmaları, hikâyeleştirme (masal, hikâye, canlandırma vb.), müzik ve eğlence oyunları, fiziksel ve doğa temelli aktiviteler, fotoğraf ve görsel oyunlar ile oryantiring ve deneyimsel oyunlar olarak tanımlanmıştır. Bu oyunlardan en çok ilgi görenler bilgi temelli oyunlar, müzik ve eğlence odaklı oyunlar, fotoğraf temelli oyunlar ve kültürel-deneyimsel oyunlar olarak belirlenmiştir. Turist rehberleri, oyunları öğretme ve bilgiyi pekiştirme, dikkat ve motivasyon sağlama, sosyal etkileşim ve grup kaynaşmasını artırma, zaman yönetimi ve eğlenceyi destekleme, deneyim ve memnuniyeti yükseltme amaçlarıyla turlarda kullandıklarını ifade etmişlerdir. Oyunları hazırlarken ise grup özelliklerine uygunluk, zaman ve tur akışına uyum, spontane ve esnek tasarım, ön hazırlık ve planlama, malzeme ve uygulanabilirlik ile kültürel hassasiyet gibi unsurlara dikkat ettikleri görülmüştür. Turist rehberleri, oyunları mesleğe başladıkları yıldan itibaren kullanmakta ve oyunları öğrenme kaynaklarını sırasıyla kendi deneyimleri, rehber arkadaşları ile paylaşımları ve basılı-dijital kaynaklar olarak belirtmişlerdir. Oyunlaştırma süreçlerinin başlatılması, katılımcıyı doğrudan eyleme dahil eden uygulamalardan,

soru-cevap teknikleriyle bilişsel katılım sağlamaya ve rol yapma ile hikâyeleştirme yoluyla deneyimsel bir atmosfer yaratmaya kadar çeşitlenen çok boyutlu stratejiler içermektedir. Turist rehberlerinin oyunlaştırma uygulamaları ise sabit kurallara dayalı yapılandırılmış oyunlardan ziyade, grup dinamiği, mekân özellikleri ve anlatım süreciyle bütünleşen, spontane gelişen, rekabet, iş birliği, ödül ve deneyimsel öğrenme unsurlarını bir arada barındıran esnek bir süreç olarak işlemektedir. Oyun sırasında rehberler, katılımcı odaklılık, dikkat yönetimi, spontanlık ve sosyal etkileşim unsurlarına özen göstererek süreci yönetmektedir. Bu yaklaşım, hem öğrenme hem de eğlence boyutunu optimize etmekte ve katılımcıların oyuna aktif katılımını ve memnuniyetini artırmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Çalışma kapsamında çıkan bulgular, turist rehberlerinin tur sırasında kullandıkları oyunlaştırma stratejilerini yalnızca kullanılan yöntemler açısından değil, oyunlaştırma stratejilerinin ortaya çıkışı, uygulanma süreci, kullanım amaçları ve tur deneyimine sağladığı işlevler bağlamında bütüncül bir yapı içinde ortaya koyması bakımından çalışmaya özgün bir katkı sunmaktadır. Uygulamaya dönük olarak rehberlere tur akışına uygun esnek oyun kurguları geliştirme, katılımcı etkileşimini artıracak dijital ve kültürel içerikleri kullanma, grup dinamiğini gözeterek oyun başlatma ve ön hazırlık ile basit/taşınabilir materyallerle süreci destekleme gibi somut çıkarımlar sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Tur deneyimi, Oyunlaştırma.

# Görünmez Emekten Zihinsel Tükenmişliğe Kadın Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma

Semahat Göker Özyürek[1] ve Eren Gönül[2]

[1]Dr., Bağımsız Araştırmacı
İzmir

[2]Dr. Öğr. Gör., Didim Meslek Yüksekokulu,
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın

## Öz

**Amaç:** Bu araştırma, turizm sektöründe önemli bir rol oynayan kadın turist rehberlerinin mesleki deneyimlerini, özellikle duygusal emek, görünmez emek, cinsiyetçi iş iklimi algıları ve zihinsel yorgunluk düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır. Kadın rehberlerin çalışma yaşamında karşılaştıkları zorlukları ve bu zorlukların tükenmişlik üzerindeki etkilerini anlamak, sektördeki sürdürülebilirlik ve çalışan refahı açısından kritik öneme sahiptir.

**Yöntem:** Çalışma, 326 kadın turist rehberinden toplanan verilerle gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak, demografik ve mesleki bilgilerin yanı sıra, duygusal emek, görünmez emek, cinsiyetçi iş iklimi ve zihinsel yorgunluk boyutlarını ölçen Likert tipi ölçeklerden oluşan bir anket formu kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinin yanı sıra, faktör analizi ve değişkenler arası ilişkileri belirlemek amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır.

**Bulgular:** Araştırmanın bulguları, kadın turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken yoğun duygusal ve görünmez emek harcadıklarını göstermektedir. Özellikle, misafir beklentilerini karşılama ve olumsuz duyguları gizleme gibi duygusal emek davranışlarının, rehberlerin zihinsel yorgunluk düzeylerini anlamlı ölçüde artırdığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde, tur öncesi planlama, organizasyon ve kriz yönetimi gibi görünmez emek faaliyetlerinin de zihinsel tükenmişliğe yol açan önemli bir faktör olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, sektördeki cinsiyetçi iş iklimi algısının, kadın rehberlerin mesleki yetkinliklerinin sorgulanması ve ayrımcılığa maruz kalma gibi deneyimler aracılığıyla zihinsel yorgunluklarını pekiştirdiği ortaya konmuştur. Bu bulgular, kadın turist rehberlerinin yaşadığı zihinsel yorgunluğun çok boyutlu nedenlere dayandığını ve hem bireysel hem de örgütsel düzeyde destek mekanizmalarına ihtiyaç duyulduğunu vurgulamaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Araştırma, turizm sektöründeki kadın çalışanların refahını artırmaya yönelik politikaların geliştirilmesi ve cinsiyet eşitliğine duyarlı bir çalışma ortamının teşvik edilmesi için önemli çıkarımlar sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın Turist Rehberleri, Duygusal Emek, Görünmez Emek, Zihinsel Yorgunluk, Cinsiyetçi İş İklimi.

# Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Somut Olmayan Kültürel Mirasa İlişkin Metaforik Algıları

Beste Demir[1], Cevdet Avcıkurt[2]

[1]Arş. Gör.,[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

## Öz

Bu araştırmanın amacı, turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin somut olmayan kültürel miras kavramına yönelik algılarını metaforlar aracılığıyla ortaya koymaktır. Araştırmada öğrencilerin somut olmayan kültürel miras kavramını nasıl anlamlandırdıklarını belirleyebilmek amacıyla metafor tekniğinden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda katılımcılardan "Somut olmayan kültürel miras … gibidir; çünkü …" ifadesini tamamlamaları istenmiştir. Türkiye sahip olduğu 32 somut olmayan kültürel miras değeriyle dünyada ikinci ülke konumundadır. Turist rehberlerinin anlatımlarında sık sık yer alması sebebiyle araştırmada *"somut olmayan kültürel miras"* kavramı seçilmiştir. Araştırmanın verileri, Turizm Rehberliği Bölümü'nde öğrenim gören 1.2.3. ve 4. sınıf öğrencilerinden elde edilmiştir. Veri toplama sürecinde öğrencilerden 123 form elde edilmiş; metafor içermeyen, metafor içerse de gerekçesi belirtilmeyen 6 form değerlendirme dışında bırakılmıştır. Araştırma, nitel araştırma yaklaşımlarından fenomenoloji deseni çerçevesinde yürütülmüştür. Öğrencilerden elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş ve ortaya çıkan metaforlar benzer özelliklerine göre belirli kavramsal kategoriler altında toplanmıştır. Analiz sonucunda en fazla "hazine" (9), "gelenek" (7), "hafıza" (7) ve "köprü" (6) metaforlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bulgu, turizm rehberliği öğrencilerinin somut olmayan kültürel mirası yalnızca korunması gereken bir değer olarak değil, aynı zamanda geçmiş ile gelecek arasında bağ kuran, aktarım işlevi olan ve toplumsal belleği temsil eden çok katmanlı bir kavram olarak algıladıklarını göstermektedir. Özellikle "hazine" metaforunun yüksek frekansı, somut olmayan kültürel mirasın öğrenciler tarafından değerli, korunması gereken ve kaybolma riski taşıyan bir unsur olarak konumlandırıldığını ortaya koymaktadır. Benzer şekilde "hafıza" ve "köprü" metaforlarının birlikte yoğunlaşması, kültürel mirasın aktarım ve süreklilik boyutuna vurgu yapıldığını; "gelenek" metaforunun ise mirasın günlük yaşam pratikleri ve kültürel devamlılıkla ilişkilendirildiğini göstermektedir. Turizm alan yazınında turist rehberliği, kültürel miras, sürdürülebilir turizm, turizm ve turist kavramlarına yönelik metafor çalışmalarının bulunduğu görülmektedir. Ancak somut olmayan kültürel mirasa yönelik bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu bağlamda araştırma bulgularının, turizm rehberliği öğrencilerinin somut olmayan kültürel mirasa yönelik düşünsel çerçevelerini ve kavramsal yaklaşımlarını ortaya koyması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca elde edilen sonuçların, kültürel mirasın ziyaretçilere aktarılması sürecinde rehber adaylarının anlatım pratiklerine ve turizm eğitimi alan yazınına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** SOKÜM, Metafor Analizi, Turizm Rehberliği, Öğrenci.

# Geceyle Gün Arasında: Noctourism ve Rehberli Turlarda Eşik Deneyimi

Eyüp Kaan Pak[1], Özlem Köroğlu[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi , Sosyal Bilimler Enstitüsü
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

## Öz

**Amaç:** Son yıllarda turizm literatüründe giderek daha fazla ilgi gören noctourism (gece turizmi), ziyaretçilerin gece saatlerinde gerçekleştirilen kültürel, doğal ve deneyimsel etkinliklere katılımını ifade etmektedir. Gece gerçekleşen turistik deneyimler, gündüz turizminden farklı olarak zaman, mekân ve algı boyutlarında özgün atmosferler üretmektedir. Bu çalışma, noctourism deneyimlerinin turist rehberliği bağlamında nasıl bir "eşik deneyimi" (liminal experience) oluşturduğunu kavramsal bir perspektiften incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada özellikle gece turlarının ziyaretçilerin gündelik yaşam pratiklerinden ayrılarak farklı bir algısal ve sembolik deneyim alanına geçmelerini nasıl mümkün kıldığı tartışılmaktadır.

**Yöntem:** Araştırma nitel ve kavramsal bir yaklaşım benimsemekte olup kapsamlı bir literatür incelemesine dayanmaktadır. Kuramsal çerçeve, Arnold van Gennep'in (1909) geçiş ritüelleri kuramı ve Victor Turner'ın (1969) geliştirdiği liminalite yaklaşımı üzerine inşa edilmiştir. Bu teorik perspektif doğrultusunda noctourism faaliyetleri, turist deneyimini dönüştüren bir eşik mekânı olarak değerlendirilmiştir. Antik kentlerde gerçekleştirilen gece yürüyüşleri ve astroturizm etkinlikleri gibi örnekler üzerinden turist rehberinin deneyimi yapılandırmadaki rolü kavramsal olarak analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Literatür incelemesi, noctourism deneyimlerinin zaman (gündüz-gece geçişi), mekân (tanıdık yerlerin farklı atmosferlere dönüşmesi) ve algı (duyusal farkındalığın artması) boyutlarında liminal bir karakter taşıdığını göstermektedir. Bu süreçte turistler, gündelik sosyal rollerden geçici olarak uzaklaşarak farklı bir deneyim alanına adım atmakta ve katılımcılar arasında Turner'ın "communitas" olarak tanımladığı geçici bir aidiyet duygusu oluşmaktadır. Turist rehberi ise bu süreçte yalnızca bilgi aktaran bir aktör değil, aynı zamanda deneyimin anlatısal, duygusal ve sembolik boyutlarını yönlendiren bir aracı konumundadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı**: Bu çalışma, noctourism deneyimlerini liminalite perspektifinden ele alarak turist rehberliğini "eşiksel anlatı yönetimi" bağlamında yeniden yorumlamaktadır. Bu doğrultuda literatüre "liminal guiding (eşik rehberliği)" kavramını önererek turist rehberliğinin deneyimsel turizm bağlamındaki rolüne yeni bir kuramsal yaklaşım sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Noctourism, Liminalite, Turist Rehberliği, Gece Turizmi, Deneyimsel Turizm.

# Bilgi Odaklı Turist Rehberliğinin Bağımsız ve İşbirlikçi Öğrenme İle Mesleki Tutku Üzerindeki Etkisi: Uygulama Eğitim Gezileri Örneği

Mustafa Sayal[1], Reyhan Şahan[2] ve Özcan Zorlu[3]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi., Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi., Sosyal Bilimler Enstitüsü
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

[3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

## Öz

**Amaç:** Turist rehberliğinde mesleğinde, mesleğe kabul ve kişisel gelişim aşamalarında önemli bir yer tutan uygulama eğitim gezileri, 6326 ve 7500 sayılı kanunlar gereği mesleğe kabul için bir ön koşuldur. Bununla birlikte, ilgili geziler katılımcılar için alanda deneyimleyerek öğrenme fırsatı sunan değerli bir pratiktir. Bu gezilerde görev alan eğitmen turist rehberleri de doğal bir gereklilik olarak bilgi kapasiteleriyle ön plana çıkmaktadır. Bu gerçekler ışığında, mevcut araştırmada uygulama eğitim gezilerinde görev alan eğitmen turist rehberlerinin sergilediği bilgi odaklı liderlik davranışlarının gezilere katılan bireylerin bağımsız ve işbirlikçi öğrenme süreçleri ile mesleki tutku düzeylerine etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Araştırma amacı doğrultusunda yetkili kurumlar tarafından gerçekleştirilen uygulama eğitim gezilerine son bir yılda katılan rehberlere/rehber adaylarına Google Formlar üzerinden anket uygulanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ile 195 katılımcıdan elde edilen veriler için ilk olarak geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Veri analizinin bir sonraki aşamasında sıklık, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma teknikleri ile tanımlayıcı bilgiler analiz edilmiştir. Araştırma hipotezinin test edilmesi sürecinde yapısal eşitlik programından yararlanılarak ikinci düzey yol analizi gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular mevcut literatür bilgisi ile karşılaştırılak çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

**Bulgular:** Araştırma ölçeklerine yönelik gerçekleştirilen açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda, KMO değerlerinin, Bartlett's kat sayılarının ve uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu; güvenilirlik analizlerinde ise Cronbach's Alpha değerlerinin 0,70'in üzerinde bulunduğu saptanmıştır. Tanımlayıcı analizler, eğitmen turist rehberlerinin yüksek düzeyde bilgi odaklı liderlik davranışları sergilediklerini; tura katılan rehber/rehber adaylarının bağımsız öğrenme düzeylerinin işbirlikçi öğrenme düzeylerine göre daha yüksek olduğunu ve mesleki tutku düzeyinin oldukça yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma hipotezlerinin sınanması amacıyla gerçekleştirilen ikinci düzey yol analizinde ise eğitmen turist rehberlerinin sergilediği bilgi odaklı liderlik davranışlarının hem bağımsız ve işbirlikçi öğrenmeyi hem de katılımcıların mesleki tutku düzeylerini olumlu bir şekilde etkilediği saptanmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Turist rehberliği özelinde bilgi odaklı liderlik davranışlarının öğrenme süreçleri ve mesleki tutku üzerindeki potansiyel etkilerini konu alan bu araştırma, ele alınan konu ve elde edilen bulgular bağlamında ilgili alan yazında öncü bir çalışma niteliğindedir. Nitekim araştırmacıların bilgisine göre turist rehberliği alanında bilgi odaklı liderlik davranışlarını doğrudan öğrenme süreçleri ve mesleki tutku ile birlikte ele alan çalışma bulunmamaktadır. Buradan hareketle, bu araştırmanın sonuçlarının hem turist rehberliğinde liderlik hususunda hem de alan odaklı öğrenme süreçleri ve mesleki tutkunun korunması bağlamında sonraki araştırmalar

için dikkate değer bilgiler sunacağı öngörülmektedir. Araştırma sonuçlarının alanda aktif olarak görev yapan turist rehberlerinin liderlik kapasitelerinin geliştirilmesi ve/veya iyileştirilmesi bağlamında katkılar sağlayacağı öngörülmektedir. Bununla birlikte, araştırma bulguları turist rehberlerinin mesleğe iyi bir başlangıç yapabilmesi veya daha iyi noktalara gelebilmesi için neler yapılması gerektiği hususlarında katkılar sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Uygulama Eğitim Gezileri, Bilgi Odaklı Liderlik, Bağımsız ve İşbirlikçi Öğrenme, Mesleki Tutku.

# Turist Rehberi Paydaş İlişkilerinde Öne Çıkan Sorunlar: Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Bir Değerlendirme

Berrak Su Gürbüz[1], Faruk Gökçe[2] ve Elbeyi Pelit[3]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi., Sosyal Bilimler Enstitüsü
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

## Öz

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı, Türkiye'de eylemli olarak görev yapmakta olan turist rehberlerinin, paydaşlarla (eğitim kurumları, seyahat acentaları, konaklama tesisleri, hediyelik eşya işletmeleri, yerel halk ve turistler, yiyecek içecek işletmeleri, müze ve ören yerleri, ulaştırma işletmeleri, rehber odaları ve TUREB) olan ilişkilerinde karşılaştıkları sorunları belirlemektir. Turist rehberliği mesleğinin, ülke imajının oluşumu, tanıtımı ve turizm gelirlerinin artırılması açısından stratejik bir işlev üstlenmesi, paydaş ilişkilerinde yaşanan çok boyutlu sorunların ele alınmasını daha da önemli kılmaktadır. Bu bağlamda araştırma, mevcut sorun alanlarını ortaya koymanın yanı sıra getirilecek önerilerle rehberlikte mesleki standartların yükseltilmesine ve bu alanda hizmet kalitesinin geliştirilmesine katkı sağlayacak sürdürülebilir çözüm önerileri geliştirmeyi amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Bu araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme formu araştırmanın problemi çerçevesinde; ilgili alanyazın taraması yapılarak ve uzman görüşü alınarak açık ve kapalı uçlu soruları/ifadeleri kapsayacak şekilde araştırmacılar tarafından hazırlanmış ve 46 eylemli turist rehberlerine uygulanmıştır. Araştırma kapsamında kapalı uçlu sorulardan elde edilen veriler frekans ve yüzde dağılımları aracılığıyla betimsel olarak analiz edilirken, açık uçlu sorulardan elde edilen verilerin çözümlenmesinde Maxqda 2020 paket programı kullanılarak katılımcıların cevapları kategorik olarak sunulmuş ve araştırmanın amacı doğrultusunda yorumlanmıştır.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, turist rehberlerinin farklı paydaş gruplarıyla yaşadıkları sorunların günümüzde varlığını sürdürdüğünü ortaya koymuştur. Çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda, turist rehberlerinin paydaşlarla olan ilişkilerindeki en belirgin sorun alanlarının seyahat acentalarının çalışma kartına sahip olmayan yasa dışı kişileri turlarda görevlendirmesi ve turist rehberlerini tur sürecinde satış yapmaya zorlaması olduğu ortaya çıkmıştır. Eğitim kurumları bağlamında ise öğretim programları ile sektör beklentileri arasındaki uyumsuzluklar ve yabancı dil eğitiminin yetersizliği, mesleki standartları olumsuz etkileyen başlıca unsurlar arasında yer almaktadır. Uygulama sahasında, müze ve ören yerlerinde görev yapan personelin yabancı dil yeterliliklerinin sınırlı olması ve güvenlik uygulamalarındaki yetersizlikler, turist rehberlerinin operasyonel sorumluluklarını daha da ağırlaştırmaktadır. Bunun yanı sıra, ulaştırma hizmetlerinde bakımsız ve eski araçların kullanılması, turistlerin tur programını incelemeden etkinliklere katılması ve yiyecek-içecek işletmelerindeki hijyen eksiklikleri, öne çıkan diğer önemli operasyonel sorunlar olarak belirlenmiştir. Son olarak, TUREB ile Rehber Odalarının kurumsal destek, denetim ve sektörel yatırım konularında yetersiz kalması, mesleki standartların korunmasını güçleştirmekte ve mevcut sorunların süreklilik kazanmasına zemin hazırlamaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turist rehberliği mesleğinin eğitim kurumlarından yerel halka uzanan geniş paydaş ağı içerisindeki etkileşimlerini bütüncül bir yaklaşımla ele alması bakımından önem taşımaktadır. Araştırma, alanyazında konuyla ilgili çalışma sonuçlarında da

daha önce dile getirilen mesleki sorunların günümüz itibarıyla devam edip etmediğinin rehber bakış açısıyla değerlendirilmesi ve bu sorunların güncel görünümlerini ortaya koyması açısından özgünlük taşımaktadır. Bu yönüyle çalışma, turist rehberlerinin paydaş ilişkilerinde karşılaştıkları sorunların sürekliliğini ortaya koyarak ilgili literatüre ve uygulamaya katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Paydaşlar, Mesleki Sorunlar, Turizm Sektörü.

# Aromatik Katkıların Tüketicilerin Yemek Tercihi Üzerine Etkisi Ve Tat Algıları: Vegan Pilav Örneği

Olcay Kilinç[1] ve Sabire Sipahi

[1,]Doç. Dr., [2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Turizm Fakültesi
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

## Öz

Bu çalışma, aromatik katkıların vegan beslenme tercihlerindeki etkisini, özel olarak vegan pilav örneği üzerinden incelemektedir. Günümüzde artan etik, sağlık ve çevresel kaygılar, bitkisel bazlı beslenmenin popülerleşmesine yol açarken; tat ve aroma gibi duyusal unsurlar, tüketici memnuniyeti ve tercihinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Araştırmada, çok duyulu bütünleşme teorisi temel alınarak hem nicel hem nitel yöntemler kullanılmış; anket, hedonik ölçekler ve duyusal analizler aracılığıyla veriler toplanmıştır. Bulgular, aromatik katkıların yalnızca lezzet algısını değil, aynı zamanda tüketici psikolojisi, etik tutumlar ve satın alma niyeti üzerinde de önemli etkileri olduğunu göstermektedir. Vegan pilav örneğinde kullanılan lavanta, adaçayı ve güllü aromalar, tüketici tatmini ve tekrar satın alma isteği üzerinde olumlu sonuçlar doğurmuştur. Araştırma sonuçları, gastronomi sektörü için yenilikçi ürün geliştirme ve duyusal pazarlama stratejilerine önemli katkılar sunmakta; ayrıca akademik literatürde vegan ürün algısına dair yeni açılımlar getirmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Aromatik katkılar, tat algısı, vegan pilav, tüketici davranışı, duyusal pazarlama, vegan ürünler.

# Turist Rehberliği ve Teknoloji Etkileşimi Alt Boyutlarının İncelenmesine Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz

Gözdegül Başer

Doç. Dr., Turizm Fakültesi,
Antalya Bilim Üniversitesi, Antalya

## Öz

**Amaç:** Günümüzde hızlı gelişen teknoloji tüm sektörleri olduğu gibi, turizm ve ağırlama sektörünü de yoğun şekilde etkilemekte ve dönüştürmektedir. Yapay zeka, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, chatbot, mobil uygulamalar vb. dijital sistemler giderek daha fazla kullanıcı tarafından tercih edilmekte ve yaşantımıza yoğun bir şekilde entegre olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, turist rehberliği gibi birebir iletişimi gerektiren bir alanda teknolojinin etkisi ve bu etkileşimin hangi alt boyutlar ile ele alındığının ortaya konulmasıdır.

**Yöntem:** Bu çalışma kapsamında turist rehberliği ve teknoloji konusu ele alınmış ve Web of Science üzerinden bu alanda yapılan araştırmalar incelenmiştir. Elde edilen veri seti Vosviewer programı ile analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Turist rehberliği ve teknoloji alanında Web of Science'da toplam 41 yayın olduğu, bu yayınların 2003 yılından itibaren başladığı ve 39 tanesinin İngilizce dilinde yazıldığı görülmektedir. Yapılan araştırmalar ağırlıklı olarak Çin'deki araştırmacılar tarafından yapılmıştır. Veri seti vosviewer programı kullanılarak analiz edilmiş ve ilgili analizler gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma kapsamında bibliyometrik bir analiz yapılarak 41 çalışmanın içeriği incelenmiş ve araştırmaların odaklandıkları alanlar belirlenmiştir. Çalışmada 41 yayının odaklandıkları konular ve odaklanılan anahtar kelimeler özetlenmiştir. Özellikle artırılmış gerçeklik uygulamaları, akıllı tur sistemleri ve mobil rehberlik platformları, turist deneyimini daha etkileşimli ve kişiselleştirilmiş hale getirdiği ve giderek daha fazla araştırmaya konu olduğu görülmektedir

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Turizm sektöründe yaşanan dijital dönüşüm, turist rehberliği mesleğinin yapısını, işleyişini ve rehber–turist etkileşimini önemli ölçüde değiştirmektedir. Ne var ki, yapılan bu araştırmalar arasında, az miktarda çalışma turist memnuniyeti ile ilgilenmiştir, ayrıca bu alandaki araştırmaların turist rehberi teknoloji yetkinliğine yönelmediği görülmektedir. Bununla birlikte, teknolojinin yaygınlaşması rehberlerin dijital yetkinliklerini geliştirmelerini zorunlu kılmakta ve mesleğin geleceği açısından yeni beceriler gerektirmektedir. Ayrıca, kullanılan teknolojilerin turist memnuniyetini nasıl etkilediği de önemli bir araştırma alanıdır. Sonuç olarak, turist rehberliği mesleğinin sürdürülebilirliği için teknolojinin tehdit değil, tamamlayıcı bir unsur olarak ele alınması ve rehberlerin dijital dönüşüme uyum sağlayacak şekilde eğitilmesi ve teknoloji araçlarını daha fazla kullanır hale gelmeleri önem arz etmektedir. Bundan sonraki araştırmaların uygulanan teknoloji araçlarının turist deneyimi üzerindeki etkisini, turist memnuniyet düzeyini, turist öğrenme düzeyini ya da turist teknoloji etkileşimi gibi konuları araştırması önerilebilinir. Elde edilen sonuçların, gelecekteki araştırmalara yön vermesi ve yeni araştırma fikirleri önermesi beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Teknoloji, Bibliyometrik Analiz, Turizm.

# Kültür Turu Yoksa Rehbere Gerek Yok Mu?

Aziz Mert Sayan[1], Dilara Eylül Koç[2], Nursel Özkır[3] ve Canan Tanrısever[4]

[1]Arş.Gör., [2]Dr. Öğr. Üyesi., [3]Yüksek Lisans Öğrencisi., [4]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu

## Öz

**Amaç:** Sağlık turizminin ivme kazanmasıyla birlikte profesyonel turist rehberlerinin geleneksel sorumlulukları köklü bir dönüşüm geçirmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, sağlık turizmi operasyonlarında profesyonel turist rehberlerinin değişen rollerini ve bu alandaki uzmanlaşma ihtiyacını İstanbul'daki sağlık turizmi acentalarının perspektifinden değerlendirmektir. Geleneksel kültür turlarının ötesine geçen bu yeni süreçte karşılaşılan operasyonel, iletişimsel ve kültürel problemlerin tespit edilmesi ve bu süreçlerin hasta deneyimine olan etkisinin incelenmesi, araştırmanın odaklandığı temel problemi oluşturmaktadır.

**Yöntem:** Nitel araştırma yöntemlerinin benimsendiği bu çalışmada, katılımcıların deneyim ve algılarını anlamlandırmayı temel alan fenomenolojik desen kullanılmıştır. Araştırmanın temel verileri, amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenen ve İstanbul'da faaliyet gösteren sektör temsilcileriyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla elde edilmektedir. Araştırmada kullanılan görüşme formuyla; acentaların hasta deneyimini yönetme biçimleri, rehber istihdamının kurumsal yansımaları, rehber eksikliğinin yarattığı temel sorunlar ve bir sağlık turizmi rehberinde bulunması gereken yetkinlikler derinlemesine incelenmektedir.

**Bulgular:** Görüşmelerden elde edilecek verilerin tematik analizi sonucunda; profesyonel turist rehberlerinin medikal süreçlerde salt çevirmen veya lojistik destek elemanı olmaktan ziyade, kültürlerarası iletişimi yöneten, hastanın hassas psikolojik süreçlerini idare edebilen ve kriz anlarında güven tesis eden kilit aktörler olarak konumlandırılmasına yönelik güçlü sektörel bulgulara ulaşılması öngörülmektedir. Ayrıca, bu alanda istihdam edilecek rehberler için eğitim alanlarının ve uygulanma sürecinin belirlendiği, medikal etik ve hasta psikolojisi gibi spesifik konuları kapsayan yapılandırılmış bir sertifikasyon programının elzem olduğu sonucuna varılması beklenmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, standart kültür turlarından bütünüyle farklılaşan sağlık turizmi süreçleri için turist rehberliği mesleğinde yeni bir uzmanlaşma alanının potansiyelini değerlendirerek ve bu alanın akademik ile pratik sınırlarını çizerek literatüre kavramsal bir katkı sunmaktadır. Elde edilen somut çıktıların, sağlık turizmi acentalarının sürdürülebilir hizmet kalitesini artıracak stratejik adımlara zemin oluşturması ve uluslararası pazardaki rekabet gücünü doğrudan desteklemesi hedeflenmektedir. Ek olarak, turist rehberliği mevzuatında yapılabilecek olası yasal düzenlemelere ışık tutması ve akademi-sektör iş birliğine dayalı yeni uzmanlık müfredatı modellerinin geliştirilmesine önayak olması çalışmanın en önemli bilimsel katkıları arasındadır.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık Turizmi, Turist Rehberliği, Fenomenoloji, Mesleki Uzmanlaşma.

# Yeni Bir Uzmanlık Alanı Olarak Medikal Turizm Rehberliği

Mebrure Boydemir Bilim[1] ve Yasin Bilim[2]

[1]Öğr. Gör., Kadınhanı Faik İçil Meslek Yüksekokulu,
Selçuk Üniversitesi, Konya

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmada, özel bir alan olarak medikal turizm hareketlerinde rehberlere olan ihtiyaç ve bu yönde rehberlerin sahip olması gereken nitelikler tartışılmıştır. Sonuçlar itibariyle çalışma, turist rehberleri için yeni ve gelişmekte olan bir alana yönelik değerlendirme ve öneriler sunmayı hedeflemektedir.

**Yöntem:** Teorik bir çerçevede hazırlanan çalışma, derleme niteliğinde olup, ikincil verilere dayandırılarak oluşturulmuştur. Turist rehberliği alan uzmanlığı alanındaki çalışmalar ve medikal turizm ile ilgili çalışmalar incelenecek ve teorik kurguya göre tartışma yapılacaktır.

**Bulgular:** Medikal turistlerin, tedavi dışında gittikleri yerlerle ilgili kültürel ve turistik deneyimler elde etme istekleri de bulunmaktadır. Turist rehberleri tarafında ise giderek özel uzmanlık alanlarının ortaya çıktığı görülmektedir. Gastronomi turları, av turizmi, eko-turizm gibi özel alanlarda rehberlerin de giderek uzmanlaşmaya başlamaktadır. Özellikle, medikal turizm konusunun teknik yönleri başta olmak üzere, turist rehberlerinin sağlık konusunda bilgilendirilmesi, yabancı dil ihtiyaçları ve özel seyahat gereksinimleri konusunda öneriler sunulmuştur.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Medikal turistlerin bir kısmının ayakta tedavi almaları, kendileri dışında aileleri ile birlikte seyahat etmeleri, tedavi sonrası sağlıklı gezebilme imkanları ve yabancı dil ile ilgili bazı ihtiyaçlarının olması turistik seyahatler ve turist rehberi ihtiyacı açısından değerlendirilmesi gereken bir konu olmuştur. Çalışma turist rehberleri için alternatif bir çalışma alanı sunmasından dolayı sektöre yönelik niteliktedir. Ayrıca geleceğe dair turist rehberliği eğitimi alan öğrenciler için de farklı bir uzmanlık alanını işaret etmektedir. Bilimsel olarak, çok fazla çalışma yapılmamış olması özgünlüğü artırırken, alan araştırması ile desteklenecek çalışmalar daha özgün bilimsel çıktılar sunacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Medikal turizm, turist rehberi, sağlık, alan uzmanlığı.

# Turist Rehber Adaylarının Kariyer Kararlılığının Kişilik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması: Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde Bir Uygulama

Ali Kabakulak[1] ve Gönül Karadere[2]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın temel amacı turist rehber adaylarının kariyer kararlılıklarının kişilik özelliklerine göre karşılaştırılmasıdır.

**Yöntem:** Bu araştırmada evrenin tamamına ulaşılabileceğinden tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Rehberliği bölümünde okuyan 193 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada nicel veri toplama yöntemlerinden anket tekniğinden yararlanılmış olup, öğrencilerin anketlere vermiş oldukları cevaplar yüzde, frekans, aritmetik ortalama değerleri, güvenilirlik ve korelasyon analizleri ile çözümlenmiştir. Araştırmanın verileri Google anket formu ile çevrim içi ortamda 16 Şubat – 20 Mart 2026 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırma verileri SPSS paket programıyla analiz edilmiş ve bulgular yorumlanmıştır.

**Bulgular:** Araştırmada turist rehber adaylarının (öğrencilerin) kariyer kararlılığı orta düzeyin biraz üzerinde çıkmıştır. Beş Faktör Kişilik Özellikleri bağlamında elde edilen sonuçlarda öğrencilerin en çok sorumluluk ve (yaşantıya) açıklık kişilik özelliklerini gösterdiği en az ise nevrotiklik (duygusal denge/dengesizlik) kişilik özelliği gösterdikleri ortaya çıkmıştır. Yapılan korelasyon analizi sonucunda sırasıyla öğrencilerin kariyer kararlılığı ile sorumluluk ve (yaşantıya) açıklık kişilik özellikleri ile anlamlı, pozitif ve diğer kişilik özelliklerine göre daha yüksek düzeyde ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin kariyer kararlılığı ile nevrotiklik kişilik özelliği arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Öğrencilerin, turist rehberliği mesleğinde kariyer kararlılıklarında öne çıkan bariyerlerin neler olduğuna dair bir farkındalık oluşturması, öğrencilerin mesleğe uygunluğunun kişilik özellikleri bağlamında değerlendirilmesi ve turist rehberliği mesleğine ve turizm sektörüne kalifiye, sorumluluk sahibi öğrencilerin yönlendirilmesine katkı sunan bir çalışma olması, aynı zamanda kişilik özelliklerinin de dinamik bir yapıya sahip olması nedeniyle öğrencilerin kişilik özelliklerindeki değişimin takip edilmesi ve öğrencilerin geleceklerini ifade eden kariyerlerini doğru yönlendirmede farkındalık sağlaması; bununla birlikte, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği bölümünde okuyan öğrencilerin turist rehberliği mesleğini gelecekte yapıp yapmamaları konusunda Turizm Rehberliği Bölüm Başkanlığına önemli bir geri bildirim sunması nedeniyle bu araştırma önemli bir çalışmadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kariyer Kararlılığı, Beş Faktör Kişilik Özellikleri, Turizm Rehberliği, Turist Rehber Adayları, Afyon Kocatepe Üniversitesi.

# Ulusal Turist Rehberliği Kongrelerinin Bibliyometrik Açıdan Değerlendirilmesi

Okay Coşkun

Arş. Gör., Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,
Yaşar Üniversitesi, İzmir

## Öz

Son altı kongrede sunulan toplam 257 bildiri ve 500 yazar üzerinden gerçekleştirilen bu çalışma Ulusal Turist Rehberliği Kongrelerinde (UTRK) üretilen akademik bilginin yapısını, eğilimlerini ve gelişim yönünü sistematik bir şekilde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın yazar iş birliği, yöntem tercihleri, unvan istatistikleri, kurumsal yoğunlaşmayı ve araştırma konusu eğilimleri ile birlikte analiz ederek UTRK'nın mevcut durumuna bütüncül bir perspektif sunması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca literatürde UTRK özelinde yapılan herhangi bibliyometrik analiz çalışmasına rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışma söz konusu boşluğu doldurma potansiyeline sahiptir.

Öncelikle yazar sayısına ilişkin bulgular UTRK'larda işbirlikçi araştırma kültürünün baskın olduğunu göstermektedir. İki yazarlı çalışmaların %48,25 ile en yüksek oranı oluşturması alanın büyük ölçüde ortak üretime dayandığını ortaya koymaktadır. Bunu %25,68 ile tek yazarlı ve %24,12 ile üç yazarlı çalışmalar takip etmektedir. Dört ve beş yazarlı çalışmaların düşük oranlarda kalması (%1,17 ve %0,78) geniş araştırma ekiplerinden ziyade küçük ölçekli akademik iş birliklerinin tercih edildiğini göstermektedir. Öte yandan çalışmaların farklı unvanlardaki araştırmacılar tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. En yüksek payın %17,7 ile Dr. Öğr. Üyelerine ait olması erken ve orta unvan akademisyenlerin alanda oldukça aktif olduğunu göstermektedir. Doç. Dr. (%15,9) ve Prof. Dr. (%13,5) oranları ise kıdemli akademisyenlerin de kongrelere önemli katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte Arş. Gör. (%12,1) ve lisansüstü öğrencilerin (YL %10,5; doktora %2) toplamda kayda değer bir oran oluşturması kongrenin akademik yetişme süreciyle güçlü bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir. %20,7'lik diğer kategorisi ise sektör temsilcileri, lisans öğrenciler ve farklı disiplinlerden katkıların varlığına işaret ederek kongrelerin disiplinlerarası niteliğini desteklemektedir.

Bildirilerin çoğunluğunda (%53,2) nitel araştırma yöntemlerinin benimsendiği görülmektedir. Bu durum turizm rehberliği alanının doğası gereği deneyim, algı ve yorum odaklı bir araştırma eğilimine sahip olduğunu göstermektedir. Nicel çalışmaların %25 düzeyinde kalması ölçülebilir veri üretiminin sınırlı ancak önemli bir yer tuttuğunu ortaya koymaktadır. Derleme çalışmaların %20,6 oranda olması kongrelerde ikincil verilerin de kullanıldığını göstermektedir. Buna karşın karma yöntemlerin %1,2 oranında olması metodolojik çeşitliliğin artırılması gerektiğine işaret etmektedir. Kurumsal dağılıma bakıldığında Balıkesir Üniversitesi'nin (43 yazar) en yüksek temsil oranına sahip olduğu görülmektedir. Onu Pamukkale Üniversitesi (34), Mersin Üniversitesi (31), Afyon Kocatepe Üniversitesi (30) ve Aydın Adnan Menderes Üniversitesi (29) takip etmektedir. Bu bulgu UTRK'nın belli akademik merkezlerde yoğunlaştığını ve çalışmaların bu kurumlar etrafında kümelendiğini ve bu üniversitelerin turizm rehberliği alanındaki akademik altyapılarının güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar kelimeler üzerinden yapılan tematik analiz kongre konularının turist/turizm rehberliği, turist/turizm rehberliği eğitimi, deneyim ve davranış, dijitalleşme ve teknoloji, kültürel miras ile alternatif turizm türleri etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. Bildirilerin başlangıçta rehberlerin davranışsal özellikleri ve turist deneyimine odaklandığı, zamanla eğitim ve mesleki süreçlere yöneldiği görülmektedir. Pandemiyle birlikte dijitalleşme ve kriz yönetimi temaları öne

çıkmıştır. Sonrasında konuların eğitim, meslek, teknoloji ve diğer konuları ele alan kapsamlı ve çeşitli araştırma yapısına evrildiği görülmektedir.
Sonuç olarak UTRK'ların iş birliğine açık, orta ölçekli akademik üretimlere dayanan, araştırma konuları evrilen, nitel ağırlıklı bir yapıda olduğu görülmektedir. Ayrıca gelecekte karma yöntemlerin artırılmasının ve daha büyük araştırma ekiplerinin teşvik edilmesinin kongrelerin bibliyometrik gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gelecek araştırmalarda turist rehberliği alanında dijitalleşme, eğitim ve mesleki gelişimin, değişen turist davranışları ve teknoloji entegrasyonu çerçevesinde daha bütüncül ele alınması önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Ulusal Turist Rehberliği Kongreleri, Turizm Rehberliği, Bibliyometrik Analiz, Tematik Analiz, Metodolojik Eğilimler.

# Turist Rehberliği Pratiğinin Yerel Turlarda Dönüşümü: Erik Dalı Rehberliği

Saim Aslan

Arş. Gör. Dr., Turizm Fakültesi,
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Ülkemizde 2015 ve 2016 yıllarındaki turist sayıları ve elde edilen gelirlerdeki dramatik düşüşlerin ardından, Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, ülkemizdeki seyahat acentaları ve konaklama sektörü yaşanan bu krizlerin etkilerini bertaraf etmek adına yerel pazara yönelim stratejisi geliştirmiş ve neticesinde yerel turlarda artışlar olmuştur (HürriyetDailyNews, 2016; Turizm Ajansı, 2017). Söz konusu artışların sonrasında turist rehberliği bağlamında özellikle yerli kültür turlarında farklı pratiklerin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Turizm sektörü için çok önemli bir iş kolunu oluşturan turist rehberlerinin "ülke ve kültür elçisi, bilgi aktarıcısı, mentor ya da danışman" gibi rollerinin olduğunu ve aynı zamanda bu tür rollerin artık değişmeye ve dönüşmeye başladığını yapılan çalışmalardan görmekteyiz (Ren, Wong, Ma, & Feng, 2024: 56). Bu araştırma Türkiye'deki yerel turlarda ortaya çıkan rehberlik pratiklerini keşfetme amacı taşır. Araştırma, Türkiye'deki yerli kültür turlarında rehberlik pratiği bağlamında değişen rolleri ve çalışma pratiklerini, Schatzki'nin "pratik teorisi" bağlamında inceleyecektir. Pratik teorisi amaçlar, normlar/değerler ve duygulanımlar yanında maddesel düzenlemeleri de bir bütün içerisinde ele almamızı mümkün kılar (Schatzki, 2005; 2010; 2012). Bu yönüyle bir turist rehberinin müşterilere gezilip görülecek yerlerde nasıl hareket etmeleri gerektiğinden, doğru yerde doğru bilgiyi aktarmasına, onları türlü ihtiyaçlar için yönlendirmesine, soru ve sorunlarını çözmeye ve rehber-şoför ilişkisine kadar bir dizi hizmet etkileşiminin nasıl oluştuğunun yanında, bu tür hizmetleri sağlarken kullandığı maddi düzenlemeler (otobüs mikrofonu, ses sistemleri, bireysel yönlendirme tabelası, giydiği kıyafet vb.) aracılığıyla ele alabilmemizi sağlar.

**Yöntem:** Araştırmanın amacı çerçevesinde yerel turlarda rehberlik yapmış 12 turist rehberi, yerel turlar düzenlemiş 2 seyahat acentası yöneticisi ve yerel rehberli tura katılmış 2 müşteri ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla veriler elde edilmiştir. Yapılan görüşmeler word formatına aktarılmış ve N-vivo 10 programı yardımıyla kodlanmıştır.

**Bulgular:** Çalışmada rehberliği yapılan grupların ve kişilerin özellikle kültürel ve sosyo-ekonomik seviyelerinin rehberin bilgi aktarıcı yönünü ve pratiğini etkilediği bulgulanmıştır. Yerel turlara katılan kişilerin özellikle rehberli turlardaki davranışlar konusundaki eksikliklerinin ve beklentilerinin rehberlik pratiğine yansıdığı ortaya çıkmıştır. Yerel gruplar için rehberlerden bilgi-kültür aktarımından ziyade, turu özellikle "eğlenceli" bir sürece dönüştürmesi beklenmektedir. Acentalar, müşterilerin özellikle az bilgi-çok eğlence bağlamlı beklentilerini göz önünde bulundurup, turist rehberlerinin pratiklerine etki edebilecek taleplerde bulunmaktadırlar. Turist rehberlerince bu tür talepler motivasyonlarını ve meslek imajlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Öte yandan turist rehberleri yerel turlarda daha az bilgi aktarma, müşteriler ile daha az ilgilenme, rehberliği yapılan turist grubuna daha fazla boş zaman vererek turda zaman geçirme gibi pratikleri de sergilemektedirler. Söz konusu pratikler, Erik Dalı Rehberliği olarak tanımlayacağımız rehberlik pratiklerinin özünü oluşturmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Turist rehberlerinin çalışma pratiklerinde son dönemde ortaya çıkan dönüşümler ele alınmış olsa da özellikle Türkiye'deki yerel turlarda nasıl dönüşümler yaşadığı ile ilgili çalışmalar sınırlıdır ve çalışma bu sınırlı alana katkı sunacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberliği, erik dalı, pratik teorisi, yerel turlar, boş zaman.

# Yahudi Kültürel Mirasının Aktarımında Turist Rehberlerinin Rolleri Ve Sinagog Turizmi

İrem Necipoğlu[1]

[1]Lisans Öğrencisi, Turizm Fakültesi,
Karabük Üniversitesi, Karabük

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, Türkiye'de gerçekleştirilen Yahudi kültürel mirası ve sinagog turizmine yönelik turist profilini analiz etmeyi, söz konusu turların tercih edilme motivasyonlarını ortaya koymayı, düzenlenen turlarda etkin bir faktör olarak yer alan turist rehberlerinin kültürel mirasın turistlere aktarılması sürecindeki rollerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma ayrıca inanç turizminin alt dalı olan bu alanda faaliyet göstermek isteyen turist rehberleri için kişisel gelişim ve uzmanlık geliştirilmesine yönelik öneriler sunarak uygulamaya katkı sağlamayı hedeflemektedir.

**Yöntem:** Bu araştırmada nitel araştırma desenlerinden betimsel analiz modeli kullanılmıştır. Bu doğrultuda veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Kartopu örnekleme yöntemi ile seçilen 9 katılımcı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek veriler toplanmıştır. İl dışında bulunan katılımcılar ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilemeyen durumlarda veri toplama süreci görüntülü, sesli ve yazılı iletişim araçları aracılığıyla sürdürülmüştür. Bu kapsamda 9 turist rehberi ile Nisan 2025- Nisan 2026 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 9 adet soru sorulmuş ve elde edilen veriler MAXQDA programı kullanılarak içerik analizine tabi tutulmuştur.

**Bulgular:** Araştırma, turistlerin Yahudi kültürel mirasına yönelik ziyaretlerinde satın alma motivasyonlarının "diaspora" ve "dini motivasyon" olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda turist profilinin Yahudi ziyaretçilerden oluştuğu belirlenmektedir. Farklı inanç gruplarına mensup turist profilinin ise "kültürel merak" çerçevesinde şekillendiği saptanmaktadır. Turist rehberlerinin görev ve sorumlulukları "tarafsız ve doğru bilgi aktarmak", "dini hassasiyetleri korumak", "güven oluşturmak" ve "operasyonel sorumluluk" olarak öne çıkmaktadır. Turist rehberinin anlatımını geliştiren metotlar arasında "dini benzerlikler", "destekleyici içerik", "müze kullanımı", "kronolojik Yahudi göç tarihi" ve "hikayeleştirmek" yer almaktadır. Ayrıca araştırma, sinagog turizmine yönelik talebi olumsuz etkileyen en temel unsurların "güvenlik", "savaş" ve "politik faktörler" olduğunu ortaya koymaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu araştırma, uluslararası akademik literatürde yerleşik bir çerçeveye sahip olan "Yahudi turizmi" kavramını ele alarak ulusal literatüre entegre etmeyi hedeflemektedir. Çalışma, Yahudi kültürel mirası ve sinagog turizmini turist rehberlerinin rolleri kapsamında ele alarak, uluslararası literatürde de incelenmemiş olması nedeniyle araştırmanın özgünlüğünü göstermektedir. Bu bağlamda araştırma önemli bir boşluğu gidererek literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir. Ayrıca uygulamaya yönelik olarak uzmanlaşmak isteyen turist rehberleri için yol gösterici bir çerçeve oluşturmayı amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Yahudi, Kültürel Miras, Sinagog, Turizm, Turist Rehberi.

# Karadeniz'in Yeşil Mirası: Çay Turizmi Alanında Turist Rehberliği Uzmanlaşma Programı Önerisi

Hatice Nur Kesimal[1] ve Özlem Köroğlu[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi., Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

## Öz

**Amaç:** Dünya genelinde çay içme alışkanlıkları ve kültürü, sürdürülebilir turizm kapsamında yeni bir alan olarak görülmektedir. Türkiye'de Rize, Trabzon ve Artvin gibi yörelerde hem doğal güzellik hem de yöre halkının geçim kaynağı olması açısından çay önemli bir konuma sahiptir. Bu çalışmada, turist rehberliği mesleğinde çay turizmi alanında uzmanlaşma programı önerisi sunulmaktadır. Ayrıca çalışma, çay turizmi alanında uzmanlaşma programına neden ihtiyaç olduğunu ortaya koyup ilgili paydaşlara öneri sunmayı amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Çalışma kapsamında çay turizmi ve turist rehberliğinde uzmanlaşma ile ilgili çalışmalar incelenmiş olup bu alana yönelik program önerisi sunulmaktadır.

**Bulgular:** Çay turizmi, çayı hem üreten hem de tüketen ülkelerin kimliğini koruması bakımından önem arz eden çay tarımının yapıldığı alanlara yönelik gerçekleştirilen turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır. Çayın tarihi, gelenekleri ile tüketim gelenek ve alışkanlıklarının deneyimlenmesi motivasyonuyla gerçekleşen bu turizm çeşidi, Türkiye'de de önemli bir potansiyel turizm çeşididir. Türkiye'de tam anlamıyla faaliyet gösteremese de Türk çayı, çay kültürü, çay tarım alanlarının tanıtılması gibi faaliyetler deneyim odaklı bir alternatif turizm çeşidi sunmaktadır. Bu alternatif turizm çeşidinin sürdürülebilirliğinin desteklenmesinin ve bu alanda derin bilgiye sahip uzman rehberlerin yetiştirilmesinin hem ülke çay turizmine hem de yöre halkının turizm faaliyetlerine katılımını sağlaması beklenmektedir. Çalışmada rehberlerin çay turizminde uzmanlaşma bağlamında ihtiyaç duyacağı kavramlar (çay, çay turizmi, çaylık vb.) tanımlanmış, bu kapsamda 2 gün teorik 3 gün uygulamalı olmak üzere 5 günlük uzmanlaşma programı önerisi sunulmuştur.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Çalışmada, bölgede turist rehberliği hizmeti sunan rehberlerin çay turizmine yönelik hem teorik hem de saha bilgi ve becerilerinin derinleştirilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca çalışmanın sürdürülebilir turizm kapsamında bölgenin kalkınması açısından önem arz ettiği ve turist rehberliğinde uzmanlaşma bağlamında faaliyet gösteren paydaşların çalışmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Çay, Çay Turizmi, Turist Rehberliği, Uzmanlaşma Program Önerisi.

# 700. Vefat Yılında Şeyh Edebali'nin Rehberlik Anlatılarında Kolektif Kimlik İnşasına Katkısı

Çağrı Erdoğan[1]

[1]Doç. Dr., Uygulamalı Bilimler Fakültesi,
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik

## Öz

**Amaç:** Bir kültürel miras unsuru olarak Şeyh Edebali'nin rehberlik anlatıları vasıtasıyla kolektif kimlik inşa sürecine sağlayabileceği katkıların incelenmesi ve genel anlamda tarihî figürlerin bu yönüyle arz ettiği potansiyel için bir tartışma zemini oluşturulması çalışmanın temel amacını ifade etmektedir.

**Yöntem:** Tasarlanan nitel araştırma doğrultusunda inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik ölçütlerinin gözetilmesi suretiyle keşfedici bir yaklaşım benimsenmiştir. Araştırmanın amacına hizmet etmekle birlikte güvenilirliğinden emin olunması yönünde özen gösterilen, ağırlıklı olarak tarih ve turizm alanındaki Türkçe ve İngilizce dilindeki ilgili makale ve kitaplardan müteşekkil kaynaklar doküman analizine tabi tutulmuştur.

**Bulgular:** Şeyh Edebali'nin, etki alanının destinasyon sınırlarını aşan niteliği ve taşıdığı tarihsel ve kültürel bağlantılar doğrultusunda rehberlik anlatılarında, kolektif kimlik inşasını destekleyen dikkate değer bir anlatı kaynağı olarak değerlendirilebileceği ortaya konulmuştur. Bununla birlikte ilgili turizm ürünlerinin ve genel olarak destinasyonun daha anlam yüklü bir yapı kazanmasına katkı verilebileceği not edilmiştir. Dolayısıyla ziyaretçi deneyiminin derinleştirilmesinin ve bu deneyimin kültürleme sürecine katkı sağlayan özelliğine kuvvet kazandırılmasının mümkün olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca toplumların geçmişinde belirgin izler bırakmış olan tarihî şahsiyetlerin rehberlik anlatılarında bu açıdan arz ettiği potansiyel değere işaret edilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Toplum tarafından tarihsel süreçte oluşturulan, bununla birlikte yaşanılan coğrafya ve kurulan etkileşim doğrultusunda miras alınan kültürel varlıklar, kolektif kimliğin ağırlıklı bir yönüne kaynak sağlamaktadır. Üstlendikleri belirleyici roller, ortaya koydukları anlamlı katkılar ve temsil ettikleri kıymetli değerler aracılığıyla kolektif kimliğin şekillenmesinde pay sahibi olan önemli unsurlardan biri de tarihî şahsiyetler olmaktadır. Bu doğrultuda vefatının 700. yılı vesilesiyle, Şeyh Edebali'yi söz konusu çerçevede rehberlik anlatıları kapsamında ele alan bu çalışmanın, literatürde dolduracağı belirgin boşluğa istinaden bilimsel katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca turizm deneyiminin kolektif kimlik inşasında oynadığı rolün, rehberlik anlatılarında yer verilen tarihî şahsiyetler vasıtasıyla güçlendirilebileceği çerçevesinde oluşturulan tartışma zemini, çalışmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel miras, turist rehberliği, kolektif kimlik, kültürleme, Şeyh Edebali.

# Kırsalda Modern Sanat Deneyimi: Baksı Müzesi Örneği

Nebiye Aşkar[1], Taner Dalgın[2] ve Büşra Uzun[3]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Yenilikçilik ve Girişimcilik Anabilim Dalı
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[2]Doç. Dr., Muğla Meslek Yüksekokulu
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[3]Öğr. Gör., Muğla Meslek Yüksekokulu
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, kırsal bir bölgede konumlanan Baksı Müzesi'nin ziyaretçilere sunduğu deneyim boyutlarını ortaya koymak ve müze deneyiminin hangi unsurlar etrafında şekillendiğini belirlemektir. Çalışma, kırsal alanlarda yer alan kültür ve sanat kurumlarının yalnızca eser sergileyen mekânlar olmanın ötesinde, ziyaretçilere çok boyutlu deneyimler sunup sunmadığı problemine odaklanmaktadır. Bu bağlamda araştırma, Baksı Müzesi örneği üzerinden kırsalda modern sanat deneyiminin nasıl algılandığını ve ziyaretçi deneyiminin hangi bileşenlerden oluştuğunu incelemeyi amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve veri toplama yöntemi olarak netnografi kullanılmıştır. Netnografi, çevrim içi ortamlarda kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin sistematik olarak analiz edilmesine olanak sağlayan bir yöntemdir. Bu kapsamda araştırma verileri, Google Maps platformunda yer alan Baksı Müzesi ziyaretçi yorumlarından elde edilmiştir. Veri toplama sürecinde toplam 572 yorum incelenmiş, bu yorumlar arasından "deneyim" ifadesini içeren ve araştırma amacına uygun olan 102 yorum analiz kapsamına alınmıştır. Verilerin analizinde odaklanmış tematik analiz yöntemi kullanılmış; elde edilen veriler sanatsal deneyim, estetik deneyim, kültürel deneyim, doğa deneyimi ve öğrenme deneyimi olmak üzere beş ana tema altında sınıflandırılmıştır. Her bir tema kapsamında frekans dağılımları belirlenmiş ve temsil gücü yüksek örnek ifadeler değerlendirilmiştir.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, Baksı Müzesi'nde ziyaretçi deneyiminin çok boyutlu ve bütüncül bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Sanatsal deneyim (%23,5) en yüksek frekansa sahip tema olarak öne çıkarken, estetik (%20,6), kültürel (%19,6), doğa (%18,6) ve öğrenme deneyimi (%17,7) temalarının birbirine oldukça yakın oranlarda dağıldığı belirlenmiştir. Bu durum, müzenin ziyaretçiler tarafından yalnızca sanat eserlerinin sergilendiği bir mekân olarak değil; aynı zamanda estetik, kültürel, doğal ve öğretici unsurların bir araya geldiği bütüncül bir deneyim alanı olarak algılandığını göstermektedir. Ziyaretçi yorumları, müzenin kırsal bağlamda modern sanatı sunma biçiminin dikkat çekici bulunduğunu, mimari yapı ile doğal çevre arasındaki uyumun estetik deneyimi güçlendirdiğini ve yerel kültürün görünür kılınmasının önemli bir değer olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Ayrıca müzenin doğal konumu, ziyaretçi deneyiminin ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirilirken; atölye çalışmaları ve bilgilendirici içerikler öğrenme deneyimini destekleyen önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, Baksı Müzesi'ni ziyaretçi deneyimi perspektifinden ele alarak literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Mevcut çalışmaların büyük ölçüde müzenin ekonomik, kültürel ve bölgesel katkılarına odaklandığı görülürken, bu araştırma müze deneyimini çok boyutlu bir yaklaşımla incelemektedir. Bu yönüyle çalışma, kırsal alanlarda yer alan müzelerin deneyim odaklı tasarımına yönelik önemli çıkarımlar sunmaktadır. Ayrıca araştırma, netnografinin müze ve turizm alanındaki deneyim çalışmalarında etkili bir yöntem olduğunu ortaya koyarak hem teorik literatüre hem de uygulamaya yönelik katkı sağlamaktadır.

Elde edilen bulgular, kırsal alanlarda faaliyet gösteren kültür kurumlarının ziyaretçi deneyimini zenginleştirecek stratejiler geliştirmesine de rehberlik edebilecek niteliktedir.

**Anahtar Kelimeler:** Baksı Müzesi, Deneyim, Modern sanat, Kırsal kalkınma.

# Edebiyat Turizmi ve Yazar-Mekân Özdeşliği: Turist Rehberleri Eşliğinde Deneyim Tasarımı ve Edebî Rotalar

Zeynep Yamaç Erdoğan[1]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi,
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik

## Öz

**Amaç:** Çalışma, Türkiye'de yazar-mekân özdeşliği ekseninde mevcut edebiyat turizmi rotalarını değerlendirmeyi, yeni edebiyat turizmi rotalarının geliştirilme potansiyelini belirlemeyi ve turist rehberlerinin bu alanda uzmanlaşma yoluyla destinasyon deneyimini nasıl derinleştirerek anlamlı, özgün ve etkileşimli bir yapıya dönüştürebileceğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Çalışmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve veri toplama yöntemi olarak doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda Türkiye'de edebiyat turizmi kapsamında öne çıkan destinasyonlar, yazar-mekân ilişkisi üzerinden literatür, resmî turizm kaynakları ve seyahat platformlarında yer alan içerikler incelenerek analiz edilmiştir. Araştırmada veri kaynakları ve analiz süreci açık biçimde sunularak şeffaflık sağlanmış; farklı veri kaynaklarının karşılaştırılmasıyla inandırıcılık artırılmış, bulguların ayrıntılı betimlenmesiyle aktarılabilirlik desteklenmiş; sürecin sistematik biçimde yürütülmesiyle tutarlılık sağlanmış ve veriye dayalı yorumlama ile doğrulanabilirlik güçlendirilmiştir.

**Bulgular:** Türkiye'de edebiyat turizminin büyük ölçüde yazar-mekân özdeşliği üzerinden şekillendiği görülmektedir. Bu bağlamda Bodrum-Halikarnas Balıkçısı, Datça-Can Yücel, Diyarbakır-Cahit Sıtkı Tarancı, İstanbul-Ahmet Hamdi Tanpınar, Ankara-Yakup Kadri Karaosmanoğlu gibi çeşitli eşleşmeler ön plana çıkmaktadır. Ancak bu özdeşleşmeler, sistematik ve tematik rota oluşturma açısından yeterince yapılandırılmış değildir. Bu doğrultuda, mevcut rotaların geliştirilerek etkili biçimde tanıtılması ve alternatif yeni rotaların edebî eserlerin mekânsal yansımaları, anlatı bütünlüğü ve deneyim odaklılık ilkeleri gözetilerek kurgulanması önem taşımaktadır. Bulgular, Çukurova'nın Orhan Kemal ve Yaşar Kemal'in eserleriyle özdeşleşmesine dayalı bir rota ile İstanbul'da Halide Edip Adıvar'ın *Mor Salkımlı Ev* ve *Sinekli Bakkal* eserleriyle ilişkilenen mekânlar, Ahmet Hamdi Tanpınar'ın *Beş Şehir* eserinde yer verdiği mekânlar, Orhan Pamuk'un Cihangir ve Masumiyet Müzesi odağında şekillenen alanlar, Yahya Kemal Beyatlı ile ilişkilendirilen Üsküdar, Reşat Nuri Güntekin ile ilişkilendirilen Büyükada ve Hüseyin Rahmi Gürpınar ile ilişkilendirilen Heybeliada etrafında kurgulanacak tematik bütünlüğe sahip edebiyat rotalarının geliştirilmesinin önemli bir potansiyel sunduğunu göstermektedir. Ayrıca, turist rehberlerinin edebiyat turizmi alanında uzmanlaşarak anlatı temelli aktarım, yazar-mekân-metin ilişkisinin kurulması ve deneyim tasarımı yoluyla edebiyat rotalarına yönelik niş turları daha anlamlı, kapsamlı ve nitelikli hâle getirme potansiyeline sahip olduğu anlaşılmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışmanın özgün yönü, edebiyat turizmini yazar-mekân özdeşliği çerçevesinde alternatif rota önerme perspektifiyle ele alması ve edebiyat turizmi çalışmalarında sınırlı biçimde ele alınan turist rehberlerinin rolünü deneyim tasarımı üzerindeki etkisiyle birlikte değerlendirmesidir. Bununla birlikte edebiyat turizminin sadece bir destinasyon ziyareti olmadığı, deneyim, anlatı ve yorumlama odaklı bir süreç olarak ele alınmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Edebiyat turizmi, yazar-mekân özdeşliği, edebî rotalar, turist rehberliği, kültürel miras turizmi.

# Turizm Pazarlamasında Influencer Etkisi Hakkında Bir Değerlendirme

Filiz Arslan[1], Bengü Su Karagöz[2] ve Islam Islamzade[3]

[1]Doktora Öğrencisi, Turizm Fakültesi
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya

[2]Dr. Öğr. Gör., Alanya Üniversitesi Meslek Yüksekokulu
Alanya Üniversitesi, Antalya

[3]Doktora Öğrencisi, Turizm Fakültesi
Selçuk Üniversitesi, Konya

## Öz

Dijitalleşen dünyada tüketici davranışlarının kökten değişmesi, geleneksel pazarlama yöntemlerinin yerini içerik odaklı ve güven temelli stratejilere bırakmasına neden olmuştur. Bu çalışmanın amacı, içerik pazarlamasının evrimi sürecinde ortaya çıkan influencer (etkileyici) olgusunun turizm sektöründeki stratejik rolünü güncel araştırmalar ışığında incelemektir. Nitel bir yaklaşımla hazırlanan bu çalışmada, konuyla ilgili mevcut literatür ve kuramsal yaklaşımlar ele alınmıştır. Araştırma kapsamında, turizm ve dijital pazarlama eksenindeki güncel yayınlar analiz edilerek değerlendirilmiştir. Çalışmada, turizm tüketicilerinin doğrudan satış odaklı reklamlara karşı geliştirdiği direnç ve bu direncin hikâye anlatıcılığı ile nasıl aşıldığı tartışılmaktadır. Yapılan incelemeler influencerların sunduğu kaynak güvenilirliğinin, takipçileriyle kurdukları güçlü duygusal bağın etkileşim gücünün ve içerik kalitesinin destinasyon seçimi ile seyahat kararları üzerindeki belirleyici etkisini ortaya koymaktadır. Özellikle Z kuşağı üzerindeki yüksek ikna kabiliyeti ile sanal ve mikro-influencerların yükselen rolü, influencer pazarlamasını turizm stratejilerinin vazgeçilmez bir bileşeni haline getirmektedir. Bulgular, tüketicilerin ilham alma aşamasında influencerları birer dijital rehber olarak gördüğünü, ancak nihai risk yönetiminde kurumsal güvenin hala belirleyici olduğunu göstermektedir. Çalışma, turizm işletmelerinin sadece takipçi sayılarına değil, influencer-marka uyumu, özgün içerik üretimi ve şeffaflık ilkelerine odaklanmaları gerektiğini bilimsel verilerle harmanlayarak sonuçlandırmaktadır. Elde edilen sonuçların, destinasyon yönetim örgütleri ve turizm pazarlamacıları için yol gösterici olması hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İçerik Pazarlaması, Influencer Pazarlaması, Turizm, Destinasyon Seçimi, Dijital Dönüşüm.

# Dijital Çağda İdeal Turist Rehberi: Z Kuşağı Turist Rehberliği Öğrencilerinin Algıları

Esra Cesur[1], Serap Ok[2] ve Özge Alkan[3]

[1,2]Öğr. Gör. Dr., Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[3]Öğr. Gör., Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, turist rehberliği eğitimi alan Z kuşağı öğrencilerin dijital çağda geleceğin turist rehberlerine ilişkin algılarını ortaya koymaktır. Dijitalleşme, turizm sektöründe bilgiye erişim, turistlerin deneyim beklentileri ve hizmet sunum süreçlerini dönüştürürken, turist rehberliği mesleğinin de rol ve işlevlerini yeniden şekillendirmektedir. Bu çerçevede araştırmanın temel problemi, turist rehberliği öğrencilerinin dijital çağda turist rehberliği mesleğini hangi nitelikler, beceriler ve yeterlikler üzerinden tanımladıklarıdır.

**Yöntem:** Çalışma nitel araştırma yaklaşımlarından biri olan fenomenolojik araştırma deseni çerçevesinde tasarlanmıştır. Çalışma grubunu ön lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan Z kuşağı (1997-2012 doğumlu) öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde ise amaçlı örnekleme tekniklerinden ölçüt örnekleme kullanılmış olup, 17 öğrenci ile veri doygunluğuna ulaşılmıştır. Çalışmanın amacına ulaşabilmek ve derinlemesine bilgi edinebilmek için görüşme tekniği ile veri toplama yoluna gidilmiştir. İlgili literatür taraması sonucu 9 soruluk yarı yapılandırılmış bir görüşme formu hazırlanmış ve yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA programı aracılığıyla içerik analizine tabi tutulmuş; temalar, kategoriler ve kodlar oluşturulmuştur.

**Bulgular:** Z kuşağı turist rehberliği öğrencileri klasik bir turist rehberini güçlü iletişim becerisi, kültürel bilgi ve derinlik gibi özellikler ile tanımlamaktadır. Ancak dijital çağ söz konusu olduğunda öğrenciler, ideal bir turist rehberini teknolojiye uyumlu, sosyal medya mecralarını aktif kullanan, dijital içerik üretimi yapabilen ve eğlenceli bir profil olarak nitelendirmektedir. Diğer taraftan öğrenciler teknolojiyi iş yükünü azaltmaya yardımcı bir araç olarak görmekle birlikte, yapay zekanın gelecekte standart turların yerini alabileceği ve turistlerin rehberlere duyduğu ihtiyacı azaltacağı noktasında ciddi mesleki kaygılar taşımaktadır. Fakat yapay zekanın sunamadığı anlık kriz yönetimi, empati ve mizah gibi duygusal emek unsurlarının geleceğin rehberliğinde temel ayırt edici bir özellik olacağı düşünülmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma dijitalleşme, kuşak özellikleri ve turist rehberliği mesleğini aynı çerçevede ele almaktadır. Literatürde turist rehberliği öğrencilerinin meslek algılarına veya teknolojinin rehberlik üzerindeki etkilerine odaklanan çalışmalar bulunmakla birlikte, Z kuşağı turist rehberliği öğrencilerinin dijitalleşme ile birlikte geleceğin turist rehberine ilişkin algılarının bütüncül biçimde inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışma bu yönüyle, hem turist rehberliği eğitimimin güncellenmesi ve mesleki yeterliliklerin yeniden değerlendirilmesine hem de dijital çağda rehberlik mesleğinin dönüşümüne ilişkin tartışmalara katkı sunacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, Z Kuşağı, Turist Rehberliği.

# Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Kültürlerarası Duyarlılık Düzeylerinin Kültürel Farkındalıklarına Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği

Osman Pelit[1], Zehra Özyörük[2] ve Elbeyi Pelit[3]

[1] Dr., Bağımsız Araştırmacı

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

[3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon

## Öz

**Amaç:** Kültürel çeşitliliğin ve etkileşimin doğrudan deneyimlendiği turizm sektöründe, kültürlerarası etkileşimi kolaylaştıran ve turist deneyimini zenginleştiren turist rehberlerinin üstlendikleri roller stratejik bir önem taşımaktadır. Bu doğrultuda kültürlerarası etkileşimin yoğun bir şekilde yaşandığı mesleklerden biri olan turist rehberliğinde, rehberlerin farklı kültürlere yönelik duyarlılık ve farkındalık düzeyleri ön plana çıkmaktadır. Kültürlerarası duyarlılık, bireylerin farklı kültürel özelliklere karşı açık bir tutum sergilemesini ve etkileşim kurma isteğini yansıtırken, kültürel farkındalık kültürlerarası iletişimin etkin bir biçimde yürütülmesi için gerekli bilgi, beceri ve tutumların kuramsal bir çerçevede anlamlandırılmasına yönelik bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır. Bu kapsamda turizm/turist rehberliği öğrencilerinin kültürlerarası duyarlılık düzeylerinin kültürel farkındalıkları üzerindeki etkisinin ortaya konulması amacıyla yapılan bu araştırmanın konu ile ilgili literatüre ve ilgili taraflara (kurum/bölüm yöneticilerine, öğrencilere, işgörenlere, vd.) sağlayacağı katkı bakımından oldukça önemli olduğu değerlendirilmektedir.

**Yöntem:** Turizm rehberliği öğrencilerinin kültürlerarası duyarlılıklarının kültürel farkındalıklarına etkisini incelemek amacıyla yapılan bu araştırmada, nicel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Araştırmanın evreni, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi turizm rehberliği bölümünde öğrenim görmekte olan öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan turizm rehberliği bölümüne ilişkin bilgiler fakülte öğrenci işlerinden alınmıştır. Buna göre 2025-2026 eğitim öğretim döneminde ilgili bölümde toplam 351 öğrenci eğitim görmektedir. Bu doğrultuda, araştırmacılar tarafından turizm rehberliği bölümdeki sınıfların öğrenci sayıları dikkate alınarak toplam 280 anket dağıtılmış olup, bu anketlerin 228 tanesinin geri dönüşü gerçekleşmiştir. Geri dönen anketler arasında hatalı veya eksik kodlama gibi nedenlerle yapılan eleme süreci sonucunda, toplam 210 anket geçerli kabul edilerek değerlendirmeye alınmıştır. Anket verilerin analiz sürecinde betimsel istatistikler (yüzde ve frekans dağılımı, aritmetik ortalama, standart sapma), güvenirlik testi ile korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır

**Bulgular:** Araştırma bulguları, turizm rehberliği öğrencilerinin kültürlerarası duyarlılık ve kültürel farkındalık düzeylerinin ortalamanın üzerinde gerçekleştiğini göstermiştir. Bununla birlikte kültürlerarası duyarlılık ile kültürel farkındalık arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca kültürel farkındalık ile en yüksek pozitif yönlü ilişkisi bulunan kültürlerarası duyarlılık alt boyutunun "kültürlerarası etkileşime özen gösterme boyutu" olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık kültürel farkındalık ile en düşük pozitif yönlü ilişkiyi ortaya koyan alt boyutun ise "kültürlerarası etkileşimden zevk alma boyutu" olduğu bulunmuştur. Bunlara ek olarak kültürlerarası duyarlılığın kültürel farkındalık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu saptanmıştır. Özellikle, kültürlerarası duyarlılığın "kültürlerarası etkileşime katılım" boyutunun kültürel farkındalık üzerindeki pozitif etkisinin diğer boyutlara kıyasla daha yüksek olduğu ortaya konulmuştur. Bu kapsamda söz konusu değişkenler ve alt boyutları açısından ortaya çıkan bu sonuçlar, çalışmanın tam metninde literatürde yer alan benzer/farklı çalışmalarla

karşılaştırılarak tartışılmış, değerlendirmeler yapılmış ve bu sonuçlara yönelik ilgili taraflara (kurum/bölüm yöneticilerine, öğrencilere, işgörenlere, vd.) sunulan öneriler detaylandırılmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Araştırma, kültürlerarası iletişimin en yoğun yaşandığı mesleklerden biri olan turizm rehberliği bağlamında, öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık düzeylerinin kültürel farkındalık üzerindeki etkisini inceleyerek konu ile ilgili sınırlı mevcut literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Bununla birlikte araştırmada, kültürlerarası duyarlılığın kültürel farkındalık ile pozitif yönlü ilişkisi/etkisi ortaya konularak turizm rehberliği eğitiminde kültürlerarası iletişim becerilerinin geliştirilmesinin önemi vurgulanmıştır. Nitekim söz konusu sonuçlar, turizm rehberliği öğrencilerinin mesleki yeterliliklerinin artırılması ve turizm sektöründe kültürlerarası etkileşimin daha etkin biçimde yönetilmesi açısından önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın ilgili eğitim programlarının içerik ve yöntem açısından yeniden değerlendirilmesine, kültürlerarası etkileşime yönelik pedagojik yaklaşımların geliştirilmesine ve turizm rehberliği müfredatının kültürlerarası iletişim becerilerini destekleyecek biçimde düzenlenmesine katkı sağlaması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürlerarası Duyarlılık, Kültürel Farkındalık, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Öğrencileri.

# Görünmeyeni Haritalamak: Turist Rehberlerinin İzmir Tarihi Kent Merkezine Yönelik Zihin Haritaları

Ayça Keşifoğlu[1], Özge Çalhan[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir

[2]Dr.Öğretim Üyesi, Turizm Fakültesi
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir

## Öz

**Amaç:** Turist rehberleri tur programlarını yürütürken, gezi güzergahında yer alan durakları kendi mesleki deneyimleri ve bireysel tercihleri doğrultusunda seçmekte, sıralamakta ve anlamlandırmaktadır. Bu süreçte, zihinlerinde oluşturdukları bilişsel mekan kurguları doğrultusunda turlarını şekillendirmektedirler. Araştırma, turist rehberlerinin İzmir ilinin Helenistik, Roma, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinin iç içe geçtiği çok katmanlı bir tarihsel yapıya ve organik bir sokak dokusuna sahip olan Tarihi İzmir destinasyonuna yönelik ortak zihin haritalarının çıkarılmasını ve bu haritalar aracılığıyla görünür olmayan mekansal öncelikleri analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, rehberlerin mesleki deneyimleri ve bireysel farklılıklarından kaynaklanan zihin haritaları arasında ortak unsurların bulunup bulunmadığı incelenmiş ve elde edilen bulgular doğrultusunda destinasyona mesleki açıdan katkı sağlayabilecek ortak bir zihin haritası modelinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

**Yöntem:** Kent ve mekânsal algı üzerine gerçekleştirilen araştırmalarda, bireylerin zihinsel temsillerini çizim yoluyla ortaya koymalarına dayanan yöntem "zihin haritalama tekniği" olarak tanımlanmaktadır. Bu teknik, bir kente veya çevreye ilişkin bilgi edinme sürecinde ve mekânsal unsurlar arasındaki ilişkilerin analiz edilmesinde veri toplama aracı olarak yaygın biçimde kullanılmaktadır. Bu çalışma kapsamında; İzmir Tarihi Kent Merkezi (Agora, Kemeraltı ve Basmane) bölgesinde tur deneyimine sahip, İZRO (İzmir Rehberler Odası)'ya kayıtlı gönüllü turist rehberlerinden boş bir kâğıda kendi "Tarihi İzmir" rotalarını çizmeleri istenmiştir. Ardından, rehberlerin mekânsal seçimlerini ve rotalarını şekillendiren faktörleri derinlemesine anlamak amacıyla kendileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen eskiz haritalar Lynch'in 5 unsuru (yol, sınır, bölge, düğüm noktası, işaret öğeleri) üzerinden kodlanmış ve elde edilen görüşme verilerine tematik analiz uygulanmıştır.

**Bulgular:** Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgularda rehberlerin meydanları sadece toplanma yeri olarak değil, yerdeki mozaikler üzerinden kentin tarihini anlattıkları açık hava eğitim alanı gibi kullandıkları, yolları çizerken ana caddelerden ziyade turistlere arka sokakları hissettiren, zikzaklar çizen ve bazen adım adım numaralandırdıkları daha detaylı rotalar oluşturdukları, zihin haritalarını şekillendiren asıl şeyin tarihi önemden ziyade tamamen turist konforu ve fiziksel lojistik olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Zihin haritası kavramı turizm sektöründe destinasyon ve ziyaretçi bakış açısıyla incelenmiş olup, turist rehberleri açısından değerlendirilmeyen bir kavram olarak kalmıştır. Bu çalışma turist rehberlerinin zihin haritalarını görünür kılmak ve İzmir Tarihi Kent Merkezi'nde tur gerçekleştiren turist rehberlerinin kişiselleştirdikleri zihinlerindeki tur güzergâh haritalarının benzer yönleri üzerinden bir destinasyona yönelik ortak bir zihin haritası tanımlayabilmek açısından hem literatüre hem de saha deneyimine sağlayacağı katkı açısından özgün bir çalışma olmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Zihin Haritası, İzmir Tarihi Kent Merkezi, Turistik Rota, Mekansal Algı.

# Turizm Rehberliği Eğitiminde Tercih Motivasyonları, Mesleki Çağrışımlar Ve Kariyer Planları: Kastamonu Üniversitesi Birinci Sınıf Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Nadide Özge Ozanoğlu[1] ve İlker Şahin[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi
Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu

## Öz

**Amaç:** Bu araştırmanın temel amacı, turizm rehberliği bölümü birinci sınıf öğrencilerinin tercih motivasyonlarını, mesleğe yönelik zihinsel çağrışımlarını, mevcut eğitim deneyimlerine dair algılarını ve mezuniyet sonrası kariyer niyetlerini derinlemesine incelemektir. Çalışma, öğrencilerin başlangıçtaki beklentileri ile ilk akademik dönem sonundaki gerçeklikleri arasındaki uyumu ve bu süreçte mesleki kimlik inşasının nasıl şekillendiğini anlamayı odak noktasına almaktadır.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş ve olgu bilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Çalışma grubunu, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği ile belirlenen, Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümü 1. sınıfında öğrenim gören 16 öğrenci oluşturmaktadır. Veriler, uzman görüşü alınarak hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla yüz yüze mülakat tekniğiyle toplanmıştır. Elde edilen veriler, ses kayıtlarının deşifre edilmesinin ardından MAXQDA analiz yazılımı yardımıyla betimsel ve içerik analizine tabi tutulmuş; bulgular frekans analizleri ve doğrudan alıntılarla desteklenmiştir.

**Bulgular:** Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin %56,25'i bu bölümü başlangıçta doğrudan hedeflememiş, rehberliği puan odaklı bir "alternatif" olarak tercih listesine dâhil etmiştir. En baskın tercih motivasyonu %43,75 ile "rehberlik mesleği ile kişiliği özdeşleştirme" (gezme tutkusu, iletişim becerisi) olarak saptanırken, bunu %25 ile mecburiyet (başka seçenek kalmaması) izlemektedir. Mesleki çağrışımlarda "gezmek" ve "kültür" kavramları ön plandadır. Eğitim deneyimi açısından öğrencilerin %87,5'i aldıkları eğitimden memnuniyet duymakta, ancak yabancı dil eğitiminin pratik odaklı olması ve uygulama gezilerinin erkene çekilmesi yönünde güçlü talepler iletmektedirler. Ayrıca, öğrencilerin %75'i gelecekte bu mesleği yapmayı planlasa da, bu niyetin fiziksel dayanıklılık ve ekonomik şartlara bağlı olarak "zaman sınırlı" bir kariyer planı olarak kurgulandığı tespit edilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turizm rehberliği öğrencilerinin henüz eğitim yolculuklarının başında (1. sınıf) sahip oldukları motivasyonel dönüşümü ve başarı-tercih ilişkisini nitel bir perspektifle sunması bakımından özgün bir nitelik taşımaktadır. Özellikle Kastamonu Üniversitesi gibi kültürel miras odaklı bir lokasyondaki öğrencilerin yerel ve mesleki algılarını ortaya koyması, turizm eğitimi veren kurumların müfredat geliştirme süreçlerine ve öğrencilerin mesleki sosyalizasyon aşamalarına dair uygulamacı ve akademisyenlere önemli stratejik veriler sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Kariyer Hedefleri, Algı, Öğrenci Beklentileri, Fenomenoloji.

# Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Gastronomi Rehberliğine Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi

Olcay Kilinç[1], Uğur Kilinç[2] ve Adalet İnce[3]

[1,2]Doç. Dr., [3]Yüksek Lisans Öğrencisi Turizm Fakültesi
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin gastronomi rehberliğine yönelik tutum, algı ve eğilimlerini belirlemektir. Öğrencilerin gastronomi rehberliğini bir meslek alanı olarak değerlendirme düzeyleri, bu alana yönelik ilgi ve motivasyonları ile mesleki yeterlilik algıları incelenmiştir. Ayrıca, gastronomi rehberliğinin turizm, kültürel etkileşim ve bireysel kariyer açısından taşıdığı öneme ilişkin öğrenci görüşlerinin ortaya konulması çalışmanın hedefleri arasındadır.

**Yöntem:** Bu araştırma, gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin gastronomi rehberliğine yönelik tutum ve görüşlerini belirlemeyi amaçlayan nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmanın evrenini gastronomi ve mutfak sanatları öğrencileri oluştururken, örneklemini araştırmaya gönüllü olarak katılan toplam 155 öğrenci oluşturmaktadır. Veri toplama sürecinde anket formuna, katılımcıların dikkat düzeylerini ölçmek amacıyla bir kontrol sorusu eklenmiştir. Bu soruda katılımcılardan belirli bir seçeneği ("3 = Kararsızım") işaretlemeleri istenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda, kontrol sorusuna beklenen yanıtı vermeyen 15 katılımcının verisi analiz dışı bırakılmış ve analizler 140 geçerli anket üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen veriler, SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sürecinde öncelikle katılımcıların ölçek maddelerine verdikleri yanıtların genel dağılımını belirlemek amacıyla tanımlayıcı istatistikler (ortalama, standart sapma) hesaplanmıştır.

**Bulgular:** Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların gastronomi rehberliğine yönelik tutumlarının genel olarak olumlu olduğu belirlenmiştir. Ölçek maddelerine verilen yanıtların ortalamaları 3,10 ile 4,33 arasında değişmektedir. Özellikle gastronomi rehberliğinin turizme katkı sağlaması, kültürel etkileşimi artırması ve bilgi birikimi kazandırması gibi yönlerine ilişkin algıların yüksek olduğu görülmektedir. Fakat öğrencilerin gastronomi rehberliğini meslek olarak tercih etme ve zor koşullarda sürdürme konularında daha kararsız oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca bireysel yeterlilik ve mesleki uygunluk algılarının orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Genel olarak öğrencilerin gastronomi rehberliğine yönelik ilgilerinin yüksek olduğu, ancak bu alanı kariyer olarak benimseme düzeylerinin sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin gastronomi rehberliğine yönelik tutumlarını çok boyutlu olarak inceleyerek literatüre katkı sağlamaktadır. Elde edilen sonuçların, gastronomi rehberliği alanında eğitim programlarının geliştirilmesine ve kariyer yönlendirme süreçlerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi Rehberliği, Tutum, Algı.

# Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Meslek Algısı ve Sektörde Çalışma Niyeti Üzerine Bir Araştırma

Tuğba Nur Uzal

Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir

**Öz**

**Amaç:** Bu çalışma, turizm rehberliği bölümünde eğitim alan öğrencilerin mesleğe yönelik tutumlarını, algılarını ve mezuniyet sonrası sektörde çalışma eğilimlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışma ayrıca, öğrencilerin mesleki algılarının sektörde çalışma niyeti üzerindeki etkisini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu bağlamda bireylerin kariyer tercihlerini etkileyen psikolojik ve sosyal faktörler dikkate alınarak konu ele alınmıştır.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yaklaşımlardan veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın katılımcılarını, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi turizm rehberliği bölümünde öğrenim gören öğrenci oluşturmaktadır. 2025-2026 yılı öğretim yılı itibariyle öğrenim gören öğrenci sayısı yaklaştık 250'dir araştırmada 250 evrenin 100 kişisine ulaşılmıştır. Katılımcılar kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırmada geçerlilik ve güvenirliği sağlamak amacıyla görüşme soruları uzman görüşüne sunulmuş, veriler katılımcı ifadelerine sadık kalınarak analiz edilmiş ve doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri ile değerlendirilmiştir.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, öğrencilerin turizm rehberliği mesleğini genel olarak teorik açıdan ilgi çekici ve kişisel gelişim sağlayan bir alan olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Bununla birlikte iş güvencesi, gelir istikrarı ve çalışma koşullarına ilişkin belirsizliklerin öğrencilerin kariyer kararlarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca mesleğe yönelik olumlu algıya sahip öğrencilerin sektörde çalışma niyetlerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turizm rehberliği öğrencilerinin kariyer eğilimlerini öğrenci merkezli bir bakış açısıyla ele alarak literatüre katkı sağlamaktadır. Meslek algısı ile sektörde çalışma niyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koyması bakımından eğitim kurumlarına ve sektör paydaşlarına önemli çıkarımlar sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Rehberliği, Meslek Algısı, Kariyer Niyeti, Öğrenci Tutumları, Turizm Eğitimi.

# Anadolu Jeomitolojisi Ve Antik Yerbilimleri Bağlamında Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Programı Önerisi

Mert Gençaslan[1] ve Özlem Köroğlu[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

## Öz

**Amaç:** Kültür turizmi kapsamında gerçekleştirilen klasik turist rehberliği anlatımları ağırlıklı olarak tarihi ve mimari unsurlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Oysa antik yerleşimlerin kaderini belirleyen sismik, volkanik ve jeotermal doğa olaylarının jeolojik altyapısının sahada üzerinde önemle durulması gereken alanlardan biri olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada, aktif tektonik kuşaklar üzerinde yer alan Anadolu coğrafyasındaki antik kentlerin ve bu kentlerde doğan efsanelerin, yerbilimleri ekseninde bilimsel ve bütüncül bir yaklaşımla incelenmesini hedefleyen disiplinlerarası bir uzman rehber eğitim programı önerisi sunulmaktadır. Bu kapsamda Anadolu jeomitolojisi ve antik yer bilimleri bağlamında turist rehberliği uzmanlaşma programı önerisi sunmak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

**Yöntem:** Çalışma kapsamında jeomitoloji, arkeosismoloji ve turist rehberliğinde uzmanlaşma ile ilgili alanyazın taraması yapılmış olup, elde edilen teorik bilgiler ışığında disiplinlerarası bir eğitim programı önerisi tasarlanmıştır.

**Bulgular:** Çalışmada, jeomitoloji ve arkeosismoloji kavramlarının merkeze alındığı, uzman rehber adayları için hem teorik altyapıyı hem de arazi okuma becerilerini geliştirecek beş günlük yapılandırılmış bir eğitim programı içeriği oluşturulmuştur. Geliştirilen bu programın, antik çağ insanlarının deprem, volkanik patlama veya termal su çıkışı gibi açıklayamadıkları devasa jeolojik olayları nasıl tanrısallaştırdıklarını ve bu doğa olaylarının nasıl efsaneler ortaya çıkardığını açıklayıcı bir nitelik taşıdığı görülmüştür. Önerilen bu eğitim programı modeliyle, turist rehberlerinin antik yapılardaki deprem izlerini ve jeolojik afetleri sıradan birer fiziksel hasar olmaktan çıkarıp, antik dönem insanlarının mitolojik hafızasını ve kentsel planlama stratejilerini açıklayan güçlü anlatım araçlarına dönüştürebileceği ortaya konmuştur.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Türkiye'nin hem zengin jeolojik mirasının doğru yorumlanması hem de antik dönem inanç dünyasının bilimsel bir zemine oturtularak küresel turizme kazandırılması açısından bu uzmanlaşma programı önerisinin hayata geçirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu yönüyle çalışmanın teoriye ve uygulamaya, katma değeri yüksek, entelektüel ve sürdürülebilir bir jeokültürel miras vizyonu kazandırması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Jeomitoloji, Yerbilimleri, Arkeosismoloji, Uzman Rehber Eğitimi, Jeokültürel Miras.

# İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Aldıkları Eğitim Hakkında Görüşleri

Başak Ulaş

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir

## Öz

**Amaç**: Bu araştırmanın amacı, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Turizm Rehberliği Bölümü'nde öğrenim gören turist rehberliği öğrencilerinin aldıkları eğitime ilişkin görüşlerini incelemektir. Turizm rehberliği eğitimi, mesleki bilgi, beceri ve tutumların bütüncül biçimde kazandırılmasını gerektiren uygulama temelli bir disiplin alanıdır. Bu bağlamda yükseköğretim programlarının niteliği, öğrencilerin mesleki yeterlilik düzeyleri ve mesleğe hazır oluşları üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Çalışma, öğrencilerin eğitim sürecine ilişkin deneyimlerini ve sektörle etkileşimlerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca öğrencilerin beklentileri ile mevcut eğitim olanakları arasındaki uyumun ortaya konulması da hedeflenmektedir.

**Yöntem**: Araştırmanın verileri çevrim içi anket tekniği ile toplanmıştır. Çalışma grubunu amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Anket formunda katılımcıların konuya ilişkin görüş ve değerlendirmelerini belirlemeye yönelik çoktan seçmeli sorular ile 1–7 aralığında derecelendirme içeren maddeler yer almıştır. Elde edilen veriler betimsel istatistik teknikleri kullanılarak analiz edilmiş ve bulgular frekans, yüzde ve ortalama değerler üzerinden yorumlanmıştır. Bunun yanı sıra verilerin güvenilirliğini artırmak amacıyla gerekli kontroller yapılmıştır.

**Bulgular**: Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, öğrencilerin uygulama temelli öğrenme fırsatlarının ve saha deneyimlerinin yetersiz olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Buna ek olarak yabancı dil eğitiminin de yeterli düzeyde olmadığı yönünde görüşler öne çıkmıştır. Öte yandan öğrencilerin, akademik kadrodan genel olarak memnun oldukları ve sınav yöntemlerini büyük ölçüde verimli buldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte bazı öğrencilerin ders içeriklerinin güncelliği konusunda geliştirme ihtiyacına işaret ettiği görülmüştür.

**Sonuç**: Araştırmanın sonucunda İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Turizm Rehberliği öğrencilerinin genel olarak eğitim şartlarından memnun oldukları fakat var olan eksiklerin giderilmesi durumunda aldıkları eğitimin niteliğinin artacağı sonucuna varılmıştır. Özellikle yabancı dil eğitimine ilişkin önemli eksikliklerin bulunduğu; uygulamalı derslerin ve saha deneyimi kazandırmaya yönelik ziyaretlerin arttırılması gerektiği belirlenmiştir. Ayrıca sektörle iş birliğinin güçlendirilmesinin öğrencilerin mesleki gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın, turizm rehberliği bölümlerine yönelik memnuniyet araştırmalarının önemine dikkat çekmesi umulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberliği eğitimi, öğrenci deneyimi, öğrenci memnuniyeti, yabancı dil, eğitim sorunları.

# Dijital Etkileşim Ve Oyunlaştirma Odakli Rota Tasarimi Ve Turist Rehberliği Uzmanlaşma Eğitim Programi Önerisi

Hilal Türker [1] ve Özlem Köroğlu[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

## Öz

**Amaç:** Teknolojik gelişmelerin turizme entegre edilmesi ve deneyim odaklı yaklaşımların artması turist rehberliği mesleğinde yeni uygulamaları gündeme getirmektedir. Bu yeni uygulamalara örnek olabilecek dijital etkileşim ve oyunlaştırma odaklı turist rehberliği, turistlerin bir destinasyonu dijital araçlar ve oyunlaştırma teknikleri kullanarak keşfetmesini sağlayan rehberlik yaklaşımıdır. Bu uygulamada turistler, şehirde belirli noktaları ziyaret ederken turist rehberlerinin liderliğinde bulmacalar, görevler, ipuçları ve dijital yönlendirmeler aracılığıyla ilerlemektedir. Turist rehberleri bu deneyim turlarında, klasik anlatıcı rolünün yanında oyun yöneticisi ve deneyim tasarımcısı rolünü de üstlenmektedirler. Dijital teknolojilerin kullanımı; turistlerin destinasyonla daha güçlü bağ kurmasını, kültürel mirasın daha etkili deneyimlenmesini ve öğrenilmesini, teknoloji ile turizmin entegre edilmesini, genç turistlerin destinasyona çekilmesini ve turist rehberliğinde yenilikçi uzmanlaşma alanı oluşturulmasını sağlamaktadır.

**Yöntem:** Bu çalışma kapsamında turist rehberliğinde uzmanlaşma, dijital gelişmelerin turizme entegrasyonu gibi konular ile ilgili çalışmalar incelenmiş olup bu alana yönelik program önerisi sunulmaktadır.

**Bulgular:** Bu çalışma dijital etkileşim ve oyunlaştırma odaklı rota tasarımını ve turist rehberliği uzmanlaşma eğitim programı önerisini ele almaktadır. Eğitim programı önerisinde dört günlük teorik eğitim ile bir günlük saha uygulaması önerisi sunulmaktadır. Bu programın içeriğinde, dijital turizm ve yenilikler, oyunlaştırma, rota tasarımı, artırılmış ve sanal gerçeklik, konum tabanlı turizm, QR kod tabanlı bilgi sistemleri, dijital hikaye anlatıcılığı, deneyimsel turizm, turistik deneyim tasarımı ve katılımcı turizm gibi teorik ve uygulamalı dersler önerilmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Deneyim odaklı turizm talebinin her geçen gün artması, dijital teknolojilerin günlük yaşamda yaygınlaşması, şehir turizminin daha yenilikçi hale getirilmesi ve kültürel mirasın genç kuşaklara farklı yöntemlerle aktarılması gerekliliği bu eğitim programının oluşturulup uygulanması ihtiyacını gerekli kılmaktadır. Bu uzmanlaşma programının turist rehberliğinde yenilikçi bir uzmanlaşma alanı sunması ve turizm deneyimini zenginleştirmesi beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Etkileşim, Oyunlaştırma, Rota Tasarımı, Turist Rehberliği Uzmanlaşma Programı.

# Görsel Anlatıdan Seminal Turist Deneyimine: Osmanlı Minyatürlerine Yönelik Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Program Önerisi

Kaan Gürel[1] ve Özlem Köroğlu[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

## Öz

**Amaç:** Günümüz turizminde, özellikle ortalamanın üstünde kültürel beklentiye sahip turistler, standartlaşmış rehber anlatımlarının ötesinde derinlemesine bir sanat tarihi ve geniş çaplı bir kültürel birikim anlatıcısı arayışındadır. Bu çalışma, Osmanlı dönemi minyatür sanatının okunmasını ve anlatılmasını merkeze alarak, turist rehberliği mesleğinde niş bir uzmanlaşma alanı sunmayı amaçlamaktadır. Topkapı Sarayı veya Türk İslam Eserleri Müzesi gibi mekanlarda sergilenen minyatürlerin sadece estetik objeler olarak kalmamasını, rehberlerin bu görsel kodları deşifre ederek durağan resimleri yaşayan birer tarih belgeseli edasıyla anlatmasını hedeflemektedir. Bu sayede, sanat eserlerinin turistler tarafından sadece izlenmesi değil, aynı zamanda derinlemesine anlamlandırılması ve seminal bir deneyime dönüşmesi öngörülmektedir.

**Yöntem:** Bu çalışma kapsamında, Osmanlı kültüründe nakkaşlık ve tasvir olarak tanımlanan minyatür sanatının hiyerarşik perspektif, renk sembolizmi ve kompozisyon kuralları gibi teknik ve felsefi altyapısı incelenmiştir. Turist rehberliğinde birer tarihi belge niteliği taşıyan bu eserlerin anlatımına yönelik olarak, İran ve Vatikan gibi ülkelerdeki uluslararası uygulama örnekleri ve sertifikasyon programları analiz edilmiştir. Bu veriler ışığında, rehberleri birer minyatür okuryazarı haline getirecek olan disiplinlerarası bir eğitim programı önerisi yapılandırılmıştır.

**Bulgular:** Çalışma, turist rehberliğinde yeni bir uzmanlaşma alanı olarak kurgulanan 5 günlük kapsamlı bir eğitim programı önerisini sunmaktadır. Önerilen program; teorik felsefe, ikonografi ve sembollerin dili, büyük ustalar ve eser türleri ile minyatür çözümleme tekniklerini kapsayan yoğun bir içeriğe sahiptir. Programın son aşamasında ise teorik bilgilerin pratiğe dökülmediği saha uygulaması sunulmaktadır. Bu uzmanlaşma modeli, rehberlerin Osmanlı minyatür hazinesini uluslararası standartlara uygun bir yetkinlikle tanıtmasını ve görsel anlatıyı bilimsel bir temele oturtmasını sağlamaktadır

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu uzmanlaşma programı önerisi, turist rehberliği mesleğine multidisipliner bir anlayış kazandırarak rehberliğin akademik prestijini artırmayı hedeflemesi bakımından özgün bir nitelik taşımaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu minyatür mirasını niş turizm segmentinin beklentilerini karşılayacak üst düzey bir hizmete dönüştürmesi beklenmektedir. Bu alanın rehberlik eğitimlerine entegre edilmesiyle, hem nitelikli turizm hizmeti sunulması hem de kültürel mirasın görsel okuryazarlık temelinde daha etkin bir şekilde küresel turizme kazandırılması amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Görsel Anlatı, Seminal Turist Deneyimi, Osmanlı Minyatürleri, Turist Rehberliği Uzmanlaşma Programı Önerisi.

# Turist Rehberliği Mesleğine Yönelik Tehditler ve Mesleki Dönüşüm: Turizm Rehberliği Bölümü Akademisyenlerinin Bakış Açısıyla Nitel Bir Araştırma

Dilan Öztürk[1] ve Melisa Ateş[2]

[1]Yüksek lisans öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

[2]Arş. Gör. Dr., Turizm Fakültesi
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar

## Öz

**Amaç:** Turist rehberliği mesleği, hızla gelişen ve değişen dünyada birtakım tehditlerle karşı karşıya kalmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, söz konusu tehditleri ve meslekte yaşanan dönüşümü turizm rehberliği bölümü akademisyenlerinin bakış açısıyla ortaya koymaktır. Mevcut literatürün büyük ölçüde turist rehberlerinin kendi deneyimleri üzerine yoğunlaştığı ve alanın akademik bakış açısıyla yansıtan çalışmaların sınırlı kaldığı göz önüne alındığında, araştırmanın ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış olup form, konuyla ilgili literatürden yararlanılarak hazırlanmıştır. Çalışmanın evrenini Türkiye'deki üniversitelerde turizm rehberliği bölümünde görev yapan öğretim elemanları oluşturmaktadır. Katılımcı grubu olarak akademisyenlerin tercih edilmesinin temel nedeni, bu bireylerin mesleği hem teorik hem de uygulama düzeyinde değerlendirebilecek nitelikte olmalarıdır. Nitekim katılımcıların çoğunluğu aynı zamanda turist rehberliği ruhsatnamesine sahip olduğundan akademik birikim ile saha deneyimi tecrübesine sahiptir. Örnekleme yöntemi olarak amaçsal örnekleme benimsenmiş olup toplam 12 akademisyenle görüşme gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler MAXQDA nitel veri analiz programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Çalışma kapsamında betimsel bulguları ortaya koyabilmek için kelime frekans analizi ile kelime bulutu oluşturulmuştur. Kelime grubuna ilişkin kelime bulutu oluşturulmuş olup, en çok bilgi (89), turist (85), rehberlik (81), yapay (70) kelimelerinin tekrarlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma kapsamında, 6 tema ve 19 kod belirlenmiştir. Temalar, teknoloji ve yapay zekanın (YZ) mesleki etkileri, rehber-turist etkileşiminin dönüşümü, eğitim sistemi, müfredat ve işgücü kalitesi, ekonomik sürdürülebilirlik ve kriz yönetimi, yasal düzenlemeler ve yasadışı rehberlik ile mesleğin geleceğine ilişkin dönüşüm öngörüsü şeklinde oluşturulmuştur. Teknoloji ve yapay zekanın mesleki etkileri teması altında 5 kodlama yapılmıştır. Rehber-turist etkileşiminin dönüşümü teması altında 3 kodlama, eğitim sistemi ve işgücü kalitesi teması altında 5 kodlama yapılmıştır. Bir diğer tema olan ekonomik sürdürülebilirlik ve kriz yönetimi teması altında 3 kodlama, yasal düzenlemeler ve yasadışı rehberlik teması altında 4 kodlama, mesleğin geleceğine ilişkin dönüşüm teması altında ise 3 kodlama yapılmıştır.

Teknoloji ve yapay zekanın mesleki etkileri teması altında YZ/VR'ın mesleki fırsat yaratması, mesleki tehdit oluşturması, teknoloji entegrasyonu ve dijitalleşme uyumu, deneyimle edinilen bilginin üstünlüğü ve yapay zeka destekli bilgi ile bilgiye kolay erişimin yarattığı baskı kodlanmıştır. Rehber-turist etkileşiminin dönüşümü teması incelendiğinde, insan faktörünün önemi ve duygusal bağ, YZ'nin rehber-turist iletişimine etkisi ile turistin sorgulayıcı ve bilgili bir tutum sergilemesi ele alınmıştır. Eğitim sistemi, müfredat ve işgücü kalitesi teması altında mevcut müfredatın yetersizliği, dijital yeterlilik eğitiminin eksikliği, kriz ve risk yönetimi eğitiminin boşluğu, uygulamalı eğitim ve saha deneyimi eksikliği ve program ve kontenjan artışı kodlanmıştır. Ekonomik sürdürülebilirlik ve kriz yönetimi teması altında gelir güvencesizliği ve mevsimsel dalgalanma, kriz dönemlerinde çözüm önerileri ile sosyal güvence mekanizmalarının

yetersizliği belirlenmiştir. Yasal düzenlemeler ve yasadışı rehberlik teması altında yasadışı rehberliğin mesleki sürdürülebilirliğe etkisi, yaptırımların caydırıcılık sorunu, denetim mekanizmalarının yetersizliği ve yasadışı rekabetin motivasyona ve bağlılığa etkisi kodlamaları yapılmıştır. Son tema olan mesleğin geleceği: tehditler ve dönüşüm öngörüsü teması altında ise mesleki örgütlerin ve eğitim kurumlarının iş birliği, mesleğin form değiştireceği öngörüsü, mesleki rol ve kimlik dönüşümü kodlamaları gerçekleştirilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışmanın turist rehberliği mesleğini gelecekte bekleyen potansiyel tehditlerini, turizm sektöründeki dijital dönüşümle birlikte değişen ve oluşan mevcut tehditlerin turist rehberliği mesleğine yansımalarını ele alması bakımından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberliği mesleği, Turist rehberi, Mesleki tehditler, Mesleki dönüşüm, Nitel araştırma.

# Turist Rehberliği Mesleği Ve Dijitalleşme Üzerine Deneyimsel Bir Çalışma

Özge Çalhan[1], Canan Aydın[2], İbrahim Bedirhan Tar[3] ve Özge Çoktu[4]

[1]Dr.Öğretim Üyesi, Turizm Fakültesi
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir

[2]Dr. Öğretim Görevlisi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Yaşar Ünversitesi, İzmir

[3]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir

[4]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir

## Öz

Turist rehberliği mesleğinde kullanılan dijital uygulamalardan biri olan dijital rehberlik sistemleri, ziyaretçiler ile turist rehberleri arasındaki iletişimi kolaylaştıran ve sunulan hizmetin ziyaretçilere daha etkin bir biçimde ulaştırılmasına katkı sağlayan önemli araçlardır. Ziyaretçi memnuniyetinin artırılmasına katkı sağlayan bu tür uygulamaların turist rehberleri tarafından etkin bir şekilde kullanılması mesleki açıdan önem taşımaktadır. Bu çalışma kapsamında İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turist Rehberliği Bölümü'nde öğrenim gören lisans öğrencilerinin turist rehberliği mesleğinde dijitalleşmeye yönelik tutumlarının ölçülmesi hedeflenmiştir. Gerçekleştirilecek bu deneyimsel uygulama sayesinde öğrencilerin, ileride turist rehberi olarak görev yaptıklarında dijital uygulamaların meslekte kullanımının önemini daha iyi kavrayabilecekleri düşünülmektedir. Araştırma kapsamında katılımcı öğrenciler Efes Antik Kenti rehber anlatımını tur öncesinde kendilerine temin edilen headsetler aracılığıyla deneyimlemişlerdir. Öğrenciler tur boyunca headset kullanarak destinasyonu gezmişlerdir. Deneyim öncesinde ve deneyim sonrasında öğrencilerin dijitalleşmeye yönelik tutumları odak grup görüşmesi ve katılımcı gözlem yoluyla ölçülmüştür. Elde edilen veriler nitel veriler analiz sürecinde kodlanmış ve katılımcı ifadeleri doğrultusunda alt kodlar oluşturulmuştur. Bu süreçte MAXQDA nitel veri analizi programından faydalanılmıştır. Elde edilen bulgularda, tur öncesinde öğrencilerin Dijital Rehberlik Sistemi (DRS)'ne genel olarak olumlu yaklaştıkları görülsede, bu yaklaşımın çoğu zaman sınırlı bilgiye dayandığı ve belirli ölçüde kararsızlık içerdiği dikkat çekmektedir. Uygulama sonrasında ise katılımcıların görüşlerinin daha netleştiği ve büyük ölçüde olumlu yönde güçlendiği anlaşılmaktadır. Bu değişim, dijital teknolojilere ilişkin tutumların yalnızca teorik bilgiyle değil, doğrudan deneyimle daha anlamlı biçimde şekillendiğini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Dijitalleşme, Dijital Rehberlik Sistemi (DRS), Efes Antik Kenti.

# Dijital Araçların Yurt Dışı Seyahatlerde Kullanımı: Planlamadan Uygulamaya Kişisel Bir Seyahat Deneyimi

Merve Batum[1], Taner Dalgın [2], İsmail Umut Özenç[3] ve Hüseyin Çeken[4]

[1,3]Yüksek Lisans Öğrencisi, Turizm İşletmeciliği
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[2]Doç. Dr., Muğla Meslek Yüksekokulu
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[4]Prof. Dr., Turizm Fakültesi,
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, dijital araçların sınır ötesi seyahat deneyimini planlama aşamasından uygulama sürecine kadar nasıl şekillendirdiğini araştırmacının kendi deneyimi üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Günümüzde seyahat deneyimi, dijital teknolojiler aracılığıyla önceden kurgulanan, seyahat sırasında yönlendirilen ve sonrasında yeniden anlamlandırılan çok boyutlu bir yapıya dönüşmüştür. Bu doğrultuda çalışmada, dijital araçların seyahat deneyimindeki rolü süreç temelli bir perspektifle ele alınmaktadır.

**Yöntem:** Araştırma, nitel araştırma yaklaşımı kapsamında analitik oto-etnografi yöntemi ile tasarlanmıştır. Çalışmanın verileri, araştırmacının 3–8 Şubat 2026 tarihleri arasında Tayland'a gerçekleştirdiği seyahat sürecinde toplanmıştır. Veri toplama sürecinde yapılandırılmış araştırmacı günlüğü, dijital araç kullanım kayıtları ve notlar kullanılmıştır. Veriler, seyahatin planlama, seyahat esnası ve yerinde deneyim aşamalarını kapsayacak şekilde sistematik olarak kaydedilmiştir. Elde edilen veriler tematik analiz yöntemi ile analiz edilmiş; hem literatüre dayalı hem de veriden türeyen temalar çerçevesinde yorumlanmıştır.

**Bulgular:** Elde edilen bulgular, dijital araçların seyahat deneyiminin farklı aşamalarında farklı işlevler üstlendiğini göstermektedir. Planlama aşamasında yapay zekâ destekli araçlar, sosyal medya ve online rezervasyon platformları aracılığıyla seyahatin genel çerçevesi büyük ölçüde önceden belirlenmiştir. Bu süreçte belirsizlik algısı azalmış, kontrol hissi artmış ve stres düzeyi düşmüştür. Ancak aynı zamanda, dijital görünürlüğü yüksek mekânlara yönelim artmış ve deneyimin kısmen standartlaştığı gözlemlenmiştir. Seyahat esnasında dijital araçlar özellikle navigasyon, zaman yönetimi ve lojistik kontrol açısından işlev görmüştür. Mobil uygulamalar sayesinde uçuş süreçleri, aktarmalar ve şehir içi ulaşım etkin biçimde yönetilmiş; bu durum seyahati daha öngörülebilir hale getirmiştir. Bununla birlikte, dijital yönlendirmelerin fiziksel çevreyle her zaman örtüşmediği, özellikle altyapı farklılıklarının dijital planlamayı sınırladığı durumlar ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda dijital mesafe ile fiziksel mesafe arasındaki uyumsuzluk dikkat çekmektedir. Yerinde deneyim sürecinde ise dijital araçların yönlendirici rolü devam etmekle birlikte, kararların çoğu zaman fiziksel ortamda tamamlandığı görülmüştür. Dijital ortamda belirlenen aktiviteler ve mekânlar, sahadaki fiyat farklılıkları ve anlık gözlemler doğrultusunda yeniden değerlendirilmiştir. Dijital araçların seyahat deneyimine katkıları arasında maliyet avantajı önemli yer tutmaktadır. Destinasyonda hem rehberlik hizmeti, hem de ulaşım için yerel çözümlere olan bağımlılık dijital araçlar sayesinde azalmıştır. Dijital araçlar bu hizmetlerin ücretsiz ya da daha uygun ücretlerle alınabilmesine imkân yaratmıştır. Dijital araçlar destinasyonda bilgiye erişimi kolaylaştırmakla birlikte, daha uygun fiyatlı hizmetlere ulaşım olanaklarını arttırmıştır. Bununla birlikte dijital araçlar, tek bir hizmet sağlayıcıya bağlı kalma durumunu ortadan kaldırmış, farklı alternatifler arasından rasyonel seçimler yapabilme imkânı sunmuştur. Ayrıca ödeme süreçlerindeki esneklik, kolaylık ve güvenlik, ekstra bir kontrol ve

konfor alanı oluşturmuştur. Tüm bu unsurlar seyahatin toplam maliyetini düşürürken aynı zamanda daha kontrollü ve planlı hareket etme olanağı sağlamıştır.

**Sonuç:** Çalışma, dijital araçların sınır ötesi seyahat deneyimini kolaylaştıran, hızlandıran ve yapılandıran önemli bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, dijital araçların deneyimin otantikliğini sınırlayabildiği ve bireyi dijital yönlendirmelere bağımlı hale getirebildiği görülmektedir. Elde edilen bulgular, dijitalleşmenin turizm deneyimi üzerindeki dönüştürücü etkisini süreç temelli bir bakış açısıyla ortaya koyarak literatüre kavramsal katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital turizm, Seyahat deneyimi, Oto-etnografi, Mobil uygulamalar, Turizmde dijitalleşme.

# Turist Rehberlerinin Tur Tercihlerini Şekillendiren Motivasyonel ve Mesleki Dinamikler: İzmir Örneği

Fırat Sözer[1]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, turizm endüstrisinde destinasyon imajını stratejik düzeyde şekillendiren ve turist deneyiminin kalitesini doğrudan belirleyen turist rehberlerinin çalışma süreçlerindeki profesyonel tercihlerini kapsamlı bir biçimde mercek altına almıştır. Temel amaç, Türkiye'nin en önemli turizm merkezlerinden biri olan İzmir bölgesinde aktif olarak faaliyet gösteren turist rehberlerinin tur seçimlerini belirleyen temel kriterleri ve bu kararların arkasında yatan karmaşık motivasyonel dinamikleri derinlemesine incelemek olmuştur. Araştırma kapsamında rehberlerin mesleki tatmin düzeyleri, çalışma performansları ve dahil oldukları turların niteliksel özellikleri arasındaki doğrudan ilişki akademik bir perspektifle çözümlemeye tabi tutulmuştur.

**Yöntem:** Araştırma tasarımı, sosyal olguların, bireysel tutumların ve sektörel davranışların en kapsamlı şekilde anlaşılmasına imkan tanıyan nitel araştırma yöntemine dayandırılmıştır. Veri toplama sürecinde, katılımcıların mesleki deneyimlerini, sektörel bakış açılarını ve öznel tercihlerini herhangi bir kısıtlama olmaksızın özgürce ifade etmelerine olanak sağlayan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakatlar sırasında rehberlere; mesleki görev tanımlarına yönelik algıları, İzmir bölgesinde rehberlik yapmanın getirdiği sektörel avantajlar ve operasyonel zorluklar, ideal bir tur organizasyonuna yönelik öznel beklentileri, en çok tercih edilen tur türleri ve seyahat acenteleriyle yürütülen iş birliği süreçlerinden beklentileri gibi temalara odaklanan ayrıntılı sorular yöneltilmiştir. Elde edilen nitel veriler, içerik analizi yöntemiyle sistematik bir şekilde çözümlenerek kategorize edilmiştir.

**Bulgular:** Çalışmanın temel çıkış noktasını oluşturan ön gözlemler ve sektörel deneyimler ışığında, rehberlerin tur seçimlerinde demografik özelliklerin, özellikle de yaş ve fiziksel kapasite faktörlerinin merkezi ve belirleyici bir rol oynadığı saptanmıştır. Araştırmanın temel varsayımı; mesleğe yeni başlayan genç rehberlerin sektörde deneyim kazanma, profesyonel ağ oluşturma ve portföy geliştirme önceliğiyle hareket ettikleri, bu nedenle turların fiziksel zorluklarını veya operasyonel yorgunluk yaratan faktörlerini ikincil planda tuttukları yönünde şekillenmiştir. Buna karşın, mesleki kıdemi yüksek ve yaşı ilerlemiş rehberlerin; fiziksel yükü daha az olan, operasyonel risklerin minimize edildiği, konfor düzeyinin yüksek tutulduğu ve lojistik süreçlerin daha düzenli işlediği turları tercih etme eğiliminde oldukları görülmüştür.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Çalışma, rehberlerin bireysel tercihleri ile sektörel arz arasındaki uyum veya uyumsuzlukları akademik bir yaklaşımla ortaya koyarak literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmuş ve sektörel bir katkı sunmuştur. Elde edilen sonuçların, İzmir özelinde faaliyet gösteren seyahat acentelerinin insan kaynakları planlamasına, rehber-tur eşleştirmelerine ve rehber-acente arasındaki profesyonel iş ilişkilerinin sürdürülebilir bir zeminde geliştirilmesine yönelik somut, uygulanabilir ve pratik çözüm önerileri sunması hedeflenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Tur Tercihleri, Motivasyonel Dinamikler, Çalışma Koşulları, Mesleki Deneyim.

# Turist Rehberlerinin TUREB Algısının Metaforlar Aracılığıyla İncelenmesi

Kaan Gürel[1], Hilal Türker[2] ve Arzu Balıkoğlu[3]

[1,2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

[3]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

## Öz

**Amaç:** Bu araştırmada turist rehberlerinin TUREB'e yönelik metaforik algılarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Belirlenen amaç çerçevesinde turist rehberlerinden mesleğin en üst düzey temsil organı olan TUREB ile ilgili metafor geliştirmeleri istenmiştir. Bu doğrultuda, turist rehberlerinin mesleki örgütlerine yönelik algılarını nasıl anlamlandırdıkları ortaya konularak, TUREB'in rehberler nezdindeki algısal konumunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

**Yöntem:** Sahada aktif olarak çalışan Kültür ve Turizm Bakanlığından ruhsatname belgesini almış 116 eylemli turist rehberi bu araştırmanın çalışma grubunu oluşturmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı tercih edilmiş ve fenomenoloji (olgubilim) deseni kullanılmıştır. Veriler, yarı yapılandırılmış soru formu aracılığıyla toplanmıştır. Oluşturulan soru formunda demografik soruların yanı sıra açık uçlu bir soruya da yer verilmiştir. Veri toplama sürecinde turist rehberlerinden, 'Bana göre TUREB ..… gibidir. Çünkü ……' ifadesini tamamlamaları istenmiştir.

**Bulgular:** Veri analizi aşamasında, geliştirilen ifadelerin metafor niteliği taşımaması, gerekçe kısımlarının yanıtlanmamış olması ya da sunulan metaforların anlamsız bulunması nedeniyle 22 soru formu değerlendirme dışı bırakılmıştır. Analizler, 116 soru formu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Elde edilen metaforlar ise gerekçeleri ve ortak özellikleri dikkate alınarak kategorilere ayrılmıştır. TUREB'e yönelik olumlu metaforlar; "Birliktelik", "Koruma", "Güven", "Temsil", "Kurumsallık", "Yol Gösterme", "Diğer" olmak üzere yedi kategori altında TUREB'e yönelik olumsuz metaforlar; İşlevsizlik", "Pasiflik", "Çıkar Odaklılık", "Verimsizlik", "İletişimsizlik" olmak üzere beş kategori altında toplanmıştır. Metaforlara ilişkin frekans ve yüzde değerleri, en çok geliştirilen metaforun "çatı" olduğunu göstermektedir. "Çatı" metaforunu "ev", "avukat", "işlevsiz avukat" ve "aile" metaforları takip etmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Turist rehberlerinin mesleki üst kuruluşlarına ilişkin algıları, mesleki aidiyet, memnuniyet ve örgütsel bağlılık gibi unsurlar açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Ancak bu algıların derinlemesine ve nitel bir yaklaşımla ele alındığı çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu araştırma, metafor analizi yoluyla rehberlerin TUREB'i nasıl anlamlandırdıklarını ortaya koyarak hem literatürdeki bu boşluğu doldurmayı hem de uygulayıcılara yol gösterici bulgular sunmayı amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberi, TUREB, Metafor.

# Sosyal Girişimcilik Temelli Turist Rehberliği Uygulamaları: Women-Led Tours Projesi Üzerine Nitel Bir İnceleme

Işıl Arıkan Saltık[1], Doğan Çaprak[2]

[1]Prof. Dr., Fethiye İşletme Fakültesi / Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[2]Araş. Gör. Dr.,, Fethiye İşletme Fakültesi / Turizm İşletmeciliği Bölümü
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

## Öz

Turizm ve seyahat endüstrileri, kadın istihdamının nicel bağlamda en yüksek olduğu endüstriler arasında olmasına karşın, girişimcilik, yöneticilik, liderlik gibi karar verici pozisyonlarda bulunmaya ilişkin hususlar göz önüne alındığında toplumsal cinsiyet eşitliğinin nitel bağlamda karşılanamadığını söylemek mümkündür. Turizm sektöründe ekonomik değer yaratırken toplumsal eşitsizlikleri gidermede öne çıkan yaklaşımlardan birisi sosyal girişimciliktir. Bu kavram, sosyal değişim yaratmak ve toplumsal ihtiyaçları karşılamak için fırsatları takip eden yenilikçi yaklaşımlar kullanarak sosyal fayda üretmeyi hedefleyen süreçtir. Bu kapsamda, turizm sektöründe kadınların ekonomik değer yaratıcı ve lider rollerini destekleyen sosyal girişim faaliyetleri önem taşımaktadır. Turizmde sosyal girişimcilik, kadınların yalnızca istihdama katılımını değil, aynı zamanda sektörel yönetişim ve karar alma süreçlerine dâhil olmalarını teşvik eden dönüştürücü bir mekanizma olarak öne çıkmaktadır. Buna ek olarak, cinsiyet eşitliğinin sadece sayısal değil, niteliksel olarak da ilerlemesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kadınların sektördeki girişimcilik faaliyetleri, geleneksel cinsiyet rollerini aşmayı ve dönüştürücü bir liderlik anlayışının gelişmesini desteklemektedir. Bu çalışmada, sosyal girişimciliği deneyime dayalı turist rehberliği uygulamalarıyla birleştiren bir model olarak Birleşik Krallık'ta faaliyet gösteren bir sivil toplum örgütü olan "Women in Travel CIC (Turizmde Kadınlar Sosyal Girişimi)" tarafından yürütülmekte olan "Women-Led Tours (WLT)" girişimi örnek olay olarak incelenmektedir. Nitel araştırma deseninde tasarlanan çalışma kapsamında, ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır. WLT girişiminin resmi web sayfası ve sosyal media hesaplarında kamuya açık paylaşılan bilgilendirme metinleri içerik analiz ile incelenmiştir. Bu çalışma, halen yürütülmekte olan daha kapsamlı bir araştırmanın ön bulgularını içermektedir. Araştırma bulguları, kadın liderliğindeki rehberlik uygulamalarının yalnızca ekonomik fırsatlar yaratmakla kalmayıp, kadınların görünürlüğünü artırarak, kültürel anlatıları çeşitlendirerek ve turist deneyimlerinin yapısını dönüştürerek sosyal değer de yarattığını göstermektedir. WLT girişimi, kadınlara eğitim, mentorluk ve girişimcilik desteği sağlayarak, rehberlik edecekleri özgün turları tasarlamaları için kadınları desteklemektedir. Böylelikle kadınların turizm ve seyahat endüstrilerinde hem ekonomik değer yaratmalarına hem de girişimci olarak karar verici rollerle gelir elde etmelerine olanak sağlanmaktadır. Araştırma sonucunda, WLT kapsamında geliştirilen turların; farklı kültürel ve toplumsal geçmişlere sahip kadınlar tarafından yönetildiği ve genellikle göç, kimlik, günlük yaşam, topluluk deneyimleri ve kültürel çeşitlilik gibi temalara odaklandığı belirlenmiştir. Bu bağlamda, bu girişim, geleneksel destinasyon anlatımının ötesine geçen ve sosyal etkileşimi, hikaye anlatımını, topluluk katılımını ve cinsiyet eşitliğini vurgulayan alternatif bir turizm rehberliği biçimini temsil etmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitliği odaklı turizm girişimlerinin

kapsayıcı turizmi ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etme potansiyelini de vurgulayan çalışma, turist rehberliğinde sosyal girişimcilik, kadınların güçlendirilmesi ve deneyime dayalı değer yaratma konularında sunulan önerilerle tamamlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Deneyime dayalı turist rehberliği, sosyal girişimcilik, kadın güçlendirme, toplumsal cinsiyet eşitliği.

# Orkestra Modeli Aracılığıyla Edebiyat Turizmi Ziyaretçilerinin Deneyimleri

Cihan Biçer[1], Ali İnanır[2] ve Yusuf Karakuş[3]

[1]Öğr. Gör.,[2]Doç. Dr., Ağlasun Meslek Yüksekokulu
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[3]Doç.Dr., Turizm Fakültesi
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Rize

## Öz

**Amaç:** Deneyim, birçok araştırmacı tarafından farklı boyutlarıyla ele alınan bir kavramdır. En genel tanımıyla deneyim; bir durum veya olay neticesinde ortaya çıkan, bireyin duyuları üzerinde etkisi olan duygusal bir süreçtir. Turistik deneyim ise turist ile destinasyon arasındaki etkileşimden doğar. Bu süreç; turistin yerel halk, işletmeler, çalışanlar, doğal ve kültürel doku gibi destinasyon bileşenleriyle kurduğu temasın bir sonucudur. Edebiyat turizmi; yayımlanmış edebi eserler veya yazarlarıyla ilişkilendirilmiş alanların, müzelerin, tarihi evlerin ve kabirlerin ziyaret edilerek deneyimlenmesine dayanan faaliyetler bütünüdür. Bu alanların deneyimlenmesi sırasında duygusal ve bilişsel etmenler, sürecin en temel unsurları olarak öne çıkmaktadır. Bu araştırmanın amacı; duyusal, duygusal, bilişsel, davranışsal ve ilişkisel bileşenlerden oluşan "Orkestra Modeli" çerçevesinde, İstanbul'daki edebiyat turizmi alanlarını ziyaret edenlerin deneyimlerini incelemektir.
**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Veriler; Masumiyet Müzesi (Orhan Pamuk), Aşiyan Müzesi (Tevfik Fikret Evi), Sait Faik Abasıyanık Müzesi (Burgazada), Orhan Kemal Müzesi ve Ahmet Hamdi Tanpınar Edebiyat Müze Kütüphanesi'ni ziyaret eden kullanıcıların TripAdvisor ve farklı platformlarda paylaştığı 1208 adet yorumun derlenmesiyle elde edilmiştir. Toplanan veriler, MAXQDA programı aracılığıyla içerik analizine tabi tutulmuştur.
**Bulgular:** Araştırma bulguları, İstanbul'daki edebiyat turizmi algısının çok boyutlu bir yapıda olduğunu göstermiştir. Bu kapsamda; *duyusal deneyim* boyutunda, edebi miras alanlarının etkileyici bir atmosfere sahip olduğu ve ziyaretçileri geçmişle buluşturan nostaljik bir yapı sunduğu görülmüştür. *Duygusal deneyim* boyutunda, ziyaretçilerin kişisel geçmişlerine dair anılarının ve önceki deneyimlerinin sürece eşlik ettiği; *bilişsel deneyim* boyutunda ise ziyaretçilerin bu alanlara derin bir hayranlık duydukları, ziyaret esnasında bilgi düzeylerinin arttığı ve mekanla özdeşim kurdukları saptanmıştır. *Davranışsal deneyim* boyutunda, fotoğraf çekme ve spesifik tematik alanları ziyaret etme gibi eylemlerin öne çıktığı; *ilişkisel deneyim* boyutunda ise ziyaretçilerin personel ve turist rehberleri ile kurdukları etkileşimin verimli ve deneyimi zenginleştirici olduğu tespit edilmiştir.
**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Alan yazında edebiyat turizmi ziyaretçilerinin deneyimlerini inceleyen çalışmaların sınırlı olması ve İstanbul gibi küresel ölçekte önemli bir edebi destinasyona yönelik bütüncül bir araştırmanın bulunmaması, bu çalışmanın literatürdeki boşluğu doldurması açısından önemini artırmaktadır. Ayrıca elde edilen sonuçlar; destinasyon yöneticilerinin şehrin imajını ve markasını "edebi bir şehir" olarak kurgulamasında stratejik bir yol haritası sunmaktadır. Bu yönüyle araştırma, destinasyon pazarlaması ve yönetimi açısından uygulayıcılara rehberlik edebilecek niteliktedir.
**Anahtar Kelimeler:** Ziyaretçi Deneyimi, Edebiyat Turizmi, Orkestra Modeli, İstanbul.

# Turizm Perspektifinden Sanal Müze Çalışmalarının Doküman Analizi

Şeyma Gürbüz[1] ve Nalan Albuz[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, [2]Doç. Dr. Turizm Fakültesi
Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak

## Öz

**Amaç:** Dijitalleşme süreciyle birlikte müzecilik anlayışında yaşanan dönüşüm, sanal müze uygulamalarını turizm alanında giderek daha önemli bir konuma taşımıştır. Bu çalışma, Türkiye'de sanal müzecilik çalışmalarının turizm perspektifinden incelemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, ilgili literatürde yer alan çalışmalar doküman analizi yöntemiyle değerlendirilerek, araştırmaların ele aldığı temalar, yaklaşımlar ve ortaya koyduğu bulgular bütüncül bir bakış açısıyla analiz edilmiştir. Bu kapsamda, alandaki çalışmaların hangi konulara yoğunlaştığı, nasıl bir bakış açısı benimsediği ve mevcut literatürde hangi boşlukların bulunduğu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

**Yöntem:** Turizm, sanal müze, sanal müzecilik anahtar kelimeleri kullanılarak Google akademik özelinde araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamında yapılan tarama sonucunda, Türkiye odaklı ve turizm ile ilişkili toplam 28 çalışma analiz kapsamına alınmıştır. Elde edilen çalışmalar belirli kriterlere göre değerlendirilmiş ve içerikleri doğrultusunda tematik olarak sınıflandırılmıştır.

**Bulgular:** Yapılan literatür taramasında, Covid-19 ile birlikte sanal müze alanında yapılan çalışmaların artış göstermiş olduğu ve sanal müzelerin alternatif bir ziyaret aracı olarak öne çıktığı belirlenmiştir. Ayrıca çalışmaların yıllara göre dağılımı incelendiğinde, en fazla yayının 2022 yılında gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Çalışmalar tematik olarak değerlendirildiğinde dijitalleşme süreçleri, kullanıcı deneyimi ve memnuniyeti, eğitim alanında kullanımı ve kültürel mirasın korunması konularının ön plana çıktığı görülmektedir.

Kültürel mirasın aktarılması konusunda müzelerin önemi büyüktür. Sanal müzelerin erişilebilirliği bu misyonu dünyanın her yerinde ulaşılabilir kılmaktadır. Yapılan çalışmada pandemi süreci ile ivme kazanan sanal müze ziyaretlerinin; gezginler üzerinde orijinalini görme isteğini teşvik ettiği ve turist rehberi adaylarının eğitimi üzerine katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda turist rehberlerinin sanal müze uygulamalarına yönelik algılarının, mesleki verimlilik bağlamında olumlu; ancak mesleğin geleceği açısından tehdit edici bir unsur olarak algıladıkları belirlenmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, Türkiye'de sanal müzecilik alanında yapılmış araştırmaları turizm perspektifinden sistematik bir biçimde ele alan sınırlı sayıdaki çalışmalardan biridir. Literatürde yer alan çalışmaların tematik olarak sınıflandırılması ve mevcut eğilimlerin ortaya konulması, alanın genel görünümünü değerlendirme imkânı sunmaktadır.

Ayrıca çalışmada, sanal müzecilik araştırmalarının ağırlıklı olarak dijitalleşme ve kullanıcı deneyimi konularına odaklandığı; fakat turizm perspektifinden yapılan çalışmalar konusunda eksik kaldığı tespit edilmiştir. Bu durum, gelecekte yapılacak araştırmalar için önemli bir boşluk alanına işaret etmekte ve çalışmanın literatüre katkısını güçlendirmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sanal müze, sanal müzecilik, dijital turizm, turizm.

# Türkiye'deki Turizm Rehberliği Eğitiminde İnanç Turizminin Yeri: Müfredat Odaklı Bir Analiz

Gülizar Özfidan[1] ve Tolga Fahri Çakmak[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi,[2]Doç. Dr., Turizm Fakültesi
Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, Türkiye'deki Turizm Rehberliği lisans programlarının müfredatlarında "İnanç Turizmi" dersinin yerini, kapsamını ve öğretim içeriğini sistematik bir şekilde belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, İnanç turizmi dersinin akademik müfredatlardaki konumu, ele alınış çerçevesi ve ders içeriklerinin yapısal özellikleri analiz edilmiştir.

**Yöntem:** Araştırmanın evrenini, Türkiye'de eğitim veren devlet ve vakıf üniversitelerinin bünyesindeki Turizm Rehberliği lisans programları oluşturmaktadır. Çalışmada nitel araştırma desenlerinden doküman analizi tekniği benimsenmiş; veri toplama sürecinde Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Lisans Atlası ve üniversitelerin resmi bilgi paketleri temel alınarak ikincil veriler üzerinden inceleme yapılmıştır.

**Bulgular:** Toplam 40 üniversitenin müfredatları üzerinde yapılan incelemeler sonucunda, 11 programda doğrudan "İnanç Turizmi" başlığını taşıyan derslerin okutulduğu saptanmıştır. Bulgular, derslerin isimlendirilmesinde; "İnanç Turizmi", "Anadolu'da İnanç Turizmi", "Dünyada/Türkiye'de İnanç Turizmi Destinasyonları" gibi terminolojik farklılıklar olduğunu göstermektedir. İncelenen kurumların yalnızca birinde bu ders zorunlu statüdeyken, dokuzunda seçmeli ders olarak yapılandırılmıştır. Derslerin AKTS kredileri ve 14 haftalık izlenceleri karşılaştırıldığında, isim farklılıklarına rağmen içeriklerin büyük oranda benzerlik gösterdiği, tespit edilmiştir. Dersin ağırlıklı olarak seçmeli statüde sunulması, mezunların bu spesifik uzmanlık alanında standart bir yetkinlik düzeyine ulaşmasını kısıtlayan bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu araştırma, Türkiye'deki Turizm Rehberliği eğitiminin güncel durumunu inanç turizmi ekseninde ortaya koyması bakımından önem arz etmektedir. Elde edilen sonuçların, müfredat geliştirme süreçlerine veri sağlaması ve profesyonel turist rehberliği eğitiminde standardizasyon tartışmalarına akademik bir katkı sunması öngörülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Rehberliği, İnanç Turizmi, Lisans Eğitimi, Müfredat, Ders Programları.

# Bardağa Dolu Tarafından Bakmak: Turist Rehberliği Mesleğinde Kadın Olmak

Dilara Selin Gemici[1] ve Grant Altay Taşkın[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

[2]Dr. Öğr.Üyesi., Turizm Fakültesi
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, turist rehberliği mesleğinde kadın olmanın sunduğu avantajları ve olumlu deneyimleri ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Meslekte cinsiyet farklılıklarının iş deneyimi ve turistlerle iletişim üzerindeki etkilerini anlamak için, kadın rehberlerin bakış açısı temel alınmıştır. Literatürde kadın turist rehberlerin karşılaştıkları zorluklar sıklıkla ele alınmakta ve bu sorunlara odaklanılmaktadır. Bu araştırma ise mevcut çalışmaların aksine bardağın dolu tarafından bakma yaklaşımıyla, kadın turist rehberlerinin mesleğe getirdiği değerleri, iletişim becerilerini ve tur deneyimine sağladığı olumlu etkileri incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, turist rehberliği alanında kadın rehberlerin mesleki deneyimlerine farklı bir bakış açısından yaklaşması sebebiyle önemlidir. Bu çalışma, kadın turist rehberlerinin güçlü yönlerini, mesleğe sağladıkları katkıları ve pozitif deneyimlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda onların, pozitif deneyimlerini anlamak mesleğe yeni başlaya kadın rehberler, mesleği bırakmış yani eylemsiz kadın rehberler ve mesleği bırakmayı düşünen kadın rehberler için motive edici bir unsur oluşturmakta ve mesleğe farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır.

**Yöntem:** Araştırmada nitel yöntem kullanılmıştır. Kadın rehberlerin deneyimlerinin baz alındığı bu çalışma fenomenolojik bir desene sahiptir. Bu kapsamda veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme uygulanmıştır. Mesleğine devam etmekte olan 10 eylemli kadın rehbere görüşme formu yöneltilmiş ve ardından veriler analiz edilmiştir. Veri doyumuna ulaşana dek veri toplama ve analiz süreçleri devam etmiş 15. Katılımcının yanıtlarıyla kod ve temalar tekrar etmeye başlamış, 17. Kişi ile veri toplama süreci uzman görüşü alarak sonlandırılmıştır.

**Bulgular:** Çalışma kapsamında kadın rehberlerin güçlü yönleri, mesleğe kattığı olumlu değerler, meslekten memnuniyet durumları, meslekteki avantajları, mesleki motivasyonları ve tüm bunların hizmet kalitesine olan olası etkileri incelenmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda, kadın turist rehberlerinin çeşitli nitelikleri ortaya konmuştur. Bu bağlamda, erkek rehberlere kıyasla turistlere daha kibar bir yaklaşımla krizleri yönetebildikleri ve tur organizasyonunu daha sağlıklı bir biçimde yürütebildikleri görülmüştür. Bunun yanı sıra, yaşadıkları iş-aile dengesi sorunları, cinsiyetçilik ve paydaşlarla yaşanan problemlerin çözümüne yönelik geliştirdikleri stratejiler sayesinde mesleki motivasyonlarını koruyabildikleri ve hizmet kalitesine olumlu katkı sağladıkları belirlenmiştir.

**Sonuç:** Kadın turist rehberlerinin güçlü iletişim ve empati becerileri sayesinde tur deneyimine önemli katkılar sağladıkları ve karşılaştıkları zorluklara rağmen mesleki motivasyonlarını koruyarak hizmet kalitesini olumlu yönde etkiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum literatürde sanılanın aksine kadın olmanın turist rehberliği için bir dezavantaj değil çoğu zaman beraberinde avantaj getirdiği ortaya konmuştur.

**Özgünlük ve Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turist rehberliği literatüründe çoğunlukla göz ardı edilen "kadın rehberliğin olumlu yönleri" üzerine odaklanarak alana farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır. Araştırma bulgularının, mesleğe başlamayı düşünen kadın rehber adaylarını teşvik etmesi ve meslekten uzaklaşan kadın rehberlerin yeniden sektöre kazanadırılmasına katkı sağlanması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Kadın Turist Rehberleri, Cinsiyet Ayrımı, Mesleki Deneyim, Mesleki Avantajlar.

# Turizm Rehberliği Eğitim Programlarının ‘’Antik Kentler’’ Odağında İncelenmesi

Yasemin Akça[1] ve Tolga Fahri Çakmak[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, [2]Doç. Dr.
Turizm Fakültesi
Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak

## Öz

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı, Türkiye’deki devlet ve vakıf üniversitelerinin Turizm Rehberliği lisans programlarında yer alan ‘’Antik Kentler’’ odaklı derslerin müfredat yapılarını, isimlendirme stratejilerini ve içerik kapsamlarını sistematik olarak incelemektedir.

**Yöntem:** Araştırmanın evrenini, Türkiye’de lisans düzeyinde eğitim veren Turizm Rehberliği bölümlerinin öğretim planları oluşturmaktadır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde, Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Lisans Atlası ve ilgili üniversitelerin ders bilgi paketlerinden yararlanılmış; toplam 40 devlet ve vakıf üniversitesinin müfredatı ikincil veri olarak analize tabi tutulmuştur.

**Bulgular:** Araştırmanın bulguları kapsamında Türkiye’deki 40 devlet ve vakıf üniversitesinin Turizm Rehberliği lisans müfredat içerikleri incelenmiştir. İnceleme sonucunda, antik yerleşimlere odaklanan derslerin; ‘’Anadolu Antik Kentleri’’, ‘’Antik Çağda Yaşam’’, ‘’Dünya’da ve Türkiye’de Antik Kentler’’, ‘’Türkiye’de Ören Yerleri ve Müzeler’’gibi geniş bir terminolojik yelpazede isimlendirildiği tespit edilmiştir. Derslerin zorunluluk statüsü, AKTS kredileri ve haftalık izlenceleri üzerine yapılan analizler; isim bazlı farklılıklara rağmen içeriklerin yüksek oranda benzerlik taşıdığını göstermektedir. Ancak 14 haftalık ders planları derinlemesine incelendiğinde, ‘’bölgesel odaklı müfredat şekillenmesi’’ dikkat çekici bir bulgu olarak ortaya çıkmıştır. Batı illerindeki üniversitelerin (Muğla, Antalya, Mersin vb.) Klasik ve Roma Dönemi mimari odağını koruduğu, Doğu illerindeki üniversitelerin (Mardin, Şanlıurfa vb.) ise nekropol yapıları ve sosyo-kültürel/inanç boyutlarına yoğunlaştığı saptanmıştır. Bu bölgesel ayrışma, mezunlar arasında uzmanlık çeşitliliği yaratmakla birlikte, antik kent eğitimi konusunda ulusal düzeyde bir standardizasyon eksikliğine işaret etmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, Türkiye’deki Turizm Rehberliği eğitiminde antik kent öğretiminin mevcut durumlarını güncel verilerle ve bölgesel karşılaştırmalı bir perspektifle sunması bakımından özgün bir nitelik taşımaktadır. Araştırma sonuçlarının, rehberlik eğitiminde müfredat standardizasyonu ve bölge odaklı eğitim modelleri üzerine yapılacak akademik tartışmalara temel oluşturacağı öngörülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Rehberliği, Antik Kentler, Müfredat, Ders Programları.

# Görme Engelli Turistler İçin Erişilebilir Turizm: Aksaray Destinasyonları Üzerine Bir İnceleme

Elif Ulaş[1] ve Grant Altay Taşkın[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray Üniversitesi, Aksaray
[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi, Aksaray Üniversitesi, Aksaray

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmada, görme engelli turistlerin turizm deneyimleri sırasında karşılaştıkları erişilebilirlik sorunlarını incelemek ve Aksaray'daki turistik destinasyonların bu açıdan ne kadar yeterli olduğunu ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, erişilebilir turizm kapsamında mevcut uygulamaların yeterliliği sorgulanmıştır.

**Yöntem:** Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Erişilebilir turizm ve engelli bireylerin turizm deneyimleriyle ilgili literatür incelenmiştir. Daha sonrasında ise Aksaray Müzesi, Zinciriye Medresesi, Somuncu Baba Külliyesi, Un Fabrikası Müzesi ve Eğri Minare gibi önemli turistik alanlarda gözlem yapılmıştır. Bu alanlar destinasyonların erişilebilirlik kriterleri kapsamında incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Ayrıca alanlar arası karşılaştırma yapılarak benzer ve farklı yönler baz alınarak bu yönde fikirler ortaya konulmuştur.

**Bulgular:** Yapılan incelemeler sonucunda, Aksaray'daki turistik alanların görme engelli bireyler için tam anlamıyla erişilebilir olmadığı tespit edilmiştir. Sesli rehber sistemlerinin yetersiz olması, Braille alfabesiyle (görme engelli bireyler için kullanılan alfabe) hazırlanmış bilgilendirme panolarının eksikliği ve algısal materyallerin bulunmaması dikkat çekmektedir. Un Fabrikası Müzesi gibi kapalı alanlarda belirli düzenlemeler bulunsa dahi bu uygulamaların yeterli olmadığı sonucuna varılmıştır. Eğri Minare gibi açık alanlarda ise yönlendirme ve bilgilendirme eksiklikleri daha belirgin şekilde görülmekle beraber bunun yanında, alanlar arasında erişilebilirlik açısından belirgin farklılıklar olduğu da tespit edilmiştir.

**Özgünlük:** Bu çalışma, Aksaray'daki farklı türdeki turistik destinasyonları birlikte ele alarak görme engelli turistlerin deneyimini bütüncül bir şekilde değerlendirmektedir. Bu yönüyle literatüre katkı sağlamakta ve turistik alanların daha erişilebilir hale getirilmesine yönelik öneriler sunmaktadır. Aynı zamanda turizm rehberliği açısından farkındalık oluşturmayı hedeflemektedir ve yerel düzeyde yapılacak çalışmalara örnek teşkil etmektedir.

**Anahtar Kelimeler**: Erişilebilir Turizm, Engelli Turizm, Aksaray Turizmi, Kapadokya, Müzecilik.

# Dünya Miras Alanlarında Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımları: Safranbolu Üzerine Sistematik Bir Doküman Analizi

Kader Çelik[1] ve Nalan Albuz[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, [2]Doç. Dr. Turizm Fakültesi
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak

## Öz

**Amaç:** Kültürel miras alanları, sahip oldukları tarihi ve mimari değerler nedeniyle turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı önemli destinasyonlardır. Ancak turizm hareketliliğinin artması, bu alanların korunması ve gelecek nesillere aktarılması açısından çeşitli riskleri de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir turizm anlayışı, miras alanlarının yönetiminde önemli bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı, tarihi kent dokusu ve korunmuş mimari yapısıyla sürdürülebilir turizm uygulamalarının değerlendirilmesi açısından önemli bir örnek oluşturan Safranbolu üzerinden, dünya miras alanlarındaki sürdürülebilir turizm yaklaşımlarını ele almak ve literatürdeki temel eğilimleri incelemektir.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yöntemlerden doküman analizi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında sürdürülebilir turizm, kültürel miras yönetimi ve Safranbolu üzerine yapılmış akademik çalışmalar incelenmiştir. Veri toplama sürecinde yalnızca ulusal veri tabanı ile sınırlı kalınmamış; Dergi Park ve YÖK Ulusal Tez Merkezi'nin yanı sıra uluslararası literatürü temsil eden çeşitli akademik çalışmalar da değerlendirme kapsamına alınmıştır. Bu doğrultuda 2015-2026 yılları arasında yayımlanan çalışmalar 'sürdürülebilir turizm', 'Safranbolu', ve 'sürdürülebilirlik' anahtar kelimeleri kullanılarak taranmıştır. Tarama sonucunda elde edilen çalışmaların yanı sıra, Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (BAKKA) raporları, yerel yönetim stratejik planları ve kültürel miras yönetimine ilişkin kurumsal dokümanlar da analize dahil edilmiştir.

**Bulgular:** Literatür incelemesi, Safranbolu'da sürdürülebilir turizm uygulamalarının özellikle tarihi dokunun korunması ve geleneksel mimarinin yaşatılması üzerine yoğunlaştığını göstermektedir. Turizmin yerel ekonomi için önemli bir gelir kaynağı oluşturduğu ve yerel girişimciliği desteklediği ifade edilmektedir. Bununla birlikte bazı çalışmalar, artan turizm talebinin aşırı yoğunluk, yapılaşma baskısı ve yerel yaşam üzerinde değişim gibi sorunlara yol açabileceğini ortaya koymaktadır. Geleceğe yönelik olarak sürdürülebilir turizm uygulamalarının daha etkin hale getirilebilmesi için öncelikle bütüncül ve katılımcı bir yönetim anlayışının benimsenmesi gerekmektedir. Yerel yönetimler, akademik çevreler, turizm sektörü temsilcileri ve yerel halk arasında güçlü bir iş birliği sağlanmalıdır. Bunun yanı sıra kültürel miras alanlarında taşıma kapasitesine dayalı planlama yapılması ve ziyaretçi yoğunluğunu dengeleyen stratejilerin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıca yerel ekonominin desteklenmesi amacıyla küçük ölçekli işletmelerin teşvik edilmesi, geleneksel üretim biçimlerinin turizmle bütünleştirilmesi ve kültürel değerlerin ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlayacak şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, Safranbolu üzerine yapılmış parçalı durumdaki araştırmaları sürdürülebilirlik perspektifinde bir araya getirerek literatürdeki genel yaklaşımları bütüncül bir biçimde ortaya koymaktadır. Kültürel miras alanlarında turizm gelişimi ile koruma arasındaki hassas ilişkiye dikkat çeken araştırma, literatürdeki tematik boşlukları görünür kılarak gelecekte yapılacak ampirik çalışmalar için bir çerçeve sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** : Sürdürülebilir Turizm, Dünya Miras Alanları, Safranbolu, Kültürel Miras, Turizm Yönetimi.

# Turist Rehberliğinde Hikâyeleştirmenin Kültürlerarası İletişime Etkileri: Alanya Örneği

Dilan Şatır Yıldız[1] ve Onur Yıldız[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi., Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[2]Dr., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü
Bağımsız Araştırmacı

## Öz

**Amaç**: Turizm faaliyetleri, farklı kültürlere sahip bireylerin bir araya gelerek karşılıklı etkileşimde bulunduğu önemli bir sosyal alan oluşturmaktadır. Bu etkileşim sürecinde turist rehberleri, yalnızca bilgi aktaran kişiler olmanın ötesine geçerek kültürlerarası iletişimin kurulmasında aracı bir rol üstlenmektedir. Özellikle hikâyeleştirme, rehberlerin anlatımını zenginleştiren ve aktarılmak istenen kültürel unsurların daha anlaşılır, ilgi çekici ve anlamlı hale gelmesini sağlayan anlatı temelli bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Buradan hareketle, zengin tarihsel ve kültürel birikimiyle dikkat çeken Alanya, turist rehberliğinde hikâyeleştirmenin kültürlerarası iletişim üzerindeki etkilerini incelemek için önemli bir örnek olarak dikkat çekmektedir. Bu çalışma, turist rehberliğinde hikâyeleştirmenin kültürlerarası iletişim üzerindeki etkilerini, Alanya örneği üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Bu etkinin hangi mekanizmalar aracılığıyla gerçekleştiğini ortaya konulması hedeflenmektedir. Araştırmanın temel odağı, turist rehberlerinin anlatı temelli tekniklerin kullanılarak farklı kültürlerden gelen ziyaretçiler ile yerel kültür arasında nasıl bir etkileşim zemini oluşturduğunu ortaya koymaktır. Dolayısıyla hikâyeleştirmenin yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda kültürel anlam üretimi ve karşılıklı anlayış geliştirme sürecinde oynadığı rol ele alınmaktadır.

**Yöntem**: Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, Alanya'yı ziyaret eden farklı destinasyonlardan ziyaretçiler ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği yoluyla veri toplanmıştır. Veri toplama sürecinde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak Alanya'yı ziyaret eden farklı milliyetlerden toplam 10 turist ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra bölgede aktif olarak görev yapan turist rehberlerinin anlatım pratikleri gözlemlenmiş ve kullanılan hikâyeleştirme teknikleri içerik analizi yoluyla değerlendirilmiştir. Bölgede aktif olarak çalışan 4 turist rehberinin anlatım pratikleri, katılımcı gözlem yoluyla incelenmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiş; analiz sürecinde açık kodlama, kodların kategorilere ayrılması ve temaların oluşturulması aşamaları izlenmiştir. Araştırmanın güvenirliğini artırmak amacıyla veri çeşitlemesi (görüşme ve gözlem), araştırmacılar arası karşılaştırma ve doğrudan alıntılara yer verme stratejileri kullanılmıştır

**Bulgular**: Araştırm bulguları, hikâyeleştirmenin kültürlerarası iletişimi güçlendiren önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle hikâyeleştirme yoluyla aktarılan kültürel unsurların, turistlerin empati kurma becerilerini artırdığı ve kültürlerarası iletişimi daha etkili ve sürdürülebilir hale getirdiği tespit edilmiştir. Bulgular, hikâyeleştirmenin kültürlerarası iletişimi üç temel mekanizma üzerinden güçlendirdiğini göstermektedir: (1) anlamlandırma, (2) duygusal bağ kurma ve (3) empati geliştirme. Rehberlerin kullandığı efsaneler ve tarihsel anlatılar destinasyonun kültürel bağlamını derinleştirirken, kişisel anlatılar ve dramatizasyon teknikleri turistlerin deneyimi özdeşleştirmesini kolaylaştırmaktadır. Katılımcı ifadeleri, hikâyeleştirme yoluyla sunulan bilgilerin daha akılda kalıcı ve anlamlı bulunduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca farklı hikâyeleştirme türlerinin etkilerinin değiştiği; efsanelerin merak ve ilgi uyandırmada, kişisel anlatıların ise empati geliştirmede daha etkili olduğu belirlenmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı**: Çalışma, kültürlerarası iletişim bağlamında bütüncül bir çerçeve sunmaktadır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, turist rehberliği eğitim programlarına efsane anlatımı, dramatizasyon, hikâye kurgulama ve performatif anlatım tekniklerini içeren uygulamalı modüllerin entegre edilmesi önerilmektedir. Bu yönüyle çalışma, hem teorik hem de uygulamaya dönük katkılar sunmaktadır. Sonuç olarak, turist rehberliğinde hikâyeleştirme, kültürlerarası iletişimin geliştirilmesinde stratejik bir rol üstlenmektedir. Rehberlerin anlatı temelli yaklaşımları benimsemesi, turist deneyimini daha etkileşimli, anlamlı ve kalıcı hale getirmektedir. Bu doğrultuda, turist rehberliği eğitimlerinde hikâyeleştirme becerilerinin geliştirilmesine yönelik uygulamalara daha fazla yer verilmesi önerilmektedir. Gelecek çalışmalarda farklı destinasyonlar ve turist profilleri bağlamında hikâyeleştirmenin kültürlerarası iletişim üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak incelenmesi, literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Hikâyeleştirme, Kültürlerarası İletişim, Turist, Turist Rehberliği, Alanya.

# Yapay Zekâ Tur Deneyimini Değerlendirebilir mi? MAXQDA ile Karşılaştırmalı Bir İnceleme

Esranur Emine Özben[1] ve Burak Murat Demirçivi[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, seyahat acentelerine yönelik çevrim içi kullanıcı yorumlarının analizinde yapay zekâ temelli analiz ile MAXQDA programı kullanılarak gerçekleştirilen nitel veri analiz sonuçlarını karşılaştırmak ve yapay zekânın kodlama, tema oluşturma ve yorumlama süreçlerinde ne ölçüde doğru, tutarlı ve güvenilir sonuçlar ürettiğini incelemektir.

**Yöntem:** Bu çalışma nitel araştırma yöntemine dayanmaktadır. Araştırmanın verileri seyahat acentelerine yönelik çevrim içi yorumlar oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen seyahat acenteleri, kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup erişilebilirlik, çevrim içi yorum yoğunluğu ve rehber ile tur deneyimine ilişkin içerik barındırma kriterleri dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda, üç farklı acenteye ait Google kullanıcı yorumları veri kaynağını oluşturmuştur. Elde edilen veriler iki farklı analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir. İlk aşamada yorumlar yapay zekâ destekli analiz ile incelenmiş, ikinci aşamada ise aynı veri seti MAXQDA programı kullanılarak nitel veri analizi teknikleri doğrultusunda kodlanmış ve tematik analiz gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular karşılaştırılarak yapay zekâ temelli analiz ile bilgisayar destekli analiz yöntemlerinin benzerlik ve farklılıkları ortaya konulmuştur. Araştırma kapsamında incelenen üç farklı seyahat acentesine ait toplam 60 kullanıcı yorumu analiz edilmiştir. Her bir acente için, filtrelenmiş en yüksek ve en düşük puanlı yorumlar arasından seçilen 10 olumlu ve 10 olumsuz yorum veri setine dâhil edilmiştir. Bu yaklaşım ile veri setinde denge sağlanarak kullanıcı deneyimlerinin farklı yönlerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi amaçlanmıştır.

**Bulgular:** Yapay zekâ destekli analiz ve MAXQDA programı kullanılarak yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular karşılaştırıldığında, yapay zekânın genel olarak benzer kodlar ve temalar oluşturabildiği görülmüştür. Özellikle rehber performansı, tur organizasyonu ve genel hizmet kalitesi her iki analizde de öne çıkan temel temalar arasında yer almaktadır. Yapay zekâ analizinin metinlerdeki açık ve doğrudan ifade edilen olumlu ve olumsuz durumları tespit etmede oldukça başarılı olduğu ve kullanıcı memnuniyeti ve memnuniyetsizlik unsurlarını doğru şekilde sınıflandırabildiği belirlenmiştir. Bu durum, yapay zekânın özellikle büyük veri setlerinde hızlı ve genel bir çerçeve sunma açısından etkili bir araç olabileceğini göstermektedir. Bununla birlikte, yapay zekâ analizinin bazı sınırlılıkları da tespit edilmiştir. Özellikle kullanıcı yorumlarında yer alan örtük anlamlar, ironi, duygusal ton ve bağlamsal ifadelerin yorumlanmasında eksiklikler gözlemlenmiştir. Yapay zekânın bazı durumlarda benzer ifadeleri yüzeysel olarak kodladığı ancak derinlemesine anlamlandırma ve yorumlama konusunda sınırlı kaldığı görülmüştür. Sonuç olarak, yapay zekâ analizinin nitel veri analizinde belirli bir doğruluk ve tutarlılık düzeyine ulaştığı ancak tek başına yeterli olmadığı gözlenmiştir. Özellikle derinlemesine analiz ve bağlamsal yorumlama süreçlerinde araştırmacı katkısına ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turizm literatüründe sınırlı sayıda ele alınan yapay zekâ destekli nitel veri analizi yaklaşımını geleneksel analiz yöntemleriyle karşılaştırmalı olarak incelemesi bakımından özgün bir katkı sunmaktadır. Çalışma, bu yönüyle yapay zekânın nitel veri analizinde alternatif bir araç olup olamayacağını test eden nadir çalışmalardan biridir. Ayrıca, turizm rehberliği bağlamında kullanıcı deneyimlerine dayalı bulgular elde edilerek rehber performansı ve tur organizasyonu hakkında literatüre katkı sağlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Çevrim içi yorumlar, Nitel veri analizi, Tur deneyimi, Turist rehberliği, Yapay zekâ.

# Sokak Arası Lezzetlerin Rehberli Turlarda Kullanılması: Burdur'u Ziyaret Eden Tur Gruplarına Yönelik Rota Önerileri

Buse Acar[1] ve Özcan Özdemir[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

## Öz

Mutfaklar binlerce yıldır farklı uygarlıkların yaşantısında önemli bir yer tutmuştur. İnsanoğlu ilk yerleşik hayata geçmesinden bu yana ekip biçmeyi öğrenmesi, çeşitlendirmesi ve yeni ürünlerin farklı besinlerle harmanlanması neticesinde mutfakların evrimleşme süreçlerine yeni ürünler ekleyerek günümüze kadar aktarabilmiştir. Farklı uygarlıkların kendi içerisinde özümsediği yerel lezzetler bu geleneklerin ve evrimleşme süreçlerinin günümüze kadar aktarılmasını kolaylaştırmış, bu sayede var olan ürünlerin kaybolmadan sürdürülebilirliği korunagelmiştir. Ancak zamanla endüstrileşme, modernleşme ve hızlı yaşam şekillerinin ortaya çıkması yerel mutfakların bazı besinlerinin unutulmasına ya da yerelde çok ön plana çıkamamasına neden olmuştur. Bu anlamda yerel mutfakların sürdürülebilirliğinin sağlanması adına sokak arası lezzetler adeta kültürel mirasın ve yerel mutfağın koruyucusu durumundadır. Gastronomi açısından bakıldığında, yerel ve kültürel kimliğin öneminin ortaya çıkarılmasında, turistlere yeni rotalar sunmasında, turizm potansiyelinin güçlenmesinde ve ziyaret edilen bölgelerin yerel mutfaklarının deneyimlenmesinde sokak arası lezzetlerin ayrı bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Sadece o yöreyi ziyaret eden turistlerin değil aynı zamanda yerel halkın da gündelik yeme-içme ihtiyaçlarının hızlıca karşılanabilmesini sağlayan bu lezzetler, turizm ve bölge ekonomisine artı değer sağlamakla birlikte kültürel deneyimin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında da kilit rol oynamaktadır. Türkiye'nin bereketli toprakları, Anadolu coğrafyasında yaşamış birbirinden farklı kültüre sahip olan uygarlıklar ve kültürel değerlerin yaşatılması neticesinde her bir ilin kendine has lezzetleri öne çıkmaktadır. Bu lezzetlerin yaşatılmasında ve aktarılmasında da turist rehberlerinin yadsınamaz ölçüde önemi mevcuttur. Turist rehberleri; gezen, öğrenen, deneyimleyen, aktaran ve ziyaret edilen bölgeyi her yönüyle tanıtan kültür elçileri olduklarından dolayı Anadolu'nun sahip olduğu çekicilikleri öne çıkaran ve turizm sektörünün en önde gelen paydaşlarından biri konumundadırlar. Çalışma kapsamında ele alınmak istenen konu da yerel lezzetlerin kuşaktan kuşağa aktarıldığı Burdur ilinin sokak arası lezzetlerinin ve kültürel yemek kimliğinin korunması ve öne çıkarılması yönündedir. Bu bağlamda, özellikle et yemekleri, hamur işleri ve tatlılarıyla adından söz ettiren Burdur'un yerel yemeklerinin tanınırlığının sağlanması adına yazarlar tarafından saha gözlemleri ile deneyimleri ele alınmış ve daha önce yazılan akademik kaynaklar incelenmiştir. Ayrıca sahada aktif olan turist rehberlerinden görüşler alınmış ve Tripadvisor'da en çok yorum alan aynı kategorideki "Burdur Şiş, Et Ürünleri, Hamur İşleri, Tatlı-Pasta vb." ürünleri sunan yeme-içme işletmeleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, Burdur mutfağının yerli ve yabancı ziyaretçiler, sahada deneyimli çalışan turist rehberleri, ilde aktif halde faaliyet gösteren seyahat acentaları, ildeki turizm paydaşları ile yerel işletme sahipleri bakış açısıyla yerinin belirlenmesi, eksik yönlerinin giderilmesi ve yeni sokak arası lezzet rotalarının oluşturulması amaçlanmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Turist Rehberi, Rehberli Turlar, Gastronomi, Sokak Arası Lezzetler, Yemek Rotaları.

# Avrupa Konseyi Kültür Rotaları ve Türkiye

Füsun İstanbullu Dinçer[1], Kemal Ergan[2] ve Mithat Zeki Dinçer[3]

[1,3]Prof. Dr., İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul

[2] Dr., Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm Rehberliği Bölümü
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul

## Öz

**Amaç:** Doküman incelemesi sonucunda Türkiye'nin dahil olduğu Avrupa Konseyi Kültür Rotaları üzerine yapılan çalışmaların genellikle Aeneas Rotası üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Bu çalışmada uluslararası bir etikete sahip olan Avrupa Konseyi Kültür Rotaları'na dahil olan Türkiye'deki destinasyonların belirlenmesi, bu konu hakkında akademik alanda daha fazla farkındalık yaratılması ve kültür rotalarının turistik ürün olarak ön plana çıkarılması amaçlanmaktadır.

**Yöntem:** Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yoluyla veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda Türkiye'nin dahil olduğu Avrupa Konseyi Kültür Rotaları detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

**Bulgular:** Türkiye'nin dahil olduğu 11 adet Avrupa Konseyi Kültür Rotasının belirlenmiştir. bu rotalar; Avrupa Yahudi Mirası Güzergahı, Iter Vitis Rotası, Avrupa Tarihi Termal Kentleri Rotası, Avrupa Seramik Rotası, Avrupa Megalit Kültürü Rotası, Avrupa Endüstriyel Miras Rotası, Demir Perde İzi - EuroVelo 13, Aeneas Rotası, Tarihi Kafeler Rotası, Göçer Hayvancılık Yolları, Leonardo Da Vinci Rotası'dır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, Türkiye'nin dahil olduğu Avrupa Konseyi Kültür Rotaları'nın tümünü kapsayan ilk çalışmadır.

**Anahtar Kelimeler:** Avrupa Birliği, Kültür Rotaları, Avrupa Konseyi Kültür Rotaları, Turizm.

# Gastronomi Turlarına Katılan Misafirlerin Özel Diyet Gereksinimleri Karşısında Turist Rehberlerinin Yeterlilikleri

İlhan Avcu[1], Ramazan İnan[2] ve Büşra Şen Avcu[3]

[1]Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Marmaris Meslek Yüksekokulu,
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla
ramazaninan@mu.edu.tr

[3]Öğr. Gör., Güzelyurt Meslek Yüksekokulu,
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

## Öz

**Amaç:** Çalışmanın temel amacı, gastronomi turlarına katılan ve özel diyet gereksinimlerine sahip turistler karşısında turist rehberlerinin bilgi, beceri ve uygulama yeterliliklerini belirlemektir. Araştırma, rehberlerin bu tür gereksinimlere yönelik farkındalık düzeylerini, karşılaştıkları sorunları ve geliştirdikleri çözüm stratejilerini ortaya koyarak gastronomi turizmi bağlamında hizmet kalitesinin artırılmasına katkı sağlamayı hedeflemektedir.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Çalışma kapsamında aktif olarak Marmara, İç Anadolu ve Ege bölgelerinde gastronomi turlarına katılan 4 turist rehberleriyle gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Analiz sürecinde katılımcı ifadeleri temalar altında sınıflandırılmıştır.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, gastronomi turlarında görev yapan turist rehberlerinin özel beslenme gereksinimlerine ilişkin temel bir farkındalığa sahip olduğunu, ancak bu bilginin büyük ölçüde deneyim ve kişisel çabalarla şekillendiğini ortaya koymaktadır. Rehberler en sık vegan/vejetaryen beslenme biçimleri, gıda alerjileri ve gluten intoleransı ile karşılaşmakta; bu tür talepler özellikle yabancı turist gruplarında daha yaygın görülmektedir. Özel diyet gereksinimleri çoğunlukla tur öncesinde bildirilse de tur esnasında yeniden gündeme gelmekte ve rehberlerin anlık çözüm üretme becerilerini zorunlu kılmaktadır. Bu süreçte en yaygın stratejiler; restoranlarla önceden iletişim kurma, alternatif menü seçenekleri oluşturma ve turistlerden doğrudan bilgi alma şeklinde öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, uygun işletme bulma güçlüğü, sınırlı menü çeşitliliği ve turistlerin gıda güvenliği konusundaki hassasiyeti rehberlerin karşılaştığı temel zorluklar arasındadır. Bulgular ayrıca, gastronomi turlarının daha kapsayıcı hale gelebilmesi için rehberlere yönelik uzmanlık eğitimlerinin artırılması ve özel beslenme gereksinimlerine uygun hizmet altyapısının geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, gastronomi turizmi literatüründe sınırlı düzeyde ele alınan özel beslenme gereksinimleri konusunu turist rehberleri perspektifinden inceleyerek alana özgün bir katkı sunmaktadır. Araştırma, rehberlerin yalnızca bilgi aktarıcı değil, aynı zamanda risk yönetimi, hizmet uyarlama ve deneyim tasarımı süreçlerinde aktif rol üstlenen aktörler olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yönüyle çalışma, gastronomi turizmi ile kapsayıcı turizm yaklaşımını bütünleştiren kavramsal bir çerçeve geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca bulgular, sektördeki uygulamaların büyük ölçüde bireysel deneyime dayandığını göstererek, rehberlere yönelik standartlaştırılmış eğitim programları ve uzmanlaşma gerekliliğine işaret etmektedir. Bu bağlamda çalışma, hem literatürdeki boşluğu doldurmakta hem de uygulayıcılar ve politika yapıcılar için yol gösterici çıkarımlar sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi turizmi, gastronomi turları, turist rehberliği, özel diyet gereksinimleri, içerik analizi.

# Yapay Zekâ Temelli Turist Rehberliği: Yapay Zekâ Araçlarının İstanbul Gastronomi Turlarına İlişkin Yanıtlarının İçerik Analizi

İlhan Avcu[1] ve Büşra Şen Avcu[2]

[1]Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur
[2]Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu, Aksaray

## Öz

**Amaç:** Farklı yapay zekâ araçları (Claude, ChatGPT, Gemini, Microsoft Copilot) tarafından İstanbul gastronomi turlarına ilişkin sorulan sorulara verilen yanıtların içeriksel özelliklerini karşılaştırmalı olarak incelemektir. Araştırma, söz konusu yapay zekâ araçlarının İstanbul gastronomi turları için bilgi sunma, rehberlik sağlama ve öneri üretme kapasitelerini değerlendirerek, turist deneyiminin tasarlanması ve kişiselleştirilmesinde taşıdıkları potansiyeli ve sınırlılıkları ortaya koymayı hedeflemektedir. Ayrıca, elde edilen bulgular doğrultusunda turist rehberlerin sağladığı deneyim ile yapay zekâ yanıtlarının karşılaştırılması yoluyla hibrit turist rehberliği modellerine ilişkin çıkarımların geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve veri toplama sürecinde farklı yapay zekâ araçlarına İstanbul gastronomi turlarına ilişkin yöneltilen sorular üzerinden elde edilen yanıtlar incelenmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiş ve analiz sürecinde yanıtlar temalar çerçevesinde kategorize edilerek karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Çalışma teorik ve keşfedici bir nitelik taşımaktadır.

**Bulgular:** Araştırma incelendiğinde, dört yapay zekâ aracının İstanbul gastronomi turlarına ilişkin değerlendirmelerinde belirli temalar etrafında yoğunlaştığı, ancak bu temalara yaklaşım biçimlerinin farklılaştığı görülmektedir. Tüm araçların ortaklaştığı temel noktalar; deneyim çeşitliliği, otantiklik, kişiselleştirme ve bilgi aktarımıdır. Bu durum, gastronomi turizminin çok boyutlu yapısının yapay zekâ sistemleri tarafından da benzer şekilde algılandığını göstermektedir. Ancak araçlar arasındaki farklılıklar, odaklandıkları boyutlar üzerinden belirginleşmektedir. ChatGPT'nin daha bütüncül ve dengeli bir yaklaşım sergileyerek hem deneyim hem de operasyonel süreçleri birlikte ele aldığı; Copilot'un daha çok kullanıcı deneyimi, erişilebilirlik ve operasyonel kolaylıklar üzerinde yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Buna karşın Claude'un diğer araçlara kıyasla daha eleştirel ve derinlikli bir perspektif sunduğu, özellikle otantiklik, bilgi güvenilirliği ve yapay zekânın sınırlılıkları konularında daha analitik değerlendirmeler yaptığı görülmektedir. Gemini'nin ise deneyim tasarımı, yaratıcılık ve teknolojik entegrasyon boyutlarında öne çıkarak daha yenilikçi ve geleceğe dönük bir yaklaşım benimsediği dikkat çekmektedir. Özellikle yapay zekâ destek mekanizmaları bağlamında, tüm araçların kişiselleştirme, öneri sistemleri ve çok dilli iletişim gibi konularda güçlü bir potansiyele işaret ettiği; ancak buna paralel olarak halüsinasyon riski, güncellik sorunu ve insani etkileşim eksikliği gibi sınırlılıkların da ortak şekilde vurgulandığı görülmektedir. Bu durum, yapay zekânın gastronomi turizminde tamamlayıcı bir araç olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Genel olarak bulgular, yapay zekâ araçlarının tek başına bütüncül bir çözüm sunmaktan ziyade, farklı güçlü yönlere sahip tamamlayıcı sistemler olarak değerlendirilebileceğini ve en etkili yaklaşımın insan rehberliği ile yapay zekâ destek sistemlerinin bütünleştiği hibrit modeller olacağını göstermektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, yapay zekâ araçlarının gastronomi turlarına ilişkin algı ve değerlendirmelerini temalar üzerinden karşılaştırmalı olarak ortaya koyarak, yapay zekânın turizm deneyimi tasarımı ve yönetiminde tamamlayıcı bir araç olarak kullanımına dair kuramsal bir çerçeve sunmaktadır. Bulgular, hibrit rehberlik modellerinin geliştirilmesine yönelik uygulamalı

ve stratejik önerilere temel oluşturmakta ve gastronomi turizminin çok boyutlu yapısının teknoloji ile etkileşimini anlamaya katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Yapay zekâ, turist rehberliği, gastronomi turizmi, İstanbul, gastronomi turları.

# Turizm Rehberliği Lisans Programlarının Akademik Kadro Yapısı ve Öğrenci-Öğretim Elemanı Oranının Analizi

Muhammed Kavak[1] ve Uğur Korkmaz[2]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi,
Anadolu Üniversitesi, Eskişehir

[2]Öğr. Gör., Yabancı Diller Yüksekokulu
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

## Öz

**Amaç:** Turist rehberliği alanı, ziyaretçilere öncülük edecek seviyeye ulaşmayı gerektiren teorik ve pratik bilginin ciddi bir eğitim ile sağlandığı kilit bir öneme sahiptir. 4 yıllık süre göz önüne alındığında doktora eğitiminden farklı olarak doğrudan sahaya yönelik nitelikli rehber ihtiyacını karşılamak amacıyla verilen en kapsamlı rehberlik eğitimi sayılan lisans programlarının akademik kadro yapısı ve öğrenci-akademisyen oranı, bu eğitim kalitesinin başlıca unsurları arasında sayılmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Türkiye'deki devlet üniversitelerinde yer alan turizm rehberliği programlarında görev yapan akademik personelin sayısal yapısını ve ünvan dağılımını ortaya çıkarmak, ayrıca kayıtlı öğrenci sayıları dikkate alınarak öğrenci-öğretim elemanı oranını belirlemek ve bu göstergeleri eğitim kapasitesi ve kadro yeterliliği açısından değerlendirmektir. Bu doğrultuda, çalışmada toplam akademik personel sayısı, ünvan dağılımı ve bölüm başına düşen öğretim elemanı sayısı analiz edilmiştir.

**Yöntem:** Araştırma, ikincil verilere dayalı betimsel bir doküman analizi olarak tasarlanmıştır. Çalışmanın evrenini, Türkiye'de 2025 yılı itibarıyla aktif olarak öğrenci kabul eden devlet üniversitelerindeki turizm rehberliği lisans programlarının tamamı oluşturmaktadır. Programların belirlenmesinde 2025 yılına ait ÖSYM tarafından yayınlanan "YKS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler" esas alınmıştır. Kayıtlı öğrenci sayıları Yükseköğretim Kurulu Atlas veri tabanından, akademik kadro bilgileri ise ilgili programın yer aldığı üniversitelerin resmî web sitelerinden elde edilmiştir.

**Bulgular:** Çalışmanın bulgularına göre Türkiye'de toplamda 38 farklı turizm rehberliği lisans programında görev yapan toplam 258 akademisyen bulunmaktadır. Akademisyenlerin ünvan dağılımı sayısal ve oransal olarak incelendiğinde, Doç. Dr. (90), Dr. Öğr. Üyesi (60), Prof. Dr. (49), Araş. Gör. (36) ve Öğr. Gör. (21) şeklinde bir dağılımın söz konusu olduğu görülmektedir. Bu dağılım içerisinde en yüksek paya sahip ünvanın Doç. Dr. (90 kişi) olduğu dikkat çekmektedir. Türkiye'deki 38 farklı turizm rehberliği lisans programında kayıtlı toplam öğrenci sayısının 8.760 olduğu tespit edilmiştir. Ortalamada her bir programda 237 öğrenci bulunmaktadır. Lisans programlarında her yıl ortalama kontenjanın 2000 civarında olduğu dikkate alındığında rehber ihtiyacını karşılamak bakımından ciddi bir öğrenci akışı olduğu ve bu durumun akademik kapasite üzerinde yoğunluk oluşturduğu düşünülmektedir. Aksi takdirde ortaya çıkacak bölüm ve öğrenci enflasyonu sonucunda YÖK tarafından son yıllarda başlatılan kontenjan düşürülmesi ile karşı karşıya gelineceği öngörülmektedir.

Türkiye'de turizm rehberliği lisans programlarında öğrenci-akademisyen oranının ise yaklaşık 34:1 olması, akademik yükün yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Çalışmanın en dikkat çekici bulgularından biri, Araştırma Görevlisi unvanına sahip akademik personel sayısının öğretim üyesi kadrolarına kıyasla daha düşük düzeyde kalmasıdır. Türkiye'deki programların tamamındaki toplam Araş. Gör. sayısı 36'dır ve bunun 13'ü doktorasını tamamlamıştır. En dikkat çekici bulgulardan biri, 12 programda araştırma görevlisinin bulunmaması, diğer bir ifadeyle

programların yaklaşık üçte birinde bu kadronun yer almamasıdır. Bu bağlamda, hızla artan öğrenci sayısına rağmen araştırma görevlisi sayısının düşük olması ve bazı programlarda hiç bulunmaması akademik insan kaynağının sürdürülebilirliği açısından risk oluşturmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma lisans düzeyindeki turizm rehberliği eğitiminin mevcut akademik kapasitesine ilişkin bütüncül bir değerlendirme sunarak turist rehberliği alanında ilk olma özelliğini taşımaktadır. Bu yönüyle yükseköğretim politikalarına ve turizm rehberliği bölümlerinin akademik kadro planlamalarına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca elde edilen bulguların, öğrenci-öğretim elemanı dengesinin iyileştirilmesi ve daha nitelikli bir turist rehberliği eğitimi yapısının oluşturulmasına yönelik politika ve stratejiler geliştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberliği, akademik kadro, öğrenci-akademisyen oranı, yükseköğretim.

# Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarına Yönelik Dijital Okuryazarlık ve Farkındalık Düzeyleri

İrem Ceyda Samancı[1] ve Muhammed Baykal[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın

## Öz

**Amaç:** Çalışmanın temel amacı, turizm rehberliği öğrencilerinin Türkiye'nin sahip olduğu Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) unsurlarına yönelik farkındalık düzeylerini ve bu mirasın korunması/tanıtılmasındaki süreçte kritik öneme sahip olan dijital okuryazarlık düzeylerini belirlemektir. Geleceğin turist rehberleri, kültürel mirası dijital platformlarda ne derece doğru aktardıkları ve yorumlayabildikleri, çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır.

**Yöntem:** Araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli tercih edilmiş olup, veriler; turizm rehberliği bölümünde eğitim gören 166 öğrenciden anket tekniği ile toplanmıştır. Toplanan verilerin analizinde frekans analizleri ve tanımlayıcı istatistikler (ortalama ve standart sapma) kullanılmıştır. Çalışma kapsamında, çalışmanın odak noktasını oluşturan SOKÜM unsurlarına yönelik bilgi düzeyleri ve dijital araç kullanım yetkinlikleri analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Araştırmadan elde edilen verilere göre, katılımcıların %59,6'sının kültürel miras unsurlarına yönelik daha önce ders veya eğitim almadığı saptanmıştır. Buna rağmen öğrencilerin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesinde yer alan; Karagöz, Ebru Sanatı, Türk Kahvesi, Nevruz ve ıslık dili gibi unsurlara yönelik çok yüksek (Ort=4,70) farkındalığa sahip olduğu görülmüştür. Dijital okuryazarlık alt tutumlarına bakıldığında ise öğrencilerin en yüksek puanı “"Teknik Okuryazarlık" (Ort=4,12) ve "Tutum" (Ort=4,10) boyutlarında aldıkları; "Bilişsel" (Ort=3,96) ve "Sosyal" (Ort=3,94)” ise nispeten daha düşük puanladıkları görülmüştür. Dijital okuryazarlık boyutunda; öğrencilerin %54,2'sinin SOKÜM unsurlarını araştırırken CHATGPT ve Gemini gibi yapay zekâ araçlarını “sık sık” kullandığı, %40,4'ünün ise “nadiren” başvurduğu belirlenmiştir. Kültürel değerlerin takibi ve tanıtımı için en sık kullanılan uygulama Instagram olarak öne çıkarken, katılımcıların %34,9'u kültürel miras değerlerini sosyal medyada aktif olarak tanıttığı saptanmıştır. Öte yandan öğrencilerin %54,8'i, dijital araçların (mobil uygulamalar, sanal gerçeklik vb.) mirasın gelecek nesillere aktarılmasında “çok etkili” olduğunu vurgulamıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turizm rehberliği öğrencilerinin sadece teorik SOKÜM bilgisini değil, aynı zamanda güncel bir teknolojik gelişme olan yapay zekâ ve dijital araçları da bu alanda nasıl konumlandırdıklarını belirlemek bakımından da özgün bir niteliğe sahiptir. Elde edilen bulgular, rehberlik eğitiminde dijital teknolojilerin kültürel miras dersleri ile entegre edilmesi gerekliliğini ortaya koyarak literatüre ve müfredat geliştirme süreçlerine katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Rehberliği, Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM), Dijital Okuryazarlık, Farkındalık Düzeyi, Yapay Zekâ.

# Kars İlinde Yerel Tur Katılımcılarının Deneyim Memnuniyetleri Üzerine Netnografik Bir Araştırma

İsmail Umut Özenç[1], Berfin Helin Yalçın[2], Taner Dalgın[3] ve Burçak Akıncı Ekiztepe[4]

[1,2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Turizm İşletmeciliği
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[3]Doç. Dr., Muğla Meslek Yüksekokulu
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[4]Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, Aydın

## Öz

**Amaç:** Turistik deneyim, bir turistik mahalde talep edilen turistik ürün ve hizmetin tüketilmesini, beşerî unsurlarla iletişim ve etkileşimi içerir ve ziyaretçi için niceliksel kazancın dışında niteliksel bir kazanım elde etme sürecidir. Turlar, turizm hareketinin dinamik yönünü temsil etmekte ve cazibe merkezlerinin yerinde görülmesi, sosyalleşme olanakları yaratması, kültürel, sportif, gastronomik etkinliklere doğrudan katılımı sağlaması açısından bir turistik deneyimin oluşmasına imkân vermektedir. Kars İli son zamanlarda turistik hareketlerin arttığı bir destinasyon konumundadır. Turistik Doğu Ekspres'in bu durumda önemli bir payı bulunmaktadır. İl doğal yapısı gereği doğa yürüyüşü, dağcılık, kayak gibi doğa turizmi kaynaklı etkinliklere ev sahipliği yaparken; başta Ani Harabeleri olmak üzere birçok önemli tarihi ve kültürel yapıyı da bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca İlde Kars kaşarı ve Kars kazı gibi gastronomik değerler de turistlerin ilgisini çekerek burayı ziyaret etme motivasyonu sağlamaktadır. Bu bilgilere istinaden çalışmanın amacı; Kars ilinde gerçekleştirilen yerel turlara katılan ziyaretçilerin deneyim memnuniyeti unsurlarını Google Haritalar platformunda yerel acentelerle ilgili yaptıkları yorumları inceleyerek ortaya koymaktır.
**Yöntem:** Nitel bir yaklaşım ile planlanan araştırma, netnografi yöntemi ile tasarlanmıştır. Çalışmanın verileri, 25-26 Mart 2026 tarihleri arasında Google Haritalar üzerinden yerel seyahat acentelerle ilgili yorumlardan elde edilmiştir. Veri toplama sürecinde gözlemsel/pasif netnografi araştırma benimsenmiştir. Elde edilen veriler, tematik analiz yöntemi analiz edilmiştir ve ortaya çıkan temalar çerçevesinde yorumlanmıştır.
**Bulgular:** Kars ilinde yerel acenteler tarafından gerçekleşen günübirlik turlara yönelik yapılan yorumlar incelenmiş ve bazı ortak temalar tespit edilmiştir. Farklı seyahat acenteleri ile turlar gerçekleşmiş olsa da ziyaretçilerin turistik deneyimini şekillendiren ana temalar; "turizm personelinin özellikle tur rehberinin bilgisi, ilgisi", "tur programının içeriği ve kapsamı", "turda kullanılan araçların konforu", "tur süresince gösterilen genel ilgi ve misafirperverlik düzeyi" ve "tur planlamasında zamanın doğru yönetilmesi" dir. Bir işletmede memnuniyet göstergesi olarak fiyat – performans ilişkisinin pozitif yönlü olduğu belirtilmiştir. Aynı işletmede çocuklar ile seyahat eden aileler için uygun şartlar oluşturularak deneyim zenginleştirilmiştir. Bunların dışında, yorumlarda turistik deneyimi etkileyen bazı olumsuz durumlar da belirtilmiştir. Buna göre, "gezi planına sadık kalınmaması" "grup içinde bazı ziyaretçilerin kayırılması", "tur süresinin doğru yönetilememesi", "tur kapsamındaki bazı işletmelerin hijyen problemleri yaşaması", "tur personelinin yeterli bilgiye sahip olmaması ve kaba davranışlar sergilemesi", "tur aracı sorunları", "fiyata göre düşük performans" ve "seyahat acentelerinin bazı hizmetlerinde (yiyecek-içecek gibi) komisyon odaklı çalışmaları" dır.
**Sonuç:** Araştırma bulguları, Kars ilinde düzenlenen yerel turlara katılan ziyaretçilerin deneyim memnuniyetinin büyük ölçüde hizmet sunumuna ilişkin unsurlar tarafından şekillendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle tur rehberinin bilgi ve ilgisi, tur programının içeriği, zaman yönetimi ve genel misafirperverlik düzeyi memnuniyetin temel belirleyicileri olarak öne çıkmaktadır. Bununla

birlikte, planlama hataları, hizmet kalitesindeki tutarsızlıklar ve etik olmayan uygulamalar (kayırmacılık, komisyon odaklı hizmet sunumu vb.) ziyaretçi deneyimini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu doğrultuda, yerel seyahat acentelerinin hizmet standartlarını iyileştirmeleri, şeffaf ve ziyaretçi odaklı bir yaklaşım benimsemeleri ve deneyim kalitesini bütüncül bir bakış açısıyla ele almaları, destinasyonun rekabet gücünü artırmada kritik bir rol oynamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Günübirlik Turlar, Turistik Deneyim, Google Haritalar, Netnografi, Deneyim Memnuniyeti.

# Dijital Etkileşimden Sektörel İhtiyaca: Sosyal Medyada Türk-İspanyol Yakınlaşması ve İspanyolca Rehberlik Talebi

Doğuş Kılıçarslan[1]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Adana

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, son dönemde sosyal medyada dikkat çeken Türk-İspanyol etkileşimlerini merkeze almaktadır. Araştırmanın temel amacı, bu dijital yakınlaşmanın Türkiye'nin İspanyol turizm pazarındaki görünürlüğüne etkilerini incelemek ve turist rehberliğinde İspanyolca uzmanlaşma ihtiyacını tartışmaktır. Dijital platformların turizm iletişimindeki artan rolü dikkate alındığında, destinasyonların uluslararası algısının yalnızca resmi tanıtım faaliyetleriyle değil, aynı zamanda kullanıcı üretimli içerikler, medya söylemleri ve platformlar arası etkileşimler yoluyla da şekillendiği görülmektedir. Bu bağlamda çalışma, sosyal medyada ortaya çıkan ani ve yoğun etkileşim dalgalarının turistik anlam üretimi ve görünürlük oluşturma süreçlerindeki rolünü keşifsel bir bakış açısıyla tartışmaya açmaktadır.

**Yöntem:** Araştırma, nitel araştırma yaklaşımı kapsamında doküman incelemesine dayalı keşifsel bir tasarıma sahiptir. Çalışmada, Türkiye ve İspanya'da yayımlanan dijital medya içerikleri ile sosyal medya yansımalarına ilişkin örnekler incelenmektedir. Bu inceleme, turizm pazarlaması, destinasyon imajı ve rehberlikte uzmanlaşma literatürüyle ilişkilendirilerek kavramsal bir çerçeve oluşturmayı hedeflemektedir. Analiz sürecinde, medya söylemleri ve sembolik içeriklerin nasıl çerçevelendiği ve hangi anlam katmanları üzerinden dolaşıma girdiği değerlendirilmektedir. Çalışma, devam eden bir araştırmanın ilk aşamasını temsil etmekte olup, bulgular ön değerlendirme niteliği taşımaktadır.

**Bulgular:** İlk gözlemler, Türk-İspanyol dijital etkileşimlerinin Türk medyasında çoğunlukla "dostluk", "dayanışma" ve "sempati" söylemleriyle çerçevelendiğini, İspanyol medyasında da karşılık bulduğunu göstermektedir. Mart 2026'da İspanya Başbakanı Pedro Sánchez'in ABD-İsrail'in İran'a yönelik operasyonlarında Rota ve Morón üslerinin kullanımını reddetmesiyle başlayan süreç, İspanyol basınında "hermanamiento" (kardeşlik) ve "la pasión turca por España" (İspanya'ya yönelik Türk tutkusu) gibi kavramlarla ele alınmıştır. Türk televizyonlarında yer alan teşekkür mesajları ile boğa (İspanya) ve kurt (Türkiye) sembollerini içeren sosyal medya içeriklerinin İspanyol dijital alanında dolaşıma girmesi, Türkiye'nin turizm destinasyonu olarak algılanmasında bir genişlemeye işaret edebilir.

Bu bulgular, söz konusu etkileşimlerin uluslararası düzeyde bir görünürlük potansiyeli taşıdığını düşündürmektedir. Bununla birlikte, mevcut veriler bu tür dijital etkileşimlerin doğrudan turist sayısındaki artışla ilişkilendirilmesi için yeterli değildir. Bu ilişkinin daha sağlıklı biçimde test edilebilmesi için, gelecekte sosyal medya etkileşim yoğunluğu ile turist akışlarının zaman serisi analizleriyle karşılaştırılması, İspanyol turistlere yönelik anketlerle destinasyon imajı ve ziyaret niyetinin ölçülmesi ve rehberlik sektörü verileri üzerinden İspanyolca dil talebindeki değişimin incelenmesi önerilebilir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, sosyal medyada ortaya çıkan kısa süreli uluslararası etkileşim dalgalarını turizm bağlamında ele alarak, bu tür dijital fenomenlerin destinasyon görünürlüğü ve imaj üretimi açısından nasıl kavramsallaştırılabileceğine dair bir tartışma sunmaktadır. Ayrıca, bu görünürlüğün turist rehberliği alanında dil temelli uzmanlaşma ve pazar hazırlığı ile nasıl ilişkilendirilebileceğine yönelik disiplinler arası bir çerçeve önermektedir. Çalışma, özellikle kavramsal modelin geliştirilmesi, değişkenlerin operasyonelleştirilmesi ve

uygun araştırma tasarımının belirlenmesi açısından gelecekteki ampirik araştırmalar için bir zemin oluşturmayı hedeflemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, destinasyon imajı, görünürlük, turist rehberliği, dil uzmanlaşması.

# Turist Rehberliği Öğrencilerinin Coğrafi İşaretli Ürünlere Yönelik Algıları

Özcan Özdemir[1], Engin Pulluk[2] ve Merve Tezcan[3]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[2]Öğr. Gör. Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[3]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

## Öz

Anadolu'da yaşamış olan birbirinden farklı uygarlıkların kültürlerinin zaman içerisinde çok uluslu olarak harmanlanması neticesinde kültürel değerler nesilden nesile aktarılmış ve her yörenin kendine has değerleri öne çıkmıştır. Kültürel değerler bir ülkenin tanıtımında, nesilden nesile aktarılmasında ve kültürel kimliğin yaşatılmasında oldukça önemli yer tutmaktadır. Bu kültürel kimliğin aktarılmasını turizm sektöründe en iyi yapan sektör çalışanlarından biri de turist rehberleridir. Turist rehberleri bilgilerini saha deneyimleriyle pekiştirip turistlere en güzel tur deneyimini sunmak için uğraş vermektedirler. Bunları yaparken de ülkelerinin uluslararası alanda öne çıkan özellikle coğrafi tescil ile belirlenmiş ürünlerini turlarının içine dahil etmektedirler. Coğrafi işaretin tanıtım ve aktarımında önemli ölçüde rol oynayan turist rehberlerinin bu anlamda coğrafi işaretli ürünleri yakından tanımaları, coğrafi işaretin önemini kavramaları ve ülke tanıtımında en iyi şekilde yansıtmaları gerekmektedir. Bu anlamda çalışma kapsamında ele alınan konu da turist rehberi adayı öğrencilerin coğrafi işaret ile ilgili farkındalıklarını ortaya koymak ve coğrafi işaretli ürünlerin tanıtılmasında ne denli önemli görevleri olduğunu tanımalarını sağlamaktır. Bu açıdan turist rehberliği programında eğitim alan öğrencilere coğrafi işaret ve coğrafi işaretli ürünler ile ilgili birtakım sorular sorularak coğrafi işaretli ürünler hakkında ne kadar bilgiye sahip olduklarını belirlemek amaçlanmıştır. Çalışmanın bu anlamda temel amacı turist rehberliğinde eğitim gören öğrencilerin coğrafi işaret farkındalıklarını artırabilmek ve mesleklerine yönelik yeni kazanımlar elde edebilmelerini sağlamaktır. Böylelikle tur yönetimi kapsamında turist rehberi adaylarının coğrafi işaretli ürünlere olan tutum ve davranışları, konunun önemini kavramaları ve detaylı bilgi edinmelerinin sağlanması amaçlanmıştır. Öncelikle öğrencilere coğrafi işaret ve coğrafi işaretli ürünler ile ilgili sorular yöneltilmiş, ardından coğrafi işaretli ürünler ile ilgili çalışmanın yazarları tarafından öğrencilere sunum yapılmış ve yeniden coğrafi işaretli ürünlerin önemi üzerine görüşleri alınmıştır. Bu doğrultuda iki bölümden oluşan yarı yapılandırılmış toplamda 7 soru ile öğrencilerin iki kısımdan oluşan görüşleri değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma kapsamında turist rehberliği programında eğitim gören öğrencilere sunum öncesi "*Coğrafi işaret ve coğrafi işaretli ürün hakkında ne kadar bilgiye sahip oldukları, coğrafi işaretin neden önemli olduğu ve nasıl tescil aldığı*" ile ilgili olmak üzere 3 soru yöneltilmiştir. Aynı öğrencilere sunum sonrası da "*Türkiye'de mevcut olan coğrafi işaretli ürünler ile kendilerinin yaşadıkları ildeki coğrafi işaretli ürünlere örnekler verip veremeyecekleri, coğrafi işaretli ürünlerin turlarda kullanım durumları ve turist rehberliğinde uzmanlık alanı oluşturup oluşturamayacağı*" ile ilgili görüşleri belirten 4 soru yönlendirilmiştir. Araştırmaya gönüllü katılan 34 öğrenciden her iki anketi de cevaplayan 19 öğrenci olmuştur. İlk etap anket sorularına 5 öğrenci "bilgim yok", 10 öğrenci "az bilgim var" ve 4 öğrenci de "soruları açıklar ölçüde" yanıt vermiştir. Sunum sonrası ikinci anket sorularına ise tüm öğrenciler örnekler vererek açıklamalarda bulunmuşlar, 18 öğrenci uzmanlık alanının gerekliliği konusunda ifadeler belirtirken 1 öğrenci çok fazla gerekli olmadığını ifade etmiştir. Sonuç olarak, çalışma kapsamında öğrencilerin halihazırda

mevcut olan bilgileri sunumlarla ve sahadan örneklerle pekiştirilmiş ve öğrencilerin coğrafi işaret algılarının farkına varmaları sağlanmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Turist Rehberi, Gastronomi, Coğrafi İşaret, Coğrafi İşaretli Ürünler.

# Turizm Paydaşlarının Turist Rehberi Kavramına Yönelik Metaforik Algıları: Gümüşhane Örneği

Onur Kızılcık[1], Suat Akyürek[2] ve Özcan Özdemir[3]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, [2]Doç. Dr., Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane

[3]Dr. Öğr. Üyesi, Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

## Öz

**Amaç:** Metaforlar, bireylerin soyut kavramları anlamlandırmasında önemli rol oynayan bilişsel araçlar olup, deneyim, bilgi birikimi ve kültürel değerlerin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Turizm alanında metafor analizi, paydaşların belirli kavramlara ilişkin algılarını ortaya koyarak hem teorik hem de uygulamaya yönelik önemli katkılar sunmaktadır. Bu bağlamda, turist rehberi kavramı turizm sisteminin temel unsurlarından biri olmasına rağmen, farklı turizm paydaşlarının bu kavrama ilişkin algılarının birlikte ele alındığı çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu araştırmanın amacı, Gümüşhane'de faaliyet gösteren turizm paydaşlarının "turist rehberi" kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforları belirlemek ve bu doğrultuda turist rehberliği mesleğine yönelik algıları ortaya koymaktır.

**Yöntem:** Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim (fenomenoloji) deseni kapsamında gerçekleştirilmiştir. Çalışma grubunu yerel halk, konaklama, yiyecek-içecek ve hediyelik eşya işletmelerinde çalışan bireyler ile akademisyenlerden oluşan toplam 20 katılımcı oluşturmaktadır. Veriler, amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenen katılımcılardan yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla yüz yüze toplanmıştır. Veri toplama sürecinde katılımcılardan "Benim için turist rehberi … gibidir. Çünkü …" ifadesini tamamlamaları istenmiş ve elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Analiz sürecinde metaforlar kodlanmış, benzer özelliklerine göre sınıflandırılmış ve temalar altında toplanarak yorumlanmıştır.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, turist rehberi kavramına yönelik olarak paydaşların farklı ancak birbiriyle ilişkili metaforlar geliştirdiğini göstermektedir. Bu metaforların ağırlıklı olarak turist rehberlerinin bilgi kaynağı olma, yol gösterme, kültürlerarası aracı rol üstlenme ve deneyim yönetimi sağlama işlevlerine odaklandığı belirlenmiştir. Ayrıca farklı paydaş gruplarının algıları arasında hem benzerlikler hem de belirgin farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma turist rehberliği mesleğinin turizm sistemindeki kritik rolünü paydaş algıları üzerinden metaforlar aracılığıyla ortaya koymakta ve elde edilen bulguların destinasyon yöneticileri ile turizm planlayıcıları açısından rehberlik hizmetlerinin geliştirilmesi, paydaşlar arası etkileşimin güçlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm anlayışının desteklenmesi yönünde katkı sağlaması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberi, Metafor analizi, Turizm paydaşları, Gümüşhane ili.

# Kış Turistlerinin Seyahat Motivasyonları: Kars Örneği

Özgür Çalkın[1]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Sarıkamış Turizm Fakültesi,
Kafkas Üniversitesi, Kars

## Öz

**Amaç:** Kış turistlerinin seyahat motivasyonlarını anlamak, destinasyonların rekabet gücünü artırması açısından kritik bir öneme sahiptir. Turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarına uygun ürün ve hizmetler sunabilen destinasyonlar, ziyaretçi memnuniyetini ve tekrar ziyaret niyetini önemli ölçüde artırmaktadır. Özellikle kış turizmi gibi mevsimselliğin yoğun olduğu alanlarda, motivasyon unsurlarının doğru analiz edilmesi, destinasyonların pazarlama stratejilerini daha etkili biçimde şekillendirmesine katkı sağlar. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, kış turizmi kapsamında Kars ilini ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonlarını incelemektir.

**Yöntem:** Bu araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş, verilerin toplanmasından anket tekniğinden faydalanılmıştır. Bu kapsamda rastgele örnekleme yöntemiyle Kars ilini ziyaret eden turistlere anket uygulanmıştır. 2024 yılı kış sezonunda 250 dolu anket elde edilmiş, hatalı-eksik verilerin ayıklanması ve uç değer analizi sonucu 194 anketlik veri seti üzerinden tanımlayıcı analizler yapılmıştır.

**Bulgular:** Analiz sonuçları, kış turistlerinin Kars'ı tercih etmesinde itici (rahatlama, prestij, yenilik ve bilgi arayışı, sosyalleşme) motivasyon faktörlerinin çekici motivasyon faktörlerine nazaran daha etkili olduğunu göstermektedir. Çekici motivasyon boyutunda ise katılımcıların doğal çekiciliklere yönelik algısı yüksekken olay ve aktiviteler ile turistik olanaklar açısından kararsız bir algıya sahip oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte Kars'a kış sezonunda seyahat eden turistlerin çoğunlukla Karadeniz, Marmara ve Ege Bölgelerinden geldikleri, çoğunlukla turla seyahat ettikleri, 2 ile 6 gün arası konaklama gerçekleştirdikleri belirlenmiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, kış turizmi literatüründe yer alan motivasyon araştırmalarına katkı sağlamakla birlikte, özellikle Kars destinasyonu özelinde gerçekleştirilmiş olması bakımından özgün bir nitelik taşımaktadır. Türkiye'de kış turizmine yönelik çalışmalar çoğunlukla popüler destinasyonlar üzerine yoğunlaşırken, Kars gibi son yıllarda yükselen ancak görece sınırlı araştırmaya konu olmuş destinasyonlara odaklanan çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu yönüyle çalışma, literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Araştırmanın bir diğer özgün yönü, turistlerin seyahat motivasyonlarını itici ve çekici faktörler çerçevesinde birlikte ele alması ve bu iki boyutun Kars örneğinde karşılaştırmalı olarak analiz edilmesidir. Elde edilen bulgular, kış turizmi kapsamında destinasyon tercihinde itici motivasyonların daha belirleyici olduğunu ortaya koyarak mevcut literatürdeki bazı bulguları desteklerken, bazı yönlerden de farklılaşarak yeni tartışma alanları açmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kış turizmi, seyahat motivasyonları, turizm gelişimi.

# Gastronomi Turlarında Turist Rehberi Yetkinliği: Çevrimiçi Yorumların Nitel Analizi

Nilgün Demirel İli[1], Necibe Şen[2] ve Engin Pulluk[3]

[1] Dr, Bağımsız Araştırmacı, Iğdır

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Erzincan

[3]Öğr. Gör. Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

## Öz

**Amaç:** Gastronomi turizmi, geleneksel mutfak kültürü ve turist deneyimini bir araya getiren önemli bir bileşimdir. Turistlerin ziyaret ettiği destinasyonlarda gelenekselden popülere bölgeye özgü yemekleri deneyimlemesi yerel ekonomiye ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Bu katkının kalitesinin belirleyicilerinden bir tanesi de gastronomi turlarının rehberleridir. Turist rehberleri bu kültürel aktarımı sağlayan aracı görevi görmektedir. Bu önem o kadar belirginleşmiştir ki rehberler gastronomi turlarında uzmanlaşıp "gastrorehber" ünvanı almaya başlamıştır. Ancak rehberlerin gastronomi turlarında hangi yetkinliklere sahip olması gerektiği ayrı bir araştırma konusunu oluşturmuştur. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı turist rehberlerinin gastronomi turlarındaki yetkinlik düzeyinin ve türlerinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu çalışmada gastronomi turlarının başarısını belirleyen rehber etkili faktörler ön plana çıkarılmaktadır. GetYourGuide platformu üzerinden İstanbul'da düzenlenen gastronomi turlarını deneyimleyen turistlerin çevrimiçi yorumları incelenmiştir. Bu yorumlar içerisinde turist rehberlerinin hangi özelliklerinin ön plana çıktığının sorgulanması araştırma problemini oluşturmaktadır.

**Yöntem:** Çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmış ve web sayfası içerik analizi tercih edilmiştir. Dünyadan destinasyonların ve çeşitli turların yer aldığı GetYourGuide platformu İstanbul özelinde incelenmiştir. Arama sekmesinde İstanbul şehri aratılarak filtreler kısmından "rehberli turlar", "yiyecek ve içecek" ilgi alanları seçilerek rehberli gastronomi turları listelenmiştir. Listelenen 25 turdaki toplam 2976 yorum sayısı içerisinde her bir tur için "yorumlarda ara" butonuna "guide" kelimesi yazılmış, yorumların büyük çoğunluğunun İngilizce olması ve araştırmacıların dile hakimiyeti göz önüne alındığında, sadece İngilizce yorumlar çalışmaya dahil edilmiştir. Yorumlar tek tek incelenerek kişilik özellikleri, mesleki yetkinlik, mutfak kültürü yetkinliği ana temalarına ayrılmış ve rehberlerin yetkinlikleri ön plana çıkarılmıştır. Çalışmada MAXQDA yazılım programından faydalanılarak verilerin görselleştirilmesi sağlanmıştır.

**Bulgular:** Elde edilen veriler ve ana temalar doğrultusunda öne çıkan yetkinlikler; kişilik özellikleri ana teması bağlamında: arkadaşça, kibar, eğlenceli, nüktedan, mesleğine tutkun, sabırlı, misafirperver ve yardımsever; mesleki yetkinlik bağlamında: öğretici/bilgilendirici, bilgili, tur yönetmeyi becerebilen, dakik ve dikkatli, ilgili ve deneyimli; mutfak kültürü yetkinliği bağlamında: Türk kahvesi hakkında bilgili, Türk mutfak kültürü hakkında bilgili şeklinde bulgular ortaya konulmuştur. Bulgulara göre İstanbul'da gastronomi turlarında rehberlik hizmeti veren rehberlerin daha çok bilgili ve bilgilendirici, eğlenceli ve arkadaş canlısı ve aynı zamanda Türk mutfak kültürüne hakim rehberler oldukları söylenebilir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Çalışma gastronomi turizmi literatüründe daha az araştırılan turist rehberinin gastronomi turizmi deneyimindeki rolüne odaklanmakta ve yetkinlik açısından ele almaktadır. Gastronomi turizminin unutulmaz deneyim olarak hatırlanmasında rehberin öne çıkan özellikleri önem arz ettiği gibi, gastronomi turlarının sadece yemek odaklı değil, aynı zamanda rehber aracılığıyla değer yaratma süreci olduğu ortaya koyulmaktadır. Ayrıca turist rehberlerinin

gastronomi turlarında uzmanlaşmasında ön plana çıkan yetkinlikler müdahalesiz bir şekilde ortaya çıkan gerçek kullanıcı tarafından üretilen çevrimiçi yorumlar vasıtasıyla incelenmektedir. Bu yönüyle, turist rehberlerinin yetkinliğine ilişkin verilerin gerçekçi olması, dijital izler vasıtasıyla incelenmesi bakımından literatüre katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberliği, gastronomi turları, yetkinlik.

# Turist Rehberliği Literatüründe Son 10 Yılın Tematik Eğilimleri: Nitel Doküman Analizine Dayalı Bir İnceleme

Uğur Akdu[1], Serap Akdu[2]

[1]Prof. Dr.,[2]Doç. Dr., Turizm Fakültesi
Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın temel amacı, 2015–2025 yılları arasında turist rehberliği alanında yayımlanan akademik çalışmaların tematik eğilimlerini sistematik biçimde ortaya koymaktır. Çalışma, turist rehberliğini sadece bir hizmet alanı olarak değil, kurumsallaşma sürecindeki bir akademik disiplin olarak ele alarak son on yıldaki kavramsal çerçeveleri ve problem alanlarını belirlemeyi hedeflemektedir.

**Yöntem:** Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi deseniyle tasarlanmıştır. Veri seti, 2015–2025 yılları arasında Türkiye turizm literatüründe yer alan ve DergiPark üzerinden amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen ve hakemli dergilerde yayınlanan 110 akademik makaleden oluşmaktadır. Elde edilen veriler, makale başlıkları ve anahtar kelimeler temel alınarak tematik analiz yöntemiyle incelenmiştir.

**Bulgular:** Yapılan incelemeler sonucunda, turist rehberliği literatüründe erken dönemlerde baskın olan rehber performansı ve turist memnuniyeti gibi temaların yerini; son yıllarda deneyim üretimi, anlatı, duygusal emek, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gibi daha spesifik ve teorik eksenli konulara bıraktığı görülmüştür. Betimsel bulgular, özellikle 2021 yılından itibaren akademik yayında belirgin bir artış olduğunu ve alanın disipliner sınırlarının netleşmeye başladığını göstermektedir. Ancak dijitalleşme ve etik gibi konuların hâlen görece sınırlı kalması, alanın tam kurumsal dengeye ulaşma sürecinde olduğunu kanıtlamaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turist rehberliği literatürünü nicel bibliyometrik göstergelerin ötesine geçerek, doğrudan içerik ve anlam yapıları üzerinden nitel bir bakış açısıyla incelemesi bakımından özgündür. Çalışma, alanın refleksif kapasitesini ortaya koyarak disiplin olgunlaşma ve kurumsallaşma düzeyine ilişkin teorik bir perspektif sunmakta; gelecekteki araştırmalar ve eğitim politikaları için stratejik bir yol haritası oluşturmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Tematik Analiz, Doküman Analizi, Disiplinin Olgunlaşması, Disiplinin Kurumsallaşması.

