

Turizmde Yeni Ufuklar: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım

Editör: Doç. Dr. Davut UYSAL



Turizmde Yeni Ufuklar: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım

Editör:

Doç. Dr. Davut UYSAL



Published by

Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şehitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozguruyinlari.com

✉ info@ozguruyinlari.com

Turizmde Yeni Ufuklar: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım

Editor: Doç. Dr. Davut UYSAL

Language: Turkish-English

Publication Date: 2025

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-625-8562-07-1

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1110>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>. This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Uysal, D. (ed) (2025). *Turizmde Yeni Ufuklar: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım*. Özgür Publications.

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub1110>. License: CC-BY-NC 4.0

The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozguruyinlari.com/>



Ön Söz

Turizm, günümüzde yalnızca ekonomik bir faaliyet alanı olmanın ötesine geçerek; kültür, psikoloji, sosyoloji, tarih, mimarlık, eğitim ve yönetim bilimleri ile etkileşim içinde gelişen çok boyutlu bir disiplin hâline gelmiştir. Turizmde Yeni Ufuklar: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım başlıklı bu eser, turizmin söz konusu çok yönlü yapısını farklı bakış açılarıyla ele alarak alana bütüncül ve derinlikli bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Kitapta yer alan bölümler; gastronomi kültürü ve son şans turizmi bağlamında bireylerin psikolojik tepkilerini, somut ve somut olmayan kültürel miras çerçevesinde destinasyon değerlendirmelerini, turist rehberlerinin yabancı dil yeterliliklerine yönelik algılarını ve mesleki ihtiyaçlarını ele almaktadır. Bunun yanı sıra, antik döneme uzanan Dionysos tapınakları üzerinden kült, mimari ve krallık politikaları arasındaki ilişki incelenerek turizmin tarihsel ve kültürel kökenlerine ışık tutulmaktadır.

Eserde ayrıca turizm işletmelerinde psikolojik sermaye ve liderlik tarzları gibi çağdaş yönetim konularına yer verilmekte; turizm eğitimi alan öğrencilerin turist rehberliği mesleğine yönelik algıları ve ekoturizm tur rehberlerinden beklenen roller, Muğla ili özelinde yapılan araştırmalarla ortaya konulmaktadır. Bu yönüyle kitap, hem teorik hem de uygulamaya dönük çalışmaları bir araya getirerek akademisyenler, araştırmacılar, sektör profesyonelleri ve öğrenciler için önemli bir başvuru kaynağı olma niteliği taşımaktadır.

Turizmde Yeni Ufuklar: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım, turizmi farklı disiplinlerin kesişim noktasında ele alan özgün bölümleriyle, alan yazınına yeni perspektifler kazandırmayı ve turizmin geleceğine yönelik düşünsel bir zemin oluşturmayı hedeflemektedir.

İçindekiler

Ön Söz

iii

Bölüm 1

Gastronomi Kültürü ve Son Şans Turizmi: Psikolojik Tepkisellik Teorisi
Işığında Nitel Bir Araştırma

1

Anıl Örnek

Mert Gürlek

Bölüm 2

Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Turist Rehberliği Mesleğine Yönelik
Algılarının Araştırılması: Muğla İli Örneği

21

Ufuk Uysal

Bölüm 3

Türk Turist Rehberlerinin İngilizce Dil Becerileri Önem Algıları: Bir İhtiyaç
Analizi Çalışması

53

Hatice Gençtürk

Handan Çelik Vaillant

Bölüm 4

Dionysos Tapınakları Bağlamında Kült, Mimari ve Krallık Politikası İlişkisi

77

Hayat Çelik

Bölüm 5

Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras Yönünden Manisa'nın Bir
Destinasyon Olarak Değerlendirilmesi

129

Ayhan Yıldız

Bölüm 6

Psychological Capital and Leadership Styles in Tourism Enterprises	161
<i>Öznur Sidal</i>	

Bölüm 7

Ekoturizm Tur Rehberlerinden Beklenen Rollerin Muğla Özelinde Araştırılması	173
<i>Yasemin Uysal</i>	

Gastronomi Kültürü ve Son Şans Turizmi: Psikolojik Tepkisellik Teorisi Işığında Nitel Bir Araştırma

Anıl Örnek¹

Mert Gürlek²

Özet

Son şans turizmi araştırmaları genellikle doğal ortamlara odaklanırken, kültürel ve gastronomik unsurlar hakkında sınırlı bir anlayış sunmaktadır. Bu boşluktan hareketle, bu araştırma Psikolojik Tepkisellik Teorisini kullanarak, gastronomi kültürünü son şans turizmi açısından incelemeyi amaçlamaktadır. Veriler Burdur İlinde hem yerel halkla hem de turistlerle yapılan görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Verilerin analizinde tematik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bulgular kaybolma tehlikesi; kaybolmanın nedenleri; kaybolma riski ve değer artışı; ziyaret motivasyonunda gastronomi kültürünün ikincil rolü; son şans turizmi ve Burdur gastronomi kültürü; son şans turizmi ve gastronomi kültürü temalarını ortaya çıkarmıştır. Bulgular, genel olarak gastronomi kültürünün son şans turizmi kapsamında değerlendirilebileceğini göstermektedir. Bununla birlikte, bulgular Burdur gastronomi kültürünün bazı yönlerinin yok olma tehlikesi altında olduğunu, ancak bu tehdidin turistler arasında önemli bir farkındalık veya deneyimleme motivasyonu yaratmadığını göstermektedir. Dolayısıyla, Burdur gastronomi kültürünü son şans turizmi kapsamında değerlendirmek için henüz erken görünmektedir. Sonuç olarak bu çalışmanın, gastronomi kültürünü son şans turizmi araştırmalarına dahil ederek literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

1 Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Yeşilova İsmail Akın Turizm Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Burdur, Türkiye, Mail Adresi: aornek@mehmetakif.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9401-5622

2 Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Burdur, Türkiye, Mail Adresi: mertgurlek89@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0024-7746

1. Giriş

İklim değişikliğinin dünyamız üzerindeki etkileri giderek görünür hale geldikçe, turistler tehlike altındaki doğal güzellikleri deneyimlemek için son şans turizmi adı verilen yeni bir motivasyonla bölgelere akın etmektedir (Grafton vd., 2025; Lamphere vd., 2025). Son şans turizmi kapsamında bir cazibe merkezini ziyaret etmek, aynı cazibe merkezindeki çevrenin de daha fazla bozulmasına neden olabilmektedir. Bu durum literatürde son şans turizm paradoksu olarak adlandırılmaktadır (Dawson vd., 2010; Kucukergin ve Gürlek, 2020). Son şans turizmi araştırmaları, başlangıçta turistlerin kutup bölgeleri ve Antarktika gibi iklim değişikliğine duyarlı bölgelere ziyaret etme algılarına odaklanmış ve bu seyahatlerin sera gazı emisyonları gibi çevresel etkilerini vurgulamıştır (Barton ve Goh, 2025). Fakat son zamanlarda yavaş da olsa araştırma akışı doğal çevreden kültürel çevreye doğru genişleme eğilimi göstermektedir.

Turistler sadece tehdit altında gördükleri doğal cazibe merkezlerini değil aynı zamanda kültürel cazibe merkezlerini de ziyaret etmektedir. Son şans turizmi farklı açılardan kırılgan olan turizm destinasyonlarının çoğunda görülebilmektedir (Schweinsberg vd., 2021). Son araştırmalar son şans turizminin odağının genişletilmesi gerektiğini işaret etmektedir. Örneğin, Finastiiian vd. (2019) İsfahan'daki geleneksel dokuma evini, dokuma tezgâhları ve geleneksel tekstil ürünlerini sergileyen bir müze olarak, kaybolma riski taşıyan kültürel mirası deneyimleme imkânı sunduğu için son şans turizmi açısından ele almıştır. Çakar ve Seyitoğlu (2023) Batman ilinin tarihi ilçesi Hasankeyf'i son şans turizmi açısından ele almıştır. Bu araştırmalar yerel bağlamda, ilgi gören kültürel mirasın yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olması durumunda, son şans turizmi kapsamında ele alınabileceği fikrini doğurmaktadır. Görüldüğü gibi son şans turizminin kapsamını kültürel mirasa doğru genişletme çabaları bulunmaktadır.

Mevcut literatür son şans turizmi çalışmalarının ağırlıklı olarak kaybolmakta olan çevresel değerlere, yaban hayatına, kutup ayısı gözlem destinasyonlarına ve buzulların erimesine odaklandığını ortaya koymaktadır (Küçükergin, 2021). Fakat son şans turizminin sosyal ve kültürel boyutları yeterince incelenmemiştir. Tarihî olarak, eski kültürlerin sergilendiği müzeler ve sergiler bile turistlerin kaybolan kültürlere duyduğu ilgiyi yansıtmaktadır. Oysa bu kültürler yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olsalar da hâlen varlıklarını sürdürmekte ve birçok turizm faaliyetinin merkezinde yer almaktadırlar (Lemelin ve Baikie, 2013). Bu nedenle, son şans turizminin yalnızca doğal çevre açısından değil, kültürel miras açısından ele almak önem taşımaktadır.

Bu araştırma gastronomi kültürünü son şans turizmi açısından incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaca yönelik şu araştırma sorusuna cevap aranmaktadır: Gastronomi kültürü, son şans turizmi bağlamında değerlendirilebilir mi? Araştırma bağlamı olarak Burdur İli tercih edilmiştir. Burdur hem halk kültürü hem de gastronomi kültürü açısından oldukça zengin bir yapıya sahiptir (Yıldız ve Kazan, 2009; Pulluk ve Örnek, 2022). Gastronomi kültürünü son şans turizmi açısından değerlendirmek için hem yerel halk ile hem de turistlerle görüşmeler yapılmıştır.

Bu kitap bölümü şu şekilde yapılandırılmıştır. Bölüm, kavramsal çerçeve ve teorik perspektif ile başlamakta; sonrasında sırasıyla araştırma yöntemi açıklanmakta, bulgular sunulmakta ve sonuçlar tartışılmaktadır .

2. Kavramsal Çerçeve ve Teorik Perspektif

2.1. Son Şans Turizmi ve Psikolojik Tepkisellik teorisi

Son şans turizmi gelecekte kaybolma riski taşıyan yerlere yapılan ziyaretler veya bu yerlere yönelik deneyimlere katılım olarak tanımlanmaktadır (Prideaux ve McNamara, 2013). Psikolojik Tepkisellik Teorisi (Psychological Reactance Theory) insanların özgürlüklerinin tehdit edildiğini hissettiklerinde buna karşı motivasyonel bir tepki gösterdiğini ileri sürmektedir. Bu tepki “reactance” yani psikolojik tepkisellik olarak adlandırılmaktadır (Brehm, 1966). Son şans turizmi açısından, turistik bölgelerin yok olma riskiyle karşı karşıya kalması bireyler tarafından özgürlüklerinin kısıtlanması olarak algılanmaktadır ve bu durum söz konusu bölgelere yönelik ziyaret arzusunu artırmaktadır. Bireyler özgürlüklerini yeniden kazanmak veya telafi etmek amacıyla motive olmaktadır ve bu da sınırlanan deneyimi daha yoğun şekilde istemelerine yol açmaktadır. Bu bağlamda iklim değişikliği gibi dışsal faktörlerin turistik deneyimlere erişimi kısıtlaması turistlerin bu yerlere olan ilgisini ve talebini artırmaktadır (Font ve Hindley, 2017). Diğer bir ifadeyle, erişimin kısıtlı olduğu algılandığında, algılanan kaybı telafi etme çabasıyla, söz konusu öge eskisinden daha fazla arzulanmaktadır. Bu durum turizm bağlamında nadir veya kaybolmakta olan destinasyonlara olan talebin artmasına yol açmaktadır. Pazarlamacılar ve çeşitli çıkar grupları, nadirlik algısını artırarak turistlerin ilgisini yönlendirebilirler ve böylece kaybolan destinasyonlara yönelik yoğun ziyaretleri tetikleyebilirler (Hindley ve Font, 2018).

Bu araştırma gastronomi kültürünü son şans turizmi açısından ele almaktadır. Psikolojik Tepkisellik Teorisi hakkındaki araştırmalara dayanarak (Brehm, 1966; Font ve Hindley, 2017), gastronomi merkezli son şans turizminin aşağıdaki gibi oluştuğu ileri sürülebilir: Turistin, belirli bir

kültürel değerin kaybolmakta olduğunu fark etmesi (örn: bir geleneksel yemeğin yok olma riski) tehdit algısı oluşturur. Kaybolma tehdidi, söz konusu kültürün algılanan değerini artırır. Bir daha görememe veya bir daha deneyimleyememe kaygısı, turistin ilgisini güçlendirir. Böylece, turistin o yere seyahat etmesi ve kültürü deneyimlemesi davranışsal bir tepki olarak ortaya çıkar. Bu nedenle, son şans turizmi Tepkisellik Teorisinin öngördüğü gibi kısıtlanan özgürlüğü telafi etme davranışı olarak görülebilir.

2.2. Gastronomi Kültürü

Gastronomi, insanoğlunun yemekle ilişkisini sosyal, kültürel, duyuşsal ve teknik boyutlarıyla bir bütün olarak ele alan çok katmanlı bir bilgi ve deneyim alanıdır (Rojas-Rivas vd., 2020). Bir başka yönüyle gastronomi, bir halkın kültürel ve sosyal mirasının bir parçası olarak da bilinmektedir. Çünkü gastronomi coğrafi alanların kültürel dokusu ve geleneği içinde kök salmış belirli bir yaşam tarzını da yansıtmaktadır (Brulotte ve Di Giovine, 2014; Jiménez-Beltrán vd., 2016).

Gastronomi kültürü, sadece bir toplumun yiyecek ve içeceklerle ilgili mutfak geleneklerini, malzeme kullanımını, alışkanlıklarını, pişirme tekniklerini değil aynı zamanda yemeğin tarihsel, sosyal ve kültürel anlamlarını içeren, toplumsal değerler, normlar, varsayımlar, ritüeller ve kimlik unsurlarıyla şekillenen kültürel bir sistemdir (Scarpato, 2002; Oktay ve Ekinci, 2019). Örneğin; Türkiye’de bayramlarda yapılan baklava veya sarma sadece bir yiyecek değil, misafirperverliğin ve misafir ağırlamanın bir sembolü haline gelmiş bir mutfak geleneğidir (Toprak, 2019; Irmak, 2024; Başol ve Başol, 2025). Yiyecekler, biyolojik ihtiyaçları temsil etmenin yanı sıra, farklı anlamlar ve bilgiler aktarmaktadır. Bu sebeple, sosyal ve kültürel bir çerçeveden bağımsız olarak doğru bir şekilde incelenmeleri pek de mümkün değildir (Counihan, 2000; Koerich ve Müller, 2022).

Yerel gastronomi, bazen bir şehri ziyaret etmenin tamamlayıcı bir motivasyonu değil asıl çekiciliği olarak da değerlendirilmektedir (Gálvez vd., 2017). Çünkü seyahat edenler için geleneksel yiyecekler, yerel kültürü anlamının en hızlı ve en doğrudan yoludur (Lin vd., 2021). Turistler, yeni lezzet deneyimleri aradığı için gastronomi bir turistik cazibe olarak öne çıkmaktadır (Bukharov ve Berezka, 2018; Pérez-Priego vd., 2023). Gastronomik deneyimler, bir turistik destinasyondaki gezginlerin motivasyonlarının, sonraki memnuniyetlerinin ve sadakatlerinin omurgasını oluşturmaktadır (Mora vd., 2021). Ayrıca Dünya Turizm Örgütü, turistlerin destinasyon seçiminde gastronominin kültür ve doğadan sonra üçüncü sırada olduğunu vurgulamaktadır (WTO, 2017).

Burdur ili gastronomi kültürü açısından değerlendirildiğinde, gastronomi ilin kültürel turizmini destekleyen önemli çekicilik unsurlarından bir tanesi olarak öne plana çıkmaktadır. İlin geleneksel gastronomi kültürü oldukça köklü ve çeşitlidir. Burdur şiş, topça, yaprak kavurma, yusufoça dolması, Karamanlı kişnişi, çörek-otu kahvesi, oğlak-kuyu kebabı, ceviz ezmesi ve testi kebabı başlıca lezzetlerdendir. Burdur şiş ve ceviz ezmesi, Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanterinde yer almakta olup, otantik sunumları kentin gastronomik destinasyon olarak önemini artırmaktadır (Tozkoparan ve Temurçin, 2024; Tozkoparan, 2024). Burdur ve çevresinde gastronomi kültürü, yalnızca mutfak pratiği değil aynı zamanda toplumsal ve kültürel ritüellerle iç içe geçmiştir. Örneğin düğünler, bayramlar ve cenaze törenleri gibi etkinliklerde yemekler önemli yer tutmaktadır. Ayrıca halk müziği etkinlikleri, şenlikler ve düğünler de gastronomi kültürüyle iç içedir. Yemekler ve müzik, toplumsal birlikteliği ve kültürel ritüelleri destekleyen unsurlar olarak birbirini tamamlamaktadır (Yıldız ve Kazan, 2009).

Mutfak geleneklerinin büyük bir kısmının önümüzdeki yüzyıl içinde yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalacağı yönünde tahminler bulunmaktadır (FutureBridge, 2024). Birçok geleneksel yiyecek, yöresel malzeme ve kuşaktan kuşağa aktarılan mutfak uygulamaları, sanayileşmiş gıda üretimi, küreselleşme ve değişen beslenme alışkanlıkları nedeniyle kaybolma riski taşımaktadır. Bu nedenle, kültürel açıdan değerli bu uygulamaların belgelenmesi, korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir (Lohman, 2023; Zocchi vd., 2021).

Türkiye'de yerel gastronomi kültürünün yok olması konusu giderek daha fazla gündeme gelmektedir. Yerel yemekler, kültürel kimliğin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ancak küreselleşme, artan çalışma saatleri ve genç nesillerin geleneksel uygulamalara olan ilgisinin azalması, bu mutfak geleneklerinin korunması noktasında tehdit oluşturmaktadır (Kayış ve Güvenç, 2025). Özellikle ilçe ve köy düzeyindeki tarifler ile yöntemler yok olma riskiyle karşı karşıyadır (Yalın, 2020).

Bu bağlamda, gastronomi kültürünü son şans turizmi perspektifinden değerlendirmek anlamlıdır. Turistler, yok olma tehlikesi altındaki geleneksel yemekleri deneyimleyebilmek için, henüz kaybolmadan bu kültürel değerleri görme ve tatma motivasyonu hareket edebilirler.

3. Yöntem

Bu araştırma, gastronomi kültürünü son şans turizmi bağlamında incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek için nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel araştırmalar, olguları derinlemesine

anlamayı ve katılımcıların deneyimlerini ortaya koymayı sağlayan esnek bir veri toplama ve analiz süreci sunmaktadır (Creswell, 2013). Bu yaklaşım, özellikle kültürel değerler ve turist motivasyonları gibi karmaşık ve çok boyutlu konuların anlaşılmasında yararlıdır (Mangal ve Mangal, 2013). Örneklem, Burdur’u ziyaret etmiş altı turist ve ilde ikamet eden dört yerel katılımcıdan oluşmaktadır. Veri toplama sürecindeki zamansal ve mali kısıtlamalar nedeniyle kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, araştırmacının erişilebilir katılımcılardan hızlı ve pratik bir şekilde veri toplamasını sağlayarak çalışmanın uygulanabilirliğini kolaylaştırmaktadır (Creswell ve Creswell, 2018; Saunders vd., 2023). Çalışmaya hem turistlerin hem de yerel halkın görüşleri dâhil edilmiştir. Bu yaklaşım, son şans turizmi bağlamında gastronomi kültürünün, turizmin iki temel aktörünün bakış açılarıyla birlikte bütüncül bir şekilde değerlendirilmesini sağlamaktadır. Demografik bilgiler Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı Kodu	Cinsiyeti	Yaşı	Mesleği
Turist 1	Kadın	36	Öğretmen
Turist 2	Erkek	34	Öğretim Üyesi
Turist 3	Erkek	38	Öğretim Üyesi
Turist 4	Erkek	35	Öğretim Üyesi
Turist 5	Kadın	36	Öğretim Üyesi
Turist 6	Erkek	37	Öğretmen
Yerel Halk 1	Erkek	40	Öğretim Üyesi
Yerel Halk 2	Erkek	50	Öğretim Görevlisi
Yerel Halk 3	Erkek	52	Öğretim Görevlisi
Yerel Halk 4	Erkek	65	Emekli Memur

Araştırmanın verileri, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak elde edilmiştir. Bu kapsamda önceden belirlenmiş sorular çerçevesinde görüşmeler yapılmış, ancak katılımcıların görüşlerini ve deneyimlerini serbestçe ifade etmelerine de olanak tanınmıştır. Görüşmeler, katılımcıların onayıyla ses kaydına alınmış ve yazılı metne dönüştürülmüştür. Görüşme formunda yer alan sorular hem yerel halka hem de turistlere yönelik olarak hazırlanmıştır. Görüşmeden önce kavramsal netlik sağlamak için gastronomi kültürü hakkında bilgi verilmiştir. Detaylı sorular Ek A’da verilmiştir. Görüşme sorularının hazırlanmasında Psikolojik Tepkisellik Teorisinin (Brehm, 1966; Font ve Hindley, 2017) yönlendirdiği bakış açısı kullanılmıştır: kaybolma tehlikesi, değer algısı ve davranışsal tepki.

Verilerin analiz edilmesinde tematik analiz yöntemi takip edilmiştir. Analiz sürecinde Braun ve Clarke'ın (2006) önerdiği aşamalar izlenmiştir. İlk olarak, elde edilen verilere aşinalık kazanmak amacıyla, metin hâline getirilen görüşme dökümleri birkaç kez okunmuştur. İkinci olarak, metinler incelenerek anlamlı ifadeler belirlenmiş ve ilk kodlar oluşturulmuştur. Üçüncü olarak, benzer kodlar bir araya getirilerek ön temalar belirlenmiştir. İki araştırmacı birbirinden bağımsız olarak ön temaları, verilerle karşılaştırılarak gözden geçirmiştir. Dördüncü olarak, veriler ışığında nihai temalar oluşturulmuş ve adlandırılmıştır. Altıncı olarak, nihai temalar, araştırmanın amacı doğrultusunda değerlendirilerek rapor hâline getirilmiştir.

Bu çalışmanın güvenilirliğini sağlamak için literatür tarafından önerilen kriterler takip edilmiştir (Lincoln ve Guba, 1985; Lincoln ve Guba, 1986): Katılımcılardan elde edilen görüşler doğrudan alıntılarla desteklenerek ve analiz süreci boyunca görüşme kayıtları incelenerek güvenilirlik tesis edilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri hakkında bilgi sunularak aktarılabilirlik sağlanmıştır. Araştırma sürecinin tüm aşamalarının açık ve şeffaf bir şekilde açıklanmasıyla tutarlılık sağlanmıştır. Son olarak, bulgular araştırmacıların önyargısından bağımsız bir biçimde katılımcı ifadelerine dayalı olarak sunularak doğrulanabilirlik sağlanmıştır.

4. Bulgular

Veri analizi neticesinde kaybolma tehlikesi, kaybolmanın nedenleri, kaybolma riski ve değer artışı, ziyaret motivasyonunda gastronomi kültürünün ikincil rolü, son şans turizmi ve Burdur gastronomi kültürü, son şans turizmi ve gastronomi kültürü ana temaları ortaya çıkarılmıştır. Bulgular aşağıda sunulmuştur.

4.1. Kaybolma Tehlikesi

Katılımcılar Burdur gastronomi kültürünün kaybolma tehlikesiyle karşı karşıya olduğunu vurgulamıştır. Katılımcılar, kentin sadece sınırlı sayıda geleneksel yemeğiyle tanındığını ve bu lezzetlerin korunmasında ciddi riskler bulunduğunu belirtmişlerdir. Örneğin bazı katılımcılar aşağıdaki hususları vurgulamışlardır:

“Gittiğimde Burdur yemek kültürünü yansıtan işletmelere rastlamadım. Sadece Burdur şış ve ceviz ezmesi vardı.” (Turist 2)

“Burdur şış zamanla evrim geçirdi. Keçi eti azalıyor, lezzet farklılaşıyor. Bu nedenle kaybolacağım düşünüyorum.” (Turist 4)

“Bu işi yapan insanlar vefat ettiğinde geleneksel yemek kültürünün devam etmeyeceğini düşünüyorum.” (Yerel Halk 1)

“Bölgedeki geleneksel yemekler ve tarifler unutulmaya yüz tutmuş durumda. Yaşı 50-60’ın üstünde olanlar hala evlerinde yapıyor ama kaybolma riski çok yüksek.” (Yerel Halk 4)

4.2. Kaybolmanın Nedenleri

Katılımcılar, Burdur gastronomi kültürünün kaybolmasının nedenlerini çeşitli açılardan değerlendirmişlerdir. Ortaya çıkan alt temalar arasında usta eksikliği, kırsal göç ve üretimin azalması, tanıtım ve farkındalık yetersizliği, çeşitlilik eksikliği, modernleşme ve küreselleşmenin etkisi, hazır gıda ve nesiller arası bilgi kaybı, ticari üretim ile orijinalliğin kaybolması yer almaktadır. Alt temalar aşağıda sunulmuştur.

4.2.1. Usta Eksikliği

Katılımcı görüşlerinden geleneksel yemeklerin sürekliliğinin ustalara bağlı olduğunu anlaşılmaktadır. Yeni ustalar yetişmediğinde tariflerin uygulanması ve özgün lezzetlerin korunması zorlaşmaktadır. Bu alt tema, gastronomi kültürünün bireysel bilgi ve beceriye dayandığını ve usta eksikliğinin kültürün devamını doğrudan tehdit ettiğini göstermektedir: Örneğin bir katılımcı aşağıdaki hususu dile getirmiştir.

“Ustalar kayboldukça ürünün yapılışı değişiyor, lezzet bozuluyor.” (Turist 4)

4.2.2. Kırsal Göç ve Üretimin Azalması

Katılımcı görüşlerine göre kırsaldan şehre göç, tarım ve hayvancılığın azalmasına yol açmaktadır. Bu durum, geleneksel üretim pratiğinin kaybını beraberinde getirmektedir. Yani sadece yemek tarifleri değil, o yemeklerin üretim koşulları ve malzemeleri de kaybolmaktadır. Bu alt tema, demografik ve ekonomik değişimlerin kültürel miras üzerindeki etkisini vurgulamaktadır:

“Kırsaldan şehir merkezine yoğun göç yaşanıyor. Tarım ve hayvancılığın azalması mutfak kültürünü doğrudan etkiliyor.” (Turist 5)

“Kırsal yaşam terk edildi, küçükbaş hayvancılık bırakıldı. Bu nedenle geleneksel et yemeklerinin yapılışı ortadan kalkıyor.” (Yerel Halk 1)

4.2.3. Tanıtım ve Farkındalık Yetersizliği

Katılımcı ifadelerine göre gastronomi kültürünün korunması ve yayılması için etkin tanıtım önemlidir. Burdur’un diğer şehirler gibi (Gaziantep, Hatay) yeterince tanıtım yapamaması, farkındalık yaratamaması, kültürün

bilinmemesini ve değerinin anlaşılmamasını beraberinde getirmektedir. Bu kapsamda, katılımcılar aşağıdaki hususları dile getirmişlerdir.

“Gaziantep veya Hatay gibi şehirlerde etkin tanıtım çalışmaları, belgeseller, kitaplar var. Ancak Burdur’da bu tür girişimler yok.” (Turist 5)

“Ben bir yiyecek hizmetleri öğretmeni olarak Burdur yemek kültürünün, Türkiye’nin geniş gastronomi kültürü içerisinde henüz hak ettiği değeri almadığını düşünüyorum. Özellikle Yörük kültüründen gelen yemeklerin daha iyi bir şekilde tanıtılması gerektiğine inanıyorum.” (Turist 6)

“Gastronomi turizminde lezzetleri yaşatmak potansiyel oluşturur ama tanıtım için kayıt altına alınması gerekiyor. Kayıt altına alınamayan şeyler yok olur.” (Yerel Halk 2)

4.2.4. Çeşitlilik Eksikliği

Katılımcılara göre Burdur mutfağı, özellikle Burdur şiş ile özdeşleşmiştir. Diğer yöresel yemeklerin eksikliği, mutfakın dar bir perspektifle algılanmasına ve gastronomi kültürünün zayıflamasına neden olmaktadır. Bu alt tema, mutfakın çeşitlilik ve zenginlik eksikliğini ifade etmektedir. Örneğin bir katılımcı aşağıdaki hususu dile getirmiştir.

“Burdur’a ait olan sadece Burdur şişi biliyorum. Ziyaret ettiğim lokantalarda Burdur’a özgü daha fazla çeşit bulunmuyor.” (Turist 1)

4.2.5. Modernleşme ve Küreselleşmenin etkisi

Bulgulara göre küreselleşme ve modernleşme, başka kültürlerden gelen yemeklerin yaygınlaşmasına ve geleneksel yemeklere olan talebin azalmasına yol açmaktadır. Ayrıca teknolojik gelişmeler ve ekonomik faktörler, geleneksel üretim yöntemlerini sürdürmeyi zorlaştırmaktadır. Bu alt tema, sosyo-ekonomik dönüşümlerin yemek kültürü üzerindeki baskısını temsil etmektedir:

“Modernite ve küreselleşme başka kültürlerden gelen yemekleri yaygınlaştırdı ve talebi azalttı. Teknolojik yöntemler ve ekonomik maliyetler de etkili.” (Yerel Halk 1)

4.2.6. Hazır Gıda ve Nesiller Arası Bilgi Kaybı:

Bulgulara göre marketlerden hazır ürünlerin alınması ve evlerde tariflerin aktarılmaması nesiller arası bilgi kaybına yol açmaktadır. Gençlerin geleneksel yemeklere ilgisi son derece azdır. Bu alt tema, mutfak kültürünün sürekliliği için kritik olan nesiller arası aktarımın zayıfladığını göstermektedir:

“Gıda artık marketlerden hazır alınabiliyor. Evlerde tarifler ve lezzetler kayboluyor. Gençler artık eski yemekleri bilmez ve tüketmez.” (Yerel Halk 2)

4.2.7. Ticari Üretim ile Orijinallığın Kaybolması

Katılımcılara göre bazı ürünlerin ticarileştirilmesi süreci, tariflerin orijinallliğini ve özgün lezzetini bozmaktadır. Yani gastronomi kültürü, çeşitli üretim biçimleri yerine standartlaşmış ve ticari bir form almaktadır. Bu alt tema, geleneksel yemeklerin ticari baskı altında değer kaybını ön plana çıkarmaktadır:

“Ceviz ezmesi gibi bazı ürünler ticari olarak yapılabilir ama orijinal tarifler kayboluyor.” (Yerel Halk 3)

4.3. Kaybolma Riski ve Değer Artışı

Katılımcıların bir kısmı, kaybolma riskinin farkındalık yaratması durumunda kültürel ürünlerin algılanan değerini artırabileceğini belirtmiştir. Ancak genel kanı, Burdur’da bu farkındalığın henüz yeterince oluşmadığı ve riskin değer artırıcı bir etkiye dönüşmediğidir. Örneğin katılımcılar aşağıdaki hususları dile getirmişlerdir.

“Kaybolma riski, tüketicide deneyimleme isteğini tetikleyebilir ama önce neyin kaybolduğunu bilmek gerekir. İşte Burdur yemekleri hakkında pek bir şey bilindiğini düşünmüyorum.” (Turist 5)

“Bir ürünün kaybolma tehlikesi, değerini artırır. İnsanlar bir daha bulamayacakları korkusuyla denemek ister. Tabi önce farkında olmak lazım. Farkında olursa tatmak ister.” (Turist 4)

4.4. Ziyaret Motivasyonunda Gastronomi Kültürünün İkincil Rolü

Katılımcıların çoğu Burdur’a gelme nedenlerinin gastronomi kültürüyle ilgili olmadığını; tarihi ve doğal çekiciliklerin (Salda Gölü, Sagalassos ve Kibyra Antik Kentleri) daha belirleyici olduğunu belirtmiştir. Bu bulgu, Burdur’un gastronomi kültürünün henüz ziyaretçiler için birincil bir motivasyon olmadığını göstermektedir. Aksine, turistlerin motivasyonu esas olarak bölgenin tarihi mirası ve doğal güzelliklerinden kaynaklanmaktadır. Diğer bir deyişle, Burdur gastronomi kültürü şu anda önemli bir seyahat motivasyonu olarak işlev görmemektedir. Aksine, gastronomi genel turizm deneyiminde ikincil veya tamamlayıcı bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, katılımcılar aşağıdaki hususları dile getirmişlerdir.

“Salda Gölü, Sagalassos, Kibyra antik kentlerini görmek için Burdur’u ziyaret ettim. Yemek kültürüyle ilgili hiçbir tavsiye ya da duyum almadım.” (Turist 1)

“Burdur ilini ziyaret etme kararım tamamen farklıydı, yemek kültürü birincil amacım değildi.” (Turist 2)

“Burdur’a birkaç kez geldim ama hiçbirinde gastronomi kültürünü deneyimlemek temel motivasyonum değildi.” (Turist 5)

“Yerel mutfağı tatmak tabi ki ilgimi çekiyor. Ziyaret etmemin sebeplerinden biri de bu. Ancak, asıl önceliğim bu değildi.” (Turist 6)

4.5. Son Şans Turizmi ve Burdur Gastronomi Kültürü

Çok az katılımcı, özellikle Burdur şiş örneği üzerinden son şans turizmi kavramını destekleyen ifadeler kullanmıştır. Kaybolma riskinin fark edilmesiyle birlikte, ürünü son kez deneyimleme motivasyonunun ortaya çıkabilir. Fakat bu farkındalık yalnızca sınırlı sayıda bireyde gözlemlenmiştir. Örneğin bir katılımcı aşağıdaki hususları dile getirmiştir:

“Bu lezzet kaybolmadan önce son kez yemek istiyorum. Özellikle Burdur şiş için yolumu değiştiriyorum.” (Turist 4)

4.6. Son Şans Turizmi ve Gastronomi Kültürü

Bulgular, gastronomi kültürünün son şans turizmi perspektifinden değerlendirilebileceğini ortaya koymaktadır. Ancak Burdur gastronomi kültürünün bu kapsamda ele alınması için henüz erken olduğu görülmektedir. Katılımcı ifadeleri, Burdur mutfağının kaybolma tehlikesiyle karşı karşıya olmasına rağmen, bu tehlikenin turistlerde güçlü bir farkındalık veya deneyimleme motivasyonu oluşturmadığını göstermektedir. Çok az katılımcı, Burdur gastronomi kültürünün yok olma tehlikesini fark ederek bu kültürü “kaybolmadan önce deneyimleme” arzusuyla hareket ettiğini açık biçimde ifade etmiştir:

“Ben son bir şansım olsa, oradan geçmeye yakın bir zaman da olsa, az bir zamanım da olsa o yemeği yemek için zaman ayırıyorum. Neden? Yarın gittiğimde belki de bulamayacağım. Ben onu aradığım için eğer imkânım olduğu sürece onu yemek istiyorum.” (Turist 4)

Buna karşın bazı katılımcılar, turistlerin Burdur’a geliş kararlarını gastronomi kültürünün şekillendirmediğini, ancak başka destinasyonlarda yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olan gastronomi ürünlerinin turistleri motive ettiğini belirtmişlerdir:

“Farklı şehirlerden insanlar, Denizli kebabını tatmak için geliyor. Ancak bu kebab yalnızca günün belirli saatlerinde, 2–3 saatlik süreyle sunuluyor. Bu nedenle insanlar, o saatleri yakalamaya çalışıyor ve bazıları bir ay öncesinden rezervasyon yapıyor. Onlar için bu yemek çok kıymetli çünkü belki de Denizli’de kalan son

10 restoran tarafından sunuluyor. 10 yıl sonra bu işletmeler kapandığında, Denizli kebabını bir daha deneyimleyemeyebileceklerini biliyorlar. Katılımcılar bu durumun farkında ve bu yemeğin kültürel değerini önemsiyorlar.” (Turist 5)

“Turistler aslında yemek kültürüne, yani bir yörenin gastronomik değerlerine çok ilgililer. Bunu kesinlikle görmek, tatmak, hatta nasıl yapıldığını öğrenmek istiyorlar. Ama Burdur’da bu kültürün tanıtımı ve turistik ürüne dönüştürülmesi çok zayıf. Turistler hangi yemeği, hangi restoranın geleneksel yemeği yaptığını bile bilmiyor.” (Yerel Halk 1)

“Turistlerin sırf yemek yemek için Burdur’a gastronomi turizmi kapsamında geldiklerini düşünmüyorum. Burdur şişin orijinali zaten şu anda Burdur’da bile tam anlamıyla yapılmıyor. %60 davar eti, %40 dana eti karışımıyla yapılan bir şiş türü. Orijinalindeki gibi davar etiyle yapılmadığı için diğer kebab çeşitlerinden çok da farklı değil.” (Yerel Halk 3)

“Burdur değil ama başka bir ilde mesela Urfa, Gaziantep, belki 10 yıl sonra bu yemeği bulamayacağım korkusu, onu yerinde tatma isteği oluşturuyor.” (Turist 3)

Bulgular, genel olarak gastronomi kültürünün son şans turizmi kapsamında değerlendirilebileceğini göstermektedir. Çünkü bu turizm türü, kaybolma tehlikesi altındaki unsurları yok olmadan önce deneyimleme motivasyonuna dayanmaktadır (Finastian vd., 2019). Ancak Burdur özelinde, bu farkındalık turistlerde henüz oluşmamış olup, gastronomi kültürünün son şans turizmi bağlamında değerlendirilmesi için erken olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, Burdur’da gastronomi kültürünün tanıtımı, miras bilinci ve sürdürülebilirliği için çalışmaların artırılması gerekliliğine işaret etmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırma, gastronomi kültürünün son şans turizmi açısından incelemeyi amaçlamıştır. Bulgular gastronomi kültürünün yerel yemekler, mutfak gelenekleri ve malzeme kullanımı boyutlarını yansıtırken, ritüel, normlar ve toplumsal değerler boyutu hakkında yeterli bilgi sunmamaktadır. Örneğin, bulgular yemeklerin hangi özel günlerde tüketildiği, hazırlama ritüelleri veya aile ve toplum içindeki rolleri gibi detayları içermemektedir. Bu nedenle, Burdur gastronomi kültürünün toplumsal ve kültürel bağlamlarını anlamak için daha kapsamlı çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Araştırmanın teorik çerçevesi olan Psikolojik Tepkisellik Teorisi (Brehm, 1966), bireylerin özgürlüklerinin tehdit edilmesi durumunda sınırlanan deneyimi telafi etme eğilimi gösterdiğini öne sürmektedir. Bu bağlamda, gastronomi merkezli son şans turizmi, kaybolma tehdidi algısı oluşturarak

turistlerin ilgili destinasyonu ziyaret etme motivasyonunu tetikleyebilir. Bulgular, Burdur gastronomi kültürünün kaybolma tehlikesi bakımından turistlerde yaygın bir farkındalık oluşturmadığını göstermektedir. Bu durum, Burdur ili için gastronomi kültürünün son şans turizmi kapsamında değerlendirilmesi için erken olduğunu ortaya koymaktadır.

Psikolojik Tepkisellik Teorisi (Brehm, 1966), bireylerin özgürlüklerinin kısıtlandığını hissettiklerinde buna tepki olarak davranışsal bir karşılık verdiklerini öne sürmektedir. Turizm bağlamında bu teori, turistlerin belirli bir kültürel değer yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olduğunu fark ettiklerinde nasıl motive olduklarını açıklamak için kullanılabilir. Bulgular bu teori açısından aşağıdaki gibi yorumlanabilir (Brehm, 1966; Font ve Hindley, 2017):

Kaybolma tehlikesinin fark edilmesi ve tehdit algısı: Katılımcılar, Burdur şif ve ceviz ezmesi gibi geleneksel birkaç ürünün kaybolma riskine dikkat çekmişlerdir. Buradaki “kaybolma riski” farkındalığı, turistlerde kültürel değer azalacağı algısını oluşturabilir ve bu bir tehdit olarak algılanabilir. Fakat bu algının katılımcılar arasında çok nadir olduğu görülmektedir.

Tehdit algısı ve algılanan değer artışı: Yukarıda vurgulandığı gibi Tepkisellik teorisine göre, özgürlüğün kısıtlanması veya bir kaynağın kaybolma tehdidi, o kaynağın değerini artırır. Benzer şekilde turistler, kaybolma riski altındaki yemekleri daha değerli görmektedir. Yani “bir daha deneyimleyememe” kaygısı, turistlerin yemeği tatma motivasyonunu yükseltmektedir. Örneğin katılımcılar bu bakımdan Denizli, Şanlıurfa, Gaziantep gibi illerin gastronomi kültürüne dikkat çekmişlerdir.

Algılanan değer artışı ve davranışsal tepki (son şans turizmi): Tepkisellik, yalnızca farkındalık yaratmakla kalmaz, aynı zamanda davranışsal bir tepkiye yol açar. Bu bağlamda turistler, kaybolma riski altındaki yemekleri tatmak için özel çaba gösterir. Buradaki davranış, son şans turizminin klasik örneğidir: turist, kısıtlanan veya yok olma tehdidi altındaki bir kültürel öğeyi deneyimlemek için seyahat eder. Fakat bu davranışsal tepki henüz Burdur özelinde ortaya çıkmamıştır.

Farkındalığın yetersizliği ve tepkinin zayıf kalması: Bulgulardan görüldüğü üzere, birkaç katılımcı dışında Burdur özelinde turistlerin çoğu gastronomi kültürünün yok olma riskinin farkında değildir veya bu risk onların seyahat kararını etkilememektedir. Tepkisellik Teorisi bağlamında, tehdit algısı oluşmadığı sürece davranışsal tepki (son şans turizmi) de sınırlı kalmaktadır. Sonuç olarak bu bulgular ışığında, başka destinasyonların gastronomi kültürünü son şans turizmi açısından değerlendirilebilir. Fakat

farkındalık eksikliği nedeniyle Burdur İlinin gastronomi kültürünü son şans turizm açısından değerlendirmek oldukça zordur. Burdur özelinde turistlerin gastronomi motivasyonunun zayıf olması, destinasyon yönetimi, tanıtım ve farkındalık artırıcı çalışmalara önem verilmesini gerektiğini göstermektedir.

Bulgular Burdur gastronomi kültürünün kaybolma nedenlerinin çok faktörlü olduğunu göstermiştir. Usta eksikliği, kırsal göç, modernleşme, tanıtım ve farkındalık eksikliği, nesiller arası bilgi kaybı ve ticari üretimde orijinalliğin kaybolması gastronomi kültürünün sürekliliğini tehdit eden başlıca temalar olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, gastronomi kültürünün sürdürülebilirliği ve kaybolma riskinin yönetilmesi açısından kritik öneme sahiptir.

Bulgular, literatürdeki doğal çevre odaklı son şans turizmi çalışmalarının kültürel miras boyutuna doğru genişletilebileceği fikrini desteklemektedir (Finastiiian vd., 2019; Çakar ve Seyitoğlu, 2023). Yani son şans turizmi açısından sadece kaybolma tehdidi altındaki doğal güzellikler değil aynı zamanda kültürel unsurlarda ele alınabilir.

Bu çalışma kapsamında şu öneriler sunulmaktadır. Birincisi, Burdur'un geleneksel yemekleri ve mutfak kültürü, yerli ve yabancı turistlere daha etkin biçimde tanıtılmalıdır. Sosyal medya kampanyaları, belgeseller, gastronomi turları ve gastronomi festivalleri düzenlenebilir. İkincisi, kaybolma tehlikesi altındaki yemekler ve tarifler belgelenmeli, tarif kitapları ve dijital arşivler oluşturulmalıdır. Üçüncüsü, geleneksel yemeklerin üretiminde uzmanlaşmış ustaların desteklenmesi ve yetiştirilmesi gastronomi kültürünün sürekliliğini sağlayacaktır. Ayrıca yerel malzeme kullanımının teşvik edilmesi de önemlidir. Dördüncüsü, turistik destinasyonların kaybolma tehlikesi altındaki kültürel değerleri ön plana çıkaracak şekilde pazarlanması, turistlerin deneyimleme motivasyonunu artırabilir. Sonuç olarak, bazı açılardan Burdur gastronomi kültürü, kaybolma tehlikesi altında olmasına rağmen, son şans turizmi perspektifinden henüz yeterince farkındalık yaratamamaktadır. Bu durum, gastronomi kültürünün korunması, tanıtımı ve deneyimlenmesi için adımların atılmasının önemini ortaya koymaktadır.

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Çalışma yalnızca Burdur ili ile sınırlı olup, bulguların diğer illere veya farklı kültürel bağlamlara genellenmesi sınırlıdır. Gelecek araştırmalarda farklı şehir ve kültürel bağlamlarda çalışmalar yapılması önerilmektedir. Katılımcı sayısı ve dağılımı sınırlı olduğundan, turist ve yerel halkın görüşleri tam olarak temsil edilmeyecektir. Gelecek araştırmalar daha büyük örneklemeler üzerinde yapılmalıdır. Ayrıca veri toplama süreci ağırlıklı olarak bireysel öz bildirimle dayanmaktadır. Gelecek araştırmalar farklı veri kaynakları ile desteklenebilir.

Araştırma belirli bir dönemde yürütüldüğü için zaman içinde gastronomi kültürünün kaybolma riski algısının ve turist farkındalığının değişebileceği akılda tutulmalıdır. Gelecek araştırmalar boylamsal veri toplayabilirler. Bu çalışmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem katılımcıların rastgele seçim yerine erişilebilirlik temelinde seçilmesine olanak tanıdığından metodolojik bir sınırlama oluşturmaktadır (Creswell ve Creswell, 2018; Saunders vd., 2023). Bu araştırma belirli sınırlılıklara sahip olsa da gastronomi kültürünü son şans turizmi araştırmalarına dahil ederek literatüre katkı sunmaktadır.

Kaynakça

- Barton, B., & Goh, E. (2025). Last chance tourism: A systematic literature review and future research directions. *Tourism Management Perspectives*, 57, 101361.
- Başol, F. S., & Başol, C. (2025). Bayram Yemeği Geleneği: Konat ve Sosyo-Kültürel Yansımaları (The Festive Meal Tradition: Konat and Its Social-Cultural Reflections). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 13(2), 1676-1703.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- Brehm J (1966) *Theory of Psychological Reactance*, New York: Academic Press Inc.
- Brulotte, R. L., & Di Giovine, M. A. (2014). Introduction: Food and foodways as cultural heritage. In R. L. Brulotte & M. A. Di Giovine (Eds.), *Edible Identities: Food as Cultural Heritage* (pp. 1–28). Farnham: Ashgate.
- Bukharov, I., & Berezka, S. (2018). The role of tourist gastronomy experiences in regional tourism in Russia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(4), 449-457.
- Counihan, C. M. (2000). The social and cultural uses of food. In K. F. Kiple & K. C. Ornelas (Eds.), *The Cambridge world history of food* (pp. 1513–1523). Cambridge University Press.
- Creswell, J. W. (2013). *Steps in conducting a scholarly mixed methods study*. DBER Speaker Series.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage.
- Çakar, K., & Seyitoğlu, F. (2023). Motivations and experiences of tourists visiting Hasankeyf as a last chance tourism destination. *Journal of Ecotourism*, 22(2), 237-259.
- Dawson, J., Stewart, E. J., Lemelin, H., & Scott, D. (2010). The carbon cost of polar bear viewing tourism in Churchill, Canada. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 319-336.
- Finastiiian, M., Torabi Farsani, N., & Mortazavi, M. (2019). Traditional Weaving House in Isfahan as a museum for promoting last-chance tourism. *Museum Management and Curatorship*, 34(4), 448-461.
- Font, X., & Hindley, A. (2017). Understanding tourists' reactance to the threat of a loss of freedom to travel due to climate change: A new alternative approach to encouraging nuanced behavioural change. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 26-42.

- FutureBridge. (2024, September). Future of Food Scenario: Gastronomic Heritage. Food Industry Executive. Retrieved from <https://foodindustryexecutive.com/2024/09/future-of-food-scenario-gastronomic-heritage/>
- Gálvez, J. C. P., Granda, M. J., López-Guzmán, T., & Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable cities and society*, 32, 604-612.
- Grafton, D., Quandt, A., & Chu, V. (2025). Last chance tourism? Revealing true tourist motivations for visiting northernmost Alaska. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 6(2), 100183.
- Hindley, A., & Font, X. (2018). Values and motivations in tourist perceptions of last-chance tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 18(1), 3-14.
- Irmak, Y. (2024). Türk kültüründe tören yemeklerine işlevsel bir yaklaşım. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 17(46), 486-515.
- Jiménez-Beltrán, F. J., López-Guzmán, T., & González Santa Cruz, F. (2016). Analysis of the relationship between tourism and food culture. *Sustainability*, 8(5), 418.
- Kayış, Ö. F., & Güvenç, N. Y. (2025). Kültür aktarımında yöresel mutfakların kullanımı: Zonguldak Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(3), 1481-1505.
- Koerich, G. H., & Müller, S. G. (2022). Gastronomy knowledge in the socio-cultural context of transformations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 29, 100581.
- Kucukergin, K. G., & Gürlek, M. (2020). 'What if this is my last chance?': Developing a last-chance tourism motivation model. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100491.
- Küçükergin, K. G. (2021). Son şans turizmi: Bir literatür incelemesi ve araştırma gündemi. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 151-165.
- Lamphere, J. A., Nyman, E., & Palmer, M. (2025). Antarctic tourism: regional ambassadors or last-chance tourists?. *Polar Geography*, 48(1), 60-72.
- Lemelin, R., & Baikie, G. (2013). Bringing the gaze to the masses, taking the gaze to the people. In R. Lemelin, J. Dawson, & E. Stewart (Eds.), *Last Chance Tourism: Adapting Tourism Opportunities in a Changing World* (pp. 168-181). London: Routledge.
- Lin, M. P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N. (2021). Gastronomy as a sign of the identity and cultural heritage of tourist destinations: A bibliometric analysis 2001-2020. *Sustainability*, 13(22), 12531.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publications
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1986). But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New directions for program evaluation*, Summer 1986(30), 73-84.

- Lohman, S. (2023). *Endangered Eating: America's Vanishing Foods*. WW Norton & Company.
- Mangal, S. K., & Mangal, S. (2013). *Research methodology in behavioural sciences*. PHI Learning Pvt. Ltd.
- Mora, D., Solano-Sanchez, M. A., López-Guzmán, T., & Moral-Cuadra, S. (2021). Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100405.
- Oktay, S., & Ekinçi, E. K. (2019). Medicinal food understanding in Korean gastronomic culture. *Journal of Ethnic Foods*, 6(4), 1-11.
- Pérez-Priego, M. A., de los Baños García-Moreno, M., Jara-Alba, C., & Caro-Barrera, J. R. (2023). Local gastronomy as a destination tourist attraction: The case of the 'Chiringuitos' on the Costa del Sol (Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 34, 100822.
- Prideaux, B., & McNamara, K. E. (2013). Turning a global crisis into a tourism opportunity: The perspective from Tuvalu. *International Journal of Tourism Research*, 15(6), 583-594.
- Pulluk, E., & Örnek, A. (2022). Burdur Mutfak Kültürü. Y. Oğan (ed.) *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar I*, (s. 93-101), Konya: Çizgi Kitabevi
- Rojas-Rivas, E., Rendón-Domínguez, A., Felipe-Salinas, J. A., & Cuffia, F. (2020). What is gastronomy? An exploratory study of social representation of gastronomy and Mexican cuisine among experts and consumers using a qualitative approach. *Food Quality and Preference*, 83, 103930.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2023). *Research Methods for Business Students* (9th ed.). Pearson.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies. In A.-M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 51-70). London: Routledge.
- Schweinsberg, S., Wearing, S., & Lai, P. H. (2021). Host communities and last chance tourism. *Tourism Geographies*, 23(5-6), 945-962.
- Toprak, A. (2019). Türk kültüründe misafirperverlik ve sofrâ açmak/sofrâ çekmek (Samsun örneği). *Mecmua*, (7), 74-81.
- Tozkoparan, U. (2024). Burdur İlinde Kültürel Turizmin Mekânsal Örüntüsü. *Aktif Yayınevi*.
- Tozkoparan, U., & Temurçin, K. (2024). Kültür turizminin geliştirilmesi açısından Burdur ilini çekici kılan faktörler: Nitel bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 11(1), 35-60.

- World Tourism Organization (WTO) (2017), Affiliate Members Global Report, Volume 16 – Second Global Report on Gastronomy Tourism, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284418701>
- Yalın, G. (2020). Kaybolmakta olan yerel mutfak kültürünün turizme kazandırılması: Balıkesir ili Edremit körfezi örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 101-113.
- Yıldız, G., & Kazan, Ş. (2009). Teke yöresinin merkezi Burdur halk kültürü ile müziğinden esintiler. *Turkish Studies*, 4(8), 1691-1733.
- Zocchi, D. M., Fontefrancesco, M. F., Corvo, P., & Pieroni, A. (2021). Recognising, safeguarding, and promoting food heritage: challenges and prospects for the future of sustainable food systems. *Sustainability*, 13(17), 9510.

Ek A. Görüşme Soruları

Yerel halka yönelik görüşme soruları:

1. Bölgedeki geleneksel yemekler, tarifler ve bunlara bağı kültürel öğeler ne kadar yaygın? Gastronomi kültürünün kaybolma riski var mı?
2. Sizce neden kaybolma riski var?
3. Kaybolma riskinin olması gastronomi kültürünün değerini artırıyor mu?
4. Turistler, bu kaybolma riski taşıyan geleneksel deneyimleri yaşamak için ne kadar ilgili? Bu amaçla ziyaret ediyorlar mı?

Turistlere yönelik görüşme soruları:

1. Sizce Burdur gastronomi kültürü kaybolma riski taşıyor mu?
2. Sizce neden kaybolma riski var?
3. Kaybolma riskinin olması gastronomi kültürünün değerini artırıyor mu?
4. Burdur İlini ziyaret etme kararınız, yok olma tehlikesi altındaki gastronomi kültürünü deneyimleme arzusundan kaynaklandı mı?

Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Turist Rehberliği Mesleğine Yönelik Algılarının Araştırılması: Muğla İli Örneği¹

Ufuk Uysal²

Özet

Turizm rehberliği, turizm sektörü ve tüketici memnuniyeti üzerinde etkili önemli bir meslektir. Bu nedenle, yönlendirmelerin ortaöğretimden başlayarak öğrencilerin ilgi ve yeteneklerine göre yapılması, rehberlerin mesleki tatminini artırmak ve tüketici memnuniyetini olumlu etkilemek açısından önemlidir. Bu çalışmanın amacı, Muğla il merkezinde turizm alanında mesleki eğitim veren bir lisede öğrenim gören öğrencilerin turizm rehberliği mesleğine yönelik algılarını belirlemek ve demografik değişkenlere göre analiz etmektir. Çalışmada, öğrencilere 46 maddelik bir anket uygulanmış ve veriler SPSS ile frekans analizi, t-test ve ANOVA test analizlerine tabi tutulmuştur. Bulgular, katılımcıların genel olarak turizm rehberliği algılarının olumlu olduğunu, ancak demografik değişkenlere göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, turizm meslek lisesine isteyerek gelen öğrencilerin algılarının istemeyerek gelenlere göre daha olumlu olduğu ve son sınıflara yaklaştıkça mesleki tecrübe ve staj etkisiyle algıların olumlu yönde geliştiği belirlenmiştir.

1. Giriş

Turizm sektörü, ülkeler için önemli bir gelir kaynağıdır ve turizm faaliyetinde bulunan ülkeler, bu sektörden daha fazla pay elde etmeye çalışmaktadır. Yalnızca kaliteli turistik tesisler inşa etmek yeterli olmayıp, sektörün gelişmesi nitelikli eleman istihdamına bağlıdır. Ülke turizminin geleceğine yön vermek için nitelikli turizm personeli, kaliteli ve sistematik bir turizm eğitimi ile yetiştirilebilir (Christou, 1999; Sezgin, 2001; Ünlüöner

- 1 Bu araştırma, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği ABD'nda dönem projesi olarak yazılmıştır.
- 2 İngilizce Öğretmeni, Muğla İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Muğla-Türkiye ufukuysal0948@gmail.com, Orcid Id: 0009-0003-8246-334X

& Boylu, 2005). Bu nedenle birçok ülke, sektörün ihtiyaçlarını karşılamak üzere turizm politikaları oluşturmuş ve güncellemektedir.

Turizm, doğası gereği dinamik bir yapıya sahiptir ve bu nedenle sektörde istihdam edilecek bireylerin de dinamik bir eğitim sürecinden geçmesi gerekmektedir (Hacıoğlu vd., 2008). Gelişen teknolojiye hızla uyum sağlayabilen, güncel turizm eğitimlerini takip eden ve kendini sürekli geliştiren mezunlar, turizm eğitiminin temel hedefleri arasında yer almaktadır. Kaliteli bir eğitim süreciyle yetişen bireyler, sektörün gelişimine katkı sağlayabilecek nitelikte olacaktır (Cho & Kang, 2008; Ünlüönen, 2000). Bu nedenle, turizm eğitim sistemleri modern eğitim anlayışına uygun biçimde tasarlanmalı ve program içerikleri turizm paydaşlarının görüşleri doğrultusunda güncellenmelidir. Bu paydaşlar arasında, eğitim sürecinin aktif bileşenlerinden biri olan turizm öğrencileri de yer almalıdır.

Turizm sektöründe tüketici konumunda olan turistlerin memnuniyetinin sağlanmasında, sektörde istihdam edilen çalışanların rolü son derece önemlidir. Bu memnuniyetin sağlanabilmesi için çalışanların gerekli bilgi, beceri ve yetkinliklere sahip olmaları gerekmektedir. Turizm alanında yapılan birçok araştırma, tüketiciye kaliteli hizmet sunumunun turist memnuniyeti üzerinde belirleyici bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır (Geva & Goldman, 1991; Ap & Wong, 2001; Black & Weiler, 2005). Benzer şekilde, turun organizatörü konumundaki seyahat acentalarının ağızdan ağıza pazarlama faaliyetleri üzerinde de hizmet kalitesinin etkili olduğu tespit edilmiştir (Chang, 2006). 2020 yılı başında ortaya çıkan Covid-19 salgını nedeniyle turizm ürünlerine olan talep hızlı bir düşüş yaşamış olsa da, turizm sektörü birçok ülkede kısa sürede toparlanma göstermiş ve hatta bazı destinasyonlarda pandemi öncesi rakamları aşmıştır.

Turizm sektöründe sunulan hizmetlerin soyut içeriğinin yoğun olması, bu hizmetleri birçok açıdan diğer sektörlerde sunulan ürünlerden önemli ölçüde farklılaştırmaktadır (Parasuraman vd., 1985). Turizm hizmetlerinin sunumunda ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasında turist rehberlerinin ve rehberlik mesleğinin rolü son derece önemlidir. Turist rehberleri, ilgili destinasyonlarda tüketicilere turizm ürünlerinin ulaştırılmasında ön safta yer alan ve turist deneyiminin kalitesini doğrudan etkileyen çalışanlardır (Huang vd., 2010). Rehberler, mesleklerini icra ederken bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin deneyimlerini unutulmaz bir anıya dönüştürebilecekleri gibi, olumsuz bir tecrübe olarak hatırlanmasına da neden olabilirler (Zhang & Chow, 2004).

Mossberg (1995), turist rehberlerinin mesleki performanslarının, sunulan tur hizmetini benzerlerinden ayıran temel bir unsur olduğunu belirtmiştir.

Başka bir deyişle, turiste sunulan hizmetin tüketici tarafından algılanan kalitesinde ve müşteri memnuniyetinin oluşumunda turist rehberleri önemli bir belirleyici rol üstlenmektedir. Dolayısıyla, hem turizm ürünlerinin sürdürülebilirliği hem de turist rehberliği mesleğinin devamlılığı, doğrudan sunulan rehberlik hizmetinin kalitesiyle yakından ilişkilidir (Zhang & Chow, 2004). Turist rehberi; ziyaretçilere tercih ettikleri dilde rehberlik eden, belirli bir bölgenin doğal ve kültürel mirasını tanıtan ve ilgili otoriteler tarafından belirlenen koşulları sağlayarak mesleği icra etme yetkisi alan kişi olarak tanımlanmaktadır (CTG, 2011).

Bu nedenle, bu çalışmanın amacı, turizm sektöründe hizmet sunumu ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasında önemli bir rol üstlenen turist rehberliği mesleğine yönelik olarak, potansiyel birer turist rehberi konumundaki turizm meslek lisesi öğrencilerinin tutumlarını belirlemektir. Çünkü mesleki turizm liselerinin temel amacı, geleceğin turizm çalışanlarının niteliklerini geliştirmektir. Bu doğrultuda, çalışma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır;

- Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları nedir?
- Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?
- Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları öğrencilerin sınıflarına göre değişmekte midir?

2. Literatür Taraması

2.1. Turizm Eğitiminin Önemi

Turizm, emek yoğun bir sektör olup, ülkeler daha fazla gelir elde etmek için turist memnuniyetini artırmanın yollarını aramaktadır. Turistler de artan şekilde daha iyi hizmet ve kaliteli turizm çalışanlarıyla karşılaşmayı beklemektedir. Bu beklentilerin karşılanması, çalışanların mesleki kalitesi ve yeterliliğiyle ilgilidir; olumlu tutum ve iyi performansları aldıkları mesleki eğitimle bağlantılıdır (Ay, 2002; Güçer, 2004; Tüylüoğlu, 2003). Kısaca, turizm gelirleri ve turist memnuniyeti, çalışanların mesleki eğitimine bağlıdır. Bu nedenle ülkemiz turizm sektörü de mesleki eğitimle yetkinlik kazanmış çalışanlara ihtiyaç duymaktadır (Temizkan, Temizkan & Tokay, 2013).

Turizm sektörünün yukarıda bahsi geçen ekonomik katkılarına ek olarak aynı zamanda sosyolojik bazı etkileri de vardır. Bahsi geçen bu ekonomik ve sosyal etkilerin doğru gelişmesi ve doğru yönetilebilmesi için ülke turizmine yönelik sistemli bir turizm eğitiminin verilmesine gereksinim vardır (Olalı, 1984). Bu gerekliliğin karşılanması için yeni nesillere turizm olgusunun doğru anlatılması ve aktarılması süreci, turizm sektörünün hangi nitelikte çalışanlara ihtiyaç duyduğunun yeni nesillere aktarılması turizm eğitimi olarak tanımlanmaktadır (Maviş & Kozak, 1992).

Turizm eğitimi bir çok yönden diğer eğitimlerden farklılık göstermektedir. Bundan dolayıdır ki turizm eğitiminin kendine özgü bir plan ile geliştirilmesi ve uygulanması elzemdir (Olca, 2008). Turizm eğitimin verilmesi için bu alanda uzman mesleki eğitim kurumları kurulmuştur. Bu eğitim kurumları ortaöğretim düzeyinde olabildiği gibi yüksek öğretim düzeyinde de turizm eğitimi verebilmektedir. Ortaöğretim turizm mezunları genelde sektörün alt düzeyde ihtiyaç duydukları çalışanları yetiştirme eğilimindeyken yüksek öğretim kurumları üst düzey yönetici ve akademisyen yetiştirmektedir. (Kozak, 2009; Ulama, Batman & Ulama, 2015).

Turizm eğitimi, sektörde çalışanların yanı sıra turizm faaliyetlerinin sürdüğü bölgelerde yaşayan yerel halk için de önemlidir. Yerel halkın turizme yönelik kısmi eğitim alması, bilinç düzeylerini artırarak ziyaretçilere istendik davranışlar göstermelerini sağlar (Ağaoğlu, 1991). Bu eğitim, bölgedeki turizm hizmetlerinin standartlarını yükseltir (Ürger, 1992). Eğitimsiz kalan bölgelerde turizm istenen düzeyde gelişemez ve ziyaretçi sayısı ile tekrar ziyaret niyeti azalır (Seçilmiş & Ünlüönen, 2009). Dolayısıyla turizm eğitimi, çalışanların verimliliğini artırmayı, ziyaretçilerle birebir iletişimde mesleki bilgi ve davranışlarını geliştirmeyi ve yönetsel becerilerini güçlendirmeyi amaçlamaktadır (Maviş & Kozak, 1992).

2.2. Turizm Eğitiminin Amaçları

Turizm eğitiminin temel amacı, bu alanda eğitim alan bireylerde turizm sektörüne yönelik istendik davranışların gelişmesini sağlamaktır. Bu sayede, turizm bilincinin artırılması yoluyla turistik kaynakların tahrip edilmesinin önüne geçilmesi hedeflenmektedir. Turizm eğitiminin bir diğer amacı ise, turistlere karşı davranışlarında ilkeli, saygılı ve hoşgörülü bireylerin yetiştirilmesidir. Ayrıca, gerek örgün gerekse yaygın turizm eğitimi veren kurumlar, sektörde istihdam edilecek çalışanların mesleki bilgi, beceri ve tutum açısından gerekli donanıma sahip olmalarını amaçlamaktadır. Sektörde yönetici olarak görev alacak bireylerin ise yönetim becerilerini kazanmaları

ve mevcut yetkinliklerini geliştirmeleri, onların daha kalifiye yöneticiler haline gelmelerini sağlayacaktır (Hacıoğlu vd., 2008).

Mesleki turizm eğitiminin başlıca hedefleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Baum, 1995);

- Turizm alanında iyi eğitim almış eğitimcilerin yetiştirilmesi ve çalışanların niteliklerinin artırılması
- Turizm alanından yönetsel standartların yükseltilmesi
- Turizm tüketicine sunulan hizmetlerin kalitesinin artırılması
- Turizmin paydaşları arasında doğru işbirliğinin oluşturulması ve geliştirilmesi
- Turizm alanında sürdürülebilir bir insan kaynakları havuzunun oluşturulması ve geliştirilmesi

2.3. Örgün Turizm Eğitimi

Türkiye’de turizm eğitimi, ortaöğretimden doktora düzeyine kadar verilmekte olup, sistemli bir temel üzerine inşa edilmektedir. Planlı mesleki eğitim sayesinde sektörün ihtiyaç duyduğu bilgi, beceri ve bilinçle donanmış çalışanların istihdamı mümkün olmasına rağmen, bazı sebeplerle turizm mezunlarının sektör dışı alanlara yöneldiği görülmektedir. Ülkemizde ortaöğretim düzeyinde mesleki turizm eğitimi, Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü’ne bağlı lise düzeyindeki mesleki ve teknik okullar aracılığıyla verilmektedir. Millî Eğitim Bakanlığı tarafından yayımlanan 01.05.2014 tarihli genelge kapsamında, bu müdürlüğe bağlı olarak faaliyet gösteren 22 okul türü, mezunların kazanılmış hak ve yetkilerinde herhangi bir değişiklik yapılmadan “Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi” ile “Çok Programlı Anadolu Lisesi” adları altında yeniden yapılandırılmıştır (MEB, 2014).

Bu düzenleme ile birlikte, Turizm Meslek Liseleri ve Aşçılık Meslek Liseleri, Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri kapsamına alınmış; bu okulların isimlerinde yer alan **turizm** ve **aşçılık** ibareleri kaldırılmıştır. Aynı genelge doğrultusunda turizm eğitimi, “Konaklama ve Seyahat Hizmetleri” ile “Yiyecek İçecek Hizmetleri” olmak üzere iki ana program altında toplanmıştır. Bu programlar kapsamında liselerde “Ön Büro”, “Kat Hizmetleri”, “Rezervasyon ve Operasyon” gibi alanlarda eğitim verilmektedir. Millî Eğitim Bakanlığı’nın 2020 yılı verilerine göre, ülke genelinde 672 okulda “Yiyecek ve İçecek Hizmetleri” programı kapsamında eğitim verilmektedir. Bu program dahilinde “Gıda İşleme”, “Mutfak”, “Tatlı Yapımı”, “Pastacılık

ve Servis”, “Aşçılık” ve “Hosteslik” gibi alanlarda mesleki eğitim faaliyetleri yürütülmektedir (MEB, 2020).

Ortaöğretim düzeyinde mesleki turizm eğitimi veren “Konaklama ve Seyahat Hizmetleri” ve “Yiyecek İçecek Hizmetleri” adığında, önlisans düzeyinde “Turizm ve Otel İşletmeciliği”, “Kültürel Miras ve Turizm”, “Turizm Animasyonu”, “Aşçılık”, “İkram Hizmetleri”, “Turist Rehberliği”, “Sağlık Turizmi İşletmeciliği”, “Turizm ve Seyahat Hizmetleri” adlı programlar altında eğitim sağlanmaktadır. Lisans düzeyinde ise “Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği”, “Gastronomi ve Mutfak Sanatları”, “Rekreasyon Yönetimi”, “Turizm Rehberliği” ve “Turizm İşletmeciliği” programlarında eğitim sunulmaktadır. Yüksek Lisans düzeyinde ise “Turizm İşletmeciliği”, “Turizm Rehberliği”, “Gastronomi ve Mutfak Sanatları” ve “Rekreasyon Yönetimi” programları altında turizm eğitimi verilmektedir. Doktora düzeyinde ise “Gastronomi ve Mutfak Sanatları”, “Turizm İşletmeciliği”, “Turizm Rehberliği” ve “Rekreasyon Yönetimi” programlarında eğitim verilmektedir. Her düzeyde bahsi geçen bu programların zaman içerisinde iyileştirme amaçlı bazı düzenlemelere tabi tutulduğu bilinmektedir. Özellikle lisans ve önlisans düzeyinde eğitim veren programlar her ne kadar aynı eğitimleri vermeye devam etseler de kullandıkları program isimlerinde ve program içeriklerinde uygulamaya yansımaya bazı değişiklikler meydana gelmiştir. Hayata geçirilen bu değişikliklerden dolayı benzer amaca hizmet eden benzer programlar arasında öğrenci geçişlerinde ve mezun ettikleri öğrencilerin denklik almaları noktasında bazı sorunlara sebep olmuştur. Bundan dolayı 2020 yılında Yüksek Öğretim Yürütme Kurulu Toplantısında lisans ve önlisans düzeyinde mesleki turizm eğitimi veren bazı programların isimleri, isim kaynaklı karmaşanın önüne geçmek amacıyla değiştirilmiştir. Yapılan bu değişikliklerin özeti Tablo 1’de görülebilir.

Tablo 1: İsim Değişikliği Yapılan Turizm Lisans Bölümleri

Programın Mevcut İsmi	Programın Yeni İsmi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Gastronomi	
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Yönetimi	
Mutfak Sanatları ve Yönetimi	
Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği	Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği
Turizm İşletmeciliği	Turizm İşletmeciliği
Ağırlama Hizmetleri	
İkram Hizmetleri	
Konaklama İşletmeciliği	
Konaklama ve Turizm İşletmeciliği	
Otel Yöneticiliği	
Seyahat İşletmeciliği	
Turizm	
Turizm İhtisası	
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	
Turizm ve Otel İşletmeciliği	
Turizm İşletmeciliği	
Turizm ve Otel Yöneticiliği	
Turizm ve Otelcilik	
Turizmde Büro Yönetimi	
Uluslararası Konaklama ve Turizm	
Rekreasyon Yönetimi	Rekreasyon Yönetimi
Turizm Rehberliği	Turizm Rehberliği
Turist Rehberliği	
Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	
Rehberlik	
Turizm ve Rehberlik	

Kaynak: RÖK, 2020.

Böylece sunulan eğitim içerikleri aynı olan dolayısıyla aynı derslerin verildiği turizm bölümlerinin isim kaynaklı karmaşasına bir son verilmesi amaçlanmıştır. Böylece mezunların denklik almaya yönelik yaşadıkları zorluklarında ortadan kaldırılması hedeflenmiştir.

Tablo 2. İsim Değişikliği Yapılan Turizm Önlisans Bölümler

Programın Mevcut İsmi	Programın Yeni İsmi
Aşçılık	Aşçılık
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	
Gemi Aşçılığı	
Hazır Yemek ve Aşçılık	
Mutfak Yönetimi	
Yemek Pişirme Teknikleri	
İkram Hizmetleri	İkram Hizmetleri
İkram	
Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği	Turizm ve Otel İşletmeciliği
Turizm ve Otel İşletmeciliği	
Otel Yöneticiliği	
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik	
Turizm Otel Yöneticiliği	
Turizm ve Otel Yöneticiliği	
Ağırlama Hizmetleri	
Turizm ve Otelcilik	
Turizm-Otelcilik	
Turizm, Konaklama ve Otel İşletmeciliği	
Turizm ve Konaklama İşletmeciliği	
Pastacılık	Pastacılık ve Ekmekçilik
Pastacılık ve Ekmekçilik	
Sağlık Turizmi İşletmeciliği	Sağlık Turizmi İşletmeciliği
Turist Rehberliği	Turist Rehberliği
Turizm ve Rehberlik	
Turizm Rehberliği	
Kültürel Miras ve Turizm	Kültürel Miras ve Turizm
Turizm ve Seyahat Hizmetleri	Turizm ve Seyahat Hizmetleri
Seyahat İşletmeciliği	
Seyahat İşletmeciliği ve Tür Operatörlüğü	
Seyahat ve Turizm İşletmeciliği	
Seyahat ve Tür İşletmeciliği	
Turizm ve Seyahat İşletmeciliği	
Turizm	
Turizm İşletmeciliği	
Turizm ve Seyahat İşletmeciliği	
Turizm ve Seyahat Otel İşletmeciliği	
Turizm Yönetimi	
Host ve Hosteslik	
Host ve Hosteslik (Otobüs)	
Otobüs İşletmeciliği	
Otobüsçülük Yer Hizmetleri	
Yer Hizmetleri	
Ekoturizm	

Tablo 2’de görüldüğü üzere, önlisans düzeyde eğitim ve turizm programları aynı olmamakla beraber oldukça benzer isimleri kullanmaktadır ama yinede denklik noktasında bazı sorunlara sebep olmakta ve mezunlarının sorunlar yaşamasına sebep olmaktadır. Mezunların yaşadıkları denklik sorunlarına ek olarak bu programlarda eğitim alan öğrencilerin uluslararası öğrenci değişim programlarından yararlanmaları aşamasında isim kaynaklı kabul alma zorlukları yaşadıkları bir başka sıkıntıdır. Bu düzenleme ile mezunların ve bu programlarda eğitim gören öğrencilerin bu tarz sorunlar yaşamalarının önüne geçilmesi hedeflenmiştir.

2.4. Yaygın Turizm Eğitimi

Yaygın turizm eğitimi, özel veya resmi kurumlar tarafından verilen, kısa süreli ve kurs niteliği taşıyan eğitim süreçlerini ifade etmektedir (Pelit & Güçer, 2006). Bu tür eğitimler genellikle Kültür ve Turizm Bakanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı ve çeşitli turizm kuruluşları tarafından yürütülmektedir. Bu yaygın eğitim programlarına ek olarak, Anadolu Üniversitesi lisans ve önlisans düzeylerinde, Atatürk Üniversitesi ise önlisans düzeyinde açıköğretim yoluyla turizm eğitimi sunmaktadır (Bayraktaroğlu, 2013; Güçer, 2004). Yaygın turizm eğitimi veren bu kurumlara ilişkin genel bir özet Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Türkiye’deki Yaygın Turizm Eğitimi Veren Kurum

Kültür ve Turizm Bakanlığı • Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü • Hizmetiçi Eğitim Dairesi Başkanlığı • Yaygın Eğitim Dairesi Başkanlığı • Turist Rehberliği Dairesi Başkanlığı
Milli Eğitim Bakanlığı • Ticaret ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü • Çıraklık ve Yaygın Eğitim Genel Müdürlüğü • Çıraklık, Mesleki ve Teknik Eğitimi Geliştirme ve Yaygınlaştırma Dairesi Başkanlığı • Hizmetiçi Eğitim Dairesi Başkanlığı
AB Eğitim ve Gençlik Programları Dairesi Başkanlığı • Açıköğretim Sistemi • Uzaktan Eğitim
Sosyal Kuruluşlar
Üniversiteler
Belediyeler
Sendikalar
Özel Eğitim Kurumları
İşletmeler

Tablo 3'te turizm alanında yaygın eğitim faaliyetleri yürüten kurum ve kuruluşlar verilmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere, turizm alanında yaygın eğitim sunan kurum ve kuruluşların sayısı oldukça fazladır, ki bu durum her ne kadar turizm eğitiminde rekabetin sağlandığı gibi yorumlansa da, verilen eğitimin kalitesinin denetlenebilirliği noktasında sıkıntılar doğurmaktadır.

Yaygın eğitim alanında sunulan bu eğitimlerin amaçları şu şekilde listelenebilmektedir (Kızıllırmak, 2020);

- Toplumda belirli düzeyde turizm şuuru oluşturmak,
- Turizm kaynaklarını korumak,
- Turizm hizmeti sunumunda ahlak ve terbiyeyi hakim kılmak,
- Turistlerin eşit ve adil davranılmasını temin etmek,
- Konukseverliğin ön plana alınmasının temin edilmesi
- Mesleğini sevgiyle yapan bireylerin hem topluma hem sektör kazandırılması,
- Yetişen bireylerin sayılan amaçlara sahiplenmesini ve benimsemesini sağlamak.

Sayılan bu amaçlara ulaşılması için Tablo 3'te sunulan yaygın eğitim kurum ve kuruluşları yazılı ve görsel basın, TV, kurslar, seminerler ve hizmet içi eğitim gibi tüm olanakları kullanmaktadırlar (Bayraktaroğlu, 2013).

2.5. Konuya Yönelik Yapılan Araştırmalar

Alanyazın incelendiğinde, turizm öğrencilerinin bölüm ve mesleğe yönelik tercih sebepleri (Köşker & Unur, 2017; Baltacı vd., 2012), eğitimden memnuniyet düzeyleri (Baltacı vd., 2012; Üngüren ve Ehtiyar, 2009), mesleğe ve geleceklerine bakışları (Baltacı vd., 2012; Üzümcü vd., 2015), turizme yönelik tutumları (Üngüren & Ehtiyar, 2009; Orhan, 2015), mesleki beklentileri (Orhan, 2015; Duman vd., 2006) ve demografik faktörlerin mesleğe bakışlarına etkisi (Baltacı vd., 2012; Duman vd., 2006; Köşker & Unur, 2017) üzerinde durulduğu görülmektedir.

Turizm sektöründe nitelikli iş gücü sorununu çözmek için sektör temsilcileri ve eğitim kurumlarının işbirliği yapması gerekmektedir. İş koşullarının iyileştirilmesi, ücretlerin artırılması, iş güvencesinin sağlanması ve sezonluk dalgalanmaların azaltılması, öğrencilerin sektörde çalışmaya olan ilgisini artırabilir (Lu & Adler, 2009; Grobelna, 2017). Ayrıca öğrencilere sektördeki kariyer fırsatları hakkında daha fazla bilgi verilmesi ve farkındalıklarının artırılması, motivasyonlarını güçlendirerek iş gücü

sorununa çözüm sağlayabilir. Turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleğe bakışları ve sektördeki çalışma koşullarına dair algıları, bu sürecin etkinliği açısından önemlidir.

Araştırmalar, turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleğe bakış açılarının genellikle olumlu olduğunu göstermektedir. Öğrenciler çoğunlukla sektörün sunduğu fırsat ve avantajlar nedeniyle bu mesleği tercih etmektedir. Ancak bazı öğrenciler sektörün dezavantajlarından haberdar olup tutumlarında farklılık gösterebilmektedir. Eğitim kalitesi ve mesleki beklentilerin gerçekleşip gerçekleşmeyeceğine dair belirsizlikler ile demografik faktörler (cinsiyet, yaş, aile yapısı, ekonomik durum, sosyal çevre) öğrencilerin mesleğe yönelik tutumlarını etkileyebilmektedir (Zubaidah vd., 2016).

Turizm sektörünün hızlı büyümesi, sektörde çalışan sayısını artırırken nitelikli ara eleman ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Ancak düşük ücretler, uzun çalışma saatleri, yoğun iş yükü ve esnek çalışma düzeni, çalışan motivasyonunu ve iş tatminini olumsuz etkileyerek işgücü kalitesi ve verimliliği sorunlarını gündeme getirmektedir. Bu nedenle sektör işverenleri, işgücü kalitesini artırmak amacıyla daha iyi çalışma koşulları ve kariyer olanakları sunmaya yönelmektedir. Turizm eğitiminin etkinliği de öğrencilerin mesleğe bakışını önemli ölçüde şekillendirmektedir. Eğitim programlarının içeriği, öğretim elemanlarının niteliği ve uygulamalı çalışmaların (örneğin stajların) varlığı, öğrencilerin sektörü yakından tanımasına ve mesleğe daha bilinçli şekilde hazırlanmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca, sektördeki yeniliklerin ve güncel gelişmelerin eğitim programlarına yansıtılması, öğrencilerin mesleki beklentilerini ve kariyer planlarını olumlu yönde etkilemektedir. Elde edilen bulgular, yalnızca turizm eğitimi alanların değil, farklı alanlardan gelen bireylerin de sektöre kazandırılmasının önemine işaret etmektedir. Bu bağlamda, eğitim kurumlarının programlarını sektör ihtiyaçlarına uygun hâle getirmesi ve öğrencilerin beklentilerini gerçekçi biçimde yönetmesi gerekmektedir. İşgücü piyasasındaki rekabet, çalışma koşulları ve iş tatmini gibi faktörler işgücü kaybına yol açabileceğinden, çalışanların motivasyonunu artırmak ve kariyer gelişimlerini desteklemek amacıyla sürekli eğitim ve gelişim programları uygulanmalıdır (Wijesundara, 2015).

Bu tespitler, turizm eğitimi programlarının genellikle sektör ihtiyaçlarına uygun tasarlanmadığını ve sektörle işbirliği yapılmadan geliştirildiğini göstermektedir. Zorlu çalışma koşulları ve düşük ücretler, öğrencilerin sektöre yönelik olumsuz tutum geliştirmesinde önemli bir faktördür. Bu nedenle eğitim kurumlarının sektörle işbirliği yaparak programlar hazırlaması, öğrencilere iş imkanları, çalışma koşulları ve kariyer fırsatları sunması önemlidir. Böylece öğrencilerin olumsuz tutumları azalacak,

sektördeki işgücü ihtiyacı karşılanacak ve sektörün gelişimi desteklenecektir. Öğrencilerin kendi işyerlerini kurma eğilimleri, işyerini seçerken öncelik verdikleri kriterler ve staj deneyimleri, işgücü planlamasında dikkate alınması gereken önemli faktörlerdir. Meslek seçimi, ilgi ve kişilik özelliklerimize uygun olması ve motivasyonumuzu artırması açısından kritik bir karardır; bu nedenle meslek seçimi öncesinde detaylı araştırma yapmak ve kendimizi tanımak büyük önem taşımaktadır.

Turizm sektörüne ilgi duyan öğrenciler, mesleğin gerekliliklerini ve kişilik özelliklerini göz önünde bulundurarak karar vermelidir. Araştırmalar, öğrencilerin bazı yanlış algılara sahip olduğunu göstermektedir; sadece üniversite okuma düşüncesiyle bölüm seçmek, mesleğin avantaj ve dezavantajlarını yeterince araştırmamak veya kariyer planlama eksiklikleri, mesleki başarı ve iş kalitesini olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle öğrencilerin, mesleğin gerekliliklerini araştırmaları, staj ve iş deneyimi kazanmaları, mesleki gelişimlerini takip etmeleri ve kariyer planlamalarını yapmaları önemlidir. İyi çalışma koşulları, gelişim fırsatları ve kariyer olanakları da sektör kalitesini artırır. Genel liselerden gelen öğrenciler de nitelikli işgücü yetiştirebilir; ancak onların da mesleğin gerekliliklerini araştırması ve deneyim kazanması gerekmektedir (Üngüren & Ehtiyar, 2009).

Sonuç olarak, turizm sektörüne yönelik meslek seçimi yapacak öğrencilerin mesleği bilinçli ve istekli olarak seçmeleri, sektörü yakından tanımaları, mesleki gelişimlerini takip etmeleri ve kariyer planlamalarını yapmaları gerekmektedir. Nitelikli işgücü oluşturmak için mesleki eğitimlerin yanı sıra genel liselerin de turizm bölümleri açması ve öğrencilerin beklentilerini karşılayacak nitelikli eğitimler vermesi önemlidir. Turizm mezunları genellikle iş bulma konusunda sorun yaşamamakta ve sektör geniş iş imkânları sunmaktadır (Köşker & Unur, 2017). Ancak işlerin mevsimselliği ve düşük ücretler, sektöre ilgiyi azaltabilecek faktörlerdir. Bu durum, öğrenciler arasında algı farklılıklarına ve çalışma istekleri ile kariyer tercihlerine etki etmektedir. Bu nedenle, sektörün imajını güçlendirmek, çalışma koşullarını ve kariyer olanaklarını tanıtmak, öğrencilerin ilgisini artıracak ve nitelikli işgücü ihtiyacını karşılamaya katkı sağlayacaktır.

Turizm sektörü, geniş iş ve kariyer olanakları sunan dinamik bir alandır. Seyahat teknolojilerindeki gelişmeler ve artan turizm hareketliliği, sektörde daha fazla fırsat yaratmaktadır. Ancak öğrenciler tarafından algılanan düşük ücretler, yoğun çalışma saatleri ve niteliksiz işlerin varlığı, sektöre ilgiyi azaltmaktadır. Bu nedenle sektör, öğrencilerin beklentilerini karşılayan ve kariyerlerini geliştirmelerine imkân sağlayacak fırsatlar sunmalıdır. Mezunların istihdamı, nitelikli çalışan eksikliği sorunu nedeniyle özellikle

önemlidir. Eğitim seviyesi ve cinsiyete göre öğrencilerin sektöre bakışları farklılık gösterdiğinden, sektör özellikle kadın öğrencilerin ilgisini çekebilecek olanaklar sunmalıdır. Bu yaklaşım, nitelikli işgücü eksikliğinin giderilmesine ve sektörün sürdürülebilir büyümesine katkı sağlayacaktır.

Bu araştırmada turizm meslek lisesi öğrencilerinin turizm sektörüne dair bakış açıları ve algılarının farklılık gösterip göstermediği demografik verilere göre değerlendirilmiştir. Bu amaçla araştırma Muğla il merkezi olan Menteşe İlçesinde eğitim öğretim faaliyetlerini sürdüren Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi 1., 2., 3. Ve 4. Sınıf öğrencileri üzerinde bir anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Karaman (2008) tarafından geliştirilen anket formu turizm öğrencileri için uyarlanmıştır. İlgili ölçek 46 ifadeden oluşmuştur ve her ifade 5'lik ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Anket uygulaması 2022-2023 öğretim yılının bahar döneminde yapılmıştır. Toplamda 150 öğrenciye anket uygulanmış olup, geçerli cevap sayısı 142'dir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma lise düzeyinde turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencilerinin turizm rehberlik mesleğine yönelik algıların belirlenmesi ve sahip olunan algılar arasında demografik değişkenler olmak üzere diğer bazı değişkenlere göre farklılığın olup olmadığının belirlenmesini amaçlamıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında üç soruya cevap aranmıştır;

- Muğla il merkezinde lise düzeyinde eğitim veren Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları nedir?,
- Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?
- Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları öğrencilerin sınıflarına göre değişmekte midir?

Bu amaca yönelik gerekli verilere ulaşılabilmesi için Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencilerine bir anket uygulanmıştır. Çalışma için bu okulun seçilmesinin tek gerekçesi, Muğla il merkezinde araştırmacının ulaşabileceği tek turizm meslek lisesinin olmasıdır. Öncelikle okul idaresi ile araştırmacı iletişime geçmiş ve anket uygulaması için İl Millî

Eğitim Müdürlüğünden izin alınması gerektiği belirtilmiştir. Bu nedenle, anket için İl Millî Eğitim Müdürlüğünden ve ilgili okul müdürlüğünden gerekli yasal izinlerin alınmasının ardından anket araştırmacı tarafından yüz yüze uygulanmıştır. Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, dört yıllık turizm meslek eğitimi veren bir meslek lisesidir. Okulda toplam dört sınıfta 310 öğrenci kayıtlı olup, her bir sınıfa ortalama 25 öğrenci düşmektedir. Okul bünyesinde her seviyede 3 şube olacak şekilde toplam 12 sınıf eğitim almaktadır. Okulda iki program altında turizm mesleki eğitimi sunulmaktadır: Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Programı ile Yiyecek İçecek Hizmetleri Programı. İki programda ortak bazı dersler sunulmakta olsa da, eğitim alınan alana özel farklı mesleki dersler sunulmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılan anket, Karaman (2008), Yılmaz, Şen ve Demirkaya (2014) ile Yılmaz ve Tanrıverdi (2017) tarafından geliştirilen anketlerden yararlanılarak, turizm ve turist rehberliği bağlamına uyarlanmıştır. Uyarlanan anketin son hâli 46 maddeden oluşmaktadır. Her bir anket maddesi, 5'li Likert ölçeği kullanılarak uygulanmış ve değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında, anket uygulanmadan önce 10 öğrenci üzerinde pilot uygulama yapılmış; öğrencilerden ankete yönelik olumlu ve olumsuz geri bildirimler toplanmıştır. Bu geri bildirimler doğrultusunda gerekli revizyonlar yapılarak ankete son hâli verilmiştir.

Araştırma, 2022-2023 Eğitim-Öğretim Yılı Bahar Dönemi'nde, Nisan ayında, Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesinin 1., 2., 3. ve 4. sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Araştırma kapsamında toplam 310 öğrenciden 112'sine anket uygulanmış; bunlardan 104 anketin eksiksiz doldurulduğu ve analiz için uygun olduğu belirlenmiştir. Turizm meslek lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik algılarını ölçmeyi amaçlayan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmış, anketin yüzey geçerliliği kontrol edilmiştir. Bu kapsamda, ilgili uzmanlardan anket maddelerini incelemeleri ve gözlemledikleri olası aksaklıkları bildirmeleri istenmiştir. Elde edilen dönütler doğrultusunda anket üzerinde gerekli revizyonlar yapılmış ve uygulama öncesinde ankete son hâli verilmiştir.

3.2. Araştırmanın Önemi

Türkiye bağlamında, turizm meslek eğitimi veren ortaöğretim kurumlarında öğrencilerin turizm rehberliği mesleğine yönelik algılarını inceleyen çalışmaların sayısı son derece sınırlıdır. Mevcut literatür incelendiğinde, yapılan araştırmaların büyük ölçüde yükseköğretim düzeyindeki öğrenciler üzerinde yoğunlaştığı; buna karşın ortaöğretim

düzeyinde turizm eğitimi alan meslek lisesi öğrencileri üzerinde yürütülmüş bir çalışmanın bulunmadığı görülmektedir. Oysa turizm eğitimi yalnızca yükseköğretimle sınırlı kalmamalıdır. Bazı temel mesleki becerilerin kazandırılması ve öğrencilerin turizm rehberliği mesleğine yönelik algılarının şekillenmesi süreci ortaöğretim düzeyinde başlamaktadır. Bu nedenle, bu araştırmadan elde edilen bulguların ortaöğretim öğrencilerinin turizm rehberliği mesleğine yönelik bakışlarının olumlu yönde gelişmesine katkı sağlaması açısından büyük önem taşıdığı değerlendirilmektedir.

3.3. Veri Analizi

Anket için Cronbach Alfa katsayısı incelenmiş ve Cronbach Alfa değerinin 0,89 olarak hesaplandığı belirlenmiştir. Bu değer, 0,70 olarak kabul edilen Hair vd. (1995) tarafından önerilen eşik değerin oldukça üzerinde olması, anketin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir. Araştırma kapsamında t-testi, ANOVA testi ve frekans analizi yapılmış; elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

4. Bulgular

Çalışma kapsamında öncelikle katılımcılara ilişkin demografik bulgulara ulaşılmıştır. Araştırmada, katılımcılara ilk olarak turizm meslek lisesinde okumanın kendi tercihleri olup olmadığı sorulmuştur. Bu soruya ve diğer demografik bulgulara ilişkin detaylar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Örneklem Yönelik Demografik Özellikler

Cinsiyet	Frekans	%
Kadın	38	38,48
Erkek	66	61,52
Toplam	104	100,0
Yaş	Frekans	%
16-17	42	43,68
18-19	62	56,32
Sınıf	Frekans	%
1. Sınıf	20	19,24
2. Sınıf	26	25
3. Sınıf	31	29,8
4. Sınıf	28	25,96
İsteyerek-İstemeyerek	Frekans	%
Evet	63	60,6
Hayır	41	39,4

Çalışmaya katılan öğrencilerin demografik verilerine bakıldığında, katılımcıların çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Erkek katılımcıların oranı %61,52 (n=66), kız öğrencilerin oranı ise %38,48 (n=38) olarak bulunmuştur. Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında, her ne kadar lise düzeyinde eğitim veren bir kurum olmasından dolayı geniş bir yaş aralığı beklenmemiş olsa da, elde edilen bulgulara göre 16-17 yaş aralığındaki katılımcıların oranı %43,68 (n=42), 18-19 yaş aralığındaki katılımcıların oranı ise %56,32 (n=62) olarak belirlenmiştir.

Dört yıllık eğitim veren bir meslek lisesinde yapılan bu çalışmada, 1. sınıf öğrencilerinin oranı %19,24 (n=20), 2. sınıf öğrencilerinin oranı %25 (n=26), 3. sınıf öğrencilerinin oranı %29,8 (n=31) ve 4. sınıf öğrencilerinin oranı %25,96 (n=28) olarak belirlenmiştir. Turizm meslek lisesinde okumanın kendi tercihleriyle gerçekleştiğini ifade eden katılımcıların oranı %60,6 (n=63), kendi istekleri dışında bu okulda okumaya başladıklarını belirtenlerin oranı ise %39,4 (n=41) olarak saptanmıştır.

4.1. Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Turizm Rehberliği mesleğine yönelik algı farkları

Çalışmaya katılan meslek lisesi öğrencilerinin ölçek ifadelerine katılım düzeylerine ilişkin ortalama puanlar ve bu puanlara yönelik standart sapmalar Tablo 2’de sunulmaktadır. Çalışma kapsamında analize uygun bulunan 104 anket formuna göre, öğrencilerin en yüksek katılım düzeyi 4,03 ortalama ile “Turizm rehberliği mesleğinde farklı milletlerden insanlarla tanışmanın mutluluk verici bir tecrübe olacağını düşünüyorum.” ifadesinde gerçekleşmiştir. Bu maddeye dayanarak, turizm meslek lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleği sayesinde farklı kültürlerden ve milletlerden insanlarla tanışma fırsatına sahip olma düşüncesinin onları mutlu ettiği ve bu durumun mesleğe yönelik algılarının olumlu yönde şekillenmesine katkı sağladığı söylenebilir.

Katılımcı meslek lisesi öğrencilerinin yüksek düzeyde katılım gösterdikleri bir diğer anket maddesi, 3,98 ortalama ile “Turizm rehberliği mesleğinde kendinizi geliştirme imkanınız fazladır” ifadesine yönelik olmuştur. Bu maddeye dayanarak, katılımcıların turizm meslek lisesi öğrencileri olarak turist rehberliği mesleğinde kendilerini geliştirme şanslarının yüksek olduğuna dair bir algıya sahip oldukları ve bu fırsatın mesleğe yönelik algılarını olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Öte yandan, katılımcı öğrencilerin “Kendimi turist rehberliği mesleği dışında bir mesleği icra ederken düşünebilirim” (ortalama 1,92) ve “Başka bir meslek seçme şansım olsa yine turist rehberliği mesleğini yapmayı tercih ederdim” (ortalama 1,87) ifadelerine verdikleri

yanıtların düşük olması, öğrencilerin çeşitli nedenlerle turist rehberliği mesleğini yapmaya sıcak bakmadıklarını ve turizm sektörü dışında bir alanda istihdam edilme düşüncesini tercih ettiklerini göstermektedir.

Tablo 2: Turizm Rehberliği Mesleğine Yönelik Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Algı Farklılıkları (n= 104).

1. Turizm rehberliği mesleğini icra etmek ilgi çekicidir	104	3,6324	1,01369
2. Turizm rehberlik mesleğini icra etmeyi mutluluk verici bulurum	104	3,3235	1,06337
3. Turizm rehberlik mesleği itibarı yüksek bir meslektir	104	3,4591	1,07581
4. Turizm rehberlik mesleği eğitim fırsatları sunan bir meslektir	104	3,4360	1,05798
5. Turizm rehberlik mesleği iyi çalışma ortamı sağlamaktadır	104	3,6271	1,00558
6. Turizm rehberlik mesleği her yerde iş bulma şansı sunmaktadır	104	3,3104	1,02426
7. Turizm rehberlik mesleği yurt dışına çıkma olanakları sunmaktadır	104	3,6030	1,05463
8. Turizm rehberlik mesleği terfi olanakları çok olan bir meslektir	104	3,5877	0,89725
9. Turizm rehberlik mesleği eğlencesi bol bir meslektir	104	3,7497	1,06176
10. Turizm rehberlik mesleği ait olduğum topluma fayda sağlayabileceğim bir meslektir	104	3,6281	1,01651
11. Turizm rehberlik mesleği bana yeteneklerimi ve kabiliyetlerimi kullanma fırsatı sunmaktadır	104	3,7868	1,00716
12. Turizm rehberlik mesleği bağımsız olmamı olanaklı kılar	104	3,3594	1,00642
13. Turizm rehberliği mesleği yüksek nitelikli iş yapma donanımına sahip bir meslektir	104	3,3863	0,92544
14. Turizm rehberlik mesleği sorumluluk veren bir meslektir	104	3,7882	0,92924
15. Turizm rehberlik mesleğine yönelik kurumsallaşmış bir yapı mevcuttur	104	3,32820	1,01643
16. Turizm rehberlik mesleğinde kariyer yapmak diğer sektör ve mesleklere göre daha kolaydır	104	3,3,2411	1,12116
17. Turizm rehberlik mesleğiyle iyi para kazanılır	104	3,6482	1,03863
18. Turizm rehberlik mesleğinde değişik milletlerden insanlar ile tanışmanın mutluluk verici bir tecrübe olacağını düşünüyorum	104	4,0324	0,90180
19. Turizm rehberlik mesleğinde cinsiyet ayrımcılığı sorunu yoktur	104	3,8154	1,10741
20. Turizm rehberlerine sunulan imkanlar iyi durumdadır	104	3,1211	1,09232
21. Turizm sektöründe istihdam edilen otokratik yöneticilerin oranı daha fazladır	104	3,2528	0,93712
22. Turizm rehberleri için sektörde adil terfi anlayışı düşüktür	104	3,2472	1,05119

23. Turizm rehberlik mesleğinde kendini geliştirme imkanları yetersizdir	104	2,6478	1,13657
24. Turizm rehberliğinde eğitimi düşük kişiler önemli pozisyonlarda görev alabilmektedir	104	2,4332	1,01243
25. Turizm rehberlik mesleğinin toplum gözündeki imajı kötüdür	104	2,01643	1,01523
26. Turizm rehberlik mesleği turizmin doğası gereği çok kırılganlık gösteren bir meslektir	104	3,4967	0,86251
27. Turizm rehberlik mesleğinin hakları yeterli düzeyde gelişmemiştir	104	2,3957	1,12176
28. Turizm rehberlik mesleğinin sosyal güvencesi yetersizdir	104	3,0426	1,12976
29. Turizm rehberlik mesleğinin icrasında teori ve pratiği farklıdır	104	3,4472	0,87751
30. Turizm rehberliği mesleğine yönelik yasal boşluklar vardır	104	3,5235	1,09736
31. Turizm rehberlerinin keyfi olarak iş aktinin sonlandırılması mümkün olabilmektedir	104	3,6183	1,03260
32. Turizm rehberlik mesleğinin çalışma koşulları rehberlerin aile yaşamını olumsuz etkilemektedir	104	3,3182	1,19732
33. Turizm rehberlerinin iş yükleri oldukça fazladır	104	3,6113	1,09312
34. Turizm rehberlik mesleğinde gelecek garantisi yoktur	104	3,4228	1,01451
35. Turizm rehberlik mesleğinde düzensiz ve uzun çalışma saatleri mevcuttur	104	3,6468	1,04616
36. Turizm rehberlik mesleğinde iş güvenliği yüksektir	104	3,1981	1,02874
37. Turizm rehberleri eğitilmiş işgücüne önyargılı yaklaşmaktadırlar	104	3,1742	1,03204
38. Turist rehberlerinin birlikte çalıştıkları çalışanların eğitim seviyesi oldukça düşüktür	104	3,2976	1,06784
39. İnsanlar tatildeyken onlara hizmet sunmak iyi değildir	104	3,0254	1,08763
40. Turizmin doğası gereği mevsimsellik arz etmesi turist rehberleri için sakıncalıdır	104	3,3443	1,01432
41. Turizm rehberliği alanında eğitim almak kariyer gelişimi için doğru bir karardır	104	3,3718	1,04317
42. Turizm rehberlik mesleği entelektüel açıdan kariyer imkanı sağlamaktadır	104	3,3417	1,01781
43. Turizm rehberlik mesleğinde kariyer olanakları azdır	104	3,0432	1,06764
44. Turizm rehberlik mesleğini bir kariyer mesleği olarak seçmekten mutluluk duyarım	104	3,1627	1,09864
45. Kendimi turist rehberliği mesleği dışında bir mesleği icra ederken düşünemem	104	1,9227	1,06853
46. Başka bir meslek seçme şansım olsa yine turist rehberliği mesleğini yapmayı tercih ederdim	104	1,8754	1,06253

Çalışma kapsamında, turizm meslek lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik algılarındaki farkların belirlenmesi amacıyla bağımsız t-testi ve ANOVA testi uygulanmıştır. Cinsiyete dayalı olarak öğrencilerin turist rehberliği mesleğine yönelik algılarının t-testi sonuçları, yalnızca bir ifadede anlamlı bir farkın mevcut olduğunu göstermiştir. Tablo 3'te sunulan bulgulara göre, “Turizm rehberliği mesleği turizmin doğası gereği kırılğan bir yapı sergilemektedir” ifadesinde, erkek katılımcıların katılım düzeylerinin kadın öğrencilere göre anