



## **Turist Rehberlerinin Yerel Kültür Tanıtımı Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi: Afyon Ayazini'nde Faaliyet Gösteren Yerel İşletmeciler Üzerinde Bir Araştırma\***

Araştırma Makalesi/ Research Article

**Sibel ÇAMDİBİ** 

Yüksek Lisans Öğrencisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü / Graduate Student, Afyon Kocatepe University, Institute of Social Sciences

e-mail: sibel.camdibi@usr.aku.edu.tr

**Özcan ZORLU** 

Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi / Prof. Dr., Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism

e-mail: ozcanzorlu@aku.edu.tr

### **Özet**

Afyonkarahisar ili Ayazini bölgesi zengin tarihi ve yerel kültürü ile ön plana çıkan noktalardan birisidir. Bölgedeki turistik değerlerin ve yerel kültürün tanıtımında turist rehberlerinin rolü azımsanamayacak derecede büyüktür. Buradan hareketle bu araştırmada Ayazini bölgesinde hizmet sunan turist rehberlerinin yerel kültür tanıtımındaki rollerinin yerel işletmecilerin görüşleri doğrultusunda belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada nitel veri toplama tekniklerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniğini kullanılmış ve bu kapsamda Ayazini bölgesinde hizmet sunan 11 adet yerel işletmeci ile yüzyüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler ise MAXQDA 20 nitel analiz programında analiz edilmiştir. Tanımlayıcı analizler sonrası dört tema altında gerçekleştirilen kapsamlı incelemeler sonucunda Ayazini'nde görev alan turist rehberlerinin yerel kültürün tanıtımı ve korunması için çaba sarf ettiği belirlenmiştir. Diğer yandan görüşmelerde turist rehberlerinin Ayazini bölgesine sadece geçiş güzergâhı olarak uğramamaları gerektiği, özellikle Ayazini bölgesi için özel turlar düzenleyerek gelmeleri gerekliliği saptanmıştır. Araştırmada elde edilen bir diğer önemli bulgu ise turist rehberlerinin Ayazini yerel kültürünü öğrenmeye hevesli oldukları ve tura katılan bireylere yerel kültürün deneyimlenmesi için boş zaman sağlama gayreti içerisinde olduklarıdır. Turist rehberlerinin yerel kültüre ait olguları öğrenme adına esnafa ve köylülere sorular sorması, yerel halk ile iletişimde yapıcı bir rol üstlenmeleri de araştırmanın diğer önemli sonuçlarıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Yerel Kültür, Kültür Elçisi, Ayazini.

## **Determining the Effects of Tourist Guides on the Promotion of Local Culture: A Research on Local Businesses Operating in Afyon Ayazini**

### **Abstract**

The Ayazini region of Afyonkarahisar is one of the prominent visiting areas, and it has a rich history and local culture. Tourist guides' role in promoting the region's touristic values and local culture is considerable. From this perspective, this research aims to identify the roles that tourist guides play in promoting local culture in the Ayazini region based on the opinions of local operators. The semi-structured interview technique, one of the qualitative data collection techniques, was used in data gathering. In this context, face-to-face interviews were held with 11 local operators providing services in the Ayazini region. The gathered data was analyzed in the MAXQDA 20 qualitative analysis program. As a result of comprehensive examinations conducted under four themes after descriptive analyses, it was determined that the tourist guides working in Ayazini tried to promote and protect the local culture. Conversely, the interviews uncovered that tourist guides should use more than just the Ayazini region as a passageway but should also plan and organize specialized tours specifically designed to meet the region's unique requirements. Another important finding of the study is that the tourist guides are eager to learn the local culture of Ayazini, and they strive to provide free time for the individuals participating in the tour to experience

\* Bu çalışma, VI. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi'nde sunulan "Turist Rehberlerinin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi: Afyon Ayazini Örneği" başlıklı bildirden geliştirilmiştir.

## Turist Rehberlerinin Yerel Kùltür Tanıtımı Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi: Afyon Ayazini'nde Faaliyet Gösteren Yerel İşletmeciler Üzerinde Bir Araştırma

---

the local culture. Other significant research results are that tourist guides ask tradesmen and villagers questions to learn about local culture and take a constructive role in communication with the local people.

**Keywords:** Tourist Guide, Local Culture, Cultural Ambassador, Ayazini Metropolis.

**Makalenin Künyesi/ Article Information:** Çamdibi, S. & Zorlu, Ö. (2024). Turist Rehberlerinin Yerel Kùltür Tanıtımı Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi: Afyon Ayazini'nde Faaliyet Gösteren Yerel İşletmeciler Üzerinde Bir Araştırma, *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 5 (2), 71-85.



## Giriş

Farklı motivasyonlar doğrultusunda şekillenen turizm deneyimi genel olarak bir turistik destinasyonun fiziksel olarak ziyaret edilmesi ve destinasyonda çeşitli turizm aktivitelerine katılımı kapsamaktadır. Turizm faaliyetine katılan kişiler için deneyim süresi ve içeriği değişkenlik gösterebilmekte iken deneyimin gerçekleştirildiği alanda/yörede kaçınılmaz olarak farklı bir kültür ile etkileşim gerçekleşmektedir. Turist ya da ziyaretçi olarak nitelenen ve turizm deneyimini gerçekleştirilen kişiler bazen aşına oldukları bir kültürü deneyimlerken bazen de hakkında hiçbir bilgiye sahip olmadığı veya kısmen bilgi sahibi olduğu yabancı bir kültür ile etkileşim içine girmektedirler. İlgili kültür hakkında gerekli bilgilerin öğrenilmesi, kültüre aşına olunması noktasında ön plana çıkan turizm görevlileri ise turist rehberleridir. Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (2003) tarafından ziyaretçilere onların tercih ettiği dilde belirli bir bölgenin kültürel ve doğal mirasını aktaran, belirli bir alanda nitelikli bilgiye sahip olan ve resmî kurumlarca tanınmış kişi olarak tanımlanan turist rehberleri, görev yaptıkları destinasyonda çok sayıda önemli roller ile birlikte kültür temsilciliği rolü de üstlenmektedirler. Bu bağlamda turist rehberlerinin yerel kültür hakkında bilgiler sunması ve yerel kültürü etkin bir şekilde tanıtmaları beklenmelidir. Bu gerçekten hareketle, Afyonkarahisar ilinin son dönemde gözde destinasyonlarından biri olan Ayazini'nde hizmet sunan turist rehberlerinin yerel kültürün tanıtımında önemli görevler üstlendiği öngörülmektedir. Nitekim, Ayazini bölgesinin turistik çekiciliği arttıkça bölgeye yönelik rehberli tur sayısı da artış göstermekte ve ziyaretçiler bölgeye ilişkin bilgileri genel olarak rehberlerden edinmektedirler. Bölgenin artan turistik çekiciliği ve rehberli tur sayısındaki yükseliş ivmesine rağmen ilgili konuda henüz bir akademik çalışma gerçekleştirilmemiş olmaması bu çalışmanın gerçekleştirilmesindeki ana motivasyon unsurudur. Buradan hareketle bu çalışmada Ayazini bölgesinde hizmet sunan turist rehberlerinin yerel kültür tanıtımındaki rollerinin yerel işletmecilerin bakış açısı ile değerlendirilmiştir. Araştırmada yerel işletmecilerin yerel kültürü en iyi bilen taraflardan biri olması çalışma gurubu olarak belirlenmelerinin temel sebebidir. Araştırma amacı doğrultusunda yarı yapılandırılmış görüşmeler ile elde edilen veriler doğrultusunda turist rehberlerinin Ayazini bölgesindeki yerel kültürün tanıtımında etkin rol oynadıkları, yerel kültürü öğrenme noktasında oldukça hevesli oldukları, yerel kültürün tanıtımı amacıyla mümkün olduğunca ziyaretçilere boş zaman sağladıkları gibi önemli bulgular elde edilmiştir. Bu bağlamda Ayazini bölgesinde hizmet sunan turist rehberleri aynı zamanda bir kültür elçisi gibi hareket ederek yörenin tanıtımına önemli bir katkı sağlamaktadırlar.

## Kavramsal Çerçeve

Turizm faaliyetlerinin temel bir bileşeni olan ve turizmin gelişimi ile ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olan turistik çekicilikler, turistlerin temel ilgi noktasını oluşturan ve onları destinasyona çeken yerler, insanlar, olaylar ve diğer ilgi çekici hususlardır. Doğal ve kültürel alanlar, tarihi yerler, anıtlar, hayvanat bahçeleri ve avlak alanları, akvaryumlar, müzeler ve sanat galerileri, bahçeler, mimari yapılar, tema parkları, spor tesisleri, festivaller ve etkinlikler, yaban hayatı ve insanlar turistik çekiciliklere ilişkin en yaygın örneklerdir (Benckendorff, 2016). Bu bağlamda turistik çekicilikler turist deneyimini kolaylaştırmak için oluşturulan veya turistin beğenisini kazanacak şekilde dönüştürülen turistik ürün ve kaynaklardır (Navarro, 2015). Turistik çekicilikler destinasyonların gelişimi ve başarısı için önemi yadsınmaz bir gerçeklik (Leask, 2003) olup, destinasyonların sahip olduğu özgün değerler/eserler vb. ile anlam kazanmaktadır. Bununla birlikte geçmişten günümüze turistlerin değer yargılarının değişmesine bağlı olarak sorumlu turizm, alternatif turizm, yeşil turizm, sürdürülebilir turizm gibi yeni konseptler ön plana çıkmış ve turistlerin ihtiyaçlarına/taleplerine daha fazla odaklanılmıştır (Reisinger, 2009). Kitle turizminden sürdürülebilir turizme doğru geçişin somut olarak gözlemlendiği bu süreçte seyahat motivasyonlarında kültürün önemi de giderek artmıştır. Nitekim belirli bir yerin kültürüne özel önem atfedilen ve bu kapsamda bir destinasyonun genel

kültürü ya da etnik kültürünün deneyimlenmesini kapsayan kültür turizmi faaliyetlerinde, destinasyon kültürü ile birlikte müzeler, sanat galerileri, tarihi alanlar, festivaller ve görsel sanatlar birer turistik çekicilik olarak değerlendirilmektedir (Smith, 2015). Kültür turizminde temel ilgi noktalarından birisi de yerel kültürdür. Özellikle belirli bir destinasyonun kendine özgü yerel kültüre sahip olması turistler için önemli bir çekicilik unsurudur (Reisinger, 2009).

Sosyal etkileşim yoluyla edinilen ve grup/toplum üyeleri tarafından kabul edilen sosyal miras olarak ifade edilebilen kültür, nesilden nesile aktarılan ve bu sebeple kolaylıkla değiştirilemeyen bir olgudur. Bir bütünü ifade eden kültür olgusunda alt kültür ya da yerel kültür temel olarak belirli bir yerdeki/alandaki büyük topluluklar tarafından paylaşılan toplumsal varsayımlardan oluşmaktadır (Fredin & Jogmark, 2017). Çüçen (2005) ise yerel kültürü bir zaman diliminde aynı bölgede yaşayan belli insan grubuna ait değerler olarak tanımlamaktadır. Dışa açık kültürlerde farklı kültürler ile etkileşim sebebiyle gelenekselleşmiş olan davranış kalıpları zaman içerisinde değişmektedir. Bu bağlamda kültür ve özelinde yerel kültür durağan bir unsur olmayıp dinamik bir özellik göstermektedir (Stihl, 2024). Karşılaşılan çeşitli sorunları ve/veya zorlukları uygun ve doğru bir şekilde çözmek için kullanılan yerel kültür, önceki nesillerden ve bir yerdeki çevreye ve bir topluluğa ait diğer topluluklara ilişkin deneyimlerden gelen bir dizi bilgi ve iyi uygulama bütünüdür. Her bölge için kalkınma potansiyeli barındıran yerel kültür turizm gelişimi bağlamında insan yaratıcılığının ekonomik değeri olan bir parçası konumundadır (Wimbrayardi vd., 2021). Nitekim, kitle turizminin getirdiği değişiklikler, yerel halkı, turizm planlaması ve turistik bölgenin geliştirilmesi ile ilgili çalışmalarda aktif olarak rol oynamaya zorlamaktadır (Jamal & Getz, 1995). Bu noktada yerel kültür bir turizm destinasyonu için hem daha değerli olma ve buna bağlı olarak daha fazla turizm talebi yaratma potansiyeli (Wimbrayardi vd., 2021) hem de destinasyonda toplum temelli turizm gelişimi için önemli bir fırsat sunmaktadır (Giampiccoli & Kalis, 2012). Bununla birlikte yerel kültürden fayda sağlanabilmesi için turizm faaliyetleri ile yerel kültüre ait değerlerin uyumlu olması gereklidir. Turizm faaliyetleri ile yerel kültür uyumunun bozulması durumunda destinasyonda sosyo-kültürel yapının bozulması, hatta yok olması riski bulunmaktadır. Bu sebeple turizm faaliyetleri ve yerel kültür arasında karşılıklı bir ilişki kurulmalıdır. Bu açıdan ele alındığında turizm faaliyetleri yerel kültürün özgünlüğünün korunması yönünde uygulamalar gerçekleştirirken, yerel kültür ise turizm faaliyetlerini zenginleştirme unsurudur (Kalem & Deniz, 2018).

Turistlerin destinasyona gelişinden ayrılışına kadar onlarla en fazla zaman geçiren taraflardan olan turist rehberleri turistik değerlerin doğru ve güvenilir bir şekilde aktarılmasında ve yorumlanmasında bir kültür elçisi gibi rol oynayan, kaliteli ve otantik deneyimler yaşanmasına aracı olan, doğal, tarihi ve kültürel miras unsurlarının yaşatılmasında, korunmasında, sürdürülmesinde ve gelecek kuşaklara aktarılmasında sorumluluğu olan, yerel halk ve turistler arasında köprü kuran kişilerdir (Karacaoğlu & Yolal, 2019). Herhangi bir turizm destinasyonundaki kültürel varlıkların tanıtılması, korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması konusunda kilit rol oynayan turist rehberleri (Şahin & Yıldırım, 2020), ziyaret edilen yerler hakkında sahip oldukları nitelikli bilgiler ile turistlere yerel kültür hakkında bilgilendirme yapmakta, yerel kültürü tanıtmakta ve yorumlamaktadırlar (Pu vd., 2023). Turist rehberlerinin kültür temsilciliği rolü olarak da nitelenen bu süreçte, turist rehberleri ilk olarak grubun kültürlerarası anlayış düzeyini tespit etmekte, sonrasında yerel kültürleri öğrenme ve onlarla etkileşim kurma konusundaki motivasyonlarını ve ilgi düzeylerini değerlendirerek etkin iletişim ile birlikte yerel kültürlerle anlamlı ve akılda kalıcı şekillerde etkileşim kurma fırsatları sağlamaktadırlar (Weiler & Yu, 2007). Turist rehberlerinin yerel kültürün tanıtımına yönelik bu tür faaliyetleri turistlere ilgi çekici bir yeri deneyimleme, yerel kültürü anlama, yerel faaliyetlere katılma, orada nasıl davranacaklarını tahmin etme (Rabotic, 2010) ve yerel kültürün

hangi yönleriyle ilişki kuracakları konusunda fikir verme (Aslan & Çokal, 2016) yönünde katkı sağlamaktadır. Turist rehberleri tarafından yerel kültürün yorumlanması ise esas olarak turistler için yabancı bir kültürün onların aşına olduğu kültürel bir dile çevrilmesini ifade etmektedir (Cohen, 1985). Nitekim bir bölgeyi rehber eşliğinde ziyaret eden turistler genellikle rehberin yerel giysiler, yerel müzik ve danslar, yerel yiyecekler ve bunların hazırlanışı, görgü kuralları ve gelenek-göreneklere hakkında bilgi vermesini beklerler (Pond, 1993). Bu bağlamda özellikle kültür amaçlı seyahatlerde gidilen bölgeleri en iyi şekilde anlamak ve öğrenmek ancak turist rehberleri aracılığı ile mümkün olmaktadır (Aslan & Çokal, 2016). Turist rehberleri bu noktada hem turistlerin deneyimlerinin geliştirilmesinde hem de yerel kültür ve turistler arasında da kültür arabuluculuğunun sağlanmasında doğrudan rol oynamaktadırlar (Yu vd., 2002).

## Yöntem

Afyonkarahisar ili Ayazini Metropolisinde hizmet sunan turist rehberlerinin yerel kültür tanıtımındaki etkilerinin belirlenmesini amaçlayan bu çalışmada detaylı verilerin elde edilebilmesi için nitel veri toplama tekniklerinden biri olan yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Turist rehberlerinin yerel kültürün tanıtımındaki rolü, turlara katılan ziyaretçilerin görüşleri ile değerlendirilebilmekle birlikte, bölgede yaşayan ve yerel kültürün bir parçası konumunda olan yerel işletmelerin sahiplerinden çok daha sağlıklı veri elde edileceği öngörülmüştür. Bu sebeple çalışmanın çalışma grubu olarak Ayazini Metropolisinde faaliyet gösteren yerel işletmelerin sahipleri belirlenmiştir. Afyonkarahisar ilinin gözde ziyaret noktalarından biri olan Ayazini’nde yerel işletme sayısı görece az olduğu için bütün yerel işletme sahiplerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın gerçekleştirildiği 9 Şubat- 7 Mart 2024 tarihleri arasında, ilk olarak muhtarlık ile görüşülerek bölgede 38 adet işletmenin olduğu belirlenmiştir. Bu işletmeler genel olarak iki kategoride toplanmakta olup, işletmelerin çok büyük bir çoğunluğu yiyecek-içecek hizmeti sunmaktadır. Geri kalan üç-dört yerel işletme ise hediyelik eşya dükkânı şeklinde faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte veri toplama sürecinin gerçekleştirildiği tarihlerde iklim koşulları ve buna bağlı olarak turist sayısının azlığı sebebiyle 18 işletmenin açık olduğu belirlenmiştir. Söz konusu işletmelerden 15’ine ulaşılabilmiş ve 11 işletmeci çalışmaya katkı sağlamayı kabul etmiştir. Görüşmeler sürecinde sekizinci katılımcıdan itibaren verilerin büyük oranda benzerlik gösterdiği saptanmış olmakla birlikte çalışmaya katkı sağlamayı kabul eden 11 işletmeci ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formunda dördü tanımlayıcı sekizi yerel kültür ile ilgili olmak üzere toplam 12 adet soru bulunmaktadır. Görüşme formunda yer alan tanımlayıcı sorular cinsiyet, Ayazini’nin yerlisi olup olmama durumu, Ayazini’nde esnaflık yapma süresi ve sunulan ana ürünler gibi hususları kapsamaktadır. Turist rehberlerinin yerel kültürün tanıtımındaki rolüne ilişkin kısımda ise turist rehberlerinin yerel işletmeciler ile iletişim düzeyi, yerel kültürü öğrenmeye yönelik heveslilik durumları ve bu yöndeki girişimleri, turlarda yörenin önemli tarihi ve kültürel değerlerini gösterme düzeyleri, yerel kültür hakkında kapsamlı anlatımlar yapma durumları ve bu kapsamda örf ve adetlerin aktarılma düzeyi, turistlere yerel kültürü deneyimleme için boş zaman sağlama durumları, yerel kültürün korunmasına yönelik gerçekleştirdikleri girişimler, Ayazini ve yerel kültürü hakkında olumsuz bilgilendirme veya yorum yapma durumları, olumsuz anlatım ve yorumlarda esnafın tepki mekanizması gibi sorular yer almaktadır. Görüşme formunda yer alan “Ayazini’nin yerel kültürünün tanınması için turist rehberleri neler yapmalı, nasıl davranmalı?” sorusu ile de turist rehberlerinin yapması gerekenler yerel işletmecilerin bakış açıları ile değerlendirilmiştir. Görüşme formunda yer alan sorular için kapsamlı bir literatür incelemesi gerçekleştirilmiş ve konu ile ilgili olduğu saptanan (Aslan & Çokal, 2016; Fredin & Jogmark, 2017; Karacaoğlu & Yolal, 2019; Pond, 1993; Salazar, 2005; Yu, Weiler & Ham, 2002) metinlerden yola çıkılarak çalışmacılar tarafından sorular oluşturulmuştur. Görüşme formuna son şekli verilmeden önce Afyon Kocatepe Üniversitesi

Turizm Fakültesi'nde görev yapan ve bölgede rehberlik hizmeti sunan üç rehber akademisyenden sorulara ilişkin görüş belirtmeleri istenmiştir. Görüşmeler, katılımcıların onayı alınarak ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir.

Araştırma verilerinin analizi sürecinde ilk olarak ses kayıtlarının metne dönüştürülmesi (decoding) işlemi gerçekleştirilmiştir. Metne dönüştürülen veri seti araştırmacılar ve iki uzman tarafından incelenerek açık (metnin doğrudan anlamından çıkarım yapma) ve gizli içerik kodlaması (metin yoluyla esas anlatılmak isteneni belirleme) ile temalar belirlenmiştir. Veri setini inceleyen uzmanlar aynı zamanda görüşme formunun oluşturulması sürecinde görüş alınan rehber akademisyenler olup, hem akademik bağlamda nitel analiz bilgisine hem de rehber oldukları için meslek bilgisine sahiptirler. Araştırmada verilerinin geçerliliği için uzmanlar tarafından gerçekleştirilen kodlama ile araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen kodlamalar arasındaki benzerlik oranı dikkate alınmıştır. İlgili uygulama sonucunda uzmanlar ve araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen kodlamalar ve belirlenen temaların büyük oranda benzerlik gösterdiği saptanmış ve araştırmada nihai olarak dört tema belirlenmiştir. Araştırma temalarının belirlenmesini müteakip veri seti ham şekli ile Maxqda programına aktarılmıştır. Maxqda programına aktarılan veriler tekrar tekrar okunarak temalar ile ilgili metinler kodlanmış, Kelime Bulutu Örüntüsü, Tema ve Kodlara İlişkin Frekans Değerleri oluşturulmuştur. Veri analizinin son aşamasında ise her bir tema, tema altındaki kodlar doğrultusunda incelenerek araştırma bulguları elde edilmiş ve bulgular doğrultusunda çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

### Verilerin Analizi, Bulgular ve Yorumlanması

Araştırma verilerinin analizinde ilk olarak veri elde etme amaçlı ulaşılan ve kendileri ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilen Ayazini Metropolisinde faaliyet gösteren yerel işletmelerin sahiplerine yönelik demografik bilgiler incelenmiştir. Bu kapsamda temel olarak cinsiyet, Ayazini'nin yerlisi olup olmama durumu, Ayazini'nde esnaflık yapma süresi gibi değişkenler ele alınarak değişkenlere ait bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1'den görüldüğü üzere katılımcıların beşi kadın (%45,45), altısı ise erkektir (%54,55). Diğer yandan katılımcıların yalnızca ikisi Ayazini dışından olup, 9 katılımcı (%81,81) Ayazini köyünde doğup büyüyen ve günümüzde işletme sahibi olan kişilerdir. Araştırma kapsamında görüşme gerçekleştirilen iki işletmeci ise Ayazini'ne yakın bölgede doğmuş ve Ayazini yerel kültürüne hâkim olan yerel işletmeciler konumundadır.

**Tablo 1.** Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Ayazini'nin yerlisi olup olmama durumu		Ayazini'nde esnaflık yapma süresi
		Yerli	Yabancı	
Katılımcı 1	Kadın	+		4 yıl
Katılımcı 2	Erkek	+		2 yıl
Katılımcı 3	Erkek	+		4 yıl
Katılımcı 4	Kadın		+	2 yıl
Katılımcı 5	Erkek	+		2 yıl
Katılımcı 6	Erkek	+		3 yıl
Katılımcı 7	Erkek	+		3 yıl
Katılımcı 8	Erkek	+		3 yıl
Katılımcı 9	Kadın	+		3 yıl
Katılımcı 10	Kadın		+	2 yıl
Katılımcı 11	Kadın	+		3 yıl

Tablo 1'de dikkati çeken bir diğer husus katılımcıların esnaflık yapma sürelerinin oldukça kısa olmasıdır. Bu durumun temel sebebi yörenin turizm açısından son yıllarda gelişim göstermesi ve buna paralel olarak işletmelerin açılış tarihlerinin çok eski olmamasıdır. Nitekim tabloya

göre, iki katılımcı dört yıldır, beş katılımcı üç yıldır ve dört katılımcı iki yıldır Ayazini bölgesinde esnaflık yapmaktadır. Araştırma verilerinin kapsamında katılımcılara tanımlayıcı sorular sorularak daha kapsamlı bilgi elde edilmesi amaçlanmıştır. İlgili sorular sonucunda yerli olduğunu belirten dokuz adet katılımcının kendi evlerinin altına işletme açtıkları, iki katılımcının (yerli olmayan) ise işyeri için kiralama yaptığı saptanmıştır. Yerli olmayan esnafın anne kız olarak iki farklı işletmeleri olduğu ve daha önce belirtildiği üzere Afyonun başka bir ilçesinden ticaret amaçlı Ayazini bölgesine geldiği belirlenmiştir. Araştırma kapsamında katılımcılara işletmelerinde ne tür yiyecek içecek servis ettikleri de sorulmuştur. Katılımcılardan alınan bilgilere göre hemen hemen her işletmede Ayazini bölgesinde meşhur olan haşhaşlı katmer, gözleme ve sucuk ekmek sunulduğu saptanmıştır. Diğer yandan işletmelerde sadece çay, kahve ve sıcak-soğuk meşrubatların sunulduğu, fakat Ayazini bölgesine özgü bir içeceğin olmadığı gözlenmiştir. Hediyeelik eşyalar bağlamında ise genelde Ayazini bölgesinin ismini taşıyan magnetler ve yöreye hitap eden süs eşyalarının satıldığı belirlenmiştir.

Veri analizinin bir sonraki aşamasında görüşmelerden elde edilen veri setinde ön plana çıkan kavramları saptamak amacı ile Kelime Bulutu Örüntüsü elde edilmiştir. Şekil 1’de yer alan örüntüden de görüleceği üzere, görüşmelerde en sık kullanılan kavramlar arasında “turist”, “yerel”, “rehberler(i)”, “Ayazini”, “kültür/kültürü” gibi araştırmanın amacına hizmet eden kelimeler bulunmaktadır. Bunun yanı sıra tanıtım ile yakından ilişkili olan “bilgilendirme”, “bahsediyorlar”, “gösteriyorlar”, “tanınması”, “soruyorlar” gibi kelimelerin de örüntü de yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda görüşmelerin araştırma amacına uygun olarak gerçekleştirildiği öne sürülebilir.



Şekil 1. Kelime Bulutu Örüntüsü

Şekil 1’de yer alan Kelime Bulutu örüntüsünde ön plana çıkan kavramlara ilişkin temel frekanslar incelendiğinde “turist” frekansının 118, “yerel” frekansının 99, “rehberler(i)” frekansının 88 ve “Ayazini” frekansının 82 olduğu görülmektedir. İlgili kavramlar aynı zamanda frekans tablosunda ilk dört sırayı almaktadır. Araştırmada veri analizine tema-kod frekans analizi ile devam edilmiş ve bulgular Tablo 2’de sunulmuştur. Tablo 2’den de görüldüğü üzere görüşmeler sürecinde elde edilen bilgilere bağlı olarak en sık kullanılan kod yerel kültürün tanıtımı teması altında yer alan yerel kültür hakkında bilgi (n: 25) kodudur. İlgili kodu yine aynı tema altında yer alan yerel yönetimlere ve işletmelere öneriler (n: 18) ve rehberler için öneriler (n: 15) kodları izlemektedir. Diğer yandan yerel kültürün korunması teması altında yer alan korumaya yönelik faaliyetler kodunun frekansı 15, rehberin yerel kültürü



öğrenme hevesi kodunun frekansı ise 14'tür. Frekans tablosunda en az frekansa sahip kod 3 ile yerel kültürün korunması teması altında yer alan rehberlere yönelik önerilerdir.

**Tablo 2.** Kod-Tema Frekans Tablosu

Temalar	Kodlar	f	%
Rehber yerel halk iletişimi	İşletmeler ile olan iletişim	13	9,03
	Turist-yerel halk iletişiminde köprü vazifesi	4	2,78
Rehberlerin yerel kültürü öğrenme hevesi	Rehberlerin yerel kültürü öğrenme hevesi	14	9,72
Yerel kültürün tanıtımı	Genel tanıtım faaliyetleri	13	9,03
	Boş zaman sağlama	13	9,03
	Olumsuz tanıtımlar	10	6,94
	Rehberler için öneriler	15	10,42
	Yerel kültür hakkında bilgi	25	17,36
	Yerel yönetimlere ve işletmelere öneriler	19	13,19
Yerel kültürün korunması	Korumaya yönelik faaliyetler	15	10,42
	Rehberlere yönelik öneriler	3	2,10
<b>TOPLAM</b>		<b>144</b>	<b>100</b>

Tablo 2'de yer alan kodlar ana tema ile bağlantılı açıklamaları içeren metinlerin gruplandırılması ile ortaya çıkmıştır. Örneğin, rehber yerel halk etkileşimi altında verilen "işletmeler ile iletişim" kodu turist rehberinin yerel işletmelerin sahipleri veya çalışanları ile olan iletişim düzeyi ve içeriğini ifade etmektedir. Diğer yandan yerel kültürün tanıtımı teması altında yer alan "yerel yönetimlere ve işletmelere öneriler" kodu araştırma kapsamında görüşleri alınan yerel işletmecilerin Ayazini yerel kültürünün daha etkili tanıtımı için muhtarlık, belediye, kaymakamlık, valilik gibi resmi kurumlar ile diğer işletmelerden temel beklentilerini açıklamaktadır. Yerel kültürün korunması teması altında yer alan "korumaya yönelik faaliyetler" kodu genel olarak yerel halk, yerel işletmeciler, turist rehberleri gibi temel paydaşların mevcut çabalarını açıklarken, "rehberlere yönelik öneriler" kodu temel olarak yerel kültürün korunması sürecinde turist rehberlerinden beklentileri ifade etmektedir.

Afyon Metropolis (Ayazini) örneği özelinde turist rehberlerinin yerel kültür üzerindeki etkilerinin belirlenmesini konu alan bu çalışmada, araştırma bulguları açık ve gizli içerik kodlaması sonucunda oluşturulan temalar doğrultusunda incelenmiştir. Bu bağlamda çalışmada dört tema belirlenmiş ve ilgili tema altındaki kodlar metinlerinden elde edilen bulgular doğrultusunda incelenerek yorumlanmıştır.

### Yerel Kültürün Korunması Temasına İlişkin Bulgular

Araştırma bulgularının yorumlanması kapsamında ilk olarak yerel kültürün korunması teması incelenmiştir. Tema kapsamında "rehberlere yönelik öneriler" ve "rehber sorumlulukları" olmak üzere iki kod belirlenerek veri seti kapsamlı olarak değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonuçlarına göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu (n: 9) Ayazini bölgesinde yerel kültürün korunmadığını belirtmekte iken küçük bir kısmı ise korunduğunu belirtmektedir.

Nitekim, Katılımcı 8 "Yerel kültürümüzden bahsettiklerini görmedim, duymadım. O rehberler ne biliyor da ne anlatacak ki?" sözleriyle turist rehberlerinin yerel kültür hakkında bilgi sahibi olmadıklarını, dolayısıyla yerel kültürün korunmadığını belirtmektedir.

Diğer yandan 7 katılımcı rehberlerin yerel kültür hakkında çok fazla bilgi sahibi olmadığı ve yanlış bilgilendirme yaptıkları yönünde görüş belirtmişlerdir.

Katılımcı 7 bunu destekleyecek şekilde şunları ifade etmiştir; "İlk önce güzel bir tanıtım yapmaları gerekiyor. Bazen de yanlış bilgi veriyorlar bunu yapmasınlar."



Katılımcı 2 ise turist rehberlerinin yerel kültürün korunması çabasında olduğunu, fakat yerel kültürün zamanla yok olduğunu “*Bahsediyorlar, şöyle şu anda eski yöre adetleri yok. Eski köy hali yok, giyim tarzı olsun, yeme tarzı olsun bunlara çok uymuyorlar ama yine de tanıtmaya çalışıyorlar yani ellerinden geldiğince*” ifadesiyle belirtmiştir.

### **Yerel Kültürün Tanıtımı Temasına İlişkin Bulgular**

Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ışığında ikinci tema yerel kültür tanıtımı üzerine oluşturulmuştur. Tanıtım teması altında genel tanıtım faaliyetleri, boş zaman sağlama, olumsuz tanıtımlar, rehberler için öneriler, yerel kültür hakkında bilgi, yerel yönetimlere ve işletmelere öneriler şeklinde altı ayrı kod oluşturularak detaylı incelemeler yapılmıştır. Yerel kültürün tanıtımında katılımcılar yerel yönetimlere ve işletmelere öneriler kodu kapsamında bazı önerilerde bulunmaktadır.

Örneğin katılımcı 4 “*Tur paketleri, oteller genel konulara da değindim ama buraya turist rehberinin sürekli gelebilmesi için buranın tur paketlerinin olması lazım. Buraya yurt dışı yurt içi misafirlerin geliyor olması lazım*” şeklinde bir öneri sunmuştur.

Katılımcılar Ayazini bölgesinin tanıtılması gerektiği ve bu tanıtımın sadece rehberler tarafından değil de yerel yönetimler tarafından yapıldığında daha etkili olacağını öngörmektedirler. Yerel yönetimlere öneriler getiren Katılımcı 1, 2, 3, 4 ve 9’dan diğerlerine göre daha fazla ön plana çıkanlar ise;

“Katılımcı 1: “*...Bence bol bol tanıtım yapılmalı, ilk başta bizim köy olarak eksiğimiz yani tek rehberler olarak değil ama genel olarak hani bir tanıtım eksiğimiz var...*”

Katılımcı 2: “*...Devlet kanalıyla reklam yapılması gerekiyor. Rehberler geliyor ayda 5 rehber geliyor, 5 rehber ne kadar tanıtılabilir ama komple reklam yapılırsa devlet tarafından tanınmış olsa burası daha iyi ilerler. Bizim belediyeden ulaşım geliyor okul çocuklarına. ANS kampüsünden gelse öğrencileri buraya getirirse daha iyi olur...*”

Katılımcı 3: “*...En çok şu konuda sıkıntı yaşıyoruz Vali yardımcılarında da Kaymakama da söylüyoruz buraya gelen yerli turist dahi navigasyondan Ayazini’ni bulamıyoruz diyorlar navigasyonda Ayazini yazıldığında başka ili tarif ediyor başka yere gidiyoruz diyorlar. Bu konuda gelen turistten şikâyet çok fazla, çok duyuyoruz. Biz burayı bulamadık tesadüfen geldik diyorlar haritalardan Ayazini’nin yeri düzeltilmesi gerekiyor. Buraların daha çok reklama tanıtılmaya ihtiyacı var yurt dışı bizi daha bilmiyor...*” şeklindedir.

Rehberler için öneriler incelendiğinde ise katılımcıların çoğunluğu (n: 8) rehberlerin Ayazini bölgesi hakkında daha kapsamlı bilgiler edinmesi gerektiği yönünde öneride bulunmaktadır.

Katılımcı 8’in “*İlk önce bizim burayı çok iyi bilmeleri lazım. Çok iyi bir tanıtımları lazım ki en azından buraya katılım daha fazla olması gerekiyor. Yani bazı yerleri rehberler bilmiyor zaten arabanın vardığı yerlere veya ulaşabildikleri yerleri gezdiriyor rehberler daha değerli yerleri de görmeden gidiyorlar.*” şeklindeki ifadesi bu görüşleri destekler niteliktedir.

Yerel kültürün tanıtılmasında rehberler tarafından olumsuz tanıtım olmadığı görüşleri aşağıdaki şekildedir;

Katılımcı 1: “*... Hiç öyle duymadık olsa da biz karşı koyup hani olumsuz yönde kimseyi bilinçlendirilmesini istemedik. Tepkimizi verirdik tabii...*”

Katılımcı 3: “...Yani pek yanlış yönlendirme olumsuz bilgilendirme pek olmadı öyle bir duruma daha denk gelmedik çok şükür inşallah da olmaz. Hepimiz memnunuz rehberlerden...”

Katılımcı 9: “...Ben hiç öyle bir şey görmedim yani. Kötü yorum duymadım hiç...”

Katılımcı 11: “...İşte bu durumda esnaf olarak öyle bir yoruma denk gelmedim. Kötü yorumda bulunacaklarını da zannetmiyorum yani tabii ki tepki veririz...”

Turist rehberlerinin olumlu yönde tanıtım yaptığına ilişkin ifadeler çoğunlukta olmakla birlikte az sayıda olumsuz görüş de bulunmaktadır.

Örneğin Katılımcı 4 “Yani şöyle bununla ilgili yerli bir rehber arkadaş var onun yaptığı bir yanlış bilgilendirme var. Bir iki bilgilendirme kulağımıza geldi hatta Kaymakamlık da bir yanlış bilgilendirme yönlendirme yapmayın diye uyarılmış” şeklinde görüş belirtmiştir.

Ayazini bölgesine gelen turistlerin yerel kültürü tanınmasında rehberler, yerli halk ve esnafın yardımlarıyla birlikte ziyaretçilerin bireysel olarak deneyim elde etmeleri adına boş zaman sağlamalıdır. Bu kapsamda bazı katılımcılar turist rehberlerinin bazılarının Ayazini bölgesine gelen turistlere boş zaman sağladığını, bazıları katılımcılar ise rehberlerin sağlamadığını veya sağlanan boş zamanın yeterli olmadığını belirtmiştir. Turist rehberlerinin genelde başka bir bölgeden geçerken Ayazini bölgesine tur getirmelerinden kaynaklı yerel kültür hakkındaki bilgiye detaylı olarak hâkim olunmadığı görüşü yoğun bir şekilde ifade edilmiştir.

Katılımcı 11’in “Yani örf ve adetlerinden bahsettikleri düşünmüyorum. Çünkü başka yerlerden geldikleri için. Ama onların da köyümüz hakkında bilgi edinmelerini öneririz. Tabii sadece Frigler döneminden kalan eserleri bildikleri için sadece Frigler’den bahsediyorlar köyümüz hakkında bilgi edindiklerini zannetmiyorum” ifadesi diğer katılımcıların görüşlerine özet niteliğindedir.

### **Rehberlerin Yerel Kültürü Öğrenme Hevesi Temasına İlişkin Bulgular**

Veri setinde yer alan bilgiler rehberlerin yerel kültürü öğrenme hevesi teması altında incelendiğinde alt kodlama yapılmadan tema özelinde bilgiler verildiği belirlenmiş ve rehberlerin yerel kültürü öğrenmeye oldukça hevesli oldukları saptanmıştır. Katılımcılar rehberlerin bu kapsamda yerel halkın bir gününü nasıl geçirdiği, geçimini nasıl sağladığı, esnaflık haricinde başka bir meslekleri olup olmadığı gibi sorular sorduklarını ifade etmişlerdir.

Örneğin, Katılımcı 1 “...Hani bilgi olarak onlar daha şey ama. Bu dilden gelen bir hikayeler olduğunda onların merakla soruyorlar. Hani bunu hikayesi ne siz biliyor musunuz bunun tarihini ne siz biliyor musunuz? Onlarda öğrenmek için çabalyorlar...” şeklinde görüş bildirirken,

Katılımcı 2: “...Tabii ki sorarlar yani. Tarlaya ne ekiyorsunuz ne kaldırıyor sunuz sadece burası mı var diyerekten sorular sorarlar...” ve

Katılımcı 3: “...Tabii ki dediğim gibi bizim hakkımızda soruyorlar burada daha önce neyi meşhurdu, mesela anlatımlarımızı soruyorlar bazen eskiden düğünlerimiz bizim çok farklı oluyordu onları soruyorlar. Mesela burada yatırımlarımız var yatırımlarını anlamlarını soruyorlar...” görüşlerini belirtmişlerdir.

Turist rehberlerinin yerel kültürü öğrenme hevesi yüksek olmakla birlikte yerel kültüre ait bilgi düzeylerinin birbirinden farklı olduğuna işaret eden çelişkili yanıtlar olduğu saptanmıştır. Katılımcıların bir kısmı turist rehberlerinin detaylı anlatım yaptığı görüşünde olmakla birlikte bir kısmı ise sadece Frigler hakkında bilgi verdikleri, yerel örf ve adetler hakkında bilgi sahibi olmadıklarından dolayı bilgilendirme yapmadıkları görüşündedirler.

Katılımcı 9'un "*Örf ve adetlerimizi bilmediği için onları anlatmıyorlar.*" ifadesi ve katılımcı 10'un "*Bu yörenin kaç yıllık olduğu kim yaşadığı nasıl yaşadığı hakkında bilgi veriyor.*" ifadesi bu görüşleri destekler niteliktedir.

### **Rehber Yerel Halk İletişimi Temasına İlişkin Bulgular**

Araştırmanın dördüncü teması rehber yerel halk iletişimi üzerine oluşturulmuştur. İlgili tema altında turist-yerel halk iletişimde köprü vazifesi olma ve işletmeler ile olan iletişim olarak iki ayrı kod oluşturulmuştur.

Temaya ait incelemede Katılımcı 1'in "*Bence oluşturabiliyor. Yani iletişim bu konuda iyi sağlanıyor.*" ifadesi ve

Katılımcı 10'un "*Rehber aramızdaki alışveriş için aracılık yapıyor.*" ifadesiyle turist rehberlerinin turist-yerel halk iletişimde köprü vazifesinde bulunduğu görülmektedir.

Turist rehberleri ile işletmeler arasında olan iletişim incelendiğinde ise katılımcıların neredeyse hepsinin turist rehberleriyle güzel iletişime sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda katılımcıların görüşleri aşağıdaki şekildedir;

Katılımcı 1: "*...Bizimle de iletişimleri çok iyi, çok sık geldikleri için artık birbirimizle bir samimiyet oldu. Hem köy hakkında sohbet ediyoruz. Hem dükkanımız hakkında sohbetler ediyoruz....*"

Katılımcı 3: "*...Evet, gerçekten çok güzel sohbet ederler. Aramız çok iyi rehberlerle...*"

Katılımcı 5: "*...İletişim düzeyimiz güzel. Burada oturuyoruz misafirperver ediyoruz. Hatta yeri geliyor evimizde ağırlıyoruz. Ulaşımında problem yaşıyorlar ulaşım sıkıntımız var. Kendi aracımızla götürüyoruz bırakıyoruz Afyon'a veya otopara gidip gelme şanslarını veriyoruz o şekilde yardımcı oluyoruz. Güzel dostluklar kuruyoruz güzel yani...*"

Araştırma kapsamında katılımcılardan elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, alanda hizmet sunan turist rehberlerinin yerel kültürün tanıtımı noktasında gayretli oldukları, bununla birlikte anlatım içeriğinin rehberlere göre farklılık gösterebildiği, nadiren de olsa yanlış bilgilendirmeler yapıldığı, turist rehberlerinin yerel kültürü öğrenme yönünde hevesli oldukları, turist yerel halk etkileşimine mümkün olduğunca katkı sağlamaya çalıştıkları belirlenmiştir. Bu bağlamda turist rehberlerinin Ayazini tanıtımında önemli bir aracı olduğu düşünülmektedir.

### **Sonuç ve Tartışma**

Yerel kültür, toplumun kimliği, değerleri ve gelenekleri üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Turistlerin, ziyaret ettiği her coğrafi bölgenin de kendine özgü kültürel özellikleri bulunmaktadır. Yerel kültür, insanların bir arada yaşadığı ortak bir bağ oluşturur. Bu ortak bağın turistlere aktarımı, daha çok turist rehberleri aracılığı ile gerçekleşmektedir. Turist rehberleri, sadece coğrafi bölgenin içinde barındırdığı somut mirası ele almazlar; aynı zamanda yerel kültürel mirasın aktarımını da sağlamaktadırlar. Buradan hareketle mevcut araştırmada Afyonkarahisar ili Ayazini bölgesinde, turist rehberlerinin yerel kültür tanıtımında ne tür bir rol oynadığı ve bu rolün yerel işletmecilerin bakış açısından nasıl değerlendirildiği incelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre Ayazini bölgesinde turist rehberlerinin yerli halk ile iletişim halinde oldukları, turistlere yerli halkı tanıtması ve birebir iletişime geçmeleri için boş zaman sağlamaları, yerli halkla günlük yaşam tarzları hakkında sohbet etmeleri, merak ettiği ve ilgisini çeken konular hakkında köy halkıyla iletişime geçmeleri; turist rehberlerinin yerel kültürün tanınması ve korunması için çaba sarf ettikleri, yerel işletmecilerin görüşleri doğrultusunda anlaşılmaktadır. Bununla birlikte turist rehberlerinin yerel kültürü gerek işletme sahiplerinden gerek ise yerli köy halkından öğrenmeye çalıştıkları, turist rehberlerinin yerel kültürü öğrenmeye hevesli oldukları sonucunu da ortaya koymaktadır. Yerel işletmeciler bu çaba ve hevesleri turist rehberlerinde gördükleri, fakat bunun yeterli olmadığını ifade etmektedirler. Yeterli olmamasının sebebi ise turist rehberlerinin Ayazini bölgesine özgü düzenlenen bir tur ile gelmedikleri, çoğunlukla geçiş noktası olarak uğradıklarından kaynaklanmaktadır. Bu gerçekten hareketle turist rehberlerinin hizmet verdikleri bölgeleri daha iyi anlamak ve ziyaretçilere daha iyi hizmet vermek için sadece alan bilgisi yeterli olmayıp aynı zamanda yerli halkın; günlük yaşamı, örf ve adetleri, kaybettiği ve korumaya devam ettiği değerleri hakkında bilgi sahibi olması gerektiği görülmektedir. Yerel kültürün verimli ve doğru bir şekilde öğrenilmesinin, turist rehberleri ve yerel halkla mümkün olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Yapılan araştırmanın diğer bir sonucu ise Ayazini bölgesindeki katılımcıların küçük bir kısmının işletme sahipleri ile turist rehberleri arasında yeterince iletişim kurulmadığından bahsetmektedir. Bu sonucun sebebi tekrardan Ayazini bölgesine geçiş güzergâhı olarak uğramaları dolayısıyla yerel halk ve işletmeler ile iletişime geçecek yeterli zamanın olmamasından kaynaklanmaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmının görüşleri incelendiğinde; Ayazini bölgesinde daha fazla uzun zaman geçirme imkanı olan turist rehberleri ile aralarında samimi bir iletişimin gerçekleştiği, bazı turist rehberleri ile teknolojik imkanlar dahilinde uzun süredir dostlukların devam ettiği, yerel halk ve turistler arasında köprü vazifesi kurduğu, turistlere yerel kültürü öğrenmelerinin yanı sıra deneyimlemeleri için imkanlar yarattığı, bölgeye gelen turistlere yerel kültürün etkili bir şekilde tanıtıldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu bağlamda turist rehberleri yerel kültürün tanınması, korunması, sürdürülmesi ve kültürlerarası etkileşimin sağlanması konularında en fazla paya sahiptirler ve tura katılım sağlayan turistlere yerel kültürün aktarılmasında, turist rehberleri kilit bir rol üstlenmektedir.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde turist rehberlerinin Ayazini bölgesinin tanıtımında önemli bir paydaş olduğu açıkça görülmektedir. Araştırmada elde edilen bu temel sonuç turizm sektörü özelinde turist rehberlerinin yerel kültürün tanıtımındaki rolünü ortaya koyan çalışmalar ile uyumludur. Örneğin Rabotić (2010) gerçekleştirmiş olduğu kavramsal çalışmada turist rehberlerinin bir ön bölge çalışanı ve bilgi verici olarak turistler gözünde destinasyonun temsilcileri ve elçileri gibi hareket ettiklerini ifade etmektedir. Araştırmacıya göre turist rehberliği günümüz turizm sektöründe destinasyonların başarılı bir şekilde tanıtılmasında ortaya çıkan önemli faktörlerden biri olarak, destinasyona ekonomik ve sosyal faydalar sağlamaktadır. Glocal (özelliklerini kaybetmeden küreselleşen) turist rehberlerine vurgu yapan Salazar (2005) ise Endonezya'nın güney Java bölgesinde yer alan Yogyakarta şehrindeki yerel turlarda turist rehberlerini gözlemlemiş ve araştırma sonucunda turist rehberlerinin yerel kültürü uluslararası düzeyde tanıtan ön bölge çalışanı olarak günlük faaliyetleri ile yerel kültürü tura katılan farklı milliyetlere sahip ziyaretçilere etkin bir şekilde aktardığını ve daha da ötesi yerel kültürü yeniden şekillendirdiğini ortaya koymuştur. Diğer yandan Aborjin kültürü özelinde yerli turist rehberlerinin rollerini inceleyen Howard, Smith ve Thwaites (2001), yerli tur rehberlerinin rollerindeki en büyük farkın, kaynak yönetimi rolünün yerel kültürel değerleri (hem alan hem de toplum) korumaya ve Aborjin kültürünün çağdaş doğasını yorumlamaya odaklanması olduğunu saptamıştır. Araştırmacıya göre önemli bir tanıtım elçisi olan yerli rehberler yerel kültürel değerleri korumak için verilen bilgiyi sınırlamak

ve erişimi yönlendirmek gibi bir dizi strateji kullanmakta ve böylelikle yerel kültürün metalaşmasını sınırlayan bir bekçi görevi görmektedirler. Kuzey Queensland bölgesindeki rehberli kültür turlarında turist memnuniyetini inceleyen Hughes (1991) turist rehberlerinden temel beklentiler arasında yerel kültürü ön plana çıkaran ilgi çekici anlatıma vurgu yapmaktadır. Turist rehberlerinin Ürdün'deki çeşitli kültürel ürünleri yabancı turistlere anlatmak için farklı yorumlama stratejileri kullandığını ortaya koyan Magablih vd., (2010) Ürdün kültürünün tanıtımında turist rehberlerine önemli görevler düştüğünü ifade etmektedirler.

Bu çalışmada elde edilen bulgular öncelikle Ayazini bölgesinde hizmet sunan ya da sunacak rehberler için yerel kültürün öğrenilmesi ve tanıtımı noktasında katkı sağlamaktadır. Turist rehberleri bu çalışma ile alanda sunmakta oldukları hizmeti yerel işletmeciler gözünden değerlendirme fırsatı bulmuştur. Buna bağlı olarak kendilerine yönelik bir GZFT (güçlü yönler-zayıf yönler -fırsatlar-tehditler) analizi gerçekleştirerek, yerel kültür tanıtımında hangi hususlara daha çok önem vermeleri gerektiği hususunda bir fikir sahibi olabilirler. Diğer yandan araştırmada da belirtildiği üzere yerel kültür hakkında bilgi düzeyinin artırılması bir gereklilik olup, turist rehberleri bu yönde daha fazla çaba sarf etmelidirler. İlgili araştırma aynı zamanda konu ile ilgili benzer çalışmalar için de katkı sağlamaktadır. Turist rehberlerinin yerel kültür tanıtımına etkisi bu çalışmada nitel veriler aracılığı ile değerlendirilmiş ve turist rehberinin hareket tarzı, yerel kültürü öğrenme istekliliği, yerel kültürün tanıtımında rehberlere düşen görevler gibi hususlarda açıklamalar sunulmuştur. Bu bağlamda mevcut çalışma konu ile ilgili bilgi birikimini artırmakta ve araştırmacılara yeni bakış açıları kazanma noktasında belirli ipuçları vermektedir.

Afyon Ayazini bölgesinde mesleğini icra eden turist rehberlerinin yerel kültürün tanıtımı üzerindeki etkilerinin belirlenmesini ele alan bu çalışma sosyal bilimler alanındaki diğer araştırmalar gibi çeşitli sınırlılıklara sahiptir. İlk olarak sadece Ayazini bölgesindeki yerel işletme sahipleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir, Ayazini bölgesinde tura katılan turistlerin görüşleri değerlendirmeye alınmamıştır. Ayrıca araştırma verileri yalnızca nitel araştırma yöntemleri ile elde edilmiş, nicel araştırma tekniklerinden faydalanılmamıştır. Dolayısıyla ilerleyen dönemlerde mevcut çalışmanın da sonuçları dikkate alınarak yöntem, evren ve örneklem değişikliğine gidilerek daha kapsamlı araştırmaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte araştırmada bazı turist rehberlerinin bölge hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı yönündeki bulgu doğrultusunda Ayazini özelinde ve yerel yönetim öncülüğünde bir tanıtım kitapçığının hazırlanarak, basım ve dağıtımının sağlanması önemlidir. Böylece rehberlerde eksik görülen bilgiler tamamlanacaktır.

## Kaynakça

- Aslan, Z., & Çokal, Z. (2016). Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(1), 53-69.
- Benckendorff, P. (2016). Attraction. In: Jafari, J. ve Xiao, H. (ed.). *Encyclopedia of tourism*, pp: 62, Switzerland: Springer International Publishing.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure, And Dynamics of A Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Çuçen, A. K. (2005). Kültür, Uygarlık, Evrensellik ve Çok-Kültürlülük. *Kaygı. Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, 4, 111-115.
- DTÖ (2003). About WFTGA, Definition: What is a Professional Tourist Guide? <https://wftga.org/about/> [Erişim Tarihi: 15.03.2024]
- Fredin, S., & Jogmark, M. (2017). Local Culture as a Context for Entrepreneurial Activities. *European Planning Studies*, 25(9), 1556-1574.
- Giampiccoli, A., & Kalis, J. H. (2012). Tourism, Food, and Culture: Community-Based Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondoland. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, 34(2), 101-123.
- Howard, J., Smith, B., & Thwaites, R. (2001). Investigating the Role of the Indigenous Tour Guide. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 32-39.
- Hughes, K. (1991). Tourist Satisfaction: A Guided "Cultural" Tour in North Queensland. *Australian Psychologist*, 26(3), 166-171.
- Jamal, T. B. & Getz, D. (1995). Collaboration Theory and Community Tourism Planning. *Annals of Tourism Research*. 22(1): 186-204
- Kalem, M. Y. & Deniz, F. Ö. (2018). Turizmin Yerel Halkın Sosyo-Kültürel Yapısına Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 79-91.
- Karacaoğlu, S. & Yolal, M. (2019). Kültürel Mirasın Korunması ve Sürdürülmesinde Turist Rehberlerinin Rolü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 833-847.
- Leask, A. (2003). The Nature and Purpose of Visitor Attractions. In: Fyall, A., Garrod, B. & Leask, A.(ed.). *Managing Visitor Attractions: New Direction* (pp: 5-15), Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Magablih, K., Abulhaiha, L. A. & Saleh, M. A. (2010). Interpretation Strategies Used by Jordanian Tourist Guides to Handle Cultural Specificity in Tourism Material. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 1-12.
- Navarro, D. (2015). Tourist Resources and Tourist Attractions: Conceptualization, Classification and Assessment. *Cuadernos de Turismo*, (35), 481-484.
- Pond, K. L. (1993). *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Pu, P., Cheng, L., Samarathunga, W. H. M. S. & Wall, G. (2023). Tour Guides' Sustainable Tourism Practices in Host-Guest Interactions: When Tibet Meets the West. *Tourism Review*, 78(3), 808-833.

- Rabotic, B. (2010). *Professional Tourist Guiding: The Importance of Interpretation for Tourist Experiences*. In 20<sup>th</sup> Biennial International Congress: New Trends in Tourism and Hotel Management, Opatija (Croatia).
- Reisinger, Y. (2009). *International tourism: Cultures and Behavior*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Salazar, N. B. (2005). Tourism and Glocalization “Local” Tour Guiding. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 628-646.
- Smith, S. (2015). A Sense of Place: Place, Culture and Tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 220-233.
- Stihl, L. (2024). Local Culture and Change Agency in Old Industrial Places: Spinning Forward and Digging Deeper. *European Planning Studies*, 32(3), 586-606.
- Şahin, S. & Yıldırım, H. U. (2020). Turist Rehberi Adaylarının Kültür Varlıklarına Yönelik Bilgi Düzeyleri ve Tutumları. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 120-136.
- Weiler, B. & Yu, X. (2007). Dimensions of Cultural Mediation in Guiding Chinese Tour Groups: Implications for Interpretation. *Tourism Recreation Research*, 32(3), 13-22.
- Wimbrayardi, W., Darma Putra, I. E., Hidayat, H. A. & Parmadi, B. (2021). Local Culture as Tourism Attraction of Payakumbuh City. *Humanus: Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Humaniora*, 20(1), 111-123.
- Yu X., Weiler, B. & Ham, S. (2002). Intercultural Communication and Mediation: A Framework for Analysing the Intercultural Competence of Chinese Tour Guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8, 87.