# Turist Rehberliği Hizmetinde Teknoloji Kullanımı: Amaçlar, Yararlar, Güçlükler ve Mesleki Yansımalar

Alaattin Başoda[1] ve Serdar Acar[2]

[1]Doç. Dr., Turizm Fakültesi,
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

## Öz

**Amaç:** Dijital teknolojilerin mesleki uygulamalara giderek daha fazla entegre olmasıyla birlikte, turist rehberliğinde nasıl kullanıldığını anlamak önem kazanmıştır. Bu bağlamda, turist rehberlerinin görüş ve deneyimleri, sahada teknolojinin pratik kullanımını doğrudan yansıttığı için özellikle değerlidir. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, turist rehberlerinin mesleki uygulamalarında yararlandıkları teknolojileri, bu teknolojilerin kullanım amaçlarını, sağladıkları katkıları, kullanım sürecinde karşılaşılan güçlükleri ve teknoloji kullanımının turist rehberliği mesleğine yansımalarını incelemektir.

**Yöntem:** Bu araştırma, betimsel nitel araştırma desenine dayalı olarak yürütülmüştür. Araştırmanın çalışma grubunu Kapadokya'da hizmet veren 51 turist rehberi oluşturmaktadır. Veriler, 01–20 Mart 2026 tarihleri arasında, turist rehberliği uygulamalarında kullanılan teknoloji türleri, bu teknolojilerin kullanım amaçları, sağladıkları faydalar, kullanım sürecinde karşılaşılan güçlükler ve mesleğe etkilerine odaklanan beş açık uçlu sorudan oluşan yarı yapılandırılmış çevrimiçi nitel form aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplama formu, Kapadokya'da görev yapan turist rehberlerinin yer aldığı bir WhatsApp grubunda paylaşılmıştır. Toplanan veriler, MAXQDA programı yardımıyla açık içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Araştırmaya katılan turist rehberlerinin 26'sı kadın, 25'i erkek; 36'sı bekâr, 15'i evlidir. Katılımcıların 4'ü ön lisans, 21'i lisans, 21'i yüksek lisans ve 5'i doktora mezunu olup 38'i bölgesel, 13'ü ülkesel turist rehberidir; yaş ortalaması 32, mesleki deneyim ortalaması ise 4,5 yıldır. Bulgular, rehberlerin hizmet sunumu sırasında en yoğun biçimde akıllı telefon, harita-navigasyon-GPS uygulamaları ve yapay zekâ araçlarından yararlandıklarını; bunlara ek olarak kulaklık sistemleri, iletişim uygulamaları, tablet, çeviri araçları, rezervasyon platformları ve çeşitli dijital bilgi kaynaklarını da kullandıklarını göstermektedir. Rehberler bu teknolojileri en çok bilgiye hızlı erişim ile rota, yön bulma ve navigasyon amaçlarıyla; ayrıca iletişim kurma, tur organizasyonunu yönetme, anlatımı destekleme ve görsel içerik sunma gibi işlevler için kullanmaktadır. Rehberler, teknolojinin başlıca yararlarını bilgiye hızlı erişim, doğru yönlendirme, navigasyon desteği ve zaman tasarrufu olarak değerlendirirken, iletişim ve koordinasyonu kolaylaştırma, anlatımı zenginleştirme, hata riskini azaltma ve hizmet kalitesini artırma katkılarını da vurgulamışlardır. Bununla birlikte, en sık karşılaşılan güçlüklerin internet ve bağlantı sorunları, yanlış ya da eksik bilgi riski ve şarj yetersizliği olduğu; teknik arızalar, navigasyon hataları ve bazı turistlerin teknolojiye uyum sağlayamamasının da önemli sorunlar arasında yer aldığı görülmektedir. Genel olarak rehberler, teknolojinin turist rehberliğini olumlu yönde dönüştürdüğünü ve rehberlik hizmetini kolaylaştıran, hızlandıran, daha verimli ve profesyonel hale getiren bir unsur olduğunu düşünmektedirler. Ancak bazı katılımcılar, teknolojinin bireysel gezileri artırarak rehbere duyulan ihtiyacı azaltabileceğini, bilgi kirliliği ve doğruluk sorunları yaratabileceğini ve mesleki rekabet baskısını artırabileceğini de ifade etmişlerdir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turist rehberlerinin rehberlik hizmeti sırasında yararlandıkları teknolojileri, kullanım amaçlarını, sağladıkları yararları, karşılaşılan güçlükleri ve

mesleğe yansımalarını bütüncül olarak ele alması bakımından özgündür. Çalışma, teknoloji kullanımını yalnızca araçsal değil, mesleki işleyiş, hizmet kalitesi ve mesleğin dönüşümü bağlamında değerlendirmesiyle alanyazına çok boyutlu katkı sunmaktadır. Bulguların turist rehberliği eğitimi, mesleki uygulamalar ve dijitalleşme odaklı sektörel planlamalar için veri temelli bir çerçeve sağlaması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Teknoloji kullanımı, turist rehberleri, dijitalleşme, mesleğe yansımalar.

# Nasreddin Hoca: Eskişehir Turizm İmajında Bir Marka Değeri Analizi

Merve Kalyoncu Yolaçan[1]

[1]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi,
Anadolu Üniversitesi, Eskişehir

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, Türk halk kültürünün önemli figürlerinden biri olan Nasreddin Hoca'nın Eskişehir kent kimliğindeki yerini incelemeyi amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş ve veri toplama yöntemi olarak doküman analizi kullanılmıştır. Bu kapsamda Nasreddin Hoca'nın Eskişehir ve özellikle Sivrihisar bağlamındaki temsilleri; yerel anlatılar, kültürel etkinlikler ve tanıtım unsurları üzerinden değerlendirilmiştir.

**Bulgular:** Çalışmada, Sivrihisar'ın Nasreddin Hoca ile özdeşleşmiş bir kültürel merkez olarak, Eskişehir kent kimliğinin oluşumunda belirleyici bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular, Nasreddin Hoca'nın Eskişehir'in kültürel belleğinde önemli bir sembol olarak yer aldığını ve bu sembolik değerin kentin kimlik inşasına katkı sağladığını göstermektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, Nasreddin Hoca figürünü geleneksel folklorik çerçevesinden çıkararak, Destinasyon Pazarlaması ve Marka Değeri modelleri (Aaker, 1991; Kotler, 1993) ekseninde analiz etmesi bakımından literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Araştırma, somut olmayan kültürel mirasın kent kimliği inşasındaki stratejik rolünü "Dünyanın Merkezi" söylemi ve "Paylaşılan Miras" kavramları üzerinden kuramsallaştırmaktadır. Nitekim bu araştırmanın sonuçları; somut olmayan kültürel miras değerlerinin turizm imajındaki marka değerini belirlemede izlenecek stratejik bir model sunmakta ve yerel figürlerin modern destinasyon pazarlaması yöntemleriyle entegrasyonuna yönelik özgün bir perspektif geliştirmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Nasreddin Hoca, Kent Kimliği, Marka Değeri, Kültürel Bellek, Sivrihisar, Eskişehir.

# YÖK Akademik Arama Platformunda "Turizm Rehberliği" Anahtar Kelimesini Kullanan Akademisyenlerin Akademik Performanslarının İncelenmesi

Alaattin Başoda[1], Yusuf Acar[2] ve Aysu Altaş[3]

[1,2]Doç. Dr., Turizm Fakültesi
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

[3]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, YÖK Akademik platformunda "Turizm Rehberliği" anahtar kelimesiyle yer alan akademisyenlerin turist rehberliği alanına yönelik yayın performanslarını ve indeks görünürlüklerini incelemektir. Çalışmada, söz konusu akademisyenlerin turist rehberliği alanındaki bilimsel üretim düzeyleri ortaya konulmuştur. Ayrıca, turist rehberliği kapsamında üretilen çalışmaların konu dağılımları belirlenerek alanın öne çıkan araştırma eğilimleri değerlendirilmiştir.

**Yöntem:** Bu çalışma, betimsel nitel araştırma deseninde kurgulanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, Yükseköğretim Akademik Arama platformunda "Turizm Rehberliği" anahtar kelimesini kullanan akademisyenler oluşturmaktadır (n=213). Araştırma verileri, 25 Mart 2026 tarihinde ilgili platform üzerinden toplanmıştır. Elde edilen veriler, araştırma kapsamında belirlenen tema, kategori ve dağılımların ortaya konulması amacıyla MAXQDA ve SPSS programları kullanılarak analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Bulgular, turist rehberliği alanındaki akademik insan kaynağının kurumsal olarak geniş bir zemine yayılmış olmakla birlikte, üretim kapasitesi, alan odağı ve yayın niteliği bakımından heterojen bir yapı sergilediğini göstermektedir. Araştırma kapsamında 68 üniversite, 11 birim ve 10 bölümde görev yapan toplam 213 akademik personel incelenmiş; bunların 97'si kadın, 116'sı erkek olup en fazla akademisyene sahip üniversite Afyon Kocatepe Üniversitesi'dir (n=11). Akademisyenler en çok turizm fakültelerinde ve özellikle Turizm Rehberliği ile Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri bölümlerinde yoğunlaşmaktadır. Uzmanlık alanlarında turist rehberliği dışında en sık öne çıkan anahtar kelimeler turizm işletmeciliği, sürdürülebilir turizm ve turizm pazarlaması olmuştur. Toplam 3565 makalenin yalnızca 618'inin turist rehberliğine odaklanması, alanın genel turizm yazını içinde sınırlı fakat belirgin bir uzmanlaşma alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim 140 araştırmacının turist rehberliği alanında en az bir yayını bulunurken, 73 araştırmacının bu alanda yayını yoktur. Yayın üretimi araştırmacılar ve üniversiteler arasında dengeli dağılmamakta; ilk 10 üniversite toplam yayınların önemli bir bölümünü üretirken, ilk 10 araştırmacı da toplam üretimde dikkat çekici bir paya sahiptir. Kadın araştırmacılar sayısal olarak erkeklerden az olmasına rağmen turist rehberliği odaklı yayın sayısında öne çıkmaktadır (337'ye karşı 281). Unvan bazında toplam yayın sayısı en yüksek grup profesörler olmakla birlikte, turist rehberliğine odaklanma bakımından Dr. Öğr. Üyesi grubunun daha belirgin bir uzmanlaşma sergilediği görülmektedir. Üniversite bazında turist rehberliği alanında en fazla makale Balıkesir Üniversitesi'nde (n=79) üretilmiş; buna karşılık bazı üniversiteler toplam yayın hacmi yüksek olmasa da turist rehberliği odak oranı bakımından daha güçlü bir görünüm sunmuştur. İndeks dağılımına göre yayınların büyük bölümü TR Dizin ve diğer indekslerde yoğunlaşırken, SSCI, Scopus ve ESCI kapsamındaki yayınların daha sınırlı kaldığı görülmektedir. SSCI'da Anadolu Üniversitesi, Scopus ve ESCI'de İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, TR Dizin ve diğer indekslerde ise Balıkesir Üniversitesi öne çıkmıştır. Tema dağılımlarına bakıldığında, çalışmaların en çok eğitim, müfredat ve öğretim ekseninde yoğunlaştığı; bunu öğrenci ve aday profili, rehber

psikolojisi ve motivasyon, turizm deneyimi ve memnuniyet, gastronomi ve kültürel miras, performans ve yetkinlik ile teknoloji ve dijitalleşme temalarının izlediği görülmüştür. Buna karşılık, mesleki örgütlenme ve hukuk, yabancı dil ve iletişim, sürdürülebilirlik ve doğa turizmi ile sektör ilişkileri gibi temalar daha sınırlı temsil edilmiştir. Genel olarak bulgular, turist rehberliği alanındaki akademik üretimin niceliksel olarak gelişmekte olduğunu; ancak üretimin kurumlar, araştırmacılar, unvan grupları, indeks türleri ve konu alanları bakımından eşitsiz dağıldığını ve uluslararası görünürlük açısından hâlâ gelişim potansiyeli taşıdığını göstermektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, YÖK Akademik Arama platformunda "Turizm Rehberliği" anahtar kelimesiyle yer alan akademisyenlerin kurumsal dağılımını, yayın performansını, indeks görünürlüğünü ve konu eğilimlerini ortaya koyarak alana özgü güncel bir profil sunmaktadır. Bu yönüyle çalışma, YÖK Akademik verileri üzerinden turist rehberliği alanındaki akademik üretimin hangi temalarda yoğunlaştığını ve yayın görünürlüğünün hangi üniversite ve unvan gruplarında öne çıktığını göstermesi bakımından literatüre özgün katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberliği, akademik üretim, YÖK Akademik Arama Platformu.

# Yapay Zekâ Karşısında Turist Rehberliği Mesleği: Mesleğe Yönelik Etkiler ve Rehberlerin Mesleki Konumuna İlişkin Öğrenci Değerlendirmeleri

Alaattin Başoda[1] ve Abdullah Bayrak[2]

[1]Doç. Dr., Turizm Fakültesi,
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

[2]Bağımsız Araştırmacı, Nevşehir

## Öz

**Amaç:** Yapay zekâ teknolojilerindeki hızlı gelişim, bu teknolojilerin turist rehberliği mesleğinin geleceği üzerindeki olası etkilerinin çok yönlü biçimde değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu noktada, dönüşüm sürecinin gelecekteki aktörleri olmaları bakımından turizm rehberliği öğrencilerinin algıları ve değerlendirmeleri önemli bir veri kaynağı oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, turizm rehberliği öğrencilerinin turist rehberliği mesleğinin geleceği bağlamında yapay zekânın sunduğu fırsatlar ve oluşturduğu tehditler ile turist rehberlerini yapay zekâ karşısında güçlü kılan özellikler ve geliştirilmesi gereken yönlere ilişkin görüşlerini incelemektir.

**Yöntem:** Bu araştırma, yapay zekâ bağlamında turist rehberliği mesleğinin fırsatları, tehditleri, güçlü yönleri ve geliştirilmesi gereken yönlerine ilişkin öğrenci görüşlerini ortaya koymayı amaçlayan betimsel nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu Aksaray Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü'nde öğrenim gören 65 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma verileri, 01–25 Mart 2026 tarihleri arasında, söz konusu dört boyuta odaklanan açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış çevrimiçi nitel form aracılığıyla toplanmıştır. Toplanan veriler, MAXQDA programı yardımıyla içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Araştırmaya katılan 65 öğrencinin 49'u kadın, 16'sı erkek; 15'i birinci sınıf, 21'i ikinci sınıf, 19'u üçüncü sınıf ve 10'u dördüncü sınıf öğrencisidir. Katılımcıların 28'i staj yapmış, 37'si staj yapmamış; 44'ü yapay zekâyı bilgi arama, 17'si ödev hazırlama ve 4'ü fikir alma amacıyla kullandığını belirtmiştir. Öğrencilerin yaş ortalaması 21, yapay zekâ kullanım sıklığı ortalaması ise 3,46'dır. Elde edilen bulgular, katılımcıların yapay zekâyı öncelikle bilgiye hızlı erişim, bilgi eksikliğini giderme ve rehberlik sürecini kolaylaştırma açısından önemli bir fırsat olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Ayrıca yapay zekânın anlatımı zenginleştirme, çeviri ve çok dilli iletişimi destekleme, araştırma ve ön hazırlığı kolaylaştırma, tur planlama süreçlerine katkı sunma ve kısmen kişiselleştirilmiş deneyimler oluşturma gibi işlevler bakımından da fırsat sunduğu anlaşılmaktadır. Buna karşılık katılımcılar, yapay zekânın rehbere duyulan ihtiyacı azaltma, bireysel ve rehbersiz turları artırma ve sesli/dijital rehberlik uygulamaları yoluyla insan rehberin yerini kısmen alma potansiyeli nedeniyle bazı tehditler barındırdığını belirtmişlerdir; ancak bazı öğrenciler yapay zekânın insan rehberin yerini tamamen alamayacağını da vurgulamışlardır. Bunun yanında turist rehberlerini yapay zekâ karşısında güçlü kılan başlıca unsurların insani duyguların aktarılması, hikâyeleştirilmiş ve sürükleyici anlatım, yüz yüze etkileşim ve samimi iletişim olduğu; empati, anlık sorun çözme, ortamın ruhunu yansıtma ve kültürel deneyimi sahada yaşatarak aktarma becerilerinin de bu gücü desteklediği görülmektedir. Son olarak katılımcılar, turist rehberlerinin yapay zekâ karşısında özellikle bilgi birikimi, güncellik, yabancı dil yeterliği ve dijital beceriler bakımından kendilerini geliştirmeleri gerektiğini, ayrıca anlatımı daha etkileyici ve deneyim odaklı hale getirme, hızlı yanıt verebilme, durumsal farkındalık geliştirme ve yapay zekâdan özgün biçimde ayrışma konularının da önem taşıdığını ifade etmişlerdir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turist rehberliği öğrencilerinin yapay zekâya ilişkin değerlendirmelerini turist rehberliği mesleği açısından sunduğu fırsatlar, oluşturduğu tehditler, turist rehberlerini güçlü kılan özellikler ve geliştirilmeye açık yönler çerçevesinde bütüncül olarak ele alması bakımından özgünlük taşımaktadır. Çalışma, yapay zekâyı yalnızca teknolojik bir araç olarak değil, aynı zamanda turist rehberliği mesleğinin bilgi, iletişim, deneyim sunumu ve mesleki yeterlikleri üzerinde etkili olabilecek bir dönüşüm dinamiği olarak değerlendirmesiyle alanyazına çok boyutlu katkı sunmaktadır. Elde edilen bulguların, turist rehberliği eğitiminin güncellenmesi, yapay zekâ okuryazarlığının geliştirilmesi ve mesleğin insan odaklı yönlerinin korunarak güçlendirilmesine yönelik çalışmalara yol gösterici katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yapay zekâ, teknoloji, turist rehberliği, turizm rehberliği öğrencileri.

# Anadolu'daki Kuzey İzleri: Türk - İskandinav Tarihsel Bağlarının Turist Rehberliği Perspektifiyle Değerlendirilmesi

Selim Karagöz

Dr. Öğr. Üyesi Fen-Edebiyat Fakültesi,
Aksaray Üniversitesi, Aksaray

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'ye gelen İskandinav kökenli turistlerin ilgi ve aidiyet duygusunu artıracak, az bilinen tarihsel verileri turist rehberliği literatürüne kazandırmaktır. Mevcut rehberlik anlatılarında Anadolu tarihi genellikle antik dönem (Antik Yunan ve Roma ağırlıklı) ve İslami dönem odaklı ele alınmaktadır. Ancak İskandinav halklarının Anadolu coğrafyasıyla kurduğu askeri, ticari ve dini bağlar (Vareg Muhafızları, hac yolları, sagalardaki Türk imgesi vb.), destinasyon pazarlamasında ve kültürel sürdürülebilirlikte kullanılmayan kaydadeğer bir potansiyel barındırmaktadır. Çalışma, rehberlerin bu "niş" bilgi setini kullanarak İskandinav turist grupları için daha kişiselleştirilmiş ve etkileyici bir deneyim tasarımı oluşturmalarına yönelik eksikliği gidermeyi hedeflemektedir.

**Yöntem:** Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması ve doküman analizi tekniğine dayanan teorik bir araştırmadır. İskandinav Sagaları, Bizans kronikleri ve arkeolojik raporlar birincil kaynaklar olarak taranmıştır. Ayrıca, Patara ve Yumuktepe'de bulunan Viking kılıçları ile Ayasofya'daki rünik yazıtlar gibi somut kültürel miras ögeleri, profesyonel turist rehberliği saha deneyimiyle sentezlenerek bir "anlatı çerçevesi" oluşturulmuştur.

**Bulgular:** Araştırma sonucunda, İskandinav halklarının Anadolu ile olan bağlarının Orta Çağlara kadar uzandığı ve askeri, dini ve kültürel köklere sahip olduğu görülmüştür. Odin'in Turkland'dan gelişi anlatısı ve İskandinavların Truva ile kurdukları köken bağı, kültürel diplomaside güçlü birer araçtır. Bizans ordusunda görev yapan Vareglerin Malazgirt Savaşı dâhil Anadolu'nun içlerine kadar ulaştığına dair veriler; Patara ve Mersin'deki kılıç buluntuları ve Harald Hardrada gibi figürlerin Anadolu maceraları, bu bağların somut kanıtlarıdır. Ayrıca, Hristiyanlık sonrası İskandinav hacılarının Anadolu güzergâhını kullanmaları, bölgenin Kuzey Avrupa için kutsal bir geçiş yolu olduğunu da kanıtlamaktadır. Bu bilgiler, rehberler tarafından kullanıldığında, Türkiye'nin İskandinav pazarındaki rekabet gücünü artıracak hikâyeleştirme unsurlarına dönüşmektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Çalışma, tarihsel verileri akademik bir soğukluktan çıkarıp, uygulamalı bir alan olan turist rehberliğine entegre etmesi bakımından özgündür. Türkiye'de Viking ve İskandinav tarihine dair çalışmalar genellikle saf tarih disiplini içinde kalmıştır; bu bildirinin rehberlik kongresinde sunulması, destinasyon yönetiminde kültürel yakınsama stratejisini ilk kez bu denli geniş bir Türk-İskandinav ekseninde tartışmaya açmaktadır. Özellikle az bilinen arkeolojik buluntuların birer turistik çekim noktası olarak nasıl sunulabileceğine dair pratik bir rehber sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Viking Çağı, Vareg Muhafızları, İskandinav Sagaları, Turist Rehberliği, Türk-İskandinav İlişkileri.

# Akıllı Otelcilikte Dijital Sürdürülebilirlik: Yapay Zeka ve Büyük Veri ile Karbon Ayak İzini Dengeleme

Mehmet Bahar[1]

[1]Doç. Dr., Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu,
Kapadokya Üniversitesi, Nevşehir

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın temel amacı, otelcilik sektöründe dijitalleşmenin çevresel etkilerini incelemek ve özellikle yapay zeka ile büyük veri teknolojilerinin enerji tüketimi optimizasyonu ve karbon ayak izi yönetimindeki rolünü değerlendirmektir.

**Yöntem:** Çalışma, kavramsal bir araştırma modeline dayanmakta olup, otel operasyonlarındaki dijitalleşmenin çevresel etkilerini "Çifte Önemlilik" (Double Materiality) yaklaşımıyla teorik bir çerçevede incelemektedir. Literatür taraması aracılığıyla akıllı otel bileşenleri, yeşil bilişim uygulamaları ve enerji verimliliği metrikleri analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Nesnelerin İnterneti (IoT), yapay zeka ve büyük veri uygulamaları; otellerin enerji, su ve atık yönetimini optimize ederek çevresel ayak izini ve operasyonel maliyetleri kayda değer ölçüde azaltmaktadır. Buna karşın, yapay zeka modelleri ve veri merkezlerinin gerektirdiği yüksek hesaplama gücünün, artan enerji tüketimiyle birlikte önemli bir karbon ayak izi oluşturduğu tespit edilmiştir. Sürdürülebilirlik için bu çifte etkinin Güç Kullanım Verimliliği (PUE) ve Karbon Kullanım Verimliliği (CUE) metrikleriyle izlenerek dengelenmesi gerektiği ortaya konmuştur.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Araştırma, turizm sektöründeki dijitalleşme sürecine "Çifte Önemlilik" perspektifinden bütüncül bir bakış sunarak, yapay zekanın sağladığı çevresel faydalar ile yarattığı teknolojik enerji yükü arasındaki paradoksu dengeleme stratejileri sunması açısından literatüre özgün bir katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Akıllı Otelcilik, Dijital Sürdürülebilirlik, Yapay Zeka, Büyük Veri, Karbon Ayak İzi.

# Turist Rehberliğinde Öykü Anlatıcılığı: Bilgi Aktarımından Deneyim Tasarımına Kuramsal Bir Dönüşüm

İbrahim Hakkı Kaynak

Dr.Öğr.Üyesi, Turizm Fakültesi
Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya

## Öz

**Amaç:** Bu çalışmanın temel amacı, turist rehberliğinde öykü anlatımının (storytelling) bilgi aktarımını nasıl dönüştürdüğünü ve ziyaretçi deneyimini hangi boyutlarda etkilediğini kuramsal bir çerçevede ortaya koymaktır.

**Yöntem:** Araştırma, tamamen literatüre dayalı olarak kurgulanmış olup, nitel araştırma yaklaşımı kapsamında doküman analizi ve yorumlayıcı (interpretatif) çözümleme yöntemi benimsenmiştir. Bu doğrultuda anlatı kuramı, deneyim ekonomisi ve turizm sosyolojisi alanlarında yapılmış yerli ve yabancı akademik çalışmalar sistematik biçimde incelenmiş ve tematik olarak analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Araştırmanın bulguları, öykü anlatımının turist deneyimi üzerinde üç temel düzeyde etkili olduğunu göstermektedir. Birincisi bilişsel boyuttur. Hikâyeleştirilmiş bilgi, zihinsel imgeler ve bağlamsal ilişkiler aracılığıyla daha kalıcı hâle gelmekte ve öğrenme sürecini derinleştirmektedir. İkinci olarak duygusal boyut öne çıkmaktadır. Öyküler, ziyaretçide empati, merak ve duygusal bağ kurma gibi süreçleri harekete geçirerek mekânla daha güçlü bir ilişki kurulmasını sağlamaktadır. Üçüncü olarak deneyimsel boyut dikkat çekmektedir. Kuramsal çerçevede öncelikle anlatının insan zihnindeki işlevi ele alınmıştır. Anlatı, yalnızca olayların aktarımı değil; bireyin deneyimlerini anlamlandırmasını sağlayan bilişsel ve kültürel bir yapı olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda öykü anlatımı, turist rehberliğinde bilgiyi yapılandıran, bağlamsallaştıran ve duygusal bir derinlik kazandıran temel bir araç olarak ortaya çıkmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, kuramsal bir çerçeve sunarak literatüre katkı sağlamayı amaçlamakta ve gelecekte yapılacak ampirik araştırmalar için bir temel oluşturmaktadır. Özellikle öykü anlatımının farklı destinasyonlardaki etkilerinin saha çalışmalarıyla incelenmesi, konunun daha derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberliği, öykü anlatıcılığı deneyim, bilgi aktarımı.

# Kamusal Agroturizm Girişimlerinin Pozitif Dışsallıkları ve Sürdürülebilirlik Analizi

Bilgin Güner[1] ve Hüseyin Çeken[2]

[1]Öğr.Gör., Milas Meslek Yüksekokulu
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

[2]Prof. Dr., Turizm Fakültesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla

**Amaç:** Bu çalışma, geleneksel tarım alanlarının yolunun turizmle kesişmesiyle meydana gelen ekonomik ve sosyal dönüşümü, Bodrum Belediyesi tarafından kurulan Garaova Tarım Parkı özelinde incelemektedir. Araştırma, kamusal bir yatırımın, yakın çevresindeki özel girişimler üzerindeki pozitif dışsallıklarını ve bu ekosistemin sürdürülebilirliğini analiz etmeyi amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Bu çalışma, nitel araştırma yaklaşımlarından durum çalışması (case study) desenini benimsemektedir. Amaçlı örnekleme kullanılan araştırmada, veriler doğrudan gözlem ve görüşme teknikleri kullanılarak toplanmış; sahada elde edilen verilerle mevcut durum derinlemesine betimlenmiş ve yorumlanmıştır.

**Bulgular:** Çarpan Etkisi ve Pozitif Dışsallık: Garaova Tarım Parkı'nın kuruluşu, yöredeki ekonomik potansiyelin hizmet ayağını harekete geçirmiş; parkın yarattığı ziyaretçi trafiği, yakın çevrede iki yeni restoranın açılmasına ve yerel üreticilerin (halıcı, bağcı, kahvaltı yeri vb.) görünürlüğünün artmasına doğrudan katkı sağlamıştır. Bu durum, kamu yatırımlarının özel sektör yatırımlarını teşvik ettiği bir "kırsal kümelenme" modeli ortaya çıkarmıştır. Bu kümelenme yöredeki turist harcamalarının artmasına neden olurken, doğrudan ve dolaylı olarak gelir ve istihdam artışına neden olmuştur.

**Sürdürülebilirlik Paradoksu:** Parkın sunduğu "Eğitim-Üretim-Turizm" modeli; yöredeki çiftçiler başta olmak üzere tıbbi aromatik bitki distilasyonu ve öğrenci kampları ile operasyonel sürdürülebilirliğini korumaktadır. Yörenin bir uğrak yerinden destinasyona dönüşmeye başlamasıyla maruz kaldığı "üçüncül konut" (villa/konteynır) ve beton duvar istilası ekosistemin ekolojik sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir.

**Sosyo-Ekonomik Dönüşüm:** Yerel halkın geleneksel zanaatlardan (halıcılık) ve tarımsal faaliyetlerden vazgeçerek hizmet sektörüne (oteller, marinalar, restoranlar) yönelmesi, kültürel sürdürülebilirliğin sadece "müzeleşme" yoluyla korunamayacağını göstermektedir. Makale, mikro zanaat, sanat ve tarım işletmelerinin bir tarafı "sosyal" bir tarafı "rekabetçi" olan yenilikçi bir kooperatif yapısı altında birleşmesinin, asgari ücret odaklı hizmet sektörüne karşı en önemli mücadele yolu olduğunu savunmaktadır.

Garaova Tarım Park modeli, "rant" odaklı yapılaşma baskısı altındaki kırsal yöreler adına umutlanmak için bir direniş noktasıdır. Ancak modelin pozitif dışsallıklarının sürdürülebilirliği; katı bir imar denetimi ve yerel halkın "katılımcı kooperatifçilik" yoluyla ekonomik sürece dahil edilmesi ve yerel halkın katılımıyla yapılacak "havza bazlı su yönetimine" bağlıdır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Literatürde pozitif dışsallıklar ve sürdürülebilirlik konusunda pek çok tartışma olmakla birlikte kamusal agroturizm girişimlerinin yarattığı pozitif dışsallıkları ele alan çalışmalar sınırlıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Kamusal Agroturizm Girişimi, Pozitif Dışsallık, Garaova Tarım Parkı.

# 6–12 Yaş Arası Çocuklara Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras Aktarımında Turist Rehberlerinin Rolü: Öğretmen Görüşlerine Dayalı Nitel Bir Araştırma

Semih Arıcı[1] ve Sinem Kahveci[2]

[1]Doç. Dr.,[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Turizm Fakültesi
Pamukkale Üniversitesi, Denizli

## Öz

**Amaç:** Bu araştırma, ilköğretim öğretmenlerinin 6–12 yaş grubundaki çocuklara kültürel miras aktarımındaki deneyimlerini incelemek ve bu deneyimlerden hareketle çocuk gruplarıyla çalışan turist rehberleri için pedagojik ilkeler geliştirmeyi amaçlamaktadır. Konu, kültürel miras eğitimi ile turizm rehberliği arasındaki disiplinlerarası boşluğu doldurmaya yönelik önemli bir ihtiyaçtan doğmaktadır.

**Yöntem:** Araştırma, nitel araştırma desenlerinden olgubilim (fenomenoloji) deseniyle yürütülmüştür. Çalışma grubu, 2023–2024 eğitim-öğretim yılında Manisa ilindeki devlet okullarında görev yapan, maksimum çeşitlilik örneklemesiyle belirlenen 16 öğretmenden oluşmaktadır. Veriler, alan uzmanlarınca onaylanan ve pilot uygulama yapılan yarı yapılandırılmış görüşme formuyla toplanmış; çözümleme için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İki bağımsız kodlayıcı arasındaki uyum oranı %88 olarak hesaplanmıştır (Miles ve Huberman, 1994).

**Bulgular:** Veriler yedi ana tema altında toplanmıştır: (a) öğretmenlerin aldığı eğitim, (b) aktarımdaki zorluklar, (c) anlatım stratejileri, (d) mitolojik ve dini içerikler, (e) maddi kültürel alanların kullanımı, (f) dini ve sosyal kavramların açıklanması ve (g) somutlaştırma yöntemleri. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%94) lisans eğitimlerini kültürel miras aktarımı açısından yetersiz bulmaktadır. Soyut kavramların aktarımı (%81), öğrenci dikkatinin sürdürülmesi (%31) ve görsel materyal eksikliği (%13) başlıca güçlükler olarak öne çıkmıştır (Piaget, 1972; Santrock, 2018). Hikâye anlatımı (%88), görsel/çizgi film kullanımı (%31) ve proje tabanlı etkinlikler (%19) en etkili aktarım yöntemleri olarak değerlendirilmiştir (Bruner, 1996; Barton ve Levstik, 2004). Mitolojik içeriklerin aktarımında kahraman çerçevesi ve yaşa uygun anlatım; dini içeriklerde ise hoşgörü odaklı, ötekileştirici olmayan bir dil kullanımı öne çıkmıştır (Banks, 2008; Yıldırım, 2021). Somutlaştırma yöntemlerinin etkinliği katılımcıların neredeyse tamamı (%94) tarafından desteklenmiş ve bu bulgular Vygotsky'nin (1978) Yakınsak Gelişim Alanı kavramıyla tutarlılık göstermiştir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu araştırma, kültürel miras eğitimi ile turist rehberliği arasında disiplinlerarası bir köprü kurarak pedagojik açıdan önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Öğretmen deneyimlerini turist rehberliği pratiğine aktaran beş temel pedagojik ilke önerisi (hikâyeleştirme, görsel entegrasyon, yaşa uygun dil, etkinlik temelli katılım, kültürel duyarlılık), Tilden'ın (2007) yorumlayıcı rehberlik kuramıyla bireştirilerek alanyazına yeni bir çerçeve kazandırılmaktadır. Bu yaklaşım, çocuklara yönelik miras turlarının kalitesini artırmaya ve öğretmen ile rehber meslekleri arasında yapılandırılmış işbirliği modelleri geliştirmeye katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel miras eğitimi, Turist rehberliği, Öğretmen görüşleri, Olgubilim, Yorumlayıcı rehberlik, 6–12 yaş.

# Otel Çalışanlarının Sıfır Atık Bilgileri, Çevresel Kaygıları, Niyet ve Davranışları Üzerine Bir Literatür Taraması

Kübra Rukiye Küçükerdem[1] ve Ali Ilgaz[2]

[1] Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Bilim Uzmanı, kubrakucukerdem@gmail.com, 0009-0003-4758-8008

[2] Dr. Öğr. Üyesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,
Kapadokya Üniversitesi, Nevşehir, ali.ilgaz@kapadokya.edu.tr, 0000-0003-0838-2747

## Öz

**Amaç:** Çevresel sorunlar; kaynakların azalması ve ekolojik dengenin bozulmasıyla sonucunda küresel ölçekte önemli bir sorun haline gelmiştir. Yüksek kaynak tüketimi ve atık üretimi nedeniyle turizm sektörü, sürdürülebilirlik açısından kritik bir konumda yer almaktadır. Bu bağlamda, sıfır atık uygulamalarının başarısında otel çalışanlarının rolü büyük önem taşımaktadır. Bununla birlikte otel işletmeleri, sürdürülebilirlik uygulamalarını alternatif yöntemler ve çevresel bilinç düzeyi ile azımsanmayacak düzeyde etkileyebilmekte ve bu anlamda ciddi bir rol üstlenmektedir. Yüksek kaynak tüketimi ve atık üretimi nedeniyle tesis çalışanlarının tasarrufları ile etkin politikaların benimsenmesi de oldukça önemli bir haline gelmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, turizm işletmelerinde çalışanların sıfır atık bilgileri, çevresel kaygıları ve niyet ve davranışları ile ilgili yapılan çalışmalara ilişkin geniş bir literatür taraması yapmaktır.

**Yöntem:** Araştırmada, turizm işletmelerinde çalışanların sıfır atık bilgileri, çevresel kaygıları ve niyet ve davranışları ile ilgili yayınlanmış olan kaynaklar ele alınıp detaylı olarak incelenmiştir. Bu kapsamda yapılan literatür taraması doğrultusunda incelenen kaynaklar; amaçları, yöntemleri ve sonuçları bakımından benzer ve farklı yönleri itibariyle ele alınmıştır.

**Bulgular:** Literatür sonucunda elde edilen bulgular; çevresel kaygının davranışa dönüşebilmesi için bilgi, tutum ve niyet ile desteklenmesi gerektiğini göstermektedir. Elde edilen sonuçlar, sürdürülebilirlik politikalarının yalnızca teknik altyapı ile değil, insan odaklı yaklaşımlarla güçlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Çalışma, turizm işletmelerinde çalışanların sıfır atık bilgileri, çevresel kaygıları ve niyet ve davranışları konusunu içeren pek çok çalışmanın derlenmesi ve ortak ve farklı yönleriyle ele alınması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu yönüyle çalışma, konaklama sektöründe çalışan odaklı sürdürülebilirlik stratejilerinin geliştirilmesine yönelik önemli çıkarımlar sunmaktadır. Ayrıca, çalışan davranışlarının şekillendirilmesinde kurumsal destek ve eğitim uygulamalarının kritik rolüne dikkat çekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Turizm, Sıfır Atık, Çevresel Kaygı, Niyet, Davranış.

# 8. ULUSAL TURİST REHBERLİĞİ KONGRESİ TAM METİN BİLDİRİLER

# Her Şey Dahil Otel İşletmelerinde Kadın Aşçıların Karşılaştığı Sorunlar: Nitel Bir Araştırma

Esin Eriş[1] ve Merve Çetin[2]

[1]Gastronomi ve Mutfak Sanatları Yüksek Lisans Öğr., Turizm Fakültesi
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur

## Öz

Profesyonel mutfaklar, hizmet yoğun yapısı nedeniyle toplumsal cinsiyet temelli iş bölümlerinin en belirgin biçimde görüldüğü alanlardan biridir. Profesyonel mutfaklarda kadın aşçılar, geleneksel cinsiyet rolleri, fiziksel güç gereksinimi ve yoğun çalışma temposu nedeniyle çoğunlukla ikincil pozisyonlarda yer almakta ve yönetici rollere erişimde dezavantaj yaşamaktadır. Bu çalışma, her şey dahil otellerde çalışan kadın aşçıların mesleki deneyimlerini ve karşılaştıkları yapısal ve kültürel engellerin iş–yaşam dengeleri üzerindeki etkilerini incelemektedir. Nitel desende yürütülen araştırmada, yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla 10 kadın aşçıdan veri toplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler içerik analizi çerçevesinde değerlendirilmiş olup, analiz sonucunda beş ana tema ve on beş alt tema ortaya konulmuştur. Bulgular, her şey dahil otellerde çalışan kadın aşçıların yalnızca iş yüküyle değil, adaletsiz çalışma düzenleri ve cinsiyete dayalı beklentilerle de mücadele ettiğini göstermektedir. Kadınlar mutfakta birçok işi üstlenmelerine rağmen karar süreçlerine daha az dahil edilmekte ve yükselme fırsatlarına daha zor ulaşmaktadır. Uzun ve düzensiz çalışma saatleri ile ev içi sorumlulukların büyük ölçüde kadınların üzerinde olması, iş ve özel yaşam arasındaki dengeyi bozmakta ve tükenmişliğe yol açmaktadır. Bu durum, kadın aşçıların meslekte kalma ve ilerleme isteklerini olumsuz etkilemektedir. Araştırmadan elde edilen bulgulardan hareketle sektör yöneticileri, ilgili kurumlar ve sivil toplum kuruluşları için toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyecek çözüm önerileri sunulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın Aşçılar, Her Şey Dahil Oteller, Cinsiyet Eşitsizliği, Mobbing, Gastronomi.

## Abstract

Professional kitchens, due to their service-intensive nature, are one of the areas where gender-based divisions of labor are most evident. In professional kitchens, female chefs are mostly employed in secondary positions and experience a disadvantage in accessing managerial roles due to traditional gender roles, the need for physical strength, and the demanding work pace. This study examines the professional experiences of female chefs working in all-inclusive hotels and the impact of the structural and cultural barriers they face on their work-life balance. In this qualitative study, data was collected from 10 female chefs through semi-structured interviews. The data obtained were evaluated within the framework of content analysis, resulting in five main themes and fifteen sub-themes. The findings show that female chefs working in all-inclusive hotels struggle not only with workload but also with unfair working conditions and gender-based expectations. Although women undertake many tasks in the kitchen, they are less involved in decision-making processes and have more difficulty accessing promotion opportunities. Long and irregular working hours, coupled with the significant burden of domestic responsibilities on women, disrupt the work-life balance and lead to burnout. This situation negatively impacts women chefs' desire to remain and advance in the profession. Based on the findings of the research, solutions are proposed for industry managers, relevant institutions, and civil society organizations to support gender equality.

**Keywords:** Women Chefs, All-Inclusive Hotels, Gender Inequality, Mobbing, Gastronomy.

## GİRİŞ

Kadın istihdamının yoğunlaştığı alanlardan biri yiyecek ve içecek hizmet sektörüdür (Tuncer, 2017). Ancak bu sektörde istihdam edilen kadınlar, cinsiyet temelli ayrımcılık ve toplumsal cinsiyet rollerinin dayattığı çeşitli engellerle karşılaşmaktadır. Yiyecek ve içecek hizmet sektörü, özellikle profesyonel mutfaklarda, toplumsal cinsiyet rollerinin belirleyici olduğu erkek egemen bir yapıya sahiptir (Cave & Kılıç, 2019). Bu sektörde kadın çalışan sayısı artsa da ayrımcılık sorunları halen sürmektedir. Yiyecek içecek hizmeti sektöründe işe alım, ücretlendirme ve terfi süreçlerinde görülen cinsiyet temelli eşitsizlikler kadınların mesleki gelişimini sınırlandırmaktadır (Boz, 2006). Turizm ile yiyecek ve içecek işletmelerinin önemli bir birimi olan mutfaklarda çalışan kadınlar, cinsiyetçi yaklaşımlar nedeniyle ayrımcılığa maruz kalmaktadır (Çiçen, Boyacıoğlu, & Oğuzhan, 2020). Profesyonel mutfaklarda uzun çalışma saatleri, yoğun tempo ve fiziksel güç gerektiren görevler kadın aşçıların sektörde kalıcılığını zorlaştırmaktadır (Aydin Tükeltürk & Şahin Perçin , 2008). Çalışma ortamlarının toplumsal cinsiyet rollerine göre şekillenmesi, kadınların daha alt pozisyonlarda istihdam edilmesine ve profesyonel gelişimlerinin sınırlanmasına neden olmaktadır (Çelik & Şahingöz, İş yaşamında cinsiyet ayrımcılığı: Kadın aşçılar örneği, 2018). Bu nedenle, kadınların özellikle profesyonel mutfaklarda istihdamı dikkatle incelenmesi gereken önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Alanyazında yer alan mevcut çalışmalar incelendiğinde, turizm sektöründe kadın aşçıların yaşadığı sorunların farklı açılardan incelendiği araştırmaların olduğu görülmektedir. Septiani ve Siscawati (2023), yaptıkları çalışmada kadınların profesyonel mutfaklarda kariyerlerinde ilerlemelerini zorlaştıran nedenleri ve sektörde az sayıda yer almalarının sebeplerini, onların yaşadıkları deneyimlerden yola çıkarak feminist bir bakış açısıyla incelemiştir. Araştırmanın sonucunda, kadın aşçıların çalışma hayatları boyunca açık ya da gizli ayrımcılığa ve farklı biçimlerde ortaya çıkan baskılara sıkça maruz kaldıkları belirlenmiştir. Barakazı, Çakır ve Barakazı (2012), çalışmalarında turizm sektöründe çalışan kadınların karşılaştıkları zorlukları ortaya koymuştur. Bulgular, görev dağılımında cinsiyet farkı bulunduğunu ve kadınların fiziksel güç gerektiren işlerde dezavantajlı konumda algılandıklarını göstermiştir. Ayrıca, kadın çalışanların iş hayatında cinsiyet ayrımcılığına maruz kaldıkları düşüncesine sahip oldukları belirlenmiştir. Kabil (2022) çalışmasında mutfak çalışanı kadın aşçıların toplumsal cinsiyet temelli güçlüklerini ve bu güçlüklerin motivasyon ile verimliliklerine yansımasını incelemektedir. Araştırma sonuçları, kadınların mobbing, sözlü taciz, alt pozisyonlarda görevlendirilme, ücret adaletsizliği ve yeterli görülmeme gibi ayrımcı tutumlara maruz kaldığını; bu durumların motivasyonlarını zayıflattığını ve iş verimliliklerini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Haddaji, Garrigós ve Segovia (2017), çalışmalarında kadın aşçıların sektörde az sayıda olma nedenlerini incelemiştir. Araştırmada, profesyonel mutfaklarda erkek egemen anlayışın hakim olduğu ve bu durumun kadınların sektördeki görünürlüğünü azalttığı ifade edilmiştir. Ayrıca, yoğun çalışma temposu ve toplumsal cinsiyet rolleri gibi unsurların kadınların kariyer gelişimini sınırladığı belirlenmiştir. Palaz ve İzci (2016), çalışmalarında restoran çalışanlarının psikolojik tacizle karşılaşıp karşılaşmadığını ve bunun iş doyumu ile tükenmişlik üzerindeki etkilerini incelemiştir. Bulgular, tacizin iş doyumunu azaltıp tükenmişliği artırdığını, ancak işten ayrılma niyetini anlamlı biçimde etkilemediğini göstermiştir.

Mevcut alanyazın incelendiğinde restoran mutfaklarında çalışan kadın aşçıların cinsiyete dayalı sorunlarını ele alan çalışmaların bulunduğu görülmektedir. Ancak her şey dahil otel mutfaklarında görev yapan kadın aşçıların karşılaştıkları güçlükler ve bu zorlukların iş–yaşam dengesi üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalar oldukça sınırlıdır. Restoranlara göre daha yoğun iş akışına ve karmaşık bir örgütsel yapıya sahip her şey dahil hizmet sunan otel mutfaklarında kadın çalışan deneyimlerinin yeterince incelenmemiş olması alanyazında önemli bir boşluk oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, söz konusu bu boşluğu doldurarak kadın aşçıların her şey dahil otel mutfaklarındaki karşılaştıkları sorunları daha kapsamlı biçimde ortaya koymaktır. Aynı zamanda

profesyonel mutfaklardaki erkek odaklı mutfak kültürü, cinsiyet temelli ön yargılar, mobbing ve ücret eşitsizliğine ilişkin hususların kadın çalışanlara yansımalarını değerlendirerek sektördeki sorunların görünür hale gelmesini sağlamaktır. Bu amaçlar doğrultusunda araştırmada "her şey dahil hizmet sunan otel mutfaklarında kadın aşçıların meslek hayatında yaşadığı zorluklar nelerdir?" sorusuna cevap aranmaktadır. Bu çalışma hem alanyazına kuramsal katkılar sağlaması hem de sektöre yönelik uygulanabilir önerilerin geliştirilmesi açısından önemli görülmektedir. Araştırmadan elde edilecek bulgulardan hareketle sektör yöneticileri, ilgili kurumlar ve sivil toplum kuruluşları için toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyecek çözüm önerileri sunmaktadır. Ayrıca eşitlik temelli terfi ve ücretlendirme politikalarının uygulanması, eğitim ve farkındalık çalışmalarının artırılması gibi yol gösterici nitelikte bilgi ve öneriler sunmaktadır.

## YÖNTEM

Araştırmanın temel çıkış noktası, her şey dahil otel mutfaklarında çalışan kadın aşçıların yaşadığı zorluklar ve bu zorlukların iş-yaşam dengesi üzerindeki etkilerinin tespit edilmesidir. Bu bağlamda, her şey dahil otel mutfaklarında çalışan kadın aşçıların mesleki deneyimlerini, karşılaştıkları zorlukları nasıl anlamlandırdıklarını ve bu zorlukların iş-yaşam dengeleri ile mesleki gelişimleri üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Nitel araştırma, bir olgu ya da olayı doğal ortamında inceleyerek onu katılımcıların bakış açısından derinlemesine anlamayı amaçlayan bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım sürece odaklanmakta, ayrıntılı betimlemeler yapmakta ve verileri tümevarımcı bir şekilde analiz etmektedir (Büyüköztürk, Akgün , Karadeniz, Demirel , & Kılıç Çakmak, 2024). Bu yöntem, araştırmacının inceleme konusu hakkında daha kapsamlı bir anlayış geliştirmesine yardımcı olmaktadır (Morgan, 1996). Araştırmanın niteliğine uygun olarak, ele alınan durumu derinlemesine incelemek amacıyla durum çalışması deseni kullanılmıştır. Durum çalışması, bir olgunun gerçek yaşam koşullarında ayrıntılı biçimde incelenmesine imkan veren nitel bir araştırma yaklaşımıdır. Bu desende, araştırmacı olayları, kişileri ve süreci doğal ortamında gözlemlemekte ve değişkenlere müdahale etmemektedir. Bu yönüyle durum çalışması deneysel çalışmalardan ayrılmaktadır ve çoğunlukla sınırlı sayıda duruma odaklanılmaktadır (Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri, 2021).

### Veri Toplama

Verilerin toplanması, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak gerçekleştirilmiştir.Yarı yapılandırılmış görüşmeler, temel demografik bilgilerin yanı sıra açık uçlu sorulardan oluşan bir form üzerine kurulmakla birlikte görüşme sürecinde soruların eklenip çıkarılabildiği esnek bir yöntemdir . Bu yaklaşım, hem derinlemesine bilgi elde etmeye imkan tanımakta hem de verilerin belirli ölçüde kategorize edilmesine olanak sağlamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2021). Araştırma kapsamında kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu, kadın aşçıların çalışma yaşamındaki deneyimlerini bütüncül biçimde ortaya koymak amacıyla tasarlanmıştır. Görüşme formu iki bölümden oluşmakta olup toplam 12 demografik soru ve 7 açık uçlu soru içermektedir. İlk bölümde yaş, eğitim durumu, çalışma yılı, görev pozisyonu ve istihdam biçimi gibi katılımcıların demografik ve mesleki özelliklerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise kadın aşçıların iş ortamında karşılaştıkları fiziksel ve psikolojik zorluklar, cinsiyet temelli ayrımcılık, mobbing, iş bölümü ve görev dağılımında eşitsizlikler ve mutfak içindeki cinsiyet rollerinin etkilerine ilişkin görüşlerini almak amacıyla hazırlanmış açık uçlu sorular yer almaktadır. Görüşme formunun hazırlanmasında daha önce bu konuya ilişkin yapılmış olan araştırmalardan faydalanılmıştır (Boztepe, 2022; Çelik & Şahingöz, 2018 ; Çetinkaya, Zengin, & Şen, 2025) . Görüşme formunda yer alan sorular Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1. Görüşme Formunda Kadın Aşçılara Sorulan Açık Uçlu Sorular**

| Soru No | Açık Uçlu Sorular |
|---|---|
| 1 | İş ortamında kadın aşçı olarak fiziksel veya psikolojik zorluklar yaşıyor musunuz? Bu zorlukları nasıl aşıyorsunuz? |
| 2 | Kadın olduğunuz için meslektaşlarınız veya yöneticileriniz tarafından farklı muamele gördüğünüzü düşünüyor musunuz? |
| 3 | Erkek aşçılara göre size farklı görevler verildiğini hissettiniz mi? Bu durum sizi nasıl hissettirdi? |
| 4 | İş yaşamında eşitsizlik, cinsel taciz, mobbing veya kayıt dışı istihdama zorlama gibi durumlarla karşılaştınız mı? |
| 5 | Mutfakta kadın çalışanlara yönelik argo, küçümseyici veya cinsel içerikli söylemlerle karşılaştınız mı? Bu durum sizi nasıl etkiledi? |
| 6 | Cinsiyetin terfiler, maaş, yönetici pozisyonlarına yükselme gibi süreçlerde etkili olduğunu düşünüyor musunuz? Neden? |
| 7 | Cinsiyet rollerinin mutfak içindeki iş dağılımını etkilediğini düşünüyor musunuz? |

Nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan amaçlı örnekleme yöntemi, eldeki kaynakları en verimli biçimde değerlendirerek araştırma için bilgi açısından zengin bireyleri veya durumları seçmeyi amaçlamaktadır (Güçlü, 2021). Bu yaklaşım, bilgi bakımından zengin durumların seçilmesi ve bu durumların derinlemesine incelenmesine imkan tanınmaktadır. Aynı zamanda, bu yaklaşım konuya hakim ve deneyimli kişilerin bilinçli biçimde araştırmaya dahil edilmesine dayanmaktadır (Büyüköztürk vd., 2024). Bu doğrultuda, çalışmanın örneklemi de amaçlı örnekleme yöntemi temel alınarak oluşturulmuştur (Palinkas vd., 2015). Çalışmanın amacına uygun olmasından dolayı amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu örneklemesi kullanılmıştır. Kartopu örnekleme, ulaşılması güç ya da sınırlı sayıdaki katılımcılara erişmek için kullanılan amaçlı bir örnekleme tekniğidir. Başlangıçta seçilen referans katılımcı aracılığıyla diğer kişilere ulaşılmakta ve süreç zincirleme biçimde ilerleyerek örneklemin genişlemesini sağlamaktadır. Bu nedenle yöntem "kartopu etkisi" olarak adlandırılmaktadır (Biernacki & Waldorf, 1981).

Araştırmanın verileri, 01.12.2025 – 09.01.2026 tarihleri arasında Antalya'daki her şey dahil otel mutfağında çalışan 10 kadın aşçı ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Çalışmaya gönüllü olarak katılmaya istekli olan kadın aşçılar ile görüşmeler yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan alınan izin doğrultusunda görüşmeler kayıt altına alınmış ve daha sonra araştırmacı tarafından transkripte aktarılmıştır. Gerçekleştirilen görüşmeler ortalama 45- 50 dakika arasında sürmüştür. Çalışmanın uygulanabilmesi için veri toplama aşamasından önce etik kurul onayı, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan alınmıştır (GO 2026/2498).

## VERİLERİN ANALİZİ

Görüşmeler sonucunda elde edilen nitel veriler, ses kayıt cihazından bilgisayar ortamına aktarılmış ve yazıya dökülerek metne aktarılmıştır . Bu işlemle birlikte içerik analizine uygun metinler oluşturulmuş ve analiz sürecine geçilmiştir. Veri analizi aşamasında metinler sistematik bir biçimde incelenmiştir, kodlama yapılmış, benzer kodlar bir araya getirilerek kategoriler belirlenmiş, bu kategoriler adlandırılmış ve her bir kategoriye ilişkin temel özellikler tanımlanmıştır. Elde edilen verilerin yorumlanmasında içerik analizi yöntemi esas alınmış olup analiz süreci, Braun ve Clarke'ın (2006) önerdiği veri analiz aşamaları doğrultusunda yürütülmüş ve veriler bağımsız biçimde incelenmiştir. İçerik analizi sürecinde elde edilen verilerin, araştırma bulgularını açıklamada yeterli olan beş ana tema ve on beş alt tema altında toplanmıştır.

## BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, kadın aşçıların mesleki deneyimlerine ilişkin elde edilen bulgular incelenmiştir. İlk olarak, çalışmaya katılan kadın aşçıların demografik ve mesleki özelliklerine yönelik tanımlayıcı bilgilere yer verilmiştir. Ardından, görüşmeler aracılığıyla toplanan nitel veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş ve bu analiz sonucunda ortaya çıkan bulgular sunulmuştur. Yapılan analiz doğrultusunda, kadın aşçıların mesleki deneyimlerini açıklayan kavramsal yapı beş ana tema ve bu temalara bağlı on beş alt tema çerçevesinde (Tablo 3) ortaya konulmuştur.

Katılımcılara ilişkin tanımlayıcı bilgiler

Antalya'daki beş yıldızlı otellerde görev yapan kadın aşçılar ile gerçekleştirilen bu araştırmaya, toplam 10 kadın mutfak şefi (katılımcılar K kodu ile ifade edilmiştir) gönüllü olarak katılmıştır. Araştırmaya katılan kadın aşçılara ilişkin tanımlayıcı bilgilere Tablo 2'de yer verilmiştir.

**Tablo 2. Araştırmaya Katılan Kadın Aşçılara İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler**

| Kod | Yaş | Medeni Durumu | Eğitim Seviyesi | Sektör Deneyimi | Görevi |
|---|---|---|---|---|---|
| K1 | 32 | Evli | Lisans | 13 yıl | Alakart Şefi |
| K2 | 32 | Bekar | Lisans | 10 yıl | Alakart Şefi |
| K3 | 24 | Bekar | Ön Lisans | 4 yıl | Demi Şef |
| K4 | 29 | Bekar | Ön Lisans | 4 yıl | Demi Şef |
| K5 | 55 | Evli | Ön Lisans | 16 yıl | Sous Şef |
| K6 | 40 | Evli | Lise | 5yıl | Kısım Şefi |
| K7 | 38 | Bekar | Ön Lisans | 7 yıl | Demi Şef |
| K8 | 27 | Bekar | Ön Lisans | 6 yıl | Kısım Şefi |
| K9 | 33 | Bekar | Lisans | 10 yıl | Alakart Şefi |
| K10 | 25 | Bekar | Lisans | 1 yıl | Komi Şef |

Tablo 2'ye göre, çalışmaya dahil edilen kadın aşçılarının yaş dağılımı 24 ile 55 yaş aralığında yoğunlaşmaktadır. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde, bekar olanların sayıca daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyi açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların çoğunluğunun ön lisans ve lisans mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Mesleki deneyim süreleri 1 yıldan 16 yıl ve üzerine kadar uzanmakta olup, katılımcılar mutfak hiyerarşisinde komi, demi şef, kısım şefi ve sous şef gibi farklı pozisyonlarda görev almaktadır. Çalışma koşulları incelendiğinde, katılımcıların büyük bölümünün kadrolu istihdam edildiği ve günlük çalışma sürelerinin genel olarak 8 saat civarında olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda beş ana tema ve on beş alt tema belirlenmiştir. Araştırmaya katılan kadın aşçıların görüşleri doğrultusunda cinsiyet temelli iş bölümü, cinsiyet eşitsizliği, taciz ve mobbing, kurumsal sessizlik ve yaptırımsızlık ile başa çıkma ve güçlenme ana temalar olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte ana tema ve alt temalara ilişkin katılımcıların ifadelerinin sıklık ve yüzdelik oranları Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3. Kadın Aşçıların Mesleki Deneyimlerine İlişkin Temalar, Kodlar ve Sıklıklar**

| Ana Tema | Alt Tema | Sıklık | Yüzde |
|---|---|---|---|
| **Cinsiyet Temelli İş Bölümü** | Örtük ayrımcılık ve cinsiyet temelli görev dağılımı | 8 | **%80** |
| | Düşük statülü işlerinin kadınlara yüklenmesi | 7 | **%70** |
| | Duygusal Emeğin Kadınlara Yüklenmesi | 6 | **%60** |
| | Mesleki Ayrışma | 8 | **%80** |
| **Cinsiyet Eşitsizliği** | Kariyer ilerlemesinde eşitsizlik | 8 | **%80** |
| | Ücret eşitsizliği | 4 | **%40** |
| | Performans Algısında Cinsiyet Önyargısı | 6 | **%60** |
| **Taciz ve Mobbing** | Cinsel Taciz | 4 | **%40** |
| | Sistematik mobbing ve psikolojik yıldırma | 6 | **%60** |
| | Mesleki Statünün tanınmaması | 7 | **%70** |
| **Kurumsal sessizlik ve Yaptırımsızlık** | Örtbas ve Yaptırımsızlık | 5 | **%50** |
| | Sessizleştirme ve İkincil Mağduriyet | 6 | **%60** |
| **Başa Çıkma ve Güçlenme** | Sessiz başa çıkma ve içselleştirme | 6 | **%60** |
| | Kadın dayanışması ve rol modeller | 7 | **%70** |
| | Eğitim, liderlik ve güçlenme önerileri | 9 | **%90** |

## Cinsiyet Temelli İş Bölümü

Bulgulara göre cinsiyet temelli iş bölümü teması altında elde edilen bulgular, her şey dahil otel mutfaklarında kadın aşçıların çoğunlukla görünmeyen ve değeri yeterince fark edilmeyen işlere yönlendirildiğini göstermektedir. Kadın aşçıların deneyimleri bu bağlamda üç alt tema altında toplanmaktadır. Bunlar; örtük ayrımcılık ve cinsiyet temelli görev dağılımı, düşük statülü işlerinin kadınlara yüklenmesi ve mesleki ayrışmadır.

Katılımcıların ifadelerine göre işyerindeki iş bölümünün cinsiyet temelinde yeniden kurulduğunu ve 'kadına uygun' olarak kodlanan görevlerin sistematik biçimde kadınlara yöneltildiğini göstermektedir. Bu yapı hem görünür fiziksel emek hem de çoğu zaman fark edilmeyen görünmez emek üzerinden yeniden üretilmektedir. Bu durumu K1 kodlu katılımcı şu sözlerle dile getirmektedir: *"Bizim belli başlı kurallarımız vardır ve kurallara göre mesela formlarımız vardır, denetlemelerimiz vardır, temizliklerimiz vardır, işte şahit numunelerimiz vardır vesaire. Nedense bunlar sadece kadınların üzerine yıkılır. Bunun sebebi, eee, tamamen cinsiyetçilik. Neden? Kadınsın. Daha tertipli, daha düzenlisin gibisinden görülür. Aslında bununla alakası yoktur. Seni motive etme şekilleri aslında budur. Bunlar sadece işten kaçma şeklindedir."* (K1)

Kadınların, evdeki rollerin işyerine taşındığını, düzen, temizlik, kontrol ve evrak işlerinin kendilerinden doğal olarak beklendiğini belirtmektedir (Kulakoğlu vd., 2025). Bu durum, resmi görevlerin ötesinde işleyen düşük statülü işlerin kadınlara yüklenmesine işaret etmektedir. Bu bulgu, farklı katılımcılar tarafından benzer biçimlerde ifade edilmiştir. Örneğin, *"Form takibi, düzen, temizlik… bunlar sanki otomatik olarak kadınların işiymiş gibi görülüyor. Kadınların ev hanımlığı statüsünde, yani kadınların erkeklerin kafasındaki bu ev hanımlığı statüsü işyerine de taşınıyor ve bunu bu şekilde devam ettiriyorlar. Erkekler sıcak mutfakta çalışırken ben sürekli kontrol, evrak ve toparlama işlerine yönlendiriliyorum."* (K7) ifadesi, kadınların mutfak içinde nasıl farklı bir iş bölümüne itildiğini göstermektedir. Benzer biçimde bir başka katılımcı, *"Mutfakta herkes çalışıyor gibi görünüyor ama detay işi hep bana kalıyor. Çünkü kadınımın ben sadece temizlik ve düzen işleri yapabilirim. Temizlik, form kontrolü, düzen… evde yaptığım şeylerin aynısı işte de benden bekleniyor."* (K8) diyerek bu sürekliliği vurgulamaktadır. Aynı durum, iş yoğunluğu arttığında daha görünür hale gelmektedir: *"Çalıştığım iş yerinde yoğunluk olduğunda kimse 'bunu sen yap' demiyor ama temizlik ya da denetim varsa gözler direkt bana dönüyor. Kadın olunca bu işler sana aitmiş gibi kabul ediliyor. Ben sadece bu işlerin altından kalkabilirim hissi veriyorlar."* (K10).

Bulgular, kadınların yalnızca fiziksel ve idari işlerle değil, aynı zamanda duygusal emekle de yoğun biçimde sorumlu tutulduğunu göstermektedir. Çatışma çözme, personeli yatıştırma, dinleme ve arabuluculuk gibi rollerin ağırlıklı olarak kadınlara yönlendirildiği görülmektedir. Bu durumu bir katılımcı, *"Personel sorunlarını sana kitliyorlar sanki eee otelin arabulucusu benmişim gibi… aslında bunun sebebi kadın olduğun için duygusal emeği de senden bekliyorlar."* (K5) sözleriyle ifade ederken, bir diğeri *"Personel arasında bir sorun çıktığında yöneticiler bana yönlendiriyor çünkü ben çalışanların ablası konumundayım. Konuş, idare et, alttan al… bunlar hep benden bekleniyor."* (K7*)* deniliyor. Benzer şekilde, *"Kadın olduğum için sakin ve daha anlayışlı olmam gerektiği düşünülüyor. Sorun çözücü, dinleyici rolü otomatik olarak bana veriliyor."* (K8) ve *"Erkek şefler sadece işine bakıyor ama bana herkes gelip derdini anlatıyor. Bence mutfakta duygusal yük de kadınlara kalıyor."* (K10) ifadeleri, bu görünmez emeğin cinsiyetlendirilmiş yapısını aslında ortaya koymaktadır.

Mesleki Ayrışma teması altında katılımcılar genel olarak kadınların belirli bölümlerde yoğunlaştığını ve bu bölümlerin kadınlar ile özdeşleştiğini belirtmektedir. Buna örnek olarak genellikle katılımcılar tarafından kadınların daha çok kahvaltı bölümü ve pastacılık gibi bölümlerde çalıştırıldığı ve buralarda yoğunlaştığı belirtmektedir. Bu durumu K1 kodlu katılımcı şu sözlerle dile getirmektedir: *Çünkü ee, kahvaltı ve soğuk kısımlarında çalışanlar genelde kadınlar oluyor. Genelde oralara kadınları daha çok veriyorlar. Çünkü iş yükünün daha az olduğunu düşündükleri için kadınları veriyorlar.* Aynı şekilde K4'ün şu ifadesi: *Erkek aşçılara göre kadın aşçılara daha farklı görevler veriliyor. Daha uzun, daha ince işçilikte olan işleri veriyorlar genelde. İşte, atıyorum pastanede dekor tarzı.* Mesleki ayrışma temasını açık biçimde ortaya koymaktadır.

**Cinsiyet Eşitsizliği**

Katılımcılardan elde edilen bulgular neticesinde, kurumlardaki yapılanmada cinsiyete dayalı sistematik bir ayrışmanın var olduğu belirtilmektedir. Bu ana tema çerçevesinde yapılan analizler

neticesinde kariyer ilerlemesinde eşitsizlik, ücret eşitsizliği ve performans algısında cinsiyet önyargısı olmak üzere üç alt tema saptanmıştır. Her şey dahil otel mutfaklarında çalışan kadın aşçıların terfi süreçleri, ücretlendirme politikaları ve performans değerlendirme mekanizmalarında dezavantajlı konumlandırıldığı ifade edilmektedir. Özellikle yönetici pozisyonlarında kadın temsilinin oldukça sınırlı olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca kadın aşçıların belirli bir kariyer basamağından sonra ilerlemelerinin zorlaştığı ve terfi süreçlerinde erkeklerin daha hızlı yükseldiği ifade edilmektedir. Bu bulgu, farklı katılımcılar tarafından benzer biçimlerde ifade edilmiştir.

*Aynı tarihlerde başlamamıza, aynı pozisyonda başlamamıza rağmen benden daha üst pozisyonda olan insanlar var. Bu kadınların yönetici statüsünde görülmesinden dolayı kadınlar da pozisyon verilmiyor. Ee, kadınların kaldırabilecek gerek psikolojik, gerek, ee, ilerleyen zamanlardaki evlilik muhabbeti veya doğum muhabbetinden dolayı kadınlara çok fazla terfi verilmeyi öngörmüyorlar* (K1).

*Mesela aynı pozisyonda, aynı sorumluluk… ama maaş konuşulunca 'senin evin yok mu, ailen destek olmuyor mu' gibi cümleler duydum. Erkek için 'ailesi var, geçindirecek' diye pazarlık yapılıyor. Bana gelince şimdilik böyle, sonra bakarız' gibi*…(K5).

*Aynı pozisyonda çalıştığım bir erkek aşçının benden daha yüksek maaş aldığını tesadüfen öğrendim. Sorduğumda net bir cevap verilmedi, geçiştirildi. O an ilk kez 'burada adil bir sistem yok' dedim* (K6).

*Bu sektörde kadınsan ilerlemek gerçekten çok zor… terfi alamıyorsun çünkü kadınsın* (K7).

Görüşmeler kapsamında elde edilen bulgular neticesinde kadın ve erkekler arasında ücret farklılıklarının olduğu belirtilmektedir. Araştırmaya katılan kadın aşçılar ücretlendirme süreçlerinin şeffaf ve adil olmadığını kadın emeğinin ekonomik olarak daha düşük gösterildiğini belirtmektedir. Bu durumu K9 kodlu katılımcı şu sözlerle dile getirmektedir: *Maaş konusu da çok şeffaf değil zaten, net konuşulamıyor ama aynı işi yapıp daha düşük ücret alan kadınlar gördüm, ıu şey, çok dillendirilmiyor o yüzden görünmez kalıyor biraz…*

Araştırmadan elde edilen bulgular, performans değerlendirme süreçlerinde cinsiyet temelli algı farklılıklarının etkili olduğunu göstermektedir. Bu durumu K9 kodlu katılımcı şu sözlerle dile getirmektedir: *Karar veriyorum mesela, arkasından hemen bir sorgu başlıyor. Aynı cümleyi erkek şef kurduğunda daha az itiraz, daha az açıklama ihtiyacı oluyor. Ben söylediğimde ise açıklama bekleniyor.*

Benzer şekilde K5, *Aynı hatayı erkek yaptığında 'olsun, öğrenir' deniyor; sen yaptığında 'zaten kadınlar bu işi taşıyamıyor' gibi bir yere bağlanıyor.* ifadesiyle değerlendirme süreçlerindeki farklı yaklaşımı ortaya koymaktadır. K6 ise *Erkek bir aşçı hata yaptığında 'olur' deniyor ama ben hata yaptığımda bunun kadın olmamla bağdaştırıldığını hissediyorum.* sözleriyle benzer bir duruma dikkat çekmektedir.

**Taciz ve Mobbing**

Araştırma dan elde edilen bulgular, katılımcıların doğrudan veya dolaylı bir biçimde farklı şiddet türlerine maruz kaldıklarını göstermektedir. Bu şiddet türleri yalnızca fiziksel davranışlarla sınırlı kalmayıp aynı zamanda küçümseme sistematik dışlama şeklinde de kendini göstermektedir. Fiziksel ve sözlü taciz ve mobbing diğer sektörlerde olduğu gibi mutfaklarda da kadınlar açısından önemli bir sorun oluşturmaktadır (Kulakoğlu Dilek, Dilek , & Doğan, 2025). Kadın aşçı katılımcıların anlatıları, her şey dahil otel mutfaklarında taciz, fiziksel şiddet ve mobbingin tekil olaylar değil, güç ilişkileri ve kurumsal yapı içinde üretilen sistematik sorunlar olduğunu göstermektedir. Bulgular, bu durumların çoğu zaman yönetim tarafından yeterince ele alınmadığını ve mağdurların büyük ölçüde yalnız bırakıldığını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede cinsel taciz, sistematik mobbing ve psikolojik yıldırma, mesleki statünün tanınmaması olmak üzere üç alt tema altında incelenmiştir.

Kadın katılımcılar, erkek misafirler ve yöneticiler tarafından cinsel taciz ve fiziksel temasla sıkça karşılaştıklarını belirtmektedir. Bu tür durumlarda itiraz eden kadınların dolaylı biçimde cezalandırıldığı görülmektedir. Bir katılımcı yaşadığını şu sözlerle anlatmaktadır: *"Gece servisinde alkollü bir misafir vardı. Sürekli göz teması kurmaya çalıştı, sonra masaya çağırdı. Öyle normal bir çağırma da değil, el kol hareketleri yaptı. Gitmedim ama ısrar etti. Durumu gece müdürüne söylediğimde 'müşteri sarhoş, büyütmeyelim' denildi. O an bana ne hissettiğim, şikayetçi olup olmadığım bile sorulmadı. Konu direkt kapatıldı."* (K1). Benzer biçimde, tacizin yalnızca misafirlerden değil, yöneticilerden de geldiği görülmektedir. *"Bir erkek yöneticiyle yaşadığım olayda tamamen güç ilişkisi vardı. Yaklaştı ve beni rahatsız edici şekilde temas etti. Tepki gösterince 'yanlış anladın' deyip konuyu kapatmak istedi. Sonrasında vardiyalarım değişti, düzenim bozuldu daha zor saatlere yazıldım. Açık açık bir şey söylemedi ama reddettiğim için cezalandırıldığımı anladım."* (K9) ifadesi, bu durum, taciz ile işyerindeki uygulamalar arasındaki gizli ilişkiyi göstermektedir.

Bazı kadın aşçıların anlatıları, yaşananların yalnızca sözlü tacizle sınırlı kalmadığını, doğrudan fiziksel şiddete de dönüştüğünü göstermektedir. Bir katılımcı bu durumu şöyle ifade etmektedir*: "Bir tartışma sırasında üstüm olan kişi sinirlendi, üzerime yürüdü. Boğazımı sıktı ve beni duvara yapıştırdı. O an korkudan bağırabildim sadece. Sonra kimse görmemiş gibi davrandı. Olayın üstü kapatıldı. En acı tarafı da şu; o kişi hala üst pozisyonlarda çalışmaya devam ediyor."* (K1).

Benzer şekilde, fiziksel temasın normalleştirildiği bir başka örnek şu sözlerle dile getirilmiştir: *"Servis sırasında arkamdan gelip bir tane vurdu, bildiğin ş***k… Şaka yapıyormuş gibi güldü. Ben bağırınca ortam bir anda buz kesti ama olay yine benim tepkim üzerinden konuşuldu. 'Abarttın' dediler. Fiziksel temasın normalleştirildiğini orada çok net hissettim."* (K2).

Bulgular, taciz ve baskının çoğu zaman tehditler ve örtük mesajlar yoluyla sürdürüldüğünü göstermektedir. *'Bana açık açık "daha yakın olursak burada önün açılır" haberin olsun dendi. Bunu reddettiğimde işler değişti. Daha ağır vardiyalar, daha fazla baskı başladı, üzerime geldi. Kimse bunu yazılı söylemiyor ama herkes biliyor. Gücünü kullananlar hep korunuyor.'* (K10) ifadesi bu durumu ortaya koymaktadır.

Araştırma bulguları, taciz ve şiddetle birlikte mobbingin de kadınların iş yaşamında süreklilik gösteren bir deneyim olduğunu ortaya koymaktadır. Kadın katılımcılar, özellikle çalışma ortamında daha sert, aşağılayıcı ve dışlayıcı tutumlara maruz kaldıklarını ifade etmektedir. Bu duruma ilişkin olarak *"Alakart serviste herkesin içinde bağırıyordu… erkeklere aynı tonda konuşmazken bana daha sertti."* (K1) ve *"Aynı fikri erkek söylediğinde 'harika fikir' oluyor. Ben söylediğimde ise hep eleştiriliyorum."* (K1) ifadeleri, cinsiyet temelli değersizleştirmenin gündelik iş ilişkilerine nasıl yansıdığını göstermektedir. Benzer biçimde, itiraz eden ya da sınır koyan kadınların çalışma koşullarının dolaylı biçimde ağırlaştırıldığı görülmektedir. *"Reddedince tavır değişti… vardiyalarım bozuldu, çalıştığım yeri değiştirdiler bir nevi sürdüler…"* (K5) ifadesi buna örnektir. *"Bir süre sonra vardiyalarım özellikle zorlaştırıldı. Daha yoğun saatlere yazıldım, izin günlerim keyfileri nasıl isterse o şekilde değiştirildi. Açık açık bir ceza yoktu ama sürekli bir baskı vardı bunu çok net hissetmiştim. Bu da sistematik bir mobbingin parçasıydı."* (K9) anlatımı, bu baskının süreklilik kazanan bir cezalandırma biçimine dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Yapılan görüşmelerde, kadın aşçıların mesleki otoritelerinin tanınmadığı ve profesyonel kimliklerinin erkek aşçılara kıyasla değersizleştirildiği görülmektedir. Nitekim katılımcılar bunu açık biçimde hissettiklerini belirtmektedir. *"Aynı pozisyonda çalıştığım erkeklere usta denirken bana hala abla deniliyor. Bu hitap bile aslında seni o pozisyonda görmediklerini anlamına geliyor."* (K7) ifadesi bu durumu açıkça ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, *"Usta denmesi gereken yerde ıı sürekli abla diye sesleniliyor. Sanki işin uzmanı değil de mutfağın ablasıyım gibi davranılıyor ve bu gerçekten rahatsız ediyor bir süre sonra."* (K8) ve *"Astlarım bile ı bana şef ya da usta demiyor ee… Maalesef abla hitabı var ama o hitabın içinde bir ı statü yok."* (K10) ifadeleri, bu sembolik değersizleştirmenin kadınların iş deneyimini nasıl şekillendirdiğini göstermektedir.

**Kurumsal Sessizlik ve Yaptırımsızlık**

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler neticesinde yaşanan taciz ve psikolojik şiddet eylemlerinin kurumsal yapı tarafından çoğunlukla örtbas edildiği ve normalleştirildiği belirtilmektedir. Katılımcıların belirttiklerine göre şikayet mekanizmalarının etkisiz olduğu, yaptırım eksikliğinin bulunduğu ve sessizleştirme uygulamalarının bu tür olaylarda sıklıkla kullanıldığı ifade edilmektedir. Bu ana tema örtbas ve yaptırımsızlık, sessizleştirme ve ikincil mağduriyet olmak üzere iki alt tema kapsamında ele alınmıştır.

Yapılan görüşmelerde, yönetimlerin bu tür olaylara yaklaşımının çoğunlukla mağduru korumak değil, kurumu ve failin pozisyonunu korumak yönünde olduğunu ortaya koymaktadır. Bir katılımcı bu durumu şu şekilde ifade etmektedir: *"Yönetimle konuştuğumda ilk yaptıkları, yapmaya çalıştıkları olayı çözmek değil, kapatmak oldu. İlk söyledikleri cümle: "Kurumu zor durumda bırakmayalım" dediler. Yani mesele benim yaşadığım değil, işletmenin imajıydı onlara göre... O andan sonra şunu anladım: Sistem, seni değil güçlü olanı koruyor maalesef."* (K10). Benzer bir deneyim şu şekilde aktarılmaktadır: *"Yaşadığım olayı yönetime birebir anlatmıştım. Detaylarıyla söyledim, ne olduğunu açıkça ifade ettim. Ama konu bana karşı yapılan duruma değil de karşımdaki kişinin pozisyonuna göre ele alındı. "Şimdi bunu büyütmeyelim" yaaa olabilir böyle şeyler, 'yanlış anlaşılma olabilir' denildi. O kişi üst pozisyonda olduğu için olay kapatıldı ve ana hiçbir geri dönüş yapılmadı."* (K7). Olay sonrasında ise aynı katılımcı şunları dile getirdi: *"Olaydan sonra herhangi bir tutanak tutulmadı, resmi bir süreç başlatılmadı. Sanki hiç yaşanmamış gibi davranıldı kimsenin umurunda olmadı ve en kötüsü de bunu bana yaşatan kişi hala aynı görevde, hatta daha görünür bir pozisyonda çalışmaya devam ediyor. Ben ise yaşadığım şeyle baş başa kaldım yani olan yine bana oldu"* (K7).

Yapılan görüşmeler, kadın aşçıların tehdit ve korku yoluyla sessizleştirildiğini göstermektedir. Bir katılımcı bunu şu şekilde ifade etmektedir: *"Serviste indiğin yeri bulurum… arabanı yakarım… şakayla karışık ama ben anlıyorum o imayı…"* (K2).

**Başa Çıkma ve Güçlenme**

Araştırma bulguları katılımcıların maruz kaldıkları taciz, ayrımcılık ve eşitsizlik deneyimlerine karşı farklı başa çıkma stratejileri geliştirdiklerini göstermektedir. Bu stratejiler sessiz başa çıkma ve içselleştirme, kadın dayanışması ve rol modeller ile eğitim, liderlik ve güçlenme olanakları alt temaları altında ele alınmıştır.

Kadın katılımcıların anlatıları, yaşanan baskıların çoğu zaman içe atılarak ve sessizce yönetilmeye çalışıldığını göstermektedir. *"Genelde kendi kendime söyleniyorum… çok bir şey yapamıyorum. Gidip şikayette de bulunamıyorum."* (K2) ve *"eve gidip susma, hiçbir şey yapmadan saatlerce oturmak.. ."* (K6) ifadeleri bu içe kapanma halini yansıtmaktadır. Bir başka katılımcı ise *"Bir noktadan sonra derdini anlatmak istemiyorsun…köşene çekiliyorsun… hayatın bir döngü halinde iş-ev arasında geçiyor…"* (K9) diyerek bu yalnızlaşmayı ifade etmektedir.

Bununla birlikte bazı kadınlar, spor, dinlenme ve özel hayata yönelme gibi bireysel stratejilerle kendilerini toparlamaya çalışmaktadır. *"Enerjimi spora vermeye çalışıyorum… işi işte bırakıp özel hayatımda kendimi toparlamaya çalışıyorum bu beni iyi hissetiriyor."* (K3) ifadesi bu yaklaşımı göstermektedir. Kadınların aynı zamanda kendilerini korumaya yönelik stratejiler geliştirdiği de görülmektedir. *"Her şeyi yazılı hale getirdim, geç saatte ofise tek başıma girmemeye dikkat ediyorum çünkü her türlü olay için önlem almalıyım."* (K5) ifadesi, bu savunma mekanizmalarını somutlaştırmaktadır.

Katılımcı anlatıları, mutfaklarda kadınlar arasında güçlü bir dayanışma yerine çoğu zaman rekabet, karşılaştırma ve eleştirel ilişkilerin öne çıktığını göstermektedir. Birçok kadın, başka bir kadının başarısının desteklenmediğini, aksine sorgulandığını ve küçümsendiğini ifade etmektedir. Bu durumu bir katılımcı şu sözlerle dile getirmektedir: *"Kadın dayanışma… hayır… kadınlar birbirinin iyi olmasını istemiyor… ben terfi aldığım zaman… sevinmiyor… eleştiriyor… yarış…"* (K1). Benzer bir deneyimi aktaran bir başka katılımcı *ise "Ben çift terfi aldım… hemcinsim*

*arkamdan konuştu."* (K2) ifadesiyle bu rekabet ortamını somutlaştırmaktadır. Kadınların bu ilişkileri çoğu zaman bireysel hayatta kalma mücadelesi üzerinden kurduğu da görülmektedir*: "mutfak sektöründe herkes kendi ayakta kalma mücadelesinde."* (K6). Buna karşın bazı katılımcılar, kurumsal bağlama bağlı olarak daha destekleyici kadın ilişkilerinin de mümkün olabildiğini vurgulamaktadır. *"Çalıştığım kurumda kadın dayanışması gerçekten güzeldi, beraberlik vardı aramızda bir bağ vardı…"* (K4) ifadesi, bu farklılığı ortaya koymaktadır. Ayrıca güçlü kadın figürlerinin ve rol modellerin, kadınların kendilerini yalnız hissetmemeleri açısından önemli bir işlev gördüğü belirtilmektedir. *"'Yalnız değilsin' duygusunu verdi."* (K5) ve *"Bağırmadan da lider olunabileceğini göstermişti bana..."* (K6) ifadeleri, alternatif liderlik biçimlerinin kadınlar için güçlendirici olabildiğini göstermektedir.

Kadın katılımcılar, özellikle taciz, mobbing ve hak bilgisi konularında farkındalık yaratacak eğitimlerin gerekliliği sıklıkla dile getirilmektedir. *"Liderlik kısmını öne almaları gerekiyor… kadınların da hakkı… cinsel taciz… en fazla yaşadığımız konu…"* (K1) ifadesi bu ihtiyacı ortaya koyarken, *"Kadınların hangi davranışların normal olmadığını bilmesi gerekiyor çünkü çoğu kadın bunu bilmiyor maalesef."* (K3) sözleri de sınır bilgisinin önemine işaret etmektedir. Katılımcılar ayrıca, *"Taciz, mobbing… bu konularda çok ayrıntılı eğitimler verilmesi gerektiğini düşünüyorum."* (K4) ve bir diğer katılımcı: *"Taciz ve mobbingin 'şaka' diye geçiştirilmemesi gerekiyor."* (K6) ifadeleriyle kurumsal eğitimlerin içeriğine dikkat çekmektedir. Liderlerin bu konuda bilinçli olması gerektiği de vurgulanmaktadır: *"bence eğitim olursa insanlar neyin sınır olduğunu daha net görür… buna göre ilerler… Lider olan kişinin de bu konuda bilinçli olması şart ben öyle düşünüyorum."* (K8). Kadın istihdamının artırılması ve eğitimli kadınlara öncelik verilmesi de çözüm önerileri arasında yer almaktadır. *"Eğitimli çalışanları alıp da kadın istihdam sahasını artırmasını isterdim…"* (K1) ifadesi bu beklentiyi yansıtmaktadır. Bunun yanı sıra, adil ve dinleyici bir yönetim anlayışının önemi vurgulanmaktadır. *"Ben personeli dinlerdim… perde arkasına yetmezdim."* (K2)*, "Çalışanların kendilerini rahatça ifade edebilecekleri bir ortam isterdim, çekinmeden, utanmadan …anlatıp olayın çözülmesini isterdim…"* (K3) *ve "Sorun yaşandığında herkesin söz alabileceği, ayrım yapılmadan dinlendiği bir yönetim olmalı."* (K5) ifadeleri, bu beklentinin altını çizmektedir.

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Antalya'da faaliyet gösteren her şey dahil oteller kapsamında kadın aşçıların yaşadığı cinsiyet temelli mesleki sorunlara odaklanmaktadır. Araştırma kapsamında on kadın aşçı ile temelli iş bölümü teması, her şey dahil otel mutfaklarda kadınların görev dağılımının cinsiyet normlarından bağımsız olmadığını göstermektedir. Profesyonel mutfaklarda cinsiyet temelli görev dağılımı, düşük statülü işlerin yönlendirilmesi, duygusal emeğin kadınlara yüklenmesi ve mesleki ayrışmanın yaşanması cinsiyet temelli iş bölümünün sektörde sıklıkla yaşandığını göstermektedir. Bu bulgular, alanyazında da ortaya konulan bulgular ile büyük ölçüde benzerlik göstermektedir. Haddaji, Garrigós ve Segovia'nın (2017) da belirttiği üzere, kadın aşçıların temizlik, düzen ve denetim gibi işlere daha sık yönlendirilmesi, mutfaklarda görevlerin cinsiyete göre ayrıldığını ve kadınların yaşadığı sorunların yalnızca iş yoğunluğundan değil, mutfak kültürü ve cinsiyete dayalı iş bölümünden kaynaklandığını göstermektedir. Benzer şekilde, Çelik ve Şahingöz (2018) çalışmasında kadın aşçıların çoğunun yeteneklerine göre daha düşük işlerde çalıştırıldıklarını ortaya koymuştur. Herkes ve Redden (2017), profesyonel mutfaklarda kadın aşçıların özellikle pastacılık gibi belirli bölümlerde yoğunlaştığını ve görev dağılımının toplumsal cinsiyet kalıpları doğrultusunda gerçekleştiğini ortaya koymuştur. Bu bulgu, mevcut araştırmada tespit edilen cinsiyet temelli görev ayrışması ile benzerlik göstermekte ve sektördeki yatay mesleki ayrışmanın sürekliliğini göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular, her şey dahil otel mutfaklarında kadın aşçıların cinsiyet eşitsizliğine maruz kaldıklarını göstermektedir. Katılımcıların ifadelerine göre, kariyer ilerlemesinde eşitsizlik, ücret farklılıkları ve performans değerlendirmelerinde cinsiyet temelli önyargıların sistematik biçimde var olduğunu göstermektedir. Kadın aşçıların belirli bir kariyer

basamağından sonra yükselmekte zorlandıkları ve yönetici pozisyonlarında sınırlı temsil edildikleri bulgusu, alanyazında gerçekleştirilen diğer çalışmalarda da vurgulanmıştır (Temizkan & Uslu, 2023; Kurnaz vd., 2018). Aynı şekilde ücretlendirme ve performas algısına ilişkin ortaya çıkan ayrımcılıklar, örgütsel kültür ve toplumsal cinsiyet normlarıyla ilişkili yapısal bir eşitsizliğe işaret etmektedir. Bulguların farklı katılımcılar tarafından benzer biçimde dile getirilmesi durumun deneyimlerden bağımsız olarak kurumsal düzeyde üretilen sistematik bir sorun olduğunu göstermektedir. Alanyazında gerçekleştirilen diğer çalışmalarda da kadın emeğinin daha düşük ücretle değerlendirildiği ve performans algısında önyargıların bulunduğuna ilişkin bulgular farklı araştırmalarda da belirtilmiştir (Çelik & Şahingöz, 2018). Alanyazındaki araştırmalar, kadın aşçıların mesleki ilerlemesinin kurumsal uygulamalar, terfi süreçlerindeki adalet anlayışı ve mutfaklardaki erkek egemen yapıdan etkilendiğini ortaya koymaktadır. Haddaji, Garrigós ve Segovia'nın (2017) da belirttiği üzere, kadın aşçıların temizlik, düzen ve denetim gibi işlere daha sık yönlendirilmesi, mutfaklarda görevlerin cinsiyete göre ayrıldığını ve kadınların yaşadığı sorunların yalnızca iş yoğunluğundan değil, mutfak kültürü ve cinsiyete dayalı iş bölümünden kaynaklandığını göstermektedir.

Çalışmanın bir diğer önemli bulgusu, taciz ve mobbing davranışlarının kadın aşçılara yalnızca çalışma arkadaşları tarafından değil aynı zamanda misafirler ve yöneticiler tarafından da uygulandığına işaret etmektedir. Çoğunlukla misafir kaynaklı uygunsuz davranışların çoğu zaman misafir memnuniyeti gerekçesiyle görmezden gelindiği, kadın çalışanların korunmasız bırakılmasına ve örgütsel sessizliğin pekişmesine yol açabilmektedir. Alanyazında daha önce yapılan çalışmalar da kadınların mutfaklarda genellikle taciz ve mobbinge maruz kaldıklarını belirtmektedir (Çelik & Akar Şahingöz, 2018; Doğan & Aktan, 2018; Kurnaz vd., 2018; Orido, 2017). Katılımcıların "şef" yerine "abla" gibi ifadelerle anılması ise mesleki statünün yeterince ciddiye alınmadığını göstermektedir. Bu tür hitaplar, kadınların sahip oldukları bilgi ve deneyime rağmen işyerinde yeterince ciddiye alınmamalarına neden olmaktadır.

Kurumsal sessizlik ve yaptırımsızlık teması, taciz ve mobbing eylemlerinin kurumsal yapı içerisinde çoğunlukla örtbas edildiği, normalleştirildiği ve herhangi bir yaptırım mekanizması ile karşılamadığını göstermektedir. Alanyazında tacize yönelik algıları ele alan çalışmalar, tacizin "şaka" olarak normalleştirilmesinin önleyici davranışların gelişmesini zayıflattığını göstermektedir. Weber, Coats, Agrusa, Tanner ve Meche'nin (2002) çalışmasında, restoran çalışanlarının cinsel tacizi her zaman açık bir sorun olarak değerlendirmediği ve bazı davranışların şaka, müşteri memnuniyeti ya da işin doğası kapsamında normalleştirilebildiği ortaya konulmuştur. Bu algının, tacizin bildirilmesini ve önleyici mekanizmaların geliştirilmesini zorlaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların yaşadıkları baskılar karşısında sessiz kalmayı ve içine atmayı tercih etmeleri, örgüt içindeki başvuru ve destek mekanizmalarının yeterince güvenilir olmadığına işaret etmektedir. Bu durum, taciz gibi olumsuz deneyimlerin kişisel bir sorun olarak algılanmasına ve çoğu zaman görünmez kalmasına yol açmaktadır. "*Metamorphosis in Hospitality: A Tradition of Sexual Harassment"* adlı çalışmada da belirtildiği üzere, konaklama sektöründe cinsel taciz hiyerarşik yapı, müşteri odaklı hizmet anlayışı ve örgütsel kültür içinde normalleştirilen yapısal bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir (Poulston, 2008).

Araştırmanın son teması olan başa çıkma ve güçlenme, kadın aşçıların maruz kaldıkları taciz, ayrımcılık ve eşitsizlik deneyimlerine karşı farklı stratejiler geliştirdiklerini ve sunduğu önerileri ortaya koymaktadır. Kadın aşçıların, sessiz başa çıkma ve içselleştirme stratejilerinin yanı sıra kadın dayanışması ve rol modellerden aldıkları destek sayesinde psikolojik dayanıklılıklarını artırdıkları ve bu durumun mesleki motivasyonlarını güçlendirdiği görülmektedir.

Bu çalışmanın araştırmacılar, otel yöneticileri ve kamu yöneticileri için bazı önemli çıkarımları bulunmaktadır. Teorik açıdan değerlendirildiğinde, elde edilen sonuçlar her şey dahil otel mutfaklarında kadın aşçıların deneyimlediği cinsiyet temelli iş bölümü, kariyer eşitsizliği, performans algısındaki önyargılar ve örgütsel kültürün etkileri hakkında kapsamlı bir içgörü sunmaktadır. Özellikle mutfaklarda görevlerin cinsiyetten bağımsız dağıtılmadığı görülmektedir. Daha düşük statülü işlerin kadınlara verilmesi, duygusal sorumlulukların kadınlara yüklenmesi ve

kadınların belirli alanlarda yoğunlaşması, bu durumun sektörde yapısal bir sorun haline geldiğini göstermektedir. Bu doğrultuda, mutfaklarda cinsiyet eşitliğini sağlamaya yönelik uygulamalara odaklanılması, mesleki adaletin güçlendirilmesine katkı sağlayacaktır.

Araştırma sonuçları, otel yöneticilerinin personel yönetimi ve çalışma politikalarını eşitlik ilkesine göre yeniden düzenlemesi gerektiğini göstermektedir. Terfi süreçlerinin açık ve anlaşılır biçimde yürütülmesi, ücretlendirme kararlarının net ve ölçülebilir kriterlere dayanması ve performans değerlendirmelerinde cinsiyete dayalı önyargıların ortadan kaldırılması büyük önem taşımaktadır. Görevlerin dağıtımında cinsiyet yerine bilgi, deneyim ve beceri esas alınmalı ve kadın çalışanların sadece belirli alanlarda çalışılmasının önüne geçilmesi gerekmektedir. Ayrıca taciz ve mobbing durumlarında çalışanların kolayca başvurabileceği, güvenli ve etkili şekilde işleyen mekanizmaların kurulması büyük önem taşımaktadır. Kamu yöneticileri açısından değerlendirildiğinde, turizm ve gastronomi sektöründe toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyen düzenlemelerin ve denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Kadın çalışanların korunmasına yönelik yasal çerçeveler etkin biçimde uygulanmalı, sektöre yönelik eşitlik, taciz farkındalığı ve etik davranış eğitimleri teşvik edilmelidir. Ayrıca, kadınların yönetici pozisyonlarına erişimini destekleyen ve liderlik programları kamu destekli projeler kapsamında geliştirilebilir. Mutfak şefleri ve üst düzey yöneticiler, iş yeri kültürünün değişiminde önemli bir role sahiptir. Bu bağlamda, mutfak şeflerinin cinsiyet eşitliğini destekleyen liderlik anlayışı benimsemeleri, görev dağılımını eşit biçimde planlamaları ve kadın çalışanların görünürlüğünü artırmaları önemlidir. Kadın aşçıların mesleki gelişimini destekleyecek eğitim ve kariyer planlama uygulamalarının hayata geçirilmesi sektörde sürdürülebilir bir eşitlik ortamının oluşmasına katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır ve gelecekte yapılacak araştırmaların bu sınırlılıkları dikkate alması önemlidir. Öncelikle araştırma nitel bir tasarıma sahiptir ve yalnızca Antalya'da faaliyet gösteren her şey dahil otellerde çalışan kadın aşçılarla gerçekleştirilmiştir. Bu durum, elde edilen bulguların farklı şehirler, farklı işletme türleri ya da farklı hizmet konseptlerine sahip mutfaklar için genellenmesini sınırlandırmaktadır. Antalya'nın turizm yapısı itibarıyla yoğun sezonluk çalışma düzenine sahip bir bölge olduğundan, kadın aşçıların deneyimleri farklı destinasyonlarda farklı biçimlerde ortaya çıkabilir.

Ayrıca çalışma yalnızca kadın aşçıların deneyimlerine odaklanmıştır. Bu durum araştırmanın amacı doğrultusunda tercih edilmiş olsa da, erkek aşçıların algı ve deneyimlerinin dahil edilmemesi karşılaştırmalı bir değerlendirme yapma imkanını sınırlandırmaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda kadın ve erkek aşçıların birlikte ele alınması, görev dağılımı, terfi süreçleri ve performans değerlendirmelerine ilişkin algı farklılıklarının daha belirgin bir şekilde ortaya konulmasına katkı sağlayabilir. Bunun yanında araştırma nitel yöntemle yürütüldüğü için katılımcıların deneyimlerine dayalı derinlemesine veriler elde edilmiş ancak bu bulguların daha geniş örneklemlerle nicel araştırmalar aracılığıyla test edilmesi, sonuçların genellenebilirliğini güçlendirebilir. Özellikle farklı hizmet sunum türlerine sahip işletmelerin (alakart, açık büfe, fine dining, zincir restoran vb.) karşılaştırmalı olarak incelenmesi, cinsiyet temelli mesleki sorunların işletme yapısına göre değişip değişmediğini ortaya koyabilir. Son olarak, mevsimsellik, çalışma saatleri ve yönetim tarzı gibi değişkenlerin kadın aşçıların deneyimleri üzerindeki etkisi ayrı araştırma konuları olarak ele alınabilir. Bu tür çalışmalar, turizm ve gastronomi sektöründe cinsiyet temelli yapısal eşitsizliklerin daha bütüncül biçimde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

**KAYNAKÇA**

0-85. Barakazı, M., Çakır, P. G., & Barakazı, E. (2012). Turizm sektöründe çalışan kadınların karşılaştığı sorunları değerlendirmeye yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 9*(2), s. 845–862.

Aydin Tükeltürk, Ş., & Şahin Perçin , N. (2008). Turizm sektöründe kadın çalışanların karşılaştıkları kariyer engelleri ve cam tavan sendromu: Cam tavanı kırmaya yönelik stratejiler. *Yönetim Bilimleri Dergisi, 6*(2), s. 113-128.

Biernacki, P., & Waldorf, D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods & Research, 10*(2), s. 141-163.

Boz, C. (2006). *Dünyada turizm endüstrisinde istihdam ve çalışma şartları(Yayınlanmamış yüksek lisans tezi).* Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Boztepe, E. (2022). Turizm sektöründe kadın istihdamı ve sorunları: Kayseri ili örneği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 55*, s. 11-30. doi:https://doi.org/10.17498/kdeniz.1136406

Büyüköztürk, Ş., Akgün , Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel , F., & Kılıç Çakmak, E. (2024). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (36 b.). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Cave, P., & Kılıç, S. (2019). The role of women in tourism employment with special reference to Antalya. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 19*(3), s. 280-292.

Çelik, M., & Şahingöz, S. (2018). İş yaşamında cinsiyet ayrımcılığı: Kadın aşçılar örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 6*(3), s. 370–383. doi:https://doi.org/10.21325/jotags.2018.261

Çetinkaya, S. B., Zengin, B., & Şen, L. M. (2025). Seyahat Acentalarında Kadın Çalışanların Yaşadıkları Mesleki Sorunlar: İstanbul. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi, 8*(7), s. 520-531. doi:10.26677/TR1010.2025.1566

Çiçen, C., Boyacıoğlu, E. Z., & Oğuzhan, A. (2020). Turizmde kadın işgücünün cinsiyet ayrımcılığı algısı: Edirne ilinde bir araştırma. *Tourism and Recreation, 2*(1), s. 54–63.

Erkes, E., & Redden, G. (2017). Misterchef? Cooks, chefs and gender in *MasterChef Australia*. *Open Cultural Studies, 1*(1), 125–139.

Güçlü, İ. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri: Teknik – yaklaşım – uygulama* (2 b.). Ankara: Nika Yayınevi.

Haddaji, M., Garrigós, J. A., & Segovia, P. G. (2017). Women chefs' experience: Kitchen barriers and success factors. *International Journal of Gastronomy and Food Science, 9*, s. 49–55. doi:10.1016/j.ijgfs.2017.06.004

Haddaji, M., Garrigós, J., & García Segovia , P. (2017). Women Chefs' Access Barriers to Michelin Stars: A Case-Study Based Approach. *Journal of Culinary Science & Technology, 15*(4), s. 320-338. doi:https://doi.org/10.1080/15428052.2017.1289133

Kabil, E. N. (2022). Toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin kadınların motivasyon ve verimliliği üzerindeki rolü: Mutfak departmanı çalışanları üzerine bir araştırma. *Journal of New Tourism Trends, 8*(1), s. 7

Kulakoğlu Dilek, N., Dilek , S. E., & Doğan, M. (2025). Kadın Turist Rehberlerinin Yaşadığı Sorunların Feminist Teori Bağlamında İncelenmesi. *Güncel Turizm Araştırma Dergisi, 9*(2), s. 770-791.

Kuzgun, Y., & Sevim, S. A. (2004). Kadınların çalışmasına karşı tutum ve dini yönelim arasındaki ilişki. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 37*(1), s. 14-27.

Küçük, M. (2015). Çalışma hayatında kadınlar ve karşılaştıkları sorunlar: Bir işverene bağlı olarakçalışan emekçi kadınlara ilişkin bir araştırma. *Ekonomi Bilimleri Dergisi, 7*(1), s. 1-17.

Morgan, D. L. (1996). *Focus groups as qualitative research* (Cilt 16). New York: Sage Publications.

Palaz, S., & İzci, Ç. (2016). Restoran işletmelerinde çalışanların karşılaştığı psikolojik taciz, yıldırma ve örgütsel etkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 30*(5), s. 1179-1194.

Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration & Policy in Mental Health & Mental Health Services Research, 42*(5), s. 533-544. doi:https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y

Poulston, J. (2008). Metamorphosis in hospitality: A tradition of sexual harassment. *International Journal of Hospitality Management, 27*(2), s. 232-240. doi:https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2007.07.013

Septiani, I. Y., & Siscawati, M. (2023). Women chefs' struggle against dominant social norms. *Journal of Culinary and Gender Studies, 5*(2), s. 112-128.

Tuncer, İ. (2017). Yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesi boyutları ve ölçeklerinin incelenmesi. *International Journal of Academic Value Studies, 3*(16), s. 321-329.

Weber, J., Coats , W., Agrusa, J., Tanner, J., & Meche, M. (2002). Sexual Harassment in the Hospitality Industry: Perceptions of Restaurant Employees. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, 1*(1), s. 75-93. doi:https://doi.org/10.1300/J171v01n01_06

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (12 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

# Turist Rehberi Eğitiminde Dijital Dönüşüm: Vakıf Üniversitelerinin Müfredat Analizi

S. Çilem Kaya

Arş. Gör., Sanat ve Tasarım Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
Antalya Belek Üniversitesi, Türkiye

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma kapsamında Türkiye'de turist rehberliği eğitimi veren bölüm ve programların YÖK'ün 2030 vizyonunda önerdiği dijitalleşme süreçlerindeki durumunu incelemek amaçlanmaktadır. Böylelikle dijitalleşmenin entegre edilmesi ve eğitim öğretim süreçlerinde öğrencilere yetkinlik ve beceri kazandırması gerekliliğinin bürokratik anlamda nasıl şekillendiği ortaya koyulmuş olacaktır.

**Yöntem:** Bu çalışma kapsamında yöntem olarak doküman analizi kullanılmıştır. YÖKATLAS sisteminde bulunan ve turist rehberliği adı altında eğitim veren bölüm ve programları bünyesinde barındıran vakıf üniversitelerinin web siteleri incelenmiştir. Bu incelemede 2025-2026 müfredatları, bölüm ve programların program öğretim çıktıları ve web sayfası duyuruları içerikleri incelenerek eğitim-öğretim anlamında dijitalleşmeye yönelik olarak izledikleri süreçler araştırılmıştır.

**Bulgular:** Çalışma sonucunda Türkiye'de vakıflara bağlı olarak eğitim-öğretim hizmeti veren 76 üniversitenin 11'inde Turist/Turizm Rehberliği programı olduğu tespit edilmiştir. Bu programlardan 10'u ön lisans, üçü lisans eğitimi vermektedir. Müfredatlar incelendiğinde *Turizmde Dijitalleşme, Turist Rehberliğinde Dijitalleşme, Turizmde Paket Programlar ve Otomasyon Sistemleri, Dijital Turizm, Turizmde Dijital Teknolojiler* derslerinin yedi üniversitede müfredata seçmeli ders olarak eklendiği tespit edilmiştir. Bunun dışında kalan dijitalleşme konulu derslerin ortak havuz seçmeli dersi olduğu görülmektedir. Bu kapsamda bulgular yorumlandığında, turist rehberliği programlarında dijitalleşme içerikli derslerin eğitim-öğretim müfredatını dönüştürmekten çok geleneksel müfredata eklemlendiği görülmektedir. Dolayısıyla mesleki anlamda dijitalleşmeye entegre olmuş bir eğitim almak öğrencinin inisiyatifine bırakılmış durumdadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu bağlamda dijital gelişmelerden en fazla etkilenen tüketici talebi temelli (Mesleki Yeterlilik Kurumu, 2010), otomasyon ve robotizasyon süreçlerine yatkın, dijitalleşme ve üretken yapay zekâ gelişmelerine duyarlı olan turist rehberliği mesleğine ilişkin eğitimde dijital dönüşüm süreçlerini incelemek bu çalışmanın amacıdır. Bu kapsamda Türkiye'de turist rehberliği alanında ön lisans ve/veya lisans eğitimi veren vakıf üniversitelerinin müfredatları kurumsal web siteleri üzerinden doküman analizi deseni ile incelenmiş ve içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, müfredat incelemesi, dijital dönüşüm, tur rehberliği eğitimi, vakıf üniversiteleri.

## 1. GİRİŞ

Endüstri 4.0, teknolojik gelişmeler ile birlikte sanayii sistemlerinin değişip dönüşmesi sürecini başlatmıştır. İlk olarak 2011 yılında Almanya'nın Hannover kentinde gerçekleşen Ticaret Fuarı'nda iş gücünün nicelik olarak azalması problemini otomasyon sistemleri ile çözüme kavuşturma üzerine yapılan bir tartışma ile gündeme gelmiştir (Tonga ve Tonga, 2022: 44). Özellikle yapay zekâ kullanımının yaygınlaşması, sanayi sistemlerinin yazılımlar ve robotik teknolojiler ile entegre edilerek iş gücü yapısının değişmesine zemin hazırlamıştır (Kaygın, Zengin ve Topçuoğlu, 2019: 1076). Bu gelişmelerle birlikte teknolojik entegrasyon ve otomasyon

sistemlerinin yaygınlaşması ile birlikte endüstriyel sistemlerin yanı sıra toplumsal yapılar da yeni beceri ve donanımlara ihtiyaç duymaya başlamışlardır (Tonga ve Tonga, 2022: 57). Dolayısıyla, tüm endüstri sistemlerinin teknolojik gelişmeler ile birlikte entegre edilmesi olarak ifade edilebilecek dijital dönüşüm yalnız üretim ve hizmet süreçlerinin dijitalleşmesi ile sınırlı değildir. İş ve emek süreçlerinin dijitalleşmesi ile birlikte istihdam yapısını bu sürece entegre edebilmek ve iş gücü niteliğinin artırılması da kritik öneme sahiptir (TÜSİAD, 2017: 13). Dolayısıyla eğitim öğretimde dijital dönüşüm süreçleri bir zorunluluk hâline gelmiştir. Türkiye'de toplumsal yapının sanayi sistemlerine uyumlanmasını sağlamak adına Yükseköğretim kurumu (YÖK) dijitalleşme süreçlerine ilişkin planlamayı dört ana hat üzerinde gerçekleştirmiştir. Bunlar: toplumsal profil, öğrenci profili, öğreten rolü ve öğretim yöntemleri olarak kategorize edilmiştir (İyem, İslamoğlu ve Ulutaş, 2019: 34). Yükseköğretimde dijital dönüşüm süreçleri efektif olarak YÖK'ün 2019 yılında pilot uygulama olarak başlattığı "Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm Projesi" ile birlikte hayata geçirilmeye başlamıştır. Eğitim-öğretim teknikleri ve altyapı dönüşümleri başta olmak üzere ders içerikleri, müfredat planlama gibi süreçlerde dijitalleşme çalışmaları planlanmış ve uygulamaya geçirilmiştir (http-1). 2025 yılına gelindiğinde yükseköğretim süreçlerinde 2030 vizyonu için YÖK tarafından hazırlanan rehberde, yükseköğretim kurumlarında sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve uluslararasılaşma vizyonlarını destekleyen, istihdama duyarlı ve hayat boyu öğrenme odaklı, girişimci ve yenilikçi üniversite modelleri üzerinde durulmuştur (Yükseköğretim Kurumu, 2025). Dijital dönüşüm süreçlerinin incelendiği çalışmalarda eğitim öğretim teknikleri ve materyal geliştirme kapsamına ağırlık verildiği görülmektedir (Sezgin ve Karabacak, 2020: 28). YÖK'ün 2030 vizyonuna bakıldığında kalite ve akreditasyon süreçleri kapsamında dijitalleşme süreçleri sürdürülebilirlik çalışmaları ile entegre bir biçimde veri yönetim sistemleri, platformlar ve dijital performans takip sistemleri üzerinden geliştirilmesi önerilmiştir (Yükseköğretim Kurumu, 2025: 102-113). Uygulamaya bakıldığında üniversitelerin dijitalleşme süreçlerini müfredatlara ders ekleme pratiği üzerinden ilerlettiği, kurumsal ve altyapısal düzeyde çalışmaların ise geri planda kaldığı görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma kapsamında özellikle öğrenci profili, öğreten rolü ve öğretim yöntemleri başlıkları altında dijitalleşme süreçlerinin etkinliği ve verimliliğine dair bir inceleme yapılması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda vakıf üniversitelerinin web siteleri incelenerek güncel durum ortaya konulacak ve geleceğe yönelik sektörel ve akademik strateji geliştirme önerilerinde bulunulacaktır.

## 2. LİTERATÜR

Eğitim-öğretim süreçlerinde dijitalleşme kavramı araştırıldığında konunun 2019 yılından itibaren araştırmacıların radarına girdiği görülmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde eğitim öğretim süreçlerinde dijitalleşme süreçlerinin tanımlanması, yeterlilik tartışmaları ve eğitim öğretimde kullanılabilecek modellerin sıklıkla tartışıldığı görülmektedir. YÖK'ün dijitalleşme süreçlerinde izlediği stratejilerin incelendiği bir çalışmada planlama ve strateji geliştirme aşamalarının uygulama aşamasında yetersiz kaldığı ifade edilmiştir (İyem, vd., 2019: 34). Eğitim ve öğretimde dijital dönüşüm süreçleri incelendiği çalışmaların da alanda öne çıktığı görülmektedir. (Karoğlu, Bal ve Çimşir, 2020; Eşki ve Tarhan, 2022; Harouche ve Al, 2022; Horzum ve Diren, 2022; Varol, 2023; Çapar, 2024; Demir, 2024; Öztezcan, 2024; Yıldız, 2025). Dijital dönüşüm süreçlerinin eğitim öğretim süreçlerine entegrasyonunun öğrenci-öğretmen rollerindeki değişimini ve teknolojik altyapı kullanımının gereklerini inceleyen bir çalışmada öğrencilerin alıcı, öğretmenlerin veri rolden çıkarak teknolojik tabanlı sistemlerin eğitim öğretim süreçlerine entegre edilmesi ile interaktif bir yapıya dönüşmesi gerekliliği vurgulanmıştır (Karoğlu, vd., 2020: 156). CBS ile gerçekleştirilen bir eğitimde dijital dönüşüm incelemesi çalışmasında ise fırsat eşitsizliğinin bu dönüşümde en önemli sorunlardan biri olduğu vurgulanmıştır (Ekşi ve Tarhan, 2022: 333). Bir başka çalışmada ise eğitim öğretimde başarılı bir dijital dönüşümün dijital altyapı ve materyal yeterliliği, öğrenci ve öğreticilerin dijital okuryazarlık ve yatkınlıkları, kullanılan teknolojiler ve uygulamaların önemi vurgulanmıştır (Horzum ve Diren, 2022: 67-80). Eğitim öğretimde dijitalleşme süreçlerinin yalnız altyapı ya da yalnız insan kaynağı veya öğrencinin eğitilmesi ile ilgili değil, tüm süreçlerin yeterliliği ve entegrasyonunu gerektirdiği

bir süreç olduğu anlaşılmaktadır. Demir'in (2024) çalışması incelendiğinde bu sürecin YÖK projeleri kapsamındaki durumu ortaya çıkmaktadır. YÖK'ün 2019 yılı itibariyle benimsediği "Dijitalleşen YÖK" mottosu ile başlattığı eğitim öğretimde dijitalleşme süreçleri şöyle sıralanmaktadır (Demir, 2024: 351-353):

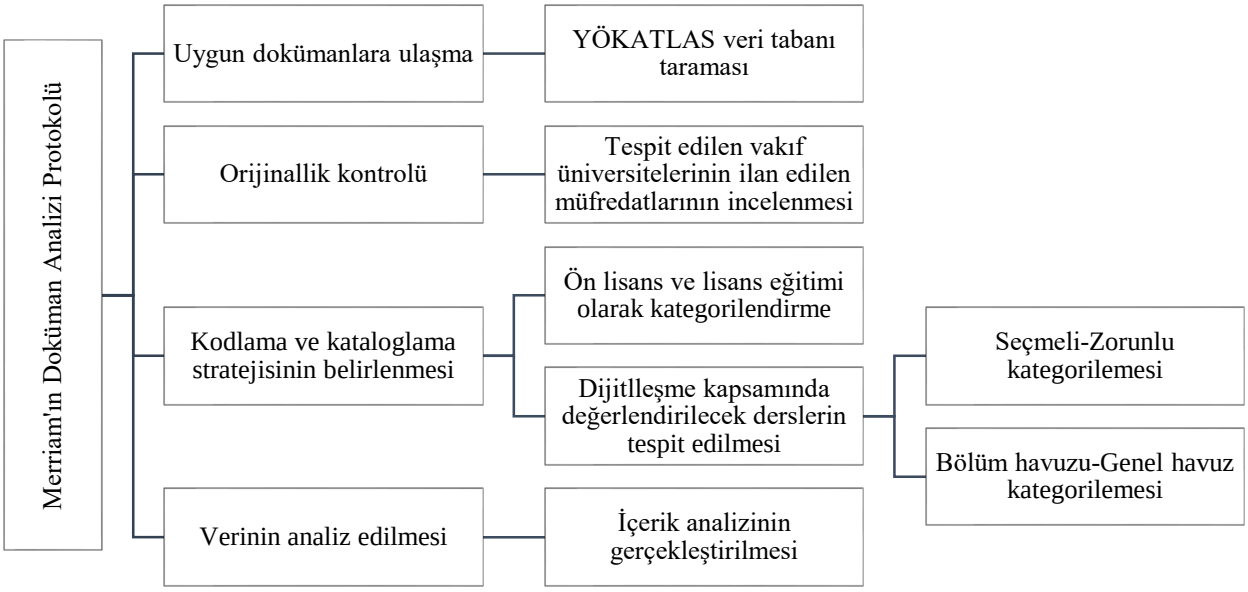
- Dijital okuryazarlık dersleri
- Dijital çağda yükseköğretimde öğrenme ve öğretme dersi
- Bilimsel yayınlara ve araştırma verilerine çevrimiçi erişim
- Milli teknoloji hamlesi ve dijital Türkiye
- Türk yükseköğretiminde küresel çapta rekabetçi güç geliştirilmesi
- Öğrenme yönetim sistemi

Bu projeler incelendiğinde öğrenim materyallerinden uluslararası işbirliklerine dek geniş bir yelpazede gerçekleştirilecek dijital entegrasyon çalışmalarının eğitim öğretimde dijitalleşme süreçlerini oluşturduğu görülmektedir. Dolayısıyla yapay zekâ, artırılmış/sanal/karma gerçeklik teknolojileri, nesnelerin interneti, oyunlaştırma ve uzaktan eğitim gibi süreçlerin bu süreçte kullanılması toplumsal anlamda entegrasyon zorluklarını aşmaya odaklı, kapsayıcı bir vizyon gerektirmektedir (Öztezcan, 2024: 33). Örneğin eğitim öğretimde yapay zekâ teknolojilerinin kullanımının etkin ve verimli şekilde gerçekleşebilmesi için yetkinlik geliştirme, altyapı yatırımları, etik ve hukuksal risklere yönelik önlemlerin alınması gibi birçok sürecin ön planda olduğu bir dönüşüm planı izlenmelidir (Yıldız, 2025: 130). Bu entegrasyonu dünya örnekleri ile karşılaştırarak araştıran Ataş ve Gündüz (2020) teknolojik tabanlı dönüşümü benimseyen üniversiteleri "Üniversite 4.0-Dijital Üniversite" olarak adlandırıldığını ifade etmişlerdir. Dijital üniversite modeli yeni iş modeller, değer ve tutumların dijitalleşme ile uyumlanması, uluslararası iş birliği, girişimcilik bilinci ve e-öğrenme altyapısının kurulumu süreçlerini yönetmesi gerekmektedir (Bilyalova, Salimova ve Zelenina, 2019: 214). Bu süreçte önemli olan bir diğer unsur ise fırsat eşitliğidir. Dijitalleşme süreçlerinin eğitimde öğrencilere sağladığı fırsat eşitliği dinamiğinin iki ayrı uçta yer almaktadır. Örneğin, mobil öğrenme uygulamalarının öğrencilerinin mental iyi oluş düzeylerine teknolojiye erişim oranı ile ters orantılı olarak etki ettiği tespit edilmiştir (Topaloğlu, 2020: 75). Dolayısıyla teknolojik tabanlı materyallerin ve uygulamaların kullanılması eğitim-öğretime erişimde fırsat eşitliği yaratırken, özellikle bu dönüşümün gerektirdiği mali yatırım maddi anlamda dezavantajlı olan kurum ve öğrenciler için eşitsizliği besleyici bir dinamik yaratabilmektedir. Bu sebeple kamu desteği ve öğreticilerin yetkinliği önem kazanmaktadır (Sürer, 2020: 33; Kaysılı, 2023: 1433; Parlak, Yurdakul, Kalender ve Üngör, 2023: 1335), Covid-19 sonrası dijitalleşme süreçlerinin hız kazandığı da alanyazında öne çıkan inceleme alanlarından biri olmuştur (Ağırtaş ve Çavuş, 2022; Sarıtaş ve Barutçu, 2020; Tohumoğlu, Altun, Kelen, Durgun ve Aslan, 2025). Dijitalleşme süreçlerinde ortaya çıkabilecek riskleri ve eşitsizlikleri önlemek adına eğitim öğretimde harmanlanmış öğrenme modelinin kullanımının önerildiği görülmektedir (Tonbuloğlu ve Tonbuloğlu, 2021; Kılıç ve Gürler, 2022; Tohumoğlu, vd., 2025: 24-25). Bunun yanı sıra eğitimde dijitalleşme kapsamında ders ve konu etkinliklerine dair incelemeler de dijital uygulamaların destek unsur olarak kullanılabileceğini vurgulamaktadır (Sezgin ve Karabacak, 2020: 28; Asutay, 2024: 260; Polat, 2024: 7). Örneğin, Açıköğretim uygulamasının uzaktan öğrenme modelli dijitalleşme süreçlerindeki etkinliği değerlendirildiğinde (Fırat ve Güney, 2019) kendi kendine öğrenme yeteneğinin gelişmesine zemin hazırladığı öne çıkan bulgular arasında yer almıştır. Fakat, dijitalleşme süreçlerinin doğru yönetilmediği durumlarda akademisyenlerin teknostres olarak adlandırılan uyum bozukluğu sorunlarını ortaya çıkarabilmektedir (Küçükcivil, Gargalık ve Koçyiğit, 2024: 125-126). Bununla birlikte özellikle hibrit uygulama entegrasyonu ve dijitalleşme tabanlı ders içeriklerinin yetersiz olduğu ve bu anlamda projeler geliştirilmesi gerekliliği de öne çıkmaktadır (Özek ve Sincer, 2024: 1187). Dijitalleşme süreçlerinin yüksek öğretimde kalite ve akreditasyon kapsamındaki etkinliği, özellikle e- öğrenme süreçlerinin yürütülmesi ile uluslararası standartlarda etkin ve verimli bir yükseköğretim sürecini sağlamanın aracı olabilecek niteliktedir (Talu ve Tezci, 2025: 131).

Turist rehberliği, mesleki anlamda toplumsal yapıdaki değişimlere karşı en hassas olan mesleklerden biridir. Destinasyon tanıtımı ve miras alanlarına yönelik talebi artırmak adına dijital platformların kullanımı doğal ve kültürel miras alanları için yeni normal hâline gelmiştir (Yaralı ve Baloğlu, 2023: 249). Özellikle Covid-19 pandemisi sonrasında tüm dünyada ve her alanda olduğu gibi miras turizmi anlamında da tüketici alışkanlıkları değişmiş ve dijitalleşme ile yeni bir boyut kazanmıştır (Kunt, 2023: 51). Dolayısıyla miras turizminin geleceğinde temel taşı görevi gören turist rehberlerinin dijital dönüşüme uyumlu şekilde yetiştirilmeleri önem arz etmektedir. Özellikle kültürel miras alanlarının dijital ortama aktarılması (Cirulisa, De Paolisb ve Tutberidzec, 2015) ve erişilebilir bir alan geliştirilmesi açısından dijital tabanlı uygulamaların kullanılması (Melchior, 2019) yetkinlik ve becerilerin de bu doğrultuda geliştirilmesini gerektirmektedir. Tüm gelişmelere rağmen insan etkileşimlerinin dijitalleşme süreçlerinde teknolojik uygulamaların turist rehberliğinin yerini almasına yönelik bir risk barındırmadığı ifade edilmektedir (Şahin, 2025: 369). Fakat dijitalleşen bu çağda değişen turist talepleri, gelişen teknoloji ile kolaylaşan süreçlerin mesleki anlamda entegre edilmesine yönelik bilgi, beceri ve yetkinliğin geliştirilmesinin (Güzel, 2024: 127) sektörel anlamda önem arz ettiği unutulmamalıdır.. İnsani ilişkiler açısından turist rehberliği mesleği teknolojik gelişmeler ile dezavantajlı konumda olmasa da özellikle antik kentlerde dijital çözümlerin kullanılması, iletişim teknolojileri ve headset, QR uygulamaları gibi unsurlarla deneyimin iyileştirilmesi, ara görevlerde (karşılama, yönlendirme vb.) robotizasyon sistemlerinin otomasyonu ile süreçlerin kolaylaştırılması mümkündür (Özkan, Özkurt ve Ayyıldız, 2022: 1427). Ayrıca, koruma altına alınan miras alanlarında sürdürülebilirliğin sağlanması açısından dijitalleşme süreçlerine entegre bir yaklaşım benimsemek de çağa ayak uydurabilmek açsısından önem arz etmektedir (İli ve Hazarhun, 2022: 598). Alanyazına bakıldığında turist rehberliğinde dijitalleşme süreçlerinin doğal ve kültürel miras alanlarında erişilebilirliğin artırılması (Karakullukçuoğlu, 2025), ürün geliştirmeye ilişkin rehber görüşleri (Şahin, 2025), deneyim ve hizmet iyileştirme (Güzel, 2024) ve ürün-hizmet kişiselleştirmesi (Korumaz, 2026) gibi süreçlerde yoğun olarak kullanılması üzerine eğilen çalışmaların bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla turist rehberlerinin yetkinliğini artırabilmek amacıyla bu alanda eğitim öğretim süreçlerinin dijital dönüşüm anlamında entegrasyonu kritik önemdedir. Kavak ve Emir'in (2023) müfredat analizi çalışması ile Narimanbaylı ve Kozak'ın (2025) öğrenci yetkinlikleri ve beklentilerine ilişkin müfredat analizi çalışmaları turist rehberliği eğitiminde dijitalleşme süreçlerinin entegrasyonu konusunda bilgi vermektedir. Kavak ve Emir'in (2023: 3071) çalışmasına göre Türkiye'de turist rehberliği alanında eğitim veren yükseköğretim kurumlarının müfredatlarının genel AKTS oranı ile kıyaslandığında yetersiz olduğu görülmektedir. Mesleğin iyileştirilmesi adına dijital teknoloji kullanımına ilişkin uzmanlaşmayı sağlayacak derslerin müfredata eklenmesi gerekliliği ve seçmeli statüde olan ağırlığın zorunlu ders olarak güncellenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Narimanbaylı ve Kozak'ın (2025: 113) çalışmasına bakıldığında ise dijitalleşme süreçlerinde öğrencilerin dijital okuryazarlığının geliştirilmesine yönelik çalışmaların artırılması gerekliliği öne çıkmaktadır.

## 3. YÖNTEM

Bu çalışma kapsamında doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi, basılı veya dijital tabanlı evrakların belirli bir amaca yönelik olarak sistematik şekilde incelenmesini içeren bir araştırma sürecini kapsar (Bowen, 2009). Çalışma kapsamında içerik analizi tekniği ile analiz edilecek veriler Merriam'ın (2009) doküman analizi protokolü izlenerek toplanmış ve analize hazır hâle getirilmiştir. Süreç Şekil 1'de verilmiştir.




**Şekil 1.** Çalışma kapsamında izlenen Merriam'ın (2009) Doküman Analizi Protokolü

Çalışma kapsamında takip edilen protokol ile tespit edilen dokümanların listelemesi 2-3 Şubat 2026 tarih aralığında gerçekleştirilmiştir. Listeleme ardından aşağıdaki araştırma sorularına yanıt verecek şekilde içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

- Türkiye'de turist rehberliği eğitimi veren vakıf destekli yükseköğretim kurumlarında dijital dönüşüm uyumlu dersler bulunmakta mıdır?
- Tespit edilen dijital dönüşüm uyumlu derslerin seçmeli zorunlu ve bölüm kurum ders havuzu dağılımı nasıl gerçekleşmektedir?
- Ders müfredatlarında bulunan dijital dönüşüm uyumlu derslere ilişkin program öğrenim çıktılarının içeriği dijital dönüşüm süreçleri ile uyumlu mudur?

Bu araştırma sorularına ilişkin bulgular ve tartışma neticesinde vakıf destekli yükseköğretim kurumlarının dijital dönüşüm süreçlerinin dayandığı dört ana koldan biri olan öğretim yöntemleri başlığının güncel durumu ortaya koyulmuştur.

## 4. BULGULAR

Bu doğrultuda YÖKATLAS veri tabanında bulunan 74 vakıf üniversitesinin bölümleri incelenmiş, 11 vakıf üniversitesinde turist rehberliği eğitimi veren bölüm ve program olduğu tespit edilmiştir. Bu üniversiteler Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** YÖKATLAS sistemine göre turist rehberliği eğitimi veren vakıf üniversiteleri

| Üniversite Adı | Ön Lisans | Lisans |
|---|---|---|
| Antalya Belek Üniversitesi | Var | Yok |
| Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi | Var | Yok |
| İstanbul Arel Üniversitesi | Var | Yok |
| İstanbul Aydın Üniversitesi | Var | Yok |
| İstanbul Beykent Üniversitesi | Var | Yok |
| İstanbul Esenyurt Üniversitesi | Var | Yok |
| İstanbul Gelişim Üniversitesi | Var | Var |
| İstanbul Nişantaşı Üniversitesi | Var | Yok |
| İstanbul Topkapı Üniversitesi | Var | Yok |
| Kapadokya Üniversitesi | Var | Var |
| Yaşar Üniversitesi | Yok | Var |

Bölüm ve program tespiti amacı için gerçekleştirilen ön taramada 11 vakıf üniversitesinin sekizinde ön lisans düzeyinde, birinde lisans düzeyinde, ikisinde ise hem ön lisans hem de lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi verildiği tespit edilmiştir. Üniversitelerin tespitinin ardından

uygun kategorileme işlemi için bu kurumların 2025-2026 yılına ilişkin yayınladıkları müfredatları içerik analizine tabii tutulmuştur. Bu analiz sonrasında kurumların müfredatlarında bulunan dijitalleşme kapsamındaki dersler, zorunlu-seçmeli ve bölüm-kurum havuzu şeklinde kategorilere ayrılarak Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2.** Turist rehberliği bölüm ve programlarında verilen dijital dönüşüm uyumlu dersler

| Üniversite Adı | Dijital dönüşüm uyumlu ders | | |
|---|---|---|---|
| | Bölüm havuzu | | Kurum havuzu |
| | Zorunlu | Seçmeli | Seçmeli |
| Antalya Belek Üniversitesi | Bilgi ve iletişim teknolojileri | Turist rehberliğinde dijitalleşme | |
| Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi | | Turizmde dijitalleşme | Yapay zekâ |
| | | | Bilim teknoloji eğitim |
| | | | Finans ve teknoloji |
| İstanbul Arel Üniversitesi | | Turizmde dijitalleşme | Teknoloji okuryazarlığı |
| | | | Yapay zekânın temelleri |
| | | | Hobi amaçlı insansız hava araçları |
| | | | Photoshop |
| | | | Web tasarım |
| | | | Çocuk, medya ve teknoloji |
| | | | Dijital üretimi ve süreçleri |
| İstanbul Aydın Üniversitesi | Artificial intelligence I | | |
| | Artificial intelligence II | | |
| İstanbul Beykent Üniversitesi | Bilgi teknolojileri kullanımı | | Yapay zekâ ve veri yönetimi |
| | | | Teknoloji okuryazarlığı |
| | | | Teknoloji bağımlılığı |
| | | | Dijital iletişim |
| İstanbul Esenyurt Üniversitesi | | | Bilişimde güncel konular |
| | | | Yapay zekâ uygulamaları |
| | | | Bilgi ve iletişim teknolojileri |
| | | | Bilişim güvenliği |
| | | | Web tasarımı |
| | | | Akıllı sistemlerin sektörlerde kullanımı |
| | | | Dijital içerik üretimi |
| | | | Bilişim sistemleri için ingilizce |
| | | | E-ticaret |
| İstanbul Gelişim Üniversitesi (Ön Lisans) | | | Dijital pazarlama |
| | | | Yapay zekâ hukuku |
| İstanbul Gelişim Üniversitesi (Lisans) | | Turizmde dijitalleşme | Dijital para ödeme sistemleri |
| | | | Dijital çağda siyaset ve iletişim |
| | | | Dijital platformlarda ve televizyonda program yapımı |
| | | | Dijital dönüşüm |
| | | | Dijital finans |
| | | | Dijital okuryazarlık |
| İstanbul Nişantaşı Üniversitesi | | Turizmde paket programlar ve otomasyon sistemleri | |
| İstanbul Topkapı Üniversitesi | | | Dijital Okuryazarlık |
| Kapadokya Üniversitesi (Ön Lisans) | Temel bilgi teknolojileri | Dijital turizm | Temel yapay zekâ |
| Kapadokya Üniversitesi (Lisans) | Temel bilgi teknolojileri | Dijital turizm | Temel yapay zekâ |
| | | | Öğretim teknolojileri |
| Yaşar Üniversitesi | | Turizmde dijital teknolojiler | Siber güvenlik farkındalık |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | Sensörlerin temelleri ve uygulamalar |
| | | | Temiz enerji teknolojilerine giriş |

Bulgular incelendiğinde Türkiye'de 2026 yılı itibariyle turist rehberliği eğitimi veren vakıf destekli yükseköğretim kurumlarının her birinde dijital dönüşüm uyumlu derslere müfredatlarda yer verildiği görülmektedir. Fakat derslerin önemli bir çoğunluğunun zorunlu değil seçmeli, bölüm havuzunda değil kurum genel seçmeli havuzlarında bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla öğretim yöntemlerinin müfredat geliştirme kısmında etkinlik ve verimliliğin öğrenci inisiyatifine bağlı olduğu görülmektedir. Ayrıca dersler incelendiğinde dijitalleşme ve dönüşüm süreçleri bağlamında temel düzey derslerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Spesifik alanlarda uzmanlaşma sağlayacak derslerin ise ortak seçmeli havuzunda yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Program öğrenim çıktıları (PÖÇ) incelendiğinde ise söz konusu kurumların hiçbirinde dijital dönüşüme uyumlu PÖÇ bulunmadığı tespit edilmiştir. Verilen PÖÇ'ler genellikle teknoloji uyumluluğu odaklı, genel geçer, akreditasyon kurumlarının belirlediği program öğrenim çıktılarına yüzeysel şekilde uyumlu olarak düzenlenmiş ve yayınlanmışladır. Program öğrenim çıktılarına ilişkin detaylı bilgiler Tablo 3'te verildiği gibidir.

**Tablo 3.** Turist rehberliği bölüm ve programlarında verilen dijital dönüşüm uyumlu program öğrenim çıktıları

| Üniversite Adı | Program Öğrenim Çıktılarında Dijital Dönüşüm Uyumu |
|---|---|
| Antalya Belek Üniversitesi | PÖÇ3: Temel düzeyde bilgisayar yazılımları ile bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır. |
| Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi | PÖÇ7: Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak bilgi ve verileri mesleki anlamda tanımlar, analiz eder, sentezler, yorumlar ve değerlendirir. |
| İstanbul Arel Üniversitesi | Bologna sistemine ve bilgi paketlerine ulaşılamamaktadır. |
| İstanbul Aydın Üniversitesi | PÖÇ4: Mesleği ile ilgili bilişim teknolojilerini (yazılım, program, animasyon vb.) etkin kullanır. |
| İstanbul Beykent Üniversitesi | Bologna sistemine ve bilgi paketlerine ulaşılamamaktadır. |
| İstanbul Esenyurt Üniversitesi | PÖA[1]3: Türkiye ve dünyadaki turizm faaliyetlerine hâkim, ulusal ve uluslararası turist rehberliği standartlarını bilen ve sektörle ilgili toplumsal, ekonomik, teknolojik ve siyasi gelişmeleri yakından izleyebilen mezunlar yetiştirmek.<br>PÖA5: Sektörel gelişmeleri yakından takip eden, mesleki yetkinliğini güncel tutan ve öğrenmeye açık bireylerin yetişmesini sağlamak |
| İstanbul Gelişim Üniversitesi | PÖÇ16: Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilme. |
| İstanbul Nişantaşı Üniversitesi | Yok (Bologna sistemi kullanılmamış, genel bilgiler sekmesinde verilmiştir) |
| İstanbul Topkapı Üniversitesi | PÖÇ12: Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilme. |
| Kapadokya Üniversitesi (Ön lisans) | PÖÇ9: Takım ruhuna ve sorumluluk duygusuna sahiptir, turizm ve turist rehberliği ile ilgili gelişmeleri ve uygulamaları takip eder, birlikte çalıştığı insanların mesleki bilgi ve becerilerini geliştirir. |
| Kapadokya Üniversitesi (Lisans) | PÖÇ11: Turist rehberliği alanında öğrendiği bilgileri, gerekli donanımları (headset, tablet vb.) ve bilgi teknolojilerini kullanarak bir turu planlayabilir, uygulayabilir, denetleyebilir; gerektiğinde hizmet süreçlerini geliştirebilir. |
| Yaşar Üniversitesi | Bologna sistemine ve bilgi paketlerine ulaşılamamaktadır. |

Bulgular incelendiğinde eğitim öğretimde dijitalleşme süreçlerinin öğretim yöntemleri hattı altında değerlendirilen müfredat geliştirme çalışmalarının teknik açıdan düzenlendiği fakat içerik açısından incelendiğinde müfredata eklenen derslerin genel geçer olduğu, toplum profili, öğrenci profili ve öğreten rolü hatlarını destekleyecek niteliği taşımadığı gözlemlenmiştir.

[1] Program Öğrenim Amacı (PÖA) şeklinde verilmiş, Bologna ve bilgi paketlerine ilişkin link bulunamamıştır.

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

YÖK'ün dijitalleşme hamlesi ile birlikte eğitim öğretim süreçlerinde dijital dönüşümü sağlama adına atılacak adımların vakıf bünyesindeki üniversitelerdeki işleyişini inceleyen bu çalışma kapsamında turist rehberliği bölüm ve programlarında özellikle öğretim yöntemleri kapsamındaki dönüşümlerin yetersiz kaldığı gözlemlenmiştir. Ders yetkinlikleri ve program öğrenim çıktıları incelendiğinde dijital dönüşüm süreçlerinin temel düzeyde kaldığı ve geleceğe yönelik olarak yeterince donanımlı olmadığı tespit edilmiştir. Güzel'in (2024) çalışmasında belirttiği üzere dijitalleşen bir çağda turist talebi ve beklentileri de hızla değişmektedir. Dolayısıyla mesleki anlamda turist rehberlerinin de aynı hızda güncel değişim ve dönüşümlere entegre şekilde yetiştirilmesi gerekmektedir. Turist rehberliği eğitiminde yabancı dil becerileri kadar artık dijital tabanlı yetkinlikler de önem kazanmaya başlamıştır. İletişim becerilerinin yanı sıra, ürün ve hizmet geliştirme, kişiselleştirme gibi süreçlerin yönetiminde dijitalleşme stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Hem zaman hem de maddi kaynak bakımından rekabet avantajı sağlayacak bu gelişimler için eğitim öğretimde dijital dönüşüm kapasitesinin mevcut hâli ile yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Bilgi, beceri ve yetkinliklerin gelişimi için geleneksel odakların dışına çıkılarak 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve 2030 Türk Yükseköğretiminde Yol Haritası vizyonlarının birbirine entegre edilerek yeni bir perspektif geliştirilmesi gerekmektedir. İş gücü niteliğinin geliştirilmesi temel düzeyde teknoloji kullanımı ve yazılım eğitimlerinin ötesine geçmeli, iş akışlarına ve görev tanımlarına entegre edilmiş yeni bir vizyon geliştirilmesi gerekmektedir. Günümüz dünyasında dijitalleşme bir yan unsur olmak yerine merkeze alınmalı ve eğitim öğretim yetkinliklerinden başlayarak sektörel ve toplumsal bilincin bu doğrultuda geliştirilmesi sağlanmalıdır.

### 5. 1. Derslerin Yetkinliği

Türkiye'de turist rehberliği eğitimi veren vakıf üniversitelerindeki bölüm ve programların müfredatları incelendiğinde dijital dönüşüm adına temel düzeyde yetkinlik sağlayacak derslerin müfredatlara eklendiği görülmektedir. Özellikle teknoloji ve dijitalleşme ile ilgili zorunlu derslerin temel düzeyde ve az olması, dijital dönüşüm kapsamında değerlendirilebilecek derslerin üniversite genelini kapsayan ortak seçmeli ders havuzunda bulunması, dijitalleşme kapsamında yetkinlik kazanım düzeyinin öğrenci inisiyatifine bırakıldığını göstermektedir. Bu bulgu alanyazında devlet üniversitelerindeki durumu araştıran benzer bir çalışmanın sonuçları ile örtüşmektedir (Kavak ve Emir, 2023: 3071). Dolayısıyla genel olarak turist rehberliği eğitiminde dijitalleşme olgusuna yeterince önem verilmediğini ifade etmek mümkündür.

Turizmde dijitalleşme, dijital turizm gibi başlıklar altında müfredata eklenen derslerin içerik bakımından temel düzeyde olması mesleki gelişim açısından gelecek nesillerin beklentilerini karşılayacak nitelikte görülmemektedir. Küresel anlamda tüm sektörler dijitalleşirken gündelik yaşamda teknoloji yeni normal hâline gelmişken (Yaralı ve Baloğlu, 2023: 246) geleneksel içerikli müfredatlar gelecekteki miras turizmi talebini karşılamakta yetersiz kalma riski taşımaktadır. Ortak seçmeli ders havuzunda bulunan Dijital içerik üretimi, E-ticaret, Dijital pazarlama, Yapay zekâ hukuku, Dijital para ödeme sistemleri, Dijital çağda siyaset ve iletişim ve Dijital platformlarda ve televizyonda program yapımı gibi spesifik içerikli derslerin bölüm ve program başlıkları altında turist rehberliği, doğal ve kültürel miras yönetimi, destinasyon yönetimi ve miras alanlarında dijitalleşme gibi konuları kapsayacak şekilde dijital dönüşüm süreçlerine entegre edilmeleri önem arz etmektedir. Buna ek olarak öğretim yöntemleri ve materyaller de dijital entegrasyon ile geliştirilmeli; giyilebilir cihazlar ve yazılımların turist rehberliği süreçlerinde kullanım alanlarına ilişkin bilgi, beceri ve yetkinlik geliştiren ders içerikleri müfredatlara eklenmelidir.

### 5. 2. Program Öğrenim Çıktılarının Yetkinliği

Turist rehberliği eğitimi veren vakıf üniversitelerindeki bölüm ve programın YÖKAK çerçevesinde hazırladıkları program öğrenim çıktılarının durumu müfredatlara kıyasla daha vahim

durumdadır. Kalite ve akreditasyon süreçleri kapsamında hazırlanan bu çıktılar, Türkiye Yeterlilikleri Çerçevesi'ne uygun biçimde hazırlanmalı ve öğrencilerin kurumdan mezun olduktan sonrasında kazanacağı bilgi, beceri ve yetkinlikleri ifade edecek şekilde planlanmalı ve uygulanmalıdır. 11 kurumdan ikisinde program öğrenim çıktılarının belirlenmemesinin yanı sıra, eğitim öğretimde dijitalleşme göstergelerinden biri olan bilgi paketlerine ilişkin Bologna sisteminin kullanılmadığı, bir kurumda ise Bologna sistemine ilişkinin bilgi ve hazırlığın olmasına rağmen web sitesinde genel bilgiler başlığı altında verilen tanımlamalar içerisinde program öğrenim çıktılarının verilmemiş olduğu gözlemlenmiştir. Geriye kalan sekiz kurumda ise birbirine paralel, çoğunlukla da aynı program öğrenim çıktılarının bulunduğu, genel geçer teknolojik yeterlilik odaklı bu çıktıların mesleki yeterlilik ve beceri gelişimi içeriğine sahip olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla YÖK ve YÖKAK süreçlerinde dijitalleşme süreçlerine verilen önem artırılmalı, kurumların dijital altyapı entegrasyonu, ders içerikleri, materyaller, kullanılan öğretim yöntemleri ve benzeri süreçlerde dijitalleşme akışları ve kriterleri belirlenmeli ve denetlenmelidir. Bu kriterlerin kurumların bulunduğu bölge, toplum profili ve öğrenci profiline uygun bir biçimde planlanması gerekliliği, öğretici rolünün net görev tanımları ile belirlenmesi ve süreçlerin akışının belirlenerek denetim prosedürüne entegre edilmesi önemlidir.

## 5. 3. Eğitim Öğretimde Dijital Dönüşüm ve Turist Rehberliği Eğitimine İlişkin Genel Değerlendirme

Ders müfredatları ve program öğrenim çıktılarının durumu değerlendirildiğinde Türkiye'de turist rehberliği eğitimi veren vakıf üniversitelerinin süreci yüzeysel olarak yürüttükleri ifade edilebilir. Eğitim öğretim süreçlerinde dijital dönüşüm toplum profili, öğrenci profili, öğreten rolü ve öğretim yöntemlerini içinde barındıran bütüncül bir sistemdir. Müfredatların içerisinde bulunan derslerin temel düzeyde kalması, spesifik uzmanlıklara yönelik olarak geliştirilen dijital tabanlı bir ders içeriğinin bulunmaması, dijitalleşme ve teknolojik entegrasyon odaklı derslerin seçmeli havuzlarında bulunuyor olması eğitim öğretimde dijital dönüşüm süreçlerinin yetersizliğini gözler önüne sermektedir. Dijital dönüşüm baş döndürücü bir hızla tüm sektörleri etkisi altına alırken insan ve kültürel miras etkileşimi yüksek bu alanda dijitalleşme entegrasyonu mesleğin geleceği ve yetkinliği açısından kritik düzeyde önem arz etmektedir. Turist rehberliği mezunlarının geleneksel uygulamaların ötesinde dijital teknolojileri ve bu teknolojilere ilişkin uygulamaları turlara ve anlatımlarına entegre etmeleri Türkiye'nin tur rotalarının uluslararası anlamda gelişimine önemli katkılarda bulunacağı öngörülmektedir. Turist rehberliğinde işgücü yeterliliğinin artırılması, hibrit ve teknoloji tabanlı uygulamaların yaygınlaştırılması gelecek nesiller için önem arz etmektedir. Dolayısıyla geleceğe yönelik hazırlıklarda bilgi ve donanımın artırılmasının yanı sıra dijital dönüşüme uyumlu nesiller yetiştirmek elzemdir.

### *5.3.1. Kural Koyuculara Yönelik Öneriler*

Turist rehberliği eğitim ve öğretiminde dijital dönüşümü saplayabilmek adına öncelikle kurumların altyapı ve materyal dönüşümünü sağlamaları önemlidir. Teknoloji tabanlı cihaz ve uygulama lisanlarının temin edilmesi için kamu desteği sağlanarak üniversitelerin bu kapsamda yetkinliği artırılmalıdır. Altyapı ve materyal yeterliliği sağlandıktan sonrasında kurumun bulunduğu bölge, yerel halkın ve eğitim öğretime kayıtlı öğrencilerin profil analizleri gerçekleştirilerek kurumun dijitalleşme kapsamında güçlü ve zayıf yönleri, karşı karşıya olduğu fırsat ve tehditler tespit edilerek eğitim ve öğretim stratejileri geliştirilmelidir. Dijital dönüşüm kapsamında yalnız müfredatlar değil, öğretim yöntemleri, toplumsal katkı çalışmaları ve bilgi-beceri-yetkinlik matrisleri de geliştirilmelidir. Bu doğrultuda YÖK'ün 2030 vizyonuna uygun toplum temelli projeler gerçekleştirilerek öğrenciler ve yerel halk sürece dahil edilebilir. Böylelikle kamusal anlamda dijital dönüşüm kültürünün yaygınlaşması ve gelişmesi sağlanabilir. Buna ek olarak, seçmeli havuzunda yoğunlaşan dijital dönüşüm uyumlu derslerin yine öğrenci ve öğretici profiline uygun bir biçimde zorunlu ders statüsünde düzenlenmeleri önerilmektedir. Ek olarak, akıllı miras destinasyonlarının yönetimi de dijitalleşme anlamında donanımlı bireylerin yetişmesine bağlıdır. Ekolojik ve teknolojik anlamda sürdürülebilir bir turist rehberliği anlayışı için kamu ve özel sektör iş birlikleri, sosyal sorumluluk projeleri ile doğal ve kültürel miras

alanlarının koruma altına alınması, yok olmuş antik kent destinasyonlarının 3D modellemelerini geliştirerek geleceğe dijital miras olarak aktarılmalarının sağlanması için eğitim öğretimde dijital dönüşüm mevcut durumdaki temel düzeyin ötesine geçmelidir.

### *5.3.2. Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler*

Bu çalışma kapsamında Türkiye'de turist rehberliği eğitimi veren vakıf üniversitelerinin öğretim yöntemleri kapsamında müfredatları ve program öğrenim çıktıları incelenmiştir. 2030 Türk Yükseköğretimi Yol Haritası vizyonu kapsamında turist rehberli eğitiminde dijital dönüşüm süreçlerinin geliştirilmesi adına toplum profili, öğrenci profili, öğreten rolü ve öğretim yöntemlerini kapsayan geniş çaplı araştırma projeleri planlanmalıdır. Bunun yanı sıra doğal ve kültürel miras alanlarında dijital dönüşüm odaklı teknolojiler geliştirilmeli, teknolojik uygulamalar aracılığı ile miras yönetimi çalışmaları ön plana çıkarılmalıdır. Yapay zekâ, artırılmış gerçeklik, sanal ve karma gerçeklik, metaverse uygulamaları, nesnelerin interneti gibi teknolojilerin doğal ve kültürel miras alanlarına entegrasyonunu sağlamak turizm ve turist rehberliği kapsamında gelecek nesillerin gündeminde olacak gelişmelerdir. Dolayısıyla hem akademik anlamda hem de sektörel anlamda kapsayıcı bir düzenlemeye yönelik ihtiyaçların tespit edilmesi amacı ile karma ve nitel desenli çalışmalar gerçekleştirilebilir. Kamu, özel sektör, yerel halk, öğrenciler ve akademisyenlerden oluşan paydaşların görüşleri, önerileri ve geri bildirimleri ile sektörel ve akademik ihtiyaçlar tespit edilerek akıllı sistemlerin entegrasyonunu artıracak modellerin geliştirilmesi mümkün olacaktır. Dolayısıyla TÜBİTAK projeleri, saha araştırmaları ve dijitalleşme enstitüleri gibi odaklı çalışmalar akademik ve sektörel anlamda gelişimin temel taşlarını oluşturacak niteliğe sahiplerdir.

## KAYNAKÇA

Ağırtaş, A. ve Çavuş, H. (2022). Üniversitelerde Görev Yapan Öğretim Elemanlarının Acil Uzaktan Eğitim Dönemindeki Dijitalleşme Durumlarının İncelenmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19*(1), 36-52.

Asutay, H. (2024). Eğitimde Dijital Dönüşüm Ve Yabancı Dil Öğretimi. *Cataloging-In-Publication Data*, 258.

Bilyalova, A., Salimova, D., & Zelenina, T. (2019, October). Higher education in digital age. In *The 2018 International Conference on Digital Science* (pp. 207-219). Cham: Springer International Publishing.

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.

Cirulisa, A., De Paolisb, L. T. & Tutberidzec, M. (2015). Virtualization of digitalized cultural heritage and use case scenario modeling for sustainability promotion of national identity. *Procedia Computer Science*, 77, 199-206.

Çapar, D. (2024). Eğitimde Dijital Dönüşüm. *Eğitim Bilimleri Alanında Uluslararası Araştırmalar XXIII (1. B.)*, 35-53.

Demircioğlu, D. (2022). Dijital Dönüşüm Çağında Eğitim. *Dijital Etkileşimler: Sektörel Yansımaları 1*, 65.

Doğan, D. ve Atal, D. (2026). Sürdürülebilir Gelecek İçin Dijitalleşme Ve Eğitim Bağlamında Bilgisayar Ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümlerinin Stratejik Rolü. *Başkent University Journal Of Education, 13*(1), 22-33.

Eşki, B. ve Tarhan, Ç. (2022). Türkiye'de Eğitimde Dijital Dönüşüm: CBS Tabanlı Bir Analiz. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24*(ÖZEL SAYI), 322-336.

Fırat, M. ve Güney, Y. (2020). Açıköğretim'in Toplumda Dijital Dönüşüm İşlevi. *Açıköğretim Uygulamaları Ve Araştırmaları Dergisi*, *6*(1), 53-62.

Güzel, Ö. (2024). Beyaz Tavşanın İzinde: Alis' In Dijitalleşen Harikalar Dünyasında Deneyim Ve Rehberlik. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, *35*(1), 123-128.

Güzel, Ö. (2024). Beyaz tavşanın izinde: Alis' in dijitalleşen harikalar dünyasında deneyim ve rehberlik. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, *35*(1), 123-128.

Harrouche L. ve Al A. (2022). TESAM VI. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi Teknoloji Devrimi, İstanbul, Türkiye, 7 - 09 Aralık 2022, Ss.99-100.

http-1: https://www.aa.com.tr/tr/egitim/universitelerde-dijital-donusum-basladi/1396005 (Erişim Tarihi: 2 Şubat 2026).

İli, N. D. ve Hazarhun, E. (2022). *Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Kültürel Miras ve Dijitalleşme Cultural Heritage and Digitalization in the Scope of Sustainability.* III. International Sustainable Tourism Congress, 586-600.

İyem, C., İslamoğlu, E., ve Ulutaş, F. (2019). *Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm: YÖK Bağlamında Bir Değerlendirme,* V. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade And Logistics Congress September 19-10, 32-35.

Karakullukçuoğlu, E. (2025). Müzelerde Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları ile Kilimlerin Dijital Sunumu. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR), 12*(124), 2207-2213.

Karoğlu, A. K., Bal, K. ve Çimşir, E. (2020). Toplum 5.0 Sürecinde Türkiye'de Eğitimde Dijital Dönüşüm. *Journal Of University Research*, *3*(3), 147-158.

Karoğlu, A. K., Bal, K., & Çimşir, E. (2020). Toplum 5.0 Sürecinde Türkiye'de Eğitimde Dijital Dönüşüm. *Journal Of University Research*, *3*(3), 147-158. https://doi.org/10.32329/uad.815428

Kavak, M., Ve E. Oktay, (2023). Turist Rehberliği Alanındaki Ön Lisans, Lisans Ve Lisansüstü Programların Müfredatının Teknoloji Ve Dijitalleşme Açısından İncelenmesi. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, *11*(4), 3055-3076.

Kaygın, E., Zengin, Y., & Topçuoğlu, E. (2019). ENDÜSTRİ 4.0'A AKADEMİK BAKIŞ. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *33*(4), 1065-1081.

Kaysılı, A. (2023). Eğitimde Dijitalleşme Olgusunun Fırsat Eşitliği Bağlamında Değerlendirilmesi. *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, *5*(3), 1421-1437.

Kılıç, A. ve Gürler, N. (2022). Yükseköğretimde dijital dönüşüm: Araştırma-sorgulamaya dayalı harmanlanmış öğrenme ortamına ilişkin öğrenci görüşleri. *Journal of University Research, 5*(2), 234-247.

Koç, P. ve Albayrak, M. (2020). Akademisyen Dijitalleşme Ölçeği Geliştirilmesi. *International Journal Of Social Sciences And Education Research*, *6*(1), 41-53.

Korumaz, H. V. (2026). Yapay Zekâ Destekli Turizm Danışmanları: Kişiselleştirme, Kullanıcı Güveni ve Dijital Dönüşümün Kullanım Niyeti Üzerindeki Etkileri. https://www.academia.edu/145786351/Yapay_Zek%C3%A2_Destekli_Turizm_Dan%C4%B1%C5%9Fmanlar%C4%B1_Ki%C5%9Fiselle%C5%9Ftirme_Kullan%C4%B1c%C4%B1_G%C3%BCveni_ve_Dijital_D%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BCm%C3%BCn_Kullan%C4%B1m_Niyeti_%C3%9Czerindeki_Etkileri (Erişim Tarihi: 20 Ocak 2026).

Kunt, S. (2023). Dijitalleşme çağında kültürel mirası yeniden yorumlamak. *Kültürel Miras Araştırmaları*, *4*(2), 49-60.

Küçükcivil, B., Gargalık, E. ve Koçyiğit, M. (2024). Üniversitelerde Dijital Eğitim-Öğretim Faaliyetleri Ve Teknostres: İletişim Akademisyenleri Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, *11*(1), 105-134.

Melchior, M. R. (2019). Digital fashion heritage: Understanding europeanafashion. Eu and the google cultural institute's we wear culture. *Critical Studies in Fashion & Beauty*. 10(1). 49-68

Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. Jossey-Bass.

Narimanbaylı, V. ve Kozak, M. A. (2025). Endüstri 4.0 Beklentilerinin Turizm Fakültesi Öğrenci Algılamaları Kapsamında Değerlendirilmesi. *Kocatepe Turizm Araştırmaları Dergisi*, *1*(2), 93-121.

Özalkan, S., Özkurt, D. Ş. Ve Ayyıldız, A. Y. (2022). Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Dijitalleşme Ve Robot Rehberler, A Study Of. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, *10*(2), 1415-1435.

Özek, B. Y., & Sincer, S. (2024). Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm: Çevrimiçi Ve Hibrit Uygulamaların Geleneksel Eğitim Sistemine Entegrasyonu. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (14), 1170-1193.

Öztezcan, B. A. (2024). Dijitalleşme ve Eğitim. *Zehra Özkeçeci (Der.), Dijitalleşmeyi Tartışmak*, 17-39.

Parlak, N., Yurdakul, F., Kalender, M. ve Üngör, B. (2023). Dijital Dönüşüm Ve Eğitim: Öğretmenlerin Karşılaştığı Yenilikçi Yaklaşımlar. *Ulusal Eğitim Dergisi*, *3*(8), 1322-1339.

Polat, M. (2024). Dijitalleşme ve Eğitimde Yapay Zekâ: Eğitim Yönetimine Yansımaları. *Education Science And Sports*, *6*(2), 1-12.

Sezgin, A. A. ve Karabacak, Z. İ. (2020). Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm Ve Dijital Okuryazarlık Dersine Yönelik Betimsel Bir Analiz. Kurgu, 28(1), 17-30.

Sürer, A. G. (2020). Eğitimde Dijitalleşme Çağı. *Kapadokya Eğitim Dergisi*, *1*(1), 28-34. https://Izlik.Org/JA89AZ73NA

Şahin, İ. (2025). Turist Rehberliği Teknolojiye Yenik Düşer Mi? Yapay Zekâ Ve Artırılmış Gerçeklik Destekli Ayasofya Dijital Rehberlik Yazılımına İlişkin Görüşlerin Analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *34*, 355-376.

Talu, A. A., ve Tezci, E. (2025). Yükseköğretimde Dijitalleşme Ve E-Öğrenme: Kalite Güvencesi Süreçlerinin Dönüşümü. *Fen Matematik Girişimcilik Ve Teknoloji Eğitimi Dergisi*, *8*(2), 121-139.

Tonbuloğlu, İ. & Tonbuloğlu, B. (2021). Eğitimde Dijital Dönüşüm Harmanlanmış Öğrenme, (Analiz Raporu: 2021/09). İstanbul: İLKE İlim Kültür Eğitim Vakfı.

Tonga, M. Y., & Tonga, M. (2022). Endüstri 4.0'a Genel Bir Bakış: Sanayinin Geleceği. *GÜ İslahiye İibf Uluslararası E-Dergi*, *6*(6), 40-60.

Topaloğlu, M. (2020). Eğitimde Dijital Dönüşüm: Mobil Öğrenmenin Mental İyi Oluş Düzeyi Açısından İncelenmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *22*(1), 65-78.

TÜSİAD (2017). BCG Türkiye'nin Sanayide Dijital Dönüşüm Yetkinliği. https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/9864-tusiad-bcg-turkiye-nin-sanayide-dijital-donusum-yetkinligi (Erişim Tarihi: 3 Şubat 2026).

Varol, A. (2023). Eğitimde Dijital Dönüşüm. In *ICSSIET CONGRESS*, ss. 17.

Yaralı, C., ve Baloğlu, Ö. Ö. (2023). Dijital süreçlerin doğal ve kültürel miras turizminin gelişimine etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, *13*(İhtisaslaşma), 245-264.

Yıldız, E. P. (2025). Eğitimde Üretken Yapay Zeka Uygulamaları Ile Sınıf Ortamlarında Dijital Dönüşüm. *Eğitimde Teknoloji Entegrasyonu: Yapay Zeka Ve Dijitalleşme Perspektifleri*, 113.

Yükseköğretim Kurumu, (2005). 2030'a Doğru Türk Yükseköğretiminin Yol Haritası. https://www.yok.gov.tr/documents/documents/68e652769d934.pdf (Erişim Tarihi: 2 Şubat 2026).

Yükseköğretim Kurumu, (2005). 2030'a Doğru Türk Yükseköğretiminin Yol Haritası. https://www.yok.gov.tr/documents/documents/68e652769d934.pdf (Erişim Tarihi: 2 Şubat 2026).

# Turist Rehberlerinin Dijital Görünürlük İndeksi: İstatistikler ve Çevrimiçi Yorumlar Bağlamında Bir Değerlendirme

Zeynep Gençer Selçuk[1] ve Onur Selçuk[2]

[1]Dr., Bağımsız Araştırmacı

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi
Akdeniz Üniversitesi, Antalya

## Öz

Amaç: Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki profesyonel turist rehberi arzı ile bu hizmetin dijital platformlardaki algılanan görünürlüğü arasındaki ilişkiyi analiz etmektir. Çalışma, bölgesel rehber kapasitesinin dijital dünyadaki yansımasını ölçerek rehberlik performansı için yeni bir gösterge sunmayı hedeflemektedir.

Yöntem: Araştırmada çok kaynaklı bir veri toplama stratejisi izlenmiştir. Nicel veriler kapsamında TUREB'den alınan güncel rehber sayıları analiz edilmiştir. Dijital veriler ise Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden seçilen ve dört farklı turizm kategorisini (Arkeolojik, Doğal, İnanç, Modern) temsil eden 28 ikonik destinasyon üzerinden TripAdvisor platformundan derlenmiştir. İngilizce, Almanca, Fransızca, İspanyolca ve Rusça dillerinde gerçekleştirilen anahtar kelime taramalarıyla, rehberliğin dijital platformlardaki ağırlığını ölçmek üzere Rehber Dijital Görünürlük İndeksi (RDGİ) geliştirilerek hesaplanmıştır.

Bulgular: Elde edilen bulgular, rehber arzı ile dijital görünürlük arasında doğrusal olmayan ve pazara göre değişen bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Türkiye'deki rehber arzının en yoğun olduğu bölge Marmara (%28,7) olmasına rağmen, dijital görünürlük skorlarında Ege (9,59) ve İç Anadolu (8,87) bölgelerinin gerisinde kaldığı saptanmıştır. Kategorik bazda Arkeolojik Alanlar tüm dillerde en yüksek görünürlük skorlarını sergilemiştir. Ayrıca İspanyolca ve Fransızca dillerinde rehber arzı düşük olmasına rağmen, bu pazarlarda rehberliğe yapılan çevrimiçi yorumların İngilizceye oranla çok daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Özgün Değer: Bu çalışma, literatürde ilk kez önerilen Rehber Dijital Görünürlük İndeksi aracılığıyla profesyonel işgücü arzını çevrimiçi turist deneyimiyle ilişkilendirmesi bakımından özgün bir nitelik taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Rehber İstatistikleri, Çevrimiçi Yorumlar, Yabancı Dil Kokartı, Dijital Görünürlük İndeksi, Veri Madenciliği.

## 1. GİRİŞ

Modern turizm endüstrisi, kitle turizminin standart kalıplarından sıyrılarak bireysel deneyimlerin, derinleşme arzusunun ve anlam arayışının ön plana çıktığı yeni bir evreye geçiş yapmıştır. Bu dönüşümün önemli bir parçası olan turist rehberliği mesleği de geleneksel sınırlarını aşarak çok boyutlu bir değişim sürecine girmiştir. Geçmişte rehberlik, sadece tarihi kronolojiyi veya coğrafi verileri aktaran teknik bir bilgi kaynağı olarak konumlandırılırken; günümüzün dinamik deneyim ekonomisi içerisinde bu rol yerini destinasyonu yorumlayan, kültürel değerleri anlamlandıran ve ziyaretçilerin deneyimini şekillendiren anlam mimarlığına ve kültürel arabuluculuğa bırakmıştır (Weiler & Black, 2015). Ziyaretçiler artık bir ören yerini sadece fiziksel olarak ziyaret etmekle yetinmemekte; o mekânın ruhunu hissetmeyi, gizli kalmış hikâyelerini keşfetmeyi ve yerel kültürle sahici bir bağ kurmayı arzulamaktadır. Cohen'in (1985) belirttiği gibi rehberin sosyal ve iletişimsel rolleri, destinasyonun turist tarafından nasıl anlamlandırılacağını belirleyen temel unsurdur. Bu noktada rehber, destinasyonun somut varlığı ile turistin zihinsel algı dünyası arasında bir köprü kurarak ham enformasyonu bütüncül ve unutulmaz bir deneyime dönüştürmektedir. Rehberlik hizmetinin başarısı artık sadece aktarılan bilginin doğruluğuyla değil, bu bilginin

ziyaretçinin zihninde nasıl bir iz bıraktığı ve mekânı nasıl anlamlandırdığı ile ölçülmektedir (Huang et al., 2010).

Rehberliğin bu anlamlandırıcı gücü, günümüzde sadece turistik alanlarda değil, dijital mecralarda da somut izler bırakmaktadır (Buzova et al., 2016). Teknolojik dönüşümle birlikte turistlerin deneyim sonrası geri bildirim verme alışkanlıkları geleneksel ve sınırlı anket yöntemlerinden çıkarak, küresel çapta etkileşim sunan kullanıcı temelli içerik platformlarına kaymıştır (Gökdemir & Değer, 2020). TripAdvisor, Google Yorumlar ve benzeri platformlar, milyonlarca turistin deneyimlerini gönüllü, anlık ve hiçbir filtreye uğramadan paylaştığı devasa birer dijital ayak izi deposuna dönüşmüştür. Turistlerin dijital ayak izleri, sadece bir memnuniyet göstergesi değil; aynı zamanda sunulan hizmetlerin (ulaşım, konaklama, rehberlik vb.) turist gözünden nasıl önceliklendirildiğini gösteren birer kanıttır (Xiang & Gretzel, 2010). Özellikle rehberlik hizmeti, turist yorumlarında "hikâye anlatıcılığı", "misafirperverlik" veya "sorun çözme yeteneği" gibi anahtar kavramlar üzerinden sıklıkla vurgulanmaktadır (Huang et al., 2010). Dolayısıyla çevrimiçi yorumlar ve değerlendirmeler rehberlerin hizmet performansı, turistlerle kurdukları iletişim ve deneyim yönetimi konularında önemli ipuçları sunmaktadır (Wang et al., 2025). Bu dijital içerikler aynı zamanda rehberlerin ve rehberlik hizmetinin çevrimiçi görünürlüğünü de ortaya koymaktadır. Turistlerin deneyimlerini dijital ortamlarda paylaşma eğiliminin artması, rehberlik hizmetinin algılanan değerinin ve görünürlüğünün ölçülmesine yönelik yeni yöntemlerin geliştirilmesini mümkün kılmaktadır.

Türkiye, sahip olduğu benzersiz kültürel miras ve dünya standartlarındaki profesyonel rehberlik sistemiyle önemli derecede bir sektörel arza sahiptir. Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB) verileri incelendiğinde, ülkemizde bölgesel bazda yoğunlaşan ve farklı dillerde uzmanlaşmış ciddi bir rehber kapasitesinin (Örneğin; Marmara Bölgesi'nde 3.467, İç Anadolu'da 2.801 rehber gibi) varlığı açıkça görülmektedir (TUREB, 2026a). Fakat bu sayısal arzın, turistin gerçek deneyim evrenine ne ölçüde nüfuz ettiği ve dijital platformlardaki görünürlük düzeyine nasıl yansıdığı sorusu henüz yanıtlanmamıştır. Bölgesel rehber sayıları tek başına bir güç göstergesi olsa da bu rehberliğin farklı turizm kategorilerinde (arkeoloji, inanç, doğa, eğlence) ne kadar hissedildiği ve turistin dijital anlatısında ne kadar yer kapladığı henüz ölçümlenmemiştir. Başka bir ifadeyle, belirli bir destinasyonda mevcut rehber arzı ile turist deneyimlerinin dijital platformlardaki yansımaları arasında nasıl bir ilişki bulunduğu konusunda akademik bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu bağlamda hangi bölgede kaç rehber olduğunun ötesinde, bu rehberlerin o bölgedeki destinasyon deneyimini ne kadar etkilediği veya turistin zihninde ne kadar yer ettiği temel bir araştırma sorusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'de turist rehberlerinin dijital görünürlüğünü istatistiksel veriler ve çevrimiçi yorumlar bağlamında analiz etmektir. Çalışmada rehberlere ilişkin istatistiksel veriler ile turistlerin çevrimiçi platformlarda bıraktıkları yorum ve değerlendirmeler ele alınarak bir dijital görünürlük indeksi oluşturulması amaçlanmaktadır. Böylece bu araştırma ile rehber arzı ile turist deneyimlerinin dijital yansımaları arasındaki ilişkinin sayısal bir çerçevede ortaya konması, rehberliğin hangi bölgelerde ve hangi turizm türlerinde bir deneyim odağı haline geldiğinin belirlenmesi ve turist rehberliği literatürüne yeni bir ölçüm yaklaşımı kazandırılması hedeflenmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizm deneyiminin oluşumunda turist rehberleri, destinasyonun algılanışı, duygusal bağ kurulması ve turun "sıradan"dan "unutulmaz"a dönüşmesi açısından merkezi bir rol oynamaktadır. Rehberin hikâye anlatıcılığı, sosyal arabuluculuk ve eğitici rolü turistin deneyime katılımını ve dahil olmasını artırarak deneyimi zenginleştirmektedir (Hansen & Mossberg, 2017; Weiler & Black, 2015). Rehberlerin profesyonelliği ve iletişim becerileri hem turist memnuniyetini hem de sürdürülebilir davranış ve olumlu ağızdan ağıza iletişimi güçlendirmektedir (Aideed et al., 2024). Dijitalleşme ile söz konusu yüz yüze deneyim, çevrimiçi ortama taşınarak dijital yorumlar ve

sosyal medya paylaşımları üzerinden geniş kitlelere yayılmakta, destinasyon imajını, marka algısını ve seyahat kararlarını güçlü biçimde etkilemektedir (Chong et al., 2018).

### 2.1. Turist Rehberliğinin Destinasyon Deneyimindeki Rolü

Turizm endüstrisi hizmet temelli bir sektör olduğundan, turist deneyiminin oluşumunda insan unsuru belirleyici bir konuma sahiptir. Bu çerçevede turist rehberleri, ziyaret edilen destinasyonun sadece tanıtımını yapan kişiler değil, turistlerin gördüklerini anlamlandırmalarına yardımcı olan, kültürel unsurları yorumlayan ve böylece turistik deneyimin kalitesini doğrudan etkileyen temel aktörler olarak öne çıkmaktadır (Ap & Wong, 2001). Rehberler, tur programını organize edip güvenliği sağlarken aynı zamanda grup dinamiğini yönetmekte, turistlerle yerel halk arasında sosyal ve kültürel etkileşimi kolaylaştırmakta ve destinasyona ilişkin bilgi ile yorumları aktararak ziyaret edilen yerle turist arasında bir köprü kurmaktadır (Özbaş & Türkmen, 2023). Cohen'in (1985) ortaya koyduğu araçsal, sosyal, etkileşimsel ve iletişimsel roller, modern turist rehberinin bu çok boyutlu işlevini açıklayan önemli bir kuramsal çerçeve sunmakta; Ap ve Wong'un (2001) vurguladığı üzere rehberin sahip olduğu bilgi birikimi ve iletişim becerileri sayesinde sıradan bir gezi turistler açısından anlamlı ve unutulmaz bir deneyime dönüşebilmektedir. Bu nedenle, değişen turist beklentileri ve deneyim odaklı turizm anlayışı doğrultusunda turist rehberleri, turizm deneyiminin tasarlanması ve yönetilmesinde kritik role sahip profesyoneller olarak değerlendirilmektedir.

Alan yazında turist rehberlerinin üstlendiği rolleri inceleyen çalışmalarda, rehberlerin çoğu zaman bilgi sağlayıcı, eğitici, lider, aracı, yorumlayıcı ve kültürel arabulucu gibi çok yönlü işlevler üstlendikleri vurgulanmaktadır (Arıcı & Pelit, 2021). Bu roller kapsamında rehberler, turistlerin destinasyon hakkında doğru ve kapsamlı bilgi edinmelerine yardımcı olurken, tur programının etkin biçimde yürütülmesi, grup yönetimi ve olası sorunların çözümünden de sorumlu görülmektedir (Topler, 2017). Bu nedenle rehberlerin iletişim becerileri, kültürel bilgi düzeyi ve problem çözme yetenekleri, turist memnuniyeti ve tur deneyiminin kalitesi üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir (Liu et al., 2020). Aynı zamanda turist rehberleri, ziyaret edilen yerin algılanışını şekillendiren anlatılar ve yorumlar aracılığıyla destinasyon imajının oluşumunda da kritik bir rol oynamaktadır (Çakmak & Kurnaz, 2020). Turistlerin destinasyona ilişkin zihinsel imgelerinin önemli bir kısmı rehberin sunduğu bilgi, yorum ve kültürel çerçeveler üzerinden inşa edildiği için, rehberler sıklıkla destinasyonun "temsilcisi", "elçisi" veya "kalite elçisi" olarak tanımlanmaktadır (Arıcı & Pelit, 2021). Bu bağlamda, rehberin mesleki yeterliliği ve sergilediği tutumlar yalnızca bireysel memnuniyeti değil, destinasyonun genel imajını ve yeniden ziyaret niyetini de doğrudan etkilemektedir (Kamel, 2021).

Bugünkü turizm deneyiminin önemli bir boyutu, turistlerin yaşadıkları deneyimleri çevrimiçi ortamda aktif biçimde paylaşmalarıdır. TripAdvisor, Expedia ve sosyal medya gibi platformlarda yapılan yorumlar, puanlamalar, fotoğraflar ve paylaşımlar kullanıcı üretimi içerik olarak ortaya çıkmaktadır (Kim et al., 2019). Web 2.0 ile birlikte turistler, pasif bilgi alıcıları olmaktan çıkıp, diğer turistlerin destinasyon ve ürün seçimlerini güçlü biçimde şekillendiren elektronik ağızdan ağıza iletişim işlevi gören içerik üreticilerine dönüşmüştür (Zelenka et al., 2021). Bu bağlamda turistler, destinasyon ve konaklama işletmelerinin yanı sıra turist rehberlerinin performansını da çevrimiçi platformlarında değerlendirmektedir (Arıcı & Pelit, 2021). Rehberlerin iletişim becerileri, kişilik özellikleri ve mesleki yeterlilikleri gibi özellikleri çevrimiçi yorumlarda turist memnuniyetinin temel belirleyicileri olarak öne çıkmakta ve bu değerlendirmeler zamanla hizmet kalitesine ilişkin kamusal bir referans haline gelmektedir (Kim vd., 2019). Dolayısıyla turist rehberlerinin sunduğu deneyim yalnızca tur sürecini değil, aynı zamanda çevrimiçi yorumlar aracılığıyla daha geniş kitlelerin seyahat kararlarını ve destinasyon algısını da etkileyen önemli bir unsur olarak görülmektedir (Sotiriadis & Zyl, 2013).

### 2.2. Dijital Yorumların Turizmdeki Gücü

İnternet teknolojilerinin gelişimi ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, turizm sektöründe bilgi arama ve karar verme süreçlerini köklü biçimde dönüştürmüştür (Pandey et al., 2022). Günümüzde turistler seyahat planlarını oluştururken tanıtım broşürleri, videoları, web

siteleri gibi tanıtım kaynakları ile birlikte diğer turistlerin deneyimlerini paylaştığı internet platformlarına da bakmaktadır (Marder et al., 2021). Bu noktada kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler ve çevrimiçi yorumlar, tatil karar süreçlerinde önemli ve güvenilir bir bilgi kaynağı haline gelmiştir (Liu et al., 2020). Turizm alan yazınında bu süreç genellikle elektronik ağızdan ağıza iletişim (electronic word-of-mouth – eWOM) kavramı çerçevesinde ele alınmakta olup, tüketicilerin ürün ve hizmetlere ilişkin deneyimlerini dijital ortamda paylaşmaları anlamına gelmektedir (Litvin et al., 2008).

Turizm ürünlerinin deneyimsel ve soyut niteliği, turistlerin satın alma öncesinde hizmet kalitesini tam olarak değerlendirmelerini zorlaştırmaktadır (Ninpradith et al., 2019). Bu nedenle potansiyel turistler, belirsizliği azaltmak amacıyla diğer kullanıcıların tecrübelerine dayalı çevrimiçi yorumlardan yoğun biçimde yararlanmaktadır. Araştırmalar, çevrimiçi yorumların turistlerin satın alma kararları üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu ve küçük puan değişimlerinin dahi rezervasyon davranışlarını etkileyebildiğini göstermektedir (Gretzel & Yoo, 2008; Ye et al., 2011). Ayrıca bu yorumlar yalnızca satın alma kararlarını değil, destinasyon imajının oluşumunu da önemli ölçüde etkilemektedir (Xiang & Gretzel, 2010).

Çevrimiçi yorumların bir diğer önemli özelliği, tüketiciler tarafından geleneksel tanıtım araçlarına kıyasla daha güvenilir ve samimi bulunmalarıdır. Kullanıcı deneyimlerine dayalı bu içerikler, turistlerin destinasyon ve hizmet sağlayıcı seçimlerinde etkili olmaktadır (Vermeulen & Seegers, 2009). Turist memnuniyeti ile çevrimiçi yorumlar arasındaki ilişki de oldukça güçlüdür; memnun turistler deneyimlerini olumlu şekilde paylaşarak destinasyonun itibarı ve gelecekteki talebi üzerinde etkili olabilmektedir (Pandey et al., 2022). (Filieri & McLeay, 2014), turistlerin çevrimiçi platformlardaki bilgileri benimseme süreçlerinde bilgi kalitesinin ve kaynak güvenilirliğinin kritik rol oynadığını belirtmektedir. Bu bağlamda, rehberlik hizmetine yönelik dijital yorumlar, sadece birer sayısal veri değil, hizmetin niteliğine dair yüksek güvenilirlik algısı oluşturan kanıtlardır.

Turist rehberliği bağlamında değerlendirildiğinde, rehberlerin turist deneyimi üzerindeki etkisi dijital platformlarda daha görünür hale gelmektedir. Rehber performansına ilişkin çevrimiçi değerlendirmeler hem bireysel memnuniyeti yansıtmakta hem de rehberlerin dijital görünürlüğünü artırarak potansiyel turistlerin seçimlerini etkilemektedir. Bu nedenle çevrimiçi yorumlar, turist rehberlerinin sunduğu hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde ve turizm deneyiminin anlaşılmasında önemli bir araştırma alanı sunmaktadır.

## 3. YÖNTEM

Bu araştırma, Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesindeki profesyonel turist rehberi arzı ile bu hizmetin dijital platformlar üzerinden ziyaretçiler tarafından algılanan görünürlüğü arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma tasarımı, rehberlik mesleğinin sadece sayısal bir işgücü arzı olarak değil, aynı zamanda dijital platformlara yansıyan bir deneyim değeri olarak ölçülmesine dayanmaktadır. Dolayısıyla araştırmada, rehber sayılarının istatistiksel kayıtlarının yanı sıra rehberlerin ziyaretçilerde yarattığı deneyimlerin çevrimiçi yorumlarda farklı destinasyonlara nasıl yansıdığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda çalışma; arkeoloji, doğa, inanç ve modern/eğlence olmak üzere dört temel turistik destinasyon kategorisinde rehberliğin stratejik önemini ve dijital izdüşümünü sorgulamaktadır.

Yöntemsel olarak bu çalışma, somut istatistikler ile soyut deneyim çıktılarını sentezleyen ilişkisel bir analiz modelini benimsemektedir. Bir tarafta beş farklı dilde (Almanca, Fransızca, İngilizce, İspanyolca ve Rusça) bölgesel rehber arzı verileri sunulurken, diğer tarafta bu arzın dijital platformlardaki yansımasını ölçen Rehber Dijital Görünürlük İndeksi (RDGİ) hesaplanmaktadır. Söz konusu indeks, rehberliğin turistin zihninde ne kadar yer ettiğini oranlama mantığıyla istatistiksel bir göstergeye dönüştürmektedir. Böylece araştırma, rehberlik hizmetinin hangi destinasyon türlerinde ve hangi yabancı dillerde vazgeçilmez bir değer olarak öne çıktığını sistematik bir şekilde ortaya koymaktadır. Aşağıda çalışmada sunulan Rehber Dijital Görünürlük

İndeksi formülasyonu, örneklem seçim kriterleri, veri toplama aşamaları ve analiz sürecine ilişkin detaylar sunulmaktadır.

### 3.1. Rehber Dijital Görünürlük İndeksi (RDGI)

Turizmde dijitalleşme, turistlerin deneyimlerini değerlendirme ve geri bildirim oluşturma biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Geleneksel anket ve geri bildirim mekanizmalarının yerini, turistlerin seyahat sonrası deneyimlerini gönüllü ve anlık olarak paylaştıkları kullanıcı temelli içerik platformları almaya başlamıştır (Buhalis & Law, 2008; Xiang & Gretzel, 2010). Çevrimiçi yorum ve değerlendirme platformları, turist deneyimlerinin kolektif biçimde kaydedildiği ve analiz edilebildiği bir dijital veri alanı sunmaktadır. Bu platformlar sayesinde turistlerin destinasyon deneyimleri, hizmet sağlayıcılarla olan etkileşimleri ve aldıkları hizmete yönelik algıları doğrudan gözlemlenebilmektedir. Bu durum, turizm araştırmaları açısından çevrimiçi platformlarda ortaya çıkan deneyimsel verilerin analiz edilmesine olanak sağlamaktadır.

Rehberlerin bilgi aktarımı, hikâye anlatıcılığı, iletişim becerileri ve kriz yönetimi gibi performans unsurları çoğu zaman doğrudan ölçülebilir göstergelere dönüştürülememektedir (Hansen & Mossberg, 2017). Ancak turistlerin çevrimiçi platformlarda bıraktıkları yorumlar, bu performans unsurlarının turist algısındaki yansımalarını ortaya koyabilmektedir. Bu bağlamda çevrimiçi platformlarda oluşan veri, rehberlik hizmetinin somut olmayan etkilerini analiz edilebilir hale getiren önemli bir veri kaynağı olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışmada söz konusu ihtiyaca cevap vermek amacıyla Park ve Nicolau'nun (2015) çalışmasından yola çıkarak Rehber Dijital Görünürlük İndeksi geliştirilmesi önerilmektedir. RDGİ, belirli bir destinasyona yönelik yapılan toplam çevrim içi yorumlar ile bu yorumlar içerisinde turist rehberlerine yönelik yapılan yorumlar arasındaki ilişkiyi ölçmeyi amaçlayan bir göstergedir. Başka bir ifadeyle indeks, toplam yorumlarda turistlerin rehber deneyimlerinin dijital yansımaları arasındaki ilişkiyi sayısal bir ölçüye dönüştürmeyi hedeflemektedir. Araştırmanın metodolojik özgünlüğünü oluşturan RDGİ, dijital platformlardaki rehberlik vurgusunu ortaya çıkarmak ve karşılaştırılabilir hale getirmek için geliştirilmiştir. İndeks, bir destinasyon için yapılan toplam yorum sayısını payda, rehberlik hizmetinden bahseden yorum sayısını ise pay kabul eden bir oranlama mantığına dayanmaktadır.

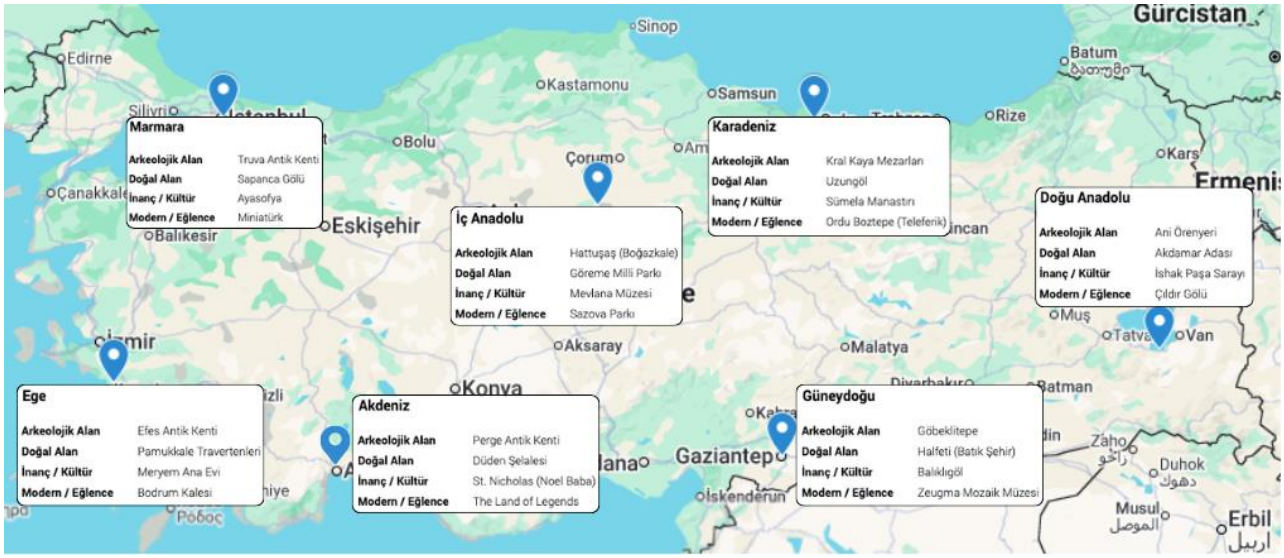
İndeksin formülü şu şekilde oluşturulmuştur:

$$\text{RDGİ} = \left(\frac{Rehberlik\ Odaklı\ Yorum\ Sayısı}{Toplam\ Yorum\ Sayısı}\right) * 100$$

Bu indeks, on binlerce yorum alan popüler destinasyonlar ile daha butik alanların rehberlik etkisini aynı ölçekte kıyaslamayı mümkün kılacak ve rehberliğin dijital mecralardaki görünürlüğünü istatistiksel bir göstergeye dönüştürecektir. Yüksek indeks değerleri, rehberlik hizmetinin turist deneyimlerinde daha görünür olduğu destinasyonlara işaret ederken; düşük indeks değerleri rehberlik hizmetinin dijital platformlarda daha sınırlı bir görünürlük düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

### 3.2. Araştırma Alanı

Araştırmanın örneklem seçiminde, evreni temsil eden alt tabakalardan amaçlı çıkarımlar yapılabilmesine olanak tanıyan tabakalı amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Patton, 2014). Bu kapsamda, yedi coğrafi bölgenin her biri için; arkeolojik alan, doğal alan, inanç merkezi ve modern/eğlence alanı olmak üzere dört temel kategoriyi temsil eden destinasyonlar belirlenmiştir. Kategorileştirmedeki amaç, rehberliğin farklı hizmet alanlarındaki değişken rolünün kıyaslamalı olarak değerlendirilebilmesidir. Toplamda 28 farklı turistik çekim merkezi, araştırmanın örneklem grubunu oluşturmaktadır (Şekil 1). Örneklem seçilirken TripAdvisor üzerindeki yorum yoğunluğunun yüksek olması ve bu alanların bölgelerini belirgin düzeyde temsil etmesi ölçütleri dikkate alınmıştır.




**Şekil 1.** *Araştırma Kapsamına Dahil Edilen Turistik Alanlar*

### 3.3. Veri Kaynakları

Araştırmada hem saha verileri (istatistikler) hem de dijital platform verileri (çevrimiçi yorumlar) kullanılmıştır. Araştırmanın nicel veri kaynağını, Türkiye'de faaliyet gösteren turist rehberlerine ilişkin 2026 yılı resmi istatistikleri oluşturmaktadır. Saha verileri Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB) tarafından yayımlanan güncel istatistiklerden elde edilmiştir (TUREB, 2026a). Güncel veriler dikkate alınarak öncelikle araştırma kapsamına hangi dil kokartına sahip rehberlerin alınacağına karar verilmiştir. TUREB istatistiklerinde yabancı dillere göre turist rehberi sayıları incelenmiş ve eylemli eylemsiz rehber sayıları 1000'in üzerinde olan dillerin seçilmesine karar verilmiştir. Bu kıstasa göre Almanca dilinde 1626, Fransızca'da 1137, İngilizce'de 9461, İspanyolca'da 1144 ve Rusça'da 1034 kokartlı rehber bulunmaktadır. İkinci aşamada bu dil grubundaki rehberlerin hangi rehber odalarına kayıtlı oldukları ve nihayetinde bölgelere ve dil gruplarına göre rehber sayılarının belirlenmesi gerçekleştirilmiştir. Rehber odalarındaki dil kokartlı rehber sayılarının belirlenmesinde TUREB'in sitesinde yer alan Rehber Veritabanı kullanılmıştır (TUREB, 2026b). Araştırmalar sonucunda elde edilen veriler Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1.** *Turist Rehberlerinin Bölgelere ve Dil Kokartlarına Göre Dağılımı*

| Bölge | Rehberler Odası | Almanca | Fransızca | İngilizce | İspanyolca | Rusça | Toplam |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Marmara (Toplam:6149)** | BURO | 12 | 10 | 150 | 7 | 18 | 197 |
| | ÇARO | 24 | 8 | 277 | 5 | 7 | 321 |
| | İRO | 517 | 613 | 3737 | 692 | 342 | 5901 |
| **İç Anadolu (Toplam:2142)** | ANRO | 70 | 92 | 714 | 51 | 51 | 978 |
| | NERO | 41 | 69 | 879 | 137 | 38 | 1164 |
| **Ege (Toplam:2879)** | ATRO | 73 | 41 | 780 | 85 | 38 | 1017 |
| | İZRO | 140 | 161 | 885 | 98 | 47 | 1331 |
| | MUTRO | 54 | 24 | 409 | 8 | 36 | 531 |
| **Akdeniz (Toplam:2261)** | ADRO | 9 | 5 | 153 | 4 | 12 | 183 |
| | ARO | 645 | 95 | 888 | 40 | 410 | 2078 |
| **Karadeniz (Toplam:177)** | TRO | 10 | 4 | 150 | 4 | 9 | 177 |
| **Doğu Anadolu (Toplam:237)** | ŞURO | 9 | 4 | 205 | 2 | 17 | 237 |
| **Güney Doğu Anadolu (Toplam:168)** | GARO | 14 | 5 | 141 | 4 | 4 | 168 |

***Kaynak: TUREB, 2026a; TUREB, 2026b***

Araştırmanın dijital veri kaynağını ise seçilen 28 turistik alana ilişkin TripAdvisor platformunda yer alan kullanıcı yorumları sayıları oluşturmaktadır (Tablo 2). TripAdvisor platformu, kullanıcı temelli içerik üretiminin en yoğun olduğu turizm değerlendirme platformlarından biri olması nedeniyle araştırmada temel veri kaynağı olarak tercih edilmiştir. Bu kapsamda her bir destinasyon için toplam yorum sayısı ve rehberlere ilişkin yapılan yorumlar derlenmiştir. Veri toplama sürecinde, her bir destinasyonun TripAdvisor sayfasında yer alan arama motoru kullanılarak Almanca, Fransızca, İngilizce, İspanyolca ve Rusça dillerinde tur rehberi anlamına karşılık gelen Almanca: "Reiseleiter" ve "Guide", Fransızca: "guide" ve "guide touristique", İngilizce: "guide" ve "tour guide", İspanyolca: "guía" ve "guía turístico" ve Rusça: "гид" ve "экскурсовод" anahtar kelimeleriyle filtreleme yapılmıştır. Böylece farklı dillerde rehberlikten bahseden spesifik yorum sayılarına ulaşılmıştır. Söz konusu dillerde yorum verileri ile saha verilerindeki dil kokartlı bölgesel rehber sayıları arasında kıyaslama yapılması amaçlanmıştır. Veriler 9-12 Mart 2026 tarihleri aralığında toplanmıştır.

**Tablo 2.** *Farklı dillere göre TripAdvisor yorum verileri*

| Bölge | Kategori | Destinasyon | Alm T/R | Fran T/R | İng T/R | İsp T/R | Rusç T/R |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Marmara** | Arkeolojik Alan | Truva Antik Kenti | 21/2 | 19/3 | 933/342 | 128/23 | 33/1 |
| | Doğal Alan | Sapanca Gölü | 0/0 | 0/0 | 123/9 | 1/0 | 3/0 |
| | İnanç / Kültür | Ayasofya-i Kebir Camii | 1275/71 | 2197/294 | 24715/1000 | 3973/429 | 3588/462 |
| | Modern / Eğlence | Miniatürk | 29/1 | 82/6 | 773/46 | 39/2 | 307/13 |
| **Ege** | Arkeolojik Alan | Efes Antik Kenti | 183/18 | 491/152 | 5938/1000 | 571/126 | 420/92 |
| | Doğal Al | Pamukkale Travertenleri | 143/2 | 388/20 | 3561/255 | 600/16 | 729/118 |
| | İnanç / Kültür | Meryem Ana Evi | 27/1 | 38/1 | 1656/133 | 194/9 | 108/3 |
| | Modern / Eğlence | Bodrum Kalesi | 53/3 | 130/20 | 1158/96 | 23/0 | 187/12 |
| **Akdeniz** | Arkeolojik Alan | Perge Antik Kenti | 100/3 | 118/36 | 942/253 | 38/5 | 206/18 |
| | Doğal Alan | Düden Şelalesi | 198/0 | 208/9 | 1707/41 | 36/0 | 805/18 |
| | İnanç / Kültür | St Pierre Kilisesi | 9/0 | 5/0 | 77/4 | 4/0 | 9/0 |
| | Modern / Eğlence | The Land of Legends | 157/0 | 1190/ | 2814/7 | 11/0 | 1668/84 |
| **İç Anadolu** | Arkeolojik Alan | Hattuşaş (Boğazkale) | 7/0 | 10/2 | 126/33 | 8/2 | 20/4 |
| | Doğal Alan | Göreme Milli Parkı | 62/1 | 106/7 | 1737/222 | 445/47 | 214/17 |
| | İnanç / Kültür | Mevlâna Müzesi | 35/3 | 60/3 | 790/92 | 89/4 | 47/8 |
| | Modern / Eğlence | Sazova Parkı | 7/0 | 2/0 | 127/0 | 1/0 | 9/0 |
| **Karadeniz** | Arkeolojik Alan | Kral Kaya Mezarları | 1/0 | 2/0 | 36/0 | 1/0 | 4/0 |
| | Doğal Alan | Uzungöl | 7/0 | 2/0 | 102/1 | 0/0 | 6/0 |
| | İnanç / Kültür | Sümela Manastırı | 14/0 | 14/1 | 393/26 | 13/0 | 47/1 |
| | Modern / Eğlence | Ordu Boztepe (Teleferik) | 5/0 | 0/0 | 42/0 | 2/0 | 3/0 |
| **Doğu Anadolu** | Arkeolojik Alan | Ani Örenyeri | 10/0 | 9/0 | 230/53 | 5/0 | 12/0 |
| | Doğal Alan | Akdamar Adası | 10/0 | 5/0 | 98/8 | 4/0 | 14/0 |
| | İnanç / Kültür | İshak Paşa Sarayı | 5/0 | 5/0 | 72/7 | 9/2 | 10/0 |
| | Modern / Eğlence | Çıldır Gölü | 0/0 | 0/0 | 10/2 | 1/0 | 0/0 |
| **Güneydoğu** | Arkeolojik Alan | Göbeklitepe | 14/0 | 5/1 | 266/51 | 8/0 | 8/0 |
| | Doğal Alan | Halfeti (Batık Şehir) | 6/0 | 2/0 | 33/1 | 0/0 | 2/0 |
| | İnanç / Kültür | Balıklıgöl | 12/0 | 6/0 | 185/6 | 4/0 | 11/0 |
| | Modern / Eğlence | Zeugma Mozaik Müzesi | 14/1 | 14/3 | 455/36 | 11/1 | 17/0 |

*Not: T: Toplam yorum sayısı, R: Rehber yorum sayısı, Alm:Almanca, Fran: Fransızca, İng: İngilizce, İsp: İspanyolca, Rusç: Rusça*

### 3.4. Analiz Süreci ve Geçerlilik

Araştırmanın analiz süreci, toplanan ham dijital verilerin anlamlı birer performans göstergesine dönüştürülmesini hedefleyen iki aşamalı bir süreç ile kurgulanmıştır. İlk aşamada, TripAdvisor platformundan derlenen ve 28 destinasyonu kapsayan çevrimiçi yorum istatistikleri (Tablo 2), bu çalışma kapsamında önerilen Rehber Dijital Görünürlük İndeksi (RDGİ) formülasyonu çerçevesinde analize tabi tutulmuştur. Her bir turistik alan için Almanca, Fransızca, İngilizce, İspanyolca ve Rusça dillerinde ayrı ayrı RDGİ puanları hesaplanmıştır. Hesaplamalar Excel paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Böylelikle on binlerce yorum alan popüler destinasyonlar ile daha butik destinasyonlar arasındaki hacim farkı, oranlama yöntemiyle normalize edilerek karşılaştırılabilir hale getirilmiştir.

İkinci aşamada, TUREB resmi veri tabanından elde edilen bölgesel rehber arzı verileri (Tablo 1'de yer alan dil kokartlarına göre sayısal dağılım) ile dijital platformlardan elde edilen RDGİ puanları ilişkilendirilmiştir. Farklı bölgelerdeki ve farklı dillerdeki rehberlik hizmetinin dijital görünürlük düzeyleri ve saha verileri, betimsel bir şekilde karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiş ve bu iki değer arasındaki anomaliler saptanmıştır. Bu aşamada saha verileri ile dijital dünyadaki görünürlüğün ne derece örtüştüğü sorgulanmıştır.

Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğini kontrol etmek amacıyla çok boyutlu bir denetim mekanizması işletilmiştir. Veri toplama sürecinde TripAdvisor verileri 2026 yılı ilk çeyreğini de kapsayacak şekilde güncel tutulmuş, böylece en son turist eğilimlerinin yansıtılması sağlanmıştır. Anahtar kelime taramalarında yanlış eşleşme riskini azaltmak adına; örneğin İngilizce'de sadece "guide" kelimesinin geçtiği yorumlar değil, bu kelimelerin rehberlik hizmetini nitelediği bağlamsal bütünlük kontrol edilmiştir. Özellikle "guidebook", "audio guide" (sesli rehber) gibi profesyonel turist rehberliği kapsamı dışında kalan ifadeler ayıklanarak veri seti arındırılmıştır. Bu kontrol işlemi diğer dillerdeki yorumlarda da tekrar edilmiştir. Ayrıca, elde edilen tüm bulgular TUREB'in resmi oda istatistikleriyle çapraz kontrole tabi tutulmuştur. Bu sayede araştırmanın dijital yansımalar üzerinden sunduğu sonuçların gerçek sektör verileriyle tutarlılığını kontrol edilmiştir.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Turist Rehberliği İstatistiklerinin Odalar ve Uzmanlık Dilleri Bağlamında Değerlendirilmesi

Türkiye genelinde turist rehberliğine yönelik mesleki kapasitenin odalar ve uzmanlık dilleri bazındaki dağılımı (Tablo 1), turizm arzının bölgesel karakteristiklerini yansıtan somut bir tablo ortaya koymaktadır. Veriler incelendiğinde, İstanbul Rehberler Odası'nın (İRO) tüm dillerde (İngilizce, Almanca, Fransızca, İspanyolca ve Rusça) sayısal liderliği elinde bulundurduğu görülmektedir. Özellikle Fransızca (613) ve İspanyolca (692) rehber arzının çok büyük bir kısmının İstanbul'da kümelenmiş olması, bu pazarlardan gelen turistlerin ana varış ve operasyon noktasının Marmara Bölgesi olduğunu kanıtlamaktadır. İngilizce rehber sayısının 3.737 ile zirve yapması ise İstanbul'un küresel turizm ağındaki merkezi konumunu sayısal olarak doğrulamaktadır.

Ege ve Akdeniz bölgelerini temsil eden rehber odalarının dil bazlı profilleri, bu iki bölgenin pazar odakları arasındaki farklılığı net bir şekilde sergilemektedir. İzmir Rehberler Odası (İZRO), Almanca (140) ve Fransızca (161) dillerinde hatırı sayılır bir arza sahipken, İspanyolca rehber sayısının (98) Akdeniz Bölgesi'nin (44) iki katı olması dikkat çekicidir. Bu durum, Ege Bölgesi'nin Batı Avrupa ve Latin dilli pazarlardaki kültürel ağırlığını göstermektedir. Buna karşın Antalya Rehberler Odası (ARO), toplam Rusça rehber arzında (432) Marmara bölgesini de geçerek en yüksek kapasiteye sahip oda olarak öne çıkmaktadır. ARO'nun Almanca rehber sayısı (645) yüksek olsa da Fransızca ve İspanyolca gibi dillerde İZRO'nun gerisinde kalması, Antalya'nın pazar yoğunluğunun belirli dillerde özelleştiğini göstermektedir.

Anadolu'nun diğer bölgelerindeki oda verileri ise daha sınırlı fakat stratejik bir dil dağılımına işaret etmektedir. Nevşehir Rehberler Odası (NERO), 879 İngilizce ve 137 İspanyolca rehberiyle İç Anadolu'nun ana işgücü konumundadır. Diğer taraftan Aydın (ADRO), Muğla (MUTRO) ve Çanakkale (ÇARO) gibi kıyı şeridini temsil eden odaların verileri incelendiğinde, İngilizce rehberliğin temel standart olduğu, ancak Fransızca ve İspanyolca gibi uzmanlık gerektiren dillerde sayıların düşük olduğu görülmektedir. Özellikle Güney ve Doğu Anadolu bölgelerini temsil eden odalarda (GARO, ŞURO) Rusça, Fransızca ve İspanyolca dillerindeki rehber sayılarının tek haneli rakamlarda kalması, bu bölgelerdeki çok dilli rehberlik kapasitesinin henüz gelişim aşamasında olduğunu ve uzmanlık dillerinin batı merkezli odalarda toplandığını sayısal bir veri olarak sunmaktadır.

### 4.2. Destinasyon, Kategori ve Bölge Bazlı RDGİ Bulguları

Araştırma kapsamında incelenen 28 destinasyonun 5 farklı dildeki RDGİ skorları, Tablo 2'deki veriler kullanılarak hesaplanmıştır. Hesaplamada yöntem kısmında sunulan formül kullanılmıştır. Elde edilen RDGİ puanları ise aşağıda Tablo 3'te yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre Türkiye turizminde rehberlik hizmetinin dijital yansıması hem bölgesel hem de tematik olarak ciddi bir çeşitlilik göstermektedir. Bölge bazlı ortalama RDGİ skorları incelendiğinde; Ege Bölgesi (9,59) ve İç Anadolu Bölgesi (8,87) en yüksek rehber görünürlüğüne sahip bölgeler olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, söz konusu bölgelerin "kültür ve anlatı" odaklı turizm karakterinin dijital yorumlara doğrudan yansıdığını göstermektedir. Marmara Bölgesi (8,15) ise bu iki bölgeyi yakından takip etmektedir. Diğer taraftan Karadeniz Bölgesi (0,84), rehberlik hizmetinin çevrimiçi yorumlarda en düşük düzeyde anıldığı bölge olarak saptanmıştır. Bu çarpıcı fark, Karadeniz'deki turizm hareketliliğinin daha çok bireysel doğa gezileri odaklı olmasından veya rehberlik hizmetinin deneyim paylaşımında yeterince vurgulanmamasından kaynaklanabilir.

Kategorik bazda bir değerlendirme yapıldığında, Arkeolojik Alanlar tüm dillerde ve bölgelerde en yüksek RDGİ skorlarını domine etmektedir. Özellikle Efes (Fransızca RDGİ: 30,96), Truva (İngilizce RDGİ: 36,66) ve Perge Antik Kentlerinin (Fransızca RDGİ: 30,51) puanlarına bakıldığında rehberliğin, turist deneyimini önemli derecede etkilediği söylenebilir. Arkeolojik alanlardaki bu yüksek oranlar, bilgi yoğun bu mekanlarda rehberin "anlamlandırıcı" rolünün turistler tarafından takdir edilen ve dijital platformlarda paylaşılan unsur olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, modern/eğlence ve doğal alan kategorilerinde skorların dramatik bir şekilde düştüğü gözlemlenmiştir. Örneğin, Akdeniz Bölgesi'nde modern bir tesis olan The Land of Legends'ın tüm dillerde sıfıra yakın (En yüksek Rusça RDGİ: 5,04) skorlar alması, bu tür alanlarda rehberlik hizmetinin ya olmadığını ya da olsa da dijital görünürlük açısından öncelikli olmadığını ortaya koymaktadır.

Destinasyon bazlı spesifik bulgularda ise pazar bazlı ilgi odakları dikkat çekicidir. İnanç turizminin önemli merkezlerinden Ayasofya-i Kebir Camii, özellikle Fransızca (13,38) ve Rusça (12,88) yorumlarda yüksek görünürlük sergilerken; İç Anadolu'da Mevlâna Müzesi'nin Rusça (17,02) ve İngilizce (11,65) dillerindeki rehberli vurgusu, inanç merkezlerinde rehberin kültürel arabuluculuk rolünün önemini kanıtlamaktadır. İlginç bir anomali olarak, Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki Ani Örenyeri, yalnızca İngilizce (23,04) dilindeki yorumlarda rehberlik vurgusuyla öne çıkarken diğer dillerde verisi bulunmamaktadır. Güneydoğu Anadolu'da ise Zeugma Mozaik Müzesi, Fransızca (21,43) dilindeki yüksek RDGİ skoruyla, müze rehberliğinin bu dildeki turist grubu için ne kadar belirleyici olduğunu göstermiştir. Bu veriler nihaytinde, rehberlik hizmetinin dijital değerinin destinasyonun türü ve turistin dili ile doğrudan etkileşim halinde olduğunu göstermektedir.

**Tablo 3.** *Destinasyonların Rehber Dijital Görünürlük İndeksi puanları*

| Bölge | Kategori | Destinasyon | Alm RGİ | Fran RGİ | İng RGİ | İsp RGİ | Rusç RGİ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Arkeolojik Alan | Truva Antik Kenti | 9,52 | 15,79 | 36,66 | 17,97 | 3,03 |
| **Marmara** | Doğal Alan | Sapanca Gölü | 0,00 | 0,00 | 7,32 | 0,00 | 0,00 |
| (Bölge RDGİ: 8,15) | İnanç / Kültür | Ayasofya-i Kebir Camii | 5,57 | 13,38 | 4,05 | 10,80 | 12,88 |
| | Modern / Eğlence | Miniatürk | 3,45 | 7,32 | 5,95 | 5,13 | 4,23 |
| | Arkeolojik Alan | Efes Antik Kenti | 9,84 | 30,96 | 16,84 | 22,07 | 21,90 |
| **Ege** | Doğal Alan | Pamukkale Travertenleri | 1,40 | 5,15 | 7,16 | 2,67 | 16,19 |
| (Bölge RDGİ: 9,59) | İnanç / Kültür | Meryem Ana Evi | 3,70 | 2,63 | 8,03 | 4,64 | 2,78 |
| | Modern / Eğlence | Bodrum Kalesi | 5,66 | 15,38 | 8,29 | 0,00 | 6,42 |
| | Arkeolojik Alan | Perge Antik Kenti | 3,00 | 30,51 | 26,86 | 13,16 | 8,74 |
| **Akdeniz** | Doğal Alan | Düden Şelalesi | 0,00 | 4,33 | 2,40 | 0,00 | 2,24 |
| (Bölge RDGİ: 5,09) | İnanç / Kültür | St Pierre Kilisesi | 0,00 | 0,00 | 5,19 | 0,00 | 0,00 |
| | Modern / Eğlence | The Land of Legends | 0,00 | 0,00 | 0,25 | 0,00 | 5,04 |
| | Arkeolojik Alan | Hattuşaş (Boğazkale) | 0,00 | 20,00 | 26,19 | 25,00 | 20,00 |
| **İç Anadolu** | Doğal Alan | Göreme Milli Parkı | 1,61 | 6,60 | 12,78 | 10,56 | 7,94 |
| (Bölge RDGİ: 8,87) | İnanç / Kültür | Mevlana Müzesi | 8,57 | 5,00 | 11,65 | 4,49 | 17,02 |
| | Modern / Eğlence | Sazova Parkı | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | Arkeolojik Alan | Kral Kaya Mezarları (Amasya) | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| **Karadeniz** | Doğal Alan | Uzungöl | 0,00 | 0,00 | 0,98 | 0,00 | 0,00 |
| (Bölge RDGİ: 0,84) | İnanç / Kültür | Sümela Manastırı | 0,00 | 7,14 | 6,62 | 0,00 | 2,13 |
| | Modern / Eğlence | Ordu Boztepe (Teleferik) | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | Arkeolojik Alan | Ani Örenyeri | 0,00 | 0,00 | 23,04 | 0,00 | 0,00 |
| **Doğu Anadolu** | Doğal Alan | Akdamar Adası | 0,00 | 0,00 | 8,16 | 0,00 | 0,00 |
| (Bölge RDGİ: 4,16) | İnanç / Kültür | İshak Paşa Sarayı | 0,00 | 0,00 | 9,72 | 22,22 | 0,00 |
| | Modern / Eğlence | Çıldır Gölü | 0,00 | 0,00 | 20,00 | 0,00 | 0,00 |
| | Arkeolojik Alan | Göbeklitepe | 0,00 | 20,00 | 19,17 | 0,00 | 0,00 |
| **Güneydoğu Anadolu** | Doğal Alan | Halfeti (Batık Şehir) | 0,00 | 0,00 | 3,03 | 0,00 | 0,00 |
| (Bölge RDGİ: 4,55) | İnanç / Kültür | Balıklıgöl | 0,00 | 0,00 | 3,24 | 0,00 | 0,00 |
| | Modern / Eğlence | Zeugma Mozaik Müzesi | 7,14 | 21,43 | 7,91 | 9,09 | 0,00 |

*Not: Alm:Almanca, Fran: Fransızca, İng: İngilizce, İsp: İspanyolca, Rusç: Rusça*

### 4.3. Saha verileri ile RDGİ puanlarının karşılaştırılması

Türkiye genelindeki profesyonel rehber arzı ile dijital platformlardaki görünürlük skorları karşılaştırıldığında, rehber sayısının nicel çokluğu ile dijital platformlarda bırakılan nitel iz arasında her zaman doğrusal bir ilişki bulunmadığı saptanmıştır. İstanbul Rehberler Odası (İRO), analiz edilen uzmanlık dillerinin çoğunda Türkiye'nin en fazla rehber arzına (3.737 İngilizce, 692 İspanyolca, 613 Fransızca rehber) sahip olmasına rağmen; Marmara (8,15) ve rehber arzı bakımından üçüncü sırada yer alan Ege Bölgesi'nin ortalama RDGİ skorunun (9,59) gerisinde kalmıştır.

Dil bazlı karşılaştırmalar, arz ve talep arasındaki en çarpıcı asimetriyi ortaya koymaktadır. TUREB verilerine göre Türkiye genelinde İspanyolca rehber arzı, İngilizce rehber arzının yaklaşık onda biri seviyesindeyken; Efes (22,07), Truva (17,97) ve Perge (13,16) gibi destinasyonlardaki İspanyolca RDGİ skorları, İngilizce skorlarını ile neredeyse eş değer seviyededir. Özellikle Efes örneğinde, İngilizce rehber arzı çok daha yüksek olmasına rağmen İspanyolca yorumların neredeyse dörtte birinde rehbere atıf yapılması, Latin kökenli pazarlarda rehberliğe atfedilen değerin arz miktarından bağımsız olarak çok daha yüksek olduğunu göstermektedir. Benzer bir durum Fransızca dili için de geçerlidir; arzın sınırlı olduğu Kapadokya ve Güneydoğu Anadolu gibi bölgelerde Fransızca RDGİ skorlarının (Hattuşaş: 20, Zeugma: 21,43) yüksek seyretmesi, rehberin bu pazarlar için vazgeçilmez bir kültürel tercüman olduğunu doğrulamaktadır.

Antalya ve Ege bölgeleri arasındaki kıyaslama ise turizm türünün rehber görünürlüğü üzerindeki belirleyici etkisini sayısal olarak belgelemektedir. Antalya Rehberler Odası (ARO), özellikle Rusça dilinde (410 rehber) en yüksek arza sahip olmasına karşın; Akdeniz Bölgesi'nin ortalama RDGİ skoru (5,09) ile Türkiye ortalamasının altında kaldığı görülmektedir. Buna karşın, İzmir Rehberler Odası (İZRO) bünyesindeki rehber arzı daha dengeli dağılmışken, bölgedeki arkeolojik

ağırlıklı destinasyonların (Efes, Pamukkale vb.) yarattığı dijital görünürlük çok daha güçlüdür. Sonuç olarak, rehberlik arzının dijital platformlardaki yansıması, sayısal yoğunluktan ziyade destinasyonun tematik yapısı ve turistin kültürel beklentileriyle şekillenmektedir.

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma, Türkiye'deki profesyonel turist rehberliği arzı ile bu hizmetin dijital platformlardaki yansımasını karşılaştırmalı bir perspektifle inceleyerek literatürde yeni bir ölçüm yaklaşımı sunmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, rehberlik hizmetinin hissedilen değerinin sadece sayısal arz ile açıklanamayacağını, destinasyonun tematik yapısı ve hedef pazarın kültürel kodlarıyla doğrudan ilişkili olduğunu kanıtlamaktadır.

Araştırmanın en dikkat çekici bulgularından biri, rehber arzının en yoğun olduğu Marmara Bölgesi'nin (%28,7 pay), dijital görünürlük (RDGİ: 8,15) bakımından İç Anadolu (8,87) ve Ege Bölgesi'nin (9,59) gerisinde kalmasıdır. Bu durum, İstanbul gibi metropoliten destinasyonlarda rehberlik hizmetinin seyahat deneyiminin operasyonel bir bileşeni olarak algılanırken, Kapadokya veya Efes gibi yoğun anlatı gerektiren bölgelerde deneyimin başrol oyuncusu haline geldiğini göstermektedir. Dil bazlı analizlerde ortaya çıkan arz ve görünürlük asimetrisi, sektörel stratejiler açısından kritik öneme sahiptir. İspanyolca ve Fransızca rehber arzı İngilizceye oranla yaklaşık onda bir seviyesinde olmasına rağmen, özellikle Arkeolojik Alanlarda bu dillerdeki RDGİ skorlarının (Örneğin: Efes Fransızca 30,96, Truva İspanyolca 17,97) İngilizceyle yarışır düzeyde olması, bu pazarlarda rehberliğe atfedilen vazgeçilmezlik algısını somutlaştırmaktadır. Buna karşın, Antalya bölgesindeki Rusça rehber arzının (410 rehber) yüksekliğine rağmen bölgenin RDGİ skorunun 5,09 ile düşük kalması, Antalya'daki Rusça rehber arzının daha çok operasyonel ve transfer süreçlerinde kullanılması, Ege'deki rehber arzının ise doğrudan içerik ve deneyim aktarımı odaklı tüketilmesi ile açıklanabilir.

Araştırmadan elde edilen bulgular, literatürdeki turist rehberliği rolleri ve dijital deneyim aktarımı çalışmalarıyla önemli ölçüde örtüşmektedir. Bununla birlikte RDGİ bulguları bu alanı metodolojik olarak derinleştirmektedir. Özellikle Arkeolojik Alanlarda saptanan yüksek RDGİ skorları, rehberin sadece bir refakatçi değil, aynı zamanda Cohen'in (1985) anlam mimarı ve (Moscardo, 1996) yorumlayıcı olarak tanımladığı rolleri dijital düzlemde başarıyla yerine getirdiğini kanıtlamaktadır. Bilgi yoğunluğunun yüksek olduğu bu alanlarda rehberliğin daha çok vurgulanması, Huang ve diğerlerinin (2010) belirttiği rehberin hikâye anlatıcılığı becerisinin turist memnuniyetindeki birincil belirleyici olduğu teziyle paralellik göstermektedir. Ayrıca bu durum, rehberin ham bilgiyi somut bir deneyime dönüştürerek turistin zihninde farkındalık yarattığı formasyonunu desteklemektedir. Buna karşın, araştırmanın ortaya koyduğu bölgesel asimetriler, rehberlik mesleğinin icra ediliş biçimine dair kritik tartışmaları beraberinde getirmektedir. TUREB verilerine göre Marmara ve Akdeniz bölgelerinde profesyonel rehber arzı niceliksel olarak en yüksek seviyede olmasına rağmen, bu bölgelerin dijital görünürlük skorlarının (Marmara RDGİ: 8,15; Akdeniz RDGİ: 5,09) Ege Bölgesi'nin (%9,59) gerisinde kalması dikkat çekicidir. Bu bulgu, rehberlik hizmetinin kitle turizminin yoğun olduğu destinasyonlarda Cohen'in (1985) operasyonel ve organizasyonel olarak adlandırdığı teknik rollerle sınırlı kaldığına, dolayısıyla turistlerin dijital ayak izlerinde (Xiang ve Gretzel, 2010) daha az yer bulduğuna dair güçlü bir kanıt sunmaktadır. Dil bazlı analizlerde saptanan düşük arz / yüksek görünürlük fenomeni ise çalışmanın en özgün çıkarımlarından biridir. Özellikle İspanyolca ve Fransızca konuşan rehber sayısının İngilizceye oranla oldukça kısıtlı olmasına rağmen, bu dillerdeki RDGİ skorlarının birçok destinasyonda zirve yapması, Weiler ve Black'in (2015) deneyim aracılığı kavramını metodolojik olarak doğrulamaktadır. Bu asimetri, Latin pazarlardaki turistlerin rehberlik hizmetini sadece bir tercih değil, kültürel bir gereklilik ve deneyimin vazgeçilmez bir parçası olarak kodladıklarını göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen bir diğer kritik bulgu, dijital platformlardaki yorum hacmi ile rehberlik görünürlüğü arasındaki ilişkinin, destinasyonun tüketim biçimine göre farklılaşmasıdır. Vermeulen ve Seegers (2009) tarafından ortaya konulan çevrimiçi yorumların tüketicinin konaklama ve hizmet tercihlerindeki belirleyici etkisi görüşü, bu çalışmada rehberlik hizmeti özelinde doğrulanmıştır. Özellikle RDGİ skorlarının düşük çıktığı modern/eğlence ve doğa kategorilerinde, turistlerin rehberlik hizmetinden ziyade fiziksel imkânlara ve ulaşım altyapısına odaklandığı görülmektedir. Bu durum, Wang ve diğerlerinin (2025) rehberin sosyal bağ kurma yeteneğinin e-WOM üzerindeki çarpan etkisine dair bulgularıyla karşılaştırıldığında arkeolojik ve kültürel alanlarda kurulan bu sosyal bağın, dijital platformlarda daha fazla yazıya döküldüğü söylenebilir. Ayrıca, çalışmanın Rus pazarına yönelik bulguları, Antalya örneğinde görülen düşük RDGİ, alan yazındaki pazara özgü beklentiler tartışmasını desteklemektedir. Diğer bir çalışma özelinde Filieri ve McLeay (2014), çevrimiçi yorumlarda bilgi kalitesinin ve doğruluğunun önceliğini vurgularken; bu çalışmadaki Rusça yorum verileri, kitle turizmi odaklı destinasyonlarda rehberin bilgi aktarıcı rolünün, kültürel pazarlardaki anlam mimarlığı kadar dijital görünürlük yaratmadığını kanıtlamaktadır. Bu bağlamda RDGİ skorları, sadece bir görünürlük oranı olarak değil, aynı zamanda Buhalis ve Law (2008) tarafından vurgulanan e-turizm ekosisteminde hizmetin önceliklendirilme biçimi olarak değerlendirilebilir. Sonuç olarak, rehberliğin dijital görünürlüğü, destinasyonun turist zihnindeki bilgi temelli mi yoksa rekreasyon temelli mi kodlandığına dair somut bir gösterge sunmaktadır.

Çalışma bulguları dikkate alınarak sektöre yönelik bazı önerilerde bulunulmuştur. Bunlardan ilki tematik uzmanlaşma ile alakalıdır. RDGİ skorlarının Arkeolojik Alanlarda zirve yapması, Doğa ve Eğlence kategorilerinde ise oldukça düşük kalması (0,84 gibi), bu alanlarda rehberliğin hikâye anlatıcılığı bağlamında yeniden kurgulanması gerektiğini göstermektedir. Örneğin, Antalya'daki eğlence parklarında veya Karadeniz'deki doğa rotalarında rehberliğin üstleneceği rol, sadece refakat değil, bir deneyim tasarımı olarak yeniden kurgulanabilir. Sektörel öneri olarak rehber odaları, sadece sayısal arzı değil, bölgelerindeki destinasyonların dijital görünürlük skorlarını da takip ederek eğitim politikalarını şekillendirebilir. RDGİ skoru düşük olan bölgelerde rehberlerin dijital ayak izi bırakacak deneyimsel performansları teşvik edilebilir. Başka bir öneri de ikinci planda kalan dillerle alakalıdır. İspanyolca ve Fransızca konuşan turistlerin rehberlik hizmetine verdiği yüksek dijital değer, bu dillerdeki rehber arzının stratejik olarak artırılmasının müşteri memnuniyetinde doğrudan bir çarpan etkisi yaratacağını kanıtlamaktadır.

Araştırmada, turist rehberliğinin dijital görünürlüğünü ölçmek adına bir temel oluşturulmuş olsa da konunun farklı boyutlarıyla derinleştirilmesi literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Bu kapsamda gelecek çalışmalar için farklı araştırma perspektifleri önerilmiştir. Gelecek çalışmalarda, sadece rehberden bahsedilme oranı değil, bu bahsedilmenin niteliği (olumlu, olumsuz, nötr gibi) doğal dil işleme yöntemleriyle analiz edilebilir. Bu sayede rehberliğin sadece görünürlüğü değil, hizmet kalitesi algısı da sayısal bir değere dönüştürülebilir. Bu araştırmada temel veri kaynağı olarak TripAdvisor kullanılmıştır. Ancak günümüzde turist deneyimleri sadece metinsel yorumlarla sınırlı değildir. Gelecek çalışmalarda Google Reviews, Yelp veya Çin pazarı için Ctrip gibi platformların yanı sıra; Instagram ve TikTok gibi görsel odaklı mecralardaki hashtag ve etiket paylaşımları üzerinden rehberlik hizmetinin görsel görünürlüğü incelenebilir. Turizm sektörü mevsimsel ve konjonktürel dalgalanmalara açıktır. Mevcut çalışma, belirli bir zaman dilimindeki verileri yansıtmaktadır. Gelecek araştırmalarda, RDGİ skorlarının yıllara veya mevsimlere göre değişimi izlenerek; örneğin bir destinasyondaki rehber görünürlüğünün aşırı turizm dönemlerinde veya kriz dönemlerinde nasıl bir eğilim sergilediği boylamsal bir yaklaşımla ele alınabilir. Gelecek çalışmalarda RDGİ skorları; "Unutulmaz Turizm Deneyimi", "Destinasyon Sadakati" veya "Tavsiye Etme Eğilimi" gibi değişkenlerle ilişkilendirilerek, rehber görünürlüğünün ekonomik ve psikolojik çıktılara etkisi yapısal eşitlik modelleriyle (SEM) test edilebilir. RDGİ skorlarının düşük olduğu Modern/Eğlence veya Doğal Alan kategorilerinde, turistlerin profesyonel rehber yerine dijital uygulamalara veya sesli rehberlere yönelip yönelmediği araştırılabilir. Gelecek çalışmalarda, insan rehberli turlar ile yapay zekâ destekli rehberli turların dijital platformlardaki yorum hacmi ve memnuniyet düzeyleri karşılaştırılarak,

mesleğin gelecekteki teknolojik dönüşümü üzerine öngörüler geliştirilebilir. Mevcut çalışma 7 bölge ve 4 ana kategori üzerinden genel bir çerçeve çizmiştir. Gelecek araştırmalar; gastronomi rehberliği, macera rehberliği veya engelsiz turizm rehberliği gibi spesifik niş alanlardaki dijital görünürlüğü mercek altına alarak, bu alanlardaki rehber arzı ile dijital talep arasındaki boşluğu daha mikro düzeyde tanımlayabilir.

Sonuç olarak bu çalışma, turist rehberliğinin sadece bir bilgi aktarımı değil, dijital dünyada ölçülebilen bir deneyim odağı olduğunu ortaya koymuştur. Geliştirilen RDGİ indeksi, destinasyon yönetim örgütleri (DMO), çevrimiçi yorum siteleri ve rehber odaları için yeni bir performans göstergesi olarak kullanılabilir. Gelecek çalışmalarda, bu indeksin farklı yöntemlerle birleştirilmesi, rehberliğin sadece görünürlüğünü değil, bu görünürlüğün niteliğini de olumlu veya olumsuz şekilde ortaya koyarak literatüre katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

Aideed, H., Elbaz, A. M., Salem, I. E., Hussein, H., & Elzek, Y. (2024). The power of professionalism: Enhancing tour guide impact on visitors' experience and satisfaction to foster visitor sustainable behaviour. *Tourism and Hospitality Research, 14673584251350782*.

Ap, J., & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management, 22*(5), 551–563.

Arıcı, S., & Pelit, E. (2021). İletişim Temalı Turist Rehberliği Çalışmalarının Biblioshiny Programı İle Bibliyometrik Analizi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED, 4*(2), 80–105.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management, 29*(4), 609–623.

Buzova, D., Sanz-Blas, S., & Cervera-Taulet, A. (2016). Cross-cultural perceptions of onshore guided tours: A qualitative approach based on eWOM. *Psychology & Marketing, 33*(12), 1054–1061.

Chong, A. Y. L., Khong, K. W., Ma, T., McCabe, S., & Wang, Y. (2018). Analyzing key influences of tourists' acceptance of online reviews in travel decisions. *Internet Research, 28*(3), 564–586.

Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research, 12*(1), 5–29.

Çakmak, T. F., & Kurnaz, H. A. (2020). Konaklama işletmelerinin turist rehberleri şikayetleri üzerine bir araştırma: Safranbolu örneği. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED, 3*(2), 139–153.

Filieri, R., & McLeay, F. (2014). E-WOM and accommodation: An analysis of the factors that influence travelers' adoption of information from online reviews. *Journal of Travel Research, 53*(1), 44–57.

Gökdemir, S., & Değer, E. (2020). Turist rehberi seçiminin analitik hiyerarşi süreci ile belirlenmesi: Tripadvisor örneği (Determination of tourist guide selection by analytical hierarchy process: the case of Tripadvisor). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 8*(2), 1510–1526.

Gretzel, U., & Yoo, K. H. (2008). Use and impact of online travel reviews. In P. O'Connor, W. Höpken, & U. Gretzel (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2008* (pp. 35–46). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-211-77280-5_4.

Hansen, A. H., & Mossberg, L. (2017). Tour guides' performance and tourists' immersion: Facilitating consumer immersion by performing a guide plus role. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, *17*(3), 259–278.

Huang, S., Hsu, C. H. C., & Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *34*(1), 3–33.

Kamel, N. (2021). Role of tour guides in tourism promotion and impact on destination image and tourist revisit intention in Egypt: a PLS-SEM model. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, *20*(1), 78–110.

Kim, H., Joun, H. J., Choe, Y., & Schroeder, A. (2019). How can a destination better manage its offering to visitors? Observing visitor experiences via online reviews. *Sustainability*, *11*(17), 4660.

Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, *29*(3), 458–468. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011.

Liu, X., Mehraliyev, F., Liu, C., & Schuckert, M. (2020). The roles of social media in tourists' choices of travel components. *Tourist Studies*, *20*(1), 27–48.

Marder, B., Erz, A., Angell, R., & Plangger, K. (2021). The role of photograph aesthetics on online review sites: Effects of management-versus traveler-generated photos on tourists' decision making. *Journal of Travel Research*, *60*(1), 31–46.

Moscardo, G. (1996). Mindful visitors: Heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, *23*(2), 376–397.

Ninpradith, N., Viriyasuebphong, P., & Voraseyanont, P. (2019). A study of tour guide competency, service quality, and tourist satisfaction of Chinese tourist. *วารสาร การ จัดการ ธุรกิจ มหาวิทยาลัย บูรพา*, *7*(2), 106–121.

Özbaş, R. İ., & Türkmen, S. (2023). Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişisel İmajlarının Belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, *7*(2), 335–354.

Pandey, A., Sahu, R., & Dash, M. (2022). The impact of online reviews on tourist satisfaction and behavioral intentions. *Tourism and Hospitality Research*, *22*(3), 367–381. https://doi.org/10.1177/14673584211019405.

Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*. Sage publications.

Sotiriadis, M., & Zyl, C. (2013). Electronic word-of-mouth and online reviews in tourism services: the use of twitter by tourists. *Electronic Commerce Research*, *13*, 103–124.

Topler, J. P. (2017). Communication skills in the tourism sector: The speech culture of tour guides. *Tourism Culture & Communication*, *17*(3), 217–223.

TUREB. (2026a). *Rehber İstatistikleri*. https://www.tureb.org.tr/RehberIstatistik.

TUREB. (2026b). *Rehber Veritabanı*. https://www.tureb.org.tr/RehberVeritabani.

Vermeulen, I. E., & Seegers, D. (2009). Tried and tested: The impact of online hotel reviews on consumer consideration. *Tourism Management*, *30*(1), 123–127. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.008.

Wang, X., Liu, K., Song, Y., & Zheng, J. (2025). Rapport, satisfaction, and eWOM: Unpacking the impact of online tour guide influencers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *63*, 236–246.

Weiler, B., & Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: One-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, *40*(3), 364–378.

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, *31*(2), 179–188.

Ye, Q., Law, R., & Gu, B. (2011). The impact of online user reviews on hotel room sales. *International Journal of Hospitality Management*, *30*(1), 180–182. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.04.011.

Zelenka, J., Azubuike, T., & Pásková, M. (2021). Trust model for online reviews of tourism services and evaluation of destinations. *Administrative Sciences*, *11*(2), 34.

# Uzmanlaşma Eğitimlerinin Görünürlüğü: TUREB ve Turist Rehberleri Odaları Web Siteleri Üzerine Bir İnceleme

Hatice Nur Kesimal[1] ve Hasret Ulusoy Mutlu[2]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi., Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

[2]Dr. Öğr. Üyesi, Turizm Fakültesi,
Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir

## Öz

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı, TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğüne ilişkin mevcut durumu tespit etmektir. Bu bağlamda TUREB ve turist rehberleri odaları tarafından; turist rehberlerinin kişisel ve mesleki gelişimine katkı sağlayan uzmanlaşma eğitimlerine web sitelerinde ne ölçüde yer verildiğinin saptanması ve birliğin ve odaların görünen yüzü olan web sitelerinde uzmanlaşma eğitimlerinin ne ölçüde yer bulduğunun belirlenmesi önem arz etmektedir. Araştırmanın amacından hareketle elde edilen bulgular ve erişilen sonuç; birlik ve turist rehberleri odaları tarafından yapılan uzmanlaşma eğitimlerinin ilgili web sitelerinde ne ölçüde paylaşıldığına, yer bulduğuna ve kamuoyuna duyurulduğuna işaret etmektedir. Gerçekleştirilen ve paylaşımı yapılan uzmanlaşma eğitimleri ve bu eğitimlerin göstergelerinin, ihtiyaç duyulabilecek uzmanlaşma alanları hususunda turist rehberlerine yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

**Yöntem:** Nitel araştırma yaklaşımının benimsendiği araştırmada, Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca kurulmuş olan birlik ve turist rehberleri odalarının web siteleri uzmanlaşma eğitimleri özelinde içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında birlik ve 13 odaya ait web siteleri 04.03.2026-17.03.2026 tarihleri arasında incelenmiş ve bu tarihten sonra yapılan paylaşımlar kapsam dışı bırakılmıştır.

**Bulgular:** Elde edilen veriler, uzmanlaşma eğitimlerinin yıllara göre dağılımı, uzmanlaşma eğitiminin yapıldığı oda isimleri, uzmanlaşma eğitimlerinin web sitesinde hangi alanda (üst menü, duyuru, haber vb.) yer aldığı noktasında bilgiler sunmaktadır. Ayrıca web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin paylaşımlar, "Uzmanlaşma Usul ve Esasları" çerçevesinde belirlenmiş olan alt kriterlere uygunluk bağlamında belirli göstergeler altında sıklık ve yüzde değerler verilerek değerlendirilmiştir. Yapılan paylaşımlarda hangi odanın hangi uzmanlaşma eğitimine ve bu eğitimin detaylarına ne ölçüde yer verdiği de saptanmıştır. Araştırmanın bulgularından hareketle elde edilen temel sonuç, ilgili web sitelerinde uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünün yüksek düzeyde olmadığıdır. İlgili web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimleri sayısı ve paylaşım içerikleri dikkate alındığında web sitelerinin uzmanlaşma eğitimleri özelinde aktif kullanılmadığı söylenebilmektedir. Uzmanlaşma eğitimlerinin 2013 yılına kadar uzandığı, eğitimlerin en fazla üst menüde yer aldığı görülmektedir. Uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünün en yüksek düzeyde olduğu web sitesinin birliğe ait olduğu; onu takip eden web sitesinin ise ÇARO'ya ait olduğu görülmektedir. Ayrıca birliğin web sitesinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin iş birliği içerisinde olunan odaların web sitesinde bulunmadığı sonucuna erişilmiştir. Uzmanlaşma eğitimleri alt kriter değerlendirmesi sonucunda eğitimlere ilişkin detayların olumsuz gösterge altında yoğunlaştığı saptanmıştır. Uzmanlaşma eğitimleri alt kriter değerlendirmesi sonucunda eğitimlere ilişkin detayların olumsuz gösterge altında yoğunlaştığı saptanmıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Araştırmanın turist rehberleri odalarının web sitesinde uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünün saptanması, eğitimlere ne ölçüde yer verildiğinin tespit edilmesi bakımından ilgili alanyazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Mevcut durum tespitiyle birlikte

araştırmanın daha sonra gerçekleştirilecek araştırmalara yol göstereceği; ayrıca hangi alanlarda uzmanlaşma eğitimine ihtiyaç olabileceği noktasında turist rehberlerine ışık tutacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İçerik Analizi, TUREB, Turist Rehberleri Odaları, Uzmanlaşma Eğitimi, Web Siteleri.

## 1. GİRİŞ

Uzman, bir alanda ayrıcalıklı bilgiye sahip olan ve sahip olduğu bu bilgi sayesinde bilgi hiyerarşisinin en yüksek basamağında yer alan kişidir (Yılmaz ve Erdem, 2016, s. 38). Genel anlamda turizmde uzmanlaşma coğrafi, doğal, tarihi ve kültürel alanlarda niş pazara yönelik önemli bir olgudur (Güçlütürk Baran ve Özoğul, 2018, s. 42). Özel ilgi turlarını talep eden turistlerin beklentilerini karşılayıp memnuniyet düzeyini arttırmak turist rehberlerinin bu alanlara yönelik eğitilmesi ile mümkün olmaktadır (Akpınar ve Avcı, 2021, s. 758). Arkeoloji, din, gastronomi, sanat, mimari vb. konularda uzmanlaşmış ve mesleğini bu konu üzerinden gerçekleştiren turist rehberleri, uzman rehber olarak anılmaktadır (Çetin ve Kızılırmak, 2012, s. 314; Akpınar ve Avcı, 2021, s. 758). Bu bağlamda uzman rehber; ilgili alanda uzmanlık eğitimi alıp kendini geliştirmiş ve bilgi birikimini derinleştirmiş, tur operatörleri tarafından ihtiyaç duyulan nadir rehberler olarak tanımlanmaktadır (Yenipınar ve Yılmaz, 2019, s. 4). Turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılıp destinasyonların zenginliğini artırmak amacıyla ortaya çıkan özel ilgi turları uzman rehber ihtiyacını da beraberinde getirmiştir (Celep, 2022, s. 29). Turist rehberine ve turist rehberliği mesleğinin hizmet alanına katkı sağlaması bağlamında uzmanlaşma eğitim programları önem arz etmektedir (Karamustafa ve Kılıçhan, 2024, s. 269). Turist rehberliğinde uzmanlaşma, uzman turist rehberini ayrıcalıklı bir konuma getirmesi ve uzman rehberlerin fikrinin de bu bağlamda değer kazanması hususunda önem arz etmektedir. Uzmanlaşmış rehber, çok sayıda tur operatörü tarafından tercih edilmekte ve turist rehberine, çalışacağı tur operatörünü seçme özgürlüğü vermektedir. Meslektaşları arasında marka turist rehberi olarak görülen turist rehberi diğer paydaşlar tarafından da seçkin görünmektedir ve bu durum rehberin kazancında artışı da beraberinde getirmektedir (Yenipınar ve Yılmaz, 2019, s. 10).

Türkiye'de uzmanlık eğitimleri; Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliğinin 20. Maddesi *"(1) Turizm çeşitliliği dikkate alınarak, bölgelerine göre uzman turist rehberi yetiştirilmesi ve turist rehberlerinin çeşitli konularda eğitilmesi amacıyla, Bakanlığın gözetim ve denetimi altında TUREB veya TUREB'in uygun görüşü ile odalar tarafından ücretli veya ücretsiz uzmanlık eğitimi programları düzenlenebilir. TUREB ve odalar bu konuda eğitim vermeye yetkili kamu kurum ve kuruluşlarıyla, yükseköğretim kurumlarıyla, konusunda uzmanlaşmış özel şahıslarla, diğer meslek kuruluşları ve özel kuruluşlarla iş birliği yapabilir.(2) Uzmanlaşma eğitim programına katılan ve eğitim sonucunda yapılan sınavlarda başarılı olan turist rehberlerine TUREB tarafından bir uzmanlık sertifikası verilir ve sicile işlenir.(3) Uzmanlaşma eğitimi ve sınavlara ilişkin usul ve esaslar TUREB tarafından belirlenir."* ibaresiyle Bakanlık ve TUREB gözetiminde TUREB veya meslek odaları tarafından yapılabilmektedir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2024). "Uzmanlaşma Eğitimi Usul ve Esasları" 30.09.2015 tarihli Yönetim Kurulu'nda görüşülerek kabul edilmiştir. Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimlerinin, ilgili kanun ve yönetmelikler doğrultusunda, aşağıda yer alan esaslar çerçevesinde yapılacağı TUREB web sitesinde kamuoyu ile paylaşılmaktadır. İlgili usul ve esaslarda; uzmanlaşma eğitimlerinin teorik kısmının çevrimiçi, uygulama kısmının ve sınavların yüz yüze yapılacağı, detaylı programının ve eğitmenlerinin oda tarafından birlik onayına sunulacağı, en az beş gün olarak düzenleneceği, ilgili kişi ve kurumlarla iş birliği yapılabileceği, birlik tarafından programın turist rehberlerine e-posta yoluyla duyurulacağı, sınavların çoktan seçmeli hazırlanacağı, turist rehberlerinin başarılı sayılabilmeleri için 100 puan üzerinden en az 75 almaları gerektiği, başarılı olan turist rehberlerinin uzmanlık sertifikalarının odalarına gönderileceği ve uzmanlıkların turist rehberlerinin siciline işleneceği ifade edilmiştir (TUREB, 2026a).

6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu gereği kurulan, rehberlerin etkin rol oynaması ve ülkenin kültür turizm politikaları çerçevesinde tanıtılması ve kaçak rehberlik sorununun önlenmesi amacıyla çalışan Turist Rehberleri (Odaları) Birliği (TUREB); 1998 yılında mevcut dört mesleki örgütlenmenin (İstanbul Turist Rehberleri Esnaf Odası (İRO), Ankara Turist Rehberleri Derneği (ARED), Antalya Rehberler Derneği (Rehberant) ve İzmir Turist Rehberleri Esnaf Odası başkanları) bir araya gelerek imzaladıkları bir protokolle birlikte kurulmuştur. 22.06.2012 tarihinde 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca Türkiye'de kurulan 13 odanın bir araya gelmesiyle birlikte, resmi ilk Olağan Genel Kurulu'nu gerçekleştirmiştir (TUREB, 2026b).

TUREB, altısı bölgesel meslek odası (Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası (ADRO), Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası (BURO), Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası (ÇARO), Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası (GARO), Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberler Odası (ŞURO), Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası (TRO)) ve yedisi meslek odası (Ankara Turist Rehberleri Odası (ANRO), Antalya Rehberler Odası (ARO), Aydın Turist Rehberleri Odası (ATRO), İstanbul Rehberler Odası (İRO), İzmir Turist Rehberleri Odası (İZRO), Muğla Turist Rehberleri Odası (MUTRO), Nevşehir Rehberler Odası (NERO)) olmak üzere toplam 13 meslek odasını temsil etmektedir (TUREB, 2026c).

## 2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

İlgili alanyazın incelendiğinde TUREB ve turist rehberleri odalarına ilişkin yapılan çalışmaların varlığı dikkat çekmektedir. Ulusoy, Manav ve Köroğlu (2016) tarafından yapılan çalışmada turist rehberliği meslek kuruluşlarının turist rehberlerine sağladıkları destekler incelenmiştir. Araştırmada meslek kuruluşlarının "eğitim gezileri, eğitim faaliyetleri ve uzmanlaşma eğitimleri, kurslar, söyleşi/konferans/seminerler, sosyal ortamlarda gerçekleştirilen etkinlikler ve diğer destekler" kapsamında destek sağladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ön Esen ve Kılıç (2019) tarafından yapılan çalışmada turist rehberleri meslek odalarının Facebook kullanımları incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemi kullanılan bu çalışmada doküman incelemesi yapılmıştır. Araştırmada 2018 yılına ait (yüksek sezon olan Temmuz ve düşük sezon Aralık aylarında) paylaşımlar incelenmiştir. Araştırmada en çok paylaşım yapan meslek odasının İRO olduğu görülmüştür. Yapılan araştırmada odaların üyelerini ve kamuoyunu bilgilendirme amacıyla paylaşımlar yaptığı tespit edilmiştir. Güdü Demirbulat ve Saatcı (2022) tarafından yapılan çalışmada Instagram sosyal medya hesapları üzerinden turist rehberliği meslek odalarının COVID-19 pandemi dönemindeki faaliyetleri incelenmiştir. Araştırma sonucunda; en fazla paylaşımın Aydın Turist Rehberleri Odası, en az paylaşımın ise Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası tarafından yapıldığı belirlenmiştir. Yapılan etkinlikler bağlamında "canlı yayın ya da söyleşi" gerçekleştirildiği ve bu etkinliklerin en fazla İstanbul Rehberler Odası tarafından yapıldığı görülmektedir. Kabakulak ve Boyraz (2023) tarafından yapılan çalışmada TUREB, TUREB'e bağlı meslek odaları ve Turist Rehberleri Vakfı'nın (TUREV) koronavirüs salgını sürecinde düzenledikleri çevrimiçi etkinlikler incelenmiştir. Bu doğrultuda nitel araştırma yöntemlerinden doküman- arşiv tarama tekniğinden yararlanılarak ilgili birimlerin hangi çevrimiçi sitelerden (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube vb.) paylaşımlarını gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Yapılan etkinliklerin paylaşımında en çok Instagram hesaplarının kullanıldığı görülmüştür.

TUREB ve turist rehberleri odaları web siteleri içerik analizi ve turist rehberliğinde uzmanlaşmaya ilişkin ayrı ayrı yapılmış olan çalışmaların var olduğu görülmektedir. Manav, Ulusoy ve Köroğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada meslek kuruluşlarının web siteleri içerik analiziyle incelenmiştir. Çalışma kapsamına 13 meslek odasının ve TUREB'in web sitesinin dahil edildiği görülmüştür. Araştırmada on üç meslek kuruluşunun TUREB'e bağlı olmalarına rağmen web sitelerinin kendilerine özgün olduğu ifade edilmiştir. Araştırmanın değerlendirilmesinde 61 ölçüt belirlenmiş olup bu kriterlerin web sitelerinde var olup olmadığı incelenmiştir. Sonuç olarak değerlendirme ölçütlerinin en fazla İRO tarafından karşılandığı tespit edilmiştir. Celep (2022) tarafından yapılan çalışmada literatür taraması yönteminden yararlanılarak Türkiye'de 2022 Mart ayına kadar yapılan uzmanlaşma eğitim programları, turist rehberliği eğitim müfredatları ve

Türkiye'de özel ilgi turları ve turist rehberliğinde uzmanlaşma usul ve esasları incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda uzmanlaşma eğitimlerinin nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesi gerektiği sonucuna varıldığı görülmüştür. Toksöz (2024) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'de turist rehberliği yapan rehberlerin uzmanlaşmaya yönelik görüşleri incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması kullanılan bu araştırmada turist rehberleriyle görüşülmüştür. Elde edilen veriler ışığında katılımcıların çoğunun turist rehberliğinde uzmanlaşmanın gerekli olduğunu düşündüğü ortaya çıkarılmıştır. Karamustafa ve Kılıçhan (2024) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'de turist rehberliğinde uzmanlaşma konusunun mevcut durumunu incelenip potansiyel alanlarda uzmanlaşma önerileri sunulmuştur. Araştırmada literatür taraması yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmada Türkiye'de uzmanlık alanlarının meslek odalarının düzenlediği eğitimler doğrultusunda ilerlediği görülmüştür. Araştırmada bölgelerin çekicilikleri dikkate alınarak potansiyel uzmanlaşma alanları değerlendirilmiştir.

İlgili alanyazında meslek kuruluşlarının web sitelerinin içerik analiziyle incelendiği bir çalışmaya rastlanmıştır (Manav vd. 2017). Mevcut araştırma ise TUREB ve turist rehberleri odalarını uzmanlaşma eğitimleri özelinde incelemeyi amaçlamaktadır. TUREB ve turist rehberleri odaları tarafından; turist rehberlerinin kişisel ve mesleki gelişimine katkı sağlayan uzmanlaşma eğitimlerine web sitelerinde ne ölçüde yer verildiğinin saptanmasının ve birliğin ve odaların görünen yüzü olan web sitelerinde uzmanlaşma eğitimlerinin ne ölçüde yer bulduğunun belirlenmesinin önem arz ettiği düşünülmektedir. Ayrıca araştırmanın turist rehberleri odalarının web sitesinde uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünün saptanması, eğitimlere ne ölçüde yer verildiğinin tespit edilmesi bakımından ilgili alanyazına katkı sağlayacağı ve mevcut durum tespitiyle birlikte araştırmanın daha sonra gerçekleştirilecek araştırmalara yol göstereceği; ayrıca hangi alanlarda uzmanlaşma eğitimine ihtiyaç olabileceği noktasında turist rehberlerine ışık tutacağı öngörülmektedir.

## 3. YÖNTEM

### 3.1. Araştırmanın Amacı, Soruları ve Sınırlılıkları

Bu araştırmada, TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğüne ilişkin mevcut durumu tespit etmek amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda aşağıda yer alan sorulara yanıt aranmıştır:

- TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinde uzmanlaşma eğitimleri hangi tarihe kadar uzanmaktadır?

- TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinde uzmanlaşma eğitimlerine nerede yer verilmektedir?

- TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinde hangi uzmanlaşma eğitimleri bulunmaktadır? Hangi web sitesinde uzmanlaşma eğitimlerine daha fazla ve daha az yer verilmiştir?

- TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerinin alt kriter karşılama sıklık ve yüzde değerleri nelerdir?

Araştırmada veriler, yalnızca TUREB ve turist rehberleri odalarının resmî web sitelerinden elde edilmiş olup ilgili birlik ve odaların sosyal medya hesapları kapsam dışı bırakılmıştır. Uzmanlaşma eğitimlerinin incelendiği tarih aralığı, bu araştırmanın en temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Veri toplama süreci 02 Mart 2026-17 Mart 2026 tarihleriyle sınırlandırılmıştır. Belirtilen tarih aralığından sonra paylaşımı yapılan uzmanlaşma eğitimleri değerlendirmeye alınmamıştır.

### 3.2. Araştırmanın Veri Grubu

Araştırmada veri grubunu TUREB ve 6326 sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu" uyarınca kurulmuş olan yedi meslek odası ile altı bölgesel meslek odası olmak üzere toplam 13 meslek

odasının web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimleri oluşturmaktadır. 02 Mart 2026-17 Mart 2026 tarihleri arasında ilgili web siteleri incelemiş olup bu tarihten itibaren yapılan paylaşımlar kapsam dışı bırakılmıştır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği tarih aralığında İZRO (İzmir Turist Rehberleri Odası) web sitesine erişilememiş ve ilgili web sitesi kapsam dışı bırakılmıştır. Verilen sıklık ve yüzde değerler, birlik ve 12 odanın web sitesinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin bilgileri kapsamaktadır. Tablo 1'de TUREB ve turist rehberleri odalarına ilişkin tanımlayıcı bilgiler yer almaktadır. İlgili tabloda turist rehberleri odalarının yetkili olduğu il/illere, odaların kuruluş tarihlerine, güncel üye sayılarına, yer verdikleri uzmanlaşma eğitimleri sayısına ve web sitesi adreslerine yer verilmiştir. Ayrıca TUREB kuruluş tarihi, uzmanlaşma eğitimleri sayısı ve web sitesi adresi de verilen bilgiler arasındadır.

**Tablo 1. TUREB ve Turist Rehberleri Odalarına İlişkin Bilgiler**

| ODALAR | | YETKİLİ OLDUĞU İL/İLLER | KURULUŞ TARİHİ* | ÜYE SAYISI | UZMANLAŞMA EĞİTİMİ SAYISI** | WEB SİTESİ URL*** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **TUREB** | Turist Rehberleri Odaları Birliği | - | 22.06.2012 | - | 23 | tureb.org.tr/ |
| **ADRO** | Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası | Adana, Mersin, Osmaniye | 11.03.2013 | 211 | - | adro.org.tr/tr/ |
| **ANRO** | Ankara Turist Rehberleri Odası | Ankara, Afyonkarahisar, Bartın, Çankırı, Çorum, Eskişehir, Karabük, Karaman, Kastamonu, Kırıkkale, Konya, Zonguldak | 11.03.2013 | 1150 | 2 | anro.org.tr/ |
| **ARO** | Antalya Turist Rehberleri Odası | Antalya, Burdur, Isparta | 22.06.2012 | 1948 | 3 | aro.org.tr |
| **ATRO** | Aydın Turist Rehberleri Odası | Aydın, Denizli | 11.03.2013 | 972 | 6 | atro.org.tr |
| **BURO** | Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası | Bursa, Bilecik, Kütahya | 11.03.2013 | 266 | - | buro.org.tr |
| **ÇARO** | Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası | Çanakkale, Balıkesir, Tekirdağ | 11.03.2013 | 398 | 8 | caro.org.tr |
| **GARO** | Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası | Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya | 11.03.2013 | 224 | - | garo.org.tr |
| **İRO** | İstanbul Turist Rehberleri Odası | İstanbul, Bolu, Düzce, Edirne, Kırklareli, Kocaeli, Sakarya, Yalova | 22.06.2012 | 6091 | - | iro.org.tr |
| **İZRO** | İzmir Turist Rehberleri Odası | İzmir, Manisa, Uşak | 22.06.2012 | 1305 | - | izro.org.tr/ |
| **MUTRO** | Muğla Turist Rehberleri Odası | Muğla | 11.03.2013 | 525 | - | mutro.org.tr |
| **NERO** | Nevşehir Turist Rehberleri Odası | Nevşehir, Aksaray, Kayseri, Kırşehir, Niğde, Sivas, Yozgat | 11.03.2013 | 1215 | - | nero.org.tr |
| **ŞURO** | Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası | Şanlıurfa, Adıyaman, Ağrı, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Hakkâri, Mardin, Muş, Siirt, Şırnak, Tunceli, Van | 11.03.2013 | 311 | 2 | suro.org.tr |
| **TRO** | Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası | Trabzon, Amasya, Ardahan, Artvin, Bayburt, Erzincan, Erzurum, Gümüşhane, Giresun, Iğdır, Kars, Ordu, Rize, Samsun, Sinop, Tokat | 11.03.2013 | 212 | - | tro.org.tr |

* 6326 sayılı Kanun ile belirtilen tarihlerde rehber odası niteliğini kazanmıştır.
** Sayılara, TUREB ve turist rehberleri odalarının web siteleri incelenerek erişilmiştir.
*** Web siteleri https://www uzantılıdır.

**Kaynak:** Turist Rehberleri Odaları Birliği [TUREB] (2026). Web: Üye Odalar, https://www.tureb.org.tr/Oda, Erişim Tarihi: 02.03.2026.

### 3.3. Veri Toplama Süreci

Araştırma kapsamında yer alan veriler, TUREB ve 6326 sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu" uyarınca kurulmuş olan meslek odalarının web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerinden elde edilmiştir. 2 Mart 2026-17 Mart 2026 tarihleri arasında ilgili web siteleri uzmanlaşma eğitimleri özelinde incelenmiştir. TUREB ve 12 odanın web siteleri üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliğinin 20. Maddesindeki *"(1) ... Bakanlığın gözetim ve denetimi altında TUREB veya TUREB'in uygun görüşü ile odalar tarafından ... uzmanlık eğitimi programları düzenlenebilir."* ifadesinden hareketle TUREB web sitesi araştırmaya dahil edilmiştir. TUREB ve 12 odanın web siteleri üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma, etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

### 3.4. Verilerin Analizi

Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı araştırmada verilerin analizinde, içerik analizi tekniğine başvurulmuştur. İçerik analizi, sosyal bilimlerde sıklıkla başvurulan sistematik bir tekniktir ve en önemli özelliklerinden biri de sayısallaştırma işlemidir. Mantıksal bir yapı çerçevesinde "kodlama işlemi yapma ve sayısal değerler verip yorumlama aşamaları" bulunmaktadır (Büyüköztürk vd., 2016, s. 250-251). İçerik analizinde yazılı metinlerin içeriği dikkate alınmakta; bir kavram, olay veya düşüncenin "en fazla" ve "en az" vurgulanma durumuna işaret ederek belirli bir sonuca ulaşmak amaçlanmaktadır (Kozak, 2017, s. 138).

Araştırmada içerik analiziyle birlikte, TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin verilerin toplanması, sınıflandırılması ve "alt kriterler-göstergeler" bağlamında değerlendirilmesi adımları izlenmiştir. İlgili kodlamada yer verilen alt kriterlerin büyük bir çoğunluğu "Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi Uygulama Usul ve Esasları" çerçevesinde hazırlanmış, bir kısmı ise web sitesi görünürlüğü dikkate alınarak araştırmacılar tarafından belirlenmiştir. Uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin verilerin analizi, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde değerleri hesaplanarak gerçekleştirilmiştir.

## 4. BULGULAR

TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerindeki uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğüne ilişkin mevcut durumunun tespit edilmesi amacıyla yapılan araştırmada ilgili web siteleri belirtilen tarih aralığında ziyaret edilerek incelenmiştir. Yapılan incelemede TUREB web sitesinde ve ATRO web sitesinde yapılan duyuruların ve bilgisi verilen uzmanlaşma eğitimlerinin 2013 yılına kadar uzandığı tespit edilmiştir. Diğer turist rehberleri odalarının web sitelerinde de benzer durumlar ortaya çıkmıştır. ARO web sitesinde yapılan duyuruların ve bilgisi verilen uzmanlaşma eğitimlerinin 2015 yılına kadar uzandığı; ŞURO web sitesinde yapılan duyuruların ve bilgisi verilen uzmanlaşma eğitimlerinin 2022 yılına kadar uzandığı saptanmıştır. Diğer taraftan, ÇARO web sitesinde yer verilen haberlerin 2017 yılına, uzmanlaşma eğitimlerinin 2019 yılına kadar uzandığı; ANRO web sitesinde yapılan duyuruların 2018 yılına, uzmanlaşma eğitimlerinin 2025 yılına kadar uzandığı belirlenmiştir. Bunların yanı sıra NERO ve MUTRO web sitelerindeki eski tarihli duyuruların 2019 yılına, İRO web sitesindeki eski tarihli duyuruların 2023 yılına, GARO web sitesindeki eski tarihli duyuruların 2024 yılına, GARO web sitesindeki eski tarihli duyuruların ise 2025 yılına uzanmasına rağmen bu duyurular içerisinde uzmanlaşma eğitimleriyle ilgili bir duyuruya rastlanmamıştır. Ayrıca İZRO web sitesi açılmamakla birlikte, ADRO ve TRO web sitelerinde eski tarihli duyurulara ve bu duyurular içerisinde uzmanlaşma eğitimleriyle ilgili bir duyuruya rastlanmamıştır.

### 4.1. Uzmanlaşma Eğitimlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımı

Araştırmada ilk olarak ilgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin yıllar itibariyle görünürlüğü incelenmiştir. Bu doğrultuda Tablo 2'de uzmanlaşma eğitimlerinin yıllar itibariyle dağılımına yer verilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde ADRO, BURO, GARO, İRO, MUTRO, NERO ve TRO web sitelerinde uzmanlaşma eğitimine yer verilmediği görülmektedir.

Diğer web sitelerinde toplamda 21 uzmanlaşma eğitimi tespit edilmiş olup 2020 yılına, 2018 yılına ve 2013 yılı öncesine ait uzmanlaşma eğitimi bulunamamıştır. Uzmanlaşma eğitimlerine ilk olarak 2013 yılında son olarak 2026 yılında yer verilmiştir.

Tekrarlanma sıklıklarına genel olarak bakıldığında, uzmanlaşma eğitimlerinin en sık tekrarlandığı (n=8) web sitesinin ÇARO'ya ait olduğu; en az tekrarlandığı (n=2) web sitelerinin ANRO ve ŞURO'ya ait olduğu tespit edilmiştir. İlgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin en sık tekrarlandığı (n=4) yıl ise 2026 yılı olduğu ve bunun da eğitimlerin %19,05'ini oluşturduğu görülmektedir. Bu sıklığı sırasıyla 2022 yılı (n=3), 2015 (n=2), 2021 (n=2), 2023 (n=2) ve 2025 yılı (n=2) takip etmektedir.

**Tablo 2. Uzmanlaşma Eğitimlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımına İlişkin Bilgiler**

| Yıl | n | % | ADRO | ANRO | ARO | ATRO | BURO | ÇARO | GARO | İRO | İZRO | MUTRO | NERO | ŞURO | TRO |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **2026** | 4 | 19,05 | - | ✓ | - | - | - | ✓ | - | - | | - | - | - | - |
| **2025** | 2 | 9,52 | - | ✓ | - | - | - | ✓ | - | - | | - | - | - | - |
| **2024** | 1 | 4,76 | - | - | - | - | - | ✓ | - | - | | - | - | - | - |
| **2023** | 2 | 9,52 | - | - | - | ✓ | - | | - | - | | - | - | - | - |
| **2022** | 3 | 14,29 | - | - | - | - | - | ✓ | - | - | | - | - | ✓ | - |
| **2021** | 2 | 9,52 | - | - | ✓ | ✓ | - | | - | - | | - | - | - | - |
| **2019** | 1 | 4,76 | - | - | - | - | - | ✓ | - | - | | - | - | - | - |
| **2017** | 1 | 4,76 | - | - | - | ✓ | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| **2016** | 1 | 4,76 | - | - | ✓ | | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| **2015** | 2 | 9,52 | - | - | ✓ | ✓ | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| **2014** | 1 | 4,76 | - | - | - | ✓ | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| **2013** | 1 | 4,76 | - | - | - | ✓ | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| **TOPLAM** | **21** | **100** | **-** | **2** | **3** | **6** | **-** | **8** | **-** | **-** | | **-** | **-** | **2** | **-** |

### 4.2. Uzmanlaşma Eğitimlerinin Web Sitelerindeki Yerleri

Araştırmada uzmanlaşma eğitimlerinin ilgili odaların web sitelerinde nerede yer aldıklarına ilişkin incelemeler yapılmıştır. Bu doğrultuda Tablo 3'te uzmanlaşma eğitimlerinin web sitelerindeki yerlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Yukarıda yer verilen uzmanlaşma eğitimlerinin sayısıyla (n=21) web sitelerindeki yerlerine ilişkin verilen uzmanlaşma eğitimlerinin sayısının (n=33) aynı olmaması, ilgili web sitelerinde aynı uzmanlaşma eğitiminin farklı başlıklar altında birden fazla kez tekrarlanmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca ADRO web sitesinde üst menüde "Eğitim ve Etkinlikler" başlığı altında uzmanlaşma eğitimine ilişkin bir başlık açılıp görünürlüğü sağlanmasına rağmen başlık içerisinde uzmanlaşma eğitimlerine yer verilmemiştir. Bunun yanı sıra ÇARO web sitesinde üst menüde açılmış olan "Uzmanlık eğitimi" başlığı altında daha önce uzmanlaşma eğitimlerine katılan turist rehberlerinin kullanıcı adı ve şifresiyle giriş yapabildikleri bir veri tabanı (dokümanlar, videolar vb.) yer almaktadır ancak bu başlık altında uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin bilgi ve detaylar bulunmamaktadır.

Tablo 3 incelendiğinde uzmanlaşma eğitimlerine web sitelerinde farklı başlıklar altında yer verildiği tespit edilmiştir. Uzmanlaşma eğitimlerinin en fazla "Üst Menü"de (n=16) yer aldığı görülmektedir. Bu da uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünün %48,48'nin üst menüde bulunduğunu göstermektedir. "Üst Menü" başlığını (n=16), sırasıyla "Haberler" (n=10), "Faaliyet Raporu" (n=4), "Duyurular" (n=2) ve "Etkinlikler" (n=1) başlıkları takip etmektedir.

Uzmanlaşma eğitimlerinin yer verildiği alanlar üst menü başlığı altında da farklılıklar göstermektedir. Uzmanlaşma eğitimlerine üst menüde en fazla "Duyurular&Etkinlikler" (n=7) başlığı altında yer verilmiştir. Bu başlığı sırasıyla "Haberler" (n=3), "Duyurular" (n=2), "Kurumsal" (n=2), "Eğitim ve Etkinlikler" (n=1) ve "Uzmanlık Eğitimi" (n=1) başlıkları izlemektedir.

**Tablo 3. Uzmanlaşma Eğitimlerinin Web Sitelerindeki Yerlerine İlişkin Bilgiler**

| Ana Sayfa | Alt Başlık | n | % | ADRO | ANRO | ARO | ATRO | BURO | ÇARO | GARO | İRO | İZRO | MUTRO | NERO | ŞURO | TRO |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Üst Menü | Eğitim ve Etkinlikler | 1 | 3,03 | ✓ | - | - | - | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| | Kurumsal | 2 | 6,06 | - | ✓ | - | | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| | Haberler | 3 | 9,09 | - | - | ✓ | | - | | | - | | - | - | ✓ | |
| | Duyurular& Etkinlikler | 7 | 21,21 | - | - | - | ✓ | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| | Uzmanlık Eğitimi | 1 | 3,03 | - | - | - | - | - | ✓ | - | - | | - | - | - | - |
| | Duyurular | 2 | 6,06 | - | - | - | - | - | - | - | - | | - | - | ✓ | - |
| Duyurular | | 2 | 6,06 | - | - | ✓ | | - | ✓ | - | | | - | - | - | - |
| Haberler | | 10 | 30,30 | - | - | ✓ | | - | ✓ | - | - | | - | - | - | - |
| Etkinlikler | | 1 | 3,03 | | | | | | ✓ | - | - | | - | - | - | - |
| Faaliyet Raporu | | 4 | 12,12 | - | - | - | | - | ✓ | - | - | | - | - | - | - |
| **TOPLAM** | | **33** | **100** | **1** | **2** | **3** | **7** | **-** | **16** | **-** | **-** | | **-** | **-** | **4** | **-** |

### 4.3. Web Sitelerinde Yer Verilen Uzmanlaşma Eğitimleri

Araştırmada ilgili odaların web sitelerinde hangi uzmanlaşma eğitimlerinin yer aldığına dair görünürlük incelenmiştir. Bu doğrultuda Tablo 4'te web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Tablo 4 incelendiğinde ANRO, ARO, ATRO, ÇARO ve ŞURO web sitelerinde uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünün bulunduğu söylenebilmektedir. İlgili web sitelerinde hangi uzmanlaşma eğitiminin yürütüldüğüne ilişkin bilgiler yer almaktadır. Veriler incelendiğinde uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünün en fazla olduğu web sitesi ÇARO'ya (n=8) aittir. Bu da ilgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin %38,09'unun ÇARO web sitesinde yer aldığına işaret etmektedir. Bu web sitesini sırasıyla ATRO (n=6), ARO (n=3), ANRO (n=2) ve ŞURO (n=2) web siteleri takip etmektedir.

Araştırmada ilgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin hangi alanlarda yoğunlaştığı da incelenmiştir. Uzmanlaşma eğitimleri arasında en fazla görünürlüğü bulunan uzmanlaşma eğitimi "Çanakkale Savaşları ve Gelibolu Tarihi Alanı" (n=6) olmuştur. Bu uzmanlaşma eğitimini sırasıyla "Çanakkale" (n=2) ve "Troas Arkeolojisi ve Aeneas" (n=2) takip etmektedir. Uzmanlaşma eğitimlerinin büyük bir kısmının Çanakkale özelinde gerçekleştirildiği söylenebilmektedir. Ayrıca ilgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin genel olarak bulundukları coğrafya özelinde gerçekleştirildiği görülmektedir.

ÇARO web sitesinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin teorik kısımlarının daha çok uzaktan eğitim (n=5) yoluyla gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Bu uzmanlaşma eğitimleri "Çanakkale Savaş Alanları ve Gelibolu Tarihi Alanı" ve "Troas Arkeolojisi ve Aeneas" üzerinde yoğunlaşmaktadır. Ayrıca ÇARO web sitesinde yer alan "Troya ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı" uzmanlaşma eğitiminin, TUREB iş birliğiyle yapıldığı ifade edilen tek uzmanlaşma eğitimi olduğu görülmektedir.

**Tablo 4. Uzmanlaşma Eğitimlerine İlişkin Bilgiler**

| Uzmanlaşma Eğitimi | n | % | ADRO | ANRO | ARO | ATRO | BURO | ÇARO | GARO | İRO | İZRO | MUTRO | NERO | ŞURO | TRO |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| İnönü'den Sakarya'ya Millî Mücadele Rotası Uzmanlık Eğitimi<br>Anıtkabir Uzmanlık Eğitimi | 2 | 9,52 | - | ✓ | - | - | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| Akseki-İbradı Bölgesi Uzmanlaşma Eğitimi<br>Orta ve Doğu Karadeniz Uzmanlaşma Eğitimi<br>Isparta-Burdur Uzmanlık Eğitimi | 3 | 14,28 | - | - | ✓ | - | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| Çanakkale Uzmanlık Eğitimi ve Uygulama Gezisi<br>II. Çanakkale Uzmanlık Eğitimi ve Uygulama Gezisi<br>Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlaşma Eğitimi<br>İslam Sonrası Türk Defin Kültürü ve Mezar Taşları Sanatı Uzman Rehberlik Eğitimi<br>Efes ve Yakın Çevresi Uzmanlık Programı<br>Doğa Yürüyüş Grupları Uzmanlaşma Eğitimi Programı | 6 | 28,57 | - | - | - | ✓ | - | - | - | - | | - | - | - | - |
| Troya ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi (TUREB ile)<br>Çanakkale Savaş Alanları ve Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi (Uzaktan Eğitim)<br>Çanakkale Savaşları ve Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi<br>Troas Arkeolojisi ve Aeneas Uzmanlık Eğitimi (Uzaktan Eğitim)<br>Çanakkale Savaşları ve Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi (Uzaktan Eğitim)<br>Çanakkale Savaşları ve Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi 2026 (Uzaktan Eğitim)<br>Troas Arkeolojisi ve Aeneas Uzmanlık Eğitimi (Uzaktan Eğitim)<br>Dünya Denizcilik Tarihi ve Türk Denizciliği Uzmanlık Eğitimi | 8 | 38,09 | - | - | - | - | - | ✓ | - | - | | - | - | - | - |
| Doğu Anadolu Zap & Botan Havzaları Uzmanlık Programı<br>Mezopotamya Uzmanlık Eğitimi Programı | 2 | 9,52 | - | - | - | - | - | - | - | - | | - | - | ✓ | - |
| **TOPLAM** | **21** | **100** | | **2** | **3** | **6** | **-** | **8** | **-** | **-** | | **-** | **-** | **2** | **-** |

### 4.4. Uzmanlaşma Eğitimlerine İlişkin Alt Kriter Değerlendirmesi

Araştırmada ilgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin paylaşılan detayların görünürlüğü incelenmiştir. Tablo 5'te uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin alt kriter değerlendirmesine ilişkin bilgiler yer almaktadır. İlgili tabloda yer verilen alt kriterlerin büyük bir çoğunluğu "Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi Uygulama Usul ve Esasları" çerçevesinde hazırlanmış, bir kısmı ise web sitesi görünürlüğü dikkate alınarak araştırmacılar tarafından belirlenmiştir. Uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin paylaşılan bilgilerin ilgili alt kriterleri sağlayıp sağlamadıkları değerlendirilmiş ve tabloya işlenmiştir. İlgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin verilen detaylar, "Uzmanlaşma Eğitimi Alt Kriterleri" ile "Var/Yok" göstergeleri karşılaştırılarak ve sıklık ve yüzde değerleri verilerek değerlendirilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde, toplamda 16 alt kriter bulunduğu ve bu alt kriterlerin, "Var/Yok" göstergeleri ile eşleştirildiği görülmektedir. Yukarıda yer verilen uzmanlaşma eğitimlerinin sayısıyla (n=21) uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin alt kriterlerle "Var/Yok" göstergeleri karşılaştırmasındaki uzmanlaşma eğitimlerinin sayısının (n=28) aynı olmaması, web sitesinde uzmanlaşma eğitimine ilişkin bilgi bulunmayan yedi odanın, ilgili alt kriterler bağlamında "Yok" göstergesi altında birer kez kodlanmasından kaynaklanmaktadır.

İlgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin detaylar alt kriterlere göre değerlendirildiğinde, bu alt kriterlerin her birinin kendi içerisinde toplam 28 kez tekrarlandığı tespit edilmiştir. Bu alt kriterlerin "Var" göstergesi altında toplamda 210 kez tekrarlandığı; "Yok" göstergesi altında ise toplamda 238 kez tekrarlandığı ve genel toplamda 448 kez tekrarlandığı görülmektedir. "Var" göstergesi altında en sık tekrarlanan alt kriter, "Uzmanlaşma Eğitiminin Adı" (n=21) alt kriteridir. Bu da uzmanlaşma eğitimlerinin isimlerine %75,00 oranında (yedi odanın web sitesinde uzmanlaşma eğitimlerinin bulunmaması sebebiyle) web sitelerinde yer verildiğini göstermektedir. Bu alt kriteri sırasıyla "Uzmanlaşma Eğitiminin Süresi" (n=20), "Uzmanlaşma Eğitiminin Başvuru Duyurusu/Paylaşımı" (n=19), "Uzmanlaşma Eğitiminin Duyuru Tarihi" (n=18), "Uzmanlaşma Eğitiminin Tarih Aralığı" (n=18) ve "Uzmanlaşma Eğitiminin Teorik/Pratik Eğitim Bilgisi" (n=18) alt kriterleri takip etmektedir. "Var" göstergesi altında hiç tekrarlanmayan alt kriter "Başarılı Rehber Bilgisi/Sayısı" (n=0) alt kriteridir. Bu alt kriteri sırasıyla "Uzmanlaşma Eğitiminin Başvuru Koşulları" (n=5), "Uzmanlaşma Eğitiminin Amacı" (n=7), "Uzmanlaşma Eğitiminin Tamamlanma Duyurusu/Paylaşımı" (n=7) ve "Uzmanlaşma Eğitiminin Katılımcı Kontenjanı" (n=8) takip etmektedir.

"Yok" göstergesi altında en sık tekrarlanan alt kriter, "Başarılı Rehber Bilgisi/Sayısı" (n=28) alt kriteridir. Bu da uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin yapılan paylaşımlarda sınav sonucunda başarılı olan ve sertifika alan rehber sayısının belirtilmemesine işaret etmektedir. Bu alt kriteri sırasıyla "Uzmanlaşma Eğitiminin Başvuru Koşulları" (n=23), "Uzmanlaşma Eğitiminin Amacı" (n=21), "Uzmanlaşma Eğitiminin Tamamlanma Duyurusu/Paylaşımı" (n=21) ve "Uzmanlaşma Eğitiminin Katılımcı Kontenjanı" (n=20) alt kriterleri takip etmektedir. "Yok" göstergesi altında en az sıklıkla tekrar edilen alt kriter, "Uzmanlaşma Eğitiminin Adı" (n=7) (yedi odanın web sitesinde uzmanlaşma eğitimlerinin bulunmaması sebebiyle) alt kriteridir. Bu alt kriteri sırasıyla "Uzmanlaşma Eğitiminin Süresi" (n=8), "Uzmanlaşma Eğitiminin Başvuru Duyurusu/Paylaşımı" (n=9), "Uzmanlaşma Eğitiminin Duyuru Tarihi" (n=10), "Uzmanlaşma Eğitiminin Tarih Aralığı" (n=10) ve "Uzmanlaşma Eğitiminin Teorik/Pratik Eğitim Bilgisi" (n=10) alt kriterleri takip etmektedir.

**Tablo 5. Uzmanlaşma Eğitimlerine İlişkin Alt Kriter Değerlendirmesine İlişkin Bilgiler**

| Uzmanlaşma Eğitimi Alt Kriterleri | VAR | | | YOK | | | TOPLAM | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | n | % | % | n | % | % | n | % |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Adı** | 21 | **10,00** | 75,00 | 7 | **2,94** | 25,00 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Amacı** | 7 | **3,33** | 25,00 | 21 | **8,82** | 75,00 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminde İş Birliği** | 16 | **7,61** | 57,14 | 12 | **5,04** | 42,85 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Başvuru Duyurusu/Paylaşımı** | 19 | **9,04** | 67,85 | 9 | **3,78** | 32,14 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Duyuru Tarihi** | 18 | **8,57** | 64,28 | 10 | **4,20** | 35,71 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Tarih Aralığı** | 18 | **8,57** | 64,28 | 10 | **4,20** | 35,71 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Başvuru Koşulları** | 5 | **2,38** | 17,85 | 23 | **9,66** | 82,14 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Teorik/Pratik Eğitim Bilgisi** | 18 | **8,57** | 64,28 | 10 | **4,20** | 35,71 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Süresi** | 20 | **9,52** | 71,42 | 8 | **3,36** | 28,57 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Programı** | 12 | **5,71** | 42,85 | 16 | **6,72** | 57,14 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Eğitmen Bilgisi** | 9 | **4,28** | 32,14 | 19 | **7,98** | 67,85 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Ücret Bilgisi** | 16 | **7,61** | 57,14 | 12 | **5,04** | 42,85 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Sınav Bilgisi** | 16 | **7,61** | 57,14 | 12 | **5,04** | 42,85 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Katılımcı Kontenjanı** | 8 | **3,80** | 28,57 | 20 | **8,40** | 71,42 | **28** | **100** |
| **Başarılı Rehber Bilgisi/Sayısı** | - | **-** | - | 28 | **11,76** | 100 | **28** | **100** |
| **Uzmanlaşma Eğitiminin Tamamlanma Duyurusu/Paylaşımı** | 7 | **3,33** | 25,00 | 21 | **8,82** | 75,00 | **28** | **100** |
| **TOPLAM** | **210** | **100** | **-** | **238** | **100** | **-** | **448** | **-** |

### 4.5. Uzmanlaşma Eğitimlerine İlişkin Alt Kriterler Eşleştirmesi

Araştırmada ilgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin alt kriter görünürlüğü incelenmiştir. Tablo 6'da uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin alt kriterler eşleşmesine yönelik bilgiler yer almaktadır. Tablo 6 incelendiğinde yukarıda ifade edilen alt kriterlerin (uzmanlaşma eğitimi adı tablo içinde verilmek suretiyle), yer aldığı turist rehberleri odalarıyla birlikte eşleşmesinin yer aldığı görülmektedir. Uzmanlaşma eğitimi alt kriterleri, "Var" göstergesi doğrultusunda eşleştirilmiş ve alt kriterler arasında uzmanlaşma eğitiminin en fazla "Süresi" (n=20) alt kriterinin karşılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu alt kriterden sonra en fazla "Başvuru Duyurusu/Paylaşımı (n=19)", "Duyuru Tarihi" (n=18) ve "Tarih Aralığı" (n=18) alt kriterleri karşılanmıştır. Uzmanlaşma eğitimleri özelinde alt kriterlerin en fazla karşılandığı uzmanlaşma eğitimi, ANRO web sitesinde yer alan "Anıtkabir Uzmanlık Eğitimi" (n=12) olmuştur. Bu uzmanlaşma eğitimini sırasıyla, ARO "Botanik Turizmi", (n=11), ATRO "Çanakkale" (n=11) ÇARO "Troya ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı" (n=11) ve "Çanakkale Savaş Alanları ve Gelibolu Tarihi Alanı" (n=11) uzmanlaşma eğitimleri takip etmektedir.

Alt kriterlerin "Var" göstergesiyle olan eşleşmesinde "Başarılı Rehber Bilgisi/Sayısı" alt kriterinin herhangi bir sıklığının bulunmadığı görülmektedir. ÇARO web sitesinde yer alan "Troya ve Çanakkale Savaşları Uzmanlık Eğitimi Programı"na yönelik paylaşımda metin içerisinde başarılı rehberlere ilişkin bilgi bulunmamasına karşın ilgili duyuru görselinde 11 turist rehberinde sertifika olduğu gözlemlenmiştir.

## Tablo 6. Uzmanlaşma Eğitimlerine İlişkin Alt Kriterler Eşleşmesine Yönelik Bilgiler

| Turist Rehberleri Odaları | Uzmanlaşma Eğitiminin Adı | Amacı | İş Birliği | Başvuru Duyurusu/ Paylaşımı | Duyuru Tarihi | Tarih Aralığı | Başvuru Koşulları | Teorik/Pratik Eğitim Bilgisi | Süresi | Programı | Eğitmen Bilgisi | Ücret Bilgisi | Sınav Bilgisi | Katılımcı Kontenjanı | Başarılı Rehber Bilgisi/Sayısı | Tamamlanma Paylaşımı | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ANRO | İnönü'den Sakarya'ya Millî Mücadele Rotası | - | ✓ | - | - | - | - | ✓ | ✓ | - | - | - | ✓ | - | - | ✓ | 5 |
| | Anıtkabir Uzmanlık Eğitimi | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | 12 |
| ARO | Antalya, Akseki ve İbradı Bölgesinde Alternatif Turizm Olarak: Botanik Turizmi Uzmanlaşma Eğitimi | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | - | ✓ | - | - | 11 |
| | Orta ve Doğu Karadeniz Uzmanlaşma Eğitimi | - | - | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | - | ✓ | - | - | 7 |
| | Isparta-Burdur Uzmanlık Eğitimi | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | - | - | 10 |
| ATRO | Çanakkale Uzmanlık Eğitimi ve Uygulama Gezisi | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 11 |
| | II. Çanakkale Uzmanlık Eğitimi ve Uygulama Gezisi | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 10 |
| | Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlaşma Eğitimi | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | - | - | - | - | - | - | - | 7 |
| | Efes ve Yakın Çevresi Uzmanlık Programı | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | - | ✓ | - | - | ✓ | 9 |
| | Doğa Yürüyüş Grupları Uzmanlaşma Eğitimi Programı | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | - | - | - | - | ✓ | ✓ | - | - | 6 |
| | İslam Sonrası Türk Defin Kültürü ve Mezar Taşları Sanatı Uzman Rehberlik Eğitimi | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | 9 |
| ÇARO | Troya ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi (TUREB ile) | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 11 |
| | Çanakkale Savaş Alanları ve Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi (Uzaktan Eğitim) | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | 11 |
| | Çanakkale Savaşları ve Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi | - | ✓ | - | - | - | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | - | ✓ | - | - | ✓ | 6 |
| | Troas Arkeolojisi ve Aeneas Uzmanlık Eğitimi (Uzaktan Eğitim) | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | 9 |
| | Çanakkale Savaşları ve Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi (Uzaktan Eğitim) | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | - | - | 10 |
| | Çanakkale Savaşları ve Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi (Uzaktan Eğitim) | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | ✓ | - | - | - | 8 |
| | Troas Arkeolojisi ve Aeneas Uzmanlık Eğitimi (Uzaktan Eğitim) | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | ✓ | - | - | - | 8 |
| | Dünya Denizcilik Tarihi ve Türk Denizciliği Uzmanlık Eğitimi | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | - | - | 10 |
| ŞURO | Doğu Anadolu Zap & Botan Havzaları Uzmanlık Programı | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | - | 9 |
| | Mezopotamya Uzmanlık Eğitimi Programı | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 10 |
| | **TOPLAM** | **7** | **16** | **19** | **18** | **18** | **5** | **18** | **20** | **12** | **9** | **16** | **16** | **8** | **-** | **7** | **-** |

### 4.6. TUREB Web Sitesinde Uzmanlaşma Eğitimlerinin Görünürlüğü

Araştırmada TUREB web sitesinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğü incelenmiştir. Bu doğrultuda Tablo 7'de TUREB web sitesinde uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğüne ilişkin bilgiler yer almaktadır. Uzmanlaşma eğitimlerinin TUREB iş birliği çerçevesinde yapıldığı dikkate alınarak, görünürlüğü doğru yansıtabilmek ve sıklık değerlerini doğru verebilmek (ortak uzmanlaşma eğitimlerini birden fazla kez tekrarlamamak üzere) adına TUREB web sitesi turist rehberleri odaları web sitelerinden ayrı değerlendirmeye alınmıştır. Tablo 7 incelendiğinde web sitesinde yer verilen eğitimlerin 2013 yılına kadar uzandığı, paylaşımı yapılan son uzmanlaşma eğitiminin ise 2022 yılına ait olduğu görülmektedir. TUREB web sitesinde uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğü üst menüde yer alan "Duyurular" (n=14) ve "Etkinlikler" (n=9) başlıkları altında yer bulmaktadır. Web sitesinde aynı zamanda anasayfada yer alan duyurular başlığı altında da uzmanlaşma eğitimlerine yer verilmekle birlikte bu eğitimler üst menüde yer alan uzmanlaşma eğitimleriyle bire bir örtüşmektedir. TUREB web sitesinde görünürlüğü bulunan toplam 23 uzmanlaşma eğitimine yer verilmiştir.

TUREB iş birlikleri göz önüne alındığında en fazla iş birliği bulunan odanın GARO olması dikkat çekmektedir. GARO (n=4) web sitesinde ilgili uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğü bulunmamaktadır. Bu odayı sırasıyla ÇARO (n=3) ve ANRO (n=3) takip etmektedir. BURO, GARO ve İRO'nun web sitelerinde uzmanlaşma eğitimleri yer almazken TUREB web sitesinde iş birliği çerçevesinde bu odaların isimleri geçmektedir. Ayrıca TUREB web sitesinde, İZRO (web sitesi açılmayıp kapsam dışı bırakılan) iş birliği bağlamında uzmanlaşma eğitimleri de bulunmaktadır.

TUREB web sitesinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinde, yukarıda ifade edilen alt kriterlerden en fazla "Duyuru Tarihi" (n=23) ve "Tarih Aralığı" (n=23) alt kriterlerinin karşılandığı tespit edilmiştir. Bu alt kriterleri sırasıyla, "Süresi" (n=20), "Başvuru Duyurusu/Paylaşımı" (n=19), "Teorik/Pratik Eğitim Bilgisi" (n=18) ve "Sınav Bilgisi" (n=18) alt kriterleri takip etmektedir.

Uzmanlaşma eğitimleri özelinde alt kriterleri en fazla karşılayan uzmanlaşma eğitimleri, "Mozaik Yolu ve Gurme Uzmanlığı Semineri Gezisi" (n=12), "Bisiklet Rehberliği Uzmanlaşma Programı" (n=12), "Doğu Roma'nın Mirası Uzmanlaşma Eğitim Programı" (n=12) ve "Afyon Frigyası ve Savaş Alanları Uzmanlık Eğitimi" (n=12) olmuştur. Bu eğitimleri sırasıyla, "Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitim Programı" (n=11), "Gurme ve Gastronomi Uzmanlığı Semineri" (n=11), "Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi Programı", "Bursa-Mudanya-Trilye-Uludağ-İznik-İnegöl Uzmanlık Eğitimi" (n=11) ve "Doğa Yürüyüş Grupları Uzmanlaşma Eğitimi" (n=11) izlemiştir.

TUREB web sitesinde turist rehberleri odalarının web sitelerinden farklı olarak "Başarılı Rehber Bilgisi/Sayısı" (n=3) alt kriterini karşılayan uzmanlaşma eğitimleri mevcuttur. İlgili uzmanlaşma eğitimi bilgilendirme paylaşımlarından; "Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi Programı" sınavına toplam 53 turist rehberinin katıldığı ve 51 turist rehberinin başarılı olduğu, "Eskişehir ve Çevresi Uzmanlık Eğitimi Programı" sınavına giren 46 turist rehberinin 39'nun başarılı olduğu ve son olarak "Yedi Kiliseler Uzmanlık Programı" sınavıyla 46 turist rehberinin başarılı olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 7. TUREB Web Sitesinde Uzmanlaşma Eğitimlerinin Görünürlüğüne İlişkin Bilgiler**

| TUREB<br>Uzmanlaşma Eğitiminin Adı | Yıl | Web Sitesi Görünürlüğü ÜST MENÜ/ GÜNCEL | İş Birliği | Amacı | Başvuru Duyurusu/ Paylaşımı | Duyuru Tarihi | Tarih Aralığı | Başvuru Koşulları | Teorik/Pratik Eğitim Bilgisi | Süresi | Programı | Eğitmen Bilgisi | Ücret Bilgisi | Sınav Bilgisi | Katılımcı Kontenjanı | Başarılı Rehber Bilgisi/Sayısı | Tamamlanma Paylaşımı | TOPLAM |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Zeugma, Göbeklitepe Eğitim ve Uzmanlık Gezisi | 2013 | Duyurular | GARO | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | - | - | - | - | - | 7 |
| Çanakkale Uzmanlık Eğitimi ve Uygulama Gezisi | 2014 | Duyurular | ÇARO | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | - | - | - | - | - | - | - | 6 |
| Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitim Programı | 2015 | Etkinlikler | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 11 |
| Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi Sertifika Programı Tamamlandı | 2015 | Etkinlikler | - | - | - | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | - | - | - | ✓ | ✓ | - | ✓ | 6 |
| Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi Programı Sınav Sonuçları | 2015 | Duyurular | - | - | - | ✓ | ✓ | - | - | - | - | - | - | ✓ | - | ✓ | - | 4 |
| Gurme ve Gastronomi Uzmanlığı Semineri | 2015 | Etkinlikler | GARO | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 11 |
| Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi Programı | 2016 | Duyurular | ÇARO | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 11 |
| Bursa-Mudanya-Trilye-Uludağ-İznik-İnegöl Uzmanlık Eğitimi | 2016 | Duyurular | BURO | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 11 |
| Gurme ve Gastronomi Uzmanlık Eğitimi | 2016 | Duyurular | GARO | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | - | 10 |
| Mozaik Yolu ve Gurme Uzmanlığı Semineri Gezisi | 2016 | Etkinlikler | GARO ŞURO | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 12 |
| Bisiklet Rehberliği Uzmanlaşma Programı | 2016 | Etkinlikler | ARO | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 12 |
| Orta ve Doğu Karadeniz Batum Turu Uzmanlaşma Eğitimi | 2016 | Etkinlikler | ARO | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 10 |
| Eskişehir ve Çevresi Uzmanlık Eğitimi Programı | 2016 | Etkinlikler | ANRO | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | - | 10 |
| Eskişehir ve Çevresi Uzmanlık Eğitimi Programı Tamamlandı | 2016 | Etkinlikler | ANRO | - | - | ✓ | ✓ | - | - | - | - | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 7 |
| Doğu Roma'nın Mirası Uzmanlaşma Eğitim Programı | 2017 | Duyurular | İRO | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 12 |
| Doğa Yürüyüş Grupları Uzmanlaşma Eğitimi | 2017 | Duyurular | ATRO | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 11 |
| Troia ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi Programı | 2019 | Duyurular | ÇARO | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | - | - | - | - | - | - | 6 |
| Göbeklitepe ve Mezopotamya Uzmanlık Gezi Programı | 2019 | Duyurular | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | - | 9 |
| 7 Kiliseler Uzmanlık Semineri | 2019 | Duyurular | İZRO | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 10 |
| Yedi Kiliseler Uzmanlık Programı Kapanış Töreni | 2019 | Etkinlikler | İZRO | - | - | ✓ | ✓ | - | - | - | - | ✓ | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | 7 |
| Afyon Frigyası ve Savaş Alanları Uzmanlık Eğitimi | 2021 | Duyurular | ANRO | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | 12 |
| İslam Sonrası Türk Defin Kültürü ve Mezar Taşları Sanatı Uzman Rehberlik Eğitimi | 2021 | Duyurular | ATRO | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | - | - | ✓ | - | ✓ | - | - | 8 |
| Hititler Uzmanlık Eğitimi | 2022 | Duyurular | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | - | - | - | 9 |
| **TOPLAM** | | | | **7** | **19** | **23** | **23** | **4** | **18** | **20** | **14** | **13** | **16** | **18** | **15** | **3** | **3** | - |

TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerindeki uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğüne ilişkin mevcut durumunun tespit edilmesi amacıyla yapılan araştırmada incelenen uzmanlaşma eğitimlerine yönelik doğrudan alıntılara aşağıda yer verilmiştir:

***ANRO:*** *"İnönü'den Sakarya'ya Millî Mücadele Rotasında Uzmanlık Eğitimi Başarıyla Tamamlandı. 13 Ekim 2025 – 29 Aralık 2025 tarihleri arasında; 24 saat teorik eğitim, 30 saat saha uygulaması ve uzmanlık sınavı ile başarıyla tamamlanmıştır. Eskişehir Valiliği, Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Anadolu Üniversitesi, BEBKA, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ve ESRED iş birliğiyle yürütülen bu projede…"*

***ARO:*** *"Botanik, biyolojik çeşitlilik ve turizm coğrafyası ve yürüyüş rotaları konularında eğitim verilecektir. Eğitim sonrası yapılacak sınavda başarılı olanların Uzmanlaşma sertifikası sicil kayıtlarına eklenecektir….Eğitim süresi 1 hafta ve en az katılım 12 kişi en fazla25 kişi olabilecektir. Program 1-4 Haziran hafta içi 17:30-19:30 saatleri arasında verilecektir. Teorik eğitim sonrası 5-6 Haziran tarihlerinde bölgede konaklamalı uygulama eğitim gezisi yapılacaktır. 9 Haziran 16:30 sınav yapılacaktır. Son kayıt tarihi 28 Mayıs 2015 mesai bitimine kadardır. Eğitim Programı ücretsizdir. Kayıtlarda öncelik üyelerimize ait olup, üyemiz olmayan meslektaşlarımız da katılabilir."*

***ATRO:*** *"Sayın üyelerimiz; Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alan Başkanlığı tarafından yapılan talepte, Tarihi Alanın sahip olduğu kaynak değerlerin korunarak kullanılması, ziyaretçilerin bilgilendirilmesi ve ziyaretçi yönetiminin sağlanması amacıyla TUREB ile Alan Başkanlığı arasında yapılan yazışma ve görüşmeler neticesinde Bakanlıktan ruhsatname almış rehberler için Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı ile ilgili olarak 18-22 Kasım 2015 tarihleri arasında, ekli program çerçevesinde uzmanlık eğitimi planlanmıştır. Bakanlığın denetim ve gözetiminde yapılacak olan sınavda başarılı olanlara 'Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Sertifikası' verilecek ve sicillerine işlenecektir…"*

***ÇARO:*** *"22-27 Şubat tarihleri arasında gerçekleştirilen; teorik dersler ve uygulama gezilerinden oluşan Troya ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi, eğitim sonunda yapılan sınavda başarılı olan katılımcıların uzmanlık sertifikalarını almasıyla sona erdi!Teorik derslerin verildiği seminerlerdeki değerli katkılarından dolayı Çanakkale Savaşları Enstitüsü'ne; eğitim kadrosunda yer alan değerli akademisyenler ve araştırmacılardan …… emek ve katkılarından dolayı teşekkür ederiz."*

***TUREB:*** *"Doğu Roma'nın Mirası Uzmanlaşma Eğitim Programı 02 Şubat 2017 17:07 Doğu Roma'nın Mirası Meslekte Uzmanlaşma Eğitim Programı"nın ayrıntıları aşağıdadır…Eğitim programı, 3 gün teorik (seminer), 2 gün de pratik (uygulama gezileri) olmak üzere 5 tam günden oluşmaktadır.- Eğitim programı, kontenjanlı ve ücretlidir.- Eğitim programına devam zorunluluğu bulunmaktadır.- Programın gerçekleşebilmesi için en az 40 rehberin eğitime kayıt yaptırması gerekmektedir. 40 rehberden daha az kayıt yaptırılırsa, program ertelenecek veya iptal edilecek ve kayıt yaptıran rehberlerin ücretleri iade edilecektir."*

***TUREB:*** *"7 Kiliseler Uzmanlık Semineri 13 Haziran 2019 15:00 Birliğimiz ve İZRO iş birliğinde, 19 -23 Ağustos 2019 tarihinde Mark WİLSON ile Yedi Kiliseler Uzmanlık Programı düzenlenecektir. Program sadece İngilizce dilindedir. 2 gün sunum, 3 gün gezi olarak gerçekleştirilecektir."*

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmanın amacı, TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğüne ilişkin mevcut durumu tespit etmektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda ilgili web siteleri belirtilen tarih aralığında uzmanlaşma eğitimleri özelinde incelenmiş ve birliğin ve odaların görünün yüzü olan web sitelerinde uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğüne ilişkin önemli ipuçları elde edilmiştir.

Araştırmada, TUREB ve turist rehberleri odalarının web siteleri uzmanlaşma eğitimleri özelinde içerik analiziyle incelenmiş, elde edilen veriler belirli bir sistematikte sınıflandırılarak sunulmuştur. İlgili web sitelerinden elde edilen veriler, içerik analizi mantığı çerçevesinde sayısallaştırılmıştır. İlgili kodlamada yer verilen alt kriterlerin büyük bir çoğunluğu *"Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi Uygulama Usul ve Esasları"* çerçevesinde hazırlanmış olup kalan kısmı web sitesi görünürlüğü dikkate alınarak araştırmacılar tarafından belirlenmiştir. Bu bağlamda ilgili analizde 16 alt kriter yer almış ve bu alt kriterler, "Var/Yok" göstergeleri ile eşleştirilmiştir.

Alanyazında, TUREB ve turist rehberleri odalarının web siteleri ve sosyal medya hesapları üzerine yapılmış olan çalışmalar bulunmaktadır. Ayrıca uzmanlaşma eğitimleri özelinde yapılmış olan çalışmaların varlığı da dikkat çekmektedir. Ulusoy vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada turist rehberliği meslek kuruluşlarının turist rehberlerine sağladıkları destekler arasında uzmanlaşma eğitimleri yer almaktadır. Odalar tarafından uzmanlaşma eğitimleri desteği sağlandığı ifade edilmesine karşın mevcut çalışmada incelenen oda web sitelerinin çoğunluğunda bu eğitimlere yer verilmediği saptanmıştır. Ön Esen ve Kılıç (2019) tarafından yapılan çalışmada turist rehberleri meslek odalarının sosyal medya hesaplarından biri incelenmiş ve en çok paylaşım yapan meslek odasının İRO olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mevcut çalışmada ise İRO web sitesinde uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin paylaşımların olmadığı, ilgili web sitesinde genel paylaşımların çok eski tarihlere uzanmadığı ve yapılan uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin bir arşivlerinin olmadığı görülmüştür. Güdü Demirbulat ve Saatcı (2022) tarafından yapılan çalışmada turist rehberliği meslek odalarının bir diğer sosyal medya hesabı pandemi dönemi özelinde incelenmiştir. Araştırma sonucunda en az paylaşımın ADRO tarafından yapıldığı belirlenmiştir. Mevcut çalışmada da benzer bir sonuca erişilmiş, ADRO web sitesinde hem uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin duyurulara hem de genel duyurulara rastlanmamıştır. Manav vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada meslek kuruluşlarının web siteleri içerik analiziyle incelenmiştir. Araştırmanın değerlendirilmesinde 61 ölçüt belirlenmiş olup "uzmanlık sertifika programları" ve "uzmanlaşma usul ve esaslara yönelik bilgiler" ölçütler arasında yer almaktadır. Araştırma sonucunda meslek kuruluşlarının web sitelerinde en az yer verilen bilgiler arasında "uzmanlaşma usul ve esaslara yönelik bilgiler" bulunmaktadır. Bu sonuç mevcut çalışmanın sonucuyla örtüşmektedir.

Araştırmada uzmanlaşma eğitimlerinin yıllar itibariyle görünürlüğü incelenmiştir. ADRO, BURO, GARO, İRO, MUTRO, NERO ve TRO web sitelerinde uzmanlaşma eğitimine yer verilmediğinin saptanması dikkat çeken noktalardan biridir. İZRO web sitesine belirtilen tarih aralığında erişilememesi de göz önünde bulundurulduğunda uzmanlaşma eğitimlerine web sitelerinde yer veren oda sayısı beşe düşmektedir. En genel anlamda bu durumun uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünü olumsuz yönde etkilediği söylenebilir. Diğer taraftan ANRO, ARO, ATRO, ÇARO ve ŞURO web sitelerinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerinin sayıca azlığı da dikkat çeken noktalardandır. Türkiye'de 2000'li yılların başından itibaren uzmanlaşma eğitimlerinin yapıldığı göz önünde bulundurulduğunda; ulaşılan en eski uzmanlaşma eğitiminin 2013 yılına kadar uzanması, daha önce gerçekleştirilen uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünün sağlanmadığını ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda ilgili odaların web sitelerinde toplam 21; TUREB web sitesinde toplam 23 uzmanlaşma eğitimine erişilmiş olması bunu kanıtlar niteliktedir. İlgili web sitelerinde duyuru/haber arşivinin olmaması, birliğin ve odaların eski dönem faaliyet raporlarının tamamına erişilememesi uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlük düzeyini olumsuz yönde etkilemektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlardan biri de TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinin büyük bir kısmında uzmanlaşma eğitimlerine dair bir sekmenin bulunmamasıdır. Araştırmada uzmanlaşma eğitimlerine web sitelerinde farklı başlıklar altında yer verildiği tespit edilmiştir. Bu da belirli bir sistematikte olmayan bilgilerin görünürlüğünde olumsuz bir etki yaratmaktadır. Uzmanlaşma eğitimlerinin genellikle üst menüde farklı başlıklar altında yer aldığı elden edilen sonuçlardan biridir ve bu durum bilgiye erişmede zorluk yaşanmasına sebep olabilmektedir.

Uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin paylaşılan bilgilerin, büyük bir çoğunluğu *"Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi Uygulama Usul ve Esasları"* çerçevesinde hazırlanmış olan alt kriterleri sağlayıp sağlamadıkları değerlendirilmiştir. İlgili odaların web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin verilen detaylar, "Uzmanlaşma Eğitimi Alt Kriterleri" ile "Var/Yok" göstergeleri karşılaştırılarak sıklık ve yüzde değerleri verilerek değerlendirilmiştir. "Yok" göstergesi altında tekrarlanma sıklığının daha fazla olduğu saptanmıştır. Bu da uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin paylaşılması gereken detaylarının tamamının ilgili web sitelerinde yer almadığının bir göstergesidir. Bu durumun uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünü olumsuz yönde etkilediği görülmektedir.

"Var" göstergesi altında hiç tekrarlanmayan alt kriterin "Başarılı Rehber Bilgisi/Sayısı" alt kriteri olması araştırmada bir diğer dikkat çeken sonuçtur. İlgili web sitelerinde; uzmanlaşma eğitimleri sonunda yapılan sınav sonucunda başarılı olan ve uzmanlık sertifikası alan turist rehberlerine yer verilmediği saptanmıştır. Bu durum, hem uzmanlaşma eğitiminin varması gereken sonucu ortaya koyamamakta hem de hangi uzmanlaşma alanında kaç turist rehberinin uzmanlık sertifikasına sahip olduğunun bilinmemesine yol açmaktadır. Uzmanlaşma eğitimleri sonunda sınavda başarılı olan turist rehberlerinin bilgisinin paylaşılmaması, önemli bir görünürlük aracı olan "uzman rehber"lerin bilinirliğine katkı sunamamaktadır. İlgili turist rehberleri web sitelerinin aksine TUREB web sitesinde yer verilen uzmanlaşma eğitimlerinin üçünde uzmanlaşma eğitimi sonrası sınavda başarılı olan rehber sayıları paylaşılmıştır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerinde yer alan uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünün yeterli düzeyde olmadığı söylenebilir. Uzmanlaşma eğitimlerinin yapılmaya başlandığı ilk yıllardan günümüze kadar gerçekleştirilmiş olan uzmanlaşma eğitimlerine ulaşılamamış olması, ilgili web sitelerinin uzmanlaşma eğitimleri özelinde bir sekmeleri ve arşivleri bulunmaması ve var olan uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin bilgi ve detayların yeterli olmaması araştırmada vurgulanması gereken hususlardır.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler ışığında öneriler sunulmuştur:

- Araştırmada ilgili web sitelerinin uzmanlaşma eğitimleri özelinde etkin kullanılmadıkları görülmektedir. Bu durum sosyal medyanın daha aktif kullanılmasından kaynaklanabilir. Ancak birliğin ve odaların görünen yüzü olan web sitelerinin daha etkin kullanılması gerektiği düşünülmektedir.
- Web sitelerinin etkin kullanılması bağlamında, yukarıda uzmanlaşma eğitimlerine ilişkin paylaşımları bulunmayan odaların, web sitelerine daha önce yapmış oldukları uzmanlaşma eğitimlerini eklemeleri tavsiye edilebilir.
- TUREB ve turist rehberleri odaları web sitelerinde uzmanlaşma eğitimleri özelinde bir sekme açılabilir. Bu, eğitimlerin görünürlüğünü artırmada önemli bir rol oynayabilir.
- TUREB ve turist rehberleri odaları web sitelerinde daha önce gerçekleştirilen uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğünü de artırmak adına uzmanlaşma eğitimleri özelinde bir arşiv eklenebilir.
- Uzmanlaşma eğitimlerine dair yapılan paylaşımlarda özellikle *"Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi Uygulama Usul ve Esasları"* çerçevesi dikkate alınarak bilgi ve detay aktarımı yapılması önerilebilir.
- TUREB ve turist rehberleri odaları web sitelerinde uzmanlaşma eğitimlerine dair yapılan paylaşımlarda eğitim sonunda sınava giren ve başarılı olan rehberlerin bilgisini yer verilebilir. Bu da hangi uzmanlaşma alanında kaç turist rehberi olduğu ve hangi uzmanlaşma alanlarında uzman rehbere ihtiyaç duyulduğu hususunda bilgi sahibi olunmasını sağlayabilir.

- TUREB web sitesinde "Rehber Veritabanı"nda yer alan bilgilere rehberlerin uzmanlaşma alanları eklenebilir. Böylelikle uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlüğüne katkı sağlanabilir.
- TUREB web sitesinde "Rehber İstatistikleri"nde verilen bilgilere ek olarak uzmanlaşma alanlarıyla ilgili güncel istatistiksel verilere de yer verilebilir.
- Mevcut araştırma farklı tarihlerde tekrarlanabilir, uzmanlaşma eğitimlerinin görünürlük düzeyi tekrar incelenebilir.
- TUREB ve turist rehberleri odalarının sosyal medya hesapları uzmanlaşma eğitimleri özelinde incelenebilir.

İlgili alanyazın taraması sonucunda TUREB ve turist rehberleri odalarına ve uzmanlaşma eğitimlerine yönelik çalışmaların var olduğu görülmektedir. Ayrıca TUREB ve turist rehberleri odalarının web sitelerine yönelik içerik analizi gerçekleştiren bir çalışma da bulunmaktadır. Ancak mevcut araştırmanın, ilgili web sitelerini uzmanlaşma eğitimi özelinde ele alması bağlamında özgün bir değer taşıdığı düşünülmektedir. Ayrıca mevcut durum tespitiyle birlikte araştırmanın daha sonra gerçekleştirilecek araştırmalara yol göstereceği; ayrıca hangi alanlarda uzmanlaşma eğitimine ihtiyaç olabileceği noktasında turist rehberlerine ışık tutacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Akpınar, A. & Avcı, N. (2021). Turist rehberliğinde uzmanlaşma: uzman rehberlere yönelik bir durum çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *23*(2), 755-787. https://doi.org/10.16953/deusosbil.817730

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (20. Baskı). Pegem Akademi.

Celep, O. (2022). Özel ilgi turlarında rehber ihtiyacı kapsamında uzmanlaşma eğitimi. *Turist Rehberliği* Dergisi, 5(1), 27-45, https://doi.org/10.34090/tured.1127771

Çetin, G. & Kızılırmak, İ. (2012). Türk turizminde kokartlı turist rehberlerinin mevcut durumunun analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, *14*(2), 307-318, https://izlik.org/JA65GA73JY

Güçlütürk Baran, G. & Özoğul, G. (2018). Uzmanlaşan acentalar ve niş pazar sorunsalına bir çözüm reçetesi: Fobik turistler ve özel ilgi turizmi, *Akademik Bakış Dergisi, 65*, 39-51. https://izlik.org/JA45ZE38SY

Güdü Demirbulat, Ö. & Saatcı, G. (2022). *Turist rehberliği meslek odalarının COVID-19 pandemi dönemindeki faaliyetlerinin incelenmesi–Instagram örneği*. C. Cobanoğlu, E. Günlü Küçükaltan, M. Tuna, A. Başoda, S. Doğan (Edt.) MTCON Daha İyi Bir Dünya İçin Turizm Sayı 1, ss. 104-121, University of South Florida (USF) M3 Publishing, ISBN 978-1-955833-02-8.

Kabakulak, A. & Boyraz, M. (2023). Turist rehberleri odalarının ve turist Rehberleri Vakfının koronavirüs salgını sürecindeki çevrimiçi etkinliklerinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları* Dergisi, 8(2), 134-149, https://doi.org/10.37847/tdtad.1360332

Karamustafa, K. & Kılıçhan, B. (2024). Türkiye'de turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma: bölgenin mevcut durumu ve geleceğe dönük öneriler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 12*(1), 266-289, https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1379

Kozak, M. (2017). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri* (3. Baskı). Detay Yayıncılık.

Manav, S., Ulusoy, H. & Köroğlu, Ö. (2017). Turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitelerinin içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi. *Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 151-177.

Ön Esen, F. & Kılıç, B. (2019). Turist rehberleri odalarının sosyal medya kullanımı: Facebook örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 3*(4), 1149-1163.

Toksöz, D. (2024). Turist rehberlerinin alan uzmanlığına bakış açıları üzerine görgül bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 8*(1), 8-27, https://doi.org/10.32572/guntad.1301301

TUREB [Turist Rehberleri Odaları Birliği] (2026a). Uzmanlaşma Eğitimi Usul ve Esasları. https://www.tureb.org.tr/Sayfa/Index?id=29 Erişim Tarihi: 15.03.2026.

TUREB [Turist Rehberleri Odaları Birliği] (2026b). Hakkımızda. https://www.tureb.org.tr/Sayfa?id=3. Erişim Tarihi: 17.03.2026.

TUREB [Turist Rehberleri Odaları Birliği] (2026c). Üye Odalar. https://www.tureb.org.tr/Oda. Erişim Tarihi: 17.03.2026.

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği. (2024). T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi. https://mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=41059&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5 Erişim Tarihi: 15.03.2026.

Ulusoy, H., Manav, S. & Köroğlu, Ö. (2016). *Turist rehberliği meslek kuruluşları tarafından rehberlere sağlanan desteklerin incelenmesine yönelik bir araştırma.* 17. Ulusal Turizm Kongresi, 20-23 Ekim 2016, ss.935- 948, Bodrum-Muğla. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yenipınar, U. & Yılmaz, L. (2019). Turist rehberliğinde uzmanlaşma. Ö. Güzel, ve Ö. Köroğlu (Ed.). *Turist rehberliğinde uzmanlaşma özel ilgi turlarından özel konulara.* Nobel Yayıncılık.

Yılmaz, N. & Erdem, R. (2016). Uzmanlaşma ve tıpta bütüncül bir yaklaşım üzerine bir değerlendirme. *Vizyoner Dergisi, 7*(16), 35-47, https://doi.org/10.21076/vizyoner.265466

# Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Aprantilik Uygulamasına Yönelik Görüşleri: İzmir İli Örneği

Gökdeniz Yalçın[1]

[1]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir

## Öz

**Amaç:** Profesyonel turist rehberliği eğitimi, alan yazında hızla gelişen ve aynı zamanda tartışılan konular arasında yer almaktadır. Ancak eğitim süreci devam ederken turist rehberliği mesleğini deneyimleme imkanı sunan apranti / yardımcı rehber kavramına yönelik çalışmalar literatürde son derece kısıtlıdır. Özellikle turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin aprantilik uygulamasına ilişkin deneyimlerini inceleyen nitel ampirik çalışmaların sınırlı olması alanyazında önemli bir boşluğu işaret etmektedir. Aprantilik yapan öğrencilerin bu uygulamaya yönelik deneyimlerinin ortaya konulması ve kavramsallaştırılması, turist rehberliği eğitiminin planlanmasına ve geliştirilmesine katkı sunabilir. Bu çalışma, literatürdeki boşluğu gidermek amacıyla, İzmir ilindeki üniversitelerde turist rehberliği eğitimi gören ve aprantilik uygulamasını deneyimleyen öğrencilerin aprantilik uygulamasına ilişkin düşünce ve deneyimlerini ortaya koyarak literatüre kazandırmayı amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Bu çalışmada, araştırma probleminin katılımcı deneyimleri ve algıları doğrultusunda derinlemesine incelenebilmesi amacıyla nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiş; bu doğrultuda katılımcıların konuya ilişkin görüşlerini ayrıntılı biçimde ifade edebilmelerine olanak sağlayacak esnek bir görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, turist rehberliği alanında öğrenim gören ve daha önce aprantilik deneyimi yaşamış toplam 15 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcıların belirlenmesinde amaçlı örnekleme yönteminden yararlanılmıştır.

Araştırma kapsamında katılımcılara altı açık uçlu soru yöneltilmiştir. Veriler, 9'u yüz yüze ve 6'sı çevrim içi ortamda gerçekleştirilen görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Görüşmeler, katılımcıların bilgisi ve onayı doğrultusunda ses kaydına alınmış; ardından yazılı metne dönüştürülerek deşifre edilmiştir. Elde edilen veriler, nitel veri analiz yöntemlerinden betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Bu süreçte veriler önceden belirlenen temalar çerçevesinde düzenlenmiş, katılımcı ifadeleri doğrudan alıntılarla desteklenerek yorumlanmıştır. Böylece katılımcıların deneyim, algı ve değerlendirmelerinin sistematik bir biçimde ortaya konulması amaçlanmıştır.

**Bulgular:** Öğrenciler aprantilik uygulamasını mesleği deneyimleyerek öğrenme ve teorik bilgileri pekiştirme açısından önemli görürken, iletişim becerileri ve problem çözme kapasitelerinin geliştiğini ifade etmiştir. Buna karşın seyahat acentesi bulma, yan haklar ve ücretlendirme konularında yapısal sorunlar öne çıkmıştır. Bu bulgular, aprantilik uygulamasının turist rehberliği eğitiminde kritik bir öğrenme alanı olduğunu göstermekte ve eğitim programlarının yapılandırılmasına yönelik somut çıkarımlar sunmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu araştırma, alan yazında ihmal edilen aprantilik / yardımcı rehber kavramını, öğrenci deneyimleri üzerinden, ampirik olarak analiz ederek literatürdeki belirgin boşluğu gidermektedir. Çalışma, aprantiliğin mesleki öğrenme ve beceri kazanımı süreçlerindeki rolünü tematik bir çerçevede ortaya koyarak kavramsal bir katkı sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberliği, Apranti, Yardımcı Rehberlik, Turist Rehberliği Öğrencileri, Tur Deneyimi.

## 1. GİRİŞ

Turist rehberliği hizmetinin kalitesi, turistlerin ziyaret deneyiminden duydukları memnuniyeti doğrudan etkileyen temel unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Huang, Hsu & Chan, 2010). Turist rehberlerinin sunduğu hizmetin kalitesi ise, turist deneyiminin şekillenmesinde ve destinasyon algısının oluşmasında önemli bir role sahiptir (Dahles, 2002). Bu bağlamda, turist rehberlerinin üniversite düzeyinde aldıkları eğitimin, mesleki yaşamlarında sunacakları hizmet kalitesinin şekillenmesinde belirleyici bir rol üstlendiği ifade edilmektedir (Ap & Wong, 2001). Türkiye'de turist rehberliği eğitimi; mesleki kurslar, ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora olmak üzere çok katmanlı bir yapı içerisinde yürütülmektedir (Çokişler, 2022). Bununla birlikte alanyazında, turist rehberliği eğitiminin yalnızca teorik bilgi aktarımına dayalı biçimde sürdürülmesinin mesleki yeterliliklerin geliştirilmesi açısından yetersiz kaldığı vurgulanmaktadır (Pelit, Çoban & Tomakin, 2023; Eker & Zengin, 2016). Nitekim turist rehberliği eğitiminin temel paydaşları arasında yer alan akademisyenler, öğrenciler ve profesyonel çalışma kartına sahip turist rehberleri, uygulamalı eğitimin mesleki gelişim açısından zorunlu bir bileşen olduğu konusunda ortak görüş bildirmektedir (Şahin & Erdem, 2021; Ön Esen & Gülmez, 2018; Acar & Okul, 2022). Bu doğrultuda, turist rehberliği eğitiminde uygulama temelli öğrenme süreçlerini destekleyen yöntemler arasında aprantilik uygulamasının öne çıktığı görülmektedir (Çeşmeci, Çalışkan & Özsoy, 2020).

Aprantilik, turist rehberi adayı öğrencilerin gerçek tur ortamlarına katılım sağlayarak profesyonel çalışma kartına sahip turist rehberlerinin yanında mesleki uygulamaları doğrudan gözlemlemelerine imkân tanıyan bir uygulama olarak tanımlanmaktadır. Bu uygulama aracılığıyla rehber adayları, mesleğin uygulamaya dönük boyutlarını deneyimleme fırsatı elde etmekte; aynı zamanda gelecekte üstlenecekleri profesyonel rollere yönelik önemli kazanımlar edinmektedirler (Coşkun & Düz, 2020). Aprantilik süreci, öğrencilerin yalnızca teorik bilgilerini saha deneyimiyle pekiştirmelerine değil, aynı zamanda sektörel işleyişi yerinde gözlemleyerek mesleki adaptasyon süreçlerini geliştirmelerine de katkı sağlamaktadır. Bunun yanında, öğrencilerin uygulama sürecinde gelir elde edebilmesi, aprantiliğin ekonomik boyutunu da dikkat çekici hale getirmektedir (Coşkun & Düz, 2020).

Turist rehberliği eğitiminde uygulamalı öğrenme anlayışı ile aprantilik uygulamasının bütünleştirilmesi, öğrencilerin mesleki bilgi, beceri ve yetkinliklerinin geliştirilmesi bakımından alanyazında sıklıkla dile getirilen temel gereksinimlerden biri olarak öne çıkmaktadır (Şahin & Erdem, 2021; Ilgaz & Güzel, 2019). Bununla birlikte, konuya ilişkin mevcut görgül çalışmaların sayı ve kapsam bakımından sınırlı kaldığı görülmektedir. Özellikle lisans düzeyindeki turist rehberliği öğrencilerinin aprantilik uygulamasına yönelik algı ve değerlendirmelerini ele alan araştırmaların yetersiz olduğu dikkat çekmektedir. Dolayısıyla, aprantilik uygulamasının öğrenci perspektifinden incelendiği daha kapsamlı görgül araştırmalara ihtiyaç duyulduğu söylenebilir. Bu noktadan hareketle, mevcut çalışma alanyazındaki söz konusu boşluğu gidermeyi amaçlamakta ve lisans düzeyindeki turist rehberliği öğrencilerinin aprantilik uygulamasına ilişkin görüş ve algılarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Araştırmanın temel sorusu ise "Lisans düzeyindeki turist rehberliği öğrencileri aprantilik uygulaması hakkında ne düşünmektedir?" şeklinde belirlenmiştir.

## 2. LİTERATÜR

### *2.1. Literatürde Aprantilik Uygulaması*

Turizm sektöründe çalışmak üzere yetiştirilen öğrencilerin uygulamalı eğitime gereksinim duyduğu, bazı sektör temsilcilerince vurgulanmaktadır (Güden, Akyildiz & Cobanoglu, 2024). Bu doğrultuda, turist rehberliği eğitiminde sunulan teorik derslerin yeterli düzeyde olmadığı ve pratik eğitime gereksinim bulunduğu, birden fazla araştırmacı (Eker & Zengin, 2016; Acar & Okul, 2022; Pelit vd., 2023) tarafından belirtilmiştir. Buna paralel olarak, turist rehberliği eğitimi alan öğrenciler de teorik bilgilerle gerçek uygulamalar arasında farklılıklar bulunduğunu (Acar & Okul,

2022) ve tur ortamında verilecek pratik eğitime gereksinimleri olduğunu rapor etmiştir (Şahin & Erdem, 2021). Özetle, turist rehberliği bağlamında pratik eğitimin zorunluluğu hususunda ilgili literatür ve paydaşlar nezdinde fikir birliği mevcuttur. Bu sebeple, dünya genelinde turist rehberliği eğitimi sunan ülkelerde, düzenlenen pratik saha gezileri aracılığıyla öğrencilerin deneyim kazanması sağlanmaktadır (Tanrısever vd., 2019). Bu kapsamda, turist rehberliği müfredatında öğrencilere pratik eğitim sunulan temel alanlardan biri, aprantilik uygulamasıdır (Çokal, Yılmaz & Büyükkuru, 2019; Çeşmeci vd., 2020).

Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde apranti terimi, "at yarışlarında elliden az yarış kazanmış, jokerlere kıyasla daha az tecrübeye sahip genç binici" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2024). Turizm literatüründe ise apranti kavramı "rehber yardımcısı" anlamında kullanılmaktadır (Çokişler, 2023). Tur grubundaki katılımcıların sayılarak eksik olup olmadığının belirlenmesi, araç içinde su gibi ikramların sunulması ve turist rehberinin eşlik edemediği durumlarda bilet temin edilmesi gibi işler aprantiler tarafından yerine getirilmektedir. Türkiye'de turlarda aprantilik görevini üstlenen bireylerin çoğunlukla üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerden oluştuğu gözlemlenmektedir. Aprantilik sistemi, öğrencilere gelir sağlamanın yanı sıra turist rehberliği mesleğini öğrenme olanağı da sunmaktadır (Coşkun & Düz, 2020).

Aprantilik, öğrencilerin turist rehberleriyle bir araya geldiği ve fiili eğitim alma imkânı bulduğu bir yöntemdir. Bunun yanı sıra, Türkiye'de turist rehberliği öğrencilerinin aprantilik uygulamasına yönelik ilgilerinin yüksek olduğu gözlenmektedir (Şahin & Erdem, 2021, s. 109). Diğer yandan, öğrencilerin deneyimli rehberlerle sözlü etkileşimi, mesleki bakış açılarını ve motivasyon düzeylerini olumlu şekilde etkilemekte (Şen & Aslan, 2022, s. 71) ayrıca öğrencilerin mesleği kavramaları bakımından son derece yararlı olmaktadır (Çokal vd., 2019, s. 205). Bu doğrultuda, apranti sıfatıyla turlara katılan turist rehberliği öğrencilerinin mesleki tutumlarının, diğer öğrencilere kıyasla daha müspet olduğu saptanmıştır (Çeşmeci vd., 2020, s. 863).

## 3. YÖNTEM

Bu çalışmada, araştırma probleminin katılımcıların deneyim ve algılarına dayalı olarak derinlemesine incelenebilmesi amacıyla nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Bu çerçevede veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşlerini kapsamlı biçimde ortaya koyabilmelerini sağlamak amacıyla açık uçlu sorulardan oluşan bir görüşme formu hazırlanmıştır.

Araştırmanın çalışma grubunu turist rehberliği alanında öğrenim gören ve daha önce aprantilik deneyimi yaşamış toplam 15 katılımcı oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında katılımcılara toplam altı açık uçlu soru yöneltilmiştir. Görüşme sürecinde elde edilen veriler, katılımcıların tercihleri doğrultusunda hem yüz yüze hem de çevrim içi ortamda toplanmıştır. Bu kapsamda görüşmelerin 9'u yüz yüze, 6'sı ise çevrim içi platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Veri toplama sürecinde katılımcıların görüşlerini özgürce ifade edebilmeleri için uygun bir iletişim ortamı oluşturulmasına özen gösterilmiştir.

Görüşmeler, katılımcıların bilgisi ve onayı doğrultusunda ses kaydına alınmıştır. Ses kayıtları daha sonra araştırmacı tarafından yazılı metne dönüştürülerek ayrıntılı biçimde deşifre edilmiştir. Deşifre sürecinde veri bütünlüğünün korunmasına ve katılımcı ifadelerinin anlam kaybına uğramadan yazılı hale getirilmesine dikkat edilmiştir. Bu süreç, verilerin analiz aşamasına uygun hale getirilmesini sağlamıştır.

Elde edilen veriler, nitel veri analiz yöntemlerinden betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Betimsel analiz sürecinde veriler, araştırma soruları doğrultusunda önceden belirlenen temalar çerçevesinde sistematik olarak düzenlenmiştir. Bu kapsamda katılımcı ifadeleri sınıflandırılmış, anlamlı bütünler halinde bir araya getirilmiş ve tematik yapı içerisinde yorumlanmıştır. Ayrıca katılımcı görüşlerinin daha açık ve güçlü bir şekilde sunulabilmesi amacıyla doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

Bu yaklaşım doğrultusunda, katılımcıların aprantilik deneyimlerine ilişkin algı, değerlendirme ve deneyimlerinin sistematik ve bütüncül bir biçimde ortaya konulması amaçlanmıştır. Böylece araştırma problemi, katılımcı deneyimlerine dayalı olarak ayrıntılı ve yapılandırılmış bir biçimde analiz edilmiştir.

Katılımcılara sorulan sorulara aşağıda belirtilmiştir;

1. Aprantilik veya yardımcı rehber kavramını ilk ne zaman ve nasıl duydunuz?
2. Aprantiliği nasıl tanımlarsınız? Apranti mi yardımcı rehber mi, neden?
3. Kaç turda aprantilik yaptınız? Hangi turlarda apranti çıkıyorsunuz? (Günübirlik, Konaklamalı, Yeri Misafir, Yabancı Misafir)
4. İlk aprantilik deneyiminizden kısaca bahseder misiniz?
5. Ücretlendirme, çalışma saatleri ve iş güvenliği bakımından aprantilik uygulamasını nasıl değerlendiriyorsunuz?
6. Aprantiliğin, turist rehberliği eğitiminde öğretilmeyen, pratikte karşılaşılan durumları görmenize nasıl bir katkısı oldu?

## 4. BULGULAR

### 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

| | YAŞ | CİNSİYET | ÖĞRENİM DURUMU |
|---|---|---|---|
| Katılımcı Kişi 1 | 25 | Kadın | Yüksek Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 2 | 23 | Kadın | Yüksek Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 3 | 23 | Kadın | Lisans Mezunu |
| Katılımcı Kişi 4 | 22 | Kadın | 4. Sınıf Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 5 | 27 | Kadın | Yüksek Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 6 | 24 | Erkek | Lisans Mezunu |
| Katılımcı Kişi 7 | 21 | Erkek | 3. Sınıf Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 8 | 19 | Kadın | 2. Sınıf Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 9 | 23 | Erkek | Lisans Mezunu |
| Katılımcı Kişi 10 | 23 | Erkek | Lisans Mezunu |
| Katılımcı Kişi 11 | 22 | Erkek | 4. Sınıf Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 12 | 22 | Kadın | 2. Sınıf Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 13 | 22 | Kadın | 4. Sınıf Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 14 | 22 | Erkek | 4. Sınıf Lisans Öğrencisi |
| Katılımcı Kişi 15 | 22 | Erkek | 4. Sınıf Lisans Öğrencisi |

(Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgileri)

Araştırma kapsamında katılımcıların demografik profillerini belirlemek amacıyla yaş, cinsiyet ve öğrenim durumu değişkenlerine ilişkin veriler çözümlenmiştir. Toplamda 15 katılımcıdan oluşan çalışma grubunun yaş dağılımı incelendiğinde, katılımcıların 19 ile 27 yaş aralığında yoğunlaştığı görülmektedir.

Çalışma grubunun cinsiyet dağılıma yönelik bulgular incelendiğinde, araştırma örnekleminde kadın ve erkek katılımcı oranlarının birbirine oldukça yakın ve dengeli bir dağılım sergilediği dikkate çarpmaktadır. Toplam 15 katılımcının 8'ini (%53,3) kadınlar oluştururken, 7'sini (%46,7) ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Cinsiyet faktörünün örneklem genelinde homojene yakın bir dağılım göstermesi, araştırma konusuna yönelik elde edilen görüşlerin cinsiyet temelli tek taraflı bir eğilim içermemesi ve çok boyutlu bir bakış açısı sunması açısından önem arz etmektedir.

Son olarak katılımcıların öğrenim durumları analiz edildiğinde, tüm katılımcıların yükseköğrenim sürecine dahil olan veya bu süreçten mezun bireylerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunu (6 kişi) "4. Sınıf Lisans Öğrencisi" statüsündeki bireyler oluşturmaktadır;

bunu sırasıyla "Lisans Mezunu" (4 kişi) ve "Yüksek Lisans Öğrencisi" (3 kişi) takip etmektedir. Geriye kalan katılımcıların ise ikişer kişi olmak üzere "2. Sınıf Lisans Öğrencisi" ve "3. Sınıf Lisans Öğrencisi" düzeyinde oldukları saptanmıştır.

### 4.2. Aprantilik veya yardımcı rehber kavramını ilk ne zaman ve nasıl duydunuz?

Katılımcıların verdiği yanıtlar incelendiğinde, aprantilik ve yardımcı rehber kavramlarıyla tanışma sürecinin en sık olarak üniversite ortamında, özellikle öğretim elemanlarının doğrudan yönlendirmeleri ve üst dönem öğrencilerinin deneyim aktarımları aracılığıyla gerçekleştiği görülmektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü, bu terimleri ilk kez üniversitenin ilk günlerinde, derslerin başında duyduklarını ifade etmiştir. Örneğin (K4): *"Hocalarımızdan biri, 'Bu sektörde apranti olarak başlamak çok önemli' demişti. O an tam anlamadım ama sonra bir üst dönem arkadaşımız gelip bizzat kendi aprantilik deneyimini anlattı. İşte o zaman kafamda oturdu."* Bir başka katılımcı ise benzer şekilde, *"Hocamız kendi eski aprantilerini çağırmıştı. Onlar tecrübelerini anlattı. 'Yardımcı rehber' terimini ilk kez orada, bir aprantinin ağzından 'ben yardımcı rehber olarak yola çıktım' derken duydum. Çok etkileyiciydi"* diyerek bu durumu pekiştirmektedir. Bu bulgular, üniversite eğitiminin ve özellikle öğretim üyelerinin aprantilik kavramının yayılmasında en temel ve en yaygın kanal olduğunu ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte, katılımcıların bir kısmı bu kavramlarla üniversite dışındaki sosyal çevreleri veya sektörün doğrudan teması sayesinde tanıştıklarını belirtmiştir. Sosyal çevre kaynaklı tanışmalarda, özellikle arkadaşların aprantilik yapmaya başlaması veya bu konuda tecrübe aktarması ön plana çıkmaktadır. K(11): *"En yakın arkadaşım 'Artık apranti olarak çalışacağım' dediğinde çok heyecanlanmıştı. Onun ağzından duydum ilk kez. Sonra üniversitede hocalarımız da anlatınca pekişti."*Öte yandan, sektör temsilcileriyle doğrudan temas eden katılımcılar da bulunmaktadır. Üniversitenin kariyer günlerine gelen seyahat acenteleri veya turizm fuarlarında açılan stantlar, bu kavramın duyulmasında etkili olmuştur. K(3): *"Bir acente yetkilisi 'Aprantilere ihtiyacımız var' deyince öğrendim. Sonra hocamıza sorup detaylandırdım"* derken, bir diğeri *"Fuarda stantları geziyordum, bir acente 'Apranti arıyoruz' diyordu. O an sordum, 'Bu nedir?' diye. Yani sektörden duymuş oldum"* şeklinde konuşmuştur.

Katılımcılardan elde edilen veriler analiz edildiğinde, aprantilik ve yardımcı rehber kavramlarıyla tanışma biçimlerinin; üniversite kaynaklı resmî veya yarı-resmî tanışmalar, sosyal çevre ve arkadaş etkisiyle tanışmalar, sektör temsilcileri ve kariyer etkinlikleriyle tanışmalar olduğu saptanmıştır. Katılımcı ifadelerinde herhangi bir değer yargısına (kavramın iyi veya kötü olduğuna dair) rastlanmamış; yalnızca tanışma anının zamansal ve mekânsal bağlamı ile bu tanışmayı sağlayan kişi veya kurumlar betimlenmiştir. Bu bulgular, aprantilik ve yardımcı rehberlik kavramlarının örgün eğitim kurumları, akran ağları ve iş dünyası arasındaki etkileşimle şekillendiğini, ancak ilk farkındalığın oluşmasında özellikle üniversite öğretim elemanlarının belirleyici bir rol üstlendiğini ortaya koymaktadır.

### 4.3. Aprantiliği nasıl tanımlarsınız? Aprantilik mi Yardımcı Rehber mi, neden?

Araştırmaya katılan 15 kişinin tamamına yakını aprantiliği, tur otobüsünün rehbere eksiksiz şekilde ulaştırılmasından sorumlu olan, aynı zamanda acentenin operasyonel taleplerini karşılayan çift yönlü bir rol olarak tanımlamıştır. Katılımcıların ifadelerinde sıklıkla "rehber anlatmaya konsantre olurken apranti arkadan koordinasyonu sağlar", "otobüsün saatinde kalkması, bilet işleri, yemek düzeni aprantinin işidir" ve "apranti acente ile rehber arasındaki köprüdür" gibi tanımlar öne çıkmıştır. Bazı katılımcılar, aprantiliğin sadece yardım etmek olmadığını vurgulamış; bir katılımcı "apranti, turun görünmeyen kahramanıdır derken, bir diğeri "aprantilik bir eğitim sürecidir" ifadesini kullanmıştır. Yalnızca iki katılımcı, aprantiliği daha dar kapsamda "rehberin ayağı, kolu, gözü" olarak nitelendirmiş ancak yine de operasyonel boyutu tamamen dışlamamıştır.

Terim tercihinde 8 katılımcı "apranti", 7 katılımcı ise "yardımcı rehber" ifadesini kullanmayı yeğlemiştir. Apranti terimini savunanlar ağırlıklı olarak sektörün 5 yıl ve üzeri deneyime sahip üyeleridir. Gerekçeleri arasında "apranti Türk turizminin jargonuna giren bir kavramdır, değiştirilmemeli", "yardımcı rehber derseniz iş sadece rehbere yardım ediyormuş gibi algılanır, oysa acentenin işlerini de yapıyorum" ve "apranti, rehber olma yolunda bir meslek basamağıdır,

yardımcı rehber ise statik kalır" ifadeleri öne çıkmıştır. Bir katılımcı "kurumsal turlarda aprantiyi tercih ediyorum, çünkü bu işin bir hiyerarşisi var" derken, bir diğeri "apranti terimini kaybetmemeliyiz" uyarısında bulunmuştur. Yardımcı rehber terimini tercih edenler ise genellikle daha az deneyimli katılımcılardan oluşmakta ve "apranti deyince misafirler bir şey anlamıyor, 'yardımcı rehber' dediğimde herkes hemen anlıyor", "apranti kulağa çırak gibi geliyor, biraz aşağılayıcı" ve "stajyer rehber deseler daha iyi, şimdilik kendime yardımcı rehber diyorum" şeklinde gerekçeler sunmuşlardır. Bir katılımcı ise butik turlarda müşteri profilinin "yardımcı rehber" terimini daha olumlu karşıladığını belirtmiştir.

Katılımcılar arasında tamamen farklı bir konumlanma gösteren tek bir örnek bulunmaktadır. K(5): "yardımcı rehberlik diye bir şey yoktur, ya aprantisindir ya da rehbersindir, misafir anlamaz diye terim değiştirilmez, misafir eğitilir" sözüyle net bir tutum sergilemiştir. Bu iki uç örnek dışındaki tüm katılımcılar, aprantiliğin içeriği konusunda hemfikir olmakla birlikte, kullanılacak terim konusunda kıdem ve çalışılan tur türüne göre iki eşit ağırlıklı kampa ayrılmıştır. Hiçbir katılımcı aprantiliği salt bir "otobüs teslim edici" olarak görmemiş; tamamı bu rolün çok yönlü, stratejik ve tur akışı için vazgeçilmez olduğunu ifade etmiştir.

### 4.4. Kaç sefer ve hangi turlarda apranti çıktınız?

| | Deneyim Süresi | Tur Türü | Misafir Türü |
|---|---|---|---|
| Katılımı Kişi 1 | 10 sefer | Günübirlik Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 2 | 1 yıldan fazla | Günübirlik ve Konaklamalı Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 3 | 20 sefer | Günübirlik ve Konaklamalı Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 4 | 15 sefer | Günübirlik ve Konaklamalı Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 5 | 8 sefer | Günübirlik Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 6 | 14 sefer | Günübirlik Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 7 | 20 sefer | Günübirlik ve Konaklamalı Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 8 | 40 sefer | Günübirlik ve Konaklamalı Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 9 | 12 sefer | Konaklamalı Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 10 | 1 yıldan fazla | Günübirlik ve Konaklamalı Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 11 | 15 sefer | Günübirlik Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 12 | 3 sefer | Günübirlik Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 13 | 1 yıldan fazla | Günübirlik ve Konaklamalı Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 14 | 18 sefer | Günübirlik Tur | Yerli Misafir |
| Katılımcı Kişi 15 | 23 sefer | Günübirlik Tur | Yerli Misafir |

(Tablo 2: Katılımcıların Aprantilik Deneyimleri)

Araştırmaya katılan 15 apranti/yardımcı rehberin deneyim süreleri incelendiğinde, katılımcıların önemli bir kısmının somut sefer sayısı üzerinden deneyimlerini ifade ettiği görülmektedir. On iki katılımcı aprantilik deneyimini belirli bir sefer sayısıyla tanımlarken, üç katılımcı (Katılımcı Kişi 2, Katılımcı Kişi 10 ve Katılımcı Kişi 13) deneyim süresini "1 yıldan fazla" şeklinde zaman esaslı olarak bildirmiştir. Sefer sayısı veren katılımcıların minimum deneyimi 3 sefer (Katılımcı Kişi 12), maksimum deneyimi ise 40 sefer (Katılımcı Kişi 8) olarak kaydedilmiştir. Sefer sayılarının dağılımına bakıldığında, 10 ile 20 sefer arasında yoğunlaşan bir grup (Katılımcı Kişi 1, 4, 6, 7, 9, 11, 14, 15) dikkat çekmektedir. Bu aralıkta sekiz katılımcı yer alırken, 20 seferin üzerinde deneyime sahip iki katılımcı (Katılımcı Kişi 8 ve 15) ile 10 seferin altında deneyime sahip üç katılımcı (Katılımcı Kişi 5, 12 ve 3 seferlik Katılımcı Kişi 12) bulunmaktadır. Zaman esaslı ifade edilen "1 yıldan fazla" sürenin sefer sayısına dönüştürülememesi nedeniyle bu üç katılımcının deneyim yoğunluğu hakkında kesin bir çıkarım yapılamamakla birlikte, bu ifade genellikle en az bir turizm sezonunu kapsayan uzun soluklu bir aprantilik pratiğine işaret etmektedir.

Katılımcıların çalıştıkları tur türleri açısından yapılan değerlendirmede, aprantilik faaliyetlerinin ağırlıklı olarak günübirlik turlar üzerinden şekillendiği gözlenmektedir. On beş katılımcıdan yedisi (Katılımcı Kişi 1, 5, 6, 11, 12, 14, 15) yalnızca "Günübirlik Tur" türünde deneyim bildirmiştir. Yedi katılımcı (Katılımcı Kişi 2, 3, 4, 7, 8, 10, 13) ise hem "Günübirlik Tur" hem de "Konaklamalı Tur" türlerinde çalıştığını belirtmiştir. Yalnızca bir katılımcı (Katılımcı Kişi 9) sadece "Konaklamalı Tur" deneyimine sahip olduğunu ifade etmiştir. Bu dağılım, aprantilerin ve yardımcı rehberlerin daha çok kısa süreli, aynı gün içinde başlayıp biten turlarda görev aldığını,

konaklamalı turlardaki aprantilik faaliyetlerinin ise genellikle günübirlik deneyime ek olarak geliştiğini düşündürmektedir. Özellikle 20 sefer ve üzeri deneyime sahip katılımcıların (Katılımcı Kişi 3, 7, 8, 15) tamamının tur türü çeşitliliği açısından ya "Günübirlik ve Konaklamalı" ya da sadece "Günübirlik" kategorisinde yer alması, deneyim süresi arttıkça tur türü çeşitliliğinin mutlaka artmadığını ancak bu konuda belirleyici bir örüntü olmadığını göstermektedir.

Araştırma kapsamında ulaşılan en çarpıcı bulgulardan biri, tüm katılımcıların "Misafir Türü" değişkeninde ortak bir profile sahip olmasıdır. On beş katılımcının tamamı, aprantilik ve yardımcı rehberlik deneyimleri boyunca yalnızca "Yerli Misafir" profiliyle çalıştığını beyan etmiştir. Hiçbir katılımcı yabancı misafir gruplarında apranti veya yardımcı rehber olarak görev aldığını belirtmemiştir. Bu durum, mevcut örneklem bağlamında aprantilik uygulamalarının neredeyse istisnasız olarak yerli turizm pazarında, Türk misafirlere yönelik turlarda gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların deneyim süresi veya tur türü fark etmeksizin bu değişkende homojen bir yapı sergilemesi, sektörde aprantilik sisteminin yabancı dil gerektiren uluslararası turlara kıyasla daha çok iç turizm dinamikleriyle ilişkili olduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte, bu bulgunun yalnızca 15 katılımcıdan oluşan bir örnekleme dayandığı, dolayısıyla sektör geneline genelleme yapılırken ihtiyatlı olunması gerektiği vurgulanmalıdır. Elde edilen veriler, aprantilerin deneyim kazanma sürecinde daha çok kısa vadeli, yerli misafir odaklı ve günübirlik operasyonlarda yoğunlaştığını, konaklamalı turların ise genellikle ileri düzey deneyime sahip aprantiler veya birden çok tur türünde çalışanlar tarafından tercih edildiğini göstermektedir.

**4.5. İlk aprantilik deneyiminizden kısaca bahseder misiniz? Aprantilik öncesi ve sonrası düşünceleriniz arasında ne gibi farklar oluştu?**

Araştırmaya katılan 15 aprantinin tamamı, ilk aprantilik deneyimlerinin ardından bu uygulamaya devam etme konusunda olumlu bir tutum sergilediklerini ifade etmiştir. Katılımcıların hiçbiri aprantilik yapmayı bırakmayı düşünmediğini belirtmezken, aksine deneyimin kendilerine mesleki anlamda önemli katkılar sağladığını vurgulamışlardır. K(2): *"İlk turum bitince çok yorulmuştum ama kesinlikle devam etmek istedim. Çünkü gerçek mesleği yerinde öğrenmek başka hiçbir şeye benzemiyor"* sözleriyle ifade etmiştir. K(9): *"Aprantilik sayesinde turist rehberi olup olmayacağıma karar verdim. Derslerde anlatılanlarla sahadaki gerçekler arasındaki farkı görmek çok değerliydi"* diyerek bu deneyimin kariyer kararındaki belirleyici rolünü ortaya koymuştur. Katılımcıların tamamı, aprantilik uygulamasının mesleki sahayı daha iyi anlamlandırmalarına imkân tanıdığı konusunda hemfikir olduklarını belirtmiştir. K(3): *"Derslerde tur yönetimini teorik olarak öğreniyorduk ama apranti olunca işin aslını, misafirle nasıl iletişim kurulacağını, acelenin telaşını bizzat yaşayarak öğrendim"* derken, K(14) *"Rehber abimizin turu nasıl yönettiğini izlemek, hatalarını görmek, onun tecrübelerinden faydalanmak bana bir okuldan daha çok şey kattı"* ifadesini kullanmıştır. Bu bulgular, aprantilik deneyiminin sadece pratik beceri kazandırmakla kalmayıp aynı zamanda bireylerin mesleki kimliklerini şekillendirmede de kritik bir işlev üstlendiğini göstermektedir.

Öte yandan, katılımcıların tamamı ilk aprantilik deneyimlerinin oldukça stresli, korkutucu ve yorucu geçtiğini oybirliğiyle ifade etmiştir. K(1): *"İlk turumda ellerim titriyordu, acaba bir şeyi unutur muyum, misafir bir şey sorar da cevap veremez miyim diye çok korktum"* şeklinde anlatırken, K(9): *"Sabah 5'te kalkıp gece 12'de eve döndüğümü hatırlıyorum. O kadar çok iş vardı ki nefes alacak vakit bulamadım"* diyerek fiziksel yorgunluğa dikkat çekmiştir. Katılımcılar, stresin yalnızca tur öncesi değil, tur esnasında da devam ettiğini hatta tur iyi geçse dahi arttığını belirtmişlerdir. K(3): *"Tur çok güzel geçiyordu ama içimden 'bir aksilik çıkmasın' diye sürekli tetikteydim. Misafirler memnun görünse de ben hep bir sonraki adımı düşünüyordum"* sözleriyle açıklamıştır. Tur bitiminde ise yorgunluğun zirveye ulaştığı ve stresin yerini derin bir bitkinliğe bıraktığını ifade etmiştir.*"Tur bittiğinde otobüsten indiğimde ayaklarımın yere değmediğini hissetmiştim. Ama yine de ertesi gün tekrar gitmek istedim çünkü öğrendiğim her şeyin değerini biliyordum."* Katılımcılar, ilk deneyimlerinde üstlendikleri görevlerin çokluğuna da vurgu yapmışlardır. Misafirle iletişim kurmak, kaptan) ile koordinasyon sağlamak, bilet ve giriş işlemleri gibi operasyonel görevlerin yanı sıra, kendilerine ustalık eden rehberleri gözlemlemenin de ayrı bir çaba gerektirdiğini belirtmişlerdir. K(6) *"Hem misafirlerin su ihtiyacını karşılayacaksın, hem*

*kaptana yolu tarif edeceksin, hem de rehberin nasıl anlattığını izleyip not alacaksın. İnsanın kafası allak bullak oluyor"* ifadesini kullanmıştır. Bu anlatımlar, aprantilik deneyiminin hem yoğun bir iş yükü hem de yoğun bir gözlemsel öğrenme süreci olduğunu, katılımcıların ilk seferlerinde zorlansalar da bu zorlukların onları mesleki gelişim açısından ileriye taşıdığını ortaya koymaktadır.

Katılımcılardan elde edilen veriler incelendiğinde, aprantilik deneyimine yönelik iki temel tutumun öne çıktığı görülmektedir: Deneyimin mesleki faydası ve devam etme isteği ve ilk deneyimin duygusal ve fiziksel zorlukları. Birinci tutumda tüm katılımcılar, aprantilik uygulamasının turist rehberliği mesleğini anlamlandırmada ve bu mesleğe devam edip etmeme kararında belirleyici olduğunu ifade etmişlerdir. Hiçbir katılımcı olumsuz bir kariyer yönelimi bildirmemiş; aksine tamamı aprantilik yapmaya devam etmek istediğini söylemiştir. İkinci tutumda ise katılımcıların tamamı ilk deneyimin stresli, korkutucu ve yorucu olduğu konusunda fikir birliği içindedir. Bu stresin tur öncesi başlayıp tur esnasında arttığı ve tur bitiminde yorgunlukla birleştiği belirtilmiştir. Ayrıca katılımcılar, çok sayıda görevi (misafir-kaptan iletişimi, operasyonel işler, rehber gözlemi) eş zamanlı yürütmek zorunda kaldıklarını vurgulamışlardır.

**4.6. Ücretlendirme, çalışma saatleri ve iş güvenliği bakımından aprantilik uygulamasını nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Araştırmaya katılan 15 aprantinin tamamı, aprantilik karşılığında aldıkları ücretin yapılan işin yoğunluğu ve sorumluluğu karşısında oldukça yetersiz olduğu konusunda hemfikir olduklarını ifade etmiştir. Katılımcılar, İzmir ili acentelerinin belirlediği aprantilik ücretinin 1500-2000 Türk Lirası bandında olduğunu, ancak farklı illerde aprantilik yapan arkadaşlarının çok daha düşük ücretlerle çalıştığını gözlemlediklerini belirtmişlerdir. K(6) bu durumu *"İzmir'de 1500 lira alıyordum ama Balıkesir'deki arkadaşım 750 liraya apranti çıkmıştı. Aynı işi yapıyoruz, neredeyse hiçbir şey kazanmıyor"* sözleriyle ifade ederken, K(9) *"Günde 14 saat çalışıp akşam eve 1500 lirayla dönmek insanın içine oturuyor"* diyerek ücretin emekle orantısızlığını vurgulamıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu bu ücretin asgari geçim standardının çok altında olduğunu düşünürken, küçük bir kısmı ise farklı bir perspektif sunmuştur. Bu azınlık grubundaki katılımcılar, aprantiliği öncelikle bir deneyim ve öğrenme fırsatı olarak değerlendirdikleri için ücretlendirmenin kendileri için tatmin edici olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin K(2): *"Paraya bakarsan hiçbir şey kazanmıyorsun ama burada kazandığın tecrübe, ileride rehber olduğunda senden çok daha fazlasını kazandıracak. Ben o gözle baktım"* derken, bu olumlu yaklaşımın bile katılımcıların ücret konusundaki temel memnuniyetsizliğini ortadan kaldırmadığı, sadece farklı bir önceliklendirme olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların tamamı, aprantilikteki çalışma saatlerini son derece uzun bulduklarını oybirliğiyle ifade etmiştir. Tur öncesinde gece saatlerinde, bazen sabaha karşı 04:00 gibi erken saatlerde yola çıktıklarını, tur boyunca kesintisiz görev yaptıklarını ve tur bitiminde yine gece saatlerinde eve dönebildiklerini belirtmişlerdir. K(9): *"Sabah 04:30'da kalkıp akşam 23:00'te evde oluyordum. O günü yaşamak için iki gün harcıyordum ama sadece bir günlük ücret alıyordum"* sözleriyle anlatırken, K(11): *"2 günlük emeğimin karşılığını 1 günlük ücret olarak almak gerçekten can sıkıcı. Yolda geçen saatler de çalışma saati değil mi?"* diyerek günübirlik ücretlendirme uygulamasına tepki göstermiştir. Katılımcılar, özellikle konaklamalı turlarda veya şehirlerarası uzun mesafeli günübirlik turlarda, seyahat süresinin de işin bir parçası olduğunu ancak bu sürenin ücrete yansıtılmadığını vurgulamışlardır. İş güvencesi konusunda ise tüm katılımcılar aprantiliğin sigortasız bir uygulama olduğunu, tur sırasında başlarına gelebilecek herhangi bir kaza, sağlık sorunu veya maddi hasar durumunda tüm mesuliyetin kendilerinde olduğunu belirtmişlerdir.

Tüm bu olumsuzlukların bir arada değerlendirilmesi sonucunda bir katılımcı K(9)*" Aprantiliğin modern kölelikten farkı yok. Uzun saatler, düşük ücret, sigorta yok, hiçbir güvence yok. Sadece 'ileride rehber olacaksın' diye dayanıyorsun"* sözleriyle aprantiliği "modern kölelik" olarak gördüğünü vurgulamıştır. Bununla birlikte, tüm bu haksızlık ve olumsuzluklara rağmen katılımcıların tamamı, rehberlik mesleğine adım atmadan önce aprantiliği önemli ve vazgeçilmez bir deneyim kapısı olarak gördükleri için bu koşullara katlandıklarını belirtmişlerdir. K(2) bu

ikilemi şöyle özetlemiştir: *"Sistem tamamen haksız, biliyorum. Ama ben rehber olmak istiyorsam bu çarkın içinde dönmek zorundayım. Başka türlü sektöre giriş yok. O yüzden dişimi sıkıyorum."* diyerek hem zorunluluğu hem de yaşanan sömürü duygusunu net bir şekilde ortaya koymuştur.

**4.7. Aprantiliğin, turist rehberliği eğitiminde öğretilmeyen, pratikte karşılaşılan durumları görmenize nasıl bir katkısı oldu?**

Katılımcılar, turist rehberliği eğitimi sırasında aldıkları teorik derslerin belirli bir bilgi birikimi sağladığını ancak bu bilgilerin sahada karşılaşılan gerçek durumlarla doğrudan örtüşmediğini vurgulamışlardır. K(1): *"Okulda ezberlediğim tarihi bilgiler var, ama apranti olunca misafirin 'tuvalet nerede?' sorusuna bile nasıl cevap vereceğini, otobüste nasıl duracağını, ses tonunu nasıl ayarlayacağını öğreniyorsun. Bunlar derslerde yok"* sözleriyle dile getirmiştir. Katılımcıların tamamı, aprantilik sayesinde turist rehberliği eğitiminde öğretilmesi mümkün olmayan, ancak mesleğin fiili icrasında sürekli karşılaşılan konularda saha deneyimi kazanma fırsatı bulduklarını belirtmişlerdir. K(5): *"Hoca anlatamaz çünkü her tur farklı, her misafir farklı. Apranti olarak yaşayarak öğreniyorsun"* derken, K(8): *"Sınıfta kriz yönetimi diye bir ders var ama gerçek kriz anını yaşamadan o dersin hiçbir anlamı yok. Aprantilikte bir turun iptal olduğunu, misafirin hastalandığını, otobüsün bozulduğunu gördüm"* ifadesini kullanmıştır. Ayrıca, katılımcılar aprantilik deneyiminin sadece rehberlik tekniklerini değil, aynı zamanda sektörün işleyişine dair pratik bilgileri de kazandırdığını ifade etmişlerdir. K(9): *"Hanut ne demek, hak ediş nasıl kesilir, bir acente ile rehber arasındaki ilişki nasıl yürür? Bunları okulda kimse anlatmaz. Apranti olarak turda görüp öğrendim"* sözleriyle bu durumu açıklamaktadır.

Katılımcılar, aprantilik uygulaması sayesinde edindikleri yetkinlikler arasında özellikle acil durum ve kriz yönetimi, farklı paydaşlarla (misafir, esnaf, kaptan, acente yetkilisi) iletişim kurma becerisi ve beklenmedik durumlara uyum sağlama yeteneğini öne çıkarmışlardır. K(2): *"İlk aprantilik turumda otobüs arızalandı, kapıda kaldık. Ustam soğukkanlılıkla yedek araç çağırdı, misafirleri oyaladı, ben ise ne yapacağımı şaşırdım. O an gördüm ki bu işin kitabı yok, tecrübe her şey."* K(7):*"Misafirlerin her türlüsü var. Kimi sürekli şikayet eder, kimi çok sessizdir. Kimi rehbere yapışır, kimi uzak durur. Apranti olarak bunların hepsini gözlemledim, hangi misafire nasıl yaklaşacağımı öğrendim"* sözleriyle ifade etmiştir. Katılımcılar ayrıca grup dinamiklerini yönetme becerisinin de aprantilik dışında kazanılamayacağını belirtmişlerdir. K(10): *"40 kişilik bir yerli grubuyla tura çıktığımızda herkesin farklı bir beklentisi var. Kimi çocuğuyla ilgileniyor, kimi yemek istiyor, kimi hemen fotoğraf çektirecek. Bu kalabalığı yönetmeyi, herkese aynı anda nasıl cevap vereceğini apranti olarak öğrendim"* gözlemsel öğrenmenin önemini vurgulamıştır. Katılımcı ifadelerinden çıkan ortak bulgu, turist rehberliği eğitim müfredatının teorik bilgi ağırlıklı olduğu, ancak mesleğin pratik icrasında karşılaşılan durumların (kriz yönetimi, paydaş iletişimi, grup dinamikleri, esnaf-acent ilişkileri, hanut-hak ediş gibi kavramlar) ancak sahada, bizzat yaşayarak veya bir ustanın yanında gözlemleyerek öğrenilebildiğidir.

Katılımcılardan elde edilen bulgular analiz edildiğinde, aprantiliğin turist rehberliği eğitimi ile mesleki pratik arasındaki boşluğu doldurmada önemli bir uygulama olduğu görülmektedir. Katılımcıların tamamı, aprantiliğin sahada karşılaşılan pratik durumları fark etme ve bunlarla başa çıkma becerisi kazandırdığı konusunda oybirliği içindedir. Bu bulgu, örgün eğitim müfredatının (turist rehberliği lisans programları) teorik ağırlıklı yapısının, mesleğin icrasında gerekli olan bazı yetkinlikleri (acil durum ve kriz yönetimi, paydaş iletişimi, grup dinamikleri yönetimi, esnaf-acenta ilişkileri, hanut/hak ediş gibi sektörel pratikler) doğrudan öğretmekte yetersiz kaldığını düşündürmektedir. Katılımcılar, bu yetkinliklerin ancak saha deneyimiyle, özellikle bir usta rehberin yanında gözlem ve bizzat deneyim yoluyla kazanılabileceğini ifade etmişlerdir.

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma, turist rehberliği lisans öğrencilerinin aprantilik uygulamasına ilişkin deneyimlerini, algılarını ve değerlendirmelerini derinlemesine incelemeyi amaçlamıştır. Elde edilen bulgular, aprantiliğin öğrenciler için yalnızca tamamlayıcı bir saha deneyimi değil, aynı zamanda mesleki kimlik inşasında ve teorik bilginin pratiğe dönüştürülmesinde kritik bir mekanizma olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların tamamı, aprantilik sayesinde iletişim becerileri, kriz yönetimi ve grup dinamiklerine uyum gibi turist rehberliği eğitim müfredatında sınırlı düzeyde yer bulan

yetkinlikleri kazandıklarını ifade etmiştir. Bu bulgu, alanyazında uygulamalı eğitimin mesleki yeterliliklerin geliştirilmesindeki vazgeçilmezliğini vurgulayan çalışmalarla (Eker & Zengin, 2016; Pelit vd., 2023; Acar & Okul, 2022) tutarlılık göstermektedir. Öte yandan öğrencilerin "okulda öğretilmeyen" pratik durumlarla aprantilik yoluyla karşılaştıklarına dair ifadeleri, örgün turist rehberliği eğitiminin teori ağırlıklı yapısının sahada karşılaşılan gerçekliklerle arasındaki mesafeyi yeniden gündeme taşımaktadır. Bu durum, müfredatın kriz senaryoları, paydaş yönetimi ve sektörel pratiklere (hanut, hak ediş gibi) daha fazla yer verecek şekilde yeniden yapılandırılması gerektiğine işaret etmektedir (Şahin & Erdem, 2021; Ilgaz & Güzel, 2019).

Araştırmanın en çarpıcı bulgularından biri, aprantilik uygulamasının çalışma koşullarına ilişkin yapısal sorunların öğrenci deneyimlerinde belirleyici bir tema olarak öne çıkmasıdır. Katılımcıların tamamı, uzun çalışma saatleri (günde ortalama 14-18 saat), yetersiz ücretlendirme (günlük 1500-2000 TL bandı) ve sigortasız çalışma gibi olguları aprantiliğin sistematik sorunları olarak tanımlamıştır. Bir katılımcının ifadesindeki "modern kölelik" benzetmesi, turizm sektöründe yaygın olan ancak akademik yazında sınırlı düzeyde sorunsallaştırılan stajyer/çırak sömürüsü tartışmasını somutlaştırmaktadır (Coşkun & Düz, 2020'nin ekonomik boyut vurgusunun ötesine geçerek). Öğrencilerin tüm bu olumsuzluklara rağmen aprantilik yapmaya devam etme motivasyonunun "sektöre girişin tek yolu" olduğu inancına dayanması, eğitim-istihdam geçişindeki yapısal kırılganlığın bir yansımasıdır. Bu bulgu, turist rehberliği özelinde aprantiliğin yasal bir statüye kavuşturulması, asgari ücret garantisi, zorunlu sigorta ve azami çalışma süresi gibi koruyucu düzenlemelerin aciliyetini ortaya koymaktadır (Güden vd., 2024'ün sektör temsilcilerinin beklentileriyle de örtüşmektedir).

Aprantilik ile yardımcı rehberlik terimleri arasındaki kavramsal ayrışma, katılımcıların mesleki konumlanışları ve deneyim süreleriyle ilişkili olarak anlamlı bir dağılım göstermiştir. Daha kıdemli katılımcıların "apranti" teriminde ısrar etmesi, bu kavramın sektörel bir habitus ve hiyerarşik bir meslek basamağı olarak içselleştirildiğini gösterirken, daha az deneyimli öğrencilerin "yardımcı rehber" terimini tercih etmesi, müşteri nezdinde saygınlık kaygısı ve dilsel dışlanma endişesiyle açıklanabilir. Bu ikili terim kullanımı, turist rehberliği yazınında daha önce sistematik olarak ele alınmamış bir gerilimi işaret etmektedir (Çokişler, 2023'ün "rehber yardımcısı" tanımının ötesinde). Ayrıca, tüm katılımcıların yalnızca yerli misafir gruplarında aprantilik deneyimine sahip olması, uygulamanın Türkiye'de neredeyse tamamen iç turizm pazarına özgü bir fenomen olduğunu düşündürmektedir. Bu durum, yabancı dil yeterliliği, kültürlerarası iletişim becerileri ve uluslararası tur operasyonlarının farklı dinamikleri gibi faktörlerin aprantilik pratiğini şekillendirdiğini ortaya koymakta; aynı zamanda turist rehberliği eğitiminde yabancı dil ve uluslararası uygulama bileşenlerinin güçlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Sonuç olarak, bu araştırma turist rehberliği öğrencilerinin aprantilik deneyimlerini bütüncül ve eleştirel bir perspektifle ortaya koyarak alanyazındaki görgül boşluğu doldurmaktadır. Aprantilik, mesleki beceri kazanımı ve kimlik gelişimi açısından vazgeçilmez bir uygulama olmakla birlikte, mevcut çalışma koşulları, ücretlendirme düzensizliği, sigortasızlık ve yasal statü eksikliği gibi ciddi yapısal sorunları da barındırmaktadır. Çalışmanın sınırlılıkları arasında yalnızca İzmir ilinde ve 15 katılımcıyla gerçekleştirilmiş olması, bulguların genellenebilirliğini sınırlamaktadır. Bununla birlikte, nitel desen sayesinde elde edilen derinlemesine veriler, aprantilik sisteminin işleyişine ilişkin zengin bir içgörü sunmaktadır. Gelecek araştırmaların, farklı illerde ve üniversitelerde daha geniş örneklemlerle nicel yöntemleri de içeren karma desenli çalışmalar yürütmesi, aprantilik uygulamasının etkililiğini ve sorunlarını daha kapsamlı bir şekilde değerlendirmeye olanak tanıyacaktır. Ayrıca, aprantilerin yabancı misafir gruplarında neden yer almadığını araştıran karşılaştırmalı çalışmalar ile acente yöneticileri ve usta rehberlerin perspektiflerini dahil eden çok paydaşlı araştırmalar, konunun bütüncül bir anlayışla ele alınmasına katkıda bulunabilecektir. Turist rehberliği eğitiminde aprantiliğin standart bir müfredat bileşeni haline getirilmesi ve yasal düzenlemelerle güvence altına alınması, hem öğrencilerin haklarının korunması hem de sektörün nitelikli rehber ihtiyacının karşılanması açısından kritik önem taşımaktadır.

## KAYNAKÇA

Acar, V., & Okul, T. (2022). TUREB 2020 kış uygulama gezisine katılan turist rehberi adaylarının memnuniyet durumlarını belirlemeye yönelik bir odak grup çalışması. Journal of Humanities and Tourism Research, 12(3), 645-668. https://doi.org/10.14230/johut1283

Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. Tourism Management, 22(5), 551-563. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9

Çeşmeci, N., Çalışkan, N., & Özsoy, A. (2020). Turizm rehberliği öğrencilerinin bireysel kariyer hedefleri ve mesleğe yönelik tutumları. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8(2), 852-869. https://doi.org/10.21325/jotags.2020.584

Çokal, Z., Yılmaz, F. D., & Büyükkuru, M. (2019). Türkiye'de lisans düzeyindeki turizm rehberliği bölümlerinin staj yönergelerinin mesleğe uyumunun incelenmesi. Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, 7(20), 202-218. https://doi.org/10.33692/avrasyad.664270

Çokişler, N. (2022). An overview of tour-guide training literature in Türkiye. International Journal of Tour Guiding Research, 3(1), 7, 81-94. https://doi.org/10.21427/d2w1-vk05

Çokişler, N. (2023). Türkiye'de turist rehberliği mesleği: Tarihsel bir bakış açısı. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 34(3), 80-108. https://doi.org/10.17123/atad.1324330

Coşkun, İ. O. & Düz, B. (2020). Turist Rehberliğinde Meslek Etiği. M. Yolal (Editör), Turist Rehberliği içinde. (s. 173-196), ISBN:978-975-06-4038-4, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 4139, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2919, Eskişehir.

Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding: Image management in Indonesia. Annals of Tourism Research, 29(3), 783-800. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00083-4

Eker, N., & Zengin, B. (2016). Turizm rehberliği eğitimi müfredatlarının uygulama yeterliliğinin profesyonel turist rehberleri açısıyla irdelenmesi. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 5(2), 4-19. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/551556

Güden, N., Akyildiz, A., & Cobanoglu, C. (2024). Can advanced apprenticeship programs in higher education be the key for developing skills in the tourism sector? Evidence from north cyprus. Journal of Hospitality & Tourism Education, 36(2), 99-112. https://doi.org/10.1080/10963758.2022.2056473

Huang, S., Hsu, C. H., & Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. Journal of https://doi.org/10.1177/1096348009349815 Hospitality and Tourism Research, 34(1), 3-33.

Ilgaz, B., & Güzel, Ö. (2019). Turist rehberliği bölümü öğrencilerinin kariyer devamlılığı: Çoklu uyum analizi çalışması. Turizm Akademik Dergisi, 6(2), 61-74. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/868918

Ön Esen, F., & Gülmez, M. (2018). Turist rehberliği yurtiçi uygulama gezilerinin öğrenciler açısından önemi: Akademisyenler ve turist rehberleri üzerine bir araştırma. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15(2), 320-335. https://doi.org/10.24010/soid.356789

Pelit, E., Çoban, E., & Tomakin, B. N. (2023). Turist rehberliği eğitiminde yaşanan sorunlar üzerine bir değerlendirme. Turist Rehberliği Dergisi (TURED), 6(1), 52-80. https://doi.org/10.34090/tured.1297309

Şahin, S., & Erdem, M. (2021). Turist rehberliği öğrencilerinin mesleki eğitime yönelik görüşleri: Balıkesir üniversitesi örneği. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(1), 92-116. https://doi.org/10.32572/guntad.858466

Şen, L. M., & Aslan, A. (2022). Turizm rehberliği öğrencilerinin Turizm Rehberliği Bölümü'nü seçmelerindeki algı ve motivasyonların belirlenmesi. The Journal of Academic Social Science, 130, 61-74. http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.62763

Tanrısever, C., Bektaş, İ., & Koç, D. E. (2019). Dünyada turist rehberliği eğitimi. Turist Rehberliği Dergisi (TURED), 2(1), 44-56. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/757654

# Akıllı Turizm Ekosisteminde Dönüşüm Yönetimi: Turist Rehberliğinin Dijitalleşme Ve Yapay Zekâ Bağlamında Yeniden Konumlandırılması

Cevat Özarpa[1] ve Reşide Sağlam[2]

[1]Doç. Dr., Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi,
Ankara Medipol Üniversitesi, Ankara

[2]Öğr. Gör., Eğitim Merkezi
Ankara Medipol Üniversitesi, Ankara

## Öz

Turizm sektörü, yalnızca kademeli bir değişim değil, dijital teknolojilerdeki hızlı ilerlemeler ve yapay zekanın (YZ) hizmet ekosistemlerine entegrasyonuyla yönlendirilen ve derinden etkileyen bir dönüşümden geçmektedir. Kademeli değişimin aksine, bu süreç, turizm ekosistemindeki kilit paydaşların yapılarını, işlevlerini ve etkileşimlerini yeniden şekillendiren çok boyutlu bir dönüşümü temsil etmektedir. Bu bağlamda, geleneksel olarak bilgi aktarımı ve tur yönetimine odaklanan bir meslek olarak tanımlanan turist rehberliği, önemli bir yeniden yapılanma yaşamaktadır.

Bu çalışma, turizm ekosisteminin dönüşümünü bir dönüşüm yönetimi perspektifinden incelemeyi ve turist rehberliğinin dijitalleşme ve YZ bağlamında nasıl yeniden konumlandırıldığını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Kavramsal ve bütünleştirici bir yaklaşım benimseyen çalışma, akıllı turizm, dijital dönüşüm ve hizmet inovasyonu ile ilgili literatürden yararlanmaktadır. Bilgi sağlayıcılardan deneyim tasarımcılarına, kültürel arabuluculara ve veriye dayalı hizmet kolaylaştırıcılarına dönüşen turist rehberlerinin gelişen rolünü eleştirel bir şekilde değerlendirmektedir.

Ayrıca, çalışma, turizm ekosistemi içindeki turist rehberliğinin çok katmanlı dönüşümünü açıklamak için kavramsal bir çerçeve olarak **Turizm Rehberliği Dönüşüm Modeli'ni (TRDM)** önermektedir. Model, teknolojik, örgütsel, mesleki ve deneyimsel boyutları entegre ederek, dijitalleşme ve yapay zekanın rehberlik mesleğini nasıl yeniden şekillendirdiğine dair bütünsel bir anlayış sunmaktadır.

Bulgular, turist rehberliğinin dönüşümünün teknolojik adaptasyonun ötesine uzandığını ve turizm ekosistemi içinde yapısal ve stratejik bir yeniden konumlandırmayı temsil ettiğini göstermektedir. Bu dönüşüm, yeni yetkinliklerin geliştirilmesini, mesleki rollerin yeniden tanımlanmasını ve insan merkezli ve teknoloji odaklı hizmet yaklaşımlarının entegrasyonunu gerektirmektedir. Çalışma, gelecekteki ampirik araştırmalara ve mesleki uygulamalara rehberlik edebilecek dönüşüm odaklı bir bakış açısı ve kavramsal bir model sağlayarak literatüre katkıda bulunmaktadır.

**Amaç:** Bu çalışmanın temel amacı, turizm ekosisteminin dönüşümünü bir dönüşüm yönetimi perspektifinden analiz etmek ve dijitalleşme ve yapay zeka bağlamında turist rehberliğinin gelişen rolünü kavramsallaştırmaktır.

**Yöntem:** Bu çalışma, akıllı turizm, dijital dönüşüm, yapay zeka ve hizmet inovasyonu üzerine yapılandırılmış bir literatür taramasına dayalı kavramsal ve bütünleştirici bir araştırma tasarımını benimsemektedir. Literatürü sentezlemek ve kavramsal bir model geliştirmek için çok boyutlu bir analitik çerçeve kullanılmaktadır.

**Bulgular:** Bulgular, turizm rehberliğinin dönüşümünün teknolojik, organizasyonel, mesleki ve deneyimsel değişiklikleri kapsayan çok boyutlu olduğunu ortaya koymaktadır. Önerilen TRDM, turizm rehberliğinin insan yeteneklerini yapay zeka destekli sistemlerle bütünleştiren hibrit rollere doğru kaydığını ve bunun da turizm ekosistemi içinde yapısal ve stratejik bir yeniden konumlandırmaya yol açtığını göstermektedir.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, turizm araştırmalarına dönüşüm odaklı bir bakış açısı getirerek ve Turizm Rehberliği Dönüşüm Modeli'ni (TRDM) bütüncül bir çerçeve olarak önererek literatüre katkıda bulunmaktadır. Turist rehberliğinin akıllı turizm ekosistemlerinde nasıl evrimleştiğine dair anlayışı geliştirir ve gelecekteki ampirik araştırmalar ve pratik uygulamalar için kavramsal bir temel sağlar.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Ekosistemi; Dönüşüm Yönetimi; Turist Rehberliği; Dijitalleşme; Yapay Zeka; Akıllı Turizm; Hizmet İnovasyonu.

## 1. GİRİŞ

Turizm sektörü, dijital teknolojilerdeki hızlı gelişmeler, veri odaklı sistemlerin yaygınlaşması ve yapay zekanın hizmet ekosistemlerine giderek daha fazla entegre edilmesiyle yönlendirilen derin ve çok boyutlu bir dönüşümden geçmektedir. Artımlı veya doğrusal değişimin aksine, bu süreç, yalnızca operasyonel süreçleri değil, aynı zamanda turizm ekosistemi içindeki yapıyı, değer yaratma mekanizmalarını ve paydaş etkileşimlerini de yeniden şekillendiren sistemik ve çok katmanlı bir dönüşümü yansıtmaktadır (Buhalis & Law, 2008; Gretzel vd., 2015).

Akıllı turizmin ortaya çıkışı, gerçek zamanlı veri alışverişini, kişiselleştirmeyi ve turizm deneyimlerinin ortak yaratılmasını sağlayarak bu dönüşümü daha da hızlandırmaktadır (Gretzel vd., 2015; Li vd., 2017). Dijital platformlar, büyük veri analitiği ve akıllı sistemler, turizm hizmetlerinin nasıl tasarlandığını, sunulduğunu ve tüketildiğini yeniden tanımlamıştır (Xiang & Fesenmaier, 2017; Mariani vd., 2018). Sonuç olarak, turizm artık doğrusal bir değer zinciri olarak değil, turistler, hizmet sağlayıcılar, destinasyon, yönetim kuruluşları ve dijital aracı kuruluşlar da dahil olmak üzere çok sayıda paydaşı içeren dinamik ve birbirine bağlı bir ekosistem olarak kavramsallaştırılmaktadır (Gretzel vd., 2015).

Bu gelişen ekosistem içinde, geleneksel olarak bilgi sağlayıcı ve tur koordinatörü olarak konumlandırılan turist rehberlerinin rolü önemli bir yeniden yapılanma sürecinden geçmektedir. Tarihsel olarak, turist rehberliği bilgi aktarımı, rota yönetimi ve kültürel arabuluculuk ile karakterize edilmiştir (Neuhofer vd., 2012). Bununla birlikte, dijital bilginin, mobil uygulamaların ve yapay zeka destekli öneri sistemlerinin yaygın kullanılabilirliği, rehberlerin sahip olduğu bilginin ayrıcalığını azaltarak, daha karmaşık ve katma değerli rollere doğru bir kaymayı zorunlu kılmaktadır (Tussyadiah, 2020).

Bu bağlamda, tur rehberlerinden giderek artan bir şekilde dijital olarak aracılık edilen ortamlarda deneyim tasarımcıları, ortak yaratım kolaylaştırıcıları ve kültürel anlatıların yorumlayıcıları olarak hareket etmeleri beklenmektedir (Neuhofer vd., 2014; Buhalis & Sinarta, 2019). Sohbet robotları, öneri sistemleri ve hizmet otomasyonu gibi yapay zeka teknolojilerinin entegrasyonu, turistler ve rehberler arasındaki etkileşimin doğasını daha da dönüştürerek, insan ve teknolojik yetenekleri birleştiren hibrit hizmet ortamları yaratmaktadır (Ukpabi vd., 2019; Ivanov vd., 2017).

Dijital dönüşüm ve akıllı turizm üzerine artan literatüre rağmen, bu dönüşümün tur rehberliği mesleği üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde inceleyen sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Mevcut araştırmalar ağırlıklı olarak teknolojik benimseme ve tüketici davranışına odaklanmakta, turizm ekosistemi içindeki insan aktörlerinin stratejik yeniden konumlandırılmasını genellikle göz ardı etmektedir (Sigala, 2018; Tussyadiah & Miller, 2019).

Bu nedenle, bu çalışma, turizm ekosisteminin dönüşümünü bir dönüşüm yönetimi perspektifinden analiz etmeyi ve turizm rehberliğinin dijitalleşme ve yapay zeka bağlamında nasıl yeniden konumlandırıldığını araştırmayı amaçlamaktadır. Akıllı turizm, hizmet inovasyonu ve dijital dönüşüm literatüründen elde edilen bilgileri entegre ederek, çalışma, turizm rehberliğinin çok boyutlu evrimini açıklamak için kavramsal bir çerçeve olan Turizm Rehberliği Dönüşüm Modeli'ni (TRDM) geliştirmektedir.

Bu bağlamda, literatüre üç ana açıdan katkıda bulunmaktadır. Birincisi, kademeli değişim ile sistemik dönüşüm arasında ayrım yaparak dönüşüm odaklı bir bakış açısı sunmaktadır. İkincisi, akıllı turizm, dijital dönüşüm ve hizmet inovasyonundan elde edilen bilgileri birleşik bir kavramsal çerçeveye entegre etmektedir. Üçüncüsü, turizm rehberliğini turizm ekosistemi içinde merkezi ve gelişen bir aktör olarak yeniden konumlandırarak, değer yaratma ve deneyim tasarımındaki rolünü vurgulamaktadır.

## 2. LİTERATÜR

### 2.1. Dijital Dönüşüm ve Akıllı Turizm Ekosistemleri

Turizmde dijital dönüşüm kavramı, son yirmi yılda önemli ölçüde gelişerek temel bilgi ve iletişim teknolojilerinden (BİT) karmaşık, veri odaklı ekosistemlere doğru evrilmiştir (Buhalis & Law, 2008). İlk çalışmalar BİT'in operasyonel verimliliği ve bilgi erişilebilirliğini artırmadaki rolüne odaklanırken, daha yeni araştırmalar dijital dönüşümün stratejik ve sistemik doğasını vurgulamaktadır (Pencarelli, 2020).

Akıllı turizmin ortaya çıkışı, turizm sistemlerinin nasıl kavramsallaştırıldığı ve yönetildiği konusunda bir paradigma değişimini temsil etmektedir. Akıllı turizm ekosistemleri, gelişmiş teknolojilerin entegrasyonu, gerçek zamanlı veri alışverişi ve paydaşlar arasında işbirlikçi değer yaratımı ile karakterize edilmektedir (Gretzel vd., 2015). Sürdürülebilir ve akıllı şehirler içerisinde yer alan bu ekosistemler, karar alma süreçlerini geliştirmek ve turist deneyimlerini iyileştirmek için büyük veri analitiğine, bulut bilişime ve Nesnelerin İnterneti'ne (IoT) büyük ölçüde güvenmektedir (Li vd., 2017; Fesenmaier & Xiang, 2017; Avcı & Özarpa, 2022).

Dahası, akıllı turizm, etkileşimli platformlar ve gerçek zamanlı katılım yoluyla deneyimlerin birlikte yaratılmasını sağlayarak turistleri pasif tüketicilerden aktif katılımcılara dönüştürmektedir (Buhalis & Amaranggana, 2015). Bu değişim, değerin ekosistem içindeki birden fazla aktör tarafından ortaklaşa yaratıldığı, ürün odaklıdan deneyim odaklı hizmet modellerine doğru daha geniş bir geçişle uyumludur (Neuhofer vd., 2014).

### 2.2. Turizmde Yapay Zeka ve Hizmet İnovasyonu

Yapay zekâ, turizm de dahil olmak üzere hizmet sektörlerinde dönüşümün temel itici gücü olarak ortaya çıkmıştır. Makine öğrenimi, doğal dil işleme ve robotik gibi yapay zekâ teknolojileri, süreçleri otomatikleştirmek, kişiselleştirmeyi artırmak ve hizmet sunumunu iyileştirmek için giderek daha fazla kullanılmaktadır (Huang & Rust, 2018; Gursoy vd., 2019).

Turizmde yapay zekâ uygulamaları arasında sohbet robotları, sanal asistanlar, öneri sistemleri ve hizmet robotları yer almaktadır ve bunların tümü daha verimli ve kişiselleştirilmiş müşteri deneyimlerine katkıda bulunmaktadır (Ukpabi vd., 2019; Belanche vd., 2020). Bu teknolojiler yalnızca operasyonel verimliliği artırmakla kalmaz, aynı zamanda turistler ve hizmet sağlayıcılar arasında yeni etkileşim biçimlerine de olanak tanımaktadır (Ivanov vd., 2017).

Yapay zekânın turizm hizmetlerine entegrasyonu, insan ve teknolojik roller arasındaki dengeye ilişkin önemli soruları da gündeme getirmektedir. Otomasyon verimliliği artırken, turizmin deneyimsel ve duygusal boyutları hala insan katılımını gerektirmektedir (Huang & Rust, 2021). Bu durum, insan ve yapay zeka yeteneklerinin birleştirilerek üstün değer sunulduğu hibrit hizmet modellerinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Tussyadiah, 2020).

### 2.3. Turist Deneyiminin Dönüşümü ve Ortak Yaratım

Turizmin dönüşümü, turist davranışlarındaki ve beklentilerindeki değişikliklerle yakından bağlantılıdır. Modern turistler giderek daha fazla kişiselleştirilmiş, sürükleyici ve otantik deneyimler aramaktadır ve bu deneyimler dijital teknolojiler tarafından kolaylaştırılmaktadır (Neuhofer vd., 2012). Teknoloji destekli deneyimler, daha fazla etkileşim, kişiselleştirme ve

gerçek zamanlı uyarlama olanağı sağlayarak turizm tüketiminin doğasını önemli ölçüde değiştirmektedir (Neuhofer vd., 2014).

Bu bağlamda, turistlerin kendi deneyimlerini şekillendirmedeki aktif rolünü vurgulayan ortak yaratım merkezi bir kavram haline gelmiştir (Buhalis & Sinarta, 2019). Tripadvisor gibi dijital platformlar, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik, akran değerlendirmeleri ve işbirlikçi karar alma süreçlerini mümkün kılarak bu eğilime örnek teşkil etmektedir (Yoo vd., 2016).

Dahası, COVID-19 pandemisi, turizmde dijital teknolojilerin ve otomasyonun benimsenmesini hızlandırarak, yüksek teknoloji ve temassız hizmetlere doğru kaymayı daha da güçlendirmiştir (Sigala, 2020; Zeng vd., 2020). Bu geçiş, dış etkenlere karşı uyum sağlama ve yenilikçiliğin önemini vurgulamaktadır.

### 2.4. Dijital Çağda Turist Rehberliğinin Yeniden Konumlandırılması

Turizm ekosisteminin dönüşümü, turizm rehberliği mesleği için önemli sonuçlar doğurmaktadır. Geleneksel olarak, turizm rehberleri destinasyonlar ve turistler arasında aracı görevi görerek bilgi, yorumlama ve lojistik destek sağlamışlardır. Bununla birlikte, dijital bilginin yaygınlaşması, rehberlere olan bağımlılığı temel bilgi işlevleri açısından azaltmıştır (Tussyadiah, 2020).

Sonuç olarak, turizm rehberlerinin rolü daha karmaşık ve değer odaklı işlevlere doğru kaymaktadır. Rehberlerden giderek daha fazla deneyim kolaylaştırıcıları, hikaye anlatıcıları ve turistler için anlamlı ve ilgi çekici deneyimler yaratabilen kültürel yorumcular olarak hareket etmeleri beklenmektedir (Neuhofer vd., 2014). Bu değişim, dijital okuryazarlık, duygusal zeka ve teknolojiyi hizmet sunumuna entegre etme yeteneği de dahil olmak üzere yeni yetkinliklerin geliştirilmesini gerektirmektedir.

Ayrıca, Airbnb gibi şirketler aracılığıyla sunulan eşler arası deneyimler (peer-to-peer) gibi dijital platformların ve alternatif turizm hizmetlerinin yükselişi, rekabeti yoğunlaştırmış ve geleneksel rehberlik modellerine meydan okumuştur. Bu durum, turizm ekosistemi içinde tur rehberliğinin stratejik olarak yeniden konumlandırılmasını, farklılaşmayı, yeniliği ve değer yaratmayı vurgulamayı gerektirmektedir. Bu bağlamda, dönüşüm yönetimi, tur rehberliğinin evrimini anlamak ve yönlendirmek için yararlı bir çerçeve sağlamaktadır. Değişimleri kademeli ayarlamalar olarak görmek yerine, dönüşüm yönetimi, ekosistem içindeki rolleri, yapıları ve ilişkileri yeniden tanımlayan sistemik ve stratejik değişimleri vurgulamaktadır.

### 2.5 Dönüşüm Yönetimi Perspektifi: Değişimden Dönüşüme

Turizm rehberliğinin gelişen rolünü tam olarak anlamak için, dönüşüm yönetimi perspektifini benimsemek gereklidir. Dönüşüm yönetimi, bir ekosistem içindeki yapılarda, süreçlerde, rollerde ve değer yaratma mekanizmalarında temel değişimleri içeren sistemik ve kapsamlı bir değişim yaklaşımını ifade eder.

Bu bağlamda önemli bir ayrım, değişim ve dönüşüm arasındaki farktır. Değişim tipik olarak mevcut sistemlerdeki kademeli iyileştirmeleri veya ayarlamaları ifade ederken, dönüşüm bu sistemlerin daha derin ve daha radikal bir şekilde yeniden yapılandırılmasını ima eder (Buhalis & Sinarta, 2019). Dönüşüm çok boyutludur ve yalnızca teknolojik altyapıları değil, aynı zamanda organizasyonel yapıları, mesleki rolleri ve deneyimsel dinamikleri de etkiler.

Turizm ekosisteminde, dijital teknolojilerin ve yapay zekanın entegrasyonu böyle bir dönüşümü tetiklemiştir. Bu süreç teknolojik benimsemeyle sınırlı değildir, paydaşlar arasındaki ilişkilerin yeniden tanımlanmasını ve değer yaratma süreçlerinin yeniden yapılandırılmasını içermektedir.

Bu perspektiften bakıldığında, turizm rehberliğinin evrimi, mesleki yeniden konumlandırma süreci olarak anlaşılabilir. Turist rehberleri sadece yeni araç ve teknolojilere uyum sağlamakla kalmıyor; aksine, insan-teknoloji etkileşimiyle karakterize edilen hibrit bir ekosistem içinde rolleri temelden yeniden tanımlanıyor. Bu yeniden konumlandırma, görev odaklı rollerden daha karmaşık, değer odaklı ve deneyim merkezli işlevlere doğru bir geçişi yansıtıyor.

Turizmde dijital dönüşümün giderek daha fazla kabul görmesine rağmen, teknolojik, örgütsel, mesleki ve deneyimsel boyutları birbirine bağlayan bütünleyici çerçevelerin eksikliği devam etmektedir. Bu boşluk, turist rehberliğinde dönüşümün çok katmanlı doğasını yakalayan kapsamlı bir kavramsal modele duyulan ihtiyacın altını çizmektedir.

## 3. YÖNTEM

### 3.1 Araştırma Tasarımı

Bu çalışma, turizm ekosisteminde dijitalleşme ve yapay zekâ bağlamında turist rehberliğinin dönüşümünü incelemek için kavramsal ve bütünleştirici bir araştırma tasarımı benimsemektedir. Çalışma, birincil ampirik verilere dayanmak yerine, mevcut bilgiyi sentezlemeyi ve dijital olarak aracılık edilen bir hizmet ortamında turist rehberlerinin gelişen rolünü açıklayan kapsamlı bir teorik çerçeve geliştirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın temel metodolojik tercihi, birincil ampirik verilerden ziyade mevcut literatürün sistematik bir şekilde sentezlenmesine dayanmaktadır. Bu bağlamda, araştırma tasarımı, parçalı ve dağınık bilgi kümelerini bir araya getirerek, turist rehberliğinin dijital olarak aracılık edilen hizmet ortamında nasıl dönüşüme uğradığını açıklayan kapsamlı bir teorik çerçeve geliştirmeyi hedeflemektedir.

Araştırma, turizmdeki değişimi artımlı ayarlamalar olarak değil, teknolojik, örgütsel, mesleki ve deneyimsel yapıları etkileyen sistemik ve çok boyutlu bir süreç olarak kavramsallaştıran dönüşüm odaklı bir bakış açısına dayanmaktadır. Bu bağlamda, çalışma, literatürün parçalanmış dallarını birleştirmeyi ve akıllı turizm ekosisteminde turist rehberliğinin nasıl yeniden yapılandırıldığına dair bütünsel bir anlayış sağlamayı amaçlamaktadır. Bu dönüşüm odaklı yaklaşım, akıllı turizm ekosisteminde rehberlik hizmetlerinin yeniden yapılandırılmasını çok boyutlu bir perspektiften ele almayı mümkün kılmaktadır.

### 3.2 Literatür İncelemesi ve Kaynak Seçimi

Çalışma, akıllı turizm, dijital dönüşüm, turizmde yapay zekâ, hizmet inovasyonu ve turist rehberliği ile ilgili akademik literatürün yapılandırılmış bir incelemesine dayanmaktadır. İlgili kaynaklar, hakemli dergi makaleleri, kitaplar ve konferans bildirilerine odaklanan amaçlı ve tematik bir seçim süreciyle belirlenmiştir.

Seçim kriterleri şunları içermektedir:

• Turizmde dijital dönüşüm ve yapay zekâ ile ilgili olması,

• Hizmet inovasyonu ve deneyim tasarımına kavramsal veya teorik katkılar,

• Turizm bağlamlarında insan-teknoloji etkileşimini ele alan çalışmalar,

• Turist rehberliği veya ilgili meslek rollerine odaklanan literatür.

İnceleme süreci, turist rehberliğinin dönüşümünü anlamaya katkıda bulunan temel teorik içgörüleri entegre etmeyi amaçlayarak, nicelikten ziyade nitelik ve kavramsal uygunluğa vurgu yapmıştır. Bu çalışmada kullanılan literatür, amaçlı ve tematik bir seçim süreci ile belirlenmiştir. Seçim kriterleri, turizmde dijital dönüşüm ve yapay zekâ uygulamalarına doğrudan katkı sağlayan, hizmet inovasyonu ve deneyim tasarımına kavramsal veya teorik açılımlar getiren, turizm bağlamlarında insan-teknoloji etkileşimini ele alan ve turist rehberliği ya da ilgili meslek rollerine odaklanan akademik çalışmaları kapsamaktadır. Bu doğrultuda, hakemli dergi makaleleri, akademik kitaplar ve uluslararası konferans bildirileri temel kaynaklar olarak tercih edilmiştir.

Literatür seçimi sürecinde, nicelikten ziyade nitelik ve kavramsal uygunluk önceliklendirilmiş; böylece turist rehberliğinin akıllı turizm ekosisteminde yeniden konumlandırılmasına dair en güçlü teorik içgörüleri sunan çalışmalar bütünleştirilmiştir. Bu yaklaşım, parçalı bilgi kümelerinin ötesine geçerek, rehberlik mesleğinin dijitalleşme ve yapay zekâ bağlamında nasıl dönüştüğünü açıklayan bütünsel bir teorik çerçeve geliştirilmesine olanak tanımaktadır.

### 3.3 Analitik Çerçeve

Literatürü sistematik olarak yorumlamak için çalışma, çok boyutlu bir analitik çerçeve kullanmaktadır. İncelenen literatür, birbiriyle ilişkili dört boyutta analiz edilmiştir:

1. Teknolojik Boyut – turizm hizmetlerini yeniden şekillendirmede yapay zekâ, büyük veri ve dijital platformların rolüne odaklanmaktadır;

2. Organizasyonel Boyut – turizm yapılarındaki, paydaş ilişkilerindeki ve platform tabanlı ekosistemlerdeki değişiklikleri incelemektedir;

3. Profesyonel Boyut – turizm rehberliği rollerinin, yetkinliklerinin ve değer önerilerinin dönüşümünün analizi;

4. Deneyimsel Boyut – turizm deneyimlerinin kişiselleştirme, ortak yaratım ve dijital aracılık yoluyla nasıl geliştiğini araştırmak.

Bu boyutlar, literatürü sentezlemek ve turizm ekosistemi içindeki dönüşüm kalıplarını belirlemek için yapılandırılmış bir temel sağlar. Bu dört boyut, literatürün sistematik olarak yorumlanmasına ve turizm ekosistemindeki dönüşüm kalıplarının bütüncül biçimde ortaya konmasına olanak sağlamaktadır. Analitik çerçeve, yalnızca mevcut bilgiyi sınıflandırmakla kalmayıp, aynı zamanda farklı disiplinlerden gelen kavramsal katkıları karşılaştırmalı bir bakış açısıyla bütünleştirmeyi amaçlamaktadır (Grant & Osanloo, 2014). Böylece, turizmde dijitalleşme ve yapay zekâ bağlamında ortaya çıkan yeniliklerin, rehberlik mesleğinin kurumsal yapıları, profesyonel kimliği ve deneyim tasarımı üzerindeki etkileri daha derinlemesine anlaşılabilmektedir.

Bu yaklaşım, literatürün parçalı doğasını aşarak, akıllı turizm ekosisteminde rehberliğin yeniden konumlandırılmasına ilişkin teorik bir sentez geliştirmeyi mümkün kılmaktadır. Ayrıca, analitik çerçevenin çok boyutlu yapısı, gelecekteki araştırmalar için karşılaştırmalı analizlere ve yeni kavramsal açılımlara zemin hazırlamaktadır. Böylece çalışma, yalnızca mevcut literatürü özetleyen bir inceleme olmaktan çıkıp, turizmde dijital dönüşümün rehberlik mesleğine yönelik stratejik ve teorik sonuçlarını tartışan yapılandırılmış bir akademik katkı sunmaktadır.

### 3.4 Model Geliştirme Süreci

Literatür sentezi ve çok boyutlu analize dayanarak, bu çalışma kavramsal bir çerçeve olarak Turizm Rehberliği Dönüşüm Modeli'ni (TRDM) geliştirir. Model, akıllı turizm, hizmet inovasyonu ve dijital dönüşüm araştırmalarından elde edilen teorik içgörüleri entegre eden yinelemeli bir süreçle oluşturulmuştur.

Modelin geliştirilmesi üç ana adımı izlemiştir:

1. Temel Dönüşüm Etkenlerinin Belirlenmesi: Turizm ekosistemini şekillendiren temel teknolojik ve yapısal değişiklikler literatürden belirlenmiştir.

2. Dönüşüm Boyutlarının Sınıflandırılması: Bu etkenler, teknolojik, örgütsel, profesyonel ve deneyimsel dönüşümleri yansıtan birbirine bağlı katmanlar halinde düzenlenmiştir.

3. Bütüncül Bir Çerçeveye Entegrasyon: Bu katmanlar arasındaki ilişkiler, turizm ekosistemi içindeki dönüşümün dinamik ve sürekli doğasını göstermek üzere kavramsallaştırılmıştır.

Ortaya çıkan model, farklı boyutların nasıl etkileşimde bulunduğunu ve turist rehberliğinin evrimini birlikte nasıl etkilediğini vurgulayan sistemik ve bütünleyici bir bakış açısı sunmaktadır. Bu nedenle model, ampirik testlerden değil, teorik sentez ve kavramsal entegrasyondan türetilmiştir.

## 4. BULGULAR

### 4.1 Turizm Ekosisteminde Dönüşüm Boyutları

Literatür analizi, turizm ekosisteminin dönüşümünün teknolojik gelişmelerle sınırlı olmadığını, değer yaratma süreçlerinin çok katmanlı ve sistemik bir yeniden yapılanmasını temsil ettiğini ortaya koymaktadır. Bu dönüşüm, özellikle yapay zekâ olmak üzere dijital teknolojilerin entegrasyonuyla yönlendirilmekte ve turizm hizmetlerini yeniden şekillendiren birbirine bağlı boyutlarda kendini göstermektedir.

Analizden dört temel dönüşüm boyutu ortaya çıkmaktadır: teknolojik, örgütsel, mesleki ve deneyimsel. Bu boyutlar izole değildir; aksine, dinamik ve birbirine bağımlı bir şekilde çalışarak sürekli gelişen bir turizm ekosisteminin temelini oluşturmaktadırlar. Bulgular, turist rehberliğinin dönüşümünün bu daha geniş sistemik değişimin içine derinden yerleşmiş olduğunu ve etkilerini tam olarak anlamak için bütünsel bir bakış açısı gerektirdiğini göstermektedir.

### 4.2 Turizm Rehberliği Dönüşüm Modeli (TRDM)

Literatür sentezi ve belirlenen dönüşüm boyutlarına dayanarak, bu çalışma, dijital çağda turist rehberlerinin gelişen rolünü açıklamak için kavramsal bir çerçeve olarak Turizm Rehberliği Dönüşüm Modelini (TRDM) önermektedir.

Model, dönüşümü çok katmanlı bir yapı olarak kavramsallaştırır; her katman, turizm ekosistemi içindeki değişimin farklı ancak birbirine bağlı bir boyutunu temsil eder. Dönüşümü doğrusal bir süreç olarak görmek yerine, TRDM, dinamik, tekrarlayan ve ekosistem çapındaki doğasını vurgular. Önerilen modeldeki yapı ve ilişkiler Şekil 1'de gösterilmiştir.

Turizm Rehberliği Dönüşüm Modeli (TRDM), literatür sentezinden elde edilen bulguların kavramsal bir bütünlük içerisinde yeniden yorumlanmasıyla geliştirilmiş teorik bir çerçevedir. Model, turizm ekosisteminde rehberlik hizmetlerinin dijitalleşme ve yapay zekâ bağlamında geçirdiği dönüşümü, birbirine bağlı çok katmanlı yapılar üzerinden açıklamaktadır. Bu yaklaşım, dönüşümü doğrusal ve tek yönlü bir süreç olarak değil, ekosistem çapında dinamik, tekrarlayan ve sürekli yeniden şekillenen bir olgu olarak kavramsallaştırmaktadır. TRDM, teknolojik altyapıların gelişimi, örgütsel yeniden yapılanmalar, mesleki kimlik ve yetkinliklerin dönüşümü ile turist deneyimlerinin dijital aracılı ortamda yeniden tasarlanması arasındaki etkileşimleri bütünsel bir sistem mantığıyla ele almaktadır. Böylece model, turizm rehberliğinin yalnızca dijital araçlarla desteklenen bir hizmet rolü olmaktan çıkıp, akıllı turizm ekosisteminin stratejik ve deneyimsel merkezinde yeniden konumlandığını teorik düzeyde ortaya koymaktadır.

#### 4.2.1 Teknolojik Katman

Teknolojik katman, turizm ekosistemindeki dönüşümü yönlendiren temel altyapıyı temsil eder. Bu katman, yapay zekâ uygulamalarını, büyük veri analizini, mobil teknolojileri ve akıllı destinasyon sistemlerini içerir.

Bu teknolojiler, gerçek zamanlı etkileşimi, veriye dayalı karar vermeyi ve kişiselleştirilmiş hizmet sunumunu mümkün kılar. Sohbet robotları, öneri sistemleri ve sanal asistanlar gibi yapay zekâ destekli araçlar, turistler için özel deneyimler sağlarken operasyonel verimliliği önemli ölçüde artırır. Sonuç olarak, teknoloji, turizm hizmetlerinin nasıl üretildiğini ve tüketildiğini yeniden şekillendirerek dönüşümün temel bir kolaylaştırıcısı olarak işlev görür.

Bu katman, yalnızca teknolojik araçların işlevsel kullanımını değil, aynı zamanda turizm ekosisteminde yenilikçi değer yaratım süreçlerinin temelini oluşturan stratejik bir altyapıyı da temsil etmektedir. Yapay zekâ ve büyük veri teknolojileri, turizm aktörlerinin karar alma mekanizmalarını dönüştürerek, öngörücü analizler ve kişiselleştirilmiş öneriler yoluyla rekabet avantajı sağlamaktadır. Mobil uygulamalar ve akıllı destinasyon sistemleri ise turistlerin deneyimlerini mekânsal ve zamansal bağlamda sürekli olarak optimize etmektedir (Sağlam, 2021). Bu bağlamda teknolojik katman, turizm rehberliğinin yalnızca bilgi aktarımına dayalı geleneksel

rolünü aşarak, dijital ekosistem içinde etkileşimsel, veri odaklı ve deneyim tasarımına yönelik yeni bir işlevsellik kazanmasına aracılık etmektedir.

### 4.2.2 Organizasyonel Katman

Organizasyonel katman, turizm sistemlerinin ve paydaş ilişkilerinin yapısal dönüşümünü yansıtır. Geleneksel hiyerarşik yapılar, iş birliğinin ve veri alışverişinin merkezi bir rol oynadığı ağ tabanlı ve platform odaklı ekosistemlerle giderek daha fazla değiştiriliyor.

Bu katmandaki kilit aktörler arasında destinasyon yönetim kuruluşları (DMO'lar), seyahat acenteleri, tur operatörleri ve dijital platformlar yer almaktadır. Bu aktörler, koordinasyonu, yeniliği ve değer ortak yaratımını kolaylaştıran birbirine bağlı sistemler içinde faaliyet göstermektedir. Bulgular, dijital teknolojilerin getirdiği fırsatlara ve zorluklara uyum sağlamak için örgütsel dönüşümün şart olduğunu göstermektedir.

Bu katman, yalnızca mevcut örgütsel yapıların dijitalleşmeye uyum sağlamasını değil, aynı zamanda turizm ekosisteminde yeni yönetişim biçimlerinin ortaya çıkışını da temsil etmektedir. Dijital platformların artan rolü, paydaşlar arasında veri paylaşımını ve iş birliğini zorunlu hale getirirken, aynı zamanda şeffaflık, güvenlik ve sürdürülebilirlik gibi konuları da ön plana çıkarmaktadır (Hubbart, 2023). Örgütsel dönüşüm, destinasyon yönetim kuruluşlarının stratejik koordinasyon kapasitesini yeniden tanımlarken, tur operatörleri ve seyahat acentelerinin iş modellerini dijital ekosistemlere entegre etmesini gerektirmektedir. Ayrıca, platform tabanlı işleyiş, rehberlik hizmetlerinin daha esnek, ölçeklenebilir ve çok aktörlü bir yapıya kavuşmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda organizasyonel katman, turizm rehberliğinin yalnızca mesleki bir rol değil, aynı zamanda ekosistem düzeyinde değer ortak yaratımının merkezinde konumlanan bir işlev haline geldiğini göstermektedir.

### 4.2.3 Profesyonel Katman (Turist Rehberliğinin Dönüşümü)

Profesyonel katman, modelin çekirdeğini oluşturmakta ve turist rehberliği rollerinin dönüşümüne odaklanmaktadır. Bulgular, geleneksel rollerden daha karmaşık, değer odaklı işlevlere doğru net bir kaymayı göstermektedir.

Geleneksel olarak, turist rehberleri bilgi aktarımı, tur koordinasyonu ve kültürel arabuluculuktan sorumluydu. Bununla birlikte, dijital bilginin ve yapay zeka tabanlı sistemlerin yaygın kullanılabilirliği, bu işlevlerin ayrıcalığını azalttı. Sonuç olarak, turist rehberleri deneyim tasarımcıları, hikâye anlatıcıları, etkileşim kolaylaştırıcıları ve veriye dayalı hizmet sağlayıcıları gibi rollere doğru geçiş yapmaktadır.

Bu dönüşüm, insan yeteneklerinin dijital teknolojilerle bütünleştiği hibrit hizmet ortamlarına doğru bir hareketi yansıtmaktadır. Duygusal zeka, yaratıcılık ve yorumlama becerileri giderek daha önemli hale gelmektedir, çünkü bu yetkinlikler yapay zeka tarafından tamamen taklit edilemez.

### 4.2.4 Deneyimsel Katman

Deneyimsel katman, akıllı turizm ekosistemi içindeki turist deneyimlerinin dönüşümünü temsil eder. Bulgular, çağdaş turizm deneyimlerinin kişiselleştirme, gerçek zamanlı yanıt verme, etkileşim ve ortak yaratım ile karakterize edildiğini ortaya koymaktadır.

Turistler artık pasif tüketiciler değil, deneyimlerini şekillendirmede aktif katılımcılardır. Dijital teknolojiler, uyarlanabilir ve sürükleyici etkileşimleri mümkün kılarak bu değişimi kolaylaştırır. Bununla birlikte, yapay zeka verimliliği ve kişiselleştirmeyi artırırken, turizm hizmetlerinin deneyimsel derinliği ve özgünlüğü büyük ölçüde insan etkileşimine bağlı olmaya devam etmektedir.

### 4.3 Katmanlar Arasındaki Etkileşimler

Bu çalışmanın temel bulgularından biri, turizm ekosistemindeki dönüşümün, belirlenen katmanlar arasındaki sürekli ve karşılıklı etkileşimler yoluyla gerçekleşmesidir.

Teknolojik katman, yeni organizasyonel biçimleri ve hizmet modellerini mümkün kılar. Buna karşılık, organizasyonel yapılar profesyonel rolleri ve gerekli yetkinlikleri yeniden tanımlar. Profesyonel katman, turist deneyimlerinin kalitesini ve derinliğini doğrudan etkilerken, deneyimsel katman ise daha fazla teknolojik ve organizasyonel gelişmeyi şekillendiren geri bildirim üretir.

Bu döngüsel etkileşim, akıllı turizm ekosistemlerinin uyarlanabilir ve gelişen doğasını yansıtan dinamik bir dönüşüm döngüsü yaratır. Katmanlar arasındaki etkileşimler, turizm ekosisteminde dönüşümün yalnızca tek yönlü bir ilerleme değil, aynı zamanda karmaşık bir geri bildirim mekanizması olduğunu göstermektedir. Teknolojik yenilikler, organizasyonel yapıları dönüştürürken; bu yeni yapılar, profesyonel rollerin yeniden tanımlanmasına ve mesleki yetkinliklerin çeşitlenmesine zemin hazırlamaktadır. Aynı zamanda, deneyimsel katmandan gelen kullanıcı geri bildirimleri, teknolojik altyapıların geliştirilmesine ve organizasyonel stratejilerin yeniden şekillendirilmesine doğrudan etki etmektedir. Bu karşılıklı etkileşimler, turizm rehberliğinin dijital çağda statik bir rol değil, sürekli evrilen ve ekosistem düzeyinde uyarlanabilir bir işlev üstlendiğini ortaya koymaktadır. Böylece, dönüşüm süreci, katmanlar arası etkileşimlerin sürekliliği sayesinde, turizm ekosisteminde dinamik bir denge ve yenilikçi değer yaratımı üretmektedir.

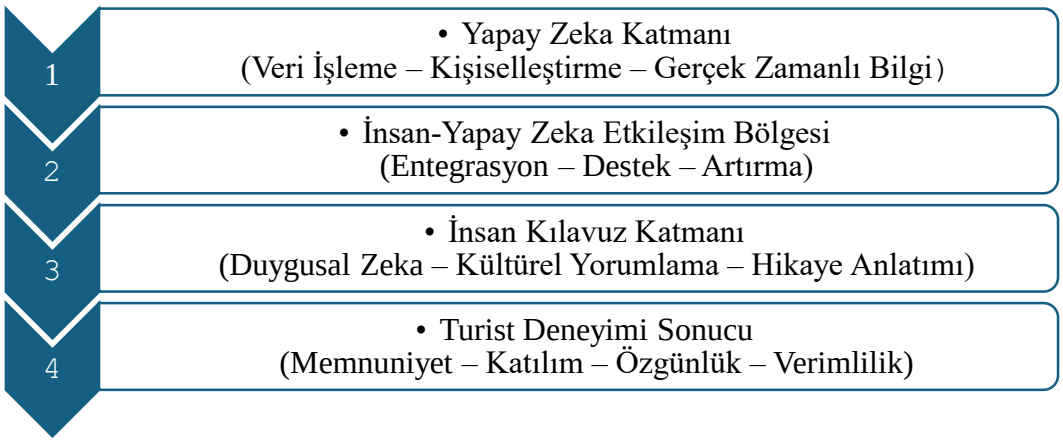
### 4.4 Modelin Teorik ve Pratik Sonuçları

TRDM, turizm rehberliğinin dönüşümüne ilişkin hem teorik hem de pratik bilgiler sunmaktadır. Teorik açıdan, model teknolojik yeniliği mesleki ve deneyimsel dönüşümlerle birleştiren bütünsel ve entegre bir çerçeve sunmaktadır. Turizm rehberliğini çevresel bir hizmet işlevi yerine ekosistem düzeyinde dönüşümün merkezi bir bileşeni olarak konumlandırarak literatüre katkıda bulunmaktadır.

Pratik açıdan, model turizm rehberlerinin deneyimsel ve yorumlayıcı becerilerinin yanı sıra dijital yetkinlikler geliştirmeleri gerektiğinin altını çizmektedir. Ayrıca, etkili dönüşümü kolaylaştırmada örgütsel uyumun ve politika desteğinin önemini vurgulamaktadır.

Sonuç olarak, bulgular turizm rehberliğinin geleceğinin teknolojik değişime direnmekte değil, zenginleştirilmiş ve anlamlı turizm deneyimleri yaratmak için insan ve yapay zeka yeteneklerini entegre etmekte yattığını göstermektedir.

Şekil 1, Turizm Rehberliği Dönüşüm Modelini (TRDM) sunmakta ve teknolojik, örgütsel, mesleki ve deneyimsel boyutlar arasındaki çok katmanlı yapıyı ve dinamik etkileşimleri göstermektedir. Odak noktasını artımlı değişimden sistemik dönüşüme kaydırmaktadır.




Şekil 1. Turizm Rehberliği Dönüşüm Modeli (TRDM)

Şekil, TGTM'nin çok katmanlı yapısını ve geri bildirim mantığını göstermektedir. Önerilen model, sadece turist rehberliğinin dönüşümünü açıklamakla kalmayıp, aynı zamanda turizm ekosistemleri içinde bu dönüşümü yönetmek için stratejik bir çerçeve de sunmaktadır.

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmanın bulguları, turizm sektöründeki devam eden değişimlerin artımlı değişim çerçeveleriyle yeterince açıklanamayacağını; bunun yerine, tüm turizm ekosistemini yeniden şekillendiren sistemik ve çok boyutlu bir dönüşümü yansıttığını göstermektedir. Bu bakış açısı, geleneksel turizm yapılarından dijital olarak entegre ve veri odaklı ekosistemlere geçişi vurgulayan önceki araştırmalarla tutarlıdır (Buhalis & Law, 2008; Gretzel vd., 2015).

Bu dönüşüm içinde, önerilen Turizm Rehberliği Dönüşüm Modeli (TRDM), turist rehberliğini turizm ekosisteminin merkezi ve gelişen bir bileşeni olarak konumlandıran kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Önceki çalışmalar, turizm deneyimlerini geliştirmede teknolojinin rolünü vurgularken (Neuhofer vd., 2014; Xiang & Fesenmaier, 2017), bu teknolojik gelişmelerin profesyonel rolleri nasıl yeniden tanımladığını büyük ölçüde göz ardı etmişlerdir. Bu çalışma, turist rehberliğini daha geniş ekosistem düzeyindeki dönüşümlerin içine yerleştirilmiş dinamik bir meslek olarak kavramsallaştırarak bu boşluğu ele almaktadır.

Önemli bir tartışma noktası, insan ve teknolojik aktörler arasındaki ilişkiyle ilgilidir. Hizmet bağlamlarında yapay zekâ üzerine yapılan literatür, otomasyonun verimliliği ve operasyonel performansı artırırken, insan merkezli değer yaratımını tamamen ortadan kaldırmadığını öne sürmektedir (Huang & Rust, 2018; Huang & Rust, 2021). Bu çalışmanın bulguları bu görüşü desteklemekte ve tur rehberlerinin turizm ekosisteminde temel aktörler olmaya devam ettiğini göstermektedir. Yapay zekâ giderek rutin ve bilgiye dayalı görevleri üstlendikçe, duygusal zekâ, hikaye anlatımı, yorumlama ve deneyimsel tasarım gibi insan yeteneklerinin göreceli önemi daha belirgin hale gelmektedir.

Dahası, bulgular, değerin birden fazla paydaş arasında sürekli etkileşim yoluyla üretildiği akıllı turizm ekosistemlerinde ortak yaratımın önemini pekiştirmektedir (Gretzel vd., 2015). Bu bağlamda, tur rehberleri turistler, dijital sistemler ve destinasyonlar arasındaki etkileşimleri kolaylaştırarak önemli bir aracı rol oynamaktadır. Bu aracı işlevi, turistlerin yalnızca fiziksel mekanlarda değil, aynı zamanda dijital arayüzler ve bilgi akışlarında da rehberliğe ihtiyaç duyduğu karmaşık ve teknoloji açısından zengin ortamlarda daha da kritik hale gelir.

Bir diğer önemli sonuç ise turist deneyimlerinin dönüşümüyle ilgilidir. Kişiselleştirilmiş, gerçek zamanlı ve sürükleyici deneyimlere doğru kayma, hizmet sunumunda da buna karşılık gelen bir dönüşümü gerektirir (Buhalis & Sinarta, 2019). TRDM, turist rehberlerinin standartlaştırılmış dijital hizmetler ile kişiselleştirilmiş insan deneyimleri arasındaki boşluğu kapatmak için benzersiz bir konumda olduğunu vurgulamaktadır. Bu ikili yetenek, verimliliği özgünlükle birleştiren hibrit deneyimler sunmalarını sağlar.

Aynı zamanda, bulgular dijital platformlardan ve alternatif hizmet modellerinden kaynaklanan artan rekabet baskılarını da kabul etmektedir. Airbnb ve TripAdvisor gibi platformlar, turizm hizmetlerine erişimi demokratikleştiriyor ve profesyonel olmayan aktörlerin deneyime dayalı ürünler sunmasını sağlıyor (Yoo vd., 2016). Bu gelişme, geleneksel rehberlik yapılarını zorluyor ve farklılaşma, yenilik ve değer yaratma yoluyla stratejik yeniden konumlandırmayı gerektiriyor.

**Teorik açıdan bakıldığında**, bu çalışma literatüre üç ana şekilde katkıda bulunmaktadır. Birincisi, kademeli adaptasyondan ziyade sistemik ve çok boyutlu değişimi vurgulayarak turizm araştırmalarında dönüşüm odaklı bir yaklaşımı geliştirmektedir. İkincisi, akıllı turizm, hizmet inovasyonu ve dijital dönüşümden temel kavramları birleşik bir çerçeveye entegre etmektedir. Üçüncüsü, turizm rehberliğini turizm ekosisteminde merkezi bir aktör olarak yeniden konumlandırarak, değer yaratmada gelişen rolünü vurgulamaktadır. Bu katkılar, turizm araştırmalarında dijitalleşme ve yapay zekâ bağlamında ortaya çıkan dönüşümün yalnızca teknolojik bir yenilik olarak değil, aynı zamanda kuramsal bir paradigma değişimi olarak

değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Çalışma, turizm rehberliğini akıllı turizm ekosisteminin merkezine yerleştirerek, mesleğin stratejik önemini yeniden tanımlamakta ve rehberlik hizmetlerini deneyim tasarımı, değer ortak yaratımı ve dijital aracılı etkileşim süreçleriyle ilişkilendirmektedir. Bu yaklaşım, turizm literatüründe sıklıkla göz ardı edilen rehberlik rolünü, dijital dönüşümün kritik bir bileşeni olarak ele almakta ve gelecekteki araştırmalar için yeni teorik açılımlar sunmaktadır. Böylece çalışma, turizmde dönüşüm odaklı araştırma gündeminin genişletilmesine ve rehberlik mesleğinin dijital çağda yeniden konumlandırılmasına yönelik yapılandırılmış bir akademik katkı sağlamaktadır.

**Pratik açıdan bakıldığında,** bulgular turizm rehberlerinin dijital yetkinlikler ve deneyimsel becerilerin bir kombinasyonunu geliştirmeleri gerektiğini göstermektedir. Turizm kuruluşları, hızla gelişen bir ortamda rekabetçi kalabilmek için veri odaklı ve platform tabanlı stratejiler benimsemelidir. Ayrıca, politika yapıcılar ve eğitimciler, teknolojik bilgiyi insan merkezli yetkinliklerle bütünleştiren eğitim programlarının geliştirilmesini desteklemelidir.

Katkılarına rağmen, bu çalışmanın bazı sınırlamaları vardır. Kavramsal bir çalışma olarak, önerilen modelin ampirik doğrulaması içermemektedir. Gelecekteki araştırmalar, tur rehberleriyle yapılan görüşmeler, akıllı destinasyonların vaka çalışmaları veya geleneksel ve dijital rehberlik modellerinin karşılaştırmalı analizleri gibi nitel ve nicel yaklaşımlar aracılığıyla TRDM'yi test etmelidir. Daha ileri araştırmalar ayrıca yapay zekanın rehber-turist etkileşim kalitesi üzerindeki etkisini inceleyebilir ve kültürel bağlamların dönüşüm süreçlerini nasıl etkilediğini araştırabilir.

Pratik ve teorik katkıların ötesinde, bu çalışmanın bulguları turizm ekosisteminde uzun vadeli stratejik yönelimlere de işaret etmektedir. Dijitalleşme ve yapay zekâ entegrasyonu, rehberlik mesleğinin yalnızca teknik becerilerle değil, aynı zamanda etik, kültürel ve iletişimsel boyutlarla da yeniden tanımlanmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda, rehberlerin dijital araçları kullanırken kültürel aktarımın özgünlüğünü korumaları, turistlerle kurulan etkileşimde güven ve otantiklik sağlamaları kritik bir önem taşımaktadır.

Ayrıca, turizm kuruluşlarının veri odaklı stratejiler geliştirmesi, yalnızca rekabet avantajı yaratmakla kalmayıp, aynı zamanda sürdürülebilirlik ve kapsayıcılık ilkeleriyle uyumlu bir ekosistem inşa etmelerine de katkıda bulunacaktır (Özarpa, 2022). Politika yapıcılar açısından ise, dijital dönüşüm sürecinde mesleki standartların yeniden tanımlanması ve rehberlik hizmetlerinin toplumsal değer üretimindeki rolünün güçlendirilmesi gerekmektedir. Eğitim kurumları, teknolojik yetkinlikleri insan merkezli becerilerle bütünleştiren programlar geliştirerek, geleceğin rehberlerini hem dijital hem de kültürel açıdan donanımlı bireyler olarak yetiştirmelidir.

Sonuç olarak, turizm rehberliğinin dönüşümü yalnızca mesleki bir uyum süreci değil, aynı zamanda turizm ekosisteminde yeni bir değer yaratım paradigmasının ortaya çıkışını temsil etmektedir. Bu paradigma, teknolojik altyapıların, örgütsel yapının, profesyonel kimliğin ve deneyim tasarımının karşılıklı etkileşimleriyle şekillenen, sürekli evrilen ve kültürel bağlamlara duyarlı bir dönüşüm sürecini yansıtmaktadır. Ayrıca, tur rehberliğinin dönüşümü, turizm ekosisteminde dijital olarak bütünleşmiş ve gelişmiş bir yöne doğru daha geniş bir kaymayı yansıtmaktadır.

## KAYNAKÇA

Avci, I., & Özarpa, C. (2022). Machine learning applications and security analysis in smart cities. In *Machine Learning for Smart Environments/Cities: An IoT Approach* (pp. 183-197). Cham: Springer International Publishing.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014, December). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and communication technologies in tourism 2015: Proceedings of the international conference in Lugano, Switzerland, February 3-6, 2015* (pp. 377-389). Cham: Springer International Publishing.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism management*, *29*(4), 609-623.

Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *36*(5), 563-582.

Belanche, D., Casaló, L. V., Flavián, C., & Schepers, J. (2020). Service robot implementation: a theoretical framework and research agenda. *The service industries journal*, *40*(3-4), 203-225.

Grant, C., & Osanloo, A. (2014). Understanding, selecting, and integrating a theoretical framework in dissertation research: Creating the blueprint for your "house". *Administrative Issues Journal: Education, Practice, and Research*, *4*(2), 12 – 26.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, *25*(3), 179-188.

Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, *50*, 558-563.

Gursoy, D., Chi, O. H., Lu, L., & Nunkoo, R. (2019). Consumers acceptance of artificially intelligent (AI) device use in service delivery. *International journal of information management*, *49*, 157-169.

Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). Engaged to a robot? The role of AI in service. *Journal of Service Research*, *24*(1), 30-41.

Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial intelligence in service. *Journal of service research*, *21*(2), 155-172.

Hubbart, J. A. (2023). Organizational change: Considering truth and buy-in. Administrative Sciences, 13(1), 3. https://doi.org/10.3390/admsci13010003

Ivanov, S. H., Webster, C., & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, *27*(28), 1501-1517.

Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism management*, *58*, 293-300.

Mariani, M., Baggio, R., Fuchs, M., & Höepken, W. (2018). Business intelligence and big data in hospitality and tourism: a systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *30*(12), 3514-3554.

Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, *1*(1–2), 36–46.

Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2014). A typology of technology-enhanced tourism experiences. *International Journal of Tourism Research*, *16*(4), 340–350.

Pencarelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism, 22*, 455–476.

Özarpa, C. (2022). Yenilenebilir enerji ile ilgili temel kavramlar. M. H. Karaarslan (Ed.), *Yenilenebilir enerji: İktisat, finans, mühendislik ve pazarlama perspektifinden değerlendirmeler* içinde (ss. 1-20). Efe Akademi

Sağlam, R. (2021). Seyahat İşletmelerinde Bilgi Teknolojilerinin Değişime Etkileri: Gaziantep İli A Grubu Seyahat Acentaları Örneği. *Hasan Kalyoncu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*, 1-166.

Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to trans-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives, 25*, 151–155.

Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research, 117*, 312–321.

Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism. *Annals of Tourism Research, 81*, 102883.

Tussyadiah, I. P., & Miller, G. (2019). Privacy concerns and acceptance of AI in tourism. *Annals of Tourism Research, 78*, 102751.

Ukpabi, D. C., Aslam, B., & Karjaluoto, H. (2019). Chatbot adoption in tourism services: A conceptual exploration. https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191006

Fesenmaier, D. R., & Xiang, Z. (2017). *Design science in tourism: Foundations of destination management*. Springer International Publishing Switzerland.

Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of retailing and consumer services*, *22*, 244-249.

Yoo, K. H., Sigala, M., & Gretzel, U. (2016). Exploring tripadvisor. In *Open tourism: open innovation, crowdsourcing and co-creation challenging the tourism industry* (pp. 239-255). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

Zeng, Z., Chen, P.-J., & Lew, A. A. (2020). From high-touch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. *Tourism Geographies, 22*(3), 724–734. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762118

# Turizm Yüksek Öğretiminde Müfredat Dönüşümü: Avrupa Ve Türkiye'deki Lisans Turizm Programlarının Karşılaştırmalı Analizi

Cevat Özarpa[1] ve Reşide Sağlam[2]

[1]Doç. Dr., Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi,
Ankara Medipol Üniversitesi, Ankara

[2]Öğr. Gör., Eğitim Merkezi
Ankara Medipol Üniversitesi, Ankara

## Öz

Bu çalışma, seçilmiş Avrupa ve Türk üniversitelerindeki lisans turizm müfredatlarını program yapısı, ders dağılımı, pratik eğitim, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik entegrasyonu açısından karşılaştırmalı olarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, on üniversiteden elde edilen resmi müfredat belgeleri, ders katalogları ve ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) bilgi paketlerine dayalı nitel bir belge analizi kullanmaktadır. Örneklem, Surrey Üniversitesi ve EHL Otelcilik İşletme Okulu gibi önde gelen Avrupa kurumlarını ve Anadolu Üniversitesi ve Akdeniz Üniversitesi gibi önde gelen Türk üniversitelerini içermektedir.

Bulgular, Avrupa turizm programlarının esnek müfredat yapıları, daha yüksek seçmeli ders oranları ve uzun süreli stajlar ve sektör işbirliği yoluyla pratik eğitimin güçlü entegrasyonu ile karakterize olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, Türk programları daha standartlaştırılmış bir yapı, daha yüksek oranda zorunlu ders ve nispeten sınırlı esneklik sergilemektedir. Ayrıca, yapay zeka, veri analitiği ve akıllı turizm sistemleri gibi dijital dönüşüm unsurları Avrupa müfredatlarına daha sistematik bir şekilde entegre edilirken, Türk programlarında sınırlı kalmaktadır. Sürdürülebilirlik de Avrupa programlarında kesişen bir tema olarak yer alırken, Türkiye'de genellikle bağımsız bir konu olarak ele alınmaktadır.

Bu çalışma, güncellenmiş, müfredata dayalı karşılaştırmalı bir analiz sunarak turizm eğitimi literatürüne katkıda bulunmakta ve Türkiye'de müfredatın yeniden tasarlanması için politika odaklı öneriler sunmaktadır.

**Amaç:** Bu çalışma, seçilmiş Avrupa ve Türk üniversitelerindeki lisans turizm müfredatlarını, program yapısı, ders dağılımı, uygulamalı eğitim ve dijitalleşme ile sürdürülebilirliğin entegrasyonu açısından karşılaştırmalı olarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. İki sistem arasındaki yapısal ve tematik farklılıkları belirlemeyi ve mevcut turizm eğitim modellerinin dijital dönüşüm ve sürdürülebilir kalkınma gibi ortaya çıkan küresel trendlere yeterince yanıt verip vermediği sorununu ele almayı hedeflemektedir.

**Yöntem:** Bu çalışma, belge analizine dayalı nitel bir araştırma tasarımını benimsemiştir. Veriler, on üniversiteden (beş Avrupa ve beş Türk üniversitesi) üniversite web siteleri, ECTS bilgi paketleri, ders katalogları ve müfredat belgeleri de dahil olmak üzere resmi kurumsal kaynaklardan toplanmıştır. Temsil edilebilirliği ve çeşitliliği sağlamak için amaçlı örnekleme stratejisi kullanılmıştır. Veriler, program yapısı, seçmeli ders oranı, staj entegrasyonu, dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve endüstri işbirliği gibi temel boyutlara odaklanan tematik içerik analizi kullanılarak analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Araştırma bulguları, Avrupa ve Türk turizm programları arasında önemli yapısal ve pedagojik farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Avrupa müfredatları daha yüksek esneklik, daha fazla seçmeli ders oranı, uzun süreli stajların daha güçlü entegrasyonu ve yapay zeka ve veri analizi gibi dijital yetkinliklerin sistematik olarak dahil edilmesiyle karakterize edilir. Buna

karşılık, Türk programları daha standartlaştırılmış yapılar, zorunlu derslerin hakimiyeti, sınırlı müfredat esnekliği ve dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik temalarının nispeten zayıf entegrasyonunu sergilemektedir. Ayrıca, sürdürülebilirlik Avrupa programlarında müfredatın tamamına entegre edilmişken, Türk programlarında genellikle izole bir konu olarak ele alınmaktadır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Bu çalışma, ampirik kurumsal verilere dayalı, güncel ve müfredat odaklı karşılaştırmalı bir analiz sunarak turizm eğitimi literatürüne katkıda bulunmaktadır. Esnek, yetkinlik temelli Avrupa modelleri ile standartlaştırılmış, içerik temelli Türk modelleri arasında kavramsal bir ayrım ortaya koymakta ve açık bir müfredat inovasyon açığı belirlemektedir. Ayrıca, çalışma, dijital dönüşüm, sürdürülebilirlik entegrasyonu ve yetkinlik temelli eğitime vurgu yaparak Türkiye'de müfredat yeniden tasarımı için politika odaklı öneriler sunmakta ve böylece hem akademik teoriye hem de yükseköğretim politikası gelişimine katkıda bulunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Eğitimi; Deneyimsel Öğrenme, İçerik Analizi, dijital dönüşüm, yapay zekâ; sürdürülebilirlik.

## 1. GİRİŞ

Turizm, küresel ekonominin en dinamik ve hızla gelişen sektörlerinden biridir ve istihdam yaratma, bölgesel kalkınma ve kültürel alışverişte kritik bir rol oynamaktadır. Küreselleşme, dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik zorluklarının tetiklediği turizm sistemlerinin artan karmaşıklığı, turizm profesyonellerinden beklenen yetkinlikleri önemli ölçüde değiştirmiştir. Günümüz turizm mezunlarından artık sadece operasyonel ve yönetimsel bilgiye sahip olmaları beklenmemektedir; aynı zamanda analitik düşünme, dijital okuryazarlık, problem çözme becerileri ve hızla değişen ortamlara uyum sağlama yeteneği de göstermeleri beklenmektedir (Tribe, 2002; Sheldon vd., 2011; Dredge vd., 2015; Barton, B. L. & Goh, E. 2025).

Bu bağlamda, yükseköğretim kurumları nitelikli bir turizm iş gücünün şekillendirilmesinde çok önemli bir role sahiptir. Turizm eğitimi, ağırlıklı olarak mesleki eğitim modelinden, işletme yönetimi, sosyal bilimler, çevre çalışmaları ve bilgi teknolojilerini entegre eden daha disiplinler arası bir akademik alana doğru evrim geçirmektedir (Airey & Tribe, 2005; Airey, 2008). Bu dönüşüm, turizmin sadece bir hizmet sektörü olmaktan ziyade karmaşık bir sosyo-ekonomik olgu olarak giderek daha fazla kabul görmesini yansıtmaktadır (Jafari, 2001). Bununla birlikte, turizm müfredatlarının bu disiplinler arası ve geleceğe yönelik yetkinlikleri ne ölçüde başarılı bir şekilde bünyesine kattığı, farklı bölgeler ve yükseköğretim sistemleri arasında önemli ölçüde değişiklik göstermektedir.

Avrupa'da, turizm yükseköğretimi, yükseköğretim sistemleri arasında karşılaştırılabilirliği, şeffaflığı ve kaliteyi artırmayı amaçlayan Bologna Süreci'nden büyük ölçüde etkilenmiştir. Bologna çerçevesi, Avrupa Kredi Transfer ve Akümülasyon Sistemi (ECTS), öğrenme çıktılarına dayalı müfredat tasarımı ve modüler program yapıları gibi önemli araçlar geliştirmiştir. Avrupa Komisyonu'na göre, ECTS sadece bir kredi transfer mekanizması olarak değil, aynı zamanda müfredat planlaması, öğrenci iş yükü ölçümü ve program karşılaştırılabilirliği için merkezi bir araç olarak da işlev görmektedir (Avrupa Komisyonu, 2023; Eurydice, 2020). Bu gelişmeler, Avrupa üniversitelerinin daha esnek, öğrenci merkezli ve yetkinlik temelli müfredatlar tasarlamasına olanak sağlamıştır (Kehm, 2010).

Bologna Süreci'nin getirdiği esneklik, özellikle turizm eğitimi için önemlidir, çünkü sektör küresel trendlere ve teknolojik yeniliklere karşı oldukça hassastır. Avrupa turizm programları, dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve deneyimsel öğrenme bileşenlerini entegre eden yenilikçi müfredat modellerini giderek daha fazla benimsemektedir. Surrey Üniversitesi ve EHL Otelcilik İşletme Okulu gibi kurumlar, akademik titizliği güçlü endüstri entegrasyonu ve pratik eğitim fırsatlarıyla birleştirerek bu yaklaşımı örneklemektedir.

Buna karşılık, Türkiye'deki turizm eğitimi geleneksel olarak daha merkezi ve standartlaştırılmış bir modeli izlemektedir. Lisans programları genellikle 240 ECTS'lik sabit bir çerçeve içinde yapılandırılmış olup, zorunlu derslere güçlü bir vurgu yapılmakta ve öğrenci uzmanlaşması için sınırlı esneklik sağlanmaktadır. Bu yapı, kurumlar arasında tutarlılık ve standardizasyon sağlarken, programların ortaya çıkan sektör trendlerine ve gelişen beceri gereksinimlerine etkili bir şekilde yanıt verme kapasitesini de kısıtlayabilmektedir (Ünlüönen & Boylu, 2007; Hacıoğlu vd., 2018).
Günümüzde turizm eğitimini etkileyen en önemli dönüşümlerden biri dijitalleşmedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki (BİT), büyük veri analizindeki ve yapay zekadaki (YZ) gelişmeler, turizm operasyonlarını, pazarlama stratejilerini ve müşteri deneyimi yönetimini temelden yeniden şekillendirmiştir (Buhalis & Law, 2008; Xiang & Fesenmaier, 2017). Akıllı turizm destinasyonları ve dijital ekosistemler gibi kavramlar, çağdaş turizm gelişiminin merkezine yerleşmiştir (Gretzel vd., 2015; Buhalis & Amaranggana, 2015). Sonuç olarak, turizm müfredatlarının giderek artan bir şekilde veri analizi, e-turizm sistemleri ve YZ uygulamaları da dahil olmak üzere dijital yetkinlikleri içermesi beklenmektedir (Ivanov & Webster, 2019; Tussyadiah, 2020). Turizm eğitimini şekillendiren bir diğer kritik boyut ise sürdürülebilirliktir. Turizm, çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileriyle geniş çapta tanınmaktadır ve bu da hem akademide hem de endüstride sürdürülebilir turizm uygulamalarına giderek daha fazla önem verilmesine yol açmaktadır. Eğitim kurumlarından, mezunları sorumlu turizm yönetimi ve politika oluşturma konusunda hazırlamak için müfredatlarına sürdürülebilirlik ilkelerini entegre etmeleri beklenmektedir (Bramwell & Lane, 2011; Sharpley, 2000). BM Turizm ve UNESCO gibi uluslararası kuruluşlar, küresel kalkınma gündemlerinin bir parçası olarak turizm eğitimine yeşil ve dijital becerilerin dahil edilmesinin önemini daha da vurgulamaktadır.

Bu gelişmelere rağmen, mevcut literatür, ampirik ve kurumsal veriler kullanarak farklı bölgelerdeki turizm müfredatlarını inceleyen kapsamlı ve güncel karşılaştırmalı çalışmaların eksikliğini ortaya koymaktadır. Çalışmaların çoğu, tek ülke analizlerine veya turizm eğitiminin belirli boyutlarına odaklanmakta ve müfredat dönüşümüne ilişkin bütünsel bir anlayış sağlama yeteneklerini sınırlamaktadır.

Bu çalışma, seçilmiş Avrupa ve Türk üniversitelerindeki lisans turizm programlarının karşılaştırmalı bir analizini yaparak bu boşluğu ele almaktadır. Çalışma, müfredat yapılarını, ders dağılımlarını ve dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve endüstri iş birliği gibi tematik entegrasyonları inceleyerek iki bölge arasındaki temel farklılıkları belirlemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, Türkiye'de müfredat geliştirme ve politika reformu için kanıta dayalı öneriler sunmayı ve turizm eğitimi dönüşümü üzerine daha geniş bir söyleme katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

### 2.1. Turizm Eğitiminin Evrimi

Turizm eğitimi, son on yıllarda önemli bir dönüşüm geçirerek, ağırlıklı olarak mesleki eğitim modelinden çok disiplinli bir akademik alana evrilmektedir. İlk yaklaşımlar öncelikle öğrencileri konaklama ve seyahat hizmetlerinde operasyonel roller için hazırlamaya odaklanmıştır. Bununla birlikte, turizm karmaşık bir sosyo-ekonomik olgu olarak ortaya çıktıkça, daha geniş ve kapsamlı bir eğitim çerçevesine duyulan ihtiyaç belirginleşmiştir (Jafari, 2001).
Tribe (2002), turizm eğitimini “mesleki eylem” ve “yansıtıcı bilgi” arasında bir denge olarak kavramsallaştırarak, etkili müfredatların pratik yetkinlikleri eleştirel düşünme ve teorik anlayışla bütünleştirmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu ikili bakış açısı literatürde geniş çapta kabul görmüş ve çağdaş turizm eğitim modellerini şekillendirmeye devam etmektedir. Benzer şekilde, Airey ve Tribe (2005), turizm eğitiminin disiplinler arası doğasını vurgulayarak, işletme yönetimi, sosyoloji, coğrafya ve çevre çalışmaları alanlarından elde edilen bilgileri birleştirmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu disiplinler arası yaklaşım, turizmin hem ekonomik bir faaliyet hem de sosyal bir olgu olarak çok yönlü karakterini yansıtmaktadır.
Literatüre yapılan diğer katkılar, yenilikçiliği, sürdürülebilirliği ve dijital dönüşümü içeren geleceğe yönelik turizm eğitimine duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır (Dredge vd., 2015). Turizm

Eğitim Gelecekleri Girişimi (TEFI) çerçevesi, sorumluluk, etik, profesyonellik ve bilgi gibi temel değerleri turizm müfredatının olmazsa olmaz bileşenleri olarak tanımlamaktadır (Sheldon vd., 2011). Bu gelişmeler, geleneksel içerik tabanlı eğitimden yetkinlik tabanlı ve değer odaklı eğitim modellerine doğru bir paradigma değişimini göstermektedir.

### 2.2. Bologna Süreci Bağlamında Turizm Eğitimi

Türkiye'nin 2001 yılında Bologna Süreci'ne resmî katılımıyla birlikte, Avrupa Yükseköğretim Alanı ile bütünleşme hedefi doğrultusunda yükseköğretim sisteminde kurumsal ve yapısal dönüşümü destekleyen kapsamlı düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, yükseköğretimde şeffaflık, karşılaştırılabilirlik ve hareketliliğin artırılması amacıyla 2005-2006 eğitim-öğretim yılı sonu itibarıyla tüm yükseköğretim kurumlarında Diploma Eki ve Avrupa Kredi Transfer Sistemi (AKTS) uygulamalarının zorunlu hale getirilmesi, sistemin Avrupa yükseköğretim standartları ile uyumlaştırılması yönünde önemli bir adım teşkil etmiştir (SETA, 2007). Bunun yanı sıra yükseköğretimde kalite güvencesi anlayışının kurumsal bir çerçeveye oturtulması amacıyla akademik değerlendirme ve kalite geliştirme süreçlerini düzenleyen mevzuat oluşturulmuş ve bu doğrultuda kalite yönetimi odaklı izleme ve değerlendirme tesis edilmiştir. Ayrıca yükseköğretim alanında uluslararası tanınırlığın güçlendirilmesi amacıyla yükseköğretim yeterliliklerinin karşılıklı tanınmasına ilişkin uluslararası sözleşmelerin yürürlüğe girmesi, Türkiye'nin Avrupa yükseköğretim sistemi ile bütünleşme sürecini hukuki ve kurumsal açıdan destekleyen önemli bir gelişme olarak değerlendirilmektedir (YÖK, 2010).

Bununla birlikte, Bologna Süreci'nin ulusal düzeyde uygulanmasına yönelik izleme ve değerlendirme faaliyetlerinin kurumsallaştırılması amacıyla uzman ekipler oluşturulmuş ve süreç performansının sistematik biçimde analiz edilmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda yürütülen değerlendirme çalışmaları, yükseköğretimde kalite güvencesi ve akreditasyon mekanizmalarının etkinliği ile sürdürülebilir bir kalite kültürünün oluşturulması konularında yapısal ve işlevsel eksikliklerin bulunduğunu ortaya koymuştur (YÖK, 2021). Söz konusu bulgular, yükseköğretim sisteminde kalite odaklı dönüşümün yalnızca mevzuat düzenlemeleri ile sınırlı kalmaması, aynı zamanda kurumsal kapasite geliştirme, paydaş katılımı ve sürekli iyileştirme ilkeleri doğrultusunda bütüncül bir yönetişim yaklaşımının benimsenmesi gerekliliğine işaret etmektedir.

Avrupa'da ise turizm eğitiminin dönüşümü, Bologna sürecinin etkisini dikkate almadan anlaşılamaz. Bologna çerçevesi, ülkeler arasında standardizasyon, şeffaflık ve karşılaştırılabilirliği teşvik ederek yükseköğretim sistemlerini önemli ölçüde etkilemektedir. En önemli araçlarından biri olan Avrupa Kredi Transfer ve Biriktirme Sistemi (ECTS), program yapılarının ve öğrenme çıktılarının uyumlaştırılmasını kolaylaştırmaktadır (Avrupa Komisyonu, 2023).
Eurydice'ye (2020) göre, çoğu Avrupa lisans programı, kurumların program süresini ve yapısını belirli eğitim hedeflerine uyarlamasına olanak tanıyan esnek bir 180-240 ECTS çerçevesinde faaliyet göstermektedir. Bu esneklik, özellikle turizm gibi dinamik alanlarda, sektör trendlerine duyarlılığın esas olduğu müfredat tasarımında yeniliği desteklemektedir. Bologna Süreci ayrıca, öğrenme çıktılarını, modüler yapıları ve hareketliliği vurgulayan öğrenci merkezli öğrenme yaklaşımlarının geliştirilmesine de katkıda bulunmaktadır (Kehm, 2010; Witte, 2006). Bu özellikler, Avrupa üniversitelerinin daha merkezi sistemlere kıyasla daha esnek ve uyarlanabilir turizm müfredatları tasarlamasına olanak tanımaktadır.

### 2.3. Turizm Eğitiminde Dijital Dönüşüm

Dijitalleşme, turizm endüstrisinin operasyonel yapısını, değer yaratma süreçlerini ve hizmet sunum modellerini yeniden şekillendiren bütüncül bir dönüşüm dinamiği olarak ele alınmaktadır. Bu dönüşüm, yalnızca teknolojik altyapının geliştirilmesiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda işletme modellerinin yeniden tasarlanmasını, müşteri deneyimi yönetiminin dijital platformlar üzerinden yapılandırılmasını ve destinasyon yönetim anlayışının veri odaklı bir perspektifle yeniden kurgulanmasını içermektedir (Buhalis, 2000). Endüstri 4.0 ve Endüstri 5.0 çerçevesinde

gelişen artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, nesnelerin interneti, yapay zekâ ve büyük veri analitiği gibi ileri teknolojiler, turizm sektöründe operasyonel verimliliğin artırılmasına, hizmetlerin bireyselleştirilmesine ve karar alma süreçlerinin analitik veriler temelinde yürütülmesine olanak sağlamaktadır. Bu teknolojik ilerlemeler, dijital pazarlama uygulamalarının etkinliğini artırmakta, çevrim içi rezervasyon ve dinamik fiyatlandırma sistemlerinin yaygınlaşmasını desteklemekte ve akıllı destinasyon yönetimi yaklaşımlarının gelişimini hızlandırarak turizm sektöründe yenilikçi uygulamaların kurumsallaşmasına katkı sunmaktadır (Shekhar & Valeri, 2024). Turizm sektörü, geleneksel hizmet üretim anlayışından uzaklaşarak dijital deneyim tasarımı, veri yönetimi ve teknoloji entegrasyonuna dayalı bütünleşik bir hizmet yapısına evrilmektedir. Bu dönüşüm sürecinde "akıllı turizm ekosistemi" yaklaşımı, ziyaretçi deneyimi ve destinasyon yönetimini dijital altyapılar temelinde bütüncül biçimde ele almakta ve sektör çalışanlarının dijital okuryazarlık, veri analizi ve dijital platform yönetimi gibi yeni nesil yetkinliklere sahip olmasını zorunlu hâle getirmektedir (Buhalis &Jun, 2011). Dolayısıyla dijital dönüşüm, turizm eğitimi açısından değişen sektör gereksinimlerine uyum sağlayabilen esnek, yenilikçi ve yetkinlik temelli müfredat yapılarının geliştirilmesini gerekli kılan stratejik bir dönüşüm alanı olarak değerlendirilmektedir (Sağlam,2021).

Dijital dönüşüm, turizm eğitiminde en etkili değişim etkenlerinden biri haline gelmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT), büyük veri analizinin ve yapay zekanın (YZ) hızlı gelişimi, destinasyon yönetimi, pazarlama stratejileri ve müşteri deneyimi de dahil olmak üzere turizm sistemlerini temelden yeniden şekillendirmektedir (Buhalis & Law, 2008; Xiang & Fesenmaier, 2017).

Akıllı turizm kavramı, dijital teknolojilerin turizm ekosistemlerine entegrasyonunu vurgulayarak hem operasyonel verimliliği hem de ziyaretçi deneyimlerini artırmayı amaçlamaktadır (Gretzel vd., 2015; Buhalis & Amaranggana, 2015). Bu bağlamda, turizm eğitiminin öğrencileri veri analizi, e-turizm sistemleri ve dijital pazarlama becerileri de dahil olmak üzere dijital yetkinliklerle donatması beklenmektedir.

Son çalışmalar ayrıca, özellikle hizmet otomasyonu, müşteri etkileşimi ve tahmine dayalı analiz gibi alanlarda yapay zekanın turizmdeki artan önemini vurgulamaktadır (Ivanov & Webster, 2019; Tussyadiah, 2020). Bu gelişmeler, turizm müfredatına ileri teknolojik içeriğin dahil edilmesinin gerekliliğinin altını çizmektedir. Dahası, turizmde sosyal medya ve dijital platformların artan kullanımı, turizm eğitiminin kapsamını daha da genişletmekte ve dijital iletişim ve çevrimiçi etkileşim becerilerinin dahil edilmesini gerektirmektedir (Sigala, 2018). Sonuç olarak, dijital dönüşüm artık isteğe bağlı bir bileşen değil, modern turizm eğitiminin temel bir gerekliliği haline gelmektedir.

### 2.4. Turizm Eğitiminde Sürdürülebilirlik

Son yüzyılda hızla değişen küresel dinamikler, turizm sektöründe ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutları kapsayan çok yönlü dönüşümlere yol açmakta; insan kaynağına dayalı yapısı nedeniyle turizmde eğitimin stratejik önemi giderek artmaktadır (Nhuta, vd., 2015). Özellikle dijitalleşmenin sektörün operasyonel süreçlerinden pazarlama stratejilerine kadar geniş bir alanda yarattığı dönüşüm, küresel rekabet ortamında teknolojiyi etkin biçimde kullanabilen nitelikli iş gücünün yetiştirilmesini zorunlu kılarak turizm eğitiminin içerik ve altyapı açısından yeniden yapılandırılmasını gerekli kılmaktadır (Chen & Guo, 2023). Sürdürülebilirlik, çevresel bozulma, iklim değişikliği ve sosyo-kültürel etkiler hakkındaki artan endişeleri yansıtarak turizm eğitiminde merkezi bir tema olarak ortaya çıkmıştır. Turizm sektörünün giderek sürdürülebilir çerçeveler içinde faaliyet göstermesi beklenmekte olup, bu da sürdürülebilirlik eğitimini turizm müfredatının kritik bir bileşeni haline getirmektedir (Bramwell & Lane, 2011). Sharpley (2000), sürdürülebilir turizmin ekonomik kalkınma, çevre koruma ve sosyal eşitlik arasında bir denge gerektirdiğini savunmaktadır. Sonuç olarak, turizm eğitimi, mezunları sorumlu karar alma ve uzun vadeli planlama için hazırlamak üzere sürdürülebilirlik ilkelerini içermelidir.

Turizm eğitiminde geleneksel öğretim yöntemleri yerini giderek daha esnek, teknoloji destekli ve öğrenci merkezli öğrenme modellerine bırakmakta; özellikle pandemi süreciyle birlikte hız kazanan dijitalleşme, fiziksel ve çevrim içi öğrenme ortamlarının eş zamanlı kullanımına dayanan

hibrit eğitim modellerinin yaygınlaşmasını teşvik etmektedir (Ratten, 20023). Bununla birlikte söz konusu dönüşüm, öğrenme-öğretme süreçlerinin yeniden tasarlanmasını, öğrencilerin dijital araçlara uyum düzeylerinin ve teknolojiye yönelik tutumlarının analiz edilmesini gerekli kılarak turizm eğitimi alanında yeni araştırma ve uygulama alanlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır (Dhawan, 2020).
Sürdürülebilir turizm (UNEP & UNWTO, 2005), çevresel kaynakların korunması, yerel toplumun ekonomik ve sosyal refahının artırılması ve kültürel mirasın sürekliliğinin sağlanmasını hedefleyen bütüncül ve çok boyutlu bir kalkınma yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır. 1992 Rio Zirvesi sonrasında sürdürülebilirlik ilkesi turizm politikalarının temel bileşenlerinden biri hâline gelmiş; kitle turizminin doğal çevre, kültürel değerler ve yerel ekonomiler üzerinde oluşturduğu olumsuz etkilerin azaltılması amacıyla alternatif turizm yaklaşımlarının geliştirilmesi ve uygulanmasına yönelik stratejiler ön plana çıkmıştır (Nalçaoğlu & Doğru, 2026).

BM Turizm ve UNESCO gibi uluslararası kuruluşlar, küresel sürdürülebilirlik gündemlerinin bir parçası olarak yeşil ve dijital becerilerin turizm eğitimine entegre edilmesinin önemini vurgulamaktadır. Bu yetkinlikler, iklim değişikliği, kaynak yönetimi ve topluluk katılımı gibi çağdaş zorlukların ele alınmasını gerekli kılmaktadır (UN Tourism, 2023; UNESCO, 2024)
Bu artan vurguya rağmen, sürdürülebilirliğin turizm müfredatına entegre edilme derecesi bölgeler arasında farklılık göstermekte olup, bazı sistemler diğerlerine göre daha bütünsel bir yaklaşım benimsemektedir.

## 2.5. Türkiye'de Turizm Eğitimi

(Buhalis & Main, 1998)' e göre turizm faaliyetleri, diğer iktisadi sektörlerle karşılaştırıldığında doğal kaynakların en yoğun biçimde kullanıldığı alanlardan biridir. Bu sektörün çevresel ve doğal değerlerle doğrudan ve dolaylı ilişkisi, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmayı teşvik edebilecek kapasiteye sahip olması, turizmin önemini artırmaktadır. Turizm faaliyetlerinin sağlıklı bir şekilde sürdürülebilmesi için, sektörün temelini oluşturan doğal kaynakların ve çevresel değerlerin korunması zorunludur.

Sürdürülebilirlik; çevresel, ekonomik, sosyal ve kültürel boyutları kapsayan çok yönlü bir kavramdır (Özarpa, 2022). Bu nedenle turizm sektöründe faaliyet gösteren aktörlerin söz konusu kaynakların sürdürülebilirliği konusunda eğitim almaları ve sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde farkındalık geliştirmeleri büyük önem taşımaktadır (BPP, 2011). Bu bağlamda sürdürülebilir turizm, doğaya ve çevresel değerlere daha fazla önem veren bir yaklaşım ortaya koymakta; eğitim faaliyetlerinin bu anlayışın yerleşmesine katkısı kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Sürdürülebilir turizm ise, çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliği merkeze alan, sorumlu ve etik seyahat uygulamalarının geliştirilmesini ve teşvik edilmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda eğitim, farkındalık yaratma, sorumlu davranışları teşvik etme ve paydaşlar arasında kapasite oluşturma süreçleri aracılığıyla sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmada kritik bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Demirdağ, 2022).

Türkiye'de turizm eğitimi son on yıllarda önemli ölçüde genişlemiş olup, çok sayıda üniversite turizm ve otelcilik alanında lisans ve yüksek lisans programları sunmaktadır. Bununla birlikte, literatür, Türk turizm eğitiminin büyük ölçüde teorik bilgi ve işletme odaklı konuları vurgulayan geleneksel modellerden etkilenmeye devam ettiğini göstermektedir (Aksu & Köksal, 2005; Kozak, 2009).

Çalışmalar, Türk programlarının turizm yönetimi konusunda sağlam bir temel sağlarken, Avrupa'daki benzerlerine kıyasla esneklik ve yenilikçilikten yoksun olduğunu göstermektedir (Ünlüönen & Boylu, 2007; Hacıoğlu vd. 2018). Özellikle, dijital dönüşüm ve sürdürülebilirlik konularının müfredata entegrasyonu sınırlı kalmaktadır. Son gelişmeler, bazı Türk

üniversitelerinin dijital turizm ve sürdürülebilirlik ile ilgili dersleri müfredatlarına dahil etmeye başladığını göstermektedir. Ancak, bu girişimler henüz müfredat genelinde sistematik olarak yerleştirilmemiş olup, küresel trendlerle uyumlu kapsamlı bir müfredat reformuna ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

### 2.6. Turizm Eğitiminde Müfredat Modelleri

Türkiye'de turizm sektörü, özellikle 1980 sonrası dönemde uygulanan politikalarla hızlı bir gelişim göstermiştir. Bu büyüme sürecinde nitelikli insan kaynağına duyulan ihtiyaç, turizm eğitiminin önemini artırmış ve üniversitelerde turizm programlarının sayısında artışa yol açmıştır (Hacıoğlu, vd., 2016). 21. yüzyılda dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte pazarlama stratejilerinden hizmet sunumuna, müşteri etkileşiminden sürdürülebilirliğe kadar birçok alan dönüşüm geçirmiştir. Endüstri 5.0 kapsamında yapay zekâ, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), nesnelerin interneti (IoT), mobil uygulamalar ve veri analitiği gibi teknolojiler turizm literatürüne girmiştir (Alan, vd., 2026).

Dijital araçların yaygınlaşması, küçük ölçekli işletmelerin ve destinasyonların düşük maliyetle küresel ölçekte tanıtım yapabilmesini mümkün kılarken; AR/VR uygulamaları turistlere destinasyonları interaktif biçimde keşfetme olanağı sunmaktadır (Neuhofer, vd., 2012). Bu gelişmeler, turizm sektöründe dijital yetkinliklerin önemini artırmakta ve bu becerilere sahip nitelikli işgücünün yetiştirilmesini zorunlu hale getirmektedir. Günümüzde turizm öğrencilerinin dijital okuryazarlık, veri temelli karar alma, dijital pazarlama, AR/VR tabanlı deneyim tasarımı gibi ileri dijital yetkinliklere sahip olması sektörün temel beklentileri arasında yer almaktadır (Arslan Ayazlar, & Özcan Yılmazsoy, 2025).

Turizm eğitimi, çeşitli epistemolojik yönelimleri yansıtan farklı müfredat modelleri aracılığıyla kavramsallaştırılmıştır. Tribe (2002), mesleki ve liberal modeller arasında ayrım yaparak, pratik becerileri eleştirel düşünmeyle dengelemenin önemini vurgulamaktadır. Bu çerçeve, çağdaş turizm eğitimini anlamada son derece önem teşkil etmektedir.

Airey (2008) turizm eğitimini üç baskın modele ayırır: mesleki, işletme odaklı ve disiplinler arası. Mesleki model, acil istihdam için beceri geliştirmeye odaklanırken, işletme odaklı model yönetimsel yetkinlikleri vurgulamaktadır. Disiplinler arası model, turizm sistemlerinin karmaşıklığını yansıtarak, birden fazla disiplinden gelen bilgiyi bütünleştirmektedir.

Avrupa turizm eğitimi giderek disiplinler arası modelle uyumlu hale gelmekte ve sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve inovasyonu müfredata dahil etmektedir. Bu yaklaşım, uyarlanabilir olup geleceğe hazır mezunların gelişimini desteklemektedir. Buna karşılık, gelişmekte olan bağlamlardaki turizm eğitimi genellikle mesleki veya işletme odaklı modellere daha yakın kalmakta ve bu da ortaya çıkan zorluklara karşı duyarlılığını sınırlayabilmektedir.

## 3. YÖNTEM

### 3.1. Araştırmanın Tasarımı

Bu araştırma, Türkiye' de ve Avrupa' da turizm eğitimini lisans düzeyinde veren üniversitelerin müfredatlarının karşılaştırmalı analizini yaparak hem Türkiye' deki hem de Avrupa' daki eğitim sistemlerinin farklılıklarını nitel olarak ortaya koymaktır. Bu araştırma, müfredat çalışmaları ve yükseköğretim araştırmalarında sağlam bir yöntem olarak yaygın olarak kabul edilen belge analizine dayalı nitel bir araştırma tasarımını benimsemektedir. Belge analizi, kurumsal bağlamlar içindeki kalıpları, yapıları ve altta yatan anlamları belirlemek için yazılı materyallerin sistematik olarak incelenmesini, yorumlanmasını ve karşılaştırılmasını içermektedir. Özellikle müfredatlar, ders yapıları ve program tanımları gibi resmi eğitim çerçevelerini analiz etmeyi amaçlayan çalışmalar için uygun görülmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2016).

Araştırmanın odağını, Avrupa'da bulunan Surrey Üniversitesi, EHL Otelcilik İşletme Okulu, Breda Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Modul Viyana Üniversitesi, Balear Adaları Üniversiteleri ve Türkiye' de bulunan Anadolu Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Mersin Üniversitesi ve Balıkesir Üniversitesinin resmi internet sayfalarında yer alan derslerin güncel müfredatları olup, bu güncel müfredatlar veri olarak alınmıştır. Alınan bu veriler sistematik bir şekilde incelenmiştir. Belirtilen üniversitelerin müfredatlarının detaylı olarak yazılması, resmî belge niteliğinde olması yönüyle uygun görülmüş ve doküman analizi yöntemi uygulanması tercih edilmiştir.
Bu araştırma bağlamında, belge analizi, farklı ulusal yükseköğretim sistemlerindeki turizm müfredatlarının yapılandırılmış bir karşılaştırmasını sağlamaktadır. Bu yöntem hem şeffaflığı hem de karşılaştırılabilirliği sağlayan resmi ve standartlaştırılmış kurumsal verilerin kullanımına izin verdiği için avantaj sağlamaktadır. Ayrıca, araştırmacı önyargısını en aza indirirken kapsamlı vaka analizi yapılmasına olanak tanıyan, müdahaleci olmayan ve tekrarlanabilir bir yaklaşım tarzı sunmaktadır (Karakuş, 2020).
Avrupa ve Türk turizm eğitim sistemleri arasındaki farklılıkları inceleme amacı göz önüne alındığında, belge analizi, müfredat yapılarını, tematik içeriği ve pedagojik yönelimleri değerlendirmek için güvenilir bir metodolojik çerçeve sunmaktadır.

### 3.2. Örnek Seçimi

Bu araştırma, nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan ve araştırma amacına uygun, bilgi açısından zengin vakaların seçilmesine olanak tanıyan amaçlı örnekleme yöntemini kullanmaktadır. Bununla beraber araştırmanın evrenini Türkiye' de özellikle farklı coğrafi bölgelerden seçilen lisans düzeyinde eğitim veren 5 üniversite (Anadolu Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Mersin Üniversitesi ve Balıkesir Üniversitesi) ve yine Avrupa' da farklı coğrafi bölgelerden seçilen 5 üniversite (Surrey Üniversitesi, EHL Otelcilik İşletme Okulu, Breda Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Modul Viyana Üniversitesi, Balear Adaları Üniversiteleri) oluşturmaktadır.

Seçilen bu üniversiteler aşağıdaki kriterlere göre belirlenmiştir:

• Resmi internet sayfalarında ayrıntılı, detaylı ve erişilebilir müfredat verilerinin erişilebilir olması,

•Turizm eğitiminde kurumsal tanınırlık ve akademik itibarı bulunması,

• Çeşitli müfredat modelleri ve pedagojik yaklaşımların temsil edilmesi ve

• Avrupa ve Türk yükseköğretim sistemlerinde coğrafi ve sistemik çeşitliliğin göz önünde bulundurulmasıdır. Bu kriterlere dayanarak, örnekleme toplam 10 üniversite (5 Avrupa'dan ve 5 Türkiye'den) dahil edilmiştir.

**Avrupa'daki Üniversiteler:**
- Surrey Üniversitesi
- EHL Otelcilik İşletme Okulu
- Breda Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
- Modul Viyana Üniversitesi ve
- Balear Adaları Üniversitesi

**Türkiye' deki Üniversiteler**
- Anadolu Üniversitesi
- Akdeniz Üniversitesi
- Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
- Mersin Üniversitesi ve
- Balıkesir Üniversitesi

Bu çalışmaya dahil edilen üniversitelerin seçimi, farklı yükseköğretim sistemlerinde hem temsiliyet hem de analitik çeşitliliği sağlamayı amaçlayan, amaca yönelik ve teorik olarak bilgilendirilmiş bir örnekleme stratejisine dayanmaktadır. Avrupa örneklemi —Surrey Üniversitesi, EHL Otelcilik İşletme Okulu, Breda Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Modul Viyana Üniversitesi ve Balear Adaları Üniversitesi— Avrupa Yükseköğretim Alanı içindeki önde gelen turizm eğitim modellerinin bir yelpazesini yansıtacak şekilde seçilmiştir. Bu kurumlar, araştırma odaklı üniversiteler (Örneğin Surrey Üniversitesi), sektörle bütünleşmiş elit otelcilik eğitimi (EHL), uygulamalı bilimler ve yetkinlik temelli modeller (Breda), uluslararası odaklı özel kurumlar (Modul Viyana Üniversitesi) ve bölgesel olarak yerleşik turizm odaklı üniversiteler (Balear Adaları) dahil olmak üzere çeşitli pedagojik yönelimleri temsil etmektedir. Bu çeşitlilik, turizm müfredatlarının farklı kurumsal misyonlar ve eğitim felsefeleri tarafından nasıl şekillendirildiğine dair kapsamlı bir anlayış sağlamaktadır (Moreno, J. J. M., 2025).
Benzer şekilde, Türkiye'deki turizm eğitiminin yapısal özelliklerini yansıtmak amacıyla Anadolu Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Mersin Üniversitesi ve Balıkesir Üniversitesi'nden oluşan Türk örneklemi seçilmiştir. Bu örneklem, köklü devlet üniversitelerini, bölgesel öneme sahip turizm fakültelerini ve önemli turizm destinasyonlarında bulunan kurumları içermektedir. Bu üniversiteler, nispeten olgun turizm programları ve erişilebilir müfredat dokümanlarıyla bilinmekte olup, sistematik karşılaştırma için uygundur. Bu örneklem aynı zamanda Türkiye'de turizm eğitiminin çeşitliliğini ve bölgesel farklılıklarını yansıtması açısından önemlidir. Anadolu Üniversitesi gibi köklü kurumlar, uzun yıllara dayanan akademik birikimleriyle turizm eğitiminin kurumsallaşmış yapısını temsil ederken; Akdeniz ve Muğla Sıtkı Koçman Üniversiteleri, turizm destinasyonlarının merkezinde bulunmaları nedeniyle uygulamalı eğitime ve sektörle yakın iş birliğine olanak tanımaktadır. Mersin ve Balıkesir Üniversiteleri ise bölgesel kalkınma perspektifinden turizm eğitiminin rolünü göstermektedir. Bu çeşitlilik, müfredatların yalnızca akademik içerik açısından değil, aynı zamanda sektörle entegrasyon, uygulamalı derslerin yoğunluğu, yabancı dil eğitiminin önemi ve disiplinler arası yaklaşım gibi boyutlarda da karşılaştırılmasına imkân vermektedir. Dolayısıyla seçilen üniversiteler, Türkiye'de turizm eğitiminin hem tarihsel gelişimini hem de güncel yönelimlerini temsil eden dengeli bir örneklem sunmakta; bu da araştırmanın bulgularına daha geniş bir bağlam kazandırmaktadır. Yine bu örneklem, Avrupa'daki turizm ve otelcilik eğitiminin farklı kurumsal modellerini ve bölgesel çeşitliliğini yansıtması açısından dikkat çekicidir. Surrey Üniversitesi, araştırma odaklı yaklaşımı ve disiplinler arası müfredatıyla akademik derinliği temsil ederken; EHL Otelcilik İşletme Okulu, uluslararası otelcilik sektörüne doğrudan entegre olmuş uygulamalı eğitim modeliyle öne çıkmaktadır. Breda Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, uygulamalı bilimler perspektifinden turizm ve otelcilik alanına yenilikçi ve pratik çözümler sunarken; Modul Viyana Üniversitesi, Avrupa'nın kültürel merkezlerinden birinde yer alarak turizm eğitiminin küresel boyutunu ve uluslararası öğrenci çeşitliliğini yansıtmaktadır. Balear Adaları Üniversitesi ise turizm destinasyonlarının merkezinde bulunması sayesinde bölgesel kalkınma ve destinasyon yönetimi odaklı bir müfredat geliştirmektedir. Bu kurumların birlikte incelenmesi, Avrupa'daki turizm eğitiminin hem akademik hem de sektörel yönelimlerini, uygulamalı ve teorik dengelerini, uluslararasılaşma stratejilerini ve destinasyon temelli farklılaşmalarını ortaya koyarak sistematik karşılaştırmaya olanak sağlamaktadır. Genel olarak, bu seçim karşılaştırılabilirliği, çeşitliliği ve veri erişilebilirliğini sağlarken, analizde hem kurumsal farklılıkları hem de Avrupa ve Türkiye genelindeki turizm eğitimindeki sistemik kalıpları yakalamayı amaçlamıştır.

### 3.3. Veri Toplama

Veri toplama süreci Şubat – Mart 2026 tarihleri arasında yürütülmüştür. Veriler, doğruluk ve güvenilirliği sağlamak için yalnızca birincil kurumsal kaynaklardan toplanmıştır. Bu kaynaklar şunları içermektedir:
• Resmi üniversite web siteleri,
• Avrupa Kredi Transfer ve Akümülasyon Sistemi (ECTS) bilgi paketleri,
• Ders katalogları ve modül açıklamaları ve
• Program el kitapları ve müfredat özetleri.

Resmi kurumsal belgelerin kullanımı, verilerin öznel yorumlar veya ikincil raporlar yerine, resmi ve amaçlanan müfredatı yansıtmasını sağlamaktadır.
Tüm veriler 2025 – 2026 akademik yılına ait olup turizm eğitim uygulamalarının güncel ve yeni bir temsilini sunmaktadır. Veri toplama süreci, her kurumun kamuya açık akademik belgelerinin sistematik olarak incelenmesini, müfredat yapısı ve içeriğiyle ilgili bilgilerin çıkarılmasını içermektedir. Bu üniversitelerin müfredat içeriklerine ilişkin verilerin açık erişimli web sitelerinden toplanmış olması, araştırmanın metodolojik açıdan şeffaflığını ve doğrulanabilirliğini güçlendirmektedir. Açık kaynaklardan elde edilen ders planları ve program dokümanları, kurumların resmi beyanlarını yansıttığı için güvenilir bir veri seti sunmakta; aynı zamanda araştırmacıya farklı üniversiteler arasında sistematik karşılaştırma yapma olanağı vermektedir. Bu yaklaşım, hem müfredatların güncel ve erişilebilir bilgiler üzerinden incelenmesini sağlamış hem de uluslararası karşılaştırmalarda standartlaştırılmış bir veri toplama yönteminin kullanılmasına imkân tanımıştır. Ayrıca, web tabanlı müfredat dokümanlarının kullanımı, araştırmanın etik boyutunu da desteklemekte; verilerin kamuya açık kaynaklardan elde edilmesi sayesinde gizlilik ihlali riskini ortadan kaldırmaktadır. Dolayısıyla, açık erişimli ders içeriklerinden yararlanılarak gerçekleştirilen veri toplama süreci, hem akademik geçerlilik hem de metodolojik tutarlılık açısından çalışmaya güçlü bir temel kazandırmaktadır.

### 3.4. Data Analizleri

Toplanan veriler, farklı vakalar arasında tekrar eden kalıpları ve anlamlı kategorileri belirlemeye olanak tanıyan tematik içerik analizi yaklaşımı kullanılarak analiz edilmiştir. Hem araştırma hedeflerine hem de turizm eğitimi üzerine mevcut literatüre dayalı olarak bir kodlama çerçevesi geliştirilmiştir.
Analiz aşağıdaki temel boyutlara odaklandı:
1. Program yapısı (ECTS dağılımı, süre ve akademik organizasyon)
2. Zorunlu ve seçmeli dersler arasındaki denge
3. Staj gereksinimleri ve pratik eğitim bileşenleri
4. Dijitalleşme ve yapay zekanın entegrasyonu
5. Sürdürülebilirlikle ilgili içeriğin dahil edilmesi
6. Sektör iş birliği ve deneyimsel öğrenme düzeyi
7. Uluslararasılaşma derecesi

Her müfredat, bu kategorilere göre sistematik olarak kodlanarak vakalar arası karşılaştırmaya olanak sağlanmıştır. Bulgular daha sonra, seçilen kurumlar arasında benzerlikleri, farklılıkları ve ortaya çıkan eğilimleri belirlemeye olanak tanıyan karşılaştırmalı bir matrise göre sentezlenmiştir. Bu yapılandırılmış analitik yaklaşım, vakalar arasında tutarlılığı sağlarken karşılaştırmalı analizin netliğini ve titizliğini artırdığı görülmüştür. Bu yaklaşım hem Türkiye'deki hem de Avrupa'daki örneklemlerin karşılaştırılmasına olanak tanımış; turizm eğitiminin farklı kurumsal modellerde nasıl şekillendiğini ortaya koyarak çalışmaya metodolojik derinlik kazandırmıştır.

### 3.5. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Çalışmanın metodolojik titizliğini artırmak için, geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak amacıyla çeşitli stratejiler kullanılmıştır. Birincisi, her kurum için ECTS paketleri, ders katalogları ve program açıklamaları da dahil olmak üzere birden fazla resmi kaynaktan bilgi toplanarak veri üçgenlemesi sağlanmıştır. Veri üçgenlemesi, araştırmalarda güvenilirliği ve geçerliliği artırmak için farklı veri kaynaklarının, yöntemlerin veya bakış açılarının bir arada kullanılmasıdır. Bu yöntem, tek bir kaynağa veya tek bir yönteme bağlı kalmanın doğurabileceği önyargıları azaltır ve bulguların daha sağlam bir şekilde desteklenmesini sağlamaktadır (Flick, 2018; Yıldırım & Şimşek 2016). Bu yaklaşım, eksik veya yanlı veri riskini en aza indirmektedir.
İkincisi, veri analizinde tutarlılığı sağlamak için tüm vakalarda standartlaştırılmış bir kodlama çerçevesi uygulanmıştır. Müfredat yapısı ve tematik içerik gibi açıkça tanımlanmış kategorilerin kullanımı, bulguların karşılaştırılabilirliğini artırmaktadır.

Üçüncüsü, çalışma şeffaflığı ve tekrarlanabilirliği vurgulanmaktadır. Tüm veri kaynakları kamuya açık olup, analitik süreç açıkça belgelenmiştir; bu da diğer araştırmacıların gerekirse çalışmayı tekrarlamasına olanak tanımaktadır.
Son olarak, araştırma, yorumları öznel yargı yerine belgelenmiş kanıtlara dayandırılarak yerleşik nitel araştırma ilkelerine uymaktadır. Bu da bulguların hem güvenilir hem de analitik olarak sağlam olmasını sağlamaktadır.
Karşılaştırmalı analiz, ECTS dağılımı ve program süresi açısından Avrupa ve Türk turizm programları arasında açık bir yapısal farklılaşmayı ortaya koymaktadır. Avrupa kurumları, Bologna Süreci'nin teşvik ettiği uyarlanabilirliği yansıtan, 180 ila 240 AKTS arasında değişen esnek bir çerçeve içinde faaliyet göstermektedir. Buna karşılık, Türk programları, standartlaştırılmış ve merkezileştirilmiş bir yükseköğretim modelini gösteren, 240 AKTS etrafında tek tip bir şekilde yapılandığını göstermektedir.
Surrey Üniversitesi ve Modul Üniversitesi Viyana gibi kurumlar, daha kısa ve daha yoğun akademik yollar sağlayan 180 AKTS'lik programlar sunmaktadır. Bu esneklik, kurumların program süresini öğrenme çıktılarına ve sektör beklentilerine göre uyarlamasına olanak tanımaktadır. Buna karşılık, Türk üniversiteleri, tutarlılığı sağlarken kurumsal özerkliği ve duyarlılığı sınırlayabilen sabit dört yıllık bir yapıyı korumaktadır.
Analitik bir bakış açısıyla, bu yapısal farklılık daha geniş sistemik özellikleri yansıtmaktadır: Avrupa yükseköğretim sistemleri esneklik ve çeşitliliğe öncelik verirken, Türk sistemleri standardizasyon ve tekdüzeliğe önem vermektedir.

## 4. BULGULAR

Çalışmanın bulguları, AKTS yapısı, müfredat esnekliği, staj süresi, dijital entegrasyon, sürdürülebilirlik yaklaşımı, sektörel işbirliği ve uluslararasılaşma başlıklarını içeren karşılaştırmalı analiz Tablo 1'de verilmiştir. Alt başlıklar ile detayları açıklanmıştır.

Tablo 1. Karşılaştırmalı Matris

| Kriterler | Avrupa | Türkiye |
|---|---|---|
| AKTS Yapısı | Esnek (180–240) | Sabit (240) |
| Müfredat Esnekliği | Yüksek | Düşük |
| Staj Süresi | Uzun vadeli | Kısa Vadeli |
| Dijital Entegrasyon | Güçlü | Sınırlı |
| Sürdürülebilirlik Yaklaşımı | Bütünleşmiş | İzole |
| Sektör İşbirliği | Güçlü | Ilımlı |
| Uluslararasılaşma | Yüksek | Ilımlı |

### 4.1 Program Yapısı ve AKTS Dağılımı

Tablo 1'de verildiği üzere, AKTS dağılımı ve program süresi açısından Avrupa ve Türk turizm programları arasında açık bir yapısal farklılık ortaya koymaktadır. Avrupa kurumları, Bologna Süreci'nin teşvik ettiği uyarlanabilirliği yansıtan, 180 ila 240 AKTS arasında değişen esnek bir çerçeve içinde faaliyet göstermektedir. Buna karşılık, Türk programları, standartlaştırılmış ve merkezileştirilmiş bir yükseköğretim modelini gösteren, 240 AKTS etrafında tek tip bir yapıya sahiptir.
Surrey Üniversitesi ve Modul Üniversitesi Viyana gibi kurumlar, daha kısa ve daha yoğun akademik yollar sağlayan 180 AKTS'lik programlar sunmaktadır. Bu esneklik, kurumların program süresini öğrenme çıktılarına ve sektör beklentilerine göre uyarlamasına olanak tanır. Buna karşılık, Türk üniversiteleri, tutarlılığı sağlarken kurumsal özerkliği ve duyarlılığı sınırlayabilecek sabit dört yıllık bir yapıyı korumaktadır.
Analitik bir bakış açısıyla, bu yapısal farklılık daha geniş sistemik özellikleri yansıtmaktadır: Avrupa yükseköğretim sistemleri esneklik ve çeşitliliğe öncelik verirken, Türk sistemleri standardizasyon ve tekdüzeliğe önem vermektedir.

### 4.2. Müfredat Esnekliği ve Uzmanlaşma

Zorunlu ve seçmeli dersler arasındaki dengede önemli bir fark ortaya çıkmaktadır. Avrupa üniversiteleri, öğrencilerin bireyselleştirilmiş öğrenme yollarını izlemelerine ve gelişmekte olan alanlarda uzmanlaşmalarına olanak tanıyan daha yüksek oranda seçmeli ders sunmaktadır.
Örneğin; Breda Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, seçmeli modüllerin öğrencilerin dijital turizm, deneyim tasarımı ve inovasyon gibi alanlara odaklanmalarına olanak tanıdığı yetkinlik tabanlı bir model benimsemektedir. Bu yaklaşım, uyarlanabilirliği artırmakta ve eğitimi çeşitli kariyer yörüngeleriyle uyumlu hale getirmektedir. Buna karşılık, Türk programları, öğrenci seçimini kısıtlayan ve uzmanlaşma fırsatlarını sınırlayan zorunlu derslerin hakimiyetiyle karakterize edilmektedir. Bu, güçlü bir teorik temel sağlarken, gelişen endüstri taleplerine yanıt verme esnekliğini azaltabilmektedir. Bu bulgu, Avrupa müfredatlarının öğrenci merkezli ve sonuç odaklı eğitimle daha uyumlu olduğunu, Türk müfredatlarının ise içerik odaklı ve kuralcı kaldığını göstermektedir.

### 4.3. Pratik Eğitim ve Deneyimsel Öğrenme

Analizler, pratik eğitimin entegrasyonunda önemli farklılıkları ortaya koymaktadır. Avrupa turizm programları, genellikle bir akademik yıla kadar süren uzun dönemli stajları da içeren deneyimsel öğrenmeye büyük önem vermektedir. Surrey Üniversitesi ve EHL Otelcilik İşletme Okulu gibi kurumlar, öğrenme çıktıları ve değerlendirme süreçleriyle doğrudan bağlantılı yapılandırılmış staj dönemlerini entegre etmektedir. Bu stajlar sadece tamamlayıcı değil, müfredatın temel bir bileşenini oluşturmaktadır. Buna karşılık, Türk üniversitelerindeki programlar genellikle kısa dönemli, süresi sınırlı ve müfredata daha az sistematik olarak entegre edilmiş stajları içermektedir. Sonuç olarak, teorik bilgi ile pratik uygulama arasındaki bağlantı daha zayıf olabilmektedir.
Analitik olarak karşılaştırdığımızda, bu fark, Avrupa programlarının uygulama odaklı bir öğrenme modelini benimsediğini, Türk programlarının ise sınırlı deneyimsel entegrasyonla teori ağırlıklı bir yapıyı koruduğunu göstermektedir.

### 4.4. Dijitalleşme ve Yapay Zeka Entegrasyonu

Çalışmanın en kritik bulgularından biri de dijital yetkinlik entegrasyonundaki farklılıktır. Avrupa müfredatları, dijital dönüşüme güçlü bir vurgu yaparak şu konularla ilgili dersleri içermektedir:
• Veri analizi
• Akıllı turizm sistemleri
• Dijital pazarlama
• Yapay zeka uygulamaları

Bu konular genellikle seçmeli ders eklemeleri olmaktan ziyade müfredatın temel bileşenleri olarak yer almaktadır.

Buna karşılık, Türk programları dijital içeriğin entegrasyonunda sınırlı bir eğilim göstermekte olup, bu konular genellikle seçmeli dersler olarak sunulmaktadır, hatta hiç sunulmamaktadır. Bu durum, teknolojik değişime proaktif değil, reaktif bir yaklaşım olduğunu göstermektedir.

Karşılaştırmalı bir bakış açısıyla, Avrupa programları Endüstri 4.0 ve dijital turizm ekosistemlerinin talepleriyle uyumlu görünürken, Türk programları öğrencileri teknoloji odaklı ortamlara hazırlama konusunda geride kalmaktadır.

### 4.5. Sürdürülebilirlik Entegrasyonu

Sürdürülebilirlik, önemli farklılıkların gözlemlendiği bir diğer önemli boyuttur. Avrupa üniversiteleri, sürdürülebilirliği birden fazla ders ve program bileşenine entegre eden bütüncül bir yaklaşım benimsemektedir. Örneğin; Modul Üniversitesi Viyana, sürdürülebilirliği turizm politikası, çevre yönetimi ve stratejik planlama gibi temel derslere entegre etmektedir. Bu yaklaşım, sürdürülebilirliğin kesişen bir tema olarak entegrasyonunu yansıtmaktadır.
Buna karşılık, Türk programları sürdürülebilirliği izole dersler aracılığıyla ele alma eğilimindedir ve bu da genel müfredat tasarımına etkisini sınırlamaktadır. Bu parçalı yaklaşım, öğrencilerin sürdürülebilirliği sistemik ve disiplinler arası bir konu olarak anlama yeteneğini azaltabilmektedir.

### 4.6. Tematik Dağılım ve Müfredat Entegrasyonu

Derslerin tematik dağılımı, iki sistem arasındaki farklılıkları daha da göstermektedir. Avrupa müfredatları, inovasyon, girişimcilik, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme gibi temel temaların birden fazla dönem boyunca yatay entegrasyonunu göstermektedir.
Örneğin; Breda Uygulamalı Bilimler Üniversitesi'nde, deneyim tasarımı ve akıllı turizm gibi temalar, yetkinlik tabanlı bir yaklaşımı yansıtacak şekilde program boyunca yer almaktadır. Benzer şekilde, Surrey Üniversitesi dijital pazarlama ve veri analitiğini temel modüllere entegre etmektedir. Buna karşılık, Türk müfredatları, ortaya çıkan konuların müfredat genelinde dağıtılmak yerine belirli derslerle sınırlı kaldığı, tematik içeriğin dikey bir kümelenmesini sergilemektedir. Bu, yetkinliklerin kümülatif gelişimini sınırlamaktadır.

### 4.7. Sektör Entegrasyonu ve İstihdam Edilebilirlik

Avrupa turizm programları, aşağıdakiler de dahil olmak üzere yapılandırılmış iş birliği mekanizmaları aracılığıyla sektör ihtiyaçlarıyla güçlü bir uyum göstermektedir:
• Uzun süreli stajlar
• Sektör odaklı projeler
• Konuk dersleri ve profesyonel katılım
EHL Otelcilik İşletme Okulu gibi kurumlar, müfredatların ilgili ve uygulama odaklı kalmasını sağlamak için küresel turizm ve otelcilik kuruluşlarıyla yakın ortaklıklar sürdürmektedir. Türkiye'de sektör iş birliği mevcut olsa da genellikle daha az resmileştirilmiş ve müfredat tasarımına sistematik olarak entegre edilmemiştir. Bu, mezunların istihdam edilebilirliğini ve eğitimden profesyonel uygulamaya geçişi etkileyebilmektedir.

### 4.8. Uluslararasılaşma

Uluslararasılaşma, bir diğer farklılık alanını temsil etmektedir. Avrupa programları, aşağıdaki unsurlar aracılığıyla daha yüksek bir uluslararasılaşma düzeyi sergilemektedir:
• İngilizce eğitim dili
• Öğrenci hareketlilik programları
• Çok kültürlü müfredat içeriği

Bu özellikler, sınır ötesi eğitimi ve küresel yetkinliği teşvik eden Bologna Süreci'nin hedefleriyle uyumlu olduğu görülmektedir. Türk programları ise Erasmus gibi değişim programlarına katılırken, müfredat içeriğinde daha düşük bir uluslararasılaşma düzeyi göstermektedir.

### 4.9. Karşılaştırmalı Sentez

Bulguların bütüncül bir değerlendirmesi, Avrupa turizm eğitim sistemlerinin **yetkinlik temelli, esnek ve yenilik odaklı müfredat modeli** benimsediğini, Türk sistemlerinin **ise standart, içerik temelli ve nispeten katı bir yapıyı** koruduğunu göstermektedir.

Avrupa kurumları, uyum sağlama, disiplinler arası ve endüstri ihtiyaçlarıyla uyum sağlamaya vurgu yaparak, öğrencilerin uzmanlaşmış ve geleceğe yönelik yetkinlikler geliştirmelerini sağlamaktadır. Buna karşılık, Türk programları teorik tutarlılık ve yapısal birlikteliği önceliklendirmekte; bu da ortaya çıkan küresel eğilimlere yanıt verme yeteneğini sınırlayabilmektedir.

### 4.10. Müfredat İnovasyon Açığı

Bu çalışmanın en önemli sonuçlarından biri, Avrupa ve Türk turizm eğitim sistemleri arasında açık bir müfredat inovasyon açığının tespit edilmesidir. Avrupa programları, yapay zeka, akıllı turizm ve dijital ekosistemler gibi yeni konuları temel müfredata entegre etme konusunda proaktif bir yaklaşım sergilemektedir. Türk programları ise bu yenilikleri daha yavaş ve genellikle seçmeli ders bileşenleri olarak benimseme eğiliminde olduğu görülmektedir. Bu açık, mezunların rekabet gücü açısından kritik sonuçlar doğurmakta ve Türk turizm eğitiminin küresel sektör gelişmelerine uyum sağlamak için önemli bir reforma ihtiyaç duyabileceğini göstermektedir.

## 5. TARTIŞMA

Bu çalışmanın bulguları, Avrupa ve Türk turizm eğitim sistemleri arasında önemli yapısal, pedagojik ve kavramsal farklılıklar ortaya koymaktadır. Bu farklılıklar sadece kurumsal değil, yükseköğretim felsefelerindeki, yönetim modellerindeki ve turizmdeki küresel dönüşümlere verilen yanıtlardaki daha derin farklılıkları yansıtmaktadır.

Teorik açıdan bakıldığında, sonuçlar, içerik temelli eğitimden yetkinlik temelli ve uyarlanabilir öğrenme modellerine geçişi vurgulayan müfredat dönüşümü üzerine daha geniş literatürle uyumludur (Dredge vd., 2015; Sheldon vd., 2011). Avrupa turizm programları bu dönüşümü daha etkili bir şekilde benimsemiş gibi görünürken, Türk programları büyük ölçüde geleneksel, standartlaştırılmış yapılara bağlı kalmaktadır.

Araştırmanın ortaya koyduğu farklılıklar, turizm eğitiminin yalnızca ders içerikleri düzeyinde değil, aynı zamanda yükseköğretim sistemlerinin temel yönelimlerinde de belirginleşmektedir. Avrupa'daki programlar, Bologna Süreci'nin öngördüğü öğrenme çıktıları ve yetkinlik temelli pedagojik yaklaşımlar doğrultusunda esnek, öğrenci merkezli ve sektörle uyumlu müfredatlar geliştirmiştir. Buna karşılık, Türkiye'deki turizm programları daha çok merkeziyetçi yükseköğretim politikalarının ve standartlaştırılmış müfredat yapılarının etkisi altında kalmakta; bu da teorik bilgi aktarımına dayalı, daha az esnek bir eğitim modelini beraberinde getirmektedir. Avrupa kurumlarında uluslararası akreditasyon süreçleri, disiplinlerarası entegrasyon ve sektörle güçlü iş birlikleri ön plana çıkarken; Türk üniversitelerinde bu unsurlar sınırlı düzeyde yansımaktadır. Dolayısıyla, iki sistem arasındaki ayrışma yalnızca pedagojik tercihlerden değil, aynı zamanda kalite güvencesi mekanizmaları, yönetim modelleri ve turizm endüstrisinin küresel dönüşümlerine verilen kurumsal yanıtlardan kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda, bulgular turizm eğitiminin uluslararası karşılaştırmalı boyutunu güçlendirmekte ve Türkiye'deki programların küresel eğilimlere uyum sağlama kapasitesine ilişkin eleştirel bir değerlendirme sunmaktadır.

### 5.1. Yapısal Farklılıklar ve Yükseköğretim Paradigmaları

En önemli bulgulardan biri, esnek ve standartlaştırılmış müfredat modelleri arasındaki yapısal farklılaşmayla ilgilidir. Bologna Süreci tarafından şekillendirilen Avrupa turizm programları, AKTS dağılımı ve müfredat tasarımı açısından yüksek derecede esneklik göstermektedir. Bu esneklik, öğrenme yollarının bireysel ilgi alanlarına ve işgücü piyasası taleplerine uyarlanabildiği, öğrenci merkezli ve sonuç odaklı bir eğitim paradigmasını yansıtmaktadır (Kehm, 2010).
Buna karşılık, Türk turizm eğitimi, sabit program yapıları ve yüksek oranda zorunlu derslerle karakterize edilen daha merkezi ve standartlaştırılmış bir modeli izlemektedir. Bu yaklaşım tutarlılık ve kalite kontrolü sağlarken, yenilikçiliği ve duyarlılığı sınırlayabilmektedir. Bu bulgu, turizm gibi hızla gelişen sektörlerde katı müfredat yapılarının kurumsal uyarlanabilirliği kısıtlayabileceğini gösteren önceki çalışmalarla tutarlılık göstermektedir (Ünlüönen & Boylu, 2007).

### 5.2. Deneyimsel Öğrenme ve Sektörle Uyum

Turizm eğitiminin çağdaş yönelimleri, öğrencilerin yalnızca teorik bilgiyle donatılmasını değil, aynı zamanda sektörle doğrudan temas kurarak deneyimsel öğrenme süreçlerine katılmasını gerekli kılmaktadır. Avrupa programlarında deneyimsel öğrenmeye verilen güçlü önem, sektör gereksinimleriyle daha yakın bir uyumu yansıtmaktadır. Uzun süreli stajlar, sektör projeleri ve uygulamalı öğrenme ortamları, öğrencilerin teorik bilgiyi tamamlayan pratik yetkinlikler geliştirmelerini sağlamaktadır. Bu bulgu, turizm eğitiminin deneyimsel öğrenme yoluyla akademi ve sektör arasındaki boşluğu kapatması gerektiği argümanını desteklemektedir (Baum, 2007). Avrupa kurumları, pratik eğitimi yardımcı bir bileşen olarak ele almak yerine müfredat yapısına entegre ederek bu ilkeyi etkili bir şekilde uygulamaya koymuş gibi görünmektedir. Buna karşılık, Türk programlarındaki stajların nispeten sınırlı ve kısa süreli olması, eğitim ve mesleki uygulama arasında daha zayıf bir entegrasyona işaret etmektedir. Bu durum, mezunların iş bulma yeteneği ve sektöre hazır olma durumu açısından sonuçlar doğurabilmektedir.

### 5.3. Dijital Dönüşüm ve Eğitimsel Adaptasyon

Avrupa turizm müfredatlarına dijital yetkinliklerin entegrasyonu, turizm sektöründeki teknolojik dönüşüme proaktif bir yanıt göstermektedir. Literatürde vurgulandığı gibi, BİT, büyük veri ve yapay zekayı kapsayan dijitalleşme, modern turizm sistemlerinin belirleyici bir özelliği haline gelmiştir (Buhalis & Law, 2008; Xiang & Fesenmaier, 2017).
Turizm eğitiminin güncel gelişiminde dijital dönüşüm, müfredatların yeniden yapılandırılmasında ve çeşitlenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Avrupa'daki üniversiteler, çevrimiçi öğrenme platformları, veri analitiği araçları ve sanal gerçeklik destekli ders içerikleriyle öğrencilerin dijital yetkinliklerini geliştirmeyi hedeflemektedir. Bu durum, turizm sektörünün dijitalleşme süreciyle doğrudan uyumlu olup, mezunların küresel iş gücü piyasasında rekabet avantajı elde etmesine katkı sağlamaktadır. Türkiye'deki turizm programlarında ise dijital araçların entegrasyonu sınırlı düzeyde gerçekleşmekte; müfredatlar çoğunlukla geleneksel öğretim yöntemlerine dayalı kalmaktadır. Bu farklılık, Avrupa kurumlarının dijital adaptasyonu stratejik bir öncelik olarak benimsemesine karşın, Türk üniversitelerinin dijitalleşmeyi daha çok destekleyici bir unsur olarak görmesiyle açıklanabilir. Dolayısıyla, bulgular turizm eğitiminin geleceğinde dijital dönüşümün yalnızca teknolojik bir yenilik değil, aynı zamanda pedagojik bir zorunluluk olarak ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.
Avrupa programları, akıllı turizm ekosistemleri kavramıyla uyumu yansıtarak bu unsurları temel bileşenler olarak içermektedir (Gretzel vd., 2015). Buna karşılık, Türk müfredatlarında dijital içeriğin sınırlı varlığı, bu gelişmelere uyum sağlamada bir gecikmeye işaret etmektedir.
Bu boşluk, Türk turizm eğitiminin teknoloji odaklı bir sektörün yetkinlik gereksinimlerini tam olarak karşılamayabileceğini ve mezunların küresel rekabet gücünü potansiyel olarak etkileyebileceğini göstermektedir.

### 5.4. Kapsamlı Bir Yetkinlik Olarak Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik entegrasyonu, farklılaşmanın bir diğer önemli boyutunu temsil etmektedir. Avrupa'daki üniversiteler, sürdürülebilir turizm, destinasyon yönetimi, çevresel analiz ve etik işletme uygulamaları gibi derslerle öğrencilerin küresel sürdürülebilirlik hedefleriyle uyumlu yetkinlikler kazanmasını sağlamaktadır. Bu yaklaşım, turizm sektörünün uzun vadeli rekabet gücünü artırırken aynı zamanda toplumsal sorumluluk bilincini de güçlendirmektedir. Türkiye'deki turizm programlarında ise sürdürülebilirlik teması müfredatlarda yer almakla birlikte, çoğunlukla teorik düzeyde ele alınmakta ve uygulamalı projelerle desteklenmediği için sınırlı bir etki yaratmaktadır. Bu farklılık, Avrupa kurumlarının sürdürülebilirliği stratejik bir eğitim önceliği olarak benimsemesine karşın, Türk üniversitelerinin bu konuyu daha çok tamamlayıcı bir unsur olarak görmesiyle açıklanabilir. Dolayısıyla, bulgular turizm eğitiminin küresel ölçekte sürdürülebilirlik ilkeleriyle bütünleşmesinin, hem akademik hem de sektörel düzeyde kritik bir gereklilik olduğunu ortaya koymaktadır.
Avrupa programları, sürdürülebilirliği birden fazla ders ve öğrenme çıktısına entegre eden bütünsel ve kapsamlı bir yaklaşım benimsemektedir. Bu, küresel sürdürülebilirlik çerçeveleri ve eğitim önerileriyle uyum göstermektedir (Bramwell & Lane, 2011; Sharpley, 2000). Buna karşılık, Türk müfredatları sürdürülebilirliği entegre bir çerçeve yerine ayrı bir konu olarak ele alma eğilimi göstermektedir. Bu parçalı yaklaşım, öğrencilerin sürdürülebilir turizm uygulamalarına ilişkin kapsamlı bir anlayış geliştirme yeteneğini sınırlayabilmektedir. Bulgular, sürdürülebilirliğin izole modüllerle sınırlı kalmak yerine müfredatın tamamına entegre edilmesi gerektiği argümanını güçlendirmektedir.

### 5.5. Yapısal Eğitim Modellerinden Dönüşümcü Eğitim Modellerine

Bu çalışmanın sonuçları, yapısal ve dönüşümcü eğitim modelleri perspektifinden yorumlanabilmektedir. Avrupa turizm eğitim sistemleri, şu özelliklere vurgu yapan dönüşümcü bir modelin özelliklerini sergilemektedir:

• Yenilikçilik

• Uyarlanabilirlik

• Disiplinler arası entegrasyon

• Öğrenci merkezli öğrenme

Buna karşılık, Türk turizm eğitimi, şu özelliklerle karakterize edilen yapısal bir modele daha yakındır:

• Standardizasyon

• İçerik odaklı öğretim

• Kurumsal katılık

• Sınırlı esneklik

Bu ayrım, müfredat tasarımı, dijital entegrasyon ve sürdürülebilirlik alanlarındaki gözlemlenen farklılıkları anlamak için teorik bir çerçeve sağlamaktadır.

### 5.6. Endüstri 4.0 ve Geleceğin Becerileriyle Uyum

Turizm eğitiminin geleceği, Endüstri 4.0'ın getirdiği dijitalleşme, otomasyon ve veri odaklı yönetim süreçleriyle doğrudan ilişkilidir (Özarpa, & Avcı, 2022). Bu dönüşüm, öğrencilerin yalnızca klasik turizm bilgileriyle değil, aynı zamanda yapay zekâ destekli müşteri deneyimi yönetimi, büyük veri analitiği, akıllı destinasyon planlaması ve dijital pazarlama gibi alanlarda yetkinlik kazanmasını zorunlu kılmaktadır. Avrupa'daki üniversiteler, müfredatlarına bu tür ileri teknolojileri ve geleceğin becerilerini entegre ederek öğrencilerin sektördeki dijital dönüşüme uyum sağlamalarını kolaylaştırmaktadır. Türkiye'deki turizm programlarında ise bu entegrasyon sınırlı düzeyde gerçekleşmekte; müfredatlar daha çok geleneksel bilgi aktarımına dayalı kalmaktadır. Turizm, yapay zekâ, otomasyon ve veri odaklı karar verme de dahil olmak üzere Endüstri 4.0 teknolojileri tarafından giderek daha fazla şekillendirilmektedir. Avrupa turizm programları, ilgili yetkinlikleri müfredatlarına dahil ederek bu gelişmelerle daha güçlü bir uyum göstermektedir. Bu bulgu, turizm iş gücü geliştirme alanında dijital ve geleceğe yönelik becerilerin önemini vurgulayan OECD (2025) ve BM Turizm (2023) raporlarıyla tutarlılık göstermektedir. Bununla birlikte, Türk programları bu trendlere sınırlı uyum göstermekte olup, eğitim sonuçları ile sektör beklentileri arasında potansiyel bir uyumsuzluğa işaret etmektedir.

### 5.7. Müfredat Reformuna İlişkin Çıkarımlar

Bulgular, Türk turizm eğitiminde bir paradigma değişimine duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır. Küresel trendlerle uyumlu hale gelmek için kademeli değişiklikler yerine kapsamlı bir müfredat tasarımı yeniden gerekmektedir.

Yapılacak değişim için kilit alanlar ise şunlardır:

• Yetkinlik tabanlı ve esnek müfredat yapılarına geçiş,

• Dijital dönüşümün ve yapay zekanın temel derslere entegrasyonu,

• Sürdürülebilirliğin müfredat genelinde yerleştirilmesi ve

• Sektör iş birliğinin ve deneyimsel öğrenmenin güçlendirilmesidir.

Bu değişiklikler, Türkiye'deki turizm eğitiminin önemini ve rekabet gücünü artırmak için anahtar bir rol üstlenmektedir.

### 5.8. Teorik Katkı

Bu araştırma, turizm eğitiminin müfredat yapıları üzerinden gerçekleştirdiği karşılaştırmalı analizle, alan yazına önemli bir teorik katkı sunmaktadır. Öncelikle, içerik temelli geleneksel eğitim modelleri ile yetkinlik temelli ve uyarlanabilir öğrenme yaklaşımları arasındaki ayrışmayı somut örneklerle ortaya koyarak, turizm eğitiminin pedagojik dönüşümüne ilişkin literatürdeki tartışmaları desteklemektedir. Ayrıca, Avrupa ve Türkiye örneklemleri üzerinden yapılan karşılaştırma, yükseköğretim sistemlerinin epistemolojik yönelimlerinin turizm eğitimi üzerindeki etkilerini görünür kılmakta; böylece kurumsal farklılıkların müfredat düzeyinde nasıl yansıdığını açıklamaktadır. Bu bağlamda, çalışma yalnızca mevcut uygulamaları betimlemekle kalmayıp, aynı zamanda turizm eğitiminin küresel dönüşümler karşısında nasıl yeniden konumlandığını teorik düzeyde tartışmaya açmaktadır. Dolayısıyla, araştırma bulguları turizm eğitimi literatürüne hem pedagojik modellerin evrimi hem de yükseköğretim sistemlerinin karşılaştırmalı analizi açısından özgün bir katkı sağlamaktadır.

Yine bu araştırmada, müfredat yapısını daha geniş eğitimsel dönüşüm kavramlarıyla ilişkilendirerek turizm eğitimi üzerine teorik literatüre katkıda bulunmaktadır. Bulgular, müfredat esnekliğinin ve disiplinler arası yaklaşımın yükseköğretimde yeniliğin temel itici güçleri olduğu argümanını desteklemektedir (Dredge vd., 2015). Ayrıca, çalışma, mesleki ve yansıtıcı bilgi arasındaki dengenin bölgeler arasında nasıl farklı şekilde uygulandığını göstererek Tribe'ın (2002) kavramsal çerçevesini genişletmektedir. Avrupa programları daha etkili bir dengeye ulaşmış gibi görünürken, Türk programları daha çok yapılandırılmış bilgi aktarımına yönelik gözükmektedir.

### 5.9. Eğitim Politikası Perspektifi

Politika açısından bakıldığında, bulgular yükseköğretimde aşırı standardizasyonun inovasyonu ve uyarlanabilirliği engelleyebileceğini göstermektedir. Merkezi sistemler istikrar ve kalite güvencesi sağlarken, kurumsal özerkliği de sınırlayabilmektedir.

Türkiye'deki politika yapıcılar, üniversitelerin endüstri ihtiyaçlarına ve küresel gelişmelere yanıt veren programlar tasarlamasına olanak tanıyan daha esnek ve merkezi olmayan müfredat çerçevelerini benimsemeyi göz önünde bulundurmalıdır. Bu, disiplinler arası yaklaşımları teşvik etmeyi, dijital dönüşümü desteklemeyi ve uluslararasılaşmayı teşvik etmeyi içermektedir.

## 6. SONUÇ VE ÇIKARIMLAR

### 6.1. Temel Bulguların Özeti

Bu çalışma, seçilmiş Avrupa ve Türk üniversitelerindeki lisans turizm müfredatlarının kapsamlı bir karşılaştırmalı analizini sunarak, iki sistem arasında önemli yapısal, pedagojik ve tematik farklılıkları ortaya koymaktadır. Bulgular, Avrupa turizm eğitiminin esneklik, disiplinler arası yaklaşım ve sektör ihtiyaçlarıyla güçlü bir uyumla karakterize edildiğini, Türk turizm eğitiminin ise büyük ölçüde standartlaştırılmış, teori odaklı ve ortaya çıkan küresel trendlere daha az duyarlı olduğunu göstermektedir.

Özellikle, Avrupa programları daha yüksek derecede müfredat esnekliği, deneyimsel öğrenmenin daha güçlü entegrasyonu ve dijital dönüşüm ve sürdürülebilirliğin daha sistematik bir şekilde dahil edilmesini göstermektedir. Buna karşılık, Türk programları sınırlı seçmeli ders yapıları, daha kısa ve daha az entegre staj modelleri ve dijital ve sürdürülebilirlik yetkinliklerinin nispeten zayıf bir şekilde dahil edilmesini sergilemektedir. Bu bulgular, turizm eğitim sistemlerinin yalnızca kurumsal uygulamalarla değil, aynı zamanda daha geniş yükseköğretim paradigmaları ve politika çerçeveleriyle de şekillendiğini göstermektedir.

Sonuç bölümünde yer alan bu temel bulguların ötesinde, bu araştırmanın ortaya koyduğu bir diğer önemli nokta, turizm eğitiminin yalnızca müfredat düzeyinde değil, aynı zamanda örgütsel kültür, öğretim yöntemleri ve uluslararasılaşma stratejileri bağlamında da farklılıklar sergilemesidir. Avrupa üniversiteleri, öğrenci merkezli pedagojik yaklaşımları, sektörle güçlü iş birliklerini ve uluslararası akreditasyon süreçlerini müfredatlarına entegre ederek küresel ölçekte rekabetçi bir eğitim modeli geliştirmektedir. Buna karşılık, Türk üniversitelerinde müfredatın daha merkeziyetçi ve standartlaştırılmış yapısı, uluslararasılaşma ve sektörle entegrasyon açısından sınırlı bir esneklik sunmaktadır. Ayrıca, Avrupa programlarının disiplinler arası içeriklerle turizmi ekonomi, çevre ve kültürel çalışmalarla ilişkilendirmesi, Türk programlarının ise daha dar kapsamlı ve turizm odaklı bir yaklaşımı benimsemesi dikkat çekmektedir. Bu farklılıklar, turizm eğitiminin yalnızca ders planlarıyla değil, aynı zamanda yükseköğretim politikaları, kalite güvencesi mekanizmaları ve küresel eğilimlere verilen kurumsal yanıtlarla şekillendiğini göstermekte; dolayısıyla çalışmanın bulguları, turizm eğitiminin geleceğine yönelik daha geniş bir teorik ve politik tartışmaya zemin hazırlamaktadır.

### 6.2. Teorik Katkılar

Bu çalışma, müfredat tasarımını daha geniş yükseköğretim dönüşüm teorileriyle ilişkilendiren karşılaştırmalı ve bütünleştirici bir bakış açısı sunarak turizm eğitimi literatürüne katkıda bulunmaktadır. Bulgular, müfredat esnekliği, disiplinler arası yaklaşım ve yetkinliğe dayalı öğrenmenin turizm eğitiminde yeniliğin kritik itici güçleri olduğu tartışmasını güçlendirmektedir (Dredge vd., 2015; Sheldon vd., 2011).

Ayrıca, çalışma, mesleki ve yansıtıcı bilgi arasındaki dengenin bölgeler arasında nasıl farklı şekilde uygulandığını ampirik olarak göstererek Tribe'ın (2002) turizm eğitimi kavramlaştırmasını genişletmektedir. Avrupa programları daha dinamik ve uyarlanabilir bir dengeye ulaşma eğilimindeyken, Türk programları yapılandırılmış bilgi aktarımına daha güçlü bir şekilde bağlı kalmaktadır.

Ek olarak, çalışma, yapısal ve dönüşümcü eğitim modelleri arasında kavramsal bir ayrım getirerek, müfredat duyarlılığı, dijital entegrasyon ve sürdürülebilirlik farklılıklarını anlamak için teorik bir çerçeve sunmaktadır. Bu çerçeve, turizm ve yükseköğretimde gelecekteki karşılaştırmalı çalışmalar için bir temel oluşturmaktadır.

### 6.3. Pratik Çıkarımlar

Bulgular, özellikle Türkiye'de turizm eğitiminde müfredat tasarımı ve kurumsal uygulamalar açısından önemli çıkarımlar içermektedir. Birincisi, seçmeli derslerin oranının artırılması yoluyla müfredat esnekliğinin artırılması, öğrencilerin dijital turizm, sürdürülebilirlik ve inovasyon gibi gelişmekte olan alanlarda uzmanlaşmalarını sağlayacaktır. Bu, mezunların uyum yeteneğini ve istihdam edilebilirliğini artıracaktır. İkincisi, yapay zeka, büyük veri analitiği ve akıllı turizm sistemleri de dahil olmak üzere dijital yetkinliklerin turizm müfredatının temel bileşenleri olarak önceliklendirilmesi gerekmektedir. Turizm endüstrisi giderek teknoloji odaklı hale geldikçe, dijital okuryazarlık artık isteğe bağlı değil, elzemdir. Üçüncüsü, uzun vadeli stajlar, sektör ortaklıkları ve proje tabanlı öğrenme yoluyla deneyimsel öğrenme güçlendirilmelidir. Pratik eğitimin müfredat yapısına entegre edilmesi, eğitim ve mesleki uygulama arasındaki uyumu iyileştirecektir.
Son olarak, sürdürülebilirlik, bağımsız bir konu olarak ele alınmak yerine tüm derslerde kesişen bir tema olarak entegre edilmelidir. Bu, öğrencilerin sürdürülebilir turizm uygulamalarına ilişkin bütünsel bir anlayış geliştirmelerini sağlayacaktır.

### 6.4. Politika Çıkarımları

Politika açısından bakıldığında, çalışma Türkiye'de turizm eğitiminin sistemik ve stratejik bir dönüşüme ihtiyaç duyduğunu vurgulamaktadır. Standardizasyon tutarlılık ve kalite güvencesine katkıda bulunurken, aşırı katılık inovasyonu ve uyarlanabilirliği engelleyebilmektedir.

Politika yapıcılar aşağıdaki stratejik yönleri göz önünde bulundurmalıdır:

• Üniversitelere daha fazla özerklik tanıyarak merkezi olmayan müfredat tasarımını teşvik etmek

• Disiplinler arası ve yetkinlik tabanlı eğitim modellerini teşvik etmek

• Dijital dönüşüm ve Endüstri 4.0 becerilerinin entegrasyonunu desteklemek

• Üniversite-sanayi iş birliği çerçevelerini güçlendirmek

• Uluslararasılaşmayı ve hareketlilik fırsatlarını artırmak

Bu tür politika reformları, Türk turizm eğitimini küresel standartlarla uyumlu hale getirecek ve uluslararası akademik ve profesyonel ortamda rekabet gücünü artıracaktır.

### 6.5. Sektöre ve Topluma Katkılar

Bu çalışmanın bulguları, turizm sektörüne doğrudan katkı sağlayabilecek önemli çıkarımlar sunmaktadır. Avrupa üniversitelerinin müfredatlarında gözlenen esneklik, deneyimsel öğrenme ve dijital dönüşüm odaklı içerikler, sektörün hızla değişen ihtiyaçlarına uyumlu nitelikli iş gücü yetiştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, mezunların sektöre daha hazır, yenilikçi ve sürdürülebilirlik bilinci yüksek bireyler olarak katılımını desteklemektedir. Türk turizm programlarının ise daha standartlaştırılmış ve teorik odaklı yapısı, sektörün pratik beceri ve dijital yetkinlik beklentilerini karşılamada sınırlı kalabilmektedir. Dolayısıyla, bu karşılaştırmalı analiz, turizm sektörünün gelecekteki insan kaynağı politikaları açısından müfredatların yeniden yapılandırılmasının önemini vurgulamakta; sektörle üniversiteler arasındaki iş birliğinin güçlendirilmesi, uygulamalı eğitim modellerinin yaygınlaştırılması ve küresel trendlerle uyumlu yetkinliklerin kazandırılması gerektiğine işaret etmektedir. Bu bağlamda, çalışma turizm eğitiminin sektöre yönelik katkılarını artıracak stratejik yönelimlere dair değerli bir referans noktası oluşturmaktadır.

Akademinin ötesinde, çalışma turizm sektörü ve genel olarak toplum için de çıkarımlar içermektedir. Daha uyarlanabilir ve geleceğe yönelik bir turizm eğitim sistemi, dijital dönüşüm, sürdürülebilirlik ve küresel rekabet gibi çağdaş zorlukların üstesinden gelebilecek yüksek vasıflı bir iş gücünün geliştirilmesine katkıda bulunacaktır.

Üniversiteler, eğitim sonuçlarını sektör ihtiyaçlarıyla uyumlu hale getirerek, turizm sektöründe hizmet kalitesini, inovasyon kapasitesini ve uzun vadeli sürdürülebilirliği artırmada önemli bir rol oynayabilmektedir.

### 6.6. Sınırlamalar ve Gelecek Araştırmalar

Katkılarına rağmen, bu çalışmanın bazı sınırlamaları vardır. Analiz, seçilmiş bir üniversite örneğine dayanmaktadır ve kamuya açık müfredat verilerine güvenmektedir. Gelecekteki araştırmalar, örneklem boyutunu genişletebilir ve öğretim üyeleri, öğrenciler ve sektör paydaşlarıyla yapılan görüşmeler gibi ek veri kaynaklarını içerebilir.

Ayrıca, müfredat farklılıklarının mezun sonuçları ve istihdam edilebilirlik üzerindeki etkisini ölçmek için nicel yaklaşımlar kullanılabilir. Ek bölgelerdeki karşılaştırmalı çalışmalar da küresel turizm eğitim trendleri hakkında daha kapsamlı bir anlayış sağlayacaktır.

Sonuç olarak, bu çalışma, özellikle katı ve standartlaştırılmış müfredat yapılarıyla karakterize edilen bağlamlarda, turizm eğitiminde bir paradigma değişikliğine acil ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır. Turizm, teknolojik, çevresel ve sosyo-ekonomik değişimlere yanıt olarak gelişmeye devam ederken, eğitim sistemleri de buna göre uyum sağlamalıdır.

Yapısal eğitim modellerinden dönüştürücü eğitim modellerine geçiş, yalnızca akademik bir gereklilik değil, turizm eğitiminin gelecekteki geçerliliğini ve rekabet gücünü sağlamak için stratejik bir zorunluluktur.

## KAYNAKÇA

Alan, A. A., Aydınlı F., & Başer, G. (2026). Dijital Dönüşümün Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Müfredatlarına Yansıması: Türkiye Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, *10*(1), 23-44.

Airey, D. (2008). Tourism education life begins at 40. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, *27*(27-1), 27–32.

Airey, D., & Tribe, J. (Eds.). (2006). *An international handbook of tourism education*. Routledge.

Akin Aksu, A., & Deniz Köksal, C. (2005). Perceptions and attitudes of tourism students in Turkey. *International journal of contemporary hospitality management*, *17*(5), 436–447.

Akdeniz Üniversitesi. (2023). Tourism management program curriculum. https://turizm.akdeniz.edu.tr.

Anadolu Üniversitesi. (2026). Turizm İşletmeciliği ders planı ve AKTS bilgileri. https://www.anadolu.edu.tr.

Arslan Ayazlar, R. & Özcan Yılmazsoy, D. (2025). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dijital Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi: Muğla Örneği. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 9(3): 291-309.

Balıkesir Üniversitesi. (2026). Turizm İşletmeciliği lisans programı ders planı. https://www.balikesir.edu.tr.

Barton, B. L., & Goh, E. (2025). Last chance tourism: A systematic literature review and future research directions. Tourism Management Perspectives, 57, 1-12. Article 101361. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2025.101361

Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change? Tourism Management, 28(6), 1383 – 1399.

Benckendorff, P., & Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. Annals of Tourism Research, 43, 121–149.

BPP Learning Media. (2011). CTH Diploma in Tourism Management: Travel Agency And Tour Guide Operations. London: Confederation Of Tourism And Hospitality.

Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. Journal of Sustainable Tourism, 19(4–5), 411–421.

Breda University of Applied Sciences. (2025). Tourism management curriculum. https://www.buas.nl.

Buhalis, D. (2000). Tourism and Information Technologies: Past, Present and Future. Tourism Recreation Research, 25(1), 41–58. https://doi.org/10.1080/02508281.2000.11014899

Buhalis, D. and Jun, S. H. (2011). eTourism. Woodeaton, Oxford: Goodfellow Publishers Ltd.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014, December). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In *Information and communication technologies in tourism 2015: Proceedings of the international conference in Lugano, Switzerland, February 3-6, 2015* (pp. 377–389). Cham: Springer International Publishing.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism management*, *29*(4), 609–623.

Buhalis, D. & Main, H. (1998). Information Technology in Peripheral Small and Medium Hospitality Enterprises: Strategic Analysis and Critical Factors. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 10(5), 198–202.

Chen, L. & Guo, Y. (2023). Revisiting resources extraction perspective in determining the tourism industry: Globalisation and human capital for next-11 economies. Resources Policy, 85, 103818.

Demirdağ, Ş.A. (2022). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında İngilizce Eğitiminin Yeri ve Önemi: Eleştirel Bir Yaklaşım. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 6(1); 251-262.

Dhawan, S. (2020). Online learning: A panacea in the time of COVID-19 crisis. Journal of educational technology systems, 49(1), 5-22.

Dredge, D., Schott, C., Daniele, R., Caton, K., Edelheim, J., & Munar, A. M. (2015). The tourism education futures initiative. *Anatolia*, *26*(2), 340-346.

EHL Hospitality Business School. (2025). Bachelor program course catalogue. https://www.ehl.edu

European Commission. (2022). The Bologna process and the European Higher Education Area. https://education.ec.europa.eu

European Commission. (2023). ECTS users' guide. https://education.ec.europa.eu

Eurydice. (2020). The European Higher Education Area in 2020: Bologna process implementation report. https://eurydice.eacea.ec.europa.eu

Fesenmaier, D. R., & Xiang, Z. (2017). *Design science in tourism: Foundations of destination management*. Springer International Publishing Switzerland.

Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). SAGE Publications.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, *25*(3), 179-188.

Hacıoğlu, N., Bozkurt,M. & Şahin,B. (2016). Genel Turizm. Çanakkale: Paradigma Akademi.

Hacıoğlu, N., Avcıkurt, C., Kılıç, A. G. A., & Yıldırım, A. G. H. U. (2018), Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar.

Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Conceptual framework of the use of robots, artificial intelligence and service automation in travel, tourism, and hospitality companies. https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191001

Jafari, J. (2001). The scientification of tourism. In Hosts and guests revisited (pp. 28–41). Cognizant.

Kehm, B. M. (2010). Quality in European higher education: The influence of the Bologna Process. *Change: The magazine of higher learning*, *42*(3), 40-46.

Karakuş, T. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 177-186. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1156348

Kozak, M. A. (2009). Akademik turizm eğitimi üzerine bir durum analizi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 1-20.

Li, J. J., Bonn, M. A., & Ye, B. H. (2019). Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention: The moderating roles of perceived organizational support and competitive psychological climate. Tourism management, 73, 172-181.

Modul University Vienna. (2025). Bachelor of Business Administration in Tourism and Hospitality Management. https://www.modul.ac.at

Mersin Üniversitesi. (2025). Turizm Fakültesi ders planı. https://www.mersin.edu.tr

Moreno, J. J. M. (2025). El sistema universitari a les Illes Balears. *Anuari de l'Educació de les Illes Balears*, (2025), 78-90.

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi. (2026). Turizm İşletmeciliği AKTS bilgi paketi. https://www.mu.edu.tr

Nalçaoğlu, Ç., & Doğru, A. (2026). Sürdürülebilir Bilim ve Kültür Temelli Turizm Yaklaşımları: Bodrum Örneğinde Tematik ve Analitik Bir İnceleme. Journal of Academic Tourism Studies, 6(2), 145-156.

Nhuta, S., Tawanda, M., Regina, M. & Abednigo, C. (2015). The disparity between the tourism education/training and the needs of the tourism and hospitality industry manpower needs. Journal of Educational Policy and Entrepreneurial Research, 2(5), 65-83.

Neuhofer, B., Buhalis, D. & Ladkin, A. (2012). Conceptualising Technology Enhanced Destination Experiences. Journal of Destination Markting ve Management, 1, 36–46. http://dx.doi.org/10.1016/j.dmm.2012.08.001

OECD. (2025). Preparing the tourism workforce for the digital future. https://www.oecd.org

Özarpa, C. (2022). Yenilenebilir enerji ile ilgili temel kavramlar. M. H. Karaarslan (Ed.), *Yenilenebilir enerji: İktisat, finans, mühendislik ve pazarlama perspektifinden değerlendirmeler* içinde (ss. 1-20). Efe Akademi

Özarpa, C., & Avcı, İ. (2022). Industry 4.0 and cybersecurity at automobile manufacturing in smart factories. *Duzce University Journal of Science and Technology*, *10*(4), 2120-2132.

Ratten, V. (2023). The post COVID-19 pandemic era: Changes in teaching and learning methods for management educators. The International Journal of Management Education, 21(2), 100777.

Sağlam, R. (2021). Seyahat İşletmelerinde Bilgi Teknolojilerinin Değişime Etkileri: Gaziantep İli A Grubu Seyahat Acentaları Örneği. *Hasan Kalyoncu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*, 1-166.

Shekhar, and Valeri, M. (2024). Knowledge Clusters and Impact of Digital Transformation on Tourism and Hospitality Marketing Mix.International Journal of Tourism Policy,14(2): 173-187. https://doi.org/10.1504/IJTP.2024.137157

Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. Journal of Sustainable tourism, 8(1), 1-19.

Sheldon, P. J., Fesenmaier, D. R., & Tribe, J. (2011). Tourism education futures initiative. Journal of Teaching in Travel & Tourism, 11(1), 2–23. https://doi.org/10.1080/15313220.2011.548728

SETA. (2007). Bologna Süreci'nin Türkiye'de Uygulanması. https://setav.org

Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism management perspectives*, *25*, 151-155.

Tribe, J. (2002). The philosophic practitioner. *Annals of tourism research*, *29*(2), 338-357.

Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of tourism research*, *81*, 102883.

UN Tourism. (2023). Human capital development in tourism. https://www.unwto.org

UNEP & UNWTO. (2005). Making tourism more sustainable: A guide for policy makers. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization.

UNESCO. (2024). Green and digital skills for tourism. https://www.unesco.org

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (10. baskı). Seçkin Yayıncılık.

Yükseköğretim Kurulu. (2010). (t.y.). 66 Soruda Bologna Süreci Uygulamaları. https://uluslararasi.yok.gov.tr

Yükseköğretim Kurulu (YÖK). (2021). Higher Education System in Türkiye. https://uluslararasi.yok.gov.tr

Ünlüönen, K., & Boylu, Y. (2007). Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesinde uygulanan okul deneyimi ve öğretmenlik uygulaması derslerine yönelik öğretmen ve öğretim elemanı görüşleri üzerine bir araştırma. 331-360

Witte, J. K. (2006). Change of degrees and degrees of change: Comparing adaptations of European higher education systems in the context of the Bologna process.

# Kültürel Miras Alanı Rehberliğinde Ev Sahiplerinin Rolü: Sille'de Kültürel Temsil, Sınırlar ve Yerel Sesler

Hasan Ali Erdoğan[1] ve Ömer Aslan[2]

[1]Doç. Dr., Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya

[2]Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya

## Öz

**Amaç:** Bu çalışma, Sille'de kültürel miras alanlarında yerel halkın ev sahipliği kimliğini nasıl deneyimlediğini ve turizm süreçlerinde seslerinin nasıl görünür veya görünmez kılındığını incelemeyi amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Araştırma nitel bir yaklaşımla yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakatlar ve katılımcı gözlem yöntemleriyle yürütülmüştür. Örneklem, Sille'de ikamet eden yerel sakinler, esnaf ve zanaatkârlardan oluşmaktadır. Dış paydaşların görüşleri doğrudan alınmamış; bunun yerine yerel aktörlerin kendi deneyimleri ve algıları analiz edilmiştir. Veriler tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiş ve özellikle "ev sahipliği kimliği" ile "kültürel temsil" temaları ön plana çıkarılmıştır.

**Bulgular:** Yerel halk, kendilerini turizm süreçlerinde çoğunlukla "gerçek ev sahibi" olarak tanımlamakta, ancak karar alma ve temsil mekanizmalarındaki sınırlı rolleri bu kimliği pratikte zayıflatmaktadır. Kültürel mirasın sunumu ve ticarileştirilmesi süreçlerinde, yerel anlatıların dış aktörler tarafından şekillendirildiği gözlemlenmiştir. Bu durum, ev sahipleri arasında farklılaşan kültürel sınırların ortaya çıkmasına ve bazı aktörlerin sesinin duyulmamasına yol açmaktadır.

**Özgünlük / Bilimsel Katkı:** Çalışma, miras alanlarında ev sahipliği kimliğini yerel halk perspektifinden ele alarak literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Alternatif kültürel sınırlar kavramı, yerel aktörlerin deneyimleri üzerinden yeniden yorumlanmış, miras yönetimi ve rehberlik uygulamalarının daha kapsayıcı bir yaklaşımla tasarlanması gerektiği vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Ev sahipliği kimliği, Turizmde yerel temsil, Turist rehberliğinde yerel sesler, Kültürel sınırlar.

## 1. GİRİŞ

Kültür/miras turizmi, turizm endüstrisinin en dikkat çekici ve en yaygın türlerinden biri olup aynı zamanda en eski seyahat biçimleri arasında yer almaktadır (Timothy & Boyd, 2006). Uluslararası turist varışlarının 2007 yılında yaklaşık %40'ının kültürel turistlerden oluştuğu ve bunun toplamda 359 milyon kültürel seyahate karşılık geldiği bildirilmektedir (Adie & Hall, 2017) Bu önem düzeyi dikkate alındığında, söz konusu turizm segmentinin yapısının anlaşılması büyük bir gereklilik arz etmektedir. Kültürel miras alanları, kültür turizmi kapsamında, çoğu zaman farklı paydaş grupları arasında, alanın korunması, yorumlanması ve ekonomik olarak değerlendirilmesi gibi farklı açılardan konu edilmektedir (Deniz, 2022). Dolayısı ile bu alanların çeşitli ve karmaşık etkileşimlerin odak noktası hâline geldiği bilinmektedir (Eryılmaz, 2022). Bu çok katmanlı etkileşim süreci, ziyaretçiler, turizm acenteleri ve turist rehberleri gibi dış aktörler tarafından belirgin düzeyde şekillendirilmektedir (Buzlukçu, 2020). Ancak geleneksel miras yönetimi yaklaşımlarında, destinasyon kimliği oluşturulması sürecinde ya da destinasyonun önemi ve çekiciliğinin aktarılması gibi konularda yerel topluluk içi dinamikleri kapsayan paydaşların temsil, görüş ve değerlendirmeleri sıklıkla göz ardı edilmektedir (Kişioğlu & Selvi, 2013).

Kültürel miras alanları, yalnızca geçmişin fiziksel izlerini barındıran mekânlar değil, aynı zamanda güncel toplumsal ilişkilerin, güç dengelerinin ve temsil süreçlerinin yeniden üretildiği dinamik sahalardır (Tayanç & Kaya, 2025). Özellikle turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı miras alanlarında, yerel toplulukların "ev sahibi" olarak konumlanışı, kültürel anlatıların nasıl üretildiği, sunulduğu ve tüketildiği sorularını gündeme getirmektedir (Çakmur & Çakmur, 2025). Bu bağlamda, kültürel miras alanı anlatıları yalnızca bilgi aktarımına dayalı bir pratik olmaktan öte, hangi anlatıların nasıl görünür kılındığı; hangilerinin marjinalleştirildiği ve hangilerinin göz ardı edildiği ile yakından ilişkili bir temsil alanı olarak değerlendirilmektedir (Kaya & Ünlüönen, 2021).

Bu çalışma, Konya'nın Sille yerleşimi örneğinde, kültürel miras alanlarında ev sahipliği kimliğinin nasıl deneyimlendiğini ve turizm süreçlerinde yerel seslerin nasıl görünür veya görünmez hâle geldiğini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, özellikle kültürel temsil süreçlerinde ortaya çıkabilen aksaklıklara ve bu aksaklıkların şekillendirdiği destinasyon algısına odaklanarak, miras alanı anlatılarının yerel topluluk perspektifinden değerlendirilmesini hedeflemektedir. Çalışma Sille'nin destinasyon kimliği, özellikleri, önemi ve turistik açıdan planlanması ve yönetilmesi konularında Sille'de yaşayan halkın bakış açısına dayalı önemli teorik ve pratik çıktılar sunmaktadır.

## 2. LİTERATÜR

Kültürel miras alanlarında anlatı ve rehberlik pratikleri, yalnızca tarihsel bilginin aktarımı değil, aynı zamanda belirli ideolojik çerçeveler içinde geçmişin yeniden kurgulanması sürecini de içermektedir. Uluslararası literatürde miras anlatılarının çoğunlukla uzmanlar, devlet kurumları ve turizm profesyonelleri tarafından şekillendirildiği; bu anlatıların ise seçici, indirgemeci ve çoğu zaman hegemonik bir nitelik taşıdığı vurgulanmaktadır (Ashworth & Graham, 2005; Smith, 2006). Rehberlik faaliyetleri, bu anlatıların ziyaretçilere aktarılmasında merkezi bir rol oynarken, aynı zamanda "yetkili miras söylemi"nin yeniden üretildiği bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, rehberlerin yalnızca bilgi aktaran kişiler değil, aynı zamanda kültürel anlamlandırmaya aracılık eden aktörler olduğu ifade edilmektedir (Poria, Butler, & Airey, 2003).

Türkiye'de ise kültürel miras alanı anlatıları profesyonel turist rehberleri aracılığıyla yürütülmekte ve anlatılar büyük ölçüde resmî tarih verileri ve söylemleri ile turistik beklentiler doğrultusunda şekillenmektedir. Bu durum, yerel anlatıların ve alternatif tarihsel perspektiflerin çoğu zaman arka planda kalmasına neden olmaktadır (Çetin & Bilgihan, 2016). Son yıllarda deneyimsel turizm ve yerel odaklı anlatıların önem kazanmasıyla birlikte, Türkiye'de de rehberlik pratiklerinde çeşitlenme gözlemlense de, bu dönüşümün henüz sınırlı bir düzeyde kaldığı ifade edilebilir.

### 2.1. Kültürel Miras Turizminde Yerel Halk Anlatıları

Kültürel miras turizminde yerel halkın rehberlik ve anlatı üretim süreçlerine katılımı, literatürde hem desteklenen hem de eleştirilen bir konu olarak öne çıkmaktadır. Bir yandan, yerel halkın sahip olduğu özgün bilgi, deneyim ve gündelik yaşam pratiklerinin ziyaretçilere daha otantik ve derinlikli bir deneyim sunduğu savunulmaktadır (Timothy & Boyd, 2006; Salazar, 2012). Bu perspektife göre yerel aktörler, "yaşayan miras"ın taşıyıcıları olarak, resmî anlatıların ötesine geçen alternatif hikâyeler sunma kapasitesine sahiptir. Ayrıca, yerel katılımın artması, sürdürülebilir turizm ve topluluk temelli turizm yaklaşımlarının temel bir unsuru olarak değerlendirilmektedir (Murphy, 1985). Diğer yandan, bazı çalışmalar yerel halkın rehberlik kapasitesinin sınırlı olabileceğini ve profesyonel rehberlik standartlarının korunmasının önemini vurgulamaktadır. Bu görüşe göre, yerel aktörlerin yeterli eğitim ve donanıma sahip olmaması, bilgi aktarımında tutarsızlıklara ve yanlış temsillere yol açabilir (Ap & Wong, 2001). Ayrıca, yerel anlatıların turistik beklentilere uyarlanması sürecinde özgünlüğünü kaybedebileceği ve ticarileşme baskısı altında farklı boyutlara dönüşebileceği de belirtilmektedir (Greenwood, 1989). Bu bağlamda literatürde, yerel halkın rehberlik süreçlerine katılımının tamamen dışlanması yerine, eğitim ve iş birliği modelleriyle desteklenmesi gerektiği yönünde dengeli bir yaklaşım önerilmektedir.

### 2.1.1. Kültürel Miras Alanlarında Yerel Halkın Mirası Temsili

Yerel halkın mirası temsil etmesi, miras çalışmalarında katılımcılık ve kapsayıcılık açısından önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Yerel aktörlerin temsil süreçlerine dâhil edilmesi, kültürel çeşitliliğin korunmasına, alternatif anlatıların görünür kılınmasına ve toplulukların güçlendirilmesine katkı sağlamaktadır (Waterton & Smith, 2010 ). Ayrıca, bu durum yerel kimliğin yeniden üretilmesi ve topluluk aidiyetinin güçlenmesi açısından da olumlu sonuçlar doğurabilmektedir (Hall & McArthur, 1998).

Bununla birlikte, yerel halkın mirası temsil etmesinin bazı riskler ve sınırlılıklar içerdiği de literatürde vurgulanmaktadır. Yerel anlatıların homojen olmadığı, topluluk içinde farklı çıkar gruplarının bulunduğu ve bu durumun temsil süreçlerinde yeni çatışmalara yol açabileceği ifade edilmektedir (Tunbridge & Ashworth, 1996). Ayrıca, turizm odaklı temsil süreçleri, kültürel unsurların metalaşmasına ve yerel değerlerin yüzeyselleşmesine neden olabileceği bildirilmektedir (MacCannell, 1976). Bu nedenle, yerel temsilin desteklenmesi kadar, bu sürecin nasıl yönetileceği ve hangi etik ilkeler çerçevesinde yürütüleceği de önemli bir tartışma alanı olarak öne çıkmaktadır.

## 3. YÖNTEM

*Araştırma Alanı:* Araştırma alanı olan Sille, Konya'nın kuzeybatısında yer alan ve çok katmanlı tarihsel geçmişiyle dikkat çeken önemli bir kültürel miras alanıdır. Antik dönemlerden itibaren yerleşim görmüş olan Sille, özellikle Bizans döneminde önemli bir Hristiyan yerleşimi olarak öne çıkmış; kaya oyma kiliseleri, manastırları ve geleneksel mimarisiyle zengin bir kültürel peyzaj oluşturmuştur (Tapur, 2009). Osmanlı döneminde ise Müslüman ve gayrimüslim toplulukların birlikte yaşadığı nadir yerleşimlerden biri olarak, çok kültürlü yapısını uzun süre korumuştur. Günümüzde Sille, sahip olduğu somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarıyla turizm açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Restore edilen tarihi yapılar, müzeler, sanat atölyeleri ve kültürel etkinlikler, bölgenin turistik çekiciliğini artırmaktadır (Konyalı, 2007).

*Araştırma Yöntemi:* Bu araştırma, Sille'deki kültürel miras alanlarında ev sahipliği kimliğinin ve kültürel temsil süreçlerinin derinlemesine anlaşılmasını amaçlayan nitel bir araştırma tasarımı benimsemektedir. Nitel araştırmalar, gerçekliğin tekil ve nesnel değil; bağlama ve yorumlayıcıya bağlı olarak çoklu biçimlerde anlamlandırıldığını savunan bir yaklaşımdır (Ravitch & Carl, 2019). Nitel araştırmalar sistematik ve analitik süreçlerle nicel bakışa alternatif sunmayı amaçlamıştır (Schwandt, 2014). Bu yönüyle nitel yaklaşım, Sille'de yaşayan bireylerin deneyimlerini, algılarını ve anlamlandırma süreçlerini ortaya koyabilmesi açısından bu çalışmanın amaçlarıyla uyumlu bir metodolojik çerçeve sunmaktadır. Nicel araştırmaların tersine, nitel araştırmalarda araştırmacı fiziksel veya duygusal olarak araştırmaya doğrudan müdahil olduğundan (Braun & Clarke, Başarılı Nitel Araştırma: Yeni Başlayanlar İçin Pratik bir Rehber, 2013; Creswell & Creswell, 2017), çalışmanın veri toplama sürecinde derinlemesine mülakatlar ve katılımcı gözlem tekniklerinden de yararlanılmıştır. Araştırmanın geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmak amacıyla veri çeşitliliği sağlanmış, saha notları ve mülakat verileri birlikte değerlendirilmiş ve araştırmacı yansıtıcılığı (refleksivite) sürece dâhil edilmiştir. Çalışma için, inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik (Ravitch & Carl, 2019) gibi güven duyulabilirlik (Guba, 1981) ölçütleri göz önüne alınarak yarı yapılandırılmış mülakatlar oluşturulmuş (Arslan, 2022) ve böylece katılımcıların kendi deneyimlerini ve bakış açılarını esnek bir şekilde ifade etmelerine olanak tanımıştır.

*Katılımcı Profili:* Araştırmanın katılımcıları, Sille'de ikamet eden yerel sakinler, esnaf ve zanaatkârlardan oluşturulmuştur. Araştırmada dış paydaşların (örneğin turistler, kamu yetkilileri veya turizm profesyonelleri) görüşlerine yer verilmemiş; bunun yerine yerel aktörlerin kendi anlatıları ve algıları analiz edilmiştir. Bu tercih, çalışmanın özgün katkı hedefi doğrultusunda, yerel sesleri merkeze alma amacını yansıtmaktadır. Örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmış ve miras alanı ile doğrudan ilişki içinde olan katılımcılar rast gele seçilmiş (Tutar, 2022) bireylerin deneyimlerine odaklanılmıştır. 03-05 Nisan 2026 tarihlerinde üç gün süreyle Sille'de toplam 14 katılımcı ile röportajlar yapılmış, 3 görüşme çalışmaya dahil edilmemiştir. Sonra sözlü ifadeler yazıya dökülerek analize hazır hale getirilmiştir.

*Veri Analizi:* Toplanan veriler, insanların bir duruma dair düşünce şekillerini anlayabilmek için bireyler tarafından nasıl oluşturulup dile getirildiğini inceleyen (Toker, 2022) *anlatı analizi* - bir olay ya da durum hakkındaki konuşmalar veya yazılı metinler (Salkind, 2010)- yoluyla ve "anlamsal tematik analiz" yöntemiyle (Patton, 2014) çözümlenmiştir. Öte yandan nitel verilerdeki kalıpları veya temaları tanımlama süreci olarak tanımlanan "anlamsal tematik analiz" yöntemi (Braun & Clarke, 2006) ile veriler öncelikle açık kodlama ile sınıflandırılmış, katılımcılar Katılımcı-1 (K1), Katılımcı-2 (K2) ..vb şeklinde kodlandırılmış, ardından benzer kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur (Clarke & Braun, 2013). Özellikle "ev sahipliği kimliği", "kültürel temsil" ve "yerel görevler" temaları analiz sürecinin merkezinde yer almış; bu temalar üzerinden ortaya çıkan alt temalar aracılığıyla yerel aktörlerin deneyimleri detaylı biçimde yorumlanmıştır. Bu metodolojik yaklaşım, Sille'deki miras alanı rehberliği pratiklerinin yerel perspektiften daha derinlikli ve eleştirel bir biçimde anlaşılmasına olanak tanımıştır.

## 4. BULGULAR

Sille'deki miras alanı rehberliği pratiklerinin yerel perspektiften daha derinlikli ve eleştirel bir biçimde anlaşılabilmesi amacıyla özellikle "ev sahipliği kimliği", "kültürel temsil" ve "yerel görevler" temaları üzerinden ortaya çıkabilecek alt temaları ve yerel aktörlerin deneyimlerinin tespiti üzerine aşağıdaki dolaylı sorular aracılığı ile ilgili veriler toplanmıştır. Çalışmanın veri setinde tüm detaylar korunmuş ancak bu çalışmada sadece tematik içeriklere kısmen değinilmiştir.

Katılımcılara aşağıdaki sorular sorularak ilgili yanıtlar alınmıştır:

1. *Sille Köyü kendi başına bir miras alanı ve bu miras alanı sizin için kişisel olarak ne ifade ediyor?*

   … burada büyüdüğümüzden dolayı benim için buranın çok özellikleri var (K3; K8; K9). Kültür var, gelenek görenekleri var (K1). Kendine özgü tabiatı var (K1; K4; K5). …. benim anne tarafım buranın yerlisi, baba tarafı olarak Rumeli Kozana muhaciriyiz (K1), tam 100-103 sene önce mübadele ile buraya gelmeyiz. (K1). … Sosyal yönünden bağ var, kültürel yönünden bağ var (K2; K7), gelenek olarak var tabii (K2; K5; K7), hısım akraba daha geçmişten. 60 sene önceki Sillenin konumu ile şimdiki sillenin konumu çok farklı (K1; K2; K4; K5; K7; K8; K9).

2. *Sille Mirası Zaman içinde nasıl bir değişime uğradı? Gözlemlerinizi bizimle paylaşır mısınız?*

   Burası bizim çocukluk dönemimizden beri …maalesef mahv-u perişan. Göç. Göç... Sebep bu. Bizim çocukluğumuz altmış sene önce burada iki tane otobüs vardı (K1; K3; K8),. … Sabah otobüs yedi buçuk, sekizde gider, akşam Şerafettin Camisi'nden çıktı mı ondan sonra otobüs yok (K1),. … Bizim kuşakta, eskiden Silleli taş ocağı işletmeciliği, desti ocağı işletmeciliği, inşaatçılık, dokumacılık, el sanatları ağırlık olarak, meslek olarak bunlar vardı (K1; K6; K8; K9). Bizim kuşak, ellili kuşaklarda ilkokul bittikten sonra meslek çeşitliliği başlardı. Ama zamanla kimi çocuğunu Tuğla ocağına, desti ocağına, dokumaya ve zanaatkarlığa göndermek yerine (Konya merkezde) sanayiye veya okula göndermeye başladı, bu zanaatlara vermek istemedi. Değişik bir mesleklere gitsin diyerek…. Otobüs de akşamüstü oradan akşam namazından sonra çıkıyor bir daha yok ya. E ben … akşam ezanıyla beraber sanayiden çıkıp da hemen Sille yoluna gelen otobüse binme şansı yok ki, öğrenci de aynı….. Dolayısıyla Şöyle söyleyeceğim yani. Silleler açısından göç verdik. 1964 lerde Sille'de Tepe Köylü ya da Tat Köylü (civar köylerden gelenler) yok denecek kadar azdı. Ondan sonra burası boşaldıkça onlar gelmeye başladı buraya (K4). Dolayısıyla demografik olarak da, nüfus olarak da değişmeye başladı (K1; K2; K4; K5; K7; K8; K9; K11). Gelenek kültür olarak da Sille çok değişti (K1; K2; K4; K5; K7; K8; K9; K10; K11). Biz burada yüzde on kalmadık abi. Yüzde on bile yokuz yani (K4).

3. *Sille'de kültürel çekicilikler ve buraya özgün değerler hakkında düşünceleriniz nelerdir?*

   En başta Aya Elina Kilisesi var (K2; K3; K4; K5; K7; K8; K9; K10). Kilise ile hiçbir sorunumuz olmadı bizim. Biz çocukluğumuzda bahçesinde oynardık. İçine de gelir zincirlerinden, minderinden, mihrabına sallanırdık yani oynardık (K4). Hiçbir zararı oraya vermedik (K1; K2; K4; K5; K7; K8; K9; K11). … sonra burası Turizm ve Kültür (bakanlığına)'e geçti. Restorasyon yaptılar. Ondan sonra yukarıdaki ikonlar çalındı. … yani buranın yerel halkının oraya herhangi bir tahrip ettiği bir şey yok (K1; K3; K2; K4; K5; K7; K8; K9). …. ama burası kültürel kimliğini koruyamadı tam olarak (K7; K10). Bizim dönemimizde yerel halkımız bu mirası koruyordu kardeşim (K1; K2; K4; K5; K7; K8; K9). Sillenin kendine has gelenek görenekleri vardı. Bizim buranın bir geleneği vardı. Bizim buradaki mesela düğün yapılışında … erkeklerle kadınlar ... bizim gelenek göreneklerimizde… ölü evimiz, düğün evimiz hep farklı farklıydı yani K4; K7; K11). …. cenaze evine baş sağlığına gelen insanlara hiçbir şey ikram edilmezdi. Oraya getirirlerdi. Onun konusu üç gün, dört gün kadınlar mahallede toplanır cenaze evine

yemek açarlar. Sen şunu yap, sen şunu yap işte ailelerin ekonomi bütçesine göre o şekilde destekler yapılıyordu (K4). (Ayrıca), buranın özgün yapısında gayrimüslimler de var (K1; K2; K4; K5; K7; K9). Yani Rumlar. O dediğim 1800'lü yıllarda Osmanlı dönemindeki buradaki Rumlar vergi muafiyeti getirilmiş. Burada 18 bin nüfus olduğu dönem olmuş yani. İşveren konumunda olanlar genelde sarraflar. Mesela ticarette mal satanlar da böyle deve kervanları falan buraya gelir, gider, markete götürürlermiş. Boyahaneler onlarda, halı dokuma işleri onlarda yani (K;3; K4). Farklı farklı kültürler yaşadılar burada (K1; K3; K4; K5; K7; K8; K10; K11).. Keşke onlar yaşatılabilseydi. Halkın buradan gitmemesi icab ediyordu. Halkı da burada tutabilecek işbirliği, (olmalıydı), dediğim gibi en büyük hata buranın yani idarecilerinin.… Benim annem kız kardeşlerim, o işin (halı dokuma) ustalarıydı mesela, dokurken önlerine ayna koyarlardı, o aynayı ezbere bilirler, tak tak dokurlardı (K4). Günümüzde eski ile bağımız hiç yok kalmadı; Kiliseyle de pek bir bağımız kalmadı, yerel halk da kalmadı zaten (K2; K3; K5; K6;K(;K11).

4. *Sizce turistlerin bu yerin gerçek kültürünü deneyimliyor mu? Sizler turistlerle yüzleşiyor musunuz?*

Hayır turistle buranın kültürünü denemiyorlar (K1; K3; K4; K6; K7; K9; K10; K11)… kısmen deneyimliyorlar ama yok denebilir yani (K2; K5; K8). Buranın kültürünü yaşatacak yerel halk kalmadı burada (K3; K4; K6; K7; K8) . Buraya gidenlerden geriye gelen ve dönen de yok (K1; K2; K3; K4; K6). El sanatları, halı dokuma vs yok oldu. Evlenme gelin alma kültürü, yani Sillenin yerel kültürü kalmadı. Hayır yüzleşmiyoruz. Niye yüzleşelim ticaret yapmıyoruz ki. Bizler turistleri uzaktan görüyoruz bazen. Turistler aşağıdaki çay bahçelerini görüyor kahvaltı salonlarını .. şu an şu kafelerin yapılmasından dolayı böyle vatandaş geliyor, bizler uzaktan görüyoruz yani (K1; K3; K5; K6; K7; K10).

5. *Siz gelen turistlere yerel kültürü tanıtma ve temsil etme açılarından neler yapabilirsiniz?*

Biz kendinizi ziyaretçilerin deneyiminin bir parçası olarak hiç göremedik. Ama hem burada yaşayacak, hem de yaşadığını da anlatabilecek böyle bir halk olması lazım (K3; K7; K8). Biz buraya gelen turistlerin hepsine mümkün olduğu kadar yani elimizden geldiği (kadar), bildiğimiz şeylerin hepsini aktarmaya çalışırız, anlatırız ... bu çok da iyi olur (K9; K11). Biz ağırlarız da gelenleri (K7). 50 sene önce 60 sene önce kiliselerde ve miras alanlarında saflık, temizlik, sıhhat, ne biyeyim sağlık hava, ondan sonra doğa, özgürlük, sessiz, huzur, güvenlik, eşsiz oluşu hepsi burada mevcuttu kardeşim (K10). Buraya gelen insanlar, bizim o otantik yaşam tarzınızı bilseler ve farkına bi varsalar, öğrenseler, burayı daha iyi anlamayacaklar (K2; K3; K6; K7; K11). Hatta yemeklerimizi filan tatmadan bile bunu söyleyenler var, “Çok şanslısınız böyle bir yerde oturuyorsunuz” diyorlar (K4) .

6. *Sizce yerel halk gelen turistlere buranın kültürünü anlatmak için neler yapabilir?*

Dediğim gibi, bizlerin bir araya gelmesi, onu yaşatırken de o gelen insanların onu görmesi lazım ki ne yaptığımızı bilebilsin yani. Mesela bir bizim düğünümüze gelmesi lazım, düğün geleneklerimizi görebilmesi için. Bir ölü evimize gelmesi lazım ki. Bir bu Hıdrıllez dediğimiz bizim burada Hıdrıllez, beş ayrı ayrı yere gidilir yani. Beş gün sürer burada. Mesela karşı tarafta Delikli kaya deriz oranın ismi. Bir taraf Ayenli, bir taraf Aylaz, bir taraf Gölünü, bir taraf Maraş. Genç kızlar, gelin Nişanlı olan kızlar ayrı elbise giyer Aya Eleni tarafında, öyle çıkarlar orda oynar. Erkekler gitmez oraya, hep kadınlar gider bak. Kadınlar, kızlar oynamaya gider. İşte yumurtadır, şudur budur, her neyse yani. Azık deriz biz yani. Bunları götürürler , orada yerler, içeriler, eğlenirler. Saat 9-10'a doğru, 11'e doğru giderler. İkindi üstü akşama doğru da herkes gelir. Geldikten sonra da kendi mahallesinde oynar. Yani sen bu kültürleri yaşatacaksın turist de görecek, deneyimlemesi ancak o zaman mümkün olur (K8).

## 5. DEĞERLENDİRME

Katılımcı verilerinin içerik analizinden aşağıdaki değerlendirmeler yapılmştır.

### *5.1. Ev Sahipliği Kimliğinin Zayıflaması: “Burada Yaşamak” ile “Ev Sahibi Olmak” Arasındaki Kopuş*

Katılımcıların anlatıları, Sille’de ev sahipliği kimliğinin yalnızca fiziksel olarak alanda yaşamaya değil, kültürel sürekliliğe, gündelik ilişkilere ve geçmişten devralınan yaşam biçimlerinin sürdürülebilmesine bağlı olduğunu göstermektedir (Tablo 1). Katılımcılar, Sille ile ilişkisini “sosyal”, “kültürel” ve “gelenek” boyutları üzerinden tanımlamakta; kendilerini doğrudan bu kültürel geçmişin taşıyıcısı olarak konumlandırmaktadır. Ancak bu aidiyetin günümüzde giderek

zayıfladığını ve Sille'nin demografik yapısındaki değişimin kültürel sürekliliği de etkilediğini ifade etmektedir. Bu durum, ev sahipliğinin mekânsal bir aidiyetten ziyade, yaşanan ve aktarılan bir kültürel kimlik olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 1. Sille'de Ev Sahipliği Kimliğinin Temel Boyutları

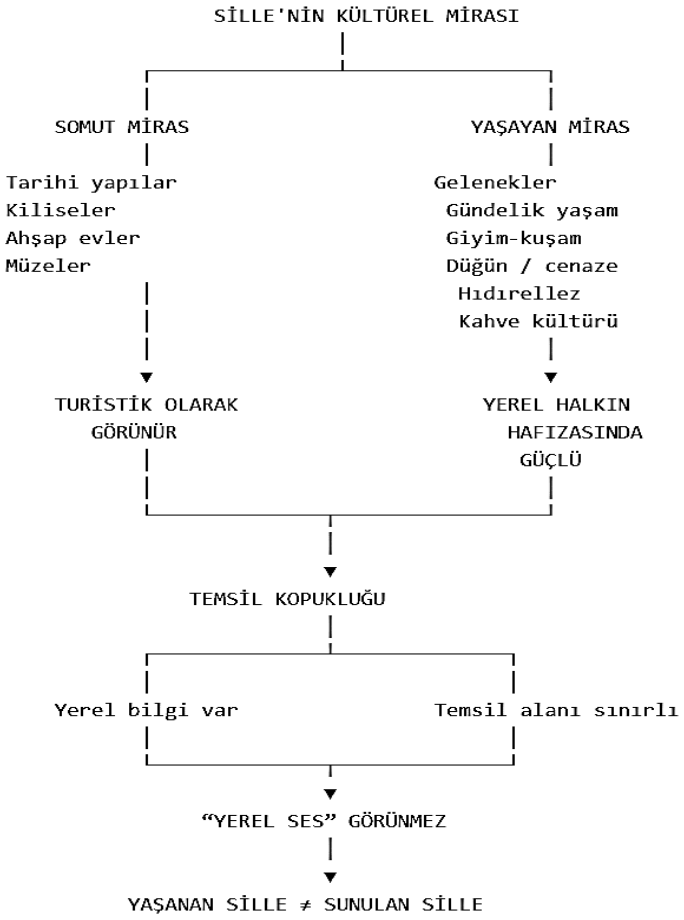
| **Ana Tema** | **Alt Tema** | **Bulgusal Karşılık** | **Yorum** |
|---|---|---|---|
| Ev sahipliği kimliği | Mekânsal aidiyet | Sille'de doğup büyüme ve aile geçmişi | Ev sahipliği tarihsel aidiyete dayanmaktadır. |
| Ev sahipliği kimliği | Kültürel aidiyet | Gelenek, görenek ve yaşam biçimi | Yerel kimlik gündelik kültür üzerinden tanımlanmaktadır. |
| Ev sahipliği kimliği | Tarihsel hafıza | Eski Sille'ye ilişkin kişisel deneyimler | Yerel halk mirasın yaşayan tanığıdır. |
| Kültürel temsil | Yerel bilgi | Sille'nin geçmişini anlatabilme | Bilgi güçlü, temsil alanı sınırlıdır. |
| Yerel ses | Görünürlük | Turizm süreçlerinde aktif rolün azlığı | Yerel ses yeterince duyulmamaktadır. |
| Kültürel sınırlar | Yerel–turistik Sille | Kafeler ve ziyaretçi odaklı kullanım | Yaşanan Sille ile sunulan Sille ayrışmaktadır. |
| Yaşayan miras | Somut olmayan miras | Düğün, cenaze, Hıdırellez, kahve kültürü | Kültürel değer fiziksel mirasın ötesindedir. |

Katılımcıların anlatısında göç, yalnızca nüfusun azalması olarak değil, kültürel taşıyıcıların mekândan uzaklaşması olarak anlamlandırılmaktadır. Sillelilerin eğitim ve farklı mesleklere yönelmesi, ulaşım imkânlarının yetersizliği ve ekonomik dönüşüm sonucunda ortaya çıkan göçün, yerel kültürün gündelik yaşam içerisindeki yeniden üretimini zayıflattığı belirtilmektedir. Katılımcıların "biz burada yüzde on kalmadık, yüzde on bile yokuz" ifadesi, yerel nüfusun azalmasını yalnızca demografik bir değişim olarak değil, kültürel temsil kapasitesindeki bir kayıp olarak gördüğünü göstermektedir. Bu bağlamda katılımcının ev sahipliği kimliği paradoksal bir nitelik kazanmaktadır. Katılımcılar, Sille'nin geçmişine ilişkin güçlü bir kültürel bilgi ve deneyim birikimine sahip olmakla birlikte, bu birikimin turizm faaliyetleri içerisinde kullanılmadığını belirtmektedir. "Hiç öyle yaşamadık" ifadesiyle kendisini ziyaretçi deneyiminin doğal bir parçası olarak görmediğini açıkça ortaya koymaktadır. Dolayısıyla burada *kültürel sahiplik ile turizmdeki işlevsel sahiplik arasında bir ayrışma* ortaya çıkmaktadır. Katılımcı kendisini Sille'nin kültürel anlamda ev sahibi olarak görmekte, ancak mevcut turizm düzeni içerisinde bu kimliği temsil edecek bir konuma sahip olmadığını ifade etmektedir.

### *5.2. Yerel Sesin Görünmezleşmesi: Kültürel Temsilin Dışarıdan Kurulması*

Katılımcıların anlatısında dikkat çeken ikinci temel bulgu, Sille'nin günümüzdeki turistik temsilinin yerel halkın deneyimlerinden giderek uzaklaşmasıdır. Katılımcılar, geçmişte Sille'nin kültürel yaşamının yerel halk tarafından doğal biçimde korunduğunu; ancak bugün bu kültürel yaşamın önemli ölçüde ortadan kalktığını düşünmektedir. Özellikle halıcılık, taş ocağı işletmeciliği, geleneksel düğünler, cenaze dayanışması, mahalle ilişkileri ve gündelik kahve kültürü gibi unsurların geçmişte Sille kimliğinin yaşayan parçaları olduğu vurgulanmaktadır.

**Şekil 1.** Sille'de Ev Sahipliği Kimliğinden Görünmez Yerel Sese




Bu anlatılar, kültürel temsilin yalnızca tarihî yapıların ziyaretçilere gösterilmesiyle sınırlı olmadığını ortaya koymaktadır. Katılımcıya göre Sille'nin kültürel kimliğini oluşturan esas unsurlar, insanların gündelik yaşamlarında gerçekleştirdikleri pratiklerdir. Kadın ve erkeklerin ayrı biçimde gerçekleştirdiği düğünler, cenaze evinde mahalle kadınlarının dayanışması, Hıdırellez uygulamaları ve kahve kültürü gibi pratikler, katılımcının gözünde Sille'nin yaşayan kültürel mirasını oluşturmaktadır. Bu nedenle, yerel halkın ortadan kalkması aynı zamanda mirasın anlatıcısının ve gündelik taşıyıcısının ortadan kalkması anlamına gelmektedir. Katılımcıların Aya Eleni Kilisesi'ne ilişkin değerlendirmesi de bu açıdan önemlidir. Çocukluk döneminde kilisenin bahçesinde oynadıklarını ve yapıyla herhangi bir sorun yaşamadıklarını ifade etmekte; buna karşılık daha sonraki restorasyon ve turizm süreçlerinin ardından yerel halk ile yapı arasındaki ilişkinin zayıfladığını belirtmektedir. Burada yerel halk kendisini mirasın tahrip edicisi olarak değil, geçmişte miras alanıyla gündelik yaşam içerisinde ilişki kuran ve onu doğal biçimde koruyan topluluk olarak tanımlamaktadır (Şekil 1). Dolayısıyla katılımcının anlatısında önemli bir *temsil gerilimi* ortaya çıkmaktadır: Sille'nin kültürel miras olarak sunulan unsurları görünür durumdayken, bu mirasın yaşayan taşıyıcıları görünmezleşmektedir. Başka bir ifadeyle, *miras nesnesi korunurken mirasın toplumsal taşıyıcısı zayıflamaktadır*.

### *5.3. Kültürel Sınırların Oluşumu: "Bizim Sillemiz" ve "Turistik Sille"*

Katılımcılar, Sille'de turizmle birlikte belirginleşen bir kültürel sınırın varlığına işaret etmektedir. Bu sınır, yalnızca yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki farklılıktan oluşmamakta; aynı zamanda geçmişteki Sille ile günümüzdeki turistik Sille arasında da ortaya çıkmaktadır. Katılımcılar, özellikle restoranların, kafelerin ve dışarıdan gelen işletmelerin artmasını Sille'nin geçmişteki yaşam biçiminden kopuşun temel göstergelerinden biri olarak değerlendirmektedir. Ona göre "geçmişle şu anki Sille'nin uzaktan yakından ilgisi" kalmamıştır. Bu değerlendirme, turistik

kullanım ile yerel kültür arasında katılımcının algısında bir karşıtlık oluştuğunu göstermektedir. Sille'nin günümüzde ziyaretçiler tarafından daha çok kafelerde oturulan, yemek ve içecek tüketilen bir rekreasyon alanı şeklinde kullanıldığı; buna karşılık tarihsel ve kültürel içeriğin yeterince deneyimlenmediği düşünülmektedir. Katılımcı, ziyaretçilerin önemli bir bölümünü "kalabalığa gelen" ve Sille'yi gündelik bir gezinti alanı olarak kullanan kişiler şeklinde tanımlamaktadır.

Bu noktada kültürel sınır, "Sille'yi bilen ve yaşayanlar" ile "Sille'yi tüketen ziyaretçiler" arasında oluşmaktadır. Katılımcının değerlendirmesine göre ziyaretçinin Sille'ye gelmesi tek başına kültürel deneyim anlamına gelmemektedir. Deneyimin derinleşmesi, ziyaretçinin Sille'nin tarihini, kültürünü ve yerel yaşamını anlayabilmesine bağlıdır. Bu nedenle turizm hareketliliğinin artması ile kültürel temsilin güçlenmesi ve yerel halkın sürece dahli aynı şey olarak görülmemektedir.

### *5.4. Yerel Bilginin Atıl Kalması: "Anlatacak İnsan Var, Fakat Anlatı Alanı Yok"*

Çalışmanın amacı açısından en dikkat çekici boyutlarından biri, yerel halkın kültürel temsil kapasitesinin mevcut olmasına rağmen bu kapasitenin turizm sistemine dâhil edilmemesidir. Katılımcıların çoğunluğu, kendilerinin Sille'nin geçmişine ilişkin bildiklerini aktarmaya hazır olduğunu açıkça belirtmektedir. Özellikle tez çalışmaları için Sille'ye gelen öğrencilere bile bildiği bilgileri defalarca paylaştıklarını ifade etmeleri, yerel bilginin tamamen kaybolmadığını; ancak sistematik bir turizm anlatısına dönüştürülmediğini göstermektedir (Tablo 2).

Tablo 2. Yerel Bilgi ile Turizmde Temsil Arasındaki Kopukluk

| **Boyut** | **Yerel Halktaki Durum** | **Turizmde Görünürlük** | **Sonuç** |
|---|---|---|---|
| Kültürel bilgi | Güçlü | Sınırlı | Bilgi mevcut ancak sistematik kullanılmamaktadır. |
| Tarihsel hafıza | Güçlü | Sınırlı | Yerel anlatılar turistik anlatıya yeterince girmemektedir. |
| Kültürel deneyim | Güçlü | Düşük | Yaşanan kültür ziyaretçiye aktarılamamaktadır. |
| Turizm faaliyetlerine katılım | Sınırlı | Düşük | Yerel halk ziyaretçi deneyiminin dışında kalmaktadır. |
| Ekonomik etkileşim | Sınırlı | Düşük | Yerel halk ile ziyaretçi arasında doğrudan bağ zayıftır. |
| Anlatıcılık potansiyeli | Güçlü | Düşük | Potansiyel kültürel aracı rolü kullanılmamaktadır. |
| Temsil gücü | Sınırlı | Düşük | Ev sahipliği kimliği pratikte zayıflamaktadır. |

Katılımcıların "senin söylediklerini hem yaşayacak, yaşadığını da anlatabilecek böyle bir yerel halk olması lazım" şeklindeki değerlendirmesi, yerel temsil açısından önemli bir noktaya işaret etmektedir. Burada ev sahibi, yalnızca ziyaretçiyi karşılayan kişi değil; yaşadığı kültürü deneyimlemiş ve bu deneyimi anlatabilecek bir *kültürel aracı* olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak mevcut turizm düzeninde bu rolün kurumsallaşmadığı görülmektedir. Bu nedenle katılımcıların anlatısından hareketle Sille'de temel sorunun yerel halkın bilgi ve deneyimden yoksun olması değil, bu bilgi ve deneyimin *turizm anlatısının meşru bir parçası hâline getirilememesi* olduğu söylenebilir. Yerel ses vardır; fakat bu sesin duyulabileceği düzenli bir temsil mekanizması bulunmamaktadır.

### *5.5. Yerel Halkın Turist Deneyimindeki Görünmez Rolü*

Katılımcılar, ziyaretçilerle doğrudan etkileşim içerisinde olmadıklarını ve yerel halkın günlük ekonomik faaliyetler yoluyla ziyaretçi deneyimine katkı sunamadığını belirtmektedir. "Yoğurdunu satayım, köy yumurtasını satayım" gibi basit gündelik ekonomik etkileşimlerin dahi bulunmadığını ifade etmesi, yerel halk ile turizm ekonomisi arasındaki bağın zayıflığını göstermektedir. Bununla birlikte katılımcıların çoğunluğu, yerel halkın ziyaretçi deneyimi açısından sahip olduğu potansiyeli reddetmemektedir. Aksine, Sille'de yerel halkın bulunmasının ziyaretçilerin ulaşamayacağı kültürel bilgileri mümkün kıldığını vurgulamaktadır. Düğünler, cenaze gelenekleri, hamam kültürü, gündelik yaşam, Rum kökenli topluluklara ilişkin hafıza, farklı kültürler arasındaki ilişkiler, hoşgörü, barış ve birlikte yaşama deneyimleri, yalnızca yerel insanların aktarabileceği bilgiler olarak değerlendirilmektedir (Tablo 3) .

Tablo 3. Yerel Halkın Kültürel Aracı Olarak Potansiyel Rolü

| **Yerel Kaynak** | **İçerik** | **Rehberlik Sürecine Katkısı** | **Ziyaretçiye Sağlayacağı Değer** |
|---|---|---|---|
| Yerel hafıza | Geçmiş Sille'ye ilişkin kişisel deneyimler | Resmî anlatıyı tamamlar | Tarihsel derinlik |
| Gelenekler | Düğün, cenaze ve Hıdırellez | Yaşayan mirası görünür kılar | Kültürel özgünlük |
| Gündelik yaşam | Kahve kültürü ve mahalle ilişkileri | Yaşayan kültürü aktarır | Deneyimsel zenginlik |
| Geleneksel meslekler | Halıcılık, dokumacılık ve taşçılık | Kaybolan üretim biçimlerini anlatır | Kültürel farklılık |
| Çok kültürlü geçmiş | Rumlar ve birlikte yaşama hafızası | Çok katmanlı tarihi açıklar | Tarihsel çeşitlilik |
| Yerel deneyim | Sille'de yaşamış olmanın bilgisi | Profesyonel rehber anlatısını tamamlar | Otantik yerel deneyim |

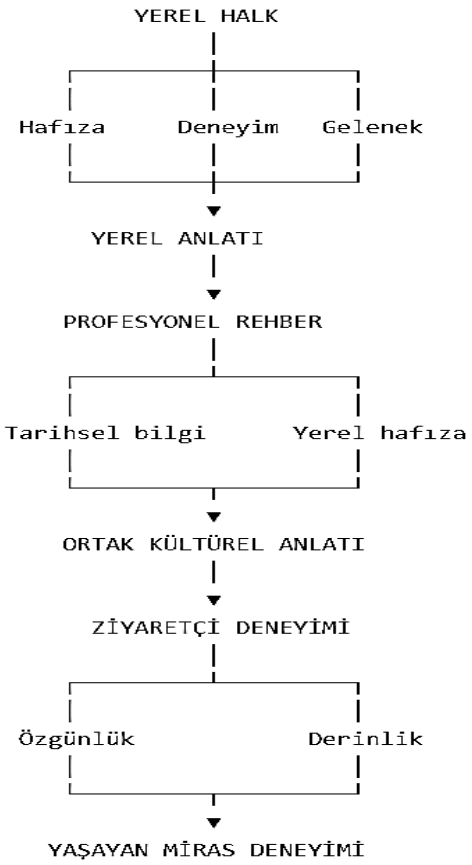
Bu bulgu, yerel halkın ziyaretçi deneyimine katkısının yalnızca ekonomik bir katkı olarak ele alınamayacağını göstermektedir. Yerel halk aynı zamanda *bilgi, hafıza, anlam ve deneyim üreticisi* konumundadır. Dolayısıyla yerel topluluğun turizm sürecinden çekilmesi, yalnızca ekonomik katılımın azalmasına değil, ziyaretçinin deneyimleyebileceği kültürel anlam katmanlarının da azalmasına yol açmaktadır.

### *5.6. Özgünlüğün Taşıyıcısı Olarak Yerel Halk*

Katılımcılar anlatılarında özgünlük, fiziksel yapılardan daha geniş bir anlam taşımaktadır. Sille'nin geçmişte sahip olduğu ahşap evleri, giyim biçimleri, konuşma tarzı, gelenekleri, mahalle ilişkileri ve gündelik yaşam biçimini yüksek değer taşıyan özellikler olarak tanımlamaktadır. Özellikle "60 sene önce saymış olduklarının hepsi burada mevcuttu" ifadesi, özgünlüğün geçmişteki bütünsel yaşam biçimiyle ilişkilendirildiğini göstermektedir. Katılımcılar açısından Sille'deki özgünlük, yalnızca Aya Eleni Kilisesi veya tarihî yapılarla sınırlı değildir. Ahşap ev, geleneksel giyim, yerel hitabet biçimi, sosyal ilişkiler, kahve kültürü ve gündelik yaşamın ritmi aynı özgünlük bütününün parçalarıdır. Bu nedenle Sille'nin özgünlüğünün kaybolması, yapıların ortadan kalkmasından çok, bu yapıların içinde yaşayan kültürel ilişkilerin çözülmesiyle bağlantılı görülmektedir.

Bu durum, yerel halkın mirasın pasif izleyicisi değil, özgünlüğün *yaşayan taşıyıcısı* olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak katılımcılara göre bu taşıyıcılık giderek kesintiye uğramaktadır. "Bu bitti" şeklindeki tekrar eden değerlendirmeler, katılımcının kültürel kaybı yalnızca geçmişe ait bir değişim olarak değil, bugün devam eden bir süreç olarak algıladığını göstermektedir (Şekil 2).

Şekil 2. Yerel Halkın Potansiyel "Kültürel Aracı" Rolü




Katılımcının yaklaşımında Sille artık kolayca bulunamayan bir yaşam deneyimidir. Bu nedenle geçmişteki Sille yaşamı, ziyaretçi açısından "özel" ve "benzersiz" bir deneyim potansiyeli taşımaktadır. Ancak bu potansiyelin günümüzde ziyaretçiye yeterince aktarılamadığı düşünülmektedir. Nitekim katılımcı, günümüz ziyaretçilerinin Sille'de nadir veya değerli bir deneyim yaşadığını düşünmemekte; geçmişte gelen yabancı ziyaretçilerin ise Sille'ye daha fazla hayranlık gösterdiğini belirtmektedir. Buradan hareketle katılımcıların Sille'nin çekiciliğini *maddi kültürün tüketimden kültürel anlam ve özgünlüğe doğru bir kayma* esasında gördükleri anlaşılmaktadır. Sille'nin gerçek değeri, kafelerde tüketilen ürünlerde değil; başka yerde bulunması zor olan yerel yaşam biçiminde, kültürel hafızada ve insan ilişkilerinde bulunmaktadır.

### *5.7. Yerel Etkileşim ve "Yaşayan Miras"ın Ziyaretçi Deneyimine Katkısı*

Katılımcı anlatılarında, yerel kültürün deneyimlenebilmesi için ziyaretçinin yalnızca tarihî yapıları görmesinin yeterli olmadığı vurgulanmaktadır. Katılımcı, yerel halkın düğünlerine, cenaze geleneklerine ve Hıdırellez gibi kültürel uygulamalara tanıklık edilmesini, Sille'nin gerçek yaşamının deneyimlenebilmesi açısından gerekli görmektedir. Özellikle Hıdırellez anlatısı, somut olmayan mirasın turistik deneyime nasıl dâhil edilebileceğine ilişkin güçlü bir örnek sunmaktadır. Katılımcının "sen onu yaşatacaksın, o da görecek; deneyimlemesi gerekiyor" yaklaşımı, kültürel temsilin yalnızca sözlü anlatımdan ibaret olmadığını ortaya koymaktadır. Burada temsil, *yaşama, gösterme* ve *deneyimletme* üçlüsü üzerinden kurulmaktadır. Bu yaklaşım, turist rehberliği açısından önemlidir; çünkü rehberin anlatacağı tarihsel bilgi ile yerel halkın gündelik yaşamda gerçekleştirdiği kültürel pratikler birbirini tamamlayan unsurlar hâline gelmektedir. Aynı şekilde kahve kültürü de yerel etkileşimin gündelik ve doğal bir biçimini göstermektedir. Katılımcıların cami, kahve ve mahalle ilişkileri üzerinden aktardıkları yaşam biçimi, Sille'de kültürün yalnızca belirli etkinliklerde değil, gündelik karşılaşmalarda da üretildiğini göstermektedir.

### *5.9. Yerel Sesin Yeniden Görünür Kılınması: Birlikte Yaşama ve Anlatma İhtiyacı*

Katılımcıların önerileri, mevcut durumun yalnızca eleştirisinden ibaret değildir. Aynı zamanda yerel sesin yeniden görünür kılınabilmesi için belirgin bir çözüm çerçevesi sunmaktadır. Katılımcılar, Sillelilerin yeniden bir araya getirilmesini ve özellikle Sillelilere ait konut alanlarının oluşturulmasını kültürel sürekliliğin yeniden sağlanmasının temel koşulu olarak görmektedir. Ona göre yerel topluluk yeniden mekânda yoğunlaşmadan geçmiş kültürün sürdürülebilmesi mümkün değildir. Bu öneri, kültürel mirasın korunmasını yalnızca yapıların restorasyonu üzerinden değerlendiren yaklaşımdan farklılaşmaktadır. Katılımcıların bakışında kültürel mirasın korunması için öncelikle *kültürün taşıyıcısı olan insanların korunması* gerekmektedir. İnsanların mekândan uzaklaşmasıyla birlikte geleneklerin, akrabalık ilişkilerinin, kız alıp verme biçimlerinin, mahalle dayanışmasının ve yerel kimliğin de zayıfladığı düşünülmektedir. Dolayısıyla fiziksel koruma ile sosyal-kültürel koruma arasında doğrudan bir ilişki kurulmaktadır.

Katılımcıların turist rehberleri ve araştırmacılarla kurulabilecek etkileşime yönelik olumlu yaklaşımları da yerel sesin yeniden görünür kılınabileceğini göstermektedir. Özellikle rehberlerin yerel halkla konuşması, onların deneyimlerini ziyaretçilere aktarması ve yerel halkı anlatının bir parçası hâline getirmesi önerisi, rehberlik faaliyetinin yalnızca profesyonel bilgi aktarımı değil, aynı zamanda yerel hafızaya erişim sağlayan bir aracılık pratiği olarak görülebileceğini göstermektedir.

### *5.10. Bulguların Bütüncül Değerlendirmesi: "Miras Var, Ev Sahibi Az; Ses Var, Temsil Alanı Yok"*

Katılımcı anlatıların bütüncül analizi, Sille'de ev sahipliği kimliğinin ortadan kalkmadığını; ancak *turizm sistemi içerisinde görünür ve işlevsel bir ev sahipliği rolüne dönüşemediğini* göstermektedir. Katılımcılar kendilerini Sille'nin tarihinin, geleneklerinin ve gündelik yaşamının taşıyıcısı olarak görmekte; buna karşın ziyaretçilerle düzenli etkileşim kuramadıklarını, turizm faaliyetlerinde yer almadıklarını ve yerel halkın ekonomik veya kültürel anlamda yeterince temsil edilmediğini ifade etmektedir. Bu nedenle bulgular üç düzeyli bir kopuşa işaret etmektedir. İlk olarak *mekânsal kopuş* söz konusudur: Sillelilerin önemli bir bölümü yerleşimden ayrılmıştır. İkinci olarak *kültürel kopuş* yaşanmaktadır: geçmişte gündelik yaşam içerisinde sürdürülen gelenekler, meslekler ve sosyal ilişkiler büyük ölçüde zayıflamıştır. Üçüncü olarak ise *temsili kopuş* ortaya çıkmıştır: Sille hakkında anlatılabilecek güçlü bir yerel hafıza bulunmasına rağmen bu hafıza turizm deneyiminin düzenli bir parçası hâline gelememektedir.

Öte yandan, katılımcıların anlatıları yerel sesin tamamen ortadan kalkmadığını göstermektedir. Aksine, bu ses güçlü bir hafızaya, tarihsel deneyime ve kültürel bilgiye sahiptir. Sorun, bu bilginin *kim tarafından, hangi kanalla ve hangi temsil mekanizması içerisinde ziyaretçiye aktarılacağıdır*. Bu açıdan Sille örneğinde kültürel sınır, yalnızca yerel halk ile turistler arasında değil; aynı zamanda *yaşayan miras ile turistik olarak sunulan miras*, *yerel anlatı ile dışarıdan oluşturulan anlatı* ve *kültürel sahiplik ile turizmdeki temsil yetkisi* arasında oluşmaktadır.

Sonuç olarak, bulgular çalışmanın temel amacı açısından önemli bir paradoks ortaya koymaktadır: *Sille'de kültürel mirasın gerçek ev sahipleri hâlâ kültürel hafızaya ve anlatma kapasitesine sahiptir; ancak bu ev sahiplerinin turizm alanındaki görünürlüğü ve temsil yetkisi oldukça sınırlıdır.* Bu durum, yerel halkın turizm süreçlerine yalnızca ekonomik paydaş olarak değil, kültürel anlatının ortak üreticisi ve yaşayan rehberi olarak dâhil edilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Katılımcının "biz sizi bulduk" biçimindeki yaklaşımı da bu paradoksu özetlemektedir: Yerel bilgi mevcut olmakla birlikte, ziyaretçinin bu bilgiye ulaşabilmesi çoğu zaman tesadüfi bireysel karşılaşmalara bağlıdır. Bu nedenle Sille'de kapsayıcı bir miras rehberliği yaklaşımı, yalnızca profesyonel rehberlerin tarihsel bilgi aktarımını değil, yerel halkın hafıza, gündelik yaşam ve kültürel deneyimlerini de anlatının meşru bileşenleri olarak kabul etmelidir.

Böyle bir yaklaşımda yerel halk, rehberin alternatifi değil; rehberlik sürecinin tamamlayıcı kültürel ortağı olarak konumlandırılabilir. Sille'nin ziyaretçiye sunulabilecek en güçlü değerlerinden birinin yalnızca restore edilmiş yapılar değil, bu yapıların çevresinde oluşmuş ve hâlen bazı yerel aktörlerin hafızasında yaşayan kültürel deneyim olduğunu göstermektedir.

## 6. SONUÇ

Kültürel miras, geleneksel olarak hem geçmiş uygarlıkların maddi kalıntıları hem de yerel yaşam biçimleri, gastronomi ve etnografik uygulamalar gibi somut olmayan boyutları da kapsayan daha geniş ve bütüncül bir miras anlayışı çerçevesinde yorumlanmaktadır. Güncel miras söylemi, mirasın yalnızca durağan eserlerin korunmasıyla ilgili olmadığını, aynı zamanda insanlar ile mekân arasındaki dinamik ilişkilerin tanınmasını da içerdiğini vurgulamaktadır (Smith, 2006). Bu bağlamda, kültürel miras alanlarında veya çevresinde yaşayan yerel topluluklar mirasın dışında değil, onun anlam üretim süreçlerinin ayrılmaz bir parçasıdır. Gündelik pratikleri, yemek kültürleri ve yerel bilgi birikimleri, geçmiş ile bugün arasında süreklilik sağlayarak ziyaretçi deneyimini zenginleştirebilir; böylece kültürel alanlar izole kalıntılar olmaktan çıkıp yaşayan kültürel peyzajlara dönüşebilir (Timothy & Boyd, 2006).

Bununla birlikte, kültürel miras alanlarında ve özellikle kültür turizm bağlamında yerel toplulukların mirası ne ölçüde aktif biçimde temsil edebileceği literatürde pek tartışılmamıştır. Pek çok durumda miras yönetimi yaklaşımları, koruma ve özgünlük vurgusunu önceliklendirirken yerel sesleri marjinalleştirebilmekte ve toplulukları aktif yorumlayıcılar yerine pasif paydaşlara indirgemektedir (Waterton & Smith, 2010 ). Bu durum, turistlere sunulan kültürel miras anlatıları ile çevrede yaşayan toplumların gündelik gerçeklikleri arasında kopukluklara yol açmaktadır. Ancak topluluk temelli yaklaşımların benimsendiği durumlarda, yerel halk hikâye anlatımı, el sanatları ve mutfak pratikleri aracılığıyla mirası somutlaştıran ve aktaran kültürel aracıların rolünü üstlenebilir (Salazar, 2012). Bu tür bir katılım, yalnızca ziyaretçi deneyiminin özgünlüğünü artırmakla kalmaz, aynı zamanda yerel topluluklarda sahiplenme ve koruma bilincini güçlendirerek sürdürülebilir miras yönetimi için kritik bir zemin oluşturur.

Bu dinamikler doğrultusunda, özellikle toplulukların peyzajla güçlü kültürel bağlarını sürdürdüğü bölgelerde, arkeolojik miras ile yaşayan yerel etnografinin bilinçli biçimde bütünleştirilmesi yönünde artan bir görüş bulunmaktadır. Bu bütünleşme; katılımcı turizm modelleri, arkeolojik alanları yerel köylerle bağlayan miras rotaları ve gastronomi ile somut olmayan miras unsurlarının tamamlayıcı çekicilikler olarak öne çıkarılması yoluyla hayata geçirilebilir (UNWTO, 2018). Kültürel miras ile yerel kültürü ayrı ya da rekabet eden alanlar olarak görmek yerine, sinerjik bir yaklaşım toplulukları miras turizmi deneyimlerinin ortak üreticileri olarak konumlandırır. Böyle bir model, turizm ürününü çeşitlendirmekle kalmaz; aynı zamanda ekonomik, kültürel ve sosyal faydaların paydaşlar arasında daha adil biçimde dağıtılmasını sağlayarak çağdaş sürdürülebilirlik yaklaşımlarıyla da örtüşür.

Bu çalışma, Sille'de kültürel miras alanlarında yaşayan yerel halkın ev sahipliği kimliğini nasıl deneyimlediği ve bu kimliğin turizm süreçlerinde ne ölçüde görünür hâle gelebildiği sorusuna odaklanmıştır. Bulgular, yerel halkın Sille ile kurduğu ilişkinin yalnızca ikamet etme durumuna dayanmadığını; geçmişten aktarılan gelenekler, gündelik yaşam pratikleri, sosyal ilişkiler, meslekler, mekânsal hafıza ve kültürel deneyimler üzerinden güçlü bir ev sahipliği kimliği oluşturduğunu göstermektedir (Tablo 4). Ancak göç, demografik değişim ve geleneksel yaşam biçimlerinin zayıflaması, bu kimliğin toplumsal taşıyıcılarını azaltmıştır. Dolayısıyla Sille'de ev sahipliği kimliği tamamen ortadan kalkmamış, fakat kültürel olarak güçlü olmasına rağmen turizm alanında sınırlı biçimde görünür olan bir kimliğe dönüşmüştür. Bu durum, çalışmanın temel amacı doğrultusunda, "Sille'nin gerçek ev sahipleri kimlerdir?" sorusundan çok, bu ev sahiplerinin sahip oldukları kültürel bilgi ve deneyimlerini turizm süreçlerinde ne ölçüde temsil edebildikleri sorusunun belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Araştırma Bulgularından Elde Edilen Temel Sonuç Matrisi

| Araştırmanın Odak Noktası | Bulgudan Elde Edilen Sonuç |
|---|---|
| Ev sahipliği kimliği | Yerel halk Sille'nin kültürel açıdan gerçek ev sahibi olduğunu düşünmektedir. |
| Kültürel temsil | Yerel halkın sahip olduğu kültürel bilgi turizm anlatısında yeterince temsil edilmemektedir. |
| Yerel sesler | Yerel ses tamamen kaybolmamış, ancak görünürlük alanı sınırlanmıştır. |
| Kültürel sınırlar | "Yaşanan Sille" ile "turistik olarak sunulan Sille" arasında belirgin bir ayrışma oluşmuştur. |
| Yaşayan miras | Somut olmayan kültürel mirasın önemli bölümü ziyaretçi deneyiminin dışında kalmaktadır. |
| Rehberlik | Yerel halk profesyonel rehberin alternatifi değil, tamamlayıcı kültürel aktör olarak değerlendirilebilir. |
| Miras yönetimi | Fiziksel mirasın korunması kadar mirasın yaşayan taşıyıcılarının korunması da gereklidir. |
| Yerel katılım | Yerel halkın anlatı üretimine ve ziyaretçi deneyi |

Bulgular aynı zamanda yerel halkın kültürel temsil süreçlerinde önemli ölçüde sınırlandırıldığını göstermektedir. Katılımcının anlatısında Sille'nin kültürel mirası yalnızca Aya Eleni Kilisesi, tarihî yapılar ve restore edilmiş mekânlardan oluşmamakta; düğünler, cenaze dayanışması, Hıdırellez, kahve kültürü, geleneksel meslekler, halıcılık, mahalle ilişkileri, birlikte yaşama deneyimi ve gündelik yaşam gibi somut olmayan unsurları da kapsamaktadır. Ancak bu yaşayan miras unsurlarının önemli bir bölümünün turistik anlatının dışında kaldığı görülmektedir. Böylece yerel halkın "Sille hakkında anlatacak sözü" bulunmasına rağmen, bu sözün turizm alanında yeterince duyulmadığı bir temsil sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu durum, yerel halk ile turistik olarak sunulan Sille arasında bir kültürel sınır yaratmakta; fiziksel miras görünür kılınırken, o mirasa anlam veren yerel hafıza ve gündelik deneyimler görece görünmezleşmektedir.

Sonuç olarak araştırma, Sille'de kültürel miras alanı rehberliğinin yalnızca profesyonel rehberlerin tarihsel bilgi aktarımı üzerinden düşünülmesinin yerel deneyimin önemli bir bölümünü dışarıda bırakabileceğini ortaya koymaktadır. Yerel halk, profesyonel rehberliğin alternatifi değil, yerel hafızanın ve yaşayan kültürün tamamlayıcı taşıyıcısı olarak değerlendirilmelidir. Özellikle yerel sakinlerin kendi deneyimlerini, geleneklerini ve Sille'ye ilişkin hafızalarını ziyaretçilere aktarabilecekleri katılımcı rehberlik ve anlatı modellerinin geliştirilmesi, hem yerel seslerin görünürlüğünü artırabilir hem de mevcut kültürel sınırların aşılmasına katkı sağlayabilir. Bu nedenle Sille örneğinde kapsayıcı bir miras yönetimi ve rehberlik anlayışı, yerel halkı yalnızca mirasın korunmasından etkilenen bir topluluk olarak değil, mirasın anlamını üreten, temsil eden ve ziyaretçi deneyimiyle buluşturan aktif bir ev sahibi olarak konumlandırmalıdır. Böylece çalışmanın temel sorusuna ilişkin olarak, yerel seslerin görünür kılınmasının yalnızca "daha fazla yerel katılım" değil, kimin Sille'yi anlatma hakkına sahip olduğu ve hangi anlatıların kültürel miras olarak kabul edildiğinin yeniden düşünülmesi anlamına geldiği sonucuna ulaşılmıştır.

## KAYNAKÇA

Adie, B. A., & Hall, C. M. (2017). Who visits World Heritage? A comparative analysis of three cultural sites. *Journal of Heritage Tourism, 12(1),* 67–80. https://doi.org/10.1080/1743873X.2016.1151429.

Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case Study On Tour Guiding: Professionalism, İssues And Problems. *Tourism Management, 22(5),* 551-563 https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9.

Arslan, E. (2022). Nitel Araştirmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (51),* 395-407 https://doi.org/10.30794/pausbed.1116878.

Ashworth, G. J., & Graham, B. (2005). *Senses of Place: Senses of Time* . london: Routledge https://doi.org/10.4324/9781315243467.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3,* 77-101.

Braun, V., & Clarke, V. (2013). *Başarılı Nitel Araştırma: Yeni Başlayanlar İçin Pratik bir Rehber.*

Buzlukçu, C. (2020). Yerel halkın yer kimliği, topluluğa bağlılığı, sürdürülebilir turizm tutumu, turizmin gelişimini destekleme tutumu ve yaşam memnuniyeti ilişkisi. *Doctoral dissertation*. Balikesir , Turkey.

Clarke, V., & Braun, V. (2013). Teaching Thematic Analysis: Overcoming Challenges And Developing Strategies For Effective Learning. *The Psychologist, 26(2),* 120-123.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches.* Sage publications.

Çakmur, E. Y., & Çakmur, T. Ç. (2025). SADAK KÖYÜ VE SATALA ANTİK KENTİ'NİN ULUSLARARASI METİNLER IŞIĞINDA KÜLTÜREL MİRAS TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ . *Karadeniz Araştırmaları Enstitüsü Dergisi 11(24),* 335-353.

Çetin, G., & Bilgihan, A. (2016). Kültür Turistlerinin Destinasyonlardaki Deneyimlerinin Bileşenleri. *Turizmde Güncel Konular , 19 (2),* 137-154 https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595.

Deniz, G. B. ( 2022). Kültürel mirasın korunması için sürdürülebilir miras yönetimi: Türkiye örneği. *Kent Akademisi, 15(3),* 1204-1222.

Eryılmaz, G. (2022). Kültürel miras alanları etki değerlendirme yönetimi. *Master's thesis*. Bursa, Turkey.

Graham, B., & Ashworth, G. J. (2005). *Senses of Place: Senses of Time.* Ashgate: Rodledge.

Greenwood, D. J. (1989). Culture By The Pound. *Cultural Survival Quarterly, 10(2),* 1–6.

Guba, E. G. (1981). Criteria For Assessing The Trustworthiness Of Naturalistic İnquiries. *Ectj, 29(2),* 75-91.

Hall, C. M., & McArthur, S. (1998). *Integrated Heritage Management.* Londra: Stationery Office.

Kaya, B., & Ünlüönen, K. (2021). Turist rehberlerinin kültürel miras aktarımında hikâye anlatıcılığının rolü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(3),* 2166-2179.

Kişioğlu, E., & Selvi, M. S. (2013). Yerel etkinliklerin Tekirdağ'in destinasyon imajina etkisi: yerel paydaşlar açisindan bir değerlendirme . *International Anatolia Academic Online Journal Social Sciences Journal, 1(1),* 68-102.

Konyalı, İ. H. (2007). *Abideleri ve Kitabeleri ile Konya Tarihi.* Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Yayınları.

L, S. (tarih yok). *u.*

MacCannell, D. (1976). *The Tourist.* New York: Schocken Books.

Murphy, P. (1985). *Tourism: A Community Approach.* New York: Routledge.

Patton, M. (2014). *Nitel Araştırma Ve Değerlendirme Yöntemleri: Teori Ve Pratiğin Bütünleştirilmesi.* London: Sage Yayınları.

Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003). Tourism, religion and religiosity: A holy mess. *Routledge,* 340-363 https://doi.org/10.1080/13683500308667960.

Ravitch, S. M., & Carl, N. M. (2019). *Qualitative Research: Bridging The Conceptual, Theoretical, And Methodological.* London: Sage Publications.

Salazar, N. B. (2012). Community-Based Cultural Tourism: Issues, Threats And Opportunities. *Journal of sustainable tourism, 20(1),* 9-22 https://doi.org/10.1080/09669582.2011.596279.

Salkind, N. (2010). *Araştırma Tasarımı Ansiklopedisi (Cilt 1).* London: Sage.

Schwandt, T. A. (2014). *The Sage Dictionary Of Qualitative İnquiry.* Sage Publications.

Smith, L. (2006). *Uses of Heritage.* Londra: Routledge.

Tapur, T. (2009). Konya'da tarihi bir yerleşim merkezi: Sille . *Türk Coğrafya Dergisi, (53),* 15-30 https://izlik.org/JA43YB94KJ.

Tayanç, M., & Kaya, N. (2025). Mekân ve Bellek Perspektifinden Türkiye'de Kültürel Miras ve Toplumsal Hafıza. *Fikriyat, 5(1),* 56-65.

Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the twenty-first century: Valued traditions and new perspec-tives. *Journal of Heritage Tourism, 1(1),* 1–16. .

Toker, A. (2022). Sosyal Bilimlerde Nitel Veri Analizi İçin Bir Kilavuz. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (51),,* 319-345 https://doi.org/10.30794/pausbed.1112493.

Tunbridge, J., & Ashworth, G. (1996). Uyumsuz Miras. *Çatışmada Geçmişin Kaynak Olarak Yönetimi , 40 (2),* 547-560.

Tutar, H. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik Ve Güvenilirlik: Bir Model Önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(Özel Sayı 2)*, 117-140 https://doi.org/10.18037/ausbd.1227323.

UNWTO. (2018). Tourism and culture synergies. UNWTO. United Nations World Tourism Organization.

Waterton, E., & Smith, L. (2010 ). The Recognition And Misrecognition Of Community Heritage. *International Journal Of Heritage Studies, 16(1–2)*, 4–15 https://doi.org/10.1080/13527250903441671.

## KONGRE PAYDAŞLARI

24-25 Nisan 2026 tarihlerinde Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi ev sahipliğinde, Turizm Fakültesi ve Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu koordinatörlüğünde gerçekleştirilen 8. Ulusal Turist Rehberliği Kongresine sağlamış olduğunuz sponsor desteklerinizden dolayı içtenlikle teşekkürlerimizi sunarız.

## TEŞEKKÜR

24-25 Nisan 2026 tarihlerinde Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi ev sahipliğinde, Turizm Fakültesi ve Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu koordinatörlüğünde gerçekleştirilen 8. Ulusal Turist Rehberliği Kongresine sağlamış olduğunuz bilimsel katkılardan dolayı tüm yazarlarımıza içtenlikle teşekkürlerimizi sunarız.

8. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi Düzenleme Kurulu Adına;

**Dr. Öğr. Üyesi Özcan ÖZDEMİR**
**Kongre Dönem Başkanı**


8. ULUSAL TURİST REHBERLİĞİ KONGRESİ
TURİZM FAKÜLTESİ
YEŞİLOVA İSMAİL AKIN TURİZM MYO
24-25 NİSAN 2026

MAKÜ
TURİZM FAKÜLTESİ

MAKÜ
YEŞİLOVA İSMAİL AKIN TURİZM
MESLEK YÜKSEKOKULU

# 8. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi

24–25 Nisan 2026 | Burdur

## KONGRE PROGRAMI

### Genel Program Akışı

| SAAT | ETKİNLİK | SALON |
|---|---|---|
| | **24 Nisan 2026** | |
| **09.00 – 17.00** | Kayıt ve Karşılama | Kongre Girişi |
| **09.30 – 10.00** | Açılış Töreni ve Protokol Konuşmaları | Sagalassos |
| **10.00 – 11.00** | Açılış Paneli: Dijitalleşme ve Turist Rehberliği | Sagalassos |
| **11.00 – 11.30** | Kahve Arası -I | Fuaye |
| **11.30 – 12.30** | 1. Eş Zamanlı Oturum | Tüm Salonlar |
| **12.30 – 13.30** | Öğle Yemeği | MAKÜ SKS Avşarhan Binası |
| **13.30 – 14.30** | 2. Eş Zamanlı Oturum | Tüm Salonlar |
| **14.30 – 15.00** | Kahve Arası -II | Fuaye |
| **15.00 – 16.00** | 3. Eş Zamanlı Oturum | Tüm Salonlar |
| **16.00 – 16.30** | Kahve Arası -III | Fuaye |
| **16.30 – 17.30** | 4. Eş Zamanlı Oturum ★ Kremna: Genç Vizyon Oturumu | Tüm Salonlar \| ★ Genç Vizyon |
| **17.30 – 18.30** | 5. Eş Zamanlı Oturum | Avşar, İnsuyu, Salda |
| **18.30 – 19.30** | 6. Eş Zamanlı Oturum | Kütüphane Salon 1-2-3 |
| **20.30 – 23.30** | Gala Yemeği, Kapanış Değerlendirmesi ve Ödül Töreni | Gala Salonu |
| | **25 Nisan 2026** | |
| **08.30 – 20.30** | Sosyal Etkinlik: Salda ve Kibyra Gezisi | Opsiyonel |

**Açılış Paneli** Dijitalleşme ve Turist Rehberliği 10.00 – 11.00 Sagalassos



**Abdulkadir Tanrıdağlı**
**TUREB Başkanı**



**Hülya Yıldırım Kaya**
**ARO Başkanı**



**Doç. Dr. Alaattin Başoda**
**Aksaray Üniversitesi**



**Prof. Dr. Özlem Köroğlu**
**Balıkesir Üniversitesi**

**Moderatör**

# 1. Eş Zamanlı Oturum 11.30 – 12.30

## Sagalassos - Mesleki Kimlik ve Profesyonelleşme

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Zafer Öter**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 80 | Turist Rehberliği Mesleğine Yönelik Tehditler ve Mesleki Dönüşüm: Turizm Rehberliği Bölümü Akademisyenlerinin Bakış Açısıyla Nitel Bir Araştırma | Dilan Öztürk; Melisa Ateş | Dilan Öztürk, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | 11 | Rehber Anlatır Ama Her Şeyi Değil! Turist Rehberliğinde Sessizlik Pratikleri | Ramazan İnan; Filiz Gümüş Dönmez | Dr. Öğr. Üyesi Ramazan İnan |
| 3 | 47 | Turist Rehberi Paydaş İlişkilerinde Öne Çıkan Sorunlar: Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Bir Değerlendirme | Berrak Su Gürbüz; Faruk Gökçe; Elbeyi Pelit | Berrak Su Gürbüz, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | 50 | Kültür Turu Yoksa Rehbere Gerek Yok Mu? | Aziz Sayan; Nursel Özkır; Dilara Eylül Koç; Canan Tanrısever | Nursel Özkır, Yüksek Lisans Öğrencisi |

## Kibyra | Eğitim ve Öğrenci Araştırmaları

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Yasin Bilim**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 17 | Turizm Rehberliği Öğrencilerinde Öz Saygı ve Mizaç Özellikleri: Akademik Başarı Değişkeni Üzerine Bir İnceleme | Ayşen Acun Köksalanlar; Hande Akyurt Kurnaz | Doç. Dr. Ayşen Acun Köksalanlar |
| 2 | 20 | Türkçe Rehberliğin Turist Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Motivasyonları Üzerine Etkileri | Ayşe Akkoca; Nalan Albuz | Ayşe Akkoca, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | 21 | Turist Rehberi Adaylarının Kariyer Olgunluk Düzeylerinin Kariyer Beklentilerine Etkisi | Harun Özbey; Selin Balta; Özcan Zorlu | Selin Balta, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | 30 | Uygulama Eğitim Gezilerinin Turist Rehberi Adaylarının Perspektifinden Değerlendirilmesi | Şimal Şahinoğlu Yayla; Ezgi Erşahin; Pınar Kırmızıçiçek | Öğr. Gör. Pınar Kırmızıçiçek |

## Kremna | Dijitalleşme, Teknoloji ve Yapay Zekâ

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Hasan Evrim Arıcı**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 5 | Geleneksel Rehberlikten Dijital Dönüşüme: Turist Rehberliği Alanındaki Eğilimlerin Bibliyometrik Analizi | İlker Vural; Uğur Ceylan | Prof. Dr. Uğur Ceylan |
| 2 | 43 | Turist Rehberlerinin Dijital Görünürlük İndeksi: İstatistikler ve Çevrimiçi Yorumlar Bağlamında Bir Değerlendirme | Zeynep Gençer Selçuk; Onur Selçuk | Dr. Öğr. Üyesi Onur Selçuk |
| 3 | 49 | Turist Rehberliği ve Teknoloji Etkileşimi Alt Boyutlarının İncelenmesine Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz | Gözdegül Başer | Doç. Dr. Gözdegül Baser |
| 4 | 81 | Turist Rehberliği Mesleği ve Dijitalleşme Üzerine Deneyimsel Bir Çalışma | Özge Çalhan; Canan Aydın; Bedirhan Tar; Özge Çoktu | Dr. Öğr. Üyesi Özge Çalhan |

## Avşar | Yenilikçi Yaklaşımlar, Deneyim Tasarımı ve Mesleki Gelişim

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Füsun İstanbullu Dinçer**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **85** | Sosyal Girişimcilik Temelli Turist Rehberliği Uygulamaları: Women-Led Tours Projesi Üzerine Nitel Bir İnceleme | Işıl Arıkan Saltık; Doğan Çaprak | Arş. Gör. Dr. Doğan Çaprak |
| 2 | **32** | Turist Rehberlerinin Gastronomi Anlatıcılığı Rolü: Türkiye'de Yerel Yemek Hikâyeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma | Neslihan Hökelekli; Evrim Yıldız | Dr. Öğr. Üyesi Neslihan Aybike Hökelekli |
| 3 | **52** | Turist Rehber Adaylarının Kariyer Kararlılığının Kişilik Özelliklerine Göre Karşılaştırılması: Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde Bir Uygulama | Ali Kabakulak; Gönül Karadere | Gönül Karadere, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | **41** | Turist Rehberlerinin Turlarda Kullandıkları Oyunlaştırma Stratejilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma | Selin Demir; Meltem Altınay Özdemir | Selin Demir, Yüksek Lisans Öğrencisi |

## İnsuyu | Kültürel Miras, Mekân ve Rehberlik Uygulamaları

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Mithat Zeki Dinçer**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **10** | Yersizleşme (Mekansızlaşma), Yabancılaşma ve Mekânsal Kimlik Çatışması: Alanya'da Genius Loci'nin Yürüyüş Görüşmeler Yoluyla Fenomenolojik Analizi | Çağla Aslı Gülduran; Nihat Akburak | Dr. Öğr. Üyesi Çağla Aslı Gülduran |
| 2 | **9** | Rehberli Turlarda Çocuk Dostu Uygulamalar: Burdur İlinde Bir Araştırma | Özlem Güncan; Barış Şen | Arş. Gör. Barış Şen |
| 3 | **55** | Yahudi Kültürel Mirasının Aktarımında Turist Rehberlerinin Rolleri ve Sinagog Turizmi | İrem Necipoğlu | İrem Necipoğlu, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| | | | | |

## Salda | Gastronomi, Yiyecek-İçecek ve Turizm Emek Araştırmaları

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Hüseyin Çeken**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **23** | Türk ve Tayvan Sokak Yemeği Kültürünün Karşılaştırılması ve Gastronomi Turizmine Etkileri | Figen Özdemir; Gül Yılmaz | Figen Özdemir, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | **26** | Üretimden Deneyim Ekonomisine Kahve Turizmi: Kapsamlı Bir Bibliyometrik Analiz (1977-2025) | Olcay Kilinç; Kadir Çetin; Gülfer Sanar | Gülfer Sanar, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | **27** | Kafkas Mutfağının Türk Mutfağındaki Benzerleriyle Karşılaştırılması ve Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi | Mariiam Tambieva; Gül Yılmaz | Mariiam Tambieva, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | **28** | Her Şey Dahil Otel İşletmelerinde Kadın Aşçıların Karşılaştığı Sorunlar: Nitel Bir Araştırma | Esin Eriş; Merve Çetin | Esin Eriş, Yüksek Lisans Öğrencisi |

# 2. Eş Zamanlı Oturum 13.30 – 14.30

## Sagalassos | Mesleki Kimlik, Kurumsal Algı ve Çalışma Deneyimi

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Özlem Güzel**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **24** | Rehberlik Mesleğinde Yeni Bir Tehdit: Dijital Ağlar Üzerinden Kayıt Dışı Rehberlik | İbrahim Kaynak; Filiz Arslan; Yasin Bilim | Filiz Arslan, Doktora Öğrencisi |
| 2 | **83** | Turist Rehberlerinin Tur Tercihlerini Şekillendiren Motivasyonel ve Mesleki Dinamikler: İzmir Örneği | Fırat Sözer | Fırat Sözer, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | **84** | Turist Rehberlerinin TUREB Algısının Metaforlar Aracılığıyla İncelenmesi | Kaan Gürel; Hilal Türker; Arzu Balıkoğlu | Kaan Gürel, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | **90** | Bardağa Dolu Tarafından Bakmak: Turist Rehberliği Mesleğinde Kadın Olmak | Dilara Selin Gemici; Grant Altay Taşkın | Dilara Selin Gemici, Yüksek Lisans Öğrencisi |

## Kibyra | Eğitim, Mesleki Algı ve Miras Farkındalığı

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Sevda Sahilli Birdir**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **33** | Turist Rehberi Eğitiminde Dijital Dönüşüm: Vakıf Üniversitelerinin Müfredat Analizi | S. Çilem Kaya | Arş. Gör. Çilem Kaya |
| 2 | **35** | Uyumsuz Miras Alanlarında Anlatı Yönetimi: Turist Rehberleri Üzerine Nitel Bir Araştırma | Bircan Ergün | Dr. Öğr. Üyesi Bircan Ergün |
| 3 | **44** | Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Somut Olmayan Kültürel Mirasa İlişkin Metaforik Algıları | Beste Demir; Cevdet Avcıkurt | Arş. Gör. Beste Demir |
| 4 | **18** | Mesleki Prestij ve Profesyonelleşmenin Mesleki Özdeşleşmeye Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma | Osman Pelit; Sengül Eker; Elbeyi Pelit | Sengül Eker, Yüksek Lisans Öğrencisi |

## Kremna | Dijitalleşme, Yapay Zekâ ve Yenilikçi Turizm Uygulamaları

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Reyhan Arslan Ayazlar**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **77** | Dijital Etkileşim ve Oyunlaştırma Odaklı Rota Tasarımı ve Turist Rehberliği Uzmanlaşma Eğitim Programı Önerisi | Hilal Türker; Özlem Köroğlu | Hilal Türker, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | **54** | Turist Rehberliği Pratiğinin Yerel Turlarda Dönüşümü: Erik Dalı Rehberliği | Saim Aslan | Arş. Gör. Dr. Saim Aslan |
| 3 | **118** | Akıllı Otelcilikte Dijital Sürdürülebilirlik: Yapay Zekâ ve Büyük Veri ile Karbon Ayak İzini Dengeleme | Mehmet Bahar | Doç. Dr. Mehmet Bahar |
| 4 | **97** | Yapay Zekâ Tur Deneyimini Değerlendirebilir mi? MAXQDA ile Karşılaştırmalı Bir İnceleme | Esranur Emine Özben; Burak Murat Demirçivi | Esranur Emine Özben |

## Avşar | Anlatı, Edebiyat Turizmi ve Deneyim Tasarımı

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Ayşen Acun Köksalanlar**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **7** | Turist Rehberliğinde Değişen Eğilimler: İZRO ve ARO Eğitim Gezileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme (2020-2026) | Remziye Ekici Cilkin; Derya Toksöz Kılıç | Doç. Dr. Derya Toksöz Kılıç |
| 2 | **59** | Şeyh Edebali'nin Rehberlik Anlatılarında Kolektif Kimlik İnşasına Katkısı (700. Vefat Yılında) | Çağrı Erdoğan | Doç. Dr. Çağrı Erdoğan |
| 3 | **61** | Edebiyat Turizmi ve Yazar-Mekân Özdeşliği: Turist Rehberleri Eşliğinde Deneyim Tasarımı ve Edebî Rotalar | Zeynep Yamaç Erdoğan | Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Yamaç Erdoğan |
| 4 | **86** | Orkestra Modeli Aracılığıyla Edebiyat Turizmi Ziyaretçilerinin Deneyimleri | Cihan Biçer; Ali İnanır; Yusuf Karakuş | Öğr. Gör. Cihan Biçer |

## İnsuyu | Kültürel Miras, Kültür Rotaları ve Miras Alanı Rehberliği

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Filiz Gümüş Dönmez**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **95** | Dünya Miras Alanlarında Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımları: Safranbolu Üzerine Sistematik Bir Doküman Analizi | Kader Çelik; Nalan Albuz | Kader Çelik, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | **99** | Avrupa Konseyi Kültür Rotaları ve Türkiye | Füsun İstanbullu Dinçer; Kemal Ergan; Mithat Zeki Dinçer | Dr. Öğr. Üyesi Kemal Argan |
| 3 | **116** | Anadolu'daki Kuzey İzleri: Türk-İskandinav Tarihsel Bağlarının Turist Rehberliği Perspektifiyle Değerlendirilmesi | Selim Karagöz | Dr. Öğr. Üyesi Selim Karagöz |
| 4 | **120** | Kültürel Miras Alanı Rehberliğinde Ev Sahiplerinin Rolü: Sille'de Kültürel Temsil, Sınırlar ve Yerel Sesler | Hasan Ali Erdoğan; Ömer Aslan | Ömer Aslan, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| | | | | |

## Salda | Gastronomi Deneyimi, Tüketici Davranışı ve Rehberlik

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Meltem Altınay Özdemir**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **4** | Turist Rehberlerinin Destinasyon Pazarlamasında Kaygılarının Rolü | Remziye Ekici Çilkin; Ömer Kürşad Tüfekçi | Doç. Dr. Remziye Ekici Çilkin |
| 2 | **71** | Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Gastronomi Rehberliğine Yönelik Görüşlerinin İncelenmesi | Olcay Kilinç; Uğur Kilinç; Adalet İnce | Adalet İnce, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | **48** | Aromatik Katkıların Tüketicilerin Yemek Tercihi Üzerine Etkisi ve Tat Algıları: Vegan Pilav Örneği | Olcay Kilinç; Sabire Sipahi | Sabire Sipahi, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | **100** | Gastronomi Turlarına Katılan Misafirlerin Özel Diyet Gereksinimleri Karşısında Turist Rehberlerinin Yeterlilikleri | İlhan Avcu; Ramazan İnan; Büşra Şen Avcu | Öğr. Gör. İlhan Avcu |

## 3. Eş Zamanlı Oturum 15.00 – 16.00

### Sagalassos | Turist Rehberliğinde Güncel Yaklaşımlar ve Farklı Perspektifler

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Özlem Köroğlu**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 12 | Ayazini Bölgesinin Bilinirlik Engelleri ve Destinasyon İmajının Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla İncelenmesi | Harun Özbey; Elbeyi Pelit | Harun Özbey, Doktora Öğrencisi |
| 2 | 67 | Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Kültürlerarası Duyarlılık Düzeylerinin Kültürel Farkındalıklarına Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği | Osman Pelit; Zehra Özyörük; Elbeyi Pelit | Zehra Özyörük, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | 36 | Turist Rehberliğinde Şaman Kültürü ve Şamanik Ögelerin Kullanımı: Anadolu Örneği | Berrak Su Gürbüz; Bircan Ergün | Berrak Su Gürbüz, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | 25 | Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Bağlamında Turist Rehberlerinin Rolleri: Kavramsal Bir Literatür Sentezi | Berfin Helin Yalçın; Emine Yılmaz | Berfin Helin Yalçın, Yüksek Lisans Öğrencisi |

### Kibyra | Öğrenci Algıları, Mesleki Farkındalık ve Rehberlik Uygulamaları

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Remziye Ekici Çilkin**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 98 | Sokak Arası Lezzetlerin Rehberli Turlarda Kullanılması: Burdur'u Ziyaret Eden Tur Gruplarına Yönelik Rota Önerileri | Buse Acar; Özcan Özdemir | Buse Acar, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | 108 | Turizm Paydaşlarının Turist Rehberi Kavramına Yönelik Metaforik Algıları: Gümüşhane Örneği | Onur Kızılcık; Suat Akyürek; Özcan Özdemir | Dr. Öğr. Üyesi Özcan Özdemir |
| 3 | 107 | Turist Rehberliği Öğrencilerinin Coğrafi İşaretli Ürünlere Yönelik Algıları | Özcan Özdemir; Engin Pulluk; Merve Tezcan | Merve Tezcan, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | 73 | Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Meslek Algısı ve Sektörde Çalışma Niyeti Üzerine Bir Araştırma | Tuğba Nur Uzal | Tuğba Nur Uzal, Yüksek Lisans Öğrencisi |

### Kremna | Dijitalleşme, Teknoloji, Yapay Zekâ ve Yeni Rehberlik Talepleri

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Mehmet Bahar**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 101 | Yapay Zekâ Temelli Turist Rehberliği: Yapay Zekâ Araçlarının İstanbul Gastronomi Turlarına İlişkin Yanıtlarının İçerik Analizi | İlhan Avcu; Büşra Şen Avcu | Öğr. Gör. İlhan Avcu |
| 2 | 112 | Turist Rehberliği Hizmetinde Teknoloji Kullanımı: Amaçlar, Yararlar, Güçlükler ve Mesleki Yansımalar | Alaattin Başoda; Serdar Acar | Serdar Acar, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | 92 | Akıllı Turizm Ekosisteminde Dönüşüm Yönetimi: Turist Rehberliğinin Dijitalleşme ve Yapay Zekâ Bağlamında Yeniden Konumlandırılması | Cevat Özarpa; Reşide Sağlam | Öğr. Gör. Reşide Sağlam |
| 4 | 106 | Dijital Etkileşimden Sektörel İhtiyaca: Sosyal Medyada Türk-İspanyol Yakınlaşması ve İspanyolca Rehberlik Talebi | Doğuş Kılıçarslan | Dr. Öğr. Üyesi Doğuş Kılıçaraslan |

## Avşar | Anlatı, Turist Deneyimi ve Rehber Rolü

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Ümit Şengel**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 96 | Turist Rehberliğinde Hikâyeleştirmenin Kültürlerarası İletişime Etkileri: Alanya Örneği | Dilan Şatır Yıldız; Onur Yıldız | Dilan Şatır Yıldız, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | 119 | Turist Rehberliğinde Öykü Anlatıcılığı: Bilgi Aktarımından Deneyim Tasarımına Kuramsal Bir Dönüşüm | İbrahim Hakkı Kaynak | Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Hakkı Kaynak |
| 3 | 2 | Turist Beklentileri Işığında Rehber Profilinin Yeniden İnşası: Nitel Bir Tipoloji Önerisi | Mehmet Tahir Dursun; Seher Argun | Doç. Dr. Mehmet Tahir Dursun |
| 4 | 39 | Turistlerin Kişisel Dönüşümünde Tur Rehberlerinin Rolü | Reyhan Arslan Ayazlar; Salih Limoncu; Gökhan Ayazlar | Doç. Dr. Reyhan Arslan Ayazlar |

## İnsuyu | Kültürel Miras, Müzecilik, Sanat ve Kültürel Temsil

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Uğur Ceylan**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 15 | Turizmde Kültürün Ticarileşmesi: Müzelerde Hediyelik Eşya Mağazaları Üzerine Bir Araştırma | Semahat Göker Özyürek; Zafer Öter | Dr. Semahat Göker Özyürek |
| 2 | 42 | Görünmez Emekten Zihinsel Tükenmişliğe: Kadın Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma | Semahat Göker Özyürek; Eren Gönül | Dr. Semahat Göker Özyürek |
| 3 | 113 | Nasreddin Hoca: Eskişehir Turizm İmajında Bir Marka Değeri Analizi | Merve Kalyoncu Yolaçan | Dr. Öğr. Üyesi Merve Kalyoncu Yolacan |
| 4 | 60 | Kırsalda Modern Sanat Deneyimi: Baksı Müzesi Örneği | Nebiye Aşkar; Taner Dalgın; Büşra Uzun | Doç. Dr. Taner Dalgın |

## Salda | Psikoloji, Tükenmişlik ve Mesleki İyi Oluş

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Yusuf Acar**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 37 | Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleki Uzmanlaşma Eğilimleri ve Eğitim Yeterliliği Algıları Üzerine Nitel Bir Araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği | Dilan Öztürk; Engin Aytekin | Dilan Öztürk, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | 19 | Turist Rehberliğinde Çift Kariyerliliğin Mesleki Tutku ve Mesleki Tükenmişlik Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi | Reyhan Şahan; Özcan Zorlu | Reyhan Şahan, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | 22 | Turist Rehberliğinde Psikolojik Dayanıklılığın Karar Verme Stratejilerine Etkisi | Sibel Çamdibi; Merve Gündoğdu; Özcan Zorlu | Sibel Çamdibi, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | 123 | 6-12 Yaş Arası Çocuklara Kültürel Miras Aktarımında Turist Rehberlerinin Rolü: Öğretmen Görüşlerine Dayalı Nitel Araştırma | Semih Arıcı; Sinem Kahveci | Sinem Kahveci, Yüksek Lisans Öğrencisi |

## 4. Eş Zamanlı Oturum 16.30 – 17.30 ★ *Genç Vizyon Oturumu bu oturumdadır (Kremna)*

### Sagalassos | Destinasyon Pazarlaması, Turist Davranışı ve Turizm Ekonomisi

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Derya Toksöz**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **14** | Türkiye'de Paket Tur Gelirleri ile Reel Efektif Döviz Kuru İlişkisi | Seda Süer | Dr. Öğr. Üyesi Seda Süer |
| 2 | **109** | Kış Turistlerinin Seyahat Motivasyonları: Kars Örneği | Özgür Çalkın | Dr. Öğr. Üyesi Özgür Çalkın |
| 3 | **40** | Turizmin Oscar'ı Altın Elma Ödülü: Tarsus Örneği | Sevda Sahilli Birdir; Seda Çiçekli Ayyıldız; Kemal Birdir | Prof. Dr. Sevda Sahilli Birdir |
| 4 | **62** | Turizm Pazarlamasında Influencer Etkisi Hakkında Bir Değerlendirme | Filiz Arslan; Bengü Su Karagöz; Islam Islamzade | Filiz Arslan, Doktora Öğrencisi |

### Kibyra | Turizm Rehberliği Eğitimi, Müfredat ve Öğrenci Deneyimi

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Özcan Zorlu**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **76** | İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Aldıkları Eğitim Hakkında Görüşleri | Başak Ulaş | Başak Ulaş |
| 2 | **79** | Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin Aprantilik Uygulamasına Yönelik Düşünceleri: İzmir İli Örneği | Gökdeniz Yalçın | Gökdeniz Yalçın, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | **89** | Türkiye'deki Turizm Rehberliği Eğitiminde İnanç Turizminin Yeri: Müfredat Odaklı Bir Analiz | Gülizar Özfidan; Tolga Fahri Çakmak | Gülizar Özfidan, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | **91** | Turizm Rehberliği Eğitim Programlarının 'Antik Kentler' Odağında İncelenmesi | Yasemin Akça; Tolga Fahri Çakmak | Yasemin Akça, Yüksek Lisans Öğrencisi |

### Kremna | Genç Vizyon Oturumu – Burdur Turizminin Geliştirilmesi

**Oturum Başkanı:** Prof. Dr. Özlem Güzel

**★ GENÇ VİZYON OTURUMU ★**

*Bu oturum, bildiri sunumu içermemektedir.*
*Öğrenci grubu ile interaktif panel ve tartışma formatında yürütülecektir.*



**Prof. Dr. Özlem Güzel**
**Akdeniz Üniversitesi**

Moderatör

## Avşar | Eğitim, Müfredat ve Akademik Yapı Araştırmaları

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Elbeyi Pelit**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **93** | Turizm Yüksek Öğretiminde Müfredat Dönüşümü: Avrupa ve Türkiye'deki Lisans Turizm Programlarının Karşılaştırmalı Analizi | Cevat Özarpa; Reşide Sağlam | Öğr. Gör. Reşide Sağlam |
| 2 | **102** | Turizm Rehberliği Lisans Programlarının Akademik Kadro Yapısı ve Öğrenci-Öğretim Elemanı Oranının Analizi | Muhammed Kavak; Uğur Korkmaz | Öğr. Gör. Uğur Korkmaz |
| 3 | **103** | Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarına Yönelik Dijital Okuryazarlık ve Farkındalık Düzeyleri | İrem Ceyda Samancı; Muhammed Baykal | İrem Ceyda Samancı, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | **115** | Yapay Zekâ Karşısında Turist Rehberliği Mesleği: Mesleğe Yönelik Etkiler ve Rehberlerin Mesleki Konumuna İlişkin Öğrenci Değerlendirmeleri | Alaattin Başoda; Abdullah Bayrak | Abdullah Bayrak, Bağımsız Araştırmacı |

## İnsuyu | Turist Deneyimi, Yer Algısı ve Yeni Turizm Pratikleri

**Oturum Başkanı: Prof. Dr. Gökhan Ayazlar**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **56** | Karadeniz'in Yeşil Mirası: Çay Turizmi Alanında Turist Rehberliği Uzmanlaşma Programı Önerisi | Hatice Nur Kesimal; Özlem Köroğlu | Hatice Nur Kesimal, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | **31** | Turizmde İçerik Üretimi Çağı: Influencer Turistlerin Rehberlik Deneyimini Yeniden Şekillendirmesi | Hediye Gürsoy; İpek Birkon | Öğr. Gör. Dr. Hediye Gürsoy |
| 3 | **68** | Görünmeyeni Haritalamak: Turist Rehberlerinin İzmir Tarihi Kent Merkezine Yönelik Zihin Haritaları | Ayça Keşifoğlu; Özge Çalhan | Ayça Keşifoğlu, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | **105** | Kars İlinde Yerel Tur Katılımcılarının Deneyim Memnuniyetleri Üzerine Netnografik Bir Araştırma | İsmail Umut Özenç; Berfin Helin Yalçın; Taner Dalgın; Burçak Akıncı Ekiztepe | İsmail Umut Özenç,Yüksek Lisans Öğrencisi |

## Salda | Uzmanlaşma Alanları, Müzecilik ve Yeni Turizm Deneyimleri

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Nagihan Çakmakoğlu Arıcı**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **78** | Görsel Anlatıdan Seminal Turist Deneyimine: Osmanlı Minyatürlerine Yönelik Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Program Önerisi | Kaan Gürel; Özlem Köroğlu | Kaan Gürel, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | **88** | Turizm Perspektifinden Sanal Müze Çalışmalarının Doküman Analizi | Şeyma Gürbüz; Nalan Albuz | Şeyma Gürbüz, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | **45** | Geceyle Gün Arasında: Noctourism ve Rehberli Turlarda Eşik Deneyimi | Eyüp Kaan Pak; Özlem Köroğlu | Eyüp Kaan Pak, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 4 | **51** | Yeni Bir Uzmanlık Alanı Olarak Medikal Turizm Rehberliği | Mebrure Boydemir Bilim; Yasin Bilim | Prof. Dr. Yasin Bilim |

# 5. Eş Zamanlı Oturum 17.30 – 18.30

## Avşar | Eğitim, Akademik Yapı ve Sürdürülebilirlik

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Bayram Akay**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **70** | Turizm Rehberliği Eğitiminde Tercih Motivasyonları, Mesleki Çağrışımlar ve Kariyer Planları: Kastamonu Üniversitesi Birinci Sınıf Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma | Nadide Özge Ozanoğlu; İlker Şahin | Nadide Özge Ozanoğlu, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | 124 | Otel Çalışanlarının Sıfır Atık Bilgileri, Çevresel Kaygıları, Niyet ve Davranışları Üzerine Bir Literatür Taraması | *Kübra Rukiye Küçükerdem, Ali Ilgaz* | Kübra Rukiye Küçükerdem |
| 3 | **114** | YÖK Akademik Arama Platformunda 'Turizm Rehberliği' Anahtar Kelimesini Kullanan Akademisyenlerin Akademik Performanslarının İncelenmesi | Alaattin Başoda; Yusuf Acar; Aysu Altaş | Doç. Dr. Yusuf Acar |
| 4 | **46** | Bilgi Odaklı Turist Rehberliğinin Bağımsız ve İşbirlikçi Öğrenme ile Mesleki Tutku Üzerindeki Etkisi: Uygulama Eğitim Gezileri Örneği | Mustafa Sayal; Reyhan Şahan; Özcan Zorlu | Mustafa Sayal, Yüksek Lisans Öğrencisi |

## İnsuyu | Sürdürülebilirlik, Erişilebilirlik ve Turist Deneyimi

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Uğur Kilinç**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **13** | Turist Rehberliğinde Tur Öncesi Öngörüsel Kaygının Tematik Analizi | Serpil Keskin Pulluk; İlker Şahin | Öğr. Gör. Serpil Keskin Pulluk |
| 2 | **1** | Turist Rehberlerinin Sürdürülebilir Turizm Algısı: İtalya ve Türkiye Karşılaştırmalı Analizi | Işıl Dilmen Düzgünçınar; Murat Yeşiltaş | Işıl Dilmen Düzgünçınar, Doktora Öğrencisi |
| 3 | **6** | Otantik Turizm Deneyimi Bağlamında Ziyaretçi Yorumlarının Analizi: Alanya Tersanesi Örneği | Gökhan Kenar | Dr. Öğr. Üyesi Gökhan Kenar |
| 4 | **94** | Görme Engelli Turistler İçin Erişilebilir Turizm: Aksaray Destinasyonları Üzerine Bir İnceleme | Elif Ulaş; Grant Altay Taşkın | Elif Ulaş, Yüksek Lisans Öğrencisi |

## Salda | Uzmanlaşma, Görünürlük ve Bibliyometrik Değerlendirmeler

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Ali İnanır**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **74** | Anadolu Jeomitolojisi ve Antik Yerbilimleri Bağlamında Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Programı Önerisi | Mert Gençaslan; Özlem Köroğlu | Mert Gençaslan, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 2 | **16** | Müzecilik Anlayışında Değişim ve Dijital Müzecilik | Çağla Çetinkaya; Emrah Kara; Hüseyin Çeken | Dr. Öğr. Üyesi Çağla Çetinkaya |
| 3 | **53** | Ulusal Turist Rehberliği Kongrelerinin Bibliyometrik Açıdan Değerlendirilmesi | Okay Coşkun | Arş. Gör. Okay Coşkun |
| 4 | **64** | Uzmanlaşma Eğitimlerinin Görünürlüğü: TUREB ve Turist Rehberleri Odaları Web Siteleri Üzerine Bir İnceleme | Hatice Nur Kesimal; Hasret Ulusoy Mutlu | Hatice Nur Kesimal, Yüksek Lisans Öğrencisi |

## 6. Eş Zamanlı Oturum 18.30 – 19.30

### Kütüphane Salon 1 | Anlatı, Dijital Araçlar, Rehber Yetkinliği ve Literatür Eğilimleri

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Olcay Kilinç**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **29** | Yörelerin Turistik Çekiciliğini Artırmada Mitolojik Hikâyelerin Kullanılması: Aşağı Büyük Menderes Havzası Örneği | Burçak Akıncı Ekiztepe; Hüseyin Çeken | Dr. Burçak Akıncı Ekiztepe |
| 2 | **82** | Dijital Araçların Yurt Dışı Seyahatlerde Kullanımı: Planlamadan Uygulamaya Kişisel Bir Seyahat Deneyimi | Merve Batum; Taner Dalgın; İsmail Umut Özenç; Hüseyin Çeken | Merve Batum, Yüksek Lisans Öğrencisi |
| 3 | **110** | Gastronomi Turlarında Turist Rehberi Yetkinliği: Çevrimiçi Yorumların Nitel Analizi | Nilgün Demirel İli; Necibe Şen; Engin Pulluk | Öğr. Gör. Engin Pulluk |
| 4 | **111** | Turist Rehberliği Literatüründe Son 10 Yılın Tematik Eğilimleri: Nitel Doküman Analizine Dayalı Bir İnceleme | Uğur Akdu; Serap Akdu | Prof. Dr. Uğur Akdu |

### Kütüphane Salon 2 | Kırsal Kalkınma, Sürdürülebilirlik ve Rehberliğin Yerel Rolü

**Oturum Başkanı: Doç. Dr. Taner Dalgın**

| Sıra | Bildiri No | Bildiri Başlığı | Yazar(lar) | Sunucu |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **8** | Turizme Bağlı Olarak Gelişen Bir Kırsal Yerleşme: Koşapınar Köyü (Kars) | İsa Satar; Hüseyin Çeken; Emrah Kara; Bilgin Güner | İsa satar, Doktora Öğrencisi |
| 2 | **66** | Dijital Çağda İdeal Turist Rehberi: Z Kuşağı Turist Rehberliği Öğrencilerinin Algıları | Esra Cesur; Serap Ok; Özge Alkan | Öğr. Gör. Dr. Esra Cesur |
| 3 | **121** | Kamusal Agroturizm Girişimlerinin Pozitif Dışsallıkları ve Sürdürülebilirlik Analizi | Bilgin Güner; Hüseyin Çeken | Öğr. Gör. Bilgin Güner |
| 4 | **34** | Yerel Kalkınmada Turist Rehberlerinin Rolü: Kars Örneği | Ahmet Berke Demiral | Dr. Ahmet Berke Demiral |

**Sosyal Etkinlik** 08.30-20.30 Salda Gölü & Kibyra Gezisi









## GÜNLÜK SEYAHAT PROGRAMI

### SABAH KALKIŞI

**08:30** **Lavanta Tepesi Otel**
Hareket

**09:00** **Grand Özeren Otel**
Şehir içi misafirlerin alınması · Kibyra Antik Kenti'ne hareket

### KIBYRA ANTIK KENTI

**10:45** **Kibyra Antik Kenti**
Varış

**11:00–14:00** **Kibyra Antik Kenti Gezisi**
Rehber eşliğinde keşif turu

### ÖĞLE MOLASI

**14:30–16:00** **Öğle Yemeği Molası**
Kültür Evi Gezisi

**16:30** **Gölhisar**
Salda Gölü'ne hareket

### SALDA GÖLÜ

**17:30** **Salda Gölü**
Varış

**17:45–18:45** **Salda Gölü Gezisi**
Türkiye'nin Maldivleri'nde serbest zaman

### DÖNÜŞ

**19:00** **Salda Gölü'nden**
Burdur'a hareket

**20:00** **Burdur**
Varış

**20:30** **Lavanta Tepesi Otel**
Varış · Günün sonu

Tüm hakları saklıdır · UTRK 2018