



Makale Başvuru/Kabul Tarihleri:  
Received/Accepted Dates:  
05.05.2019/01.06.2019

Cilt 6, Sayı 12, Yıl 2019

## **Turist Rehberliği Mesleğini Seçme Nedenleri<sup>1</sup>**

**Dr. Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN**  
ORCID: 0000-0003-2866-459X  
gunseli-8148@hotmail.com

### **Özet**

Turist rehberliği hizmeti, birey veya turist gruplarının önceden seçtikleri dil kullanılarak ülkenin sosyal, kültürel, çevresel, tarihsel ve turizm değerleriyle varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılmasını ve gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından yürütülecek gezi programına uygun ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesidir. Turist rehberliği mesleğine ilgi son yıllarda artmıştır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, turist rehberliği mesleğini eylemli olarak yapan kişilerin bu mesleği tercih etme nedenlerini saptamaktır. Bu amaca yönelik nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır ve veri toplama yöntemi bakımından ise yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Toplam 17 turist rehberiyle yüz yüze görüşülmüştür. Ham verilere kodlamaların yapılması, kodların kategori ve alt kategorilere yerleştirilmesiyle analiz süreci gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda *toplam altı kategori* ortaya çıkarılmıştır. Bunlar: Eğitim, içsel faktörler, mesleğin çalışma şartları, yaşanılan bölgede turizm avantajı, sosyal rol ve aile/akraba kategorileridir. Ayrıca toplam 18 alt kategori tespit edilmiştir. Çalışmanın mesleğin seçilme nedenlerinin ayrıntılı incelenmesi ve mesleki roller bakımından katkı sunduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Turist Rehberliği Mesleği, Rol, Hizmet.

### **Reasons for Choosing the Tourist Guidance Profession**

### **Abstract**

The tourist guidance service is to promote and show around the social, cultural, environmental, historical and tourism values and assets of the country in accordance with the culture and tourism policies of the country by using the language of the individual or tourist groups, and also is to manage as it is sold to the consumer on behalf of the travel agency in accordance with the travel program. The interest in the tourist guidance profession has increased in recent years. In this direction, the aim of this study is to determine the reasons of preferred this profession by the people who select and act as tourist guidance profession. For this purpose, a qualitative research method was applied and a semi-structured interview form was used for data collection method. A total of 17 tourist guides were interviewed by face-to-face. Analyzing has been performed as making the coding on raw data and by placing the codes in categories and subcategories. A total of six categories were revealed in the result of the study. These are: Education, internal factors, working conditions of the profession, tourism advantage in the region, social role, and the family/relatives. In this context a total of 18 sub-categories were determined. It is believed that with the study contribute of the reasons for the preference of this profession and tourist guide roles examined in details.

**Key Words:** Tourist Guide, Tourist Guidance Profession, Role, Service.

### **GİRİŞ**

Turist rehberleri, ülkenin bir tanıtım elçisi, ülkenin ve seyahat acentasının temsilcisi, kültürel, sosyal, tarihi ve turizm varlıkları ile ilgili gezi grubuna bilgi sağlayan ve grubu yöneten kişidir. Ayrıca turist rehberliği mesleği dinamik, çok yönlü bir meslek olmakla birlikte mesleğe yönelik elde edilmesi gereken birtakım belgeler/faaliyetler yer almaktadır. Bunlar arasından öne çıkanlar, tamamlanması gereken tur/lar, geçerli bir dil sınavı sonucu ve faaliyet göstereceği bölgede ilgili meslek odasına üye olma gerekliliği gibi sıralanabilir. Ayrıca hangi turlar kapsamında turist kitlesine rehberlik yapılacağına da karar verilmesi, uzmanlık alanı için önemli olan bir diğer husustur.

<sup>1</sup> Bu çalışma, 20-22 Nisan 2019 tarihlerinde Antalya'da düzenlenen II. Uluslararası Yönetim ve Sosyal Bilimler Kongresi'nde özet olarak sunulmuştur.

Turist rehberlerinin uzmanlık alanlarının genellikle yönetilen turlara göre farklılaştığı ifade edilebilir. Bunlar (Çeşmeci, 2018: 161): araçlı turlarda (gemi, otobüs vb.) ve kültür, inanç, eko, gastronomi ve kişiye özel (engelli, çok önemli kişi (Very Important Person [VIP] vb.), kongre, özel ilgi (bisiklet, yürüyüş, macera vb.) turlarına yönelik bir uzmanlaşma olarak ortaya çıkarken turist rehberinin mesleki rolleri (Öter, Sarıbaş, 2018: 110) ise aracı rolü, liderlik rolü, danışmanlık rolü, temsil rolü, yürütme rolü, yönlendirme rolü, kültür temsilcisi olma rolü, arabuluculuk rolü ve tanıtma rolü şeklinde belirginleşmektedir. Mesleğin günlük mesai kavramı ele alınırsa günlük turlarda sabah başlayan bir turun akşam sona ermesi söz konusu olmasına karşın bir hafta-10 gün gibi süren ve yurt içinde veya yurt dışına arka arkaya yer alabilen turlarda ise rehberlerin zamansal ve mekânsal dağılımları farklılaşmaktadır. Bu turların yönetsel önemi de bu noktada açığa çıkmaktadır. Tüm bu bilgilerden hareketle turist rehberlerinin ülke turizminde ayrı bir yeri olduğu belirtilebilir. Ayrıca turizm endüstrisinde birçok ve farklı sektörler de turizmi beslemekte ve turizm ürününe konu olabilmektedir. Diğer taraftan turist rehberliği mesleğine yönelik üniversitelerde programlar yer almaktadır. Dolayısıyla uygulayıcılarla turist rehberleri bir arada etkileşim ve iletişim sağlamaktadır. Bu bakımdan bu mesleği sürdüren kişilerin mesleği seçme fikirleri ve altında yatan nedenlerin belirlenmesi özellikle turist rehberi adaylarına yol gösterici olması bakımından önemli görülmüştür.

### **Turist Rehberliği Mesleğine Yönelik Alanyazın ve İlgili Çalışmalar**

Turist rehberliği mesleği Türkiye’de 1923 yılında Türk Seyyahın Cemiyeti’nin ülke tanıtımı ve gelen ziyaretçilerin gezdirilmesi için tercüman rehber adaylarına sınav açılması ile yasal bir şekilde ortaya çıkan; 1971, 1983, 1986 yıllarında ise bir dizi yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi (Hacıoğlu, 2013: 4; Hacıoğlu, Demirbulat, 2014: 171, Arslantürk ve diğ., 2016: 917) ve 7/6/2012 tarihinde 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na dayandırılmasıyla gelişme göstermiştir.

Tarihsel süreç içerisinde özellikle kitle turizminde yaşanan hareketliliğe bağlı olarak turistik arz kaynaklarına ziyarete gelenler yanında daha çok turistik tüketiciyi çekmek üzere düzenlemelere gidilmiştir. Ancak turizm ürününün kalitesi yalnız turistik tüketicinin bekledikleri doğal kaynakların kalitesine bağlı olmamakla birlikte turizm endüstrisinde çalışanların kalitesiyle de ilişkilidir (Weiermair, Bieger, 2005, 40). Bu hususta turist rehberliği mesleği, Sindirella’ya benzetilmektedir. Bunun nedeni, meslek faaliyetlerinin çekici ve faydalı olmasına rağmen unutulmuş veya ihmal edilmiş yönüne dikkat çekilmek istenmesidir (Mak, et al., 2011: 1442). Ayrıca turist rehberlerinin çok yönlü rollerinin duygusal bir yük oluşturmasına bağlı olarak (İrigüler, Güler, 2016: 203) mesleği seçenler arasında bu mesleği ek iş olarak yapmaktan ziyade asıl iş olarak icra edenlerin duygusal emek kapsamında daha fazla derinlemesine davranış sergiledikleri de belirlenmiştir (Kaya, Özhan, 2012: 109).

Buna göre turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin önem arz ettiği ortadadır. Lin ve çalışma arkadaşları (2018) da gerçekleştirdikleri bir araştırma sonucunda turistik tüketici tarafından turistik ürünün tekrar satın alma niyetlerinde turist rehberlerinin etkisini ortaya çıkararak turist rehberlerinin turistik tüketicinin tekrar satın alma davranışına yönelik yetkinlik gelişimine dikkatleri çekmiştir. Aynı araştırmacılara göre yetkinlik, meslekle ilgili tüm uygulayıcıların tur rehberlerinin mesleki yeterliliklerini güçlendirmelerine yardımcı olacak araçsal katkılar sağlamalarıyla mümkün görmektedirler.

Nitekim McDonnell (2001: 4) Avustralya’da genellikle bir akreditasyon sisteminin varlığından söz edildiğini ve bunun tüm Avustralya’daki rehberlere açık olduğunu, ancak zorunlu olmadığını altını çizmektedir. Ap, Wong, (2001: 551) ve Zhang, Chow, (2004: 89) Hong Kong’daki turist rehberlerinin de resmi bir eğitim almama durumunu eleştirerek bir lisanslama sisteminin başlatılmasını önermektedirler. Weiler, Ham (2002: 261) ise turist rehberliğinin kimilerine göre düşük ücretli, kariyer olanağına dair hiçbir kanıt sunmayan, zorlu çalışma koşulları olan ve mevsimsellik ile nitelendirilen düşük statülü bir meslek olarak görüldüğünü vurgulamaktadır. Malawi’de turist rehberlerinin mesleki eğitimden yoksun olduğunun ortaya çıkarıldığı bir çalışmada (Chilembwe,

Mweiwa, 2014: 29) aynı zamanda ağ oluşturma, seyahat ihtiyaçları, özerklik, iş kalitesi, kişisel memnuniyet ve sektörün gelecekteki büyüme beklentilerinin mesleğe yerel bir rehber olarak katılmak için en önemli motivasyon faktörleri olduğunu da göstermektedir. Bu bakımdan rehberlerin iyi eğitilmiş olması gerektiğinin yine altı çizilmektedir. Bunun nedenlerinden biri, bilgi ve yorumlamalarıyla turistlerin ziyaretini deneyime dönüştürmede turist rehberinin önemli bir faktör olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Sözgelimi Ethiopia’da (Tsegaw, Teressa, 2017: 317) turist rehberlerinin yeterli pratik eğitiminin olmaması ve daha çok para odaklı uygulamaların yer alması yanında güçlü bir denetlemenin bulunmaması birer problem olarak öne sürülmüştür.

Eğitime diğer boyuttan yaklaşırsa üniversitelerde turist rehberliği programlarının açılmasının mesleğin önünü açarak tanıtılmasına ve anlaşılmasına aracı olduğu da belirtilebilir. Nitekim tarihi, doğal, kültürel birçok zenginliği bünyesinde barındıran Türkiye’de üniversite eğitimi için turist rehberliği bölümünü tercih eden kişilere yönelik bölüm kontenjanlarının incelenmesinden mesleğe olan talebin geçmişe göre arttığı anlaşılmaktadır. Örneğin 2018 yılında Kocaeli Üniversitesi’nde 62 kontenjanda 62 doluluk, Selçuk Üniversitesi’nde 62 kontenjanda 46 doluluk görülmektedir. Muğla Üniversitesi’nde 62 kontenjan için 62 doluluk, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi’nde (İkinci Öğrenimde) 93 kontenjan kapsamında 60 doluluk sağlanmıştır (Yükseköğretim Kurulu, 2019). Ayrıca 2007’de önlisansla 16 (1198 öğrenci kontenjanı), lisansta 6 program (347 öğrenci kontenjanı) yer alırken, 2016 yılı verilerine göre önlisansla 17 programda 1367 öğrenci kontenjanı, lisansta 21 program, 112 öğretim elemanı ve lisans bazında 1510 öğrenci kontenjanıyla birlikte 5 lisansüstü programın yer alması (Arslantürk ve diğ., 2016: 918) önemli bir göstergedir. Zira Türkiye’de 2019 yılında yaklaşık 10.200 turist rehberi faaliyet göstermektedir (Turist Rehberleri Birliği [TUREB], 2019).

Ayrıca 2005-2017 yılları arasında turist rehberliğini konu alan bilimsel çalışmalar kapsamında 40 tez, 32 ulusal makale, 71 uluslararası makale ve 2006-2017, 2009-2017 yılları arasında farklı kongrelerde sunulan yaklaşık 109 ulusal bildirinin olduğu ortaya çıkarılmıştır (Çapar ve diğ., 2018: 62).

Turist rehberlerini konu alan alanyazındaki ilgili çalışmalar incelenirse,

- Turist rehberliği mesleğinin aile yaşantısına etkisi (Güdü Demirbulat, 2014),
- Turist rehberliği eğitimi (Kürkçü, 2016),
- Meslek olarak turist rehberliği ve kendilerine yönelik algıları (Rabotić, 2011),
- Turist rehberlerinin kariyerinin gelecekteki durumu (Melia, 2012),
- Turist rehberlerinin sürdürülebilir turizme etkileri (Sandaruwani, Gnanapala, 2016),
- Turist rehberlerinin rehberlik mesleğini seçme motivasyonları (Prakash, et al., 2010), ve mesleki bağlılık kavramıyla birlikte önemi (Özoğul, Ege, 2018)
- Turist rehberleri ve liderlik (Acar, 2014; Güzel, Köroğlu, 2014; Türkmen, 2017)
- Mesleki yeterliliklerinin hizmet kalitesi, turist memnuniyeti ve satın alma üzerindeki etkileri (Lin, et al., 2018) ve tur grubuyla iletişimdeki rolü (Weiler, Black, 2015; Büyükkuru, Aslan 2016) odaklı birçok çalışmanın mevcut olduğu da anlaşılmaktadır.

### **Çalışmanın Amacı ve Problemi**

Çalışmanın amacı, turist rehberliği mesleğini seçen ve eylemli olarak yapan kişilerin bu mesleği tercih etme nedenlerini saptamaktır. Çalışma amacına yönelik; “neden turist rehberliği mesleği kararı verilmektedir?” ve “Bu karar için nasıl etkenler bulunmaktadır?” şeklinde çalışma soruları oluşturulmuştur.

### Çalışmanın Yöntemi

Keşifsel ve betimsel tasarlanan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır ve veri toplama yöntemi bakımından ise yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Soru formu araştırmacı tarafından meydana getirilmiştir. Ana kütlenin hepsine ulaşma zorluğundan dolayı amaçlı örneklem seçme yöntemleri arasından kolay ulaşılabilir durum yöntemiyle örnekleme işlemi gerçekleştirilmiştir. Bunun diğer bir nedeni turist rehberlerinin farklı sahalarda çalışıyor olmaları ve kendilerine tek tek veya bir arada ulaşmada yaşanan güçlükler de etkili olmuştur. Toplam 17 eylemli turist rehberiyle 14.12.2019-24.03.2019 tarihleri arasında yaklaşık 30 dk. yüz yüze görüşülmüştür. Görüşmeler kaydedilmiştir. Elde edilen ham verilere kodlamaların yapılması, kodların kategorilere ve alt kategorilere yerleştirilmesiyle analiz süreci yürütülmüştür. Verilerin farklı bir araştırmacı tarafından kodlamaya ve kategorilere yönelik ele alınması ile çıkan sonuçların kıyaslanması ve katılımcıların gözlem yoluyla verdikleri bilgilerin doğru olduğu yönünde inandırıcı davranış sergilediklerinin anlaşılması geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanmasında etkili olmuştur.

### BULGULAR

Bulgular, turist rehberlerinin demografik ve mesleki durum bilgilerine yönelik elde edilen bulgular ve turist rehberliği mesleğini seçme nedenlerine yönelik ortaya çıkan bulgular şeklinde iki başlık altında açıklanmıştır.

#### Katılımcılara Ait Demografik ve Mesleki Durum Bilgileri

Cinsiyete göre toplam altı kadın ve 11 erkek katılımcı yer almıştır. Katılımcılardan 12'si 30'dan büyük ve 40'dan küçük yaş aralığındadır. Katılımcıların eğitim düzeyine göre sekizinin lisans üstü eğitim aldığı belirlenmiştir. Katılımcılar arasından dokuz katılımcı evli ve sekiz katılımcı çocuk sahibi, 14'ü turizm eğitimi almış, toplam 10 katılımcı ise başka bir mesleğe daha sahiptir. Katılımcıların hepsi ülkesel olarak eylemli bir şekilde genellikle İngilizce dilinde hizmet vermektedir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik ve Mesleki Durum Bilgileri

Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Medeni Durum	Çocuk Sahipliği	Tur. Eğit.	Başka Meslek Durumu	Çalışma Kartı Durumu	Çalışma Kartı Alanı	Yab. Dil
K	33	L.Ü.	E	1	+	-	Aktif	Ülkesel	İng.
E	40	Lisans	B	-	+	-	Aktif	Ülkesel	İng.
E	38	Lisans	B	1	+	-	Aktif	Ülkesel	İng.
E	50	Lisans	Diğer	2	-	Sey Act. Sahibi	Aktif	Ülkesel	İng.
E	39	Lisans	Bekar	-	+	-	Aktif	Ülkesel	İng.
K	31	L.Ü.	Bekar	-	+	Akademisyen	Aktif	Ülkesel	İng.
K	39	L.Ü.	Bekar	-	+	Akademisyen	Aktif	Ülkesel	İng.
E	46	L.Ü.	Evli	1	+	Akademisyen	Aktif	Ülkesel	İng.
E	33	Lisans	Evli	1	+	Sey. Act. ve Otel sahibi	Aktif	Ülkesel	İng.
E	61	Lisans	Evli	2	-	İş güv. Uzm ve Otel Yön.	Aktif	Ülkesel	İng.
K	32	L.Ü.	Bekar	-	+	Akademisyen	Aktif	Ülkesel	İng.
E	39	L.Ü.	Evli	-	+	Akademisyen	Aktif	Ülkesel	İng.
K	32	Önlisans	Evli	-	+	-	Aktif	Ülkesel	İng.
E	35	Önlisans	Evli	1	+	-	Aktif	Ülkesel	İng./Alm.
E	44	L.Ü.	Bekar/Dul	1	-	Akademisyen	Aktif	Ülkesel	İng./Lehçe
E	30	L.Ü.	Evli	-	+	-	Aktif	Ülkesel	İtalyanca
K	35	Önlisans	Evli	-	+	Sey. Act. Sahibi	Aktif	Ülkesel	İng.

### Turist Rehberliği Mesleğini Seçme Nedenlerine Yönelik Bulgular

Turist rehberliği mesleğini seçme nedenlerine yönelik toplam altı kategori ve 18 alt kategori (Şekil 1) ortaya çıkarılmıştır. Bunlar; *eğitim kategorisinde* “bölüm dışı üniversite tercihinde puan düşürülmesi” ve “turizm üzerine eğitim almak”; *içsel faktörler kategorisinde* “kişiliğe uygunluk ve liderlik özelliği”, “mutlu olmak”, “ilgi duymak” ve “ideal”; *mesleğin çalışma şartları kategorisi* kapsamında “kazanç durumu”, “esnek çalışma durumu”, “eğlenceli ve aktif olma durumu” ile “işbaşı yapabilme olanağı”; *yaşanılan bölgede turizm avantajı kategorisinde* “yaşanılan coğrafyanın turizm faaliyetlerine uygunluğu” ve “bölgedeki turist rehberi açığını kapatmak”; *sosyal rol kategorisinde* “itibar”, “sosyal olmak”, “ülkeyi sevmek ve başkalarına anlatma arzusu”; *aile/akraba kategorisinde* ise “aile mesleği”, “aile yönlendirmesi” ve “akraba tavsiyesi” şeklinde belirlenmiştir.



**Şekil 1.** Turist Rehberliği Mesleğini Seçme Nedenlerine Yönelik Kategori ve Alt Kategoriler

Bu kategorilerin belirlenmesinde etkili olan bazı ifadeler aşağıdaki gibidir:

- “Bu konuda eğitim almam ve yaşadığım coğrafyanın daha çok turizm konusunda avantajlı olması...”
- “...Turizm meslek lisesi mezunu olarak üniversite için başka bölüm tercihinde puan kırılıyordu. Rehberlik ile ilgili bölümü araştırdım. Sanat Tarihi ve Arkeoloji 'ye ilgim vardı. Bu bölümde de bunlar yer alıyordu. Hem mecburiyetten hem de turizm içinde bana uygun olan turist rehberliğiydi”.
- “Kişiliğime uygun olması, esnek şartlarda çalışılacak bir meslek olması. Memuriyet gibi değil. Özverili ve akıllı çalışırsan para kazancı da artar. Rehberden rehber bu durum farklılaşır. Devlet memurluğunda ise maaş bellidir. Beni cezbeden bir etken de bu oldu.”
- “...Kendi mesleğimde mutlu degildim. Mutlu olabileceğim ve insanları mutlu edebileceğim bir meslek olarak düşündüm...”
- “...Denizliliyim. Meslek seçimi konusunda 14 yaşında bu kararı verdim. Hep turistlerle birlikteydik. Pamukkale'de rehberlerin önde liderlik yapması beni etkiledi ve bu doğrultuda üniversite eğitimime de karar vermiş oldum”.
- “...Gidilen bölgelerde tanıdık edinmek ve tanıdık olması itibar görme olarak da beni mutlu ediyor. Bu yüzden bana göre mantıklı bir iş”.
- “Fethiye'de kendi mesleğimle (mühendis) ilgili yapacağım bir iş olmayınca seyahat acentası kurdum. Rehber de o zaman bulunmuyordu. İstanbul'dan acenta üzerinden getiriyorduk. Bu yüzden rehber de bulmak zordu. Bulamayınca kendim rehber oldum. 1988-1989 yıllarıydı...”
- “Ülkemi Anadolu'yu sevmem. Bu sevdiğim yeri farklı kişilere aktarmayı istememden dolayı...”
- “...ülkeye katkı yapabileceğimi ve kazançlı olabileceğini düşündüm ...Neticede rehberlik ülke tanıtımıdır...”

- *“Ailem yönlendirdi...”; “Baba etkisi ve o zamanlar daha bilinçsiz olma, fakat beni cezbedici faktörler de oldu. Türkiye turunun olması...”*
- *“Lisede Seyahat Acentacılığı bölümünde okudum. Turizm eğitimi alınca ve diğer meslek seçeneğim olmadığı için bu mesleği seçtim. Grafik tasarım okumak istiyordum ancak meslek lisesi mezunu olunca o mesleği seçemedim. En eğlenceli mesleğin turist rehberliği olduğunu düşündüm. Daha etkili, yetkin ve aktif olarak ve severek yaptığım bir iş...”*
- *“...Yabancı dil, farklı kültürleri tanımak ve iletişim kurmak, yurtdışı olanakları, ülke turunun olması bana cazip geldi. Ayrıca okul bittikten sonra iş bulma olanağı diğer özel sektör alanlarından daha kolaydı... Üniversiteye bu alana yönelik bölüm seçtim. Zaman içerisinde sevdim ve iyi ki rehber olmuşum dedim. Memnunum”.*

Katılımcıların hepsi turist rehberliği mesleğini sevdiğini bildirmişlerdir.

## SONUÇ

Turist rehberlerinin meslek seçiminde onları etkileyen unsurların belirlenmesi, bu mesleği yapmayı arzu eden veya kararsız kalan kişilere birtakım çıktılar sunacağı düşünülmektedir. Nitekim turist rehberliği mesleği hem uluslararası hem de ulusal bağlamda belirli bir donanımın ve mesleğe ait görevlerin öneminin bilincinde olmayı gerektirmektedir. Bu doğrultuda çalışmada toplam 17 turist rehberi ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada katılımcıların cinsiyetine göre 11 erkek ve altı kadın turist rehberi yer almıştır. Türkiye’de faaliyet gösteren ülkesel ve bölgesel eylemli turist rehberleri arasında erkek sayısının (ülkesel eylemli turist rehberi erkek= 4885 kişi; bölgesel eylemli turist rehberi kadın=777 kişi) kadınlara (ülkesel eylemli turist rehberi kadın=3335 kişi; bölgesel eylemli turist rehberi kadın=239 kişi) (TUREB, 2019) göre fazla olması ile bu bilginin tutarlı olduğu anlaşılmaktadır. Yabancı dillere göre turist rehberi sayıları da elde edilen demografik bilgilerle uyumludur.

Çalışmada toplam altı kategori (eğitim, içsel faktörler, mesleğin çalışma şartları, yaşanan bölgede turizm avantajı, sosyal rol, aile-akraba) ve 18 alt kategori ortaya çıkarılmıştır. Sosyal rol kategorisi Hindistan’da turist rehberlerinin meslek seçimindeki motivasyonlarına yönelik yapılan bir çalışma (Prakash, et al., 2010: 12) sonucuna göre “Mirasımı seviyorum”, “İnsanlara mirası korumalarını söylemek istiyorum”, “Hindistan’ı sunmak istiyorum” gibi çeşitli nedenlerden dolayı tur rehberi olarak katkıda bulunmak istemeleriyle paralellik göstermektedir. Ancak bu çalışmanın mesleğin çalışma şartları kategorisi sonucuyla önceki çalışmada ortaya çıkan tüm yıl çalışmak zorunda kalınmaması, daha az seçeneğin olması, ikamet yerine yakın yerde meslek sahibi olma gibi maddelerin ise sıralamada en az puan alması sonucu farklılık göstermektedir.

Başka bir çalışma (Melia, 2012: 8) sonucuna göre Dublin/İrlanda’da 86 turist rehberinin %53’ünün kışın daha az çalışmaktan hoşlanması, aynı zamanda mevsimselliğin bir sorun teşkil etmediğini belirtmeleri ve %43 oranında ise mesleği prestijli (saygınlık, itibar) olarak görmeleri bu çalışmada ortaya çıkan esnek çalışma durumu ve itibar alt kategorileriyle benzerlik gösterdiği belirtilebilir. Chilembwe, Mweiwa, 2014: 29) da bu çalışmanın sonuçlarıyla tutarlı bir şekilde ağ oluşturma, seyahat ihtiyaçları, özerklik, kişisel memnuniyet gibi turist rehberi motivasyonları olduğunu belirtirken bu çalışma sonucundan farklı olarak sektörün gelecekteki büyüme beklentileri ve iş kalitesi bakımından turist rehberlerinin motivasyonları olduğunu da tespit etmiştir.

Rabotić (2011: 4)’in Belgrad’da yaptığı çalışma sonucuna göre ise 12 katılımcının yarısının rehber olma kararlarını etkileyen bir rol model tanıdıkları olduğunu belirtmeleri, bir turda turist rehberini gözlemleyerek idealinin bu olduğunu anlaması ve bu yöndeki ilgisinin farkına varması sonucuyla bu çalışmada ulaşılan turda rehberin bilgi aktarma, liderlik yapma, ideal alt kategorileriyle örtüşmektedir.

Bir çalışmada turist rehberlerinin faaliyetlerinde özellikle zorlu, stresli durumlarda liderlik davranışına önem verdiği ve öğrenim düzeyi ile mesleki deneyim süresi fazla olanların liderliğin görev davranışıyla ilişkili olduğu (Türkmen, 2017: 924) saptanmıştır. Bu çalışmadaki turist rehberi olma nedenleri arasında da liderlik özelliğinin yer alması sonucu önemlidir. Turist rehberlerine göre tur yönetimi aynı zamanda liderlikle bütünleştirilmektedir.

Özetle turist rehberlerinin bu mesleği seçmelerinde, içsel faktörlerin farkında olmaları ve sosyal rol algılamaları önemli görülmüştür. Çevre şartları, aile ve tanıdıklar ile turizm eğitim durumunun bu meslek seçimine etkisi olduğu söylenebilir. Mesleğin çalışma şartları genellikle başka bir iş yapmaya hem müsait hem de bir gereklilik olarak görülebildiği gibi, aynı zamanda bir avantaj ve fırsatları değerlendirme olarak da ifade edilmesi ortaya çıkan önemli bir diğer sonuçtur. Diğer bir ifadeyle Türkiye’de mevcut ve potansiyel turizm faaliyetlerinin, yakın çevrenin, mesleki faaliyetten elde edilecek maddi ve manevi kazançların turist rehberliği mesleği seçimindeki etkenler olduğu belirtilebilir.

Ayrıca katılımcıların mesleklerinden memnun olduklarını belirtmeleri ve ülke sevgisi ile ülkeyi başkalarına anlatma arzusu sürdürülebilir bir yaklaşım çerçevesinde ele alınabilir.

Bu çalışma sonuçlarıyla turist rehberliği mesleğinin seçilme nedenlerinin ayrıntılı bir şekilde incelenmesi, bu mesleği yapmaya ilgisi olanlara ve turist rehberi rollerine yönelik fikir vermesi bakımından mevcut durumun ortaya çıkarılarak katkı sunduğu düşünülmektedir.

### **Öneriler**

Çalışmada nitel yöntem kullanılması, genelleme yapmaya olanak vermemektedir ancak ayrıntılı bir çalışma olması bakımından nicel çalışmalara katkı sunmaktadır. Başka çalışmalarda karma yöntemler uygulanabilir.

Lise eğitimi öncesi ailelerin bu meslekle ilgili bilgilendirilmesi, adaya kişilik testi uygulanması ve ilgisinin olup olmadığı bir program sayesinde belirlenebilir. Bu bakımdan ilköğretimin sonuna doğru aile, birey ve okulun rehberlik ve psikolojik danışmanlık hizmeti veren öğretmeni bir arada görüşmeler gerçekleştirilerek arzu edilen bir lise ve üniversite eğitiminin ve kariyer olanağının önü açılmalıdır. Zira üniversitelerde bölüm tercihlerinde turizm eğitimi veren lise çıkışı olma durumunun etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca turist rehberlerine kamu sektöründe (müze vb.) de çalışma fırsatı verilmesi ve önlerinin diğer bölüm mezunlarına sunulan haklara rağmen bu alan dışından eğitim alan kişilerle kapatılmaması gerekmektedir.

Mesleğin çalışma şartlarının olumlu ortaya çıkmasına bağlı olarak okul gezileri içerisinde meslek tanıtımında bu çalışma sonuçları ele alınabilir.

### **KAYNAKÇA**

Acar, V. (2014). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Liderlik Yönelimleri: Aydın Turist Rehberleri Odası’na Kayıtlı Olan Profesyonel Turist Rehberleri Örneği*. (Basılmamış yüksek lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Ap, J., & Wong, K. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 22 (5): 551-563.

Arslantürk, Y., Küçükergin, N. F., & Apalı, Z. (2016). *Turist Rehberliği Eğitiminde Güncel Durum ve Kavram Karmaşası*, 17. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, Muğla. ss: 915-922.

Büyükkuru, M., & Aslan, Z. (2016). Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (34), 338-354.

- Chilembwe, M. J., & Mweiwa, V. (2014). Tour Guides: are They Tourism Promoters and Developers? Case Study of Malawi. *International Journal of Research in Business Management*, 2 (9): 29-46.
- Çapar, G., Toksöz, D., & Dönmez, B. (2018). Turizm Rehberliği Alanında Yapılan Akademik Çalışmaların İncelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1 (2): 57-73.
- Çeşmeci, N. (2018). *Tur Çeşitleri ve Turist Rehberliği*, İçinde Turist Rehberliği, Editörler: S. Eser, S. Şahin ve C. Çakıcı. Detay Yayıncılık, Ankara, ss: 161-181.
- Güdü Demirbulat, Ö. (2014). Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinin Aile Yaşantısı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir İnceleme. *Turizm & Araştırma Dergisi*, 3 (2): 1-14.
- Güzel, F. Ö., & Köroğlu, Ö. (2014). Turist Rehberlerinin Liderlik ve Aracılık Rollerinin Tur Deneyimine Etkisi. Doğa Turları Üzerine Bir Araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(4): 939-960.
- Hacıoğlu, N. (2013). Seyahat acentacılığı & tur operatörlüğü, 7. Baskı, Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti., Ankara.
- Hacıoğlu, N., & Demirbulat, Ö. G. (2014). *Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitiminin İlgili Mevzuat Çerçevesinde Kavramsal Analizi*, 15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, Ankara. ss: 170-185.
- İrigüler, F., & Güler, E. M. (2016). *Tourist Guiding: “Cinderella” of the Tourism*. In Global Issues and Trends in Tourism, 1st Edition, Chapter 15, Editors: Cevdet Avcıkurt, Mihaela S. Dinu, Necdet Hacıoğlu, Recep Efe, Abdullah Soykan, Nuray Tetik, St. Kliment Ohridski University Press, pp: 203-216.
- Kaya, U., & Özhan, Ç. K. (2012). Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3 (2): 109-130.
- Kürkçü, M. (2016). *Turist Rehberliği Eğitimi Konusunda Değerlendirmeler*. 17. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, Muğla. ss: 1098-1118.
- Lin, Y.-C., Lin, M.-L., & Chen, C.-Y. (2018). Examining the Impact of Tour Guides’ Professional Competences on Service Quality, Tourist Satisfaction and Repurchase Intentions towards Package Tour Products. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6 (2), 26-38.
- Mak, H. N. A., Wong, K. F. K., & Chang, C. Y. R. (2011). Critical Issues Affecting the Service Quality and Professionalism of the Tour Guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32 (6): 1442-1452.
- McDonnell, I. (2010). *The Role of The Tour Guide in Transferring Cultural Understanding*. Working Paper No. 3, School of Leisure, Sport and Tourism University of Technology Sydney. From <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.465.8034&rep=rep1&type=pdf> retrieved 15.03.2019.
- Melia, D. (2012). *Is There a Future/Career for Tourist Guides?*. EuroCHRIE Conference. Lausanne, Switzerland, October. pp: 1-12. From <https://arrow.dit.ie/cgi/viewcontent.cgi?article=1047&context=tfschmtcon> retrieved 05.03.2019.
- Öter, Z., & Sarıbaş, Ö. (2018). *Turist Rehberlerinin Görevleri ve Rollerini*. İçinde Turist Rehberliği, Editörler: S. Eser, S. Şahin ve C. Çakıcı (Der.), Detay Yayıncılık, Ankara : 101-116.
- Özoğul, G., & Ege, Z. (2018). Mesleki Bağlılık: Tanımı, Boyutları ve Turist Rehberliği Açısından Önemi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (66), 366-384.
- Prakash, M., Chowdhary, N., & Sunayana (2010). Becoming a Tour Guide: Analyzing the Motivations. *Journal of Tourism-Studies and Research in Tourism*, 9 (9): 5-13.



- Rabotić, B. (2011). *Tour Guiding as Profession: Perceptions and Self-Perceptions of Guides in Serbia*. 2nd International Research Forum on Guided Tours (IRFGT), University of Plymouth, UK. pp: 1-8.
- Sandaruwani, R. A. J., & Gnanapala, C. A. K. W. (2016). The Role of Tourist Guides and Their Impact on Sustainable Tourism Development: A Critique on Sri Lanka. *Tourism, Leisure and Global Change*, 3, 62-73.
- Tsegaw, W. A., & Teressa, D. K. (2017). Tour Guiding Quality Assurance Mechanisms and Respective Tourist Satisfaction: Evidence from South Ethiopia. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6 (6), 317-325.
- Turist Rehberleri Birliği [TUREB]. (2019). *Rehber İstatistikleri*. <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/web> adresinden 04.03.2019 tarihinde alınmıştır.
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012). *Tanımlar Madde 2, ı) Bendi Turist Rehberliği Hizmeti*. Kanun No: 6326, Kabul Tarihi, 7/6/2012, Yayımlandığı Resmî Gazete Tarih: 22/6/2012, Sayı: 28331, Yayımlandığı Düstur Tertip: 5 Cilt: 52. ss:11611-11624.
- Türkmen, M. T. (2017). Turist Rehberlerinin Liderlik Yönelimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (3), 913-927.
- Weiermair, K., & Bieger, T. (2005). Tourism Education in Austria and Switzerland Past Problems and Future Challenges. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 5 (1-2):39-60.
- Weiler, B. & Ham, S. (2002). *Perspectives and Thoughts on Tour Guiding*, In *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Eds.: A. Lockwood & S. Medlik. First Published, Reed Educational and Professional Publishing Ltd., Oxford, pp: 255-265.
- Weiler, B., & Black, R. (2015). *Tour guiding research: insights, issues and implications*, Channel View Publications, Bristol, UK.
- Yükseköğretim Kurulu. (2019). *Program Atlası, Lisans Atlası, Önlisans Atlası*. <https://yokatlas.yok.gov.tr/netler-onlisans-tablo.php?b=39025> web adresinden 05.03.2019 tarihinde alınmıştır.
- Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25 (1): 81-91.