



Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi

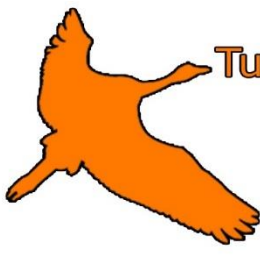
T U R N A D

Journal of Qualitative Tourist Guiding Research

ISSN 2757-6302

2024- Cilt/ Volume: 5 Sayı/ Issue: 2





İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Dergi Kurulları / Editorial Boards		II-V
Sunuş / Introduction		VI-VII
Dergi Hakkında / About the Journal		VIII-IX
Yayın Politikası ve Etik İlkeler/ Publication Policy and Ethical Principles		X-XIII
Makale Adı / Article Name	Yazar / Author	
<i>Araştırma Makale/ Research Article</i> Turist Rehberlerinin Yerel Kùltür Tanıtımı Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi: Afyon Ayazini'nde Faaliyet Gösteren Yerel İşletmeciler Üzerinde Bir Araştırma/ Determining the Effects of Tourist Guides on the Promotion of Local Culture: A Research on Local Businesses Operating in Afyon Ayazini	Sibel ÇAMDİBİ Özcan ZORLU	71-85
<i>Araştırma Makale/ Research Article</i> Turist Rehberliği Meslek Odaları Olağan Genel Kurulları Üzerine Bir Araştırma/ A Research on the Ordinary General Assembly Elections of the Professional Chambers of Tourist Guides	Tolga Fahri ÇAKMAK Şeyma ÖZKAN	86-102
<i>Derleme Makale/ Review Article</i> Savaş Alanları Turizminin Kavram Karmaşası Üzerine Bir Tartışma/ A Discussion on the Conceptual Confusion of Battlefield Tourism	Onur AKGÜL	103-122
Kitap Tanıtımı/ Book Review	Yazar/ Author	
Turist Rehberleri İçin Anadolu'nun Somut Olmayan Kùltürel Mirası	Özlem GÜZEL	123-124
Somut Olmayan Kùltürel Miras ve Turizm	Hande AKYURT KURNAZ	125-126
Kongre Değerlendirme Raporu/Conference Evaluation Report	Yazar / Author	
6. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi Üzerine Notlar	Uğur CEYLAN	127-128



DERGİ KURULLARI/ EDITORIAL BOARDS

BAŞ EDİTÖRLER / EDITORS IN CHIEF

Vedat ACAR (Assoc. Prof.)
Aydın Adnan Menderes University, Türkiye

Tolga Fahri ÇAKMAK (Assoc. Prof.)
Zonguldak Bulent Ecevit University, Türkiye

EDİTÖR YARDIMCISI/ ASSISTANT EDITOR

Turan OKUL (Asst. Prof.)
Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Abdullah TANRISEVDİ (Prof. Dr.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye

Atilla AKBABA (Prof. Dr.), İzmir Kâtip Celebi University, Türkiye

Füsün İSTANBULLU DİNÇER (Prof. Dr.), İstanbul University, Türkiye

İsmail GEZGİN (Prof. Dr.), Ege University, Türkiye

Muharrem TUNA (Prof. Dr.) Ankara Hacı Bayram Veli University, Türkiye

Necmi UYANIK (Prof. Dr.), Selcuk University, Türkiye

Osman Eralp ÇOLAKOĞLU (Prof. Dr.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye

Osman Nuri ÖZDOĞAN (Prof. Dr.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye

HAKEM KURULU / EDITORIAL REVIEW BOARD

Ahu YAZICI AYYILDIZ (Assoc. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye

Alaattin BAŞODA (Assoc. Prof.), Aksaray University, Türkiye

Ali AVAN (Assoc. Prof.), Afyon Kocatepe University, Türkiye

Ali TÜRKER (Assoc. Prof.), Muğla Sitki Kocman University, Türkiye

Ante MANDIĆ (Asst. Prof.), University of Split, Croatia

Anukrati SHARMA (Assoc. Prof.), University of Kota, India

Aydın ERÖN (Assoc. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye

Ayşe KURTLU (Assoc. Prof.), Karabük University, Türkiye

Ayşen ACUN KÖKSALANLAR (Assoc. Prof.), Bursa Uludağ University, Türkiye

Aytuğ ARSLAN (Prof. Dr.), İzmir Kâtip Celebi University, Türkiye

Azade Özlem ÇALIK (PhD.), Ankara University, Türkiye

Başak Burcu EKE (Prof. Dr.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Burçin KIRLAR CAN (Assoc. Prof.), Pamukkale University, Türkiye
Canan TANRISEVER (Assoc. Prof.), Kastamonu University, Türkiye
Caner ÜNAL (Assoc. Prof.), Akdeniz University, Türkiye
Cansu SOLMAZ (Asst. Prof.), Alanya Alaaddin Keykubat University, Türkiye
Cemal ARTUN (Asst. Prof.), Muğla Sıtkı Kocman University, Türkiye
Danut UNGUREANU (PhD), Romanian Academy, Romania
Duygu YETGİN AKGÜN (Assoc. Prof.), Eskişehir Anadolu University, Türkiye
Elbeyi PELİT (Prof. Dr.), Afyon Kocatepe University, Türkiye
Elçin DOĞAN GÜRBÜZER (Assoc. Prof.), Ege University, Türkiye
Emre ERDAN (Assoc. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Erdoğan EKİZ (Prof. Dr.), TEAM University, Uzbekistan
Erhan COŞKUN (Asst. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Ezgi KIRICI TEKELİ (Assoc. Prof.) Karamanoglu Mehmetbey University, Türkiye
Fadile Gül den EK MEN (Assoc. Prof.), Zonguldak Bulent Ecevit University, Türkiye
Fatma Özlem GÜZEL (Prof. Dr.), Akdeniz University, Türkiye
Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN (Asst. Prof.), Ankara Hacıbayram Veli University, Türkiye
Gamze ÖZOĞUL (Assoc. Prof.), Dokuz Eylül University, Türkiye
Gizem ÇAPAR (Asst. Prof.), İskenderun Technical University Türkiye
Gül ERBAY ASLITÜRK (Prof. Dr.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN (Assoc. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN (Assoc. Prof.), Isparta University of Applied Sciences, Türkiye
Güntekin ŞİMŞEK (Assoc. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Hakan ATAY (Assoc. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Hamza EK MEN (Assoc. Prof.), Zonguldak Bulent Ecevit University, Türkiye
Hande AKYURT KURNAZ (Assoc. Prof.), Bolu Abant İzzet Baysal University, Türkiye
Hüseyin Erhan ALTUN (PhD.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Istvan EGRESI (Asst. Prof.), Babeş-Bolyai University, Romania
Kağan KARAOSMANOĞLU (PhD.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Lavanchawee SUJARITTANONTA (Assoc. Prof.), Silpakorn University International College (SUIC), Thailand

Melek Ece ÖNCÜER (Assoc. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Meltem ALTINAY ÖZDEMİR (Assoc. Prof.), Mugla Sitki Kocman University, Türkiye
Merve OFLUOĞLU (Asst. Prof.), Harran University, Türkiye
Monica Maria COROS (Assoc. Prof.), Babeş-Bolyai University, Romania
Murat ÇEKİLMEZ (Prof. Dr.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Mustafa Murat KIZANLIKLI (Assoc. Prof.), Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan
Muzaffer UYSAL (Prof. Dr.), University of Massachusetts Amherst, USA
Nalan ALBUZ (Assoc. Prof.), Zonguldak Bulent Ecevit University, Türkiye
Nermin AYZAZ DÖNMEZ (Assoc. Prof.), Mugla Sitki Kocman University, Türkiye
Nilgün DEMİREL İLİ (Asst. Prof.), Iğdir University, Türkiye
Nilgün GÜNEŞ (PhD.), Türkiye
Nuray TETİK DİNÇ (Prof. Dr.), Balıkesir University, Türkiye
Orhan YABANCI (Asst. Prof.), Eskisehir Osmangazi University, Türkiye
Özcan ZORLU (Prof. Dr.), Afyon Kocatepe University, Türkiye
Özlem KÖROĞLU (Prof. Dr.), Balıkesir University, Türkiye
Özlem TEKİN ÖZBEK (Assoc. Prof.), Bandırma Onyedi Eylül University, Türkiye
Özlem TÜTÜNCÜLER BİRCAN (Prof. Dr.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Öznur BOZKURT (Prof. Dr.), Duzce University, Türkiye
Remziye EKİCİ ÇİLKİN (Assoc. Prof.), Isparta University of Applied Sciences, Türkiye
Seçkin ESER (Assoc. Prof.), Kırklareli University, Türkiye
Seda ŞAHİN (Prof. Dr.), Balıkesir University, Türkiye
Sedat AKKURNAZ (Assoc. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Serap ÖZDÖL (Prof. Dr.), Ege University, Türkiye
Sevgül ÇİLİNGİR (Assoc. Prof.), Ege University, Türkiye
Sibel KAÇAR (PhD.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Sinan MİMAROĞLU (Assoc. Prof.), Hatay Mustafa Kemal University, Türkiye
Sonay KAYGALAK ÇELEBİ (Assoc. Prof.), Batman University, Türkiye
Süleyman SAZ (Asst. Prof.), Bolu Abant İzzet Baysal University, Türkiye
Tuğba ARIK YÜKSEL (PhD.), Mardin Artuklu University, Türkiye
Tuğrul AYYILDIZ (Assoc. Prof.), Aydın Adnan Menderes University, Türkiye
Uğur AKDU (Assoc. Prof.), Gumushane University, Türkiye

Ümit SORMAZ (Assoc. Prof.), Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan
Uysal YENİPİNAR (Prof. Dr.), Mersin University, Türkiye
Yalçın ARSLANTÜRK (Prof. Dr.), Ankara Hacı Bayram Veli University, Türkiye
Yurdanur YUMUK (Assoc. Prof.), Karabuk University, Türkiye
Zafer ÖTER (Prof. Dr.), İzmir Kâtip Celebi University, Türkiye
Zeynep ÇOKAL (Assoc. Prof.), Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Türkiye

**KİTAP TANITIM BÖLÜMÜ SORUMLUSU / BOOK REVIEW DEPARTMENT
RESPONSIBLE**

Hande AKYURT KURNAZ (Assoc. Prof.), Bolu Abant İzzet Baysal University,
Turkey

MİZANPAJ/ LAYOUT

Vedat ACAR

SUNUŞ

Uluslararası hakemli dergimiz, Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi'nin beşinci yılını tamamlamış olmasının mutluluğunu yaşıyoruz. Dergimizin beşinci cilt ikinci sayısı, üç araştırma makalesi, iki kitap değerlendirmesi ve bir kongre değerlendirme raporundan oluşmaktadır. Bu sayımızda yer alan çalışmaları, beğeni ile okuyacağınızı temenni ediyoruz.

S. Çamdibi ve . Zorlu tarafından gerçekleştirilen çalışma, turist rehberlerinin yerel kültür tanıtımı üzerindeki etkilerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla Afyon Ayazini'nde faaliyet gösteren 11 yerel işletmeci ile yüzyüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma neticesinde turist rehberlerinin Ayazini yerel kültürünü öğrenmeye hevesli oldukları ve turistlerin yerel kültürü deneyimlemeleri için gayret gösterdikleri ancak Ayazini bölgesinin yalnızca bir geçiş güzergahı olarak değerlendirmemeleri gerektiği tespit edilmiştir.

T. F. akmak ve ř. zkan tarafından gerçekleştirilen çalışmada, ye sayısı en fazla olan 5 turist rehberleri odasının 2021 yılında gerçekleştirilen olağan genel kurul sonuçları (başkan adayları, yönetim kurulu yesi adayları ve delege adayları), toplam aday sayısı, cinsiyeti ve dilleri çerçevesinde incelenmiştir. Araştırma neticesinde erkek rehberlerinin kurullara adaylık oranının kadın rehberlerden daha yüksek olduğu, adayların büyük çoğunluğunun İngilizce dilinde turist rehberi oldukları ve olağan genel kurula katılım oranının oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir.

O. Akgl tarafından gerçekleştirilen çalışma, savaş alanı turizmi kavramının literatürde farklı bir tanımla ele alınması gerektiğini gereklendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla 68 makale, 9 tez ve 15 kitap/ kitap bölümü ile 4 bildiri incelenmiştir. Yapılan inceleme neticesinde karanlık turizm, hüzün turizmi ve ölüm turizminin neden birbirinden farklı ele alınması gerektiği üzerine yoğunlaşılarak kavramsal açıdan savaş alanları turizminin sınırları belirlenmeye çalışılmıştır.

Kitap tanıtımı bölümünde iki kitabın tanıtımı yapılmıştır. Editörlüğü A. Türker, S. Kurt ve G. Köksal tarafından yapılan “*Turist Rehberleri İçin Anadolu'nun Somut Olmayan Kültürel Mirası*” başlıklı kitabın tanıtımı . Güzel tarafından yapılırken S. Kurt tarafından kaleme alınan “*Somut Olmayan Kültürel Miras ve Turizm*” başlıklı kitabın tanıtımı H. Kurnaz tarafından yapılmıştır. Ayrıca U. Ceylan, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi tarafından 24-25 Mayıs 2024 tarihlerinde gerçekleştirilen VI. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi hakkında bir değerlendirme yazısı kaleme almıştır.

Aralık 2024 sayımıza katkı sunan yazarlarımıza, çalışmaları büyük bir titizlikle inceleyen değerli hakemlerimize ve yayın sürecinde emeği geçen çalışma arkadaşlarımıza teşekkürü bir borç biliriz. Yeni indekslere başvuru yapmamızın yanı sıra hakem kurulumuzu genişletmeye çalışıyoruz. Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi'nin uluslararası alanda hak ettiği yere gelebilmesi için var gücümüzle çalıştığımızı bilmenizi isteriz. Haziran 2024 sayımızda, birbirinden değerli çalışmaları sizlerle buluşturmayı diler, yeni yılın sizlere ve ailelerinize sağlık, mutluluk ve huzur getirmesini temenni ederiz.

Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi

Editör

INTRODUCTION

We are happy that our international peer-reviewed journal, Journal of Qualitative Tourist Guiding Research has completed its fifth year. The second issue of the fifth volume of our journal comprises of three research articles, two book reviews, and a conference evaluation report. We hope that you enjoy reading all the articles in this issue.

The study by S. amdibi and . Zorlu aimed to determine the effects of tourist guides on promoting local culture. For this purpose, interviews were held with 11 local operators in Afyon Ayazini. As a result, it was revealed that tourist guides were eager to learn the local culture of Ayazini and strive for tourists to experience the local culture, however they should not consider the Ayazini region as just a transit route.

In the study conducted by T.F. akmak and . zkan, the results of the ordinary general assembly (president, board member and delegate candidates) held in 2021 of 5 tourist guide chambers with the highest number of members were examined within the context of the total number of candidates, gender and languages. As a result, it was revealed that the candidacy of male guides to the boards was higher than that of female guides, that most of the candidates were English-speaking tourist guides, and that the participation rate in the ordinary general assembly was quite low.

The study conducted by O. Akgl aimed to justify that the concept of battlefield tourism should be addressed with a different definition in the literature. Within this frame, 68 articles, 9 theses, 15 books/ book chapters and 4 conference papers were examined. As a result, the boundaries of battlefield tourism were tried to be determined conceptually by focusing on the reason why dark tourism, sad tourism and death tourism should be handled differently from each other.

Two books were introduced in the book introduction section. The book entitled “*Turist Rehberleri İçin Anadolu’nun Somut Olmayan Kltrel Mirası*” edited by A. Türker, S. Kurt and G. Köksal was introduced by . Gzel while the book entitled “*Somut Olmayan Kltrel Miras ve Turizm*” written by S. Kurt was introduced by H. Kurnaz. Furthermore, U. Ceylan wrote an evaluation report about the VIth National Tourist Guidance Congress held by Kütahya Dumlupınar University, Faculty of Applied Sciences on 24-25 May 2024.

We would like to express our gratitude to the authors who contributed to the December 2024 issue, our esteemed reviewers who evaluated the articles with great care, and our colleagues who contributed to the publication process. In addition to applying to new indexes, we are trying to extend the editorial review board. We would like you to know that we do our best to bring the Journal of Qualitative Tourist Guiding Research to the place it deserves in the international area. We hope to bring you valuable works in June 2025 issue and may the new year bring you and your family health, happiness and peace.

Journal of Qualitative Tourist Guiding Research

Editor

DERGİ HAKKINDA

Sosyal bilimlerin birçok alanında olduğu gibi turist rehberliğinin de öznesi insandır. Bu nedenle turist rehberliğinde, pozitivist yaklaşımla sorunun temelini inmek çoğu zaman mümkün olamamaktadır. Dolayısıyla bu alanda, görüşme, odak grup, katılımlı gözlem gibi farklı yöntem ve tekniklere odaklanan nitel araştırmaların daha fazla gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi (TURNAD) bu düşünce çerçevesinde kurulmuştur. TURNAD, turist rehberliği alanında nitel araştırma yönteminin benimsendiği bilimsel çalışmaları yayınlamayı amaçlayan uluslararası hakemli bir dergidir.

TURNAD, turist rehberliği mesleği, tur yönetimi, turist rehberi-seyahat acentası, turist rehberi-turizm çalışanı, turist rehberi-turist ve turist rehberi-yerel halk ilişkileri ile turist davranışları, arkeoloji, sanat tarihi, dinler tarihi, mitoloji alanlarında çalışmaları kabul etmektedir. TURNAD, turist rehberliğinde güncel sorunlar ve meselelere yönelik nitel araştırmaları, turist davranışları konusunda nitel çalışmaları, turizm ve ağırlama endüstrisi alanlarında belirli konular üzerine araştırma makaleleri, bu alanlarda gerçekleştirilen diğer güncel araştırmalar, editöre notlar, kitap incelemeleri ve konferans notlarını içermektedir.

Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizcedir. Dergiye makale gönderecek olan yazar(lar), dergi yazım kurallarında belirtilen şablona uygun olarak makalelerini hazırlamaları gerekmektedir. Yayın hayatını elektronik ortamda sürdüren Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi yılda iki kez (Haziran ve Aralık) yayımlanmaktadır. Yayın sürecinin hiçbir aşamasında yazar(lar)dan herhangi bir **ücret talep edilmemektedir.**

ABOUT THE JOURNAL

The subject of tourist guiding is human being like many areas of social sciences. For this reason, it is often not possible to get to the root of the problem with positivism in tourist guiding. Therefore, there is a need to conduct qualitative research focusing on different methods and techniques such as interviews, focus groups and participant observation in this field. Journal of Qualitative Tourist Guiding Research (TURNAD) was established within the frame of this idea. TURNAD is an international peer-reviewed journal which aims to publish scientific research adopting qualitative research methods in the field of tourist guiding.

TURNAD accepts research on tourist guiding profession, tour management, tourist guide-travel agency, tourist guide-tourism employee, tourist guide-tourists and tourist guide-local people relations and tourist behavior, archaeology, art history, history of religions, mythology. TURNAD includes qualitative research on current issues in tourist guiding, qualitative studies on tourist behavior, research articles on specific topics in the field of tourism and hospitality industry, notes to editor, book reviews and conference evaluation reports.

The publication language of the journal is Turkish and English. The authors who will submit their articles to the journal should prepare them in accordance with the template specified in the journal writing rules. Journal of Qualitative Tourist Guiding which continues its publication life online is published biannually (in June and December). The authors **are not charged any fee** at any stage of the publication process.

YAYIN POLİTİKASI VE ETİK İLKELER

Makale Değerlendirme Süreci

Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi'ne değerlendirilmek üzere makaleler **editor.turnad@gmail.com** adresine gönderilir. Editörler, bilimsel, etik değerler ve derginin amaçları çerçevesinde makale hakkında ön inceleme yapar. Editörler, değerlendirmeye uygun bulması durumunda, makaleyi alanında uzman iki hakeme yönlendirir. Dergimizde, **çift kör hakem değerlendirme süreci** benimsenmiştir. Çalışmanın yayınlanabilmesi için iki hakemin de olumlu rapor yazması gerekmektedir. Hakem raporlarının yanı sıra editör değerlendirmesine ilişkin oluşturulan rapor mail yoluyla yazar/lara iletilir. Hakem raporları ve editör raporu ışığında **kabul/red veya düzeltme** kararı verilir. Çelişkili, yetersiz veya olumsuz raporların olması durumunda editörler makaleyi üçüncü bir hakeme yönlendirir. Makale değerlendiren hakemler, farklı **üniversite/fakülte/bölemlerden** olmak zorundadır. Yazar(lar), bir sayıda hem yazar hem de hakem **olamaz**.

Kör Hakemlik Değerlendirme Politikası

Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi'nde, **çift kör hakem inceleme yöntemi** benimsenmiştir. Bu yöntemde, değerlendirme sürecinde yazar ve hakemlerin kimlikleri gizli tutulmaktadır. Buradaki temel amaç, objektifliğin sağlanmasıdır. Makaleler hakemlere yönlendirilirken makale konusu ile hakemlerin uzmanlık alanları arasında mutlak ilişki gözetilmektedir. Bu şekilde makalelerin doğru biçimde değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Dergi web sayfasında, hakemlere ilişkin bilgiler sürekli güncel tutulmaktadır. Editörler, hakemlerden makaleleri incelerken aşağıdaki hususlara karşı duyarlı olmalarını istemektedir:

- Makalenin özgünlüğü,
- Alan yazına katkı durumu,
- Çalışmada kullanılan metodolojinin dergi konseptine uygun olup olmadığı,
- Etik yönerge ve değer yargılarına uygunluğu,
- Makalenin sonuçlarını destekleyen bulguların çalışmada sunulup sunulmadığı,
- Akademik yazım kurallarına uygunluğu

Telif Hakkı Devri

Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisine gönderilen çalışmalar, daha önce hiçbir yerde **yayınlanmamış veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş** özgün çalışma özelliği taşımaktadır. Yazarlar, makalelerinin telif haklarını Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi'ne devretmekle yükümlüdür. Yazar(lar), ticari amaçla olmamak kaydıyla, kaynakça bölümünde belirtmek koşuluyla, kendi amaçları doğrultusunda makaleyi çoğaltma, kitaplarında/ derslerinde veya web sayılarında kullanma hakkına sahiptir. Hakem değerlendirme süreci başlamadan önce yazar(lar)ın, "**Telif Hakkı Devir Formu**" belgesini imzalayarak e-posta yoluyla göndermeleri gerekmektedir. Telif hakkı devir formunu göndermeyen yazarların makaleleri **yayınlanmaz**.

Açık Erişim Politikası

Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi'nin web adresi turnad.org'tur. Uluslararası dergimizde **açık erişim politikası** benimsenmiştir. Derginin misyonu herkese **kolay ve ücretsiz** erişim sağlamaktır. Hakem değerlendirmesi tamamlanan her bir makale "açık erişim" olarak yayınlanmaktadır. Dergimizde yayınlanan bütün makaleler **Creative Commons Atif-**

Gayri Ticari- Aynı Lisansla Paylaş 4.0 Uluslararası Lisansı (CC-BY-NC-SA 4.0.) ile lisanslanmaktadır. Dolayısıyla yazarlar, tüm internet kullanıcılarının makalelerine ücretsiz olarak erişmelerine izin verdiklerini kabul etmiş olurlar. Hakem değerlendirmesi tamamlanan bütün makaleler, açık erişim politikamız doğrultusunda kullanılabilir, çoğaltılabilir veya paylaşılabilir. Ayrıca dergi kullanıcıları, kaynak göstermek şartıyla yayıncı veya yazar(lar)dan izin almadan makaleleri **ücretsiz** olarak okuyabilir, indirebilir, dağıtabilir, basabilir ve bağlantı verebilir.

Benzerlik Kontrolü

Yayınlanmak üzere Turist Rehberliği Nitel Araştırma Dergisi'ne gönderilen makaleler, hakem değerlendirmesi öncesinde Turnitin programı kullanılarak benzerlik açısından kontrol edilir. Makalenin benzerlik oranının kaynakça hariç **en fazla %15 olması** gerekmektedir. Turnitin kontrolü sonrasında makaleler vakit kaybetmeksizin hakem değerlendirmesine gönderilir. Hakem değerlendirmeleri bittiğinde makale bir kez daha Turnitin'e yüklenir ve yayın öncesi benzerlik kontrolü yapılır. Benzerlik oranının **%15'in (kaynakça hariç)** üzerinde olması durumunda makale, benzerlik açısından gerekli düzenlemeleri yapmaları için yazarlara yeniden gönderilir.

Ücret Politikası

Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi, yazar(lar)dan hiçbir aşamada (yayın öncesinde, esnasında veya sonrasında) **herhangi bir ücret talep etmez**

Genel Yayın İlkeleri

Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi genel yayın ilkeleri aşağıdaki gibidir,

- Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi yılda **iki sayı** olarak yayınlanır
- Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir.
- Dergiye gönderilen makalelerin değerlendirilmesi için hakemlere 30 gün süre verilir. Ancak gerekli durumlarda, hakemlere ek süre verilebilmektedir.
- Dergiye gönderilen bütün makaleler, çift kör hakemlik sürecinden geçer.
- Yazarlara telif ücreti ya da başka bir ad altında **herhangi bir ödeme yapılmaz.**
- Yazarlardan çalışmalarının yayınlanması için **herhangi bir ücret talep edilmez.**
- Çalışmalarda ifade edilen düşünce ve görüşlerin sorumluluğu tamamen yazarlara aittir.
- Çalışmalarda bilimsel etik kurallara tamamen uygunluk aranır.
- Yazarlar, derginin kural ve ilkelerini kabul etmiş sayılır.

PUBLICATION POLICY AND ETHICAL PRINCIPLES

Article Review Process

Articles should be sent to editor.turnad@gmail.com for publication in Journal of Qualitative Tourist Guiding Research. Editors carry out a preliminary review of the article according to scientific, ethical values and the objectives of the journal. If editors find the article worth evaluating, they direct it to two reviewers who are expert in the field. Double blind peer review process is adopted in our journal. Both the reviewers should write **positive report** for the study to be published. In addition to the reviewer's reports, editor evaluation report is sent to the author/s via e-mail. A decision of **acceptance/rejection or revision** is made according to those reports. If there are conflicting, insufficient or negative reports, the editors direct the article to the third reviewer. Reviewers must be from **different universities/ faculties/ departments**. The author(s) cannot be both author and reviewer in an issue.

Double Blind Peer Review Policy

The double-blind peer review method has been adopted in the Journal of Qualitative Tourist Guiding Research. In this method, the identities of the authors and reviewers are kept anonymous. The main purpose is to ensure the objectivity. When the articles are directed to the reviewers, an absolute similarity is taken into consideration between the subject of the article and the reviewers' areas of expertise. In this way, it is aimed for articles to be evaluated properly. Information about the reviewers is kept up to date on the journal website. Editors ask the reviewers to be sensitive to the following issues when reviewing the articles:

- The originality the article,
- Contribution status to the literature,
- Whether the methodology used in the article complies with the journal concept,
- Compliance with the ethical principles and value judgements,
- Whether the findings supporting the results of the article are presented,
- Compliance with academic writing rules,

Copyright Transfer

Articles submitted to the Journal of Qualitative Tourist Guiding Research must be original and has not been published or submitted for publication anywhere before. Author(s) has to transfer the copyrights of their article to the Journal of Qualitative Tourist Guiding Research. Author(s) has the right to reproduce all for their own purposes, to use in their books/lectures or on their webpages and not for commercial purposes provided that they state it in the bibliography section. Author(s) must sign the "Copyright Transfer Agreement" and send it via e-mail before starting the review process. Article of the author(s) who does not submit the copyright transfer agreement form **is not published**.

Open Access Policy

The webpage of the Journal of Qualitative Tourist Guiding Research is turnad.org. **Open access policy** is adopted in our international journal. The mission of the journal is to provide **easy and free access** to everyone. After review has been completed, each article is published as "**open access**". All the articles published in our journal are licensed under **the Creative Commons Attribution- Non-Commercial- Share with Similar Licence** 4.0 (CC-BY-NC-SA 4.0). Therefore, the authors acknowledge that they allow all internet users to access their articles

free of charge. All peer-reviewed articles can be used, reproduced or shared in accordance with our open access policy. In addition, users of the journal can read, download, distribute, print and link to the articles free of charge without getting permission from the publisher or author(s) provided that they cite the source

Similarity Check

Articles which are submitted to the Journal of Qualitative Tourist Guiding Research for publication are checked for similarity by using the Turnitin program before peer review. Similarity rate must be at most **15% (excluding bibliography)**. After the Turnitin check, articles are directed to reviewers for evaluation without any delay. When the review is completed, the article is uploaded to the Turnitin once more and checked for similarity before publication. If the similarity rate is more than **15% (excluding bibliography)**, the articles are resubmitted to the authors for necessary revision regarding the similarity.

Price Policy

Journal of Qualitative Tourist Guiding Research **does not charge any fee** from the author(s) at any stage (before, during or after publication)

Principles of Publication

General publishing principles of the Journal of Qualitative Tourist Guiding Research are as follows:

- Journal of Qualitative Tourist Guiding Research is published biannually,
- The publication language of the journal is Turkish and English,
- **30 days** are given to the reviewers for evaluation of the articles which have been submitted to the journal. However, reviewers may be given additional time when necessary
- All the articles submitted to the journal go through **double blind peer review process**
- Authors **do not receive any payment** under the name of copyright or anything else,
- Authors **are not charged any fee** for publishing their articles
- Authors **are fully responsible for the thoughts and opinions** they express in their articles
- It is required for authors to be **complete compliance with principles** of research ethics
- Authors are deemed to have accepted the rules and principles of the journal



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 turistlerin 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 Metropolisi'nde 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 araştırmanın çalışma grubu olarak Ayazini Metropolisi'nde 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. Araştırmanın 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 araştırmaya katkı sağlamayı kabul etmiştir. Görüşmeler sürecinde sekizinci katılımcıdan itibaren verilerin büyük oranda benzerlik gösterdiği saptanmış olmakla birlikte araştırmaya 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 araştırmacılar 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

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
TOPLAM		144	100

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 otagara 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 tanıması 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 20th 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.



Araştırma Makalesi/ Research Article

Tolga Fahri ÇAKMAK 

Doç. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Turizm Fakültesi/ Assoc. Prof., Zonguldak Bülent Ecevit University, Faculty of Tourism
e-mail: tolgefahricakmak@gmail.com

Şeyma ÖZKAN 

Bilim Uzmanı
e-mail: seymaaozkann@gmail.com

Özet

Turist rehberliği meslek odaları, 2012 yılında kabul edilen 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca, her üç yılda bir olağan genel kurul toplantısı düzenleyerek; yönetim kurulu, denetim kurulu ve delege seçimlerini gerçekleştirmektedir. Bu çalışmanın amacı, 2021 yılında 4. Olağan Genel Kurul'unu gerçekleştiren ve üye sayısı en çok olan 5 bölgesel rehber odasının seçim sonuçlarını içerik analizi ile değerlendirmektir. Çalışma kapsamında ilk olarak genel kurulda aday olan oda başkanı adayları, yönetim kurulu üyesi adayları ve delege adayları toplam aday sayısı, adayların cinsiyetleri ve dilleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise meslek odalarının oy verebilecek üye sayısı ile oy veren üye sayısı oranlarını karşılaştırılarak oda organlarının toplam üyelerin yüzde kaç ile belirlendiği hesaplanmıştır. Elde edilen bulgular arasında önemli bilgiler yer almaktadır; erkek turist rehberlerinin kurullara adaylık oranı kadın turist rehberlerine göre çok daha yüksektir, adaylar büyük oranda İngilizce dilinden turist rehberidir ve bu dili Almanca, Fransızca, İtalyanca dilleri takip etmektedir. Çalışmada elde edilen bir diğer bulgu ise olağan genel kurullara katılımların çok düşük olduğu ve meslek odasına bağlı turist rehberlerinin oransal olarak çok küçük bir kısmının oda başkanlarının belirlenmesinde rol oynadığıdır.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği Meslek Kanunu, Turist Rehberleri Odası, Olağan Genel Kurul, Seçim.

A Research on the Ordinary General Assembly Elections of the Professional Chamber of Tourist Guides

Abstract

Tourist guide professional chambers hold an ordinary general assembly meeting every three years in accordance with the Tourist Guide Profession Law No. 6326 adopted in 2012; and hold board of directors, audit board and delegate elections. The aim of this study is to evaluate the election results of the 5 regional guide chambers with the highest number of members, which held their 4th Ordinary General Assembly in 2021, through content analysis. Within the scope of the study, firstly, the chamber president candidates, board member candidates and delegate candidates who were candidates in the general assembly were evaluated within the framework of the total number of candidates, gender and language of the candidates. In the second stage of the study, the number of members who can vote and the number of voting members of the professional chambers were compared and the percentage of the total members that determine the chamber bodies was calculated. The findings of the study include the following: the rate of candidacy of male tour guides for the boards is much higher than that of female tour guides, the candidates are mostly English-speaking tour guides, and this language is followed by German, French and Italian. Another finding in the study is that participation in ordinary general assemblies is very low, and a proportionally very small portion of tourist guides affiliated with professional chambers play a role in determining chamber presidents.

Keywords: Tourist Guide Profession Law, Tourist Guides Chamber, Ordinary General Assembly, Tourist Guidance, Election.

Makalenin Künyesi/ Article Information: Çakmak, T.F. & Özkan, Ş. (2024). Turist Rehberliği Meslek Odaları Olağan Genel Kurulları Üzerine Bir Araştırma, *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 5 (2), 86-102.



* Bu çalışma, 24-25 Mayıs 2024 tarihlerinde gerçekleştirilen VI. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi'nde özet bildiri olarak sunulmuştur.

Giriş

Gelişen dünyada yaşanan ekonomik, sosyal, çevresel, kültürel değişimler beraberinde pek çok ihtiyacı da meydana getirmiştir. Yaşanan değişiklikler ile insanların turizm alışkanlıkları da etkilenecek ihtiyaçlar çerçevesinde yer edinmeye başlamıştır. Dolayısıyla insanların turizme olan yöneliminin sonucu olarak uluslararası seyahatlerin sıklığı da artmıştır. Uluslararası seyahatlerin artması, ülkelerin turizmden elde ettiği geliri de eř zamanlı olarak etkilemiştir. Bu bağlamda turizmden beklentileri olan ülkeler sektörün gelişebilmesi için önemli adımlar atarak ulusal ekonomiye daha çok katkı sağlanabilmesi için ekstra bir çaba içerisine girmişlerdir (Usta, 2016).

Sosyal bir varlık olan insan, ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına günümüze kadar topluluklar halinde yaşamıştır. İhtiyaçlarının karşılanabilmesi ve giderilebilmesi için çoğu zaman güçlüklerle karşılaşan insanoğlu, bu güçlükleri birliktelik oluşturularak giderilebilmektedir. Dolayısıyla güçlük yaşayan grup ve kişiler kendilerini daha iyi ifade edebilme fırsatı yakalamak adına çeşitli örgütler kurarak buradan faaliyetlerine devam etmektedir (Kılıç & Hacıoğlu, 2018: 239). Buradan hareketle günümüzde yer alan her bir mesleğin kendilerini temsil edebilecek ve sorunlarına yön verecek bir örgüt veya derneğe ihtiyacı olması muhtemeldir.

Turizm sektörünün önemli yapı taşlarından biri olan turların ve tur programlarının gerçekleştirilmesinde pek çok turizm paydaşı rol oynamaktadır. Turist rehberleri hem turların gerçekleştirilmesinde hem de bir destinasyonun tanıtılmasında başrol konumundadırlar (Öter & Sarıbaş, 2018). Ülke ekonomisine oldukça önemli katkı sağlayan ve bir hizmet sektörü olan turizmde beklentilerin karşılanabilmesi noktasında çalışanların büyük bir titizlik ve düzen içerisinde mesleklerini icra etmeleri gerekmektedir. Bütün turizm çalışanları içerisinde turist rehberleri turistlerle en çok vakit geçiren, onlarla tur sırasında ve sonrasında en fazla iletişimi kuran kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla turist rehberliği mesleğinin kamu otoritesi tarafından kontrol edilmesi oldukça önem taşımaktadır (Düz, 2016: 17).

Ele alınan çalışmada 2021 yılında 4. Olağan Genel Kurulu gerçekleştirilen ve Türkiye kapsamında üye sayısı en çok olan beş bölgesel rehber odalarına ait seçim sonuçlarının içerik analizi ile değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında ilk olarak genel kurulda aday olan oda başkanı adayları, yönetim kurulu üyesi adayları, denetim kurulu adayları ve delege adayları incelenmiştir. Bu incelemeler toplam aday sayısı, adayların cinsiyetleri ve dilleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise meslek odalarına bağlı oy verebilecek üye sayısı ile oy veren üye sayısının oranları karşılaştırılarak, oda organlarının toplam yüzde kaç üye ile belirlendiği hesaplanmıştır. İlgili literatür incelendiğinde, turist rehberliği mesleki sorunlar kapsamında pek çok başlık kendisine yer bulurken sektör içerisinde önem içeren olağan genel kurullar ile ilgili hiçbir çalışmaya rastlanılmadığı görölmektedir. Olağan genel kurullarda aday olan turist rehberleri üzerine yapılan değerlendirmeler ve kurullara katılım sayısı konularının bilimsel çerçevede ele alınması ve analiz edilmesi, ilerleyen dönemlerde gerçekleşecek olan olağan genel kurullara yön verebilir niteliktedir. Ayrıca alanyazında daha önce bu konuda bir çalışmaya rastlanmamış olması bu çalışmanın bundan sonra yapılacak diğer çalışmalar için de yol gösterici ve ışık tutacak nitelikte olacağı düşünölmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Mesleki Örgütlenme ve Mesleki Örgütlenmenin Amaçları

Geçmişten günümüze değin insanlar belirli amaçları ve ihtiyaçları karşılama noktasında bilinçli veya bilinçli olmadan topluluklar halinde hareket etmişlerdir. Bu amaçlar zaman içerisinde toplu yaşam ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Toplu yaşam içerisindeki düzenin ve devamlılığın sağlanabilmesi için de kurallar ve ilkeler oluşmuştur. İlke ve kuralların oluşması ise örgüt kavramının insan hayatı içerisinde yer edinmesine zemin hazırlamıştır (Koç & Topaloğlu, 2012).

TDK'nın tanımına göre örgüt kavramı, ortak bir amaç doğrultusunda bir araya gelen kişilerin veya kurumların oluşturmuş olduğu birlik yapısıdır (TDK, 2022). Örgütler elde bulunan insan, sermaye ve bilgi kaynaklarını anlamlı bir şekilde bir araya getirilmesini sağlayan ve ulaşılmak istenilen noktaya taşıyan ortam olarak ifade edilebilmektedir.

Örgütler sadece arkadaşlık ihtiyacını sağlamak amacıyla kurulabileceği gibi sosyal, kültürel ve ekonomik nedenler ile de kurulabilmektedirler. Zaman içerisinde kurulan örgüt yapısı içinde farklı örgütlenmelerde meydana gelebilmektedir. Kuruluş içinde görev ve yetkinliklerin iyi bir şekilde aktararak belirlenmesi, bireyler arası etkin iletişimin ve faydalı iş birliklerinin sağlanabilmesi, özellikle de mesleki sorunların çözüme ulaşması ise iyi bir örgütlenme ile sağlanabilmektedir (Kiper & Koştu, 2010: 3).

Meslek örgütleri kavramsal olarak ele alındığında; ortak meslek gurubuna bağlı bir topluluk insanın mesleki ihtiyaçlarını ve çıkarlarını korumaya yönelik oluşturdukları organizasyon olarak ifade edilmektedir. Dünya üzerinde var olan her mesleğin çoğunlukla gönüllü, devletten bağımsız ve devlet odaklı olmak üzere oluşmuş olduğu bir örgütlenmesi mevcuttur. Bu mesleki örgütlerin genel olarak ortaya çıkış süreci iki temele dayanmaktadır. Bunlardan ilki mesleğe yönelik olup grup çıkarlarının korunmasına yöneliktir. İkincisi ise topluma ve devlete yönelik olup toplumsal ihtiyaçların ve kamu yararının korunmasına yöneliktir (Devlet Denetleme Kurulu, 2009: 13; Saatci, 2021). Dolayısıyla meslek örgütlerinin oluşmasında bazı amaçlar bulunmaktadır. Bu amaçlar ise şu şekildedir (Devlet Denetleme Kurulu, 2009; Akay vd., 2014; Öter, 2023):

- Mesleki hürriyeti kazanmak ve haklarını savunmak.
- Meslekle ilgili sorunlara çözüm üretmek.
- Meslekte profesyonelliği artırarak statü elde etmek.
- Meslek üyeleri için daha iyi çalışma koşullarını hazırlamak.
- Meslek üyeleri arasındaki birlikteliği sağlamak.
- Mesleği kamu kurum ve kuruluşlarına karşı temsil etmek.
- Meslek çalışma esaslarını belirlemek ve meslek görev, yetki ve sorumluluklarının belirlenmesini sağlamak.
- Mesleğin yasal mevzuatının oluşturulmasını sağlamak.
- Mesleğin sunacağı hizmetin kalitesini artırmak.

Bu maddeler ışığında örgütlerin işletmeler ve sektör temsilcileri ile birlikte iş birliği yaparak hareket etmesi, meslek grup ve dernekleriyle koordineli bir şekilde

faaliyetlerini sürdürmesi hem sektör için hem de meslek üyeleri için son derece önem taşımaktadır (Gümüş, 2008).

Turist Rehberliği Mesleği ve Turist Rehberliğinde Mesleki Örgütlenmenin Yeri

Meslek kuruluşları meslek standartlarının belirlenmesinde önemli ölçüde rol oynamaktadır. Bu meslek kuruluşları meslek standartlarına sahip olan kişilerin yetiştirilmesi ve mesleki bilgi, beceri, değişim ve yeniliklere ayak uydurabilmeleri için çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır (Karataş & Şaşmaz, 2013). Turizm sektöründe ise belli kalitede hizmet ve turist tatminini sağlamak için ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli turizm alanlarında örgütler kurulmasını gerekli kılmıştır. Belirtilen örgütlerin amacı, turizm sektörü ile ilgili sorunlar üzerinde çalışmalar yaparak devlet ile sektör temsilcileri arasındaki köprüyü kurmaktır (Bayram, Ormankıran & Çelen, 2019). Bahsi geçen turizm meslek kuruluşlarının diğer amaçları ele alındığında şu şekilde bahsetmek mümkündür (Gök & Sarı, 2010: 557):

- Turizm ile ilgili konu, sorun ve çözümler üzerine bilimsel çalışmalar yapmak.
- Turizm sorunlarına yönelik çalışmalara katkıda bulunmak ve turizm ile turistik tesislerin sektör gereklerine uygun gelişmesini sağlamak.
- Turizm sektöründe yaşanan ve yaşanabilecek sorunlar ile ilgili tüm konuları gerekli mecrilere ve kamuoyuna bildirmek.

Turizm sektörü, pek çok ülkeye gelir kaynağı sağlaması açısından önem arz etmektedir. Bir ülkenin sahip olduğu doğal ve kültürel kaynaklarındaki çeşitlilik pek çok turist profilini kendisine çekmektedir. Turist akışının devamlılığını sağlamak ve mevcut olanı koruyarak arttırmak ülkeler için oldukça önem taşımaktadır. Dolayısıyla insan ile temas ve iletişimin son derece fazla olduğu bu sektörde turizm çalışanlarının doğrudan katkıları yadsınamaz bir gerçektir (Eser, 2018). Bir ülkenin veya destinasyonun tanıtılmasında büyük katkısı olan, ayrıca turistler ile doğrudan iletişim içerisinde olan turist rehberleri de turizm sektörü çalışanları içerisinde ayrı bir önem taşımaktadır. Mesleğin turistlere bilgi aktarma sürecindeki ve deneyim sağlama noktasında yürütme etkisi, turist ile destinasyon arasında bağ oluşturması, destinasyon bilinirliğini arttırması, satış ve tanıtımda bilgi kaynağı konumunda olması mesleğin turizm sektöründe kendi önem ve konumunu belli eden maddeler arasında yerini almaktadır.

Turist Rehberliği mesleği Osmanlı devletinden bu yana devlet tarafından ve pek çok nizamname ya da yönetmelik ile desteklenerek günümüze kadar ulaşmış olan bir meslek grubudur (Albuz vd., 2018). Mesleğin tanımı, etik değerleri ve yasal statüsü belirli bir döneme kadar var olmadığından mesleği icra etmeye çalışan rehberler pek çok sorun ile karşı karşıya kalmış ve çeşitli mücadele içerisinde bulunmuşlardır (Yenipınar, Bak & Çapar, 2014). Yaşanan zorlukların zaman içerisinde arması ise meslek yasası gerekliliğini gündeme getirmiş ve dolayısıyla da 22 Haziran 2012 tarihinde 6326 sayılı Turist Rehberliği Kanunu ile Turist Rehberleri Birliği (TUREB) kurularak yasal bir statü kazanılmıştır. Bu statü turist rehberleri meslek örgütüne kamu kurum niteliği verdiği gibi rehberlere yönelik eğitim programları hazırlamak, rehberlerin bakanlıkla, meslek örgütleri ve işletmeler ile ilişkilerini ayarlamak, mesleğe yönelik sorunları çözmek, rehberlerin çalışma saatleri ve ücretleri hakkında düzenlemeler yapmak, mesleği korumak ve geliştirmek, turları denetleme vb. gibi çeşitli misyonlar da yüklemiştir (Bayram, Ormankıran & Çelen, 2019: 277). Belirtilen kanunda meslek kuruluşları kimliği ile ilgili iki temel meslek örgütü bulunmaktadır. Bunlar; meslek odaları ve birlikleridir. Birlikler odaların üye olduğu üst bir kuruluş olarak hizmet vermektedir. Bu bağlamda TUREB 13 odayı temsil ederken bunlardan 7'si meslek

odası, 6'sı ise bölgesel meslek odası konumundadır. Turist rehberliği meslek odalarına ilişkin bilgilere Tablo 1.'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Turist Rehberleri Odalarına Ait Bilgiler

	ODALAR		KURULUŞ TARİHİ	ÜYE SAYISI
İRO	İstanbul Rehberler Odası	Meslek Odası	22 Haziran 2012	5686
ARO	Antalya Rehberler Odası	Meslek Odası	22 Haziran 2012	1897
İZRO	İzmir Turist Rehberleri Odası	Meslek Odası	22 Haziran 2012	1257
ADRO	Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası	Bölgesel Meslek Odası	11 Mart 2013	196
ANRO	Ankara Turist Rehberleri Odası	Meslek Odası	11 Mart 2013	992
ATRO	Aydın Turist Rehberleri Odası	Meslek Odası	11 Mart 2013	867
BURO	Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası	Bölgesel Meslek Odası	11 Mart 2013	209
ÇARO	Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası	Bölgesel Meslek Odası	11 Mart 2013	311
GARO	Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası	Bölgesel Meslek Odası	11 Mart 2013	206
MUTRO	Muğla Turist Rehberleri Odası	Meslek Odası	11 Mart 2013	503
NERO	Nevşehir Turist Rehberleri Odası	Meslek Odası	11 Mart 2013	1095
ŞURO	Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası	Bölgesel Meslek Odası	11 Mart 2013	248
TRO	Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası	Bölgesel Meslek Odası	11 Mart 2013	168

Kaynak: TUREB, <https://www.tureb.org.tr/>, Erişim Tarihi: 17.05.2024.

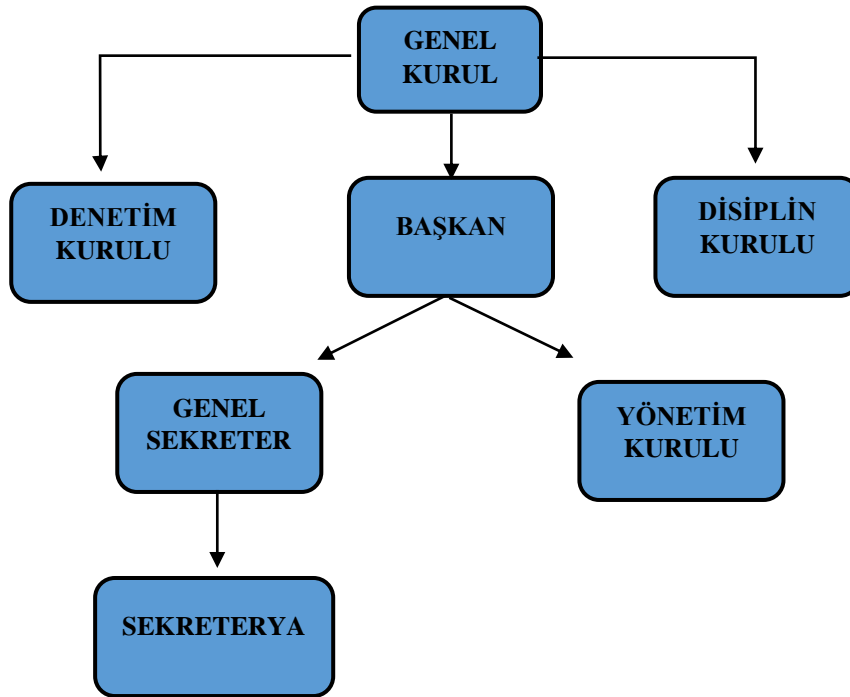
Şekil 1.'de görüldüğü üzere TUREB birlik şemasına yer verilmiştir. Buna göre birlik; Genel Kurul, Yönetim Kurulu, Denetim Kurulu ve Disiplin Kurulundan meydana gelmektedir. Odaların organları ise; genel kurul, yönetim kurulu ve denetim kuruludur. Genel kurulların görevlerinden bazıları şu şekildedir:

- Yeni dönem çalışma programı ile tahmini bütçenin görüşülüp onaylanmasına veya onaylanmamasına karar vermek.
- Toplantılarda gündeme getirilmesi ya da çıkarılması gereken konuları tartışmak.
- Geçmiş dönem faaliyet raporları ile birlikte gelir ve gider hesaplarının müzakere edilip onaylanmasına ya da onaylanmamasına, denetim ve yönetim kurulunun ibra edilip edilmemesine karar vermek.
- Yönetim kurulunun sunmuş olduğu konuları görüşerek karar sağlamak.

- Cezai sorumluluğu tespit edilen organ üyeleri hakkında dava açılması veya görevden alınıp alınmamasına karar vermek.

Yönetim kurullarının görev ve yetkinleri ise şu şekildedir:

- Genel kurul kararlarını uygulamak.
- Genel kurul gündemini hazırlayarak toplantıya çağırarak.
- Faaliyet raporu ve tahmini bütçeyi hazırlayıp genel kurula aktarmak.
- Oluşturulan bütçe içinde ödenek aktarmak.
- Üyelik işlemlerini ve mesleki faaliyetlerini denetlemek ve tüketici şikâyetlerini değerlendirmek.



Şekil 1. TUREB Birlik Yapısı

Kaynak: TUREB, <https://www.tureb.org.tr/>, Erişim Tarihi: 17.05.2024

Denetim kurulu görev ve esaslarına değinilecek olduğunda olağan genel kurul toplantısından bir ay önce ya da başkanın uygun gördüğu diğer tarih aralıklarında denetim yapmaktadırlar. Yapılan her denetim sonucunda denetim raporu düzenlenerek toplantı olmasından bir hafta önce genel kurul üyelerine rapor sunulur ve ardından okunur. Disiplin kurulu ise ceza verme yetkisine sahiptir. Kurul sadece kendisine bağlı oda turist rehberleri hakkında kararlar alabilmektedir.

2014 yılında yayınlanan Turist Rehberliđi Meslek Yönetmeliđine (TUREB, 2024) göre oda genel kurulu, en az altı aydır eylemli olan oda üyesi turist rehberleri içerisinde; birlik genel kurulu oda başkanları ile her oda genel kurulunun kendi üyeleri arasından her elli üyesi için bir delege olmak ve üç yıl görev yapmak üzere seçeceği delegelerden oluşur. Ayrıca, delege sayısı kadar, delege sıfatının yitirildiği durumlarda sečilme sıraları baz alınarak görev dönemini tamamlamak üzere yedek delege seçilir.

Meslek kuruluşlarının yönetim kurulları, başkan dâhil olmak üzere beş asıl üyeden oluşmaktadır. Oda yönetim kurullarında asıl üye sayısı odaya üye her 200 turist rehberi için

birer kişi artırılır, ancak yönetim kurulu asıl üye sayısı başkan dâhil olmak üzere dokuz aşamaz. Başkan ve yönetim kurulu üyeleri üç yıllık süre içinde seçilirler. Süre bitiminde tekrardan olağan genel kurul gerçekleştirilir. Aynı kişi, üst üste iki dönemden fazla başkan olarak seçilemez.

Yöntem

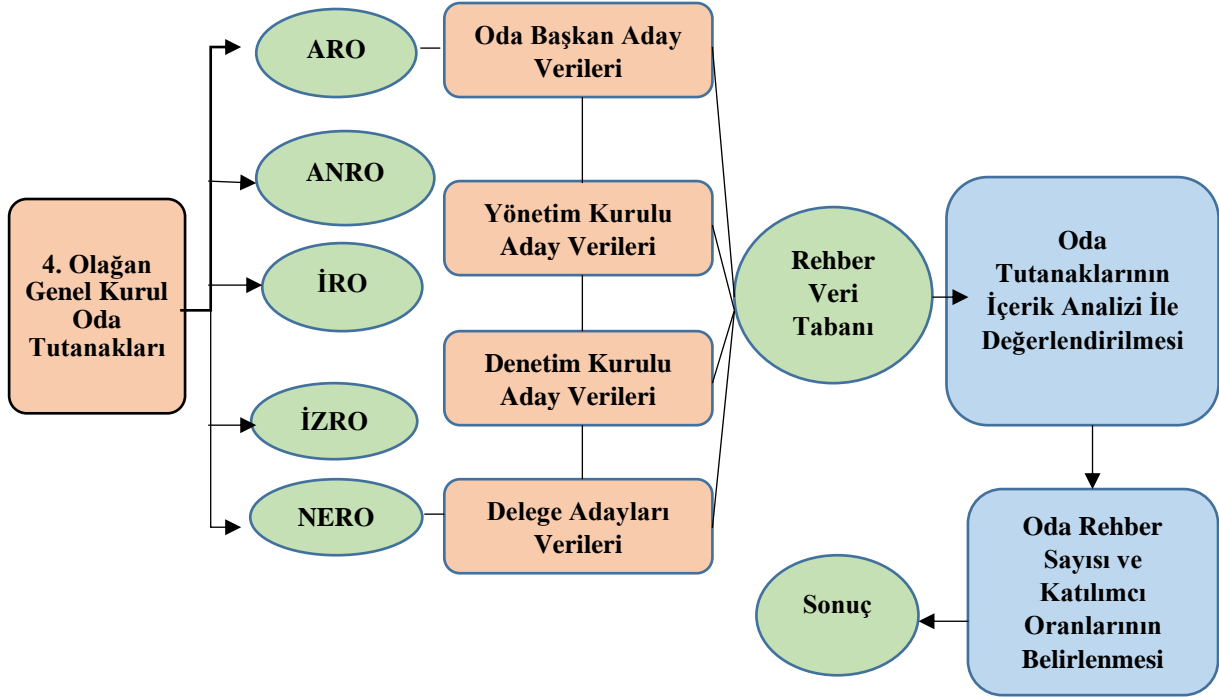
Seçimler bir ülkenin veya kurumların en iyi şekilde temsilini sağlayacak aracı kişilerin belirlenmesinde oldukça önem taşımaktadır. Dolayısıyla çeşitli alanlarda gerçekleştirilen her seçimin ve sonuçlarının ayrı bir önem teşkil ettiği söylenebilmektedir. Bu çalışmada ise seçimlerin ve seçim sonuçlarının ne tür öneme sahip olduğunun görülebilmesi adına Turist rehberliği mesleğinin seçim tutanakları ele alınmıştır. İlgili literatür incelendiğinde seçim tutanaklarına ilişkin herhangi bir çalışmaya rastlanılmaması bu araştırmanın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Dolayısıyla turist rehberliği mesleğine yönelik gerçekleştirilen seçimlerin önemine ve sonuçlarına vurgu yapan bu çalışmada, Turist rehberliği meslek odalarının üç yılda bir gerçekleştirdiği Olağan Genel Kurul seçimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ek olarak seçimlere katılım sağlayan turist rehber sayısı ile odalara bağlı turist rehber sayıları kıyaslanarak seçimlerin ne derecede seyrinin etkilendiği de bu çalışmanın amaçlarından bir tanesini oluşturmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda çalışma verilenin toplanmasında nitel araştırma yöntemlerinden doküman inceleme tekniği kullanılmıştır.

Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgular hakkında yazılı bilgi içeren materyallerin analizini kapsamaktadır (Yıldırım & Şimşek, 1999: 140). Diğer bir ifade ile araştırma verilerinin elde edileceği çalışma gruplarına doğrudan ulaşmanın mümkün olmadığı noktalarda araştırma problemlerini cevaplayabilmek adına mevcut bilgiyi kullanmayı ifade eden bir teknik türüdür (Çelebi & Orman, 2023: 168).

Dokümanlar, nitel araştırma yöntemlerinde etkili olarak kullanılan bilgi kaynaklarıdır. Dolayısıyla araştırmacı gözlem veya görüşme yapmadan ihtiyacı olan veriyi elde edebilmektedir. Bu doğrultuda doküman incelemesi araştırmacıya zaman ve para tasarrufu sağlama noktasında oldukça etkilidir. Doküman incelemesinin diğer avantajları ise şu şekildedir (Çelebi & Orman, 2023: 169);

- Gözlemlenmesi mümkün olmayan durumlarla ilgili bilgi sağlar.
- Gerçek olaylara dair görsel kanıt niteliği taşır.
- Diğer veri türlerinin aksine bilgi yorumlanmaz, doğrudan alıntılanır.
- Yapılan çalışmanın önceki uygulamalar ile kıyaslanmasına olanak sağlar.

Çalışmada veriler, 2021 yılında dördüncüsü gerçekleştirilen Olağan Genel Kurul seçim tutanaklarından elde edilmiş ve Türkiye genelinde üye sayısı en fazla olan (İRO, İZRO ANRO, ARO, NERO) 5 turist rehberliği meslek odaları ele alınmıştır. Seçim tutanaklarında adaylar, oy sayıları, oy verebilecek toplam rehber sayısı ve oy veren toplam rehber sayısı bilgileri bulunmaktadır. Bu çerçevede seçim tutanaklarına kamuya açık şekilde paylaşılan ilgili odaların panolarından ve internet sayfalarından erişim sağlanmış ve tüm bilgiler toplanarak veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir.



Şekil 2. Araştırma Süreci

Çalışma kapsamında ilk olarak genel kurul ile belirlenen oda başkanı, yönetim kurulu üyesi ve delege üyeleri incelenmiştir. Bu incelemeler toplam aday sayısı, adayların cinsiyetleri ve dilleri üzerinden gerçekleştirilerek oda rehber verileri üzerinden analiz edilmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise meslek odalarının oy verebilecek üye sayısı ile oy veren üye sayısı oranları hesaplanmış ve oda organlarının toplam üyelerin yüzde kaçı ile belirlendiği hesaplanmıştır. Veriler doğrudan seçim tutanakları toplanarak elde edilmiş olup turist rehberlerinin sahip oldukları diller Turist Rehberleri Odaları Birliğinin internet sitesinden sunmuş olduğu rehber veri tabanı aracılığı ile öğrenilmiştir. Araştırmanın iki sınırlılığı bulunmaktadır. Bunlardan ilki araştırma verilerinin elde edildiği 2021 yılındaki son seçim tutanaklarını kapsamaktadır. Çalışmanın ikinci sınırlılığı ise 5 turist rehberliği meslek odası üzerinde verilerin incelenmesidir.

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye genelinde üye sayısı bakımından en fazla olan meslek odalarının olağan genel kurul toplantısına yönelik oda kurul ve delege aday seçimleri ele alınmıştır. Araştırma sonunda odalara bağlı rehber sayısı ile seçime katılan katılımcı sayıları karşılaştırmalı olarak verilmiş ve elde edilen bulgular derlenerek aktarılmıştır.

Oda Kurul ve Delegelerin Belirlenmesine Yönelik Bulgular

Turist rehberliği meslek odaları, 2021 yılında gerçekleştirilmiş olan 4. Olağan Genel Kurul kapsamında yapılan seçimler neticesinde oda kurulları ve delegeleri belirlemiştir. Bu çalışmada da en çok üye sayısına sahip olan İstanbul Rehberler Odası, İzmir Rehberler Odası, Ankara Rehberler Odası, Antalya Rehberler Odası, Ankara Rehberler Odası ve Nevşehir Rehberler Odası'nın seçim tutanakları ele alınarak incelenmiştir.

İncelenen seçim tutanakları çerçevesinde seçmenlerin ilk olarak oyunu kullandıkları bölüm olan odaların yönetim başkanlığına aday olan rehberlerin tutanakları ele alınmıştır. Bu bağlamda Tablo 2.'de oda başkan adaylıklarına dair verilere ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2. Oda Başkan Adayı Verileri

Bölgesel Turist Rehberi Odası	Toplam Aday Sayısı	Cinsiyet		Dil	Katılımcı Rehber Dil Sayısı	Dil	Katılımcı Rehber Dil Sayısı
		Erkek	Kadın				
İstanbul Rehberler Odası	7	6	1	İngilizce	5	Hollandaca	1
				Fransızca	3	Portekizce	1
				İtalyanca	2	Almanca	1
				Yunanca	1		
İzmir Rehberler Odası	3	2	1	İngilizce	2	Hollandaca	1
				Arapça	1	Fransızca	1
Ankara Rehberler Odası	4	3	1	İngilizce	2	Fransızca	1
				İtalyanca	2		
Antalya Rehberler Odası	5	3	2	İngilizce	3	Rusça	1
				Almanca	2	Norveççe	1
Nevşehir Rehberler Odası	2	2	0	İngilizce	1	Fransızca	1

Kaynak: Seçim tutanakları ve rehber veri tabanı üzerinden yazarlar tarafından derlenmiştir.

- ❖ Tablo 2 incelendiğinde, odaların yönetim kurulu başkanı aday sayılarının 2 ile 7 arasında değiştiği, en çok başkan adaylığının İstanbul Rehberler Odası'nda, en az başkan adaylığının ise Nevşehir Rehberler Odası'nda olduğu görülmektedir.
- ❖ Tüm odalar kapsamında toplamda 21 aday bulunmaktadır. Bu adaylardan sadece 5 adayın cinsiyetinin kadın olduğu ve Nevşehir Rehberler Odası'nda hiçbir kadın rehberin aday olmadığı çarpıcı noktalardan biridir. Dolayısıyla tabloda genel olarak cinsiyet dağılımları incelendiğinde tüm odalarda erkek adayların çoğunlukta olduğu görülmektedir.
- ❖ Adayların çalışma kartlarında yazan dillerin kısmen aday olunan bölgenin turist yapısına göre şekillendiği görülmektedir. Adayların dillerinin büyük bir çoğunluğu ise İngilizce başta olmak üzere, Fransızca, İtalyanca gibi yoğun turist ağırlanan ülkelerden meydana geldiği dikkat çekmektedir. Ayrıca nadir dil kapsamında bir dile sahip aday sayısının genele göre düşük bir oranda kaldığı da çalışmanın bulguları arasında yerini almaktadır.

Oda seçim tutanaklarından çalışmanın ikinci veri kaynağını oluşturan yönetim kuruluna adaylığını koyan turist rehberlerinin seçim verileri incelenmiştir. Bu verilere ilişkin bulgular Tablo 3.'de sunulmuştur.

- ❖ Tablo 3'te odaların yönetim kurulu adaylarına ilişkin veriler paylaşılmaktadır. Verilere göre aday sayıları odalara göre farklılık göstermektedir. 47 aday ile İstanbul Rehberler Odası en çok adayın bulunduğu oda olurken, 24 aday ile Nevşehir Rehberler Odası en az adayın bulunduğu oda durumundadır.
- ❖ Odalara ilişkin toplam aday sayıları incelendiğinde 150 adaydan 108 adayın erkek, 42 adayın kadın olduğu görülmektedir. Genel olarak odalarda kadın erkek aday oranının değişken olduğu görülürken erkek rehber katılımının çok daha fazla olduğu dikkat çekmektedir.

- ❖ Özellikle tabloda direkt olarak dikkat çeken diğer bir bulgu ise; Antalya Rehberler Odası'nda erkek aday sayısının kadın aday sayısından 9 kat fazla olmasıdır. Kadın ve erkek sayılarındaki en düşük oran 1,4 ile İstanbul Rehberler Odasına aittir.
- ❖ Adayların dil grupları ele alındığında; Antalya Rehberler Odası dışında diğer tüm odalardaki adaylıkların İngilizce diline yoğunlaştığı görülmektedir.
- ❖ Antalya Rehberler Odası'ndaki durumda ise İngilizce dili ikinci sırada yer alırken en çok sahip olunan dil olarak Almanca dilinin olduğu dikkat çekmektedir.
- ❖ Aday sayısının da fazla oluşu ile nadir dillere sahip turist rehberlerinin başkan adaylıklarına oranla yönetim kurulu adaylığına daha fazla başvurdukları görülmektedir. Bu bağlamda Bulgarca, Japonca, Çince, Macarca gibi diller yönetim kurullarına girebilmek için aday olan turist rehberlerinde bulunan nadir dillerden bazılarıdır.

Tablo 3. Yönetim Kurulu Adayı Verileri

Bölgesel Turist Rehberi Odası	Toplam Aday Sayısı	Cinsiyet		Dil	Katılımcı Rehber Dil Sayısı	Dil	Katılımcı Rehber Dil Sayısı
		Erkek	Kadın				
İstanbul Rehberler Odası	47	28	19	İngilizce	40	Almanca	2
				İspanyolca	8	Yunanca	2
				İtalyanca	6	Rusça	2
				Portekizce	5	Japonca	2
				Fransızca	4	Çince	1
				Arapça	3	Bulgarca	1
				Endonezce	3		
İzmir Rehberler Odası	24	20	4	İngilizce	16	Almanca	3
				Fransızca	9	Portekizce	2
				İspanyolca	4	Yunanca	1
				İtalyanca	3	Macarca	1
Ankara Rehberler Odası	25	15	10	İngilizce	20	Yunanca	1
				Fransızca	2	İspanyolca	1
				Japonca	2	Çince	1
Antalya Rehberler Odası	30	27	3	Almanca	19	Hollandaca	2
				İngilizce	9	Bulgarca	1
				Rusça	5		
Nevşehir Rehberler Odası	24	18	6	İngilizce	16	İspanyolca	2
				Japonca	4	Almanca	1
				Fransızca	3	Portekizce	1

Kaynak: Seçim tutanakları ve rehber veri tabanı üzerinden yazarlar tarafından derlenmiştir.

Olağan Genel Kurulları üzerinde yapılan oda seçim verilerinin bir diğer bölümünü oluşturan kısım ise denetim kuruluna adaylığını koyan rehberlerin belirlenmesidir. Dolayısıyla Tablo 4.'te denetim kuruluna aday olan turist rehberlerine yönelik bilgiler detaylı olarak verilmiştir.

- ❖ Denetim kurulu aday verileri incelendiğinde; odalar genelinde toplam aday sayısı 44 olmasına rağmen kadın ve erkek dengesinin en orantısız dağıldığı seçim kısmı olarak dikkat çekmektedir. Toplam 44 adaydan 40'ı erkek rehber adaydan oluşurken 4 tanesi ise kadın rehber adaydır. Tabloda özellikle dikkat çekici diğer bir husus İstanbul Rehberler Odası ve Nevşehir Rehberler Odası adaylıkları haricinde diğer tüm odalarda hiçbir kadın üyenin denetim kuruluna adaylığını koymamasıdır.
- ❖ Verilere göre aday rehberlerin dil dağılımları ele alındığında, az başvuru sayısı olmasına rağmen dil çeşitliliği oldukça dikkat çeken çarpıcı noktalardan birini oluşturmaktadır. Ayrıca denetim kuruluna aday olan turist rehberlerinin çalışma kartında birden fazla dile

sahip olma oranı da oldukça yüksektir. Örneğin; İzmir Rehberler Odası denetim kuruluna aday olan toplam 10 aday sayısı bulunurken bu adayların toplam sahip olduğu dil sayısı 18'dir. Aynı şekilde 12 aday bulunan İstanbul Rehberler Odasında bu sayı 19'dur.

Tablo 4. Denetim Kurulu Adayı Verileri

Bölgesel Turist Rehberi Odası	Toplam Aday Sayısı	Cinsiyet		Dil	Katılımcı Rehber Dil Oranları	Dil	Katılımcı Rehber Dil Oranları
		Erkek	Kadın				
İstanbul Rehberler Odası	12	9	3	İngilizce	7	İbranice	1
				Fransızca	3	İspanyolca	1
				İtalyanca	3	Portekizce	1
				Çince	2	Endonezce	1
İzmir Rehberler Odası	10	10	0	Fransızca	7	Arapça	1
				İngilizce	4	Yunanca	1
				İspanyolca	2	Almanca	1
				İtalyanca	2		
Ankara Rehberler Odası	6	6	0	İngilizce	3	Fransızca	1
				Almanca	1	İspanyolca	1
				Hollandaca	1	Portekizce	1
Antalya Rehberler Odası	9	9	0	Almanca	6	Fransızca	1
				İngilizce	2	İspanyolca	1
				Rusça	1		
Nevşehir Rehberler Odası	7	6	1	İngilizce	6	Japonca	1
				Almanca	1		

Kaynak: Seçim tutanakları ve rehber veri tabanı üzerinden yazarlar tarafından derlenmiştir.

Delege aday verileri, üç yıl ara ile gerçekleşen tüm olağan genel kurullarda en çok adayın bulunduğu ve en çok oyun kullanıldığı seçim kısmıdır. Bu bağlamda Tablo 5.'de delege aday verilerine ilişkin bulgular detaylı olarak verilmiştir.

- ❖ Çalışma kapsamında 2021 yılında gerçekleşen olağan genel kurullarda tablo 4. incelendiğinde, üye sayısı en fazla olan beş meslek odası toplamda 406 adet delege adayı çıkartmıştır. Adayların cinsiyet dağılımları ele alındığında, toplam erkek aday sayısı 298, kadın aday sayısı ise 108 olarak görülmektedir. Diğer bir ifade ile erkek aday sayısının kadın aday sayısına oranı 2,75 olarak gözlenmiştir.
- ❖ Delege aday verilerinde cinsiyet dağılımları ele alındığında katılım sayılarında dengesizlik görülmesine karşın diğer adaylık verilerine oranla kadın rehber adayların delege adaylıklarında çok daha fazla rol aldıkları görülmektedir.
- ❖ 219 delege adayı ile İstanbul Rehberler Odası en çok delege adayı çıkardan meslek odasıyken 30 aday ile Ankara Rehberler Odası en az adaya sahip oda konumundadır. Adayların çalışma kartlarında yer alan diller incelendiğinde ise; diğer aday verilerinde olduğu gibi İngilizce dilinden çalışma kartına sahip turist rehberlerinin yoğunlukta olduğu, bu dili Almanca, Fransızca, İspanyolca ve İtalyanca dilleri izlediği görülmektedir. Ayrıca İbranice, Norveççe, Romence, Yunanca, Lehçe gibi nadir dillere sahip rehberlerin delege adaylıklarında sıklıkla görüldüğü de göze çarpmaktadır.

Tablo 5. Delege Adayları Verileri

Bölgesel Turist Rehberi Odası	Toplam Aday Sayısı	Cinsiyet		Dil	Katılımcı Rehber Dil Oranları	Dil	Katılımcı Rehber Dil Oranları
		Erkek	Kadın				
İstanbul Rehberler Odası	219	154	65	İngilizce	170	Japonca	8
				İtalyanca	21	Yunanca	6
				İspanyolca	21	İbranice	2
				Fransızca	21	Norveççe	2
				Almanca	18	Sırpça	2
				Çince	16	Hırvatça	1
				Arapça	12	İzlandaca	1
				Portekizce	11	Lehçe	1
				Endonezce	11	İsveççe	1
			Rusça	9	Fince	1	
İzmir Rehberler Odası	40	31	9	İngilizce	25	Arapça	2
				Fransızca	11	Portekizce	2
				Almanca	8	Yunanca	2
				İspanyolca	4	Macarca	1
				İtalyanca	4	Çince	1
				Hollandaca	3		
Ankara Rehberler Odası	30	19	11	İngilizce	19	Çince	1
				Fransızca	4	İspanyolca	1
				İtalyanca	3	Portekizce	1
				Japonca	2	Urduca	1
				Almanca	2	Yunanca	1
Antalya Rehberler Odası	83	67	16	Almanca	42	Arapça	1
				İngilizce	36	Bulgarca	1
				Rusça	12	İtalyanca	1
				Hollandaca	6	Japonca	1
				İspanyolca	2	Lehçe	1
				Norveççe	2	Portekizce	1
				Fransızca	2	Romence	1
Nevşehir Rehberler Odası	34	27	7	İngilizce	27	Rusça	2
				İspanyolca	5	Portekizce	2
				Fransızca	4	Almanca	2
				Japonca	3	İtalyanca	1

Kaynak: Seçim tutanakları ve rehber veri tabanı üzerinden yazarlar tarafından derlenmiştir.

Meslek Odalarına Bağlı Rehber Sayısı ve Olağan Genel Kurul Seçimlerine Katılım Oranlarının Belirlenmesine Yönelik Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye genelinde üye sayısı en fazla olan beş meslek odasına bağlı turist rehberleri sayısı ile 2021 yılında düzenlenen olağan genel kurullarına katılım sağlayan rehber sayılarının karşılaştırmaları verilmiştir. Bu verilere ilişkin bilgiler Tablo 6.'da sunulmuştur.

- ❖ Tablo 6'da oda rehber sayısı ve katılımcı oranları incelenmiştir. Tabloda yer alan değerler olağan genel kurul tutanaklarına ek olarak TUREB internet sitesi rehber sayılarından derlenmiştir. Tabloda olağan genel kurulların gerçekleştiği odalardaki oy verebilecek toplam rehber sayısı ve oy veren rehber sayıları verilmiş, devamında ise toplam katılım oranı ile başkan seçilen adayın aldığı oyun oy verebilecek toplam turist rehberi sayısına oranına yer verilmiştir. Bu tablo çalışmasının amacı seçimi kazanan oda yöneticilerinin odaya bağlı ve oy verebilecek rehberlerin yüzde kaçının oyunu aldığının araştırılmasıdır.

- ❖ Tablo incelendiğinde Nevşehir Rehberler Odası dışında diğer odalarda seçime katılım oranının yarısından daha düşük olduğu görülürken bu oranın %23,7 ile %41,4 arasında kaldığı görülmektedir. Nevşehir Rehberler Odasında ise seçime katılım oranının %86,6'a ulaştığı görülmektedir.
- ❖ Nevşehir Rehberler Odası haricinde diğer tüm odalara ait bu düşük oranlar oda başkanlarını seçen oy oranlarında %20'nin altına da düşerek %13,4 ile %17,4 oranları arasında kalmasına neden olmuştur. Bir diğer ifade ile İstanbul Rehberler Odası 2021 Olağan Genel Kurul başkanı tüm oy verebilecek odaya üye eylemli rehberlerin sadece %13,4'ünün oyunu alarak yönetim kurulu başkanlığına seçilmiştir.

Tablo 6. Oda Rehber Sayısı ve Katılımcı Oranları

Bölgesel Turist Rehberi Odası	Odaya Bağlı ve Oy Verebilecek Eylemli Rehber Sayısı	Seçimde Oy Veren Rehber Sayısı	Toplam Katılım Oranı	Kazanan Adayın Genele Oranı
İstanbul Rehberler Odası	3664	871	%23.7	%13.4
İzmir Rehberler Odası	750	249	%33.1	%15.8
Ankara Rehberler Odası	489	148	%30.2	%14.1
Antalya Rehberler Odası	1275	530	%41.4	%17.4
Nevşehir Rehberler Odası	514	440	%86.6	%48.4

Kaynak: Seçim tutanaklarından yazarlar tarafından derlenmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Meslek örgütleri, örgüt yapısını oluşturmak, meslekteki sorunlara çözüm üretmek, mesleğin gelecek nesillere aktarılması ve devam ettirilebilmesi için vizyon ve misyonunu belirlemek, meslek hürriyetini kazanmak gibi görevler çerçevesinde gelişmektedir. Meslek örgütleri her sektörde olduğu gibi bir hizmet sektörü olan turizmde de kendine yer edinmiştir. Turizm sektöründe belirli bir kalitenin sağlanabilmesi ve memnuniyetin oluşabilmesi için örgüt veya birlik çerçevesinde değerlerin oluşturularak uygulanması zaman içerisinde meslek örgütlerinin meydana gelmesini zorunlu hale getirmiştir. Turizm sektörü içerisinde memnuniyeti sağlama noktasında doğrudan odak nokta olan ve en çok iletişim içinde bulunan şüphesizki turist rehberleridir. Turist rehberlerinin belli bir düzeyde iş kalitesini yakalayabilmesi ve bunu koruyabilmesi için kamu kurum niteliği taşıması gerekmektedir. Dolayısıyla turist rehberlerini denetleyecek, turist rehberliğinin mesleki sorunlarını ele alacak bir kuruluşun varlığı ya da var oluşu büyük ölçüde önem taşımaktadır. Bu durum Turist Rehberleri Birliği (TUREB) ile sağlanmaktadır. Buradan hareketle bu çalışma turist rehberliği meslek odalarına yönelik 2021 yılında dördüncüsü gerçekleştirilen meslek odaları olağan genel kurul seçimlerine ilişkin verilerin analiz edilmesini amaçlamaktadır. Bu amaç çerçevesinde Tureb'e bağlı olan ve Türkiye içerisinde en fazla üyeye sahip 5 meslek odası temel alınarak seçim tutanakları ele alınmıştır. Tutanaklarda belirtilen turist rehberlerinin bilgileri rehberlik veri tabanı üzerinden aratılarak derlenmiş ve çalışma içerik analiz yöntemine tabi tutulmuştur. İlgili literatür incelendiğinde; turist rehberliği mesleki sorunlar kapsamında pek çok farklı çalışma bulunmaktadır (Yenipınar, Bak & Çapar, 2014; Karacaoğlu & Sert, 2018; Çakmak, 2018a; İlhan & Soybalı, 2018; Eser & Şahin, 2020; Çakmak, 2019; Çakmak, 2020). Mesleki sorunlara olan çalışmaların çeşitliliği dikkat çekse de olağan genel kurul seçimlerine ve katılım önemine ilişkin herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmada kurul seçimlerine katılım oranlarının ve aday olan turist

rehberlerine yönelik yapılan değerlendirmelerin bilimsel çerçevede ele alınıyor olması araştırmanın önemini ortaya koyar niteliktedir.

Araştırmadan elde edilen bulguların sonuçlarına göre turist rehberliği mesleğinde kadın ve erkek rehber sayılarının arasında ciddi bir fark olmamasına karşın tüm meslek örgütlerinin yönetici adaylıklarında, seçime adaylığını koyan ve seçilen kadın turist rehberlerinin sayısının erkek turist rehberlerine göre dramatik derecede az oluşu araştırmanın temel sonuçlarından bir tanesini oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen genel bulgulara göre, kadın turist rehberlerinin erkek turist rehberlerine oranla oda başkanlıklarına çok daha az sayıda adaylığını koyduğu göze çarpmaktadır. Ayrıca çalışmada ele alınan odalara adaylığını koyan kadın rehberlerin hiçbirinin seçilememiş olması da çalışmanın önemli çıktıları arasında kendine yer edinmektedir. Turizm sektörü her dönem itibariyle yaşanan krizlere çok açık bir sektör konumundadır. Dolayısıyla Çakmak (2018b) araştırmasında kadın turist rehberlerinin erkek turist rehberlerine oranla kriz yönetme konusunda çok daha etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu bağlamda bu çalışmanın sonucunda kadın aday ve seçilmiş birey arasındaki azlık araştırmanın önemli sonuçlarından birini yansıtmaktadır.

Çalışmanın çarpıcı sonuçlarından bir diğeri ise oda rehber sayısı ve seçimlere yönelik katılımcı sayılarına ilişkin sonuçlardır. Nevşehir Rehberler Odası haricinde araştırmada yer alan diğer odaların hepsinde odalara üye rehberlerin seçime katılması konusunda çok düşük oranlarda kalındığı görölmektedir. Örneğin, odaya bağlı turist rehberlerin %13,4 ile %17,4'ü arasında yer alan çoğunluğun tüm oda yönetiminden sorumlu olacağına yönelik karar verildiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Dil grupları nezdinde delege ve kurul adaylıkları ele alındığında Antalya Rehberler Odası haricinde diğer tüm odalarda İngilizce dilindeki turist rehberlerinin yoğunluğu dikkat çekmektedir. Antalya Rehberler Odası'nda ise adayların çoğunluğunun Almanca dilinden oluştuğu görölmektedir. Yaşanılan bu durumun 2021 yılı milliyetlerine göre Antalya'ya giriş yapan ziyaretçi sayısı ile yakından ilişkili olduğu düşünölmektedir.

2021 Antalya verilerine göre bölgeye en çok ziyarette bulunan ikinci ülke 1.268.179 kişi ile Almanya'dır. Antalya'ya en çok giriş yapan ve listede birinci sırada yer alan 3.586.928 kişi ile Rusya ise delege ve kurul adaylıklarında yer alan dil grupları ile oldukça ters orantılıdır. Bölgenin turist kimliği belirgin olmasına karşın Rusça dilinde aday sayısının Almanca ve İngilizce dillerine göre seyrinin oldukça az olduğu görölmektedir. Varılan bu sonucun İstanbul ilinde de yaşandığı dikkat çeken bir unsurdur. İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğu ziyaretçi istatistikleri doğrultusunda 2021 yılında İstanbul'a birinci sırada 832.915 kişi ile Alman ziyaretçilerin geldiği görölmektedir. İstanbul Rehberler Odası yetki alanı içerisinde özellikle Arapça ve Çince dillerinde kaçak rehberlik faaliyetleri ile ilgili kronikleşi durumda sorunlar olmasına rağmen bu dil gruplarından yönetim süreçlerine katılma hususunda az sayıda aday olduğu da göze çarpan sonuçlardan biridir.

Bu bağlamda meslek odaları seçim tutanakları özelinde mevcut durum göz önüne alınarak geliştirilen öneriler şu şekildedir;

- Meslek odaları, belirli periyotlar ile seçimlere katılım ve demokratik oy verme hakkının önemini üyelerine daha efektif şekilde anlatmalı, bu konularda sürekli bilgilendirmeler yaparak seçim dönemlerinde katılımı arttıracak ve tüm rehberlere ulaşacak süreçleri izlemelidir.

- Çalışma sonuçlarına göre özellikle kadın turist rehberlerinin oda yönetim kurullarında temsilini artırmak için teşvik edici çalışmalar yapılmalıdır. Bu doğrultuda Çakmak'ın (2018b) doktora tez çalışmasında ulaştığı sonuca göre kadın turist rehberlerinin erkek turist rehberlerine oranla kriz yönetiminde çok daha başarılı olduğuna değinilmiştir. Dolayısıyla kadın rehber adaylarının sıklığında ve teşvikinde yaşanacak artış ile turist rehberliği mesleğinde, turizm sebepli yaşanabilecek olası krizlerin yönetilmesi sürecinde pozitif yönde farklılıkların meydana gelmesi muhtemel olacağı düşünülmektedir. Duruma ek olarak kriz yönetme, temsil yeteneği yüksek kadınların yönetiminde daha fazla söz sahibi olmasını sağlamak için belirli oranda kadın adayların olması zorunluluğu da getirilebilir.
- Yönetim ve Denetim Kurulu adayları daha adil bir cinsiyet dengesi gözetilerek belirlenmelidir. Oda başkanlığına aday olacak turist rehberleri, kuracakları yönetim ve denetim kurulu ile delege aday listelerinde kadın-erkek oranlarını gözeterek karar vermelidir.
- Gelecekte gerçekleştirilecek olan araştırmalara öneri olarak ise; turist rehberlerinin gözünden olağan genel kurulların önemine ilişkin bir alan çalışması yapılabilir. Böylece genel kurullara katılımın az olmasının sebepleri araştırılabilir.

Kaynakça

- Albuz, N., akmak, T.F., Eren, A., Tekin, Ö., & Güven Yeşildağ, G. (2018). *Turist Rehberliğine Giriş*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akay, B., Uslu, A. & Sancar, M. F. (2014). Turizm Örgütlerinin Turizme Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 1(4), 6-14.
- Bayram, A. T., Ormankıran, Y. & elen, O. (2019). Turist Rehberlerin Mesleki Örgütlenmesi, B. Zengin, G. Erkol Bayram & O. Batman (Ed.) *Turist Rehberliği Mesleği (Dünü- Bugünü-Yarını)* içinde (271- 286), Ankara: Detay Yayıncılık.
- akmak, T. F. (2018a). Turist Rehberliğinin Açmazları, Eser, S. şahin, S. akıcı, C. (Ed.) *Turist Rehberliği* içinde (287- 306), Ankara: Detay Yayıncılık.
- akmak, T. F. (2018b). *Turizm Endüstrisinde Kriz Yönetimi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Alan Araştırması*, Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- akmak, T. F. (2019). Yasa Dışı Rehberlik Faaliyetlerinin İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi: İstanbul Rehberler Odası Örneği, *Turizm Akademik Dergisi*, 6 (2), 31-41.
- akmak, T. F. (2020). Turist Rehberlerini Yasa Dışı alışmaya Yönlendiren Etmenler Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 2(2), 91-107.
- Çelebi, M. & Orman, F. (2023). Veri Toplama Teknikleri. M. Çelebi (Ed.), *Nitel Araştırma Yöntemleri 3. Baskı* içinde (149-175). Ankara: Pegem Akademi.
- Devlet Denetleme Kurulu, (2009). *Araştırma ve İnceleme Raporu*, 6: 1-1062.
- Düz, B. (2016). *Turist Rehberlerinin Performans Kriterlerini Belirlemeye Yönelik Bir alışma: Turist Rehberliği Performans Ölçeği Geliştirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eser, S. (2018). Meslek Olarak Turist Rehberliği, S. Eser, S. şahin & C. akıcı (Ed.), *Turist Rehberliği* içinde (ss.25-46). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Eser, S. & şahin, S. (2020). Turist Rehberliği Mesleğinde Yaşanan Güncel Sorunlar Üzerine Bir İnceleme, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1344-1355.
- Gök, C. & Sarı, Y. (2010). Turizm Sivil Toplum Kuruluşları (STK) ve Turizm İşletmelerinin Bu STK'na Bakışı Üzerine Bir Araştırma: Fethiye Örneği, *11. Ulusal Turizm Kongresi*, (pp.554-563). Kuşadası, Turkey.
- Gümüş, H. (2008). *Türkiye'de Ulusal Turizm Örgütlerinin Yapısal Analizi ve Turizm Pazarlamasına Katkılarına Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İlhan, Y. & Soybalı, H. H. (2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma, *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(1), 13-23.
- İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). *İstatistikler ve Raporlar, Turizm İstatistikleri*, Mayıs 17, 2024 tarihinde <https://istanbul.ktb.gov.tr/TR-310679/istanbul-turizm-istatistikleri---2022.html> adresinden alındı.
- Karacaoğlu, S. & Sert, A. N. (2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma: Kapadokya Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 81-99.

Karataş, İ. H. & Şaşmaz, Z. (2013). Okul ve Eğitim Yöneticilerinin Kurmuş Olduğu Sivil Toplum Kuruluşlarının Mesleki Etkililiklerinin Araştırılması: Nitel Bir Analiz, *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 23-53.

Kılıç, A. & Hacıoğlu, N. (2018). Turist Rehberliğinde Mesleki Örgütlenme, S. Eser, S. Şahin & C. Çakıcı (Ed.), *Turist Rehberliği içinde* (239- 262). Ankara: Detay Yayıncılık.

Kiper, S. & Koştu, N. (2010). Denizli Sağlık Yüksekokulu Son Sınıf Öğrencilerinin Mesleki Örgütlenme Konusundaki Görüşleri, *Fırat Saplak Hizmetleri Dergisi*, 5(14), 1-14.

Koç, H. & Topaloğlu, M. (2012). *İşletmeciler İçin Yönetim Bilimi 2. Baskı*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Saatci, S. (2021). Meslek Örgütlenmelerinden Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşlarına, *Kamu Yönetimi ve Politikaları Dergisi*, 2(2), 213-232.

Turist Rehberleri Birliği [TUREB]. (2024). *Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği*, Mayıs 17, 2024 tarihinde <https://www.tureb.org.tr/Sayfa?id=14> adresinden alındı.

Turist Rehberleri Birliği [TUREB], *Üye Odalar*, Mayıs 17, 2024 tarihinde <https://www.tureb.org.tr/Oda> adresinden alındı.

Turist Rehberleri Birliği [TUREB], *Yönetim Kurulu*, Mayıs 17, 2024 tarihinde <https://www.tureb.org.tr/Sayfa?id=5> adresinden alındı.

Türk Dil Kurumu [TDK]. (2022). *Örgüt*, Mayıs 17, 2024 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı.

Öter, S. (2023). Turist Rehberinin Çalışma Esasları, Ö. Köroğlu & Ö. Güzel (Ed.) *Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği içinde* (ss.115-138). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Öter, Z. & Sarıbaş, Ö. (2018). Turist Rehberlerinin Görevleri ve Rollerini, S. Eser, S. Şahin & C. Çakıcı (Ed.), *Turist Rehberliği içinde* (101- 118). Ankara: Detay Yayıncılık.

Usta, Ö. (2016). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım 5. Baskı*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Yenipınar, U., Bak, E. & Çapar, G. (2014). Turist Rehberliği Meslek Kanununun, Meslek Örgütleri ve Öğretim Elemanlarının Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 86-114.

Yıldırım, Ş. & Şimşek, H. (1999). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayınevi.

Savaş Alanları Turizminin Kavram Karmaşası Üzerine Bir Tartışma

Derleme Makale/ Review Article

Onur AKGÜL 

Dr. Öğr. Üyesi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi/ Asst. Prof. Dr., Mardin Artuklu University, Faculty of Tourism

e-mail: onurakgul@yahoo.com

Özet

Bu çalışmada, savaş alanları turizmi kavramının; karanlık turizm, hüznün turizmi ve ölüm turizmi gibi kavramlar arasındaki tanım ve kapsam farklılıklarından yola çıkarak, savaş alanları turizminin literatürde ayrı bir tanımla ele alınması yönünde gerekçelerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, araştırmada literatür taramasından faydalanılmış; 1996-2021 yılları arasında yayımlanmış olan özgün 68 makale, 9 tez, 15 kitap/kitap bölümü ve 4 bildiri araştırmaya dahil edilmiştir. Literatür araştırılırken İngilizce dilinde battlefield tourism, dark tourism, military tourism, thanatourism ve warfare tourism anahtar kelimeler; Türkçe dilinde ise karanlık turizm, savaş alanları turizmi, savaş turizmi, ölüm turizmi, hüznün turizmi ve askeri turizm anahtar kelimeler üzerinden tarama yapılmıştır. Yapılan incelemeler neticesinde, savaş alanları turizminin literatürde nasıl tanımlandığı, hangi kavramlarla ortak olarak kullanıldığı tespit edilmiş ve savaş alanları turizminin karanlık turizm, hüznün turizmi ve ölüm turizminden neden ayrı olarak ele alınması gerektiğini tartışılmıştır. Ardından savaş alanları turizminin kavramsal sınırlarını belirlemek ve bütünlük oluşturmak adına tanım önerisinde bulunulmuştur. Ayrıca araştırmanın, savaş alanları turizmine dair kapsamlı ve güncel bir literatür incelemesi içerdiği için özellikle ulusal literatürdeki boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Savaş Alanları Turizmi, Karanlık Turizm, Hüznün Turizmi, Ölüm Turizmi, Savaş Turizmi

A Discussion on the Conceptual Confusion of Battlefield Tourism

Abstract

This study aims to clarify the reasons behind the absence of a clear definition of battlefield tourism in the literature, emphasizing the distinctions in definition and scope among notions such as dark tourism, grief tourism, and thanatourism. The study utilized a literature evaluation, encompassing 68 articles, 9 theses, 15 books/book chapters, and 4 papers published from 1996 to 2021. During the literature review, the following keywords were employed in English: battlefield tourism, dark tourism, military tourism, thanatourism, and warfare tourism. In Turkish, the keywords utilized included dark tourism, battlefield tourism, war tourism, death tourism, sadness tourism, and military tourism. The investigation elucidated the definition of battlefield tourism within the literature, the themes it encompasses, and the rationale for differentiating it from dark tourism, grief tourism, and thanatourism. We subsequently offer a definition to delineate the conceptual parameters of battlefield tourism and promote cohesion. This study seeks to fill the void in national literature by offering the most thorough and current analysis of battlefield tourism.

Keywords: Battlefield Tourism, Dark Tourism, Grief Tourism, Thanatourism, War Tourism

Makalenin Künyesi/ Article Information: Akgül, O. (2024). Savaş Alanları Turizminin Kavram Karmaşası Üzerine Bir Tartışma, *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 5 (2), 103-122.



Giriş

Tarihi mirasın ana cazibe kaynağı olduğu yerlerin değerlendirilmesiyle ilişkili olan miras turizmi, kültür turizminin en hızlı gelişen ve büyüyen alanlarından birisidir (Timothy & Boyd, 2003; McKercher, Ho & Du Cross, 2005). Çünkü miras turizmi, şehirleri, anıtları, binaları, sanat eserlerini, arkeolojik alanları, savaş alanlarını, kaleleri, somut olmayan mirasları ve doğal güzellikleri içeren çeşitli turizm ürünlerini kapsamaktadır (Garrod & Fyall, 2000; Timothy & Boyd, 2003). Bu geniş kapsamıyla miras turizmi, bireylerin kendi köklerini yeniden keşfedebilmelerini ve tarihi olayların meydana geldiği yerleri ziyaret ederek geçmişe dair fikir edinebilmelerini sağlamaktadır (Smith & Richards, 2013). Miras turizminin unsuru olan kültürel mirası korumaya yönelik uluslararası fikir birliği Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkmıştır. Miras alanlarının inşası sürecinde savaş alanları, siperler, mezarlıklar, cephe hatları, askeri altyapı ve eserler de potansiyel turizm destinasyonları olarak geliştirilerek yeniden tanımlanmıştır (Jansen Verbeke & George, 2015). Böylece savaşların gerçekleştiği alanlara turistik ziyaretler başlamış ve bu doğrultuda savaş alanları turizmi ortaya çıkmıştır.

Savaş alanları turizmi, insanlık tarihine mül olmuş savaşların yüzyıllar boyu anılması ve nesilden nesile aktarılması ile günümüzde önemli bir niş turizm çeşidi olarak yer edinmiştir. Özellikle ülkemiz, asırlar boyunca Anadolu topraklarında meydana gelen çeşitli savaşlar nedeniyle savaş alanları turizmi açısından zengin bir mirası barındırmaktadır (Uzun & Zaman, 2020). Günümüzde Afyon, Kütahya ve Uşak'taki Başkomutan Milli Parkı, Sakarya Meydan Muharebesi Tarihi Milli Parkı ve Gelibolu Tarihi Alanı gibi çeşitli savaş alanları da savaş alanları turizmi faaliyetleri kapsamında ziyaret edilen yerler arasındadır (Akbulut & Ekin, 2018b). Ulusal alanyazında savaş alanları turizmi ile ilgili yapılan çalışmaların büyük bölümünün Çanakkale bölgesi üzerine yoğunlaştığı görülmektedir (Çelik, 2017). Bununla birlikte Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı (Alaeddinoğlu & Aliagaoglu, 2007; Kılıç & Akyurt, 2011; Oflaz & Soylu, 2023), Sarıkamış Allahuekber Dağları Milli Parkı (Yırık & Seyitoğlu, 2014) ve Nenehatun Tarihi Milli Parkı (Aksakallı, Selçuk & Işık, 2017) çalışmalarda konu edinen savaş alanları olarak karşımıza çıkmaktadır (Çelik, 2017; Akbulut & Ekin, 2018a). Ancak savaş alanlarına yönelik yapılan çalışmalarda "savaş alanları turizmi" kavramı yerine karanlık turizm, hüznün turizmi veya ölüm turizmi gibi kavramlara yer verildiği görülmüştür. Söz konusu kavramların sadece savaş alanlarına değil, insanların acı çektiği veya hayatını kaybettiği, tarihte iz bırakan çeşitli trajik olayların gerçekleştiği yerlere yönelik yapılan çalışmalarda da yer edinmesinden dolayı ilgili literatürde bir kavram bütünlüğü sağlanamamaktadır. Bu problem doğrultusunda çalışmanın amacı, savaş alanları turizminin literatürde nasıl tanımlandığını, hangi kavramlarla açıklandığını tespit etmek ve savaş alanları turizminin karanlık turizm, hüznün turizmi ve ölüm turizminden neden ayrı olarak ele alınması gerektiğini tartışmaktır.

Savaş Alanları Turizmi

Savaş, tarafların iradelerini birbirlerine kabul etmeye zorlamak için kuvvet kullanma eylemleridir (Von Clausewitz, 2018). İnsanlar, yıllardan beridir ölüm, şiddet veya felaketle anılan yerlere ilgi göstererek seyahat etmek ve bu tecrübeyi yaşamak istemiştir (Stone & Sharpley, 2008). Savaş alanları, fiziksel coğrafyanın savaş, seyahat, anma ve turizm yoluyla sembolik alanlara dönüştürüldüğü yerlerdir (Ekin & Akbulut, 2018). Başka bir ifadeyle, kültürel miras değerine sahip olan savaş alanları, çatışmalarda acı

çekenlere ve ölenlere saygı göstermek amacıyla ziyaret edilen mekânlardır (Leopold, 2007).

Savaş alanlarının turistik olarak ziyaret edilmesinin ilk olarak 19. yüzyıla tarihlenen Waterloo Muharebesi mekânlarına yapılan seyahatlerle başladığı kabul edilmektedir (Basarin, 2011). Bu alanlar, özellikle Birinci Dünya Savaşı'ndan günümüze kadar olan süreçte, savaşların gerçekleştiği yerlerde anıtların ve müzelerin kurulmasını takiben artan ziyaretlerle popülerlik kazanmaya başlamıştır. (Baldwin & Sharpley, 2009; Walter, 2009; Hertzog, 2012). 20. yüzyılda özellikle okulların yaptığı geziler sayesinde I. Dünya Savaşı'nın batı cephesindeki muharebe alanlarına olan ilgi giderek artmıştır (Seaton, 2000; Jansen Verbeke & George, 2015). Turistik amaçlı ziyaretlerin dışında savaş alanlarının eğitim amacıyla 18. yüzyıldan itibaren acemi subaylara savaş esnasında nasıl bir strateji uygulamaları gerektiğini öğretmek için kullanıldığı ve ayrıca subayların savaş tarihini araştırmaları yönünde teşvik edildiği de bilinmektedir (Hall, 2005). Nitekim dünyanın çeşitli yerlerindeki savaş alanlarını ziyaret etmek, son yıllarda en hızlı büyüyen turizm fenomenlerinden biri haline gelmiştir (Hall, Basarin & Lockstone Binney, 2011; Basarin & Hall, 2008). Büyük savaşların yaşandığı bu alanlar günümüzde milyonlarca insanın ilgisini çekmiş ve savaş alanlarına yönelik anma törenleri ile başlayan bu seyahatler, "savaş alanları turizmi" olarak adlandırılan önemli bir turizm faaliyetinin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Aliağaoğlu, 2004; Yeşildağ & Atay, 2011).

Bir etkinliğin turizm türü olarak tanımlanması için nelerin gerektiği konusunda bir fikir birliği olmamakla birlikte, söz konusu etkinlik için temelde insanların seyahat etme motivasyonunun olması ve bu etkinliğin ekonomik bir değer oluşturması gerektiği söylenebilir. Günümüzde, savaş alanları çeşitli motivasyonlarla ziyaret edilmektedir. Savaş alanlarına yönelik turizm etkinlikleri farklılık gösterse de bu alanları ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçilerin saygı duymak ve şehitleri hatırlamak gibi manevi duygularla motive oldukları görülmektedir. Hükümetler de savaş alanlarında yapılan anma törenleri ile vatandaşlarının ulus bilincini güçlendirmekte ve seyahat etmeleri konusunda teşvik etmektedirler (Yeşildağ & Atay, 2011; Yeşildağ, 2019; Korkmaz, 2020). Frost'a (2007) göre savaş alanlarını ziyaret etmenin temel etkenleri arasında ölenleri anmak, savaşın nedenini ve detaylarını öğrenmek vardır. Hall & Basarin (2009) ise tarihe ilgi, geçmişle yeniden bağlantı kurmak, şehitleri ve gazileri anmak, herkesçe bilinen mezarlıkları görmek, tanıdık bir şehit için yas tutmak, savaş olgusunu anlamak, zaferi kutlamak, savaşla ilgili anıtları görmek ve daha iyi bir tarih bakışı kazanmak gibi etkenlerle tarihi savaş alanlarını ziyaret ettiklerini ifade etmiştir. Bununla birlikte, savaş alanlarını ziyaret etme motivasyonları milliyete göre değişebilmektedir. Örneğin; İngilizlerin ve Amerikanların savaştığı alanlara yapılan seyahatlerde anma, hac ziyareti ve kahramanlıklara tanık olma motivasyonu olduğu görülürken (Caddick-Adams, 2005; Kiesling, 2005), Almanların ise askeri eğitim vermek amacıyla savaş alanlarını ziyaret ettiği görülmektedir (Hall, 2005). Slade (2003), Gelibolu Tarihi Alanı'na gelen Avustralyalı ve Yeni Zelandalı turistlerin seyahat motivasyonlarında ölüm turizmi olmadığını, Birinci Dünya Savaşı'nın kutsal kabul görülen alanlarına bir hac ziyareti yapmak amacıyla geldiğini tespit etmiştir. Başka bir araştırmada da Gelibolu Tarihi Alanı'na gelen ziyaretçilerin savaş alanlarını deneyimlemek ve zaferi kutlamak için bölgeye seyahat ettikleri ortaya koyulmuştur (Korkmaz, 2020).

Butler & Suntikul (2013b), savaş alanlarını ziyaret etme motivasyonlarının, karanlık turizm motivasyonu ile aynı görülmesinin yanlış olduğunu savunmaktadır. Yazarlara göre, karanlık turizm motivasyonu ölüm ve kötülüğe duyulan bir meraktan gelmektedir. Kaya (2006) da savaş alanlarını ziyaret motivasyonları arasında mirasa ya da kültüre

yönelik bir merak etkeninin olabileceğini ifade etmektedir. Nitekim literatür doğrultusunda, savaş alanlarına yönelik yapılan ziyaretleri ayrı bir turizm türü olarak tanımlayabilmek mümkündür.

Turizm türlerinin sınıflandırılması noktasında da ortak bir fikir henüz ortaya çıkmamakla birlikte, sürekli yeni kavramların ortaya atılması daha karmaşık bir durum yaratmıştır. Turizmin şekli ve çeşitleri üzerine yapılan araştırmalarda çoğu kaynaklar farklı sınıflandırmalar yapmıştır. Bunun nedeni de turizm türlerinin birbirine yakın olması ve aralarında kesin çizgiler konulamamasıdır (Kozak vd., 2001: 13). Bundan dolayı bazı turizm türlerinin birden çok turizm çeşidi altında değerlendirildiği görülmektedir. Örneğin; kırsal turizm, eko turizm, doğa turizmi gibi kavramlar ayrı kavramlar gibi görülse de temelinde aynı faaliyetleri içermektedir. Başka bir örnek olarak av turizmi, bazı çalışmalarda (Soykan, 2003) kırsal turizmin alt boyutu olarak ele alınırken, bazı çalışmalarda da (Yıldırım, 2021) spor turizminin alt boyutlarından biri olarak görülmektedir. Bazı turizm türlerinde de yabancı dil çevirisinden kaynaklı alternatif kavramlar ortaya çıkmıştır. Örneğin “dark tourism” Türkçe literatürde “kara, karanlık, siyah, keder, ölüm turizmi” gibi çeşitli şekillerde isimlendirilmekle birlikte en uygun kavramın “hüzün turizmi” olduğu görüşü bulunmaktadır (Demirer & Hatırnaz, 2023). Demirer & Hatırnaz (2023), turizm çeşitlerinin ayırt edilebilmesindeki temel etkenin, bireylerin seyahat amaçlarına göre olduğu görüşünü savunmaktadır. Nitekim yazarlar, savaş alanları turizmini, ziyaret amaçlarına göre turizm çeşitleri çatısı altında alan/yer temelli turizm sınıfında ele almıştır.

Savaş alanları, tarihi olayları zaman ve mekân olarak birbirine bağlamakta, insanları anılarıyla buluşturmakta ve bu nedenle korunması gereken yerler olarak görülmektedir (Jansen Verbeke & George, 2015). Ayrıca savaş alanlarına yapılan ziyaretler, savaşın ve insanlığın acımasızlığını ortaya çıkarma ve bireylere barışın ne kadar değerli olduğunu hatırlatma potansiyeline sahiptir (Zhang, 2010). Nitekim, bireyler ve toplumlar üzerinde köklü değişikliklere neden olan savaş alanları turizmi (Basarin, 2011), hem ulusal hem de uluslararası turizm pazarında önemli bir paya sahip olmuştur (Hall ve ark. 2011).

Savaş alanları, barındırdıkları tarihi ve kültürel değer nedeniyle dünyadaki birçok ülkede milli park statüsünde korunmaktadır. Milli parklar hem fiziki çevre hem de kültürel çevre yönünden büyük çeşitliliklere sahip olabilmektedir. Çünkü milli parklar, bireylerin duygusal, kültürel ve fiziki yenilenme alanları olarak gelecek kuşaklar için muhafaza edilen doğal miras kadar, uluslar için önemli olan kültürel mirasın da korunduğu sahalardır (Aliağaoğlu, 2004). Ilgar (2015) da yerli turistlerin savaş alanlarını ziyaret etme tercihinde ilgili coğrafi sınırların milli park ilan edilmesinin etkili olduğunu ifade etmektedir. Savaş alanları turizmi, kültürel miras uzantılarına yapılan ziyaretlere, kültürel eserlere genel bir bakışa ve diğer temsillere atıfta bulunan miras turizmi içerisine dahil edilmektedir (Butler & Suntikul, 2013a).

Yöntem

Bu çalışmada, savaş alanları turizmi kavramının karanlık turizm, hüzün turizmi ve ölüm turizmi gibi kavramlar arasındaki tanım ve kapsam farklılıklarından yola çıkarak, savaş alanları turizminin literatürde ayrı bir kavram olarak ele alınması yönünde gerekçelerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Savaş alanları turizmi, uluslararası alanyazında battlefield tourism, military tourism ve warfare tourism gibi kavramlarla daha yaygın olarak kullanılsa da ulusal alanyazında savaş alanları turizmi yerine karanlık turizm, hüzün turizmi veya ölüm turizmi gibi daha geniş turizm çeşitlerini kapsayan kavramların

yerine kullanılması, ilgili kavramların tanımında ve kapsamında belirsizliklere yol açmaktadır. Bu doğrultuda savaş alanları turizminin neden ayrı bir kavram olarak ele alınması gerektiğine yönelik gerekçelerin sunulmasıyla bu probleme çözüm üretilmesi öngörülmektedir. Böylece araştırmanın, savaş alanları üzerine çalışacak araştırmacıları ortak bir kavram kullanmaları yönünde teşvik edeceği düşünülmektedir.

Bu araştırmanın temel sorusu, “Savaş alanları turizmi kavramı ile ilişkili hangi kavramlar tercih edilmektedir ve bu kavramlar nasıl tanımlanmaktadır?” şeklindedir. Araştırmanın birinci alt sorusu “Savaş alanları turizmi ile ilişkilendirilen kavramlar arasındaki benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?”; ikinci alt sorusu ise “Savaş alanları turizmi kavramı yerine hangi kavramlar ne kadar sıklıkla kullanılmaktadır?” şeklindedir.

Araştırmanın yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi tercih edilmiştir. İkincil veri kaynakları olarak değerlendirilen dokümanlar, doğrudan alınan bilgilerle birlikte kullanılabilir diğer veri kaynaklarını oluşturmaktadır (Kümbetoğlu, 2021). Doküman analizi, araştırmanın hedefi olan olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin incelenmesidir (Yıldırım & Şimşek, 2021). Doküman analizi, nitel araştırmada en değerli bilgi kaynaklarından biri olarak değerlendirilmektedir (Hoepfl, 1997). Çünkü dokümanların incelenmesiyle araştırılan olgu hakkında çeşitli bilgiler elde edilebilmektedir (Travers, 2001).

Doküman analizinin kullanıldığı çalışmalarda güvenilirliği sağlamak için söz konusu dokümanların elde edilmesinde olabildiğince açık ve net yolların takip edilmesi ve dokümanların yetkili kişilerden veya resmi kurumlardan izin alınarak kullanılması gerekmektedir (Forster, 1994). Araştırmanın inandırıcılığı için ise Yıldırım & Şimşek (2021), araştırma sürecinin tutarlı olması, veri analizine yönelik kanıtlar sunulması, verilerin nesnel bir yaklaşımla toplanması, veri analizinde uzman görüşü alınması, bulguların gerçekliği ve benzer ortamlarda geçerliğine yönelik kanıtlar sunulması gerektiğini önermektedir. Nitekim bu araştırmada incelenen dokümanlar erişime açık, doi ve erişim adresleri olan çalışmalardan oluşmaktadır. Ayrıca dokümanların seçilmesinde kullanılan anahtar kelimeler uzman görüşü alınarak belirlenmiş olup, analizin aşamalarına dair bilgi verilmiştir. Bulguların gerçekliği olarak da çalışmalarda geçen kavram tanımlamalarına birebir yer verilmiş, İngilizce tanımlar Türkçe diline çevrilerek dil kontrolleri yapılmıştır.

Dokümanların analizi, Forster (1994) tarafından önerildiği üzere beş aşamada yapılmıştır; dokümanlara ulaşma, dokümanların orijinalliğini kontrol etme, dokümanları anlama, analiz etme ve kullanma. Bu doğrultuda, çalışmanın amacına uygun olan dokümanlar, Ocak-Mayıs 2024 tarihlerinde toplanmıştır. Makale, tez, kitap bölümü ve bildirilerden oluşan dokümanlar, Google Scholar arama motoru aracılığıyla ulusal ve uluslararası veri tabanlarından ve YÖKTEZ’den elde edilmiştir. Dokümanlar araştırılırken İngilizce dilinde battlefield tourism, dark tourism, military tourism, thanatourism ve warfare tourism anahtar kelimeler; Türkçe dilinde ise karanlık turizm, savaş alanları turizmi, savaş turizmi, ölüm turizmi, hüznün turizmi ve askeri turizm anahtar kelimeler üzerinden tarama yapılmıştır. Söz konusu anahtar kelimeler, araştırmacının incelemeleri doğrultusunda en sık karşılaşılan kelimeler olarak not edilmiş ve bir uzman görüşü alınarak seçimi kararlaştırılmıştır. Üçüncü aşamada, elde edilen çalışmalar incelenmiş ve araştırmanın amacına uygun olup olmadığına kanaat getirilmiştir. Bu noktada, literatürdeki çalışmalardan yalnızca bir savaş/çatışma alanını konu edinen araştırmalar tercih edilmiştir. İlgili anahtar kelimeler aracılığıyla, 1996-2021 yılları arasında yayımlanmış olan özgün 68 makale, 9 tez, 15 kitap/kitap bölümü ve 4 bildiri araştırmaya dahil edilmiştir. Ardından çalışmanın amacına uygun olan

kavramsal tartışmalar tespit edilmiş, son aşamada ise tespit edilen uygun veriler kullanılmıştır.

Bulgular ve Yorumlanması

Araştırmanın temel sorusunun cevabı olarak; savaş alanları turizmi kavramı açıkça tanımlanmamış, uluslararası ve ulusal literatürde genellikle karanlık turizm (dark tourism), hüznün turizmi (grief tourism) veya ölüm turizmi (thanatourism) gibi kavramlarla ilişkilendirilmiştir (Moeller, 2005; Kaya, 2006; Baldwin & Sharpley, 2009; Kılıç & Akyurt, 2011; Venter, 2011; Van der Merwe, 2014; Upton, 2015; Alili, 2017; Chang, 2017; Çakar, 2017; Çelik, 2017; Ekin & Akbulut, 2018; Proos & Hattingh, 2019; Dresler & Fuchs, 2021; Fathi, 2021; Kodalak & Baltacı, 2023; Oflaz & Soylu, 2023; Türk, 2023). Savaş alanlarına yapılan ziyaretler, bazı çalışmalarda askeri turizm veya askeri miras turizmi olarak tanımlanmıştır (Bończak, 2013, Venter, 2017; Ramos, Salgado, Saraiva, & Ramos, 2018; Zienkiewicz, Podciborski & Kaźmierczak, 2021; Maltseva & Kononov, 2022; Zavarika, 2022). Ulusal literatürde yer alan bazı çalışmalarda ise gerek konu başlığında gerek anahtar kelimelerde “savaş alanları turizmi” veya “savaş turizmi” kavramlarının tercih edildiği görülmektedir (Doğaner, 2006; Alaeddinoğlu & Aliğaoğlu, 2007; Kanlı, 2008; Atay & Yeşildağ, 2010; Yeşildağ, 2019; Kılıç & Akyurt, 2011; Yeşildağ & Atay, 2011; Özçelik, 2012; Uzun, 2014; Ilgar, 2015; Yıldız, Yıldız & Aytemiz, 2015; Aksakallı ve ark. 2017; Çatır, 2017; Akbulut & Ekin, 2018a; Akbulut & Ekin, 2018b; Dilek, 2018; Okuyucu & Erol, 2018; Eren, 2019; Çimen, 2020; Uzun & Zaman, 2020; Ülker Demirel, 2020; Yeşildağ, 2020; Akbulut & Ekin, 2021; Şimşek, 2021; Yeşildağ & Özkök, 2021; Akbulut & Ekin, 2022; Türk, 2023; Oflaz & Soylu, 2023; Kodalak & Baltacı, 2023).

Aylan & Kaya (2020), uluslararası literatürde “karanlık turizm”, “ölüm turizmi (thanatourism)” ve “savaş alanları turizmi” kavramlarının sıklıkla yer aldığına, Türkçe literatürde ise “hüznün turizmi” ve “savaş alanları turizmi” kavramlarının kullanıldığına dikkat çekmiştir. Şengül, Genç & Türkay (2020), uluslararası literatürde ifade çeşitliliği en fazla olan turizm çeşidinin “karanlık (dark) turizm” olduğunu ve kavram hakkında kesin bir ifade birliğinin bulunmadığını belirtmiştir. Yazarlar, ulusal literatürde ise ağırlıklı olarak “hüznün turizmi” kavramının kullanıldığı ifade edilse de çalışmanın araştırma alanına göre savaş alanları turizmi gibi kavramların kullanılmasının da yerinde olacağına dikkat çekmiştir. Özdemir & Çakmak (2022) ise hüznün turizmüne yönelik yapılan araştırmalarda anahtar kelime olarak “savaş alanları turizmi” kavramının öne çıktığına dikkat çekmiştir. Savaş alanları turizmi kavramına ikâme olarak kullanılan hüznün turizmi, karanlık turizm ve ölüm turizmi gibi kavramların ulusal ve uluslararası literatürdeki tanımlamaları Tablo 1’de yer almaktadır.

Araştırmanın birinci alt sorusunun cevabı olarak; Tablo 1’de yer alan beş kavramın ortak noktalarına bakıldığında; savaş, ölüm, mezarlık, felaket, fedakârlık, afet, vahşet, trajedi gibi kavramların öne çıktığı görülmektedir. Tanımlarda genellikle, insana acı ve üzüntü veren olayların yaşandığı, ölümle ve şiddetle ilişkilendirilen mekânların ortak unsur olduğu görülmektedir. Diğer taraftan; karanlık turizm, hüznün turizmi, ölüm turizmi ve savaş alanları turizmi kavramlarının tanımlarında ortak noktalar olduğu gibi farklılıkların da olduğu görülmektedir. Karanlık turizm ve hüznün turizmi dahilinde ziyaret edilen mekânlar sadece savaş alanlarıyla sınırlı olmayıp, insanların ölümüyle sonuçlanan infaz, suikast, katliam, kaza, salgın, terör, doğal afet, insanlık suçu ve benzeri çeşitli trajik olayların yaşandığı yerleri ve bu olaylarla ilişkili müzeler, hapishaneler ve işkence kampları gibi insanlarda keder, acı, hüznün ve korku gibi duygular hissetmelerine neden olan tüm mekânların ziyaretlerini kapsamaktadır. Bu

durum da savaş alanları turizminin tanımında bir kavram karmaşasına neden olmaktadır. Diğer yandan, literatürde savaş alanları turizmini karanlık (dark) turizm, hüznün turizmi ve ölüm turizmi gibi kavramlardan ayrı olarak nitelendiren sayılı çalışmalar dikkate değerdir. Smith (1998), savaş alanlarına ve anıtlarına yapılan ziyaretleri “savaş turizmi” olarak kavramsallaştırmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere, savaş alanları turizmi kavramı aslında yeni bir olgu değildir.

Tablo 1: Savaş Alanları Turizmi ve İlişkili Kavramların Tanımları

Kavram	Yazar(lar)	Tanım
Savaş Alanları/Savaş Turizmi	Fathi (2021)	Eski savaş bölgelerini, savaş müzelerini, anıtları, anma yerlerini, askeri mezarlıkları ve hastaneleri ziyaret etmek ve anma törenlerine katılmak amacıyla yapılan seyahatlerdir.
	Ongun vd. (2021)	Savaşların yapıldığı mekânlara olan turistik ziyaretlerdir.
	Chen & Tsai (2019)	Ünlü savaş alanlarına ve mezarlıklara yapılan ziyaretlerdir.
	Chang (2017)	Savaş alanlarına ve mezarlıklara yapılan ziyaretlerdir.
	Diğer & Özdemir Güzel (2015)	Hüznün turizmi kapsamında olan; insanların savaş alanlarını, savaşların canlanmasını, savaş müzelerini görme ve deneyim kazanma yolculuğudur.
	Dunkley, Morgan & Westwood (2011)	Savaş anıtlarını, savaş müzelerini, savaş deneyimlerini ve savaş canlandırmalarını içeren alanları ziyaret etmektir.
	Venter (2011)	Karşıt taraflar arasında meydana gelen bir savaşın yaşandığı ve insanlar için önemli bir anlam ifade eden yere seyahat etmektir.
	Baldwin & Sharpley (2009)	Ruhsal ve duygusal deneyime odaklanan, kayıpları hatırlamak ve anmak için savaş alanlarına yapılan seyahatlerdir.
	Hall & Basarin (2009)	Savaşların ve çatışmaların yaşandığı yerleri ziyaret etme ve gözlemlene faaliyetleridir.
	Stone & Sharpley (2008)	Savaş alanlarını ziyaret etmeyi içeren bir niş turizm çeşididir.
	Prideaux (2007)	Savaş alanlarını ziyaret etme eylemidir.
	Doğaner (2006)	Savaş mekânlarını ve kalıntılarını görmek isteyen bireylerin katıldığı bir turizm hareketliliğidir.
	Rayner (2006)	Turist için kişisel bir tarihi anlamı olan bir savaş alanına yapılan seyahat, keşif veya katılımdır.
	Moeller (2005)	Ünlü savaş alanlarına ve mezarlıklara yapılan seyahatleri içeren, karanlık turizm/ölüm turizminin bir alt türüdür.
Karanlık (Dark) Turizm	Bhati ve ark. (2021)	Ölüm, felaket ve korkunç nitelikteki herhangi bir şeyin altında yatan temalarla ilişkili yerlere seyahat etme eylemidir.
	Schneider ve ark. (2021)	Ölüm, trajedi ve acı ile ilişkili olan; doğal afetler, devrimler, savaşlar, hapishaneler, sosyal felaketler, suçlar, fedakarlıklar, soykırım, vahşetler, paranormal olaylar, efsaneler ve mitler gibi konularla anılan turistik yerleri ziyaret etmektir.
	Wright & Sharpley (2018)	Geçmişte ölümler ve trajedilerle sonuçlanan doğal afet ve savaşlar gibi önemli olayların yaşandığı, pazarlanabilir turizm ürünleri olarak sunulan yerleri ziyaret etmektir.
	Buda & Shim (2017)	Turistlerin özellikle ölüm, acı veya vahşet konulu destinasyonları ziyaret ettiği özel ilgi turizmi çeşididir.
	Light (2017)	Ölüm, felaket, işkence veya hoş olmayan herhangi bir şeyle ilişkili bir turizm çeşidi için kullanılan genel bir terimdir.
	Yeneroğlu Kutbay & Aykaç (2016)	Savaşlar, felaketler, ölüm ve acı gibi karanlık deneyimlerin anılması ve yeniden canlandırılmasına yönelik yapılan seyahat ve faaliyetlerdir.
	Fonseca, Seabra & Silva (2016)	Ölüm, acı, felaket ve görünüşte ürkütücü olanla ilişkili, gerçek ve yeniden oluşturulmuş yerlere yapılan ziyaretleri içeren oldukça karmaşık ve çok boyutlu bir seyahat olgusudur.
	Upton (2015)	Ölümlerle ilişkili yerlere yapılan seyahatlerdir. Ölüm turizmi (thanatourism) olarak da tanımlanmaktadır.
	Miles (2014)	İnfaz, katliam, suikast, mezarlık, toplu mezar, anıt, hapishane, toplama kampı ve savaş alanlarına yapılan ziyaretlerdir.
	Timothy (2011)	Ölüm, keder, felaket, yıkım ve insanlık trajedisinin yaşandığı yerlere yapılan seyahatlerdir.
	Robb (2009)	Şiddetin ana cazibe merkezi olduğu yerleri ziyaret etme eylemleridir.
	Sharpley & Stone (2009)	Soykırım alanlarının, doğal afetlerin yaşandığı yerlerin ve mezarlıkların ziyaret edilmesidir.
	Stone (2006)	Genellikle ölüm, acı ve ürkütücü görünüme sahip olan bölgelerle ilişkili yerlere seyahat etme eylemidir.

	Dann (2005)	Toplama kamplarını, savaş anıtlarını, mezarlıkları, toplu katliam bölgelerini, korku müzelerini, ölüm ve doğal afet alanları, tehlikeli yerleri ziyaret etmeyi içeren seyahatlerdir.
	Preece & Price (2005)	Ölüm, afet, şiddet eylemleri, trajik olaylar, ölüm sahneleri ve insanlığa karşı suçlarla ilişkili yerlere yapılan seyahatlerdir.
	Sharpley (2005)	Kitlesel, şiddetli, doğal, zamansız veya başka bir şekilde ölümle ilişkili yerlere yapılan turizm hareketliliğidir.
	Tarlow (2005)	Trajedilerin veya tarihsel olarak kayda değer ölümlerin meydana geldiği ve hayatımızı etkilemeye devam eden yerlere yapılan seyahatlerdir.
	Lennon & Foley (2000)	Ölüm, afet ve insanlık suçu ile ilişkili turistik alanları ziyaret etme faaliyetidir.
	Seaton (1999)	Sivil ölümlerin, felaketlerin, uçak kazalarının, batık gemilerin, salgınların, terör saldırılarının yaşandığı yerlere, mezarlıklara, anıtlara ve ölümle ilgili kanıtların olduğu yerlere yapılan ziyaretlerdir. (Ölüm turizmi kavramı da aynı şekilde tanımlanmaktadır.)
	Foley & Lennon (1996)	Turistlerin ölümün, trajedinin ve acı olayların yaşandığı yerlere seyahat etme eylemidir.
Hüzün Turizmi	Kürüm Varolğüneş (2018)	Bir toplumu derinden sarsan ve etkileyen tarihsel olayları, yaşanan acıları, kahramanlıkları, ünlü kişilerin ölümlerini anımsatan veya canlandıran bölgelere yapılan gezilerdir.
	Alili (2017)	Toplumlara ve dünya tarihine etki etmiş savaşların, soykırımların, doğal afetlerin, felaketlerin ve işkence olaylarının yaşandığı mekânları görmek için yapılan seyahatlerdir.
	Çelik (2017)	Tarihsel açıdan önemli olayların gerçekleştiği, anıların yeniden canlandırıldığı, gurur, acı veya üzüntüye sahne olmuş alanlara yapılan seyahatlerdir.
	Akoğlan Kozak & Kama (2016)	Soykırım ve işkence mekânlarına, teknolojik felaket ve doğal afet bölgelerine, savaş alanlarına, ünlü kişilerin öldüğü veya defnedildiği yerlere ve diğer üzücü olayların gerçekleştiği mekânların ziyaret edilmesidir.
	Akyurt Kurnaz & Kılıç (2016)	Acı ve keder duygularının birebir yaşandığı veya bu duyguların sembolik olarak temsil edildiği destinasyonların ziyaret edilmesidir.
	Kurnaz, Çeken & Kılıç (2013)	Savaş alanları, kitle imha alanları, cezaevleri, doğal felaket alanları ve bireylerde ölüm, keder, acı, hüznün ve korku duygularını hissettiren mekânlara yapılan ziyaretlerdir.
	Özçelik (2012)	Genel olarak trajik olayların yaşandığı yerlerin ziyaret edilmesidir.
	Kılıç, Akyurt Kurnaz & Sop (2011)	Ölüm, keder, korku gibi insanları etkileyen olayların yaşandığı yerlerdeki turizm hareketlilikleridir.
	Kılıç & Akyurt (2011)	İnsana çeşitli nedenlerle üzüntü veren mekânların turistik olarak ziyaret edilmesidir.
	Kılıç & Sop (2011)	Geçmişte yaşanmış savaşların verdiği yoğun gurur ve duygusallığın etkisiyle bireylerin savaş alanlarına yaptıkları seyahatlerdir.
Aliağaoğlu (2004)	Geçmişte yaşanmış ölüm acısı ve üzüntü gibi duyguların turizm amacıyla tüketilmesidir.	
Ölüm Turizmi (Thanatourism)	Reed (2018)	Mezarlıklardan hapisanelere, idam mekânlarından savaş alanlarına kadar ölümle ilgili çeşitli turistik faaliyetlerdir.
	Yeneroğlu Kutbay & Aykaç (2016)	Ölüm ve kederle ilişkili turizm türüdür.
	Sharpley (2009)	Ölüm ile ilişkili olan bir turizm çeşididir.
	Dunkley, Morgan & Westwood (2007)	Ölüm ve insanlık suçuyla ilişkili alanları ziyaret etmektir.
	Stone (2006)	Ölüm, acı ve görünüşte ürkütücü olanla ilişkili yerlere yapılan seyahat eylemidir.
	Slade (2003)	Turistlerin ölüm bölgelerini veya savaş alanlarını, mezarlıkları ve ölümlerin anıtlarını ziyaret etmesidir.
	Seaton (2000)	Savaş alanlarına yapılan ziyaretleri, cinayet ve vahşet yerlerini, ünlülerin ölüm yerlerini, mezarlıkları ve hapisaneleri, anıtları ve ölümün yeniden inşasını içeren etkinlikleri ve sergileri içeren bir kültürel miras turizmi çeşididir.

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Araştırma kapsamında incelenen çalışmalarda, savaş alanları turizmi kavramına alternatif olarak yer verilen kavramların kullanılma sıklıklarına Tablo 2’de yer verilmiştir. Araştırmanın ikinci alt sorusunun cevabı olarak; incelenen makale, tez, kitap/kitap bölümü ile bildirilerin ele aldığı kavramlara bakıldığında, uluslararası literatürde çoğunlukla savaş/savaş alanları turizmi kavramının (%39,3) tercih edildiği görülmektedir. İkinci sırada ağırlıklı kullanılan kavram ise karanlık (dark) turizm (%25,7), üçüncü sırada ise hüzün turizmi (%14,6) kavramının kullanıldığı

görülmektedir. Bu kavramlar açıklanırken, yerlerine alternatif kullanılan kavramlardan da bahsedilmiştir.

Tablo 2: Savaş Alanları Turizmi ve İlişkili Kavramların Kullanım Sıklıkları

Kavram	f	%
Savaş/Savaş Alanları Turizmi	46	39,3
Karanlık Turizm	30	25,7
Hüzün Turizmi	17	14,6
Ölüm Turizmi	10	8,5
Askeri Turizm/Askeri Miras Turizmi	10	8,5
Keder Turizmi	2	1,7
Terör Turizmi	2	1,7
TOPLAM	117	100

Doğaner (2006), karanlık turizmin soykırım kampları, terör bölgeleri, suikast yerleri, kaza mahalleri gibi çok çeşitli olayların geçtiği yerleri kapsadığını, bundan dolayı savaş alanları turizminin kültür turizminin bir alt dalı olarak ayrılması gerektiğini savunmaktadır. Kaldı ki savaş alanlarının ziyaret edilme sebebi sadece trajik olayların yaşandığı veya insanların öldüğü yerler olduğundan değildir. Savaşın çeşitli dinamiklere sahip, insanlığa mâl olan nedenleri ve sonuçlarıyla başlı başına tarihi bir olay olmasından dolayı, insanlar kendi uluslarının veya başka ulusların tarihini öğrenmek, askerleri minnetle anmak için savaş alanlarını ziyaret etmektedir. Bu nedenle savaş alanları turizmini, karanlık turizmden veya hüzün turizminden ayrı bir kavram olarak kabul etmek gerekmektedir. Mowatt & Chancellor (2011) da karanlık turizm gibi geniş kavramların, çok farklı tarihi olayları ve çok farklı alanları tanımlayacak şekilde kullanılmaması gerektiğini savunmaktadır. Oflaz & Soylu (2023) da oldukça geniş bir kavram olan karanlık turizmi/hüzün turizmini şemsiye bir terim olarak değerlendirmektedir. Öyle ki Dunkley ve diğerleri (2007), hüzün turizmini; trajedi turizmi, savaş turizmi, soykırım turizmi, ekstrim turizmi, korku turizmi, kader turizmi ve yokluk turizmi olarak 7 türe ayırmıştır.

Turist için kişisel bir tarihi anlamı olan bir savaş alanına seyahat, keşif veya katılım olarak tanımlanan savaş alanları turizmi (Rayner, 2006), ölüm turizminden de (thanatourism) farklıdır; çünkü destinasyonu, turist motivasyonunu veya turu tanımlayan şey ölüm veya ölüm merakı ile ilgili değildir. Ziyaretçilere gerçek bir canlandırma imkânı tanıyan mekânsal sabitlik, savaş alanları turizminin en eşsiz yönüdür. Savaş alanları mirasının varlığı, birtakım kültürel uygulamaların veya eserlerin nesiller arası yeniden bir üretimine değil, savaş alanlarındaki kalıntılara dayanmaktadır (Miles, 2014; Yeneroğlu Kutbay & Aykaç, 2016). Savaş alanları turizmini karanlık turizm veya ölüm turizmden ayıran fark; karanlık turizm ve ölüm turizminin ilgi alanına ölüm ve trajik olaylar girerken, savaş alanları turizmi sadece askeri tarih ve kalıcı miras ile ilgilenmektedir (Venter, 2017). Bu noktada savaş alanlarındaki çekicilik unsurlarını mekân ve olay olarak ayırmak gerekmektedir. Mekânsal çekicilikleri savaş meydanları, surlar, kaleler, anıt mezarlar, ordu yolları, müzeler ve karargâhlar oluştururken; özel günler, savaş ve zafer yıl dönümleri ile barış antlaşması yıl dönümleri başlıca olaysal çekicilikleri oluşturmaktadır (Doğaner, 2006).

Fonseca ve diğerleri (2016), savaş turizmi veya savaş alanlarını turizmini, karanlık turizmin bir tipolojisi olarak ifade etmektedir. Bhati ve diğerleri (2021), karanlık turizmdeki “karanlık” unsurun, çoğunlukla savaşlar gibi tarihi olaylardan kaynaklandığını ileri sürmektedir. Stone (2012), karanlık turizmin evrensel bir tipolojisi veya evrensel olarak kabul görmüş bir tanımının olmadığını savunmaktadır. Ölüm ve felaketlerle ilgili çok çeşitli seyahatleri barındırdığı için karanlık turizm kavramının

tanımları ve açıklamaları eklektik ve karmaşık olmuştur (Sharpley & Stone, 2009; Raine, 2013; Isaac & Çakmak, 2014). Bu nedenle karanlık turizm kavramı çok kapsayıcı olsa da teorik açıdan zayıf kalmıştır (Dunkley, 2007). Askeri turizm olarak da ifade edilen savaş alanları turizmi kavramı için ise evrensel kabul görmüş bir tanım geliştirilememiştir (Venter, 2017).

Sonuç ve Tartışma

Savaş alanları turizmi yerine kullanılan farklı kavramlar, savaş alanlarıyla ilişkili olmayan alanların bile aynı kavram altında araştırmalarda yer almasına neden olmakta ve bu da literatürde bir kavram karmaşasına yol açmaktadır. Seyahat ve turizm literatüründe, savaş alanları ziyaretlerini konu edinen çalışmalarda karanlık turizm, hüznün turizmi veya ölüm turizmi gibi kavramlar kullanılsa da savaş alanları turizmi kavramının son dönemlerde sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Çeşitli nedenlerle ziyaret edilen savaş alanlarının turistik destinasyonlar olması, bu ziyaretlerin savaş alanları turizmi olarak adlandırılmasını anlamlı kılmaktadır. Nitekim literatürde savaş alanları turizmi kavramına daha sık yer verilmesi, bahsi geçen kavram karmaşalarının da önüne geçilmesi için bir fırsat olarak değerlendirilebilir (Yeşildağ & Atay, 2011: 272).

Araştırmanın bulguları, savaş/çatışma alanlarını konu edinen çalışmalarda, savaş alanları turizmi kavramı dışında karanlık turizm, hüznün turizmi, askeri turizm, askeri miras turizmi, keder turizmi ve ölüm turizmi kullanıldığını göstermektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere, özellikle savaş alanlarını inceleyen araştırmalarda ortak kavram kullanımında bir fikir birliğinin sağlanamadığı görülmektedir. Savaş alanlarının konu edildiği ulusal araştırmalarda çoğunlukla hüznün turizmi kavramının kullanıldığı anlaşılmaktadır. Alili (2017: 41), hüznün turizminin, gidilen destinasyona ve destinasyonda yaşanan olaylara göre çeşitlendiğini ifade etmektedir. Uluslararası çalışmalarda (Stone, 2012; Irimias, 2014; Upton, 2015; Light, 2017; Upton vd., 2018) ise karanlık turizm; ölüm, savaş, işkence ve terör gibi olayların yaşandığı yerlerin farklı türlerini birleştiren bir çatı kavram olarak değerlendirilmektedir. Nitekim yapılacak araştırmalarda fikir birliğini sağlamak adına, ulusal literatürde karanlık turizm/hüznün turizminin bir çatı kavram olarak ele alınması ve savaş alanları turizminin de çatı kavramın bir alt kolu olarak değerlendirilmesi mümkün olabilir.

Savaş alanları turizmi kavramı, ulusal literatüre kıyasla uluslararası literatürde daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Kavram birliğini sağlamak için ulusal literatürde de aynı paydada buluşmanın katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle, özellikle ulusal literatürde savaş alanlarının konu edildiği çalışmalarda ortak bir kavram üzerinde durmak gerekmektedir. Savaş alanlarının tarihsel önemi, etkileri ve ülkemizdeki savaş alanlarının turizmdeki yeri göz önüne alındığında, savaş alanları turizmi kavramının daha yaygın bir şekilde literatürde yer edinmesi gerektiği düşünülmektedir. Uluslararası alanyazındaki çalışmalarda yer alan tanımlamalardan yola çıkarak, savaş alanları turizmi aşağıdaki şekilde tanımlanabilir:

“Savaş alanları turizmi, tarihte önemli bir yer edinmiş ve günümüzde izleri kalmış savaşların ve silahlı çatışmaların gerçekleştiği alanlarda bulunan mezarlıkları, cephe hatlarını, siperleri, anıtları, müzeleri, kaleleri, karargâh evleri ve savaşta kullanılan diğer taşınır/taşınmaz kültür varlıklarını ziyaret etmeye yönelik turistik seyahatleri içeren bir turizm çeşididir.”

Araştırmanın, savaş alanları turizmi kavramının tanımına ve tartışmalarına dair kapsamlı bir literatür taraması içerdiği için savaş alanları üzerine çalışacak araştırmacılara

kavramsal altyapıyı oluşturmada yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte, aynı anlamda olan farklı kavramların kullanılması durumu yalnızca ulusal literatüre özgü değildir. Uluslararası literatürde de “death tourism” ve “thanatourism” gibi aynı anlama gelen kavramların farklı şekillerde kullanıldığı görülmektedir (Safyan, 2011; Sion, 2017; Turanjanin, 2020). Nitekim uluslararası literatürde de görülebilen kavram karmaşasına çözüm önermek adına benzer bir tartışma İngilizce dilinde yapılabilir.

Benzer kavram karmaşalarının sadece savaş alanları turizmi üzerine olmadığı bu araştırmada daha önce tartışılmıştır. Bu doğrultuda; eko turizm/doğa turizmi, kırsal turizm/tarım turizmi, sağlık turizmi/welness turizmi/termal turizm, helal turizm/islami turizm, gastronomi turizmi/yemek turizmi, erişilebilir turizm/engelli turizmi, diaspora turizmi/göç turizmi/köken turizmi gibi kavramlarda da fikir birliğini sağlamak, ortak ve ayırt edici kapsamları belirlemek üzerine tartışmalar yapılabilir. Bu hususa katkı sağlamak amacıyla alana yönelik sözlük veya ansiklopedi çalışmaları yapılarak çatı kavramlar ve alt kolları ortaya konulabilir.

Bu araştırmanın temel sınırlılığı, analize dahil edilen kaynakların sayısıdır. Gelecek araştırmalarda incelenebilecek kaynakların ve kullanılan anahtar kelimelerin sayısı artırılarak en güncel çalışmalar incelemeye alınabilir. Ayrıca savaş alanları turizmi ile ilişkilendirilen söz konusu kavramların hangi tür alan araştırmalarında kullanıldığı ve tanımlamalarda hangi ifadelerin öne çıktığını tespit etmek için içerik analizi yapılarak benzerlikler ve farklılıklar tartışılabilir.

Kaynakça

- Akbulut, O. & Ekin, Y. (2018a). Kültürel Miras Turizmi Olarak Savaş Alanları Turizmi: Türkiye’de Yer Alan Savaş Anıtlarının Coğrafi Bilgi Sistemleri Analizi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 395-420. DOI: 10.17218/hititsosbil.397914
- Akbulut, O. & Ekin, Y. (2018b). Savaş Alanları Turizmi: Birleşik Krallık (İngiltere) Savaş Alanları Kaynak Merkezi (UK Battlefield Resource Center) Örneği ve Kurtuluş Savaşı Alanları Turizm Potansiyeli. *The Journal of Turkish Social Research*, 22(1), 105-142.
- Akbulut, O. & Ekin, Y. (2021). Toplumsal Hafıza, Kültürel Miras ve Savaş Alanları Turizmi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5(Özel Sayı), 150-159. DOI: 10.30625/ijctr.954895
- Akbulut, O. & Ekin, Y. (2022). Yaşayan Tarih: Savaş Alanları Turizmi ve Yeniden Canlandırma Toplulukları Örneği. *Kent Akademisi*, 15(2), 439-451. DOI: 10.35674/kent.988625
- Akoğlan Kozak, M. & Kama, S. (2016). *Dark (hüzün) turizmi mekânı Olarak Çanakkale*, 8. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi’nde sunulan bildiri, 241-253. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Nevşehir.
- Aksakallı, Z., Selçuk, G.N. & Işık, C. (2017). Nenehatun Tarihi Milli Parkı’nın Hüzün Turizmi ve Mabetleşme Yönünden Değerlendirilmesi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ERZSOSDE)*, (4), 215-240.
- Akyurt Kurnaz, H. & Kılıç, B. (2016). İtici ve Çekici Faktörlerin Hüzün Turizmi Destinasyonlarında Memnuniyet ve Sadakate Etkisi: Çanakkale Örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 139-164.
- Alaeddinoğlu, F. & Aliğaoğlu, A. (2007). Savaş Alanları Turizmine Tipik Bir Örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 215-225.
- Aliğaoğlu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye’den Örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2), 55-70.
- Alili, M. (2017). Avrupa’daki ve Türkiye’deki Hüzün Turizmi Destinasyonlarının Karşılaştırılması Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 37-50.
- Atay, L. & Yeşildağ, B. (2010). Savaş Alanları ve Turizmi. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2), 65-72.
- Aylan, S. & Kaya, İ. (2020). Bir Hüzün Turizmi Destinasyonu Olarak Ulucanlar Cezaevi Müzesi Ziyaretçilerinin Elektronik Yorumlarının İçerik Analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 488-504.
- Baldwin, F. & Sharpley, R. (2009). Battlefield Tourism: Bringing Organised Violence Back to Life, (Editor) Sharpley, R. & Stone, P.R.: *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*, İngiltere: Channel View Publications.
- Basarin, J.V. (2011). *Battlefield Tourism-Anzac Day Commemorations at Gallipoli*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Deakin Üniversitesi, Avustralya.

Basarin, J.V. & Hall, J. (2008). The Business of Battlefield Tourism. *Deakin Business Review*, 1(2), 45-55.

Bhati, A., Agarwal, M., Tjayaindera, D.N., Aung, R., Thu M. & Nguyen, T.M.T. (2021). Dark Tourism in Southeast Asia: Are Young Asian Travelers Up For It?. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 22(5), 550-566. DOI: 10.1080/15256480.2019.1708223

Bończak, B. (2013). The Battle of Lodz 1914: A Chance To Develop Military Heritage Tourism in The Metropolitan Tourism Region of Lodz. *Tourism*, 23(1), 17-26. DOI: 10.2478/tour-2013-0002

Buda, D.M. & Shim, D. (2017). ‘Real’ and ‘Normal’ North Korea: On The Politics of Shining Light on The Darkness. Reply To: ‘Shining Light on The Darkness. Placing Tourists Within North Korean Tourism’. *Current Issues in Tourism*, 20(4), 443-445. DOI: 10.1080/13683500.2015.1032897

Butler, R. & Suntikul, W. (2013a). *Tourism and War*, İngiltere: Routledge.

Butler, R. & Suntikul, W. (2013b). Tourism and war: An ill wind?, (Editor) Butler, R. & Suntikul, W.: *Tourism and War* (s. 1-11). Routledge.

Caddick-Adams, P. (2005). Footprints in the mud. The British’ army’s approach to the battlefield tour experience. *Defence Studies*, 5, 15-26. DOI: 10.1080/14702430500096368

Chen, C.M. & Tsai, T.H. (2019). Tourist Motivations in Relation to a Battlefield: A Case Study of Kinmen. *Tourism Geographies*, 21(1), 78-101. DOI: 10.1080/14616688.2017.1385094

Chang, L.H. (2017). Tourists’ perception of dark tourism and its impact on their emotional experience and geopolitical knowledge: A comparative study of local and non-local tourist. *Journal of Tourism Research & Hospitality*, 6(3), 1-5. DOI: 10.4172/2324-8807.1000169

Çakar, K. (2017). *Bir hüzün turizmi destinasyonu olan Gelibolu Yarımadasını ziyaret eden turistlerin motivasyon ve deneyimlerinin incelenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

Çatır, O. (2017). Savaş Alanı Turizmi: Bir Literatür Taraması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 21-31. DOI: 10.26677/tutad.2017.1

Çelik, A. (2017). Hüzün Turizmi Üzerine Bir Derleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 41-55. DOI: 10.26677/tutad.2017.13

Çimen, H. (2020). Hüzün Turizminin Tercih Edilmesinde Temel Motivasyonların Kavramsal İncelemesi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (47), 386-393. DOI: 10.17498/kdeniz.690123

Dann, G.M.S. (2005). Nostalgia in the Noughties, (Editor) Mercer, T.D.: *Global Tourism*, İngiltere: Routledge.

Demirer, D. & Hatırnaz, B. (2023). Alternatiflik mi, Aşırılaşma mı? Turizm Çeşitlerinin Son Güncel Durumu. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, (7)1, 32-62. DOI: 10.32572/guntad.1119859

- Dilek, S.E. (2018). Aktif Savaş Alanları Turizmi: Macera Mı? Kayıtsız Hazcılık Mı? Etik Bir Tartışma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), 931-938. DOI: 10.17719/jisr.2018.2703
- Dinçer, M.Z. & Özdemir Güzel, S. (2015). *Alternatif turizm çeşidi: Barış turizmi*, 16. Ulusal Turizm Kongresi'nde sunulan bildiri, 238.
- Doğaner, S. (2006). Savaş ve Turizm: Troya ve Gelibolu Savaş Alanları. *Türk Coğrafya Dergisi*, (46), 1-21.
- Dresler, E. & Fuchs, J. (2021). Constructing The Moral Geographies Of Educational Dark Tourism. *Journal of Marketing Management*, 37(5-6), 548-568. DOI: 10.1080/0267257X.2020.1846596
- Dunkley, R.A. (2007). Re-peopling Tourism: A Hot Approach to Studying Thanatourist Experiences, (Editor) Ateljevic, I., Pritchard, A., & Morgan, N.: *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies*, Hollanda: Elsevier.
- Dunkley, R. A., Morgan, N., & Westwood, S. (2007). A Shot in The Dark? Developing A New Conceptual Framework for Thanatourism. *Asian Journal of Tourism and Hospitality*, 1(1), 54-63.
- Dunkley, R., Morgan, N. & Westwood, S. (2011). Visiting the Trenches: Exploring Meanings and Motivations in Battlefield Tourism. *Tourism Management*, 32, 860-868. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.07.011
- Ekin, Y. & Akbulut, O. (2018). Battlefield Tourism: An Examination of Events Held By European Institutions and Their Websites Related to Battlefields. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 8(1), 73-123.
- Eren, N. (2019). *Savaşın Parçaladığı Toplumlar Arası Barış Paradigmasında Savaş Alanları Turizmi: Kars*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Fathi, R. (2021). Centenary (Battlefield Tourism), (Editör) Daniel, U., Gatrell, P., Janz, O., Jones, H., Keene, J.D., Kramer, A. & Nasson, B.: *1914-1918 Online: International Encyclopedia of the First World War*, Berlin: Freie Universitat Berlin.
- Foley, M. & Lennon, J. (1996). JFK And Dark Tourism: A Fascination With Assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198-211. DOI: 10.1080/13527259608722175
- Fonseca, A.P., Seabra, C. & Silva, C. (2016). Dark Tourism: Concepts, Typologies and Sites. *Journal of Tourism Research & Hospitality*, (2), 1-6. DOI: 10.4172/2324-8807.S2-002
- Forster, N. (1994). The Analysis Of Company Documentation, (Editor) Cassell, C., & Symon, G.: *Qualitative Methods in Organizational Research: A Practical Guide*, Amerika Birleşik Devletleri: Sage.
- Frost, W. (2007). Refighting the Eureka Stockade: Managing a Dissonant Battlefield, (Editor) Ryan, C.: *Battlefield Tourism: History, Place and Interpretation* (s.187- 194). Elsevier.
- Garrod, B. & Fyall, A. (2000). Managing Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 682-708. DOI: 10.1016/S0160-7383(99)00094-8

- Hall, D. (2005). The Modern Model of The Battlefield Tour and Staff Ride. Post-1815 Prussian and German Traditions. *Defence Studies*, 5, 37-47. DOI: 10.1080/14702430500096848
- Hall, J. & Basarin, J.V. (2009). *Battlefield Tourism in Turkey: Motives for Attendance at Anzac Day Commemoration in Turkey, Tourist Experiences: Meanings Motivation And Behaviours, A International Conference*, İngiltere: Lancashire.
- Hall, J., Basarin, J.V. & Lockstone Binney, L. (2011). Pre-And Posttrip Factors Influencing The Visitor Experience at A Battlefield Commemorative Event: Gallipoli, A Case Study. *Tourism Analysis*, 16(4), 419-429. DOI: 10.3727/108354211X13149079788891
- Hertzog, A. (2012). War Battlefields, Tourism and Imagination. *Tourism Review*, 1-19. DOI: 10.4000/viatourism.1283
- Hoepfl, M. C. (1997). Choosing Qualitative Research: A Primer for Technology Education Researchers. *Journal of Technology Education*, 9(1), 47-63.
- Ilgar, R. (2015). Mabetleşen Bir Mekân: Gelibolu Yarımadası Tarihi Savaş Alanları Turizmi. *Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı*, 13(19), 1-20.
- Irimias, A. (2014). The Great War heritage site management in Trentino. Northern Italy. *Journal of Heritage Tourism*, 9(4), 317-331. DOI: 10.1080/1743873X.2014.908886
- Isaac, R.K. & Çakmak, E. (2014). Understanding Visitor's Motivation at Sites of Death and Disaster: The Case of Former Transit Camp Westerbork, The Netherlands. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 164-179. DOI: 10.1080/13683500.2013.776021
- Jansen Verbeke, M. & George, W. (2015). Memoryscapes of The Great War (1914-1918): A Paradigm Shift in Tourism Research on War Heritage. *Tourism Review*, 8. DOI: 10.4000/viatourism.494
- Kanlı, E. (2008). *Başkomutan Tarihi Milli Parkının Savaş Turizmi İçerisindeki Yeri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Kaya, O. (2006). *Ölüm turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nı Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret Motivasyonlarını Anlamaya Yönelik Bir Araştırma ve Sonuçları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Kılıç, B. & Akyurt, H. (2011). Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 209-232.
- Kılıç, B., Akyurt Kurnaz, H. & Sop, S.A. (2011). Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisinin Belirlenmesi ve Hüzün Turizmi İlişkisi, (Editör) Öncü, M.A.: 12. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kılıç, B. & Sop, S.A. (2011). Hüzün Turizmi, Katarsis ve Alternatif Katarsistik Bir Destinasyon Örneği Olarak San Jose Madeni. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 8(3), 6-22.
- Kiesling, E. (2005). The United States Army's Historical Staff Rides. History and Historiography. *Defence Studies*, 5, 48-58. DOI: 10.1080/14702430500096863

- Kodalak, O. & Baltacı, M. (2023). Hüzün Turizmi ile İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(3), 1137-1156. DOI: doi.org/10.33083/joghat.2023.327
- Korkmaz, H. (2020). Evaluation of Gallipoli Historical Site in the Scope of International Battlefield Tourism, (Editor) Babacan, H.: *Academic Studies in Social, Human and Administrative Sciences* (s. 313-331). Gece Publishing.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2001). *Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar, Detay Yayıncılık* (5. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kurnaz, H.A., Çeken, H. & Kılıç, B. (2013). Hüzün Turizmi Katılımcılarının Seyahat Motivasyonlarının Belirlenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 57-73.
- Kümbetoğlu, B. (2021). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma* (7. Baskı), İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kürüm Varolüneş, F. (2018). Hüzün Turizminde (Dark Tourism) Mabetleşme Süreci ile Mekânsal Belleğin İlişkilendirilmesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(30), 4443-4451.
- Lennon, J.J. & Foley, M. (2000). *Dark Tourism- The Attraction of Death and Disaster*, İngiltere: Continuum.
- Leopold, T. (2007). A Proposed Code of Conduct for War Heritage Sites, (Editor) Ryan, C.: *Battlefield Tourism: History, Place and Interpretation*, Hollanda: Elsevier.
- Light, D. (2017). Progress in Dark Tourism and Thanatourism Research: An Uneasy Relationship with Heritage Tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.01.011
- Maltseva, K.A. & Kononov, A.Y. (2022). Prospects for the Development of Military Heritage Tourism in Primorsky Krai (Case of the Vladivostok Fortress). *Servis v Rossii i za Rubezhom (Services in Russia and Abroad)*, 16(2), 134-143. DOI: 10.24412/1995-042X-2022-2-134-143.
- McKercher, B., Ho, P.S.Y. & Du Cross, H. (2005). Relationship Between Tourism and Cultural Heritage Management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26, 539-548. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.02.018
- Miles, S. (2014). Battlefield Sites as Dark Tourism Attractions: An Analysis of Experience. *Journal of Heritage Tourism*, 9(2), 134-147. DOI: 10.1080/1743873X.2013.871017
- Moeller, M. (2005). *Battlefield tourism in South Africa with special Reference to Isandlwana and Rorke's Drift Kwazulu-Natal*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, University of Pretoria, Pretoria. <https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/27455/Dissertation.pdf?sequence=1>
- Mowatt, R.A. & Chancellor, C. H. (2011). Visiting Death and Life: Dark Tourism and Slave Castles. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1410-1434. DOI: 10.1016/j.annals.2011.03.012
- Oflaz, M., & Soylu, B. Ç. (2023). Türkiye Cumhuriyeti'nin Kuruluş Sürecinde Önemli Yeri Olan Savaş Alanlarının Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Gelibolu Tarihi Alanı, Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (49-1), 629-650.

- Okuyucu, A. & Erol, F. (2018). Savaş Alanları Turizmine Yönelik Motivasyon, Duygu ve Deneyimler: Metristepe ve İnönü Şehitlikleri-Bozüyük Örneği. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 16(1), 135-151. DOI: 10.1501/Cogbil_0000000195
- Ongun, U., Çuhadar, M. & Kervankıran, İ. (2021). Süleyman Demirel Demokrasi-Kalkınma Müzesi ve Anıt Mezarının, Hüzün Turizmi ve Yöre Ekonomisi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 201-217.
- Özçelik, H. (2012). *Gelibolu-Waterloo Karşılaştırması Yoluyla Türkiye’de Keder Turizmi Potansiyeli Analizi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Özdemir, F. & Çakmak, T.F. (2022). Hüzün Turizmi Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 389-406. DOI: 10.32572/guntad.1026021
- Preece, T. & Price, G.G. (2005). Motivations of Participants in Dark Tourism: A Case Study of Port Arthur, Tasmania, (Editor) Ryan, C., Page, S.J., & Aicken, M.: *Taking Tourism to The Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives*, Hollanda: Elsevier.
- Prideaux, B. (2007). Echoes of War, (Editor) Ryan, C.: *Battlefield Tourism: History, Place and Interpretation*, Hollanda: Elsevier.
- Proos, E. & Hattingh, J. (2019). Advancing Heritage Tourism in The Central Karoo: The South African War Battlefields Route. *Development Southern Africa*, 37(4), 678-693. DOI: 10.1080/0376835X.2019.1698409
- Raine, R. (2013). A Dark Tourist Spectrum, International Journal of Culture. *Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 242-256. DOI: 10.1108/IJCTHR-05-2012-0037
- Ramos, E., Salgado, M., Saraiva, R. & Ramos, I. (2018). Importance of Historical Recreations in Military Tourism: Lusitanos Resistance to the Roman Invasion in Serra Da Estrela. *Journal of Tourism Research*, 19, 136-146.
- Rayner, M. (2006). *Battlefields: Exploring the Arenas of War, 1805-1945*. Avustralya: New Holland Publisher.
- Reed, K. (2018). *Thanatourism to Dark Tourism: The Transition of The Religious Sacred to Secular Sacred*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, State University of New York, New York. https://digitalcommons.buffalostate.edu/museumstudies_theses/14/
- Robb, E. (2009). Violence And Recreation: Vacationing in The Realm of Dark Tourism. *Anthropology and Humanism*, 34(1), 51-60. DOI: 10.1111/j.1548-1409.2009.01023.x
- Safyan, A.R. (2010). A Call for International Regulation of the Thriving “industry” of Death Tourism. *Loyola of Los Angeles International and Comparative Law Review*, 33, 287-319.
- Schneider, A., Anghel-Vlad, S., Negrut, L., Goje, G. & Para, I. (2021). Tourists’ Motivations for Visiting Dark Tourism Cites: Case Of Romania. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, 30(1), 140-150.
- Seaton, A.V. (1999). War and Thanatourism: Waterloo 1814-1915. *Annals of Tourism Research*, 26(1), 130-158.

Seaton, A.V. (2000). Another Weekend Away Looking for Dead Bodies: Battlefield Tourism on the Somme and in Flanders. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 63-77. DOI: 10.1080/02508281.2000.11014926

Sharpley, R. (2005). Travels to the Edge of Darkness: Towards a Typology of 'Dark Tourism', (Editor) Ryan, C., Page, S.J., & Aicken M.: *Taking Tourism to the Limits: Issues, Concepts and Managerial Perspectives*, Hollanda: Elsevier.

Sharpley, R. (2009). Shedding Light on Dark Tourism: An Introduction, (Editor) Sharpley, R. & Stone, P.R.: *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*, İngiltere: Channel View Publications.

Sharpley, R. & Stone, P.R. (2009). *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*. İngiltere: Channel View Publications.

Sion, B. (2017). Memorial Pilgrimage or Death Tourism? A Jewish Perspective. *Liturgy*, 32(3), 23-28. DOI: 10.1080/0458063X.2017.1295720

Slade, P. (2003). Gallipoli Thanatourism. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 779-794. DOI: 10.1016/S0160-7383(03)00025-2

Smith, V. (1998). War and Tourism: An American Ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 202-227.

Smith, M. & Richards, G. (2013). *Routledge Handbook of Cultural Tourism*. İngiltere: Routledge.

Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*. 12, 1-11.

Stone, P.R. (2006). A Dark Tourism Spectrum: Towards a New Post-disciplinary Research Agenda. *International Journal of Tourism Anthropology*, 1(3/4), 318- 322. DOI: 10.1504/IJTA.2011.043713

Stone, P.R. (2012). Dark Tourism and Significant Other Death. Towards A Model of Mortality Mediation. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1565-1587. DOI: 10.1016/j.annals.2012.04.007

Stone, P.R. & Sharpley, R. (2008). Consuming Dark Tourism: A Thanatological Perspective. *Annals of Tourism Research*, 35, 574-595. DOI: 10.1016/j.annals.2008.02.003

Şengül, S., Genç, K. & Türkay, O. (2020). Her Şeyin Turizmi (Mi?): Turizm Çeşitlerini İsimlendirme Problemi. *Journal of New Tourism Trends (JOINNTT)*, 1(1), 14-21.

Şimşek, M. (2021). "Karadeniz'in Çanakkale'si" Harşit Vadisi Savunması'nın Hüzün Turizmi Bağlamında İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(2), 379-388.

Tarlow, P. (2005). Dark Tourism: The Appealing 'Dark' Side of Tourism and More, (Editor) Novelli, M.: *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*, Hollanda: Elsevier.

Timothy, D.J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. İngiltere: Channel View Publications.

Timothy, D.J. & Boyd, S.W. (2003). *Heritage Tourism*. Amerika Birleşik Devletleri: Prentice Hall.

Travers, M. (2001). *Qualitative Research Through Case Studies*. Amerika Birleşik Devletleri: SAGE Publications.

Turanjanin, V. (2020). "Death Tourism" in Europe: A Potential Problem in Croatia. *Forensic Research & Criminology International Journal*, 8(1), 11-13.

Türk, O. (2023). Savaş Alanlarına Yönelik Algılanan Destinasyon İmajının Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisinde Destinasyon Aidiyetinin Rolü: Muş Malazgirt Savaş Alanı Örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 21(48), 310-333.

Upton, A. (2015). *Understanding the Reflections of Battlefield Tourists Regarding Their Experiences to Sites Associated with WWI and the Vietnam War: An Analysis of Travel Blogs*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Auckland Teknoloji Üniversitesi, Yeni Zelanda. <https://openrepository.aut.ac.nz/server/api/core/bitstreams/fb945dad-56e2-475f-a792-727f8e0a3052/content>

Upton, A., Schanzel, H. & Lück, M. (2018). Reflections of battlefield tourist experiences associated with Vietnam War sites: An analysis of travel blogs. *Journal of Heritage Tourism*, 13(3), 197-210. DOI: 10.1080/1743873X.2017.1282491

Uzun, E. (2014). *Savaş Alanları Turizmi Üzerine Coğrafi Bir Değerlendirme: Antep Savunması Örneği*, Yayınlanmamış Doktora tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Uzun, E. & Zaman, S. (2020). Savaş Alanları Turizminin Bir Çekiciliği Olarak Antep Savunması Mirası: Potansiyeli ve Gaziantep Turizmi Açısından Önemi Üzerine Coğrafi Bir Değerlendirme. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 9(2), 919-940.

Ülker Demirel, E. (2020). Yabancı Turistlerin Unutulmaz Turizm Deneyimleri Üzerine Netnografik Bir Araştırma: Gelibolu Yarımadası Örneği. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 67-90.

Van der Merwe, C. D. (2014). Battlefield Tourism: The Status Of Heritage Tourism İn Dundee, South Africa, Bulletin of Geography. *Socio-Economic Series*, 206, 121-139. DOI: 10.2478/bog-2014-0049

Venter, D. (2011). Battlefield Tourism in The South African Context. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 1(3), 1-5.

Venter, D. (2017). Examining Military Heritage Tourism as a Niche Tourism Market in the South African Context. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(1), 1-19.

Von Clausewitz, C. (2018). *Savaş Üzerine*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.

Walter, T. (2009). Dark Tourism: Mediating Between the Dead and the Living, (Editor) Sharpley, R., & Stone, P.R.: *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*, İngiltere: Channel View Publications.

Wright, D. & Sharpley, R. (2018). Local Community Perceptions of Disaster Tourism: The Case of L'Aquila, Italy. *Current Issues in Tourism*, 21(14), 1569-1585. DOI: 10.1080/13683500.2016.1157141

Yeneroğlu Kutbay, E. & Aykaç, A. (2016). Battlefield Tourism at Gallipoli: The Revival of Collective Memory, The Construction of National Identity and The Making of A

Long-Distance Tourism Network. *Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 7(5), 61-83. DOI: 10.6092/issn.2036-5195/6382

Yeşildağ, B. (2019). Savaş Alanları Turizmi, (Editör) Özen, G. & Terzi, B.: *3000 Yıllık Mücadele: Truva'dan Gelibolu'ya Çanakkale*, Çanakkale: Çanakkale Savaşları Enstitüsü Yayınları.

Yeşildağ, B. (2020). *Savaş Alanlarında Algılanan Hizmet Kalitesi, Destinasyon İmajı ve Davranışsal Niyetler İlişkisi: Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.

Yeşildağ, B. & Atay, L. (2011). Savaş Alanları Turizmi: Gelibolu Yarımadasına Gelen Ziyaretçilere Yönelik Bir Çalışma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(26), 267-280.

Yeşildağ, B. & Özkök, F. (2021). Savaş Alanlarında Algılanan Hizmet Kalitesi, Destinasyon İmajı ve Davranışsal Niyetler İlişkisi: Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 2(2), 87-101.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (12. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, O. (2021). Ulusal Alan Yazında Spor Turizminin Gelişimi: Lisansüstü Tezler Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 43, 319-331. DOI: 10.30794/pausbed.758640

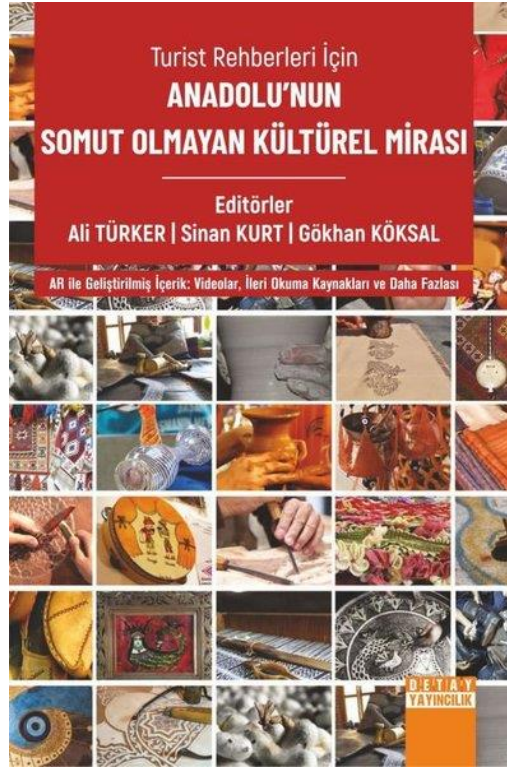
Yıldız, Z., Yıldız, S. & Aytemiz, L. (2015). Kara Turizm, Terör Turizmi, Türkiye Potansiyeli. *ITOBİAD: Journal of the Human & Social Science Researches*, 4(2), 390-407.

Yırık, Ş. & Seyitoğlu, F. (2014). *Hüzün turizmi ve mabetleşme süreci kapsamında Sarıkamış*, 15. Ulusal Turizm Kongresi, 1-13.

Zavarika, G.M. (2022). Military Tourism as A Peculiarity of Tourism Development in A Post-Conflict Territory *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 31(1), 186-193. DOI: 10.15421/112218

Zhang, J.J. (2010). Of Kaoliang, Bullets and Knives: Local Entrepreneurs and The Battlefield Tourism Enterprise in Kinmen (Quemoy), Taiwan. *Tourism Geographies*, 12(3), 394-411. DOI: 10.1080/14616688.2010.494685

Zienkiewicz, A., Podciborski, T. & Kaźmierczak, R. (2021). Increased Interest in Military Tourism on Selected Examples from The Area of Northern and Northeastern Poland, Travel And Tourism Studies in Transport Development. *Communications-Scientific Letters of the University of Zilina*, 23(4), G38-G50. DOI: 10.26552/com.C.2021.4.G38-G50



Kitap Tanıtımı

Eser Adı	: Turist Rehberleri için Anadolu'nun Somut Olmayan Kültürel Mirası
Editörler	: Ali Türker, Sinan Kurt, Gökhan Köksal
Yayınevi	: Detay Yayıncılık
Tür	: Rehberlik / Kültürel Çalışmalar
Yayın Yılı	: 2023
Sayfa Sayısı	: 744

UNESCO, 2003 yılında Somut Olmayan Kültürel Mirasın (SOKÜM) Korunmasına Dair Sözleşme'yi imzalayarak, kültürel mirasın somut olmayan unsurlarına daha fazla önem verilmesini ve korunmasını hedeflemiştir. UNESCO, SOKÜM'ü toplulukların kültürel miraslarının bir parçası olarak kabul ettikleri uygulamalar, bilgiler ve beceriler olarak tanımlamaktadır. SOKÜM; sözlü gelenekler, toplumsal uygulamalar, gösteri sanatları ve el sanatları gibi başlıklar altında toplanmaktadır. Türkiye, 2006 yılında sözleşmeye katılmış ve 2023 itibarıyla Türkiye'den 25 unsur bu programa dahil edilmiştir. Türkiye, ulusal envanterinde 1395 yerel uygulamayı kayıt altına almıştır.

Günümüz turistleri ziyaret ettikleri destinasyonların tarih ve coğrafyası dışında geleneksel kültürüne de ilgi duymaktadır. Bu nedenle, turist rehberlerinin sadece somut kültürel varlıkları değil, aynı zamanda somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) unsurlarını da aktarmalıdır. Bu sorumluluk somut olmayan kültürel mirasın görünürlüğünü artırmanın yanı sıra toplumsal bir sorumluluktur. Alanyazında var olan kaynaklar çoğunlukla ya sadece uluslararası listelere odaklanmakta ya da belirli bir ile ait unsurları ele almaktadır. Ancak turist rehberleri genellikle farklı destinasyonları ziyaret ettikleri için, her şehre özgü SOKÜM unsurlarını anlayabilmeli ve aktarabilmelidir. Bu misyonla hazırlanan bu kitapta otuz iki farklı şehrin ulusal envanterinde

yer alan SOKÜM unsurları bölümler halinde ele alınmıştır. “Turist Rehberleri için Anadolu’nun Somut Olmayan Kültürel Mirası”, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle dolu Anadolu’nun eşsiz mirası için hazırlanmış kapsamlı bir kaynak kitaptır.

Kitapta Anadolu’nun geleneksel sanatları, ritüelleri, festivalleri, müzik ve dansları gibi somut olmayan kültürel miras unsurları zengin bir akademisyen kadrosuyla detaylı bir şekilde ele alınmıştır. İki yıl hazırlık süreci geçiren kitapta toplamda 38 yazar bulunmaktadır. Yazarların beşi turist rehberi ve 33’ü ise toplamda 18 farklı üniversiteden rehber akademisyenlerden oluşmaktadır.

Ulusal envanterde yer alan tüm SOKÜM unsurlarını tek bir kaynaktan detaylı şekilde aktarmak zor olsa da bu kitapta her unsurdan sonra “detaylı bilgi” linkleri verilmiştir. Bu sayede okuyucular makale, tez veya internet siteleri gibi daha ayrıntılı kaynaklara ulaşabileceklerdir. Kültürel mirasın görsel yönü de önemli olduğundan, bazı SOKÜM unsurları için fotoğraf ve video linklerine karekodlar eklenmiştir. Ayrıca, rehberlerin ve öğrencilerin bu unsurları turistlere gösterebilmesi için konum bilgileri de karekodlarla paylaşılmıştır.

Kitap hazırlığı sürecinde 6 Şubat 2023’te meydana gelen Kahramanmaraş depremiyle, özellikle Hatay başta olmak üzere zarar gören birçok şehirdeki SOKÜM unsurları zarar görmüş, ancak bu bölümler kitaptan çıkarılmamıştır. Bu özelliğinden dolayı depremde zarar gören unsurların bulunması kitaba “*kültürel hafıza*” özelliği kazandırmıştır.

Prof. Dr. Özlem GÜZEL

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi



Kitap Tanıtımı

Eser Adı	: Somut Olmayan Kültürel Miras ve Turizm
Yazar	: Sinan Kurt
Yayınevi	: Kriter Yayınevi
Tür	: Turizm, Halk Bilimi
Yayın Yılı	: 2024
Sayfa Sayısı	: 400

Toplumu birleştiren, farklılıkları ile güzelliğini ortaya çıkaran, sahip olduğu özellikleri ile besleyen ve kimlik olarak ortaya çıkmasını sağlayan yegâne etki kültürüdür. Kültür ahenktir, renklerdir, hayatın kendisidir. Kültür birikimi olmayan toplum düşünülemez ve hayatına devam edemez. Kültür şah damarıdır.

Kültürel eserlerle zenginleşen kültürel miras kavramı toplumların temel miras unsurudur. Toplumların yaşayabilmesi kültürel miras unsurlarına sahip çıkabilmeleri ile orantılıdır. Türkiye kültürel birikimin yoğun olduğu ender merkezlerden biridir. Bu nedenle kültürel miras açısından oldukça zengin bir potansiyeli bulunmaktadır. Söz konusu kültürel mirasın devam etmesi gelecek nesillere aktarılması yoluyla mümkün olmaktadır. Böylelikle kültürel miras konusunu ele alan eserlerin değerleri hem günümüz hem gelecek için paha biçilmezdir.

Kültürel mirasın incelenmesi ile alanyazın kapsamında iki çeşit ortaya çıkmaktadır. Bu çeşitler somut ve somut olmayan kültürel miras olarak adlandırılmaktadır. Somut olmayan kültürel miras unsurları gelecek kuşaklara aktarılması en zor olan unsurlardır. Koruma ve devam etmesi açısından Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi önemli bir düzenleme olmakla birlikte 183 ülkenin tek çatı altında yer aldığı, UNESCO içerisinde kültür alanında görünürlüğü en yüksek derecelerde olan belgelerden biridir. Bu sözleşme içerisinde temel konu somut olmayan kültürel mirasın devam ettirilmesidir. Toplumların somut olmayan kültürel miras unsurlarını yaşaması, yaşatması ve aktarması elzemdir.

Turist rehberlerinin en temel görevlerinden biri kültürel miras unsurlarını doğru ve net bilgilerle aktarmaktır. Bilimsel yayınlar ve kitaplar ile elde edilen bilgilerin aktarılması kültürel miras unsurlarının farklı toplumlar açısından değer görmesini de sağlamaktadır.

Somut Olmayan Kültürel Miras ve Turizm kitabı; sözleşme metni, uygulama yönergeleri, listelere kabul edilmiş unsurlara ait dosyalar, periyodik raporlar ve Hükümetler arası Komite kararları gibi sözleşmenin oluşum sürecinde yer alan temel belgeleri içeren zengin içerikli bir eserdir. Özellikle somut olmayan kültürel miras ve turizm ilişkisini çok sayıda örnek üzerinden detaylı ve kapsamlı bir biçimde ele alan ilk çalışmalardan biri olması nedeniyle oldukça önemlidir. Bu kıymetli eser, somut olmayan kültürel miras ve turizm alanlarının kesişim noktası olan “yaşatarak koruma” anlayışına odaklanmış ve bu doğrultuda sistemli bir inceleme sunmuştur.

Doç. Dr. Hande AKYURT KURNAZ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Turizm Fakültesi



Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi

T U R N A D

Journal of Qualitative Tourist Guiding Research

ISSN 2757-6302

Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi/ Journal of Qualitative Tourist Guiding Research, 2024, 5 (2): 127-128

6. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi Üzerine Notlar

24-25 Mayıs 2024, Tavşanlı/ Kütahya

Uğur CEYLAN 

Doç. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi/ Assoc. Prof. Kütahya Dumlupınar University, Kütahya Faculty of Applied Sciences

e-mail: ugur.ceylan@dpu.edu.tr

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi tarafından düzenlenen 6. Ulusal Turist Rehberliği Kongresi 24-25 Mayıs 2024 tarihlerinde Tavşanlı’da gerçekleştirildi. Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi Konferans Salonu’nda Kütahya ve Tavşanlı belediyeleri, Kütahya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Tavşanlı Ticaret ve Sanayi Odası, Turizm Akademisyenleri Derneği (TUADER) ve Turist Rehberleri Odaları Birliği’nin (TUREB) destekleriyle düzenlenen kongreye Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Süleyman KIZILTOPRAK, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ahmet BOZ, Kütahya İl Kültür ve Turizm Müdürü Zekeriya Ünal, TUREB Başkanı Hakan Eğinlioğlu, TUADER Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Muharrem TUNA, akademisyenler, turist rehberleri, sivil toplum kuruluşları ve öğrenciler katıldılar.

24 Mayıs Cuma günü saygı duruşu ve İstiklal Marşı ile başlayan kongrede kongre dönem başkanı Doç. Dr. Uğur CEYLAN açılış konuşmasını yaptıktan sonra, TUADER Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Muharrem Tuna, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ahmet BOZ, Tavşanlı Ticaret ve Sanayi Odası Temsilcisi Kenan AYZAZ ve Kütahya İl Kültür ve Turizm Müdürü Zekeriya ÜNAL konuşmalarını gerçekleştirmişlerdir. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Süleyman KIZILTOPRAK, Ulusal Turist Rehberliği Kongresi’nin Kütahya ve Tavşanlı turizmine katkıların yeni bir halkası olacağını turist rehberliği mesleği, turizm sektöründeki son eğilimler ve turistlerin ihtiyaçları hakkındaki tartışmalar için önemli bir platform sağlayacağını belirtmiştir. Sonrasında TUREB Başkanı Hakan EĞİNLİOĞLU “Turist Rehberliği Mesleğinde Güncel Gelişmeler” konulu oturumda turist rehberliği mesleğinin sorunlarına ve yeni düzenlenen kanuna ilişkin dinleyicilerle buluşmuştur.

Öğle yemeğinden sonra gerçekleştirilen oturumlarda; Prof. Dr. Alp TİMUR, Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, Prof. Dr. Suavi AHİPAŞAOĞLU’nun katılımları ve Prof. Dr. Muharrem TUNA’nın moderatörlüğünde “Cumhuriyetin 100. Yılında Turist Rehberliğinin Dünü, Bugünü ve Geleceği” oturumu gerçekleştirilmiştir. Devamında Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU, Prof. Dr. F. Özlem GÜZEL, Prof. Dr. Lütfi ATAY, Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN, Prof. Dr. Nuray TETİK DİNÇ ve Prof. Dr. Zafer ÖTER’in katılımları ve Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT’un moderatörlüğünde “Yeni Nesil Turist Rehberliği” oturumu katılımcılarla buluşmuştur.

Turist rehberliği mesleğine yönelik oturumlar sonrası Kütahya ve Tavşanlı'nın tanıtımına ve katılımcıların bilgilendirilmelerine yönelik olarak Aizanoi Antik Kenti Kazı Başkanı Prof. Dr. Gökhan COŞKUN tarafından “Yeni Veriler Işığında Aizanoi Antik Kenti” konulu sunum yapılmıştır. Sonrasında Tavşanlı Hyk Kazı Başkanı Prof. Dr. Erkan FİDAN tarafından da “Güncel Gelişmelerle Tavşanlı Hyk” sunumu gerçekleştirilmiştir. Kütahya Sağlık Bilimleri niversitesi kurucu rektörü ve eski milletvekili Prof. Dr. Vural KAVUNCU tarafından “SPA ve Wellness Turizminde Dünyada Yeni Trendler” konulu sunum sonrasında kongre oturumlarına geçilmiştir.

Kongre oturumlarının düzenlendiği 8 salonda 51 bildiri sunumu gerçekleştirilmiştir. Kongreye 118 kişi katılmıştır. Aizanoi Oturumuna Prof. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN, Tavşanlı Hyk Oturumuna Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, Vakıf amlığı Oturumuna Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Dumlupınar Oturumuna Prof. Dr. Alp TİMUR, Frig Vadisi Oturumuna Prof. Dr. Suavi AHİPAŞAOĞLU, Simav Gölcük Yaylası Oturumuna Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN, Domaniç Topuk Yaylası Oturumuna Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT ve Tavşanlı Göbel Kaplıcaları Oturumuna Prof. Dr. Sebahattin KARAMAN başkanlık etmiştir.

25 Mayıs Cumartesi günü kongrenin gezisi yapılmıştır. Gezi kapsamında Tavşanlı ilçesi ve Tavşanlı Hyk ziyaret edilmiştir. Sonrasında Kütahya merkeze hareket edilmiş ve Kütahya Kalesine gidilmiştir. Kütahya Kalesi'nde yer alan Döner Gazino'da Kütahya Belediyesi tarafından sağlanan oğle yemeği yenmiştir. Kütahya'nın yöresel yemeklerinden oluşan menü katılımcılara sunulmuştur. Sonrasında Ulu Cami, Dönenler Camii ve Germiyan Sokak ziyaret edilmiş ve avdarhisar ilçesine hareket edilmiştir. Burada Aizanoi Antik Kenti ziyaret edilmiştir. Ziyaret sonrası tekrar Tavşanlı'ya dönülmüş ve Tavşanlı Belediyesi tarafından organize edilen Gala yemeği gerçekleştirilmiştir. Kongre gala yemeği sonrasında tamamlanmıştır.