



## Rehberlik Tarzları Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması Adaptation of Guiding Styles Scale into Turkish

**Arş. Gör. Gizem ÇAPAR**   
Mersin Üniversitesi  
Turizm Fakültesi, Mersin, Türkiye  
**E-posta:** gizemcapar@mersin.edu.tr

**Arş. Gör. Burhan ÇINAR**   
Mersin Üniversitesi  
Turizm Fakültesi, Mersin, Türkiye  
**E-posta:** burhancinar@mersin.edu.tr

**Dr.Tuğba PALA**   
Mersin Üniversitesi  
Turizm Fakültesi, Mersin, Türkiye  
**E-posta:** tugbapala@mersinedu.tr

### Öz

Bu çalışmada, Tsaur ve Teng (2017) tarafından geliştirilen Rehberlik Tarzları ölçeğinin Türkçeye uyarlanması amaçlanmıştır. Araştırmada veriler, Mersin çıkışlı rehberli bir tura katılan yerli turistlerden kolayda örnekleme yoluyla toplanmıştır. Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından, 18/11/2019-028 tarih ve karar no ile etik yönden uygun bulunmuş olan bu çalışma için kullanılabilir 309 anketten elde edilen verilere geçerlilik ve güvenilirlik analizleri uygulanmıştır. Yapılan analizlerden elde edilen sonuçlara göre ölçeğin, ifadeler bağlamında ufak farklılıklar gösterse de, orijinal boyutlarına paralel şekilde altı boyut altında toplanarak geçerli ve güvenilir bir yapı gösterdiği bulgulanmıştır. Araştırma sonuçlarının turist rehberlerinin rehberlik tarzlarını değerlendirmek ve çeşitli değişkenlerle ilişkilendirmek isteyen araştırmacılara kullanabilecekleri bir ölçme aracı sunması ve seyahat acentelerine turist rehberlerini seçerken bir referans teşkil edebilmesi bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Rehberlik Tarzları, Rehber Roller, Tur Lideri, Ölçek Uyarlama.

### Abstract

This study aims to adapt Tour Leader Guiding Styles Scale which was developed by Tsaur and Teng (2017) into Turkish. The data were collected via convenience sampling method from local tourist participating in a guided tour that departed from Mersin. The validity and reliability analyzes were applied to the data obtained from 309 available questionnaires for this study which was found ethically appropriate by Mersin University Social and Human Sciences Ethics Committee with the date and decision number of 18/11/2019-028. According to the results of the analyzes, although the scale showed slight differences in terms of expressions, it formed six dimensions parallel to its original structure and showed a valid and reliable structure. The study presents important results in that it provides a useful tool that can be used by researchers who want to associate guiding styles with various variables and it can serve as a reference for travel agencies in arranging tour guides.

**Key Words:** Tourist Guide, Guiding Styles, Guiding Roles, Tour Leader, Scale Adaptation

## 1. Giriş

Turist rehberliği 2500 yıllık tarihi boyunca, insanlığın en eski aktivitelerinden birisi olmuştur. Günümüzde turist rehberi, modern kitle turizmi ile beraber seyahat endüstrisi için oldukça önemli bir unsur haline gelmiştir. Bugün kitlesel turları turist rehberlerinin sunduğu rehberlik hizmetinden ayrı düşünmek oldukça zordur. Rehberli grup turlarının kişilere bilgi, eğlence ve sosyalleşme fırsatı sunması, birçok insanı bu turları tercih etmeye yöneltmektedir (Rabotić, 2008: 213). Nitekim bir turun başarısını belirleyen en önemli etken turist rehberinin performansdır (Geva ve Goldman, 1991:177).

Günümüzde turist rehberi bir yol gösterici değil, turistleri eğiten, onlara ruhsal anlamda rehberlik eden ve onların gördüğü şeyi anlamlandırmasına yardımcı olan kişi konumundadır. Turist rehberi yaptığı anlatımlarla, hitap ettiği kişilerin dikkatini toplayarak, ilgisini çekerek ve hayal kurmasını sağlayarak kişide öğrenme isteği yaratmaktadır (Balta, 2017:127).

Turist rehberleri gezilen alanlarda sergiledikleri roller ile turistin daha nitelikli bir turizm deneyimi edinmesini sağlamaktadır. Üstlendiği rolleri sergilerken rehber sıradan olan tarihi yapıları ve olayları turistler için ilgi çekici hale getirerek turistlerin gezilerini farklı ve heyecan verici bir hale dönüştürmektedir. Turist rehberinin temel görevi ilginç bilgiler sunarak ve kültürel konuları duyarlı bir şekilde aktararak turistin yaşayacağı deneyimi eğlenceli hale getirmektir (Boyle ve Arnott, 2004 aktaran, Rabotić, 2008: 1). Turist rehberinin niteliğinin/kalitesinin turistin genel anlamda deneyimi üzerinde temel unsur olduğu belirtilmektedir (Abulhaja, Magabli ve Abu Saleh, 2011: 150). Turistlerle etkileşimi sonucunda turist rehberlerinin performansı acentenin imajını, müşteri sadakatini ve turu/rehberi başkasına anlatma niyetini etkilemekte ve seyahat acentelerinin birbiriyle rekabeti sürecinde belirleyici rol oynamaktadır (Bowie ve Chang, 2005: 305).

Rehberlik hizmetini yerine getirirken turist rehberi aynı zamanda birden çok rolü sergileyebilmektedir. Bununla birlikte rehberin sahip olduğu roller tüm zaman ve mekanlarda aynı kalmamakta çeşitli değişkenlere göre farklılaşabilmektedir. Nitekim Pond (1993) çalışmasında rehberlere, turistlere ve tur operatörlerine göre turist rehberlerinin esas rollerinin farklı şekillerde tanımlandığını belirtmektedir. Turist rehberlerine göre kendileri; grup kontrolünü sağlayan, bilgi dağıtıcı, tarihi öğreten, turiste mümkün olduğunca yer gezdiren, şehrini olumlu şekilde temsil eden kişidir. Bununla birlikte tur operatörlerine göre; turist rehberleri halkla ilişkilerde büyük öneme sahip olan, bölgeyi ve tur operatörünü olumlu şekilde temsil eden kişi olarak tanımlanmaktadır. Turistler ise; turist rehberlerini kültür yorumcusu, elçi, eşlikçi, lider, eğitmen şeklinde belirtmektedir. Rehberin rolüne ilişkin tüm yanıtlar farklılaşsa da iki konunun önemi ortaya çıkmaktadır. Bunlar: rehberin rolünün alana, turiste, ziyaret amacına, rehberin kendisine göre farklılık gösterdiği ve rehberin ayırıcı özelliklerinden biri olarak görülen çok çeşitlilikteki rollerini eş zamanlı olarak sergileyebilmedeki yeteneğidir (Pond, 1993: 66).

Rehberlik rollerinin önemli olması, araştırmacıları tur liderlerinin liderlik tarzları konusunda çalışmaya yönlendirse de turist rehberlerinin rehberlik tarzları ile ilgili bir ölçek oluşturulmadığını fark eden Tsaur ve Teng (2017) tur liderlerinin rollerini temel alarak rehberlik tarzlarının değerlendirildiği bir ölçek geliştirmiştir. Aysin (2018) ise turist rehberlerinin duygusal zekâ ile rehberlik stilleri arasındaki ilişkiyi araştırdığı tez çalışmasında turist rehberlerinden veri toplamak amacıyla Tsaur ve Teng'in (2017) geliştirmiş olduğu ölçeği kullanmıştır. Turist rehberlerinden elde ettiği verilere uygulamış olduğu açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre 30 maddeden oluşan 4

boyutlu bir yapı elde etmiştir. Fakat elde ettiği 4 boyuttan oluşan ölçek yapısının geçerlilik ve güvenilirliğini incelememiştir. Bu anlamda rehberlik tarzları ölçeğinin (Tsaur ve Teng, 2017) Türkçeye uyarlanması, rehberlik tarzlarını farklı değişkenler ile ilişkilendirecek olan araştırmacıların kullanımına sunabilmek açısından önemlidir. Bu nedenle mevcut çalışma, rehberlik tarzlarının değerlendirilmesine yönelik geliştirilmiş olan "rehberlik tarzları" ölçeğini Türkçeye uyarlayarak geçerlilik ve güvenilirliğini incelemeyi amaçlamaktadır.

## 2. Turist Rehberi ve Turist Rehberinin Rollerini

Özü itibarıyla insanları iyi anlamayı, onlarla iyi iletişim ve etkileşim kurmayı gerektiren turist rehberliği mesleği (Eser, 2018: 25) insanlığın en eski aktivitelerinden biri olarak yıllar içerisinde çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Avrupa Tur Yöneticileri Federasyonu'nun tanımına göre, turist rehberi; ziyaretçilerin tercih ettiği dilde kültürel-doğal mirası ve çevreyi eğlenceli ve ilham verici şekilde yorumlayan kişidir (International Associations of Tour Managers, 1998; aktaran Reisinger ve Seiner, 2006: 482). Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (WFTGA- World Federation of Tourist Guide Associations)'nın Uluslar arası yazında kabul görmüş tanımına göre ise turist rehberi; *"yurtiçi ya da yurtdışından gelen ziyaretçilere, onların tercihleri doğrultusundaki bir dilde, bir bölge ya da şehirde bulunan doğal ve kültürel mirası anlatan ve yetkili otoriteler tarafından tanınan kişidir"* (WFTGA, 2003).

Türkiye'de turist rehberliği uzun uğraşlar sonucu 22 Haziran 2012 tarihinde yayımlanan 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile meslek statüsüne kavuşmuştur. Bu kanun ve daha sonrasında yayımlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'ne göre turist rehberliği; *"seyahat acenteciliği faaliyetinde olmamak kaydıyla kişi veya grup halinde yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acenteleri tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentesinin yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acente adına yönetilmesi"* şeklinde tanımlanmaktadır (Resmi Gazete, Sayı: 28331).

Turist rehberlerinin rollerine yönelik yapılan çalışmalar 1970'li yıllara dayanmaktadır. Literatür incelendiğinde turist rehberlerinin rollerinin henüz kurumsallaştırılmamış olduğu ve konuyla ilgili net rol tanımlamalarının bulunmadığı dikkati çekmektedir (Öter ve Sarıbaş, 2018: 110). Rabotić'e göre (2010:1157), çağdaş turist rehberi çeşitli rol ve alt rollerden oluşan karmaşık, çok yönlü ve birbirini tamamlayıcı bir ilişkiye sahiptir. Turist rehberinin rollerine ilişkin yapılan ilk bilimsel çalışmaların Gronoos (1978), Schmidt (1979), Holloway (1981) ve Cohen (1985) tarafından yapıldığı göze çarpmaktadır. Gronoos (1978) turist rehberini *"satış elemanı"* olarak tanımlamış (Köroğlu, 2013:97), Holloway (1981) ise; *"bilgi verici, bilgi çeşmesi, öğretmen ya da eğitmen, motive edici ve turist deneyimini başlatıcı, ülkelerinin elçileri, eğlendiren kişi, katalizör, sırdaş, önder, kollayıcı melek, grup lideri ve disiplin sağlayıcı"* olarak tanımlamıştır (Dahles, 2002:785). Cohen (1985) ise, turist rehberinin *"yol gösterici"* ve *"akıl hocası olarak"* iki temel rolü olduğunu belirtmiştir. Sonraki yıllarda Cohen, Ifergan ve Cohen (2002)'nin, "yol gösterici" ve "akıl hocası" rollerini, modern turist rehberliği temelinde yeniden isimlendirerek "yol gösterici" yerine "lider", akıl hocası yerine "arabulucu" terimlerini kullandığı görülmektedir (Köroğlu, 2013: 98). Pond'a göre (1993) turist rehberi, turistlerin ziyaret ettiği yerleri anlamasına yardımcı olan kişidir. Holloway'e (1981) göre turist rehberliğine profesyonel özelliğini veren en önemli şey onun bilgi verici olmasıdır. Wang vd.'ne (2002) göre bir turu yapan/oluşturan ya da kesintiye uğratan turist rehberinin sunum becerileridir (Reisinger

ve Steiner, 2006: 482). Turist rehberinin bir diğer rolü ise, eğitmen rolüdür. Turistlere bir etkinlik içinde yer almasını sağlarken onlara bir öğretmen gibi eğitici bilgiler vermekte ve onların çeşitli becerilerini kullanarak bu etkinliğe dâhil olmalarını sağlamaktadır (Hansen ve Mossberg, 2017: 263). Weiler ve Black (2005) 1979-2001 yılları arasında rehberin rollerini inceleyen 12 çalışmayı gözden geçirmişler ve tüm bu çalışmalarda belirtilen 10 kilit rol olduğunu ortaya koymuşlardır. Bunlar: yorumcu/eğitimci, bilgi verici, lider, miras alanlarının korunması için bireyleri motive eden kişi/rol model, sosyal rol/katalizör, kültür simsarı/arabulucu, kılavuz/koruyucu, tur ve grup yöneticisi/organizatör, halka ilişkileri uygulayıcı/grup temsilcisi, halka açık olmayan alanlara girişi kolaylaştırıcı şeklindedir. Rehberin rollerin sayısı tur ortamına, grubun türü, grubun ihtiyaçları ve ilgileri, çalışanların ve sektörün rehberden beklentilerine göre farklılık göstermektedir (Weiler ve Black, 2014: 23). Benzer şekilde yıllar içinde yapılan çalışmalara bakıldığında turist rehberinin rolleri; anlatıcı, yorumcu, ülke temsilcisi, pazarlamacı, arabulucu, turistlere eşlik eden kişi-yol arkadaşı ve grup lideri, bilgi aktarıcı, bilgi çeşmesi; öğretmen/eğitici, turist deneyimlerini yönlendiren/turistleri motive eden kişi, misyoner, büyükelçi, diplomat, animatör, dert ortağı, çoban, disiplin kurucu, danışman/akıl hocası, dinleyici, sosyolog, psikolog, yol gösterici, kültürel aracı, aktör, denge unsuru, bakıcıya da vekil ebeveyn, gözetmen, katalizör, çevirmen, satış elemanı, organizatör, kurye, yönetici, eğlendirici, sağlık-güvenlik danışmanı, eşlikçi, halkla ilişkiler uzmanı gibi çok çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır (Holloway, 1981; McDonnell, 2001; Ap ve Wong, 2001; Dahles, 2002; Cohen, Ifergan ve Cohen, 2002; Leclerc ve Martin, 2004; Zhang ve Chow, 2004; Salazar, 2005; Bowie ve Chang, 2005; Black ve Weiler, 2005; Reisinger ve Steiner, 2006; Hu, 2007; Güzel, 2007; Rabotic, 2011; Köroğlu, 2013). Turist rehberinin rollerine ilişkin yapılan tanımlamalar Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1: Turist Rehberinin Rol Tanımlamaları**

Rol Tanımı	Araştırmacı	Yıl	Rol Tanımı	Araştırmacı	Yıl
Aktör/ Actor	Holloway	1981		Schmidt	1979
Elçi /Ambassador	Holloway	1981		Holloway	1981
Denge Unsuru	Schmidt	1979	Arabulucu	Cohen	1985
/Tampon/Buffer	Pearce	1982	/Uzlaştırıcı	Katz	1985
			Mediator	Ryan and Dewar	1995
Katalizör/Catalyst	Holloway	1981		Hughes	1991
Kültür	Holloway	1981	Organizatör	Pearce	1982
Simsarı/Culture	Katz	1985	/Organizer	Schuchat	1983
Broker	Holloway	1981	Satış	Fine and Speer	1985
Bilgi-aktarıcı/	Hughes	1991	Elemanı	Gronroos	1978
Information-giver	Almagor	1985	/Salesperson	Holloway	1981
Yorumcu/Tercüm	Holloway	1981	Öğretmen/	Pearce	1982
an	Katz	1985	Teacher	Fine and Speer	1985
Interpreter/Transl	Ryan and Dewar	1995		Mancini	2001
ator	Cohen	1985	Bakıcı	Fine and Speer	1985
Lider /Leader	Geva and Goldman	1991	/CareTaker		

*Kaynak: Zhang ve Chow (2004: 83)*

Cohen (1985:5) ve Rabotic (2010:1157) rehberin rollerinin araçsal (enstrümantal), etkileşimsel, sosyal ve iletişimsel gibi 4 önemli bileşene sahip olduğunu vurgulamıştır. Araçsal (enstrümantal) rol; rotaya ve çekiciliklere odaklanan,

yönlendirme ve yön bulmada yardımcı olan, gezilen alanlara güvenli girişi sağlayan roldür. Etkileşimsel rol; grubun temsilcisi olarak turistlerle destinasyon, hizmet sağlayıcıları (işletmeler) ve yerel toplum arasındaki koordinasyonu sağlayarak gezilen alanları anlatmak ve rehberlik hizmetini sunmak gibi uygulamaları içermektedir. Sosyal rol; sosyal entegrasyon ve turistlerin ruh halini etkileyecek çeşitli mizah ve eğlence yöntemleri kullanarak grup içi uyumu sağlama ve olumlu bir atmosfer oluşturmayı ifade etmektedir. İletişimsel rol ise grup üyelerinin ilgisini çekecek şeylere odaklanarak doğru bilgi vermek, açıklamak bilinmeyeni bilindik hale getirmek ve kültürel bir elçi rolü üstlenerek açıklama ve anlatma becerilerini kullanmak anlamına gelmektedir (Tsaur ve Teng, 2017: 440). Weiler ve Ham (2002: 1) ise, yorumlamanın herhangi iyi bir turist rehberinin yaptığı veya yapması gereken işin merkezinde ve ruhunda yer aldığını ve rehberin yorumlama becerisinin turistlerin yaşadığı deneyimin kalitesini artırabileceğini belirtmektedir. Turist rehberinin bir önemli rolü hikaye anlatmadaki rolüdür (Bryon, 2012:30; Overend, 2012:48). Hikayeler tur süresince neredeyse her şeyle ilişkilendirilebilmektedir. Turist rehberi de kendisi iyi bir aktör ve animatör ise bu hikayelerin içine turistleri de dahil edebilmektedir (Tsaur ve Teng, 2017: 440). Bunların yanında Luoh ve Tsaur (2014:112) turist rehberlerinin acil durumlara baş edebilmesi turistlerin fiziksel ve ruhsal sağlığını gözetebilmesi; turun düzenlenmesi ile ilgili ortaya çıkan çatışmaları ve problemleri çözebilmesi; turistlerin şikayetlerini uygun bir şekilde dikkate alması ve beklenmedik herhangi bir olay karşısında hazırlıklı olması gerektiğini ileri sürmektedir. Tur programı ile ilgili bir problem meydana geldiğinde turist rehberinin ortaya çıkan beklenmedik durumlara baş edebilecek ve turun kalitesini aksatmayacak bir acil durum planına sahip olması gerekmektedir (Tsaur ve Teng, 2017: 440).

### 3. Rehberlik Tarzı

Tsaur ve Teng'e göre (2017:440) tarz, zamanın ve insanın doğal ve ruhsal özelliklerinin ardışık bir sürecini ifade etmektedir. Tarz, zamanla gelişen ve içgüdüsel bir seçim durumudur. Kişinin çabaları bir tarz yaratmaz, tarz ancak kişi yoluyla yaratılır. Tarzın özü/mahiyeti, kişinin içinde bulunmalıdır. İnsanların zekâlarını kullanarak çeşitli tarzlar örgilediği ve tarzlarını mesleklerine, rollerine iş tanımlarına ve görevlerine göre oluşturdukları görülmektedir. Böylece insanlar kimlikleri ile uyumlu davranabilmekte, mesleklerinin ve rollerinin gerekliliklerini yerine getirmektedirler.

Tsaur ve Teng (2017:441) rehberlerin, mesleğin gerektirdiği rolleri yerine getirdikçe zamanla tarz kazandıklarını ifade etmektedir. Bununla birlikte turist rehberleri mesleğin şiarına göre yerine getirmiş oldukları farklı rolleri ile farklı tarzlar üstlenebilmektedir. Weiler ve Black (2014) ise turist rehberleri tarafından icra edilen rehberlik tarzlarının araçsal rehberlik (tur yönetimi), aracı rehberlik (deneyim yönetimi) ve yorumlayıcı rehberlik (destinasyon/kaynak yönetimi) olarak üç bölüme ayrıldığını ifade etmekte ve genel olarak turist rehberinin rollerinin araçsal odaklıdan çok yönlülüğe doğru değişim gösterdiğini savunmaktadır. Ayrıca literatürde turist rehberinin rollerinin gelişmekte olan ülkelere ve gelişmiş ülkelere göre çeşitli şekillerde icra edildiği vurgulanmaktadır. Örneğin, gelişmekte olan ülkelerde yalnızca para kazanma ve hayat standardını geliştirme amacını taşıyan rehberin mesleğini icra ederken diğer rollerini gerçekleştiremeyeceği aşikârdır. Gelişmiş ülkelere ise, rehberin özellikle korunan alanlarda rol model olma, turistin alandaki davranışını takip etme ve yönetme gibi rolleri öncelik taşıyacaktır (Weiler ve Black, 2014: 42). Bu durumda turist rehberleri rollerini layıkıyla yerine getirince turistlerin gözünde farklı rehberlik tarzlarını da sergiliyor olacaktır (Tsaur ve Teng, 2017:441)

Literatürde genel olarak tanımlanmış olan rollerin işlevi dışında pratikte bu rollerin rehber ve tura göre oldukça farklılaşacağı, bazı durumlarda örtüşeceği bazı

durumlarda da çatışabileceği vurgulanmaktadır (Weiler ve Black, 2014: 43). Ferguson, Walby ve Piche (2016) geçmişte ceza amaçlı kullanılmış şuan müzeye dönüştürülen cezaevlerinde tur yapan turist rehberlerinin rehberlik tarzlarını ortaya çıkarmak amacıyla yapmış oldukları çalışma sonucunda rehberlik tarzlarına ilişkin bir tipoloji sunmuştur. Bu tipolojiye göre rehberler resmi hizmet veren rehberler, alternatif rehberler, girişimci rehberler ve ilişkisel/bağlantısal rehberler olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca Aysin (2018) ve Örnek ve Avcı (2019) çalışmalarında turist rehberlerinin rehberlik tarzlarını müşteri öncelikli rehberlik, sorumluluklarının farkında olan rehberlik, gelişmiş iletişimsel yeteneğe sahip rehberlik ve detaylara önem veren rehberlik tarzı şeklinde adlandırmıştır.

## 4.Yöntem

### 4.1. Örneklem

Rehberlik tarzları ölçeğini Türkçeye uyarlama amacını taşıyan bu çalışmanın uygulama aşamasında Çapık, Gözüm ve Aksayan'ın (2018) önerdiği adımlar rehber edinilmiştir. Bu adımlar şöyle özetlenebilir; öncelikle orijinal ölçek maddeleri Türkçeye çevrilmiş, ikinci adımda semantik (anlamsal) açıklamalara dikkat edilmiştir. Bu adım ölçekte kullanılan terim ve kavramların hedef dilin kültürüne en uygun, anlamı güçlendirecek ve anlamayı kolaylaştıracak uyarlamanın sağlanmasını içermektedir. Üçüncü adımda, ölçeğin kullanıldığı alanın uzmanlarına danışılmış, dördüncü adımda ölçeğin geri çevirisi yapılmış ve maddelerin anlam kaybına uğrayıp uğramadığı kontrol edilmiştir. Sonraki adımda, ölçek ile ilgili bir ön test için pilot uygulama ve bilişsel inceleme yapılmıştır. Son adımda ise, ölçeğin son hali elde edilmiş ve uyarlama sürecinde yapılan işlemler raporlanmıştır.

Çalışmanın evrenini Türkiye içinde düzenlenen rehberli bir tura katılmış, yerli bir turist rehberi ile tur deneyimini yaşamış olan Türk turistler oluşturmaktadır. Örneklemi ise, Mersin çıkışlı bir rehberli tura katılmış olan Türk turistler oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem sayısı belirlenirken madde sayısı ile cevaplayıcı oranlarının en az her madde için 3 ila 6 kişi arasında (Cattell, 1978, aktaran; McCallum, Widaman, Zang ve Hong 1999: 85) olması kuralı benimsenmiştir. Araştırmada örneklem seçimi olarak olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012:142). Buna göre veriler, pilot çalışma için 05.03.2019 -20.03.2019; ana test için ise 03.06.2019 – 10-07-2019 tarihleri arasında Mersin çıkışlı rehberli bir tura katılanlardan elde edilmiştir. Veri toplama neticesinde pilot çalışma için toplam 77 kişiden; ana test için ise toplam 325 kişiden veri toplanmıştır. Çalışma ayrıca Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından, 18/11/2019-028 tarih ve karar no ile etik yönden uygun bulunmuştur.

### 4.2. Veri Toplama Araçları

#### 4.2.1. Rehberlik Tarzları Ölçeği

Tsaur ve Teng (2017) geliştirmiş olduğu rehberlik tarzları ölçeği 6 üst boyut ve 6alt boyuttan oluşan 43 maddelik bir ölçektir. Sosyal, iletişimsel, etkileşimsel, araçsal, bakıcı ve acil durumlara baş edebilen rehberlik olarak isimlendirilen üst boyutların aynı zamanda ikişer alt boyutu bulunmaktadır. Bu alt boyutlar ise sürekli hatırlatan-hazırlıklı rehber, mizah odaklı-empati kuran rehber, turiste öncelik veren-kültür elçisi rehber, etkili konuşan-detaylandırıcı rehber, zeki-sorumlu rehber ve düşünceli-müşteri odaklı rehber olarak adlandırılmıştır.

#### 4.2.2. Word of mouth (Pozitif ağızdan ağıza pazarlama-Başkasına anlatma niyeti)ölçeği:

Weiler ve Ham'in (2010) geliştirmiş ve 2014 yılında bir başka çalışmada kullanmış oldukları tek boyuttan oluşan 4 maddelik ölçek ile bireylerin turu başkasına anlatma niyeti ölçülmüştür. Çalışmada bu değişken ölçeğin kriter geçerliliğini sağlamak amacıyla kullanılmıştır.

#### 4.3. Çeviri Çalışması ve Pilot Çalışma

Tsaur ve Teng (2017) geliştirmiş olduğu orijinal dili İngilizce olan Rehberlik Tarzları Ölçeği her iki dile hakim 1'i İngilizce öğretmeni, 3'ü de turizm ve rehberlik konusunda uzman akademisyen olmak üzere toplam dört kişi tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Ayrıca çeviri işlemine dâhil olan üç akademisyenden ikisi rehberlik mesleğini aktif olarak icra etmektedir. Türkçeye çevrilen ölçek maddeleri farklı iki akademisyen tarafından yeniden İngilizceye çevrilmiştir. İngilizceye çevrilen ölçek maddelerinin anlam kaybına uğrayıp uğramadığı kontrol edilmiş, anlam kaybına uğrayan maddeler anlamını koruyacak şekilde yeniden Türkçeye çevrilmiştir. Daha sonra ölçek 15 kişilik bir örneklem üzerine uygulanarak maddelerinin anlaşılır olup olmadığı sorulmuştur. Anlaşılmayan maddeler düzeltilerek maddelere son şekli verilmiş ve ölçek, pilot çalışma için hazır hale getirilmiştir. Pilot çalışma için 77 kişiden elde edilen verilere yapılan güvenilirlik analizi sonrasında toplam 43 ifadeden oluşan ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,951 olarak bulunmuştur. Ayrıca madde analizi sonuçlarına göre madde toplam korelasyon aralığının ,256 - ,717 arasında sıralandığı görülmüştür. Madde ile bütün arasındaki korelasyon katsayılarının negatif olmaması ve ,250 değerinden büyük olması beklenir (Kalaycı, 2016: 412). Ayrıca güvenilirlik katsayılarında alt sınırın .60 - .70 aralığında olması ve mümkünse .70'in üzerinde olması gerekmektedir (Şencan, 2005: 168-170). Bu bağlamda ölçeğin pilot test bulgularının iyi derecede güvenilirlik katsayılarına sahip olduğu söylenebilir.

### 5. Bulgular

Ana test için elde edilen verilerin öncelikle normal dağılıma uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla çoklu normal dağılım analizleri yapılmış ve normal dağılımı bozduğu sapan analizi ile belirlenen 16 anket formu veri setinden çıkartılarak kalan 309 anketten elde edilen verilerle çoklu normal dağılıma sahip bir veri seti elde edilmiştir. Buna göre araştırmaya veri sağlayan katılımcıların %68'i kadın, % 32'si erkektir. Ayrıca %19'u 15- 24 yaş grubunda, %22'i 25-34 yaş grubunda, %19'u 35-44 yaş grubunda, %40'ı ise 45 ve üstü yaş grubundadır. Katılımcıların %25'i kamuda çalışmakta iken %30'u özel sektörde çalışmaktadır. Ayrıca %45 oranı ile katılımcıların büyük çoğunluğu öğrenci, ev hanımı ve emekli seçeneklerinin bulunduğu diğer kategorisinde yer almaktadır.

#### 5.1. Yapı Geçerliliği Analizleri

Rehberlik tarzları ölçeğinin yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla ölçekten elde edilen verilere açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Ayrıca ölçeğin tamamı için yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, Cronbach Alpha katsayısı 0,906 bulunmuştur. Bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu belirtmektedir (Özdamar, 2011: 605). Daha sonrasında yapılan açıklayıcı faktör analizinde temel bileşenler ve Varimax dönüştürme yöntemi kullanılarak öz değeri 1'in üzerinde binişiklik sorunu (maddeler arası yük değer farkları 0,10'den fazla) göstermeyen, faktör yükü kabul düzeyi 0,40'ün altında olmayan, eş kökenlilik değeri

0,50'nin altında olmayan ve tek bir faktörde yer alan maddelerden meydana gelen faktör yapıları tercih edilmiştir (Kalaycı, 2010: 329-330; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyükköztürk, 2012: 233). Bu özelliklere uymadığı tespit edilen 16 madde analiz dışında bırakılmıştır. Böylece 43 ifadeden 27'si ölçeği oluşturan ifadeler olarak kalmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır. Buna göre; Kaiser-Mayer-Olkin örneklem yeterliliği değeri ,880 ve Bartlett küresellik testi sonucu anlamlı olarak bulgulanmıştır ( $X^2 = 4300,650$   $p < 0,001$ ). Çeşitli farklılıklar mevcut olsa da orijinal ölçeğe benzer şekilde altı boyutlu ve toplam varyansın % 65,073'ini açıklayan anlamlı bir yapı bulunmuştur.

Boyutlar, bir araya gelen ölçek maddelerinin ifade ettiği şekliyle ve orijinal ölçekteki isimlendirmelere sadık kalınmaya çalışılarak adlandırılmıştır. Buna göre boyutların isimleri bakıcı rehberlik tarzı, sosyal rehberlik tarzı, acil durumlarla başa çıkan rehberlik tarzı, araçsal rehberlik tarzı, iletişim odaklı rehberlik tarzı, etkileşim odaklı rehberlik tarzı olarak belirlenmiştir. İlk boyut olan *bakıcı rehberlik tarzı* boyutu, rehberin tura katılanların isteklerini göz önünde bulundurmasına ve onları dinlemesine yönelik 5 madde (4'ü müşteri odaklı rehber, 1'i ise düşünceli rehber alt boyutlarındaki maddelerden oluşmuştur) bir araya gelerek toplam varyansın %13,110'unu; *sosyal rehberlik tarzı* boyutu, rehberin turistlerin daha çok duygusal durumlarını dikkate alarak onların ihtiyaçlarını karşılmasına ve turu ilginç (ya da eğlenceli) hale getirmesine yönelik 5 madde (2'si mizah odaklı rehber, 3'ü empati kuran rehber alt boyutlarındaki maddelerden oluşmuştur) bir araya gelerek toplam varyansın %12,445'ini; *acil durumlarla başa çıkan rehberlik tarzı* boyutu, rehberin acil bir durum ortaya çıktığında o durumun kolaylıkla üstesinden gelmesine yönelik 5 madde (3'ü zeki rehber, 2'si sorumlu rehber alt boyutlarındaki maddelerden oluşmuştur) bir araya gelerek toplam varyansın %11,615'ini; *araçsal rehberlik tarzı boyutu*, rehberin tura katılanlara tur programı, toplanma ve hareket saatleri ile ilgili program boyunca dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda bilgilendirmesine ve özellikle yerel gezi bilgileri konusunda hazırlıklı olmasına yönelik 5 madde (4'ü sürekli hatırlatan rehber, 1'i hazırlıklı rehber alt boyutlarındaki maddelerden oluşmuştur) bir araya gelerek toplam varyansın %11,403'ünü; *iletişim odaklı rehberlik tarzı* boyutu rehberin tura katılanların özelliklerine dikkat ederek ve iletişim yeteneklerini kullanarak turistlerin detaylı bir şekilde yerel kültürü deneyimlemesine sağlamaya yönelik 4 madde (3'ü etkili konuşan rehber, 1'i detaylandıran rehber alt boyutlarındaki maddelerden oluşmuştur) bir araya gelerek toplam varyansın %9,820'sini; *etkileşim odaklı rehberlik tarzı* boyutu, tura katılanların haklarını korumaya ve en iyi deneyimi yaşamalarına yardımcı olamaya yönelik 3 madde (3'ü de turiste öncelik veren rehber alt boyutundaki maddelerden oluşmaktadır) bir araya gelerek toplam varyansın %6,680'ini oluşturmaktadır.

**Tablo 2: Rehberlik Tarzları Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

	Faktör Yüğü	Eş-kökenlilik	Ortalama	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Güvenirlilik Katsayısı
<b>Bakıcı Rehberlik Tarzı</b>			<b>4,4935</b>	<b>3,540</b>	<b>13,110</b>	<b>0,818</b>
Tura katılanları dinler	,713	,635				
Bir turist rehberi olarak işini tutkuyla yapar	,658	,605				
Tura katılanlarla elinden geldiğince ilgilenir	,741	,704				
Grubun ihtiyaçlarının giderilmesi konusunda özverilidir	,733	,716				
Tura katılanların isteklerini hatırlar	,661	,611				



Tablo 2'nin devamı

<b>Sosyal Rehberlik Tarzı</b>			<b>3,7726</b>	<b>3,360</b>	<b>12,445</b>	<b>0,847</b>
Özel konular ya da olaylarla ilgili sohbetler başlatır	,748	,665				
Tura katılanlarla sohbeti daha ilginç hale getirmek için kelime oyunları yapar	,822	,739				
Tura katılanları cesaretlendirir ve onları över	,750	,690				
Tura katılanlara kardeşmiş gibi yakınlık gösterir	,760	,666				
Tura katılanlara küçük hediyeler verir ya da onlara sürprizler (jestler) yapar	,741	,614				
<b>Acil Durumlarla Başa Çıkan Rehberlik Tarzı</b>			<b>4,3798</b>	<b>3,136</b>	<b>11,615</b>	<b>0,834</b>
Acil bir durum gerçekleştiğinde ilk olarak tur katılımcılarını sakinleştirir	,634	,548				
Acil bir durum gerçekleştiğinde yapılması gerekenleri derhal uygular	,665	,658				
Ne zaman acil bir durum olsa yerel kaynaklardan yardım alır	,813	,710				
Ne zaman acil bir durum olursa sorumlu bir şekilde davranır	,722	,660				
Acil bir olayın seyrini, memnun edici bir şekilde sonuçlanana kadar takip eder	,668	,630				
<b>Araçsal Rehberlik Tarzı</b>			<b>4,5644</b>	<b>3,079</b>	<b>11,403</b>	<b>0,818</b>
Hareket saatinden önce vurgulaması gereken noktaları açık bir şekilde anlatır	,776	,688				
Tura katılanlara dikkat etmeleri gereken noktaları hatırlatır	,772	,736				
Gezi (tur) programını dikkatli bir şekilde gözetir/uygular	,753	,723				
Gruba toplanma saatlerini sürekli hatırlatır	,611	,505				
Turla ilgili yerel gezi bilgileri konusunda hazırlıklıdır	,584	,560				
<b>İletişim Odaklı Rehberlik Tarzı</b>			<b>4,1952</b>	<b>2,651</b>	<b>9,820</b>	<b>,794</b>
Yorumlamalarını (anlatımlarını) tura katılanların özelliklerini dikkate alarak yapar	,678	,594				
Yerel insanları, olayları ve nesnelere yorumlamalarına (anlatımlarına) dahil eder	,788	,702				
Günlük yaşam deneyimlerini yorumlamalarına (anlatımlarına) dahil eder	,691	,622				
Turistik çekicilikleri tüm detaylarıyla anlatır	,698	,637				
<b>Etkileşim Odaklı Rehberlik Tarzı</b>			<b>4,4065</b>	<b>1,804</b>	<b>6,680</b>	<b>0,737</b>
Otel ve restoran gibi hizmet sunan işletmeleri grubun ihtiyaçları konusunda uyarır.	,654	,650				
Tura katılanların haklarının korunmasını sağlamak için otel ve restoran gibi hizmet sunan işletmeler ile uyumlu çalışır	,604	,634				
Gruba en iyi hizmet deneyimini yaşatmak için elinden geleni yapar	,607	,668				
Faktör Çıkarma Metodu: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme metodu: Varimax						
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği : % ,880 p<0,05						
Barlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 4300,650						
Açıklanan toplam varyans: %65,073						
Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: 0,903 Ölçeğin genel ortalaması: 4,2982						

Elde edilen altı boyutlu modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre normalleştirilmiş Ki-Kare (Ki-Kare uyum iyiliğinin serbestlik derecesine bölünmesi

ile elde edilen Ki-Kare uyum iyiliği) uyum iyiliği istatistiğinin (879.21/309) 2,84; ayrıca bir başka uyum iyiliği istatistiği olan RMSEA değerinin de 0,77 olduğu görülmektedir. Bu değerler göz önüne alındığında modelin kabul edilebilir uyuma sahip olduğunu söylemek mümkündür (Çelik ve Yılmaz, 2016: 39). Ayrıca doğrulayıcı faktör analizinde, uyuşma geçerliliğini test etmek için standardize yük değerleri ve t-değerleri dışında, açıklanan ortalama varyans (AVE) ve birleşik güvenilirlik (CR) değerlerinin de dikkate alınması gerekmektedir. Buna göre CR değerinin 0,70 ve üzerinde olması iyi değere işaret etmekte; AVE değerinin ise en az 0,50 olması beklenmektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010: 709-710). Bu çalışmadaki boyutlarda elde edilen en düşük AVE değeri 0,50, en düşük CR değeri ise 0,76'dir. Dolayısıyla bu iki değer de göz önüne alındığında maddelerin bağlı oldukları yapıyla uyuşma geçerliliklerinin iyi derecede olduğu ve boyutların güvenilirliklerinin kabul edilen değerlerde olduğu söylenebilir.

**Tablo 3: Rehberlik Tarzları Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

	St. Yük değeri	Hata payı	T- değeri	AVE	CR
<b>Bakıcı Rehberlik Tarzı</b>				<b>0,56</b>	<b>0,87</b>
Tura katılanları dinler	0,68	0,54	12,88		
Bir turist rehberi olarak işini tutkuyla yapar	0,73	0,47	14,31		
Tura katılanlarla elinden geldiğince ilgilenir	0,79	0,38	15,86		
Grubun ihtiyaçlarının giderilmesi konusunda özverilidir	0,80	0,36	16,28		
Tura katılanların isteklerini hatırlar	0,75	0,44	14,79		
<b>Sosyal Rehberlik Tarzı</b>				<b>0,53</b>	<b>0,85</b>
Özel konular ya da olaylarla ilgili sohbetler başlatır	0,65	0,57	12,18		
Tura katılanlarla sohbeti daha ilginç hale getirmek için kelime oyunları yapar	0,79	0,37	15,73		
Tura katılanları cesaretlendirir ve onları över	0,82	0,33	16,54		
Tura katılanlara kardeşmiş gibi yakınlık gösterir	0,75	0,43	14,69		
Tura katılanlara küçük hediyeler verir ya da onlara sürprizler (jestler) yapar	0,60	0,64	10,98		
<b>Acil Durumlarla Başa Çıkan Rehberlik Tarzı</b>				<b>0,51</b>	<b>0,84</b>
Acil bir durum gerçekleştiğinde ilk olarak tur katılımcılarını sakinleştirir	0,67	0,55	12,53		
Acil bir durum gerçekleştiğinde yapılması gerekenleri derhal uygular	0,78	0,44	15,27		
Ne zaman acil bir durum olsa yerel kaynaklardan yardım alır	0,70	0,51	13,25		
Ne zaman acil bir durum olursa sorumlu bir şekilde davranır	0,71	0,50	13,48		
Acil bir olayın seyrini, memnun edici bir şekilde sonuçlanana kadar takip eder	0,72		13,83		
<b>Araçsal Rehberlik Tarzı</b>				<b>0,50</b>	<b>0,83</b>
Hareket saatinden önce vurgulaması gereken noktaları açık bir şekilde anlatır	0,75	0,44	14,38		
Tura katılanlara dikkat etmeleri gereken noktaları hatırlatır	0,77	0,40	15,11		
Gezi (tur) programını dikkatli bir şekilde gözetir/uygular	0,72	0,48	13,69		
Gruba toplanma saatlerini sürekli hatırlatır	0,59	0,65	10,62		
Turla ilgili yerel gezi bilgileri konusunda hazırlıklıdır	0,69	0,52	12,95		

Tablo 3'ün devamı

				0,50	0,80
<b>İletişim Odaklı Rehberlik Tarzı</b>					
Yorumlamalarını (anlatımlarını) tura katılanların özelliklerini dikkate alarak yapar	0,70	0,51	12,90		
Yerel insanları, olayları ve nesnelere yorumlamalarına (anlatımlarına) dâhil eder	0,72	0,48	13,40		
Günlük yaşam deneyimlerini yorumlamalarına (anlatımlarına) dâhil eder	0,71	0,49	13,27		
Turistik çekicilikleri tüm detaylarıyla anlatır	0,71	0,50	13,20		
<b>Etkileşim Odaklı Rehberlik Tarzı</b>				<b>0,51</b>	<b>0,76</b>
Otel ve restoran gibi hizmet sunan işletmeleri grubun ihtiyaçları konusunda uyarır.	0,65	0,58	11,73		
Tura katılanların haklarının korunmasını sağlamak için otel ve restoran gibi hizmet sunan işletmeler ile uyumlu çalışır	0,74	0,46	13,90		
Gruba en iyi hizmet deneyimini yaşatmak için elinden geleni yapar	0,76	0,43	14,35		

Doğrulamalı faktör analizinde elde edilen diğer uyum iyiliği değerlerine Tablo 4'te yer verilmiştir. Bu sonuçlara göre, elde edilen göstergeler modelin kabul edilebilir değerlere sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Rehberlik Tarzları Ölçeği Doğrulamalı Faktör Analizi Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Ölçütleri	Uyum-İyiliği Değerleri	Kabul Edilebilir Değerler
<b>CMIN/DF (X2/df)</b>	2.84	≤3
<b>RMSEA</b>	.077	≤ .08
<b>NFI</b>	.92	≥ .90
<b>CFI</b>	.95	≥ .90
<b>IFI</b>	.95	≥ .90

Kaynak: Schermelleh-Engel1 ve Moosbrugger, 2003: 52; Erkorkmaz, Etikan, Demir, Özdamar ve Sanisoğlu, 2013: 213-216.

## 5.2. Kriter Geçerliliği

Kriter geçerliliğini tespit etme yollarından bir tanesi, istatistiksel analiz teknikleri ortalamaların karşılaştırılmasını esas alan bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenler arasındaki korelasyon testleri ile mümkün olabilmektedir (Alpar, 2012: 420). Bu amaçla ölçeğin kriter geçerliliğini tespit etmek amacı ile turu başkasına anlatma niyeti ve rehberlik tarzları arasındaki ilişkiye bakılmıştır.

**Tablo 5: Rehberlik Tarzları Boyutları ve Başkasına Anlatma Niyeti Korelasyon Analizi Sonuçları**

Rehberlik Boyutları	Tarzları	B.anlt. niyeti	Bakıcı	Sosyal	Araçsal	İletişim odaklı	A d. başa çıkan	Etkileşim odaklı.
Başkasına anlatma niyeti		1						
rehberlik								
Bakıcı rehberlik		,502**	1					
Sosyal rehberlik		,331**	,279**	1				
Araçsal		,258**	,549**	,097	1			
İletişim odaklı rehberlik		,299**	,492**	,418**	,333**	1		
Acil durumlarla başa çıkan rehberlik		,341**	,587**	,179**	,436**	,426**	1	
Etkileşim odaklı rehberlik		,268**	,589**	,247**	,573**	,465**	,534**	1

\*\* p<0.01

Sonuçlar incelendiğinde bakıcı rehberlik ( $r = ,502$   $p<,01$ ), sosyal rehberlik ( $r = ,331$   $p<,01$ ), araçsal rehberlik ( $r = ,258$   $p<,01$ ), iletişim odaklı rehberlik ( $r = ,299$   $p<,01$ ), acil durumlarla başa çıkan rehberlik ( $r = ,341$   $p<,01$ ) ve etkileşim odaklı rehberlik ( $r = ,268$   $p<,01$ ) tarzlarının başkasına anlatma niyeti ile pozitif ve anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu bulunmuştur. Ölçek boyutları arasındaki korelasyonlara bakıldığında ise ,179 ve ,589 arasında değişen korelasyon katsayıları bulunmaktadır.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından, 18/11/2019-028 tarih ve karar no ile etik yönden uygun bulunmuş olan bu çalışma turist rehberlerinin 'rehberlik tarzları' nı ölçmeye yönelik yapılan bir ölçek uyarlama çalışmasıdır. Rehberlerin rehberlik tarzlarını ölçmeye yönelik bir ölçme aracının bulunmadığını fark eden Tsaur ve Teng (2017) literatürdeki bu boşluğu doldurmak amacıyla Rehberlik Tarzları Ölçeği'ni geliştirmiştir. Tsaur ve Teng (2017) Rehberlik Tarzları Ölçeği'ni geliştirirken hem rehberlerin hem de tura katılanların görüşlerinden faydalanmıştır. Bu çalışmada ise verilerin toplanmasında turist örnekleme tercih edilmiştir.

Tsaur ve Teng (2017)'in geliştirdiği Rehberlik Tarzları Ölçeği altı adet üst boyut ve altı adet alt boyuttan oluşan 43 maddelik bir ölçektir. Üst boyutlar: araçsal, sosyal, etkileşim odaklı, iletişim odaklı, acil durumlarla başa çıkan, bakıcı rehberlik tarzı şeklindedir. Üst boyutların altında ikişerli halde bulunan boyutlar ise az önce belirtilen üst boyutların sırasını takip ederek şu şekilde adlandırılmıştır: sürekli hatırlatan-hazırlıklı rehber, mizah odaklı-empati kuran rehber, turiste öncelik veren-kültür elçisi rehber, etkili konuşan-detaylandırıcı rehber, zeki-sorumlu rehber, düşünceli-müşteri odaklı rehber. Bu çalışmadaki boyutlar ise, çeşitli farklılıklar olsa da orijinal ölçekteki benzer şekilde boyutlanmıştır. Turist rehberi ile tura çıkan turistlerden toplanan verilere uygulanan açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre boyutlar, 27 madde ile altı boyuttan meydana gelmiştir. Orijinal ölçekteki altı üst boyut ile mevcut çalışmada ortaya çıkan boyutlar benzerlik gösterse de mevcut çalışmada alt boyutların oluşmaması orijinal ölçekten farklılaşmasına sebep olmaktadır. Orijinal ölçekte ikili şekilde var olan alt boyutlardaki maddeler birleşerek bu çalışmadaki ana boyutları oluşturmuştur. Ancak bu altı boyut arasından etkileşim odaklı rehberlik tarzı boyutu ise, diğer beş boyuttan farklı şekilde meydana gelmiştir. Buna göre, orijinal ölçekte "etkileşim odaklı" boyut "turiste öncelik veren ve kültür elçisi" alt boyutlarındaki ifadelerden oluşmaktadır fakat bu çalışmada elde edilen "etkileşim odaklı rehberlik" tarzı boyutunun yalnızca "turiste öncelik veren rehber" alt boyutundaki maddeleri içermesi bakımından diğer boyutlara

göre farklı şekillerde oluştuğu görülmektedir. Nitekim Al Jahwari, Sirakaya ve Altintas, (2016: 206) turist rehberlerinin iletişim becerilerini önem ve performans analizi ile değerlendirmeyi amaçladığı çalışmada, yabancı turistlere rehberlik eden turist rehberlerinin de etkileşim ve kültürel konulara ilişkin ifadelere verdikleri önemin ve performansın düşük olduğunu bulmuştur. Ayrıca Tsaur ve Teng (2017)'in bu çalışmada kullanılan ölçeğini kullanan Aysin (2018)'in de elde ettiği boyutlar arasında turist rehberinin kültür elçisi rolüne ilişkin bir boyutun ortaya çıkmadığı görülmektedir. Bu sonuçlar, turist rehberlerinin mesleğini icra ederken kültür elçisi rolüne yeterince önem vermediğini veya bu rolü tam olarak yerine getirmediklerine işaret etmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda Türk turist rehberlerinin özellikle kültür elçisi rolüne yönelik uygulama odaklı spesifik bir araştırma yürütmesi önerilmektedir. Bir başka açıdan bakıldığında verilerin elde edildiği grubun (tura katılanların) kültürel açıdan farklı olması, turistlerin bir rehberi değerlendirirken farklı kriterlere önem vermesine veya beklentilerinin farklılaşmasına neden olabilmektedir. Bu bağlamda verilerin Türkiye'yi bir turist rehberi ile gezen yabancı turistlerden toplanması bu durumu değiştirebilir. Bununla birlikte turist rehberlerinin hangi rehberlik tarzlarını ne zaman yerine getireceği konusu farklılaşabilmektedir. Pond (1993) ve Weiler ve Ham'ın (2015) da belirttiği gibi rehberlik tarzlarında rehberin kendisi, rehberlik yapılan alan, turistlerin ziyaret amacı vb gibi faktörlerin etkili olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle turist rehberinin rollerinin gelişmekte olan ülkelere ve gelişmiş ülkelere göre çeşitli şekillerde icra edildiği göz önüne alındığında (Weiler ve Black, 2014: 42) yaşanan ülkenin de rehberlik tarzları üzerinde belirleyici bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür.

Literatürde yer alan diğer çalışmalarla mevcut çalışma sonuçları karşılaştırıldığında, Ferguson, Walby ve Piche (2016) rehberlik tarzlarına ilişkin sunduğu tipolojide turist rehberlerini; resmi hizmet veren rehberler, alternatif rehberler, girişimci rehberler ve ilişkisel/bağlantısal rehberler olarak adlandırmaktadır. Bununla birlikte Aysin'in (2018) ve Örnek ve Avcı'nın (2019) çalışmalarında elde ettiği boyutların da orijinal ölçeğin boyutlarından farklılaştığı görülmektedir. Bu çalışmaya göre turist rehberlerinin rehberlik tarzları; müşteri öncelikli rehberlik, sorumluluklarının farkında olan rehberlik, gelişmiş iletişimsel yeteneğe sahip rehberlik ve detaylara önem veren rehberlik tarzı şeklinde adlandırılmıştır. Mevcut çalışma literatürde yer alan bu çalışmalardan elde edilen boyutlar bağlamında farklılaşmaktadır. Diğer bir yandan Aysin (2018) ve Örnek ve Avcı'nın (2019) kullanmış olduğu ölçme aracının geçerlilik ve güvenilirliğine ilişkin herhangi bir inceleme yapmamış yalnızca açıklayıcı faktör analizinden faydalanmıştır. Bu çalışmada ölçeğin, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılarak Türkçeye uyarlanmasıyla literatürdeki rehberlik tarzları çalışmalarından ayrılmaktadır.

Sonuç olarak çalışmada ortaya çıkan 6 faktörlük rehberlik tarzları ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliği incelenmiş ve geçerli ve güvenilir bir yapı gösterdiği bulunmuştur. Bu çalışma, turist rehberlerinin rehberlik tarzlarının belirlenmesi, rehberlik tarzlarının icrasını belirleyen öncüllerin ve sonuçlarının araştırılması açılarından alan yazına katkı sağlamakta ve bu alanda çalışmak isteyen araştırmacılara kullanabilecekleri geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı sunmaktadır. Bu çalışmanın alan yazına katkıları dışında uygulama alanında da çeşitli katkıları bulunmaktadır. Bunlardan ilki; Rehberlik Tarzları Ölçeğinin, rehberlerin kendilerini değerlendirmelerini ve tura katılanların beklentileri doğrultusunda kendilerini geliştirmelerini sağlayacak bir yol gösterici olabilmesidir. İkincisi; tur operatörlerinin ya da tur acentelerinin insan kaynakları bölümlerinin hangi rehberlik tarzlarını önemsemesi gerektiğini belirten bir gösterge niteliğinde olmasıdır. Bir diğer katkısı ise; tur operatörü yöneticilerinin rehberlik tarzları ölçeğini kullanarak rehberlerini değerlendirebilmesi ve rehberleri için bir veri tabanı oluşturmasına olanak sağlayabilmesidir. Böylelikle grup gelmeden

onların ihtiyaçlarını karşılayacak ve onlara uygun hizmeti sunacak olan rehber ayarlanabilir (Tsaur ve Teng, 2017). Diğer taraftan bir turist rehberinin rehberlik mesleğini başarılı bir şekilde icra edebilmesi için bu temel altı rolün de çeşitli ölçülerde yerine getirilmesi beklenmektedir.

## 7. Kaynakça

- Abulhajja, L., Magablih, K., ve Abu Saleh, M. (2011). 'Interpretation Strategies Used by Jordanian Tourist Guides to Handle Cultural Specificity in Tourism Material' *Journal of Travel and Tourism Research*, 7(1), ss. 148-159.
- Al Jahwari, D.S.; Sirakaya, E. ve Altıntaş, V. (2016), 'Evaluating Communication Competency of Tour Guides Using a Modified Importance Performance Analysis (MIPA)' *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (1), ss. 195-218.
- Altunışık, R., Coşkun R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Alpar, R. (2012). *Çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Ap, J. ve Wong, K. K. F. (2001), 'Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems' *Tourism Management*, 22(5), ss. 551-563.
- Aysin, N. (2018), Turist Rehberlerinin Duygusal Zeka İle Rehberlik Stilleri İlişkisi, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Balta, S. (2017). 'Rehberlikte Kişisel Gelişim ve Paydaş İlişkileri.' İçinde Güzel, F.Ö; Altıntaş, V. Ve Şahin, İ. (Editörler) *Turist Rehberliği Araştırmaları Öngörüler ve Uygulamalar*, ss.127-139, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Black, R. ve Weiler, B. (2005), 'Quality Assurance and Regulatory Mechanisms in the Tour Guiding Industry: A Systematic Review' *The Journal of Tourism Studies*, 16(1), ss. 24-37.
- Bowie, D. ve Chang, J. C. (2005), 'Tourist Satisfaction: A View from a Mixed International Guided Package Tour' *Journal of Vacation Marketing*, 11(4), ss. 303-322.
- Bryon, J. (2012), 'Tour Guides as Storytellers – From selling to sharing' *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), ss. 27-43.
- Cohen, E. (1985), 'The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of A Role' *Annals of Tourism Research*, 12(1), ss. 5-29.
- Cohen, E.H., Ifergan, M. ve Cohen, E. (2002), 'A New Paradigm in Guiding' *Annals of Tourism Research*, 29(4), ss. 919-932.
- Çelik, E.H. ve Yılmaz, V. (2016). Yapısal Eşitlik Modellemesi: Temel Kavramlar-Uygulamalar-Programlama, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çapık, C.; Gözüm, S. ve Aksayan, S. (2018). Kültürlerarası Ölçek Uyarlama Aşamaları, Dil ve Kültür Uyarlaması: Güncellenmiş Rehber, *Florance Nightingale Journal Of Nursing*, 26(3), ss. 199-210.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, İ. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve lisrel uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dahles, H. (2002), 'The Politics of Tour Guiding' *Annals Of Tourism Research*, 29(3), ss. 783-800.
- Erkorkmaz, Ü.; Etikan, İ; Demir, O.; Özdamar, K. ve Sanisoğlu, S.Y. (2013) Doğrulayıcı Faktor Analizi ve Uyum İndeksleri, *Türkiye Klinikleri J Med Sci*, 33(1), 210-23
- Eser, S. (2018). 'Meslek Olarak Turist Rehberliği' İçinde Eser, S.; Şahin, S ve Çakıcı, A. (Editörler) *Turist Rehberliği*, ss. 25-46, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ferguson, M., Walby, K. ve Piche, J. (2016), 'Tour Guide Styles and Penal History Museums in Canada' *International Journal of Tourism Research*, 18 (5), ss. 477-485.

- Geva, A., ve Goldman, A. (1991), 'Satisfaction Measurement in Guided Tours' *Annals of Tourism Research*, 18(2), ss. 177-185.
- Güzel, O. (2007), Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hansen, A. H. ve Mossberg, L. (2017), 'Tour Guides' Performance and Tourists' Immersion: Facilitating Consumer Immersion by Performing a Guide Plus Role' *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(3), ss. 259-278.
- Holloway, J. C. (1981), 'The Guided Tour: A Sociological Approach' *Annals of Tourism Research*, 8(3), ss. 377-401.
- Hu, W. (2007), *Tour Guides and Sustainable Development: The Case of Hainan, China*. Ph.D.Thesis, University of Waterloo, Ontario, Canada.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil.
- Kalaycı, Ş. (2016). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayıncılık.
- Koroğlu, Ö. (2013), 'Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme' *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, ss. 91- 112.
- Leclerc, D ve Martin, J. N. (2004), 'Tour Guide Communication Competence: French, German and American Tourists' Perceptions' *International Journal of Intercultural Relations*, 28(3), ss. 181-200.
- Luoh, H. F., ve Tsaur, S. H. (2014), 'The Effects of Age Stereotypes on Tour Leader Roles' *Journal of Travel Research*, 53(1), ss. 111-123.
- McCallum, R. C., Widaman, K. F., Zhang, S. ve Hong, S. (1999), 'Sample Size in Factor Analysis' *Psychological Methods*, 4(1), ss. 84-99.
- McDonnell, I. (2001), 'The Role of The Tour Guide in Transferring Cultural Understanding' *Working Paper*, No. 3.
- Overend, D. (2012), 'Performing Sites: Illusion and Authenticity in the Spatial Stories of the Guided Tour' *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), ss. 44-54.
- Öter, Z. ve Sarıbaş, Ö. (2018), 'Turist Rehberinin Görevleri ve Rollerini.' İçinde Eser, S.; Şahin, S ve Çakıcı, A. (Editörler) *Turist Rehberliği*, ss. 101-118, Ankara: Detay Yayıncılık
- Özdamar, K. (2011), *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. İstanbul: Kaan Kitabevi.
- Pond, K. L. (1993), *The Professional Guide Dynamics of Tour Guiding*, Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Rabotić, B. (2008), Tourist guides as cultural heritage interpreters: Belgrade Experience with Municipality-sponsored Guided Walks. 'Cultural and Event Tourism: Issues & Debates', *The Proceedings Book of the International Tourism Conference*, Alanya, Turkey, ss. 213-233.
- Rabotić, B. (2010), Professional tourist guiding: the importance of interpretation for tourist experiences. *Tourism & Hospitality Management Conference Proceedings*, Belgrad, Serbia, ss. 1157-1167.
- Rabotic, B. (2011), 'American Tourists' Perceptions of Tourist Guides in Belgrade' *Journal of Economics*, 2(2), ss. 151-161.
- Reisinger, Y. ve Steiner, C. (2006), 'Reconceptualising Interpretation: The Role of Tour Guides in Authentic Tourism' *Current Issues in Tourism*, 9(6), ss. 481-498.
- Resmi Gazete (2012). Turist Rehberliği Meslek Kanunu, Kanun no: 6326 Sayı: 28331

- Salazar, N. B. (2005), 'Tourism and Glocalization "Local" Tour Guiding' *Annals of Tourism Research*, 32(3), ss. 628-646.
- Schermelleh-Engel, K. ve Moosbrugger, H. (2003). Evaluating The Fit Of Structural Equation Models: Tests Of Significance and Descriptive Goodness-Of-Fit Measures, *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tsaur, S. H., ve Teng, H. Y. (2017), 'Exploring Tour Guiding Styles: The Perspective of Tour Leader Roles' *Tourism Management*, 59, ss. 438-448.
- Örnek, N. ve Avcı, N. (2019). Turist Rehberlerinin Duygusal Zekâ ile Rehberlik Stilleri İlişkisi, *Journal of Yasar University*, 14(56), 536-548.
- Weiler, B ve Ham, S. H., (2002), 'Tour Guide Training: A Model for Sustainable Capacity Building in Developing Countries' *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (1), ss. 52- 69.
- Weiler, B. ve Black, R. (2014), *Tour Guiding Research Insights, Issues and Implications*, UK: Channel View Publications.
- Weiler, B., ve Ham, S. H. (2010), 'Development of a Research Instrument for Evaluating the Visitor Outcomes of Face-to- Face Interpretation' *Visitor Studies*, 13 (2), ss. 187-205.
- Weiler, B., ve Ham, S. H. (2014), 'Effects of Interpretive Guiding Outcomes on Tourist Satisfaction and Behavioral Intention' *Journal of Travel Research*, 54(3), ss. 344– 358.
- Word Federation of Tourist Guide Association, (2003), 'What is a tourist guide?', [www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide](http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide) (03.07.2019).
- Zhang, H.Q. ve Chow, I. (2004), 'Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong' *Tourism Management*, 25, ss. 81-91.

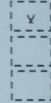


MERSİN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU  
ONAY BELGESİ

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü öğrencisi Gizem Çapar'ın "Rehberlik Tarzları Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması" adlı çalışma kurumunuz tarafından incelenmiş ve, Etik yönden uygun bulunmuştur.

Etik yönden geliştirilmesi gerekmektedir.

Etik yönden uygun bulunmamıştır.



Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Kararı

Başvuru Formunun Etik Kurula Ulaştığı Tarih	30/10/2019
Etik Kurul Karar Toplantı Tarihi ve Karar No	18/11/2019 - 028
Yer	Mersin Üniversitesi, Uğur Oral Kültür Merkezi
Katılımcılar	Formda imzası bulunan üyelerimiz toplantıya katılmıştır.

KURUL BAŞKANI VE ÜYELER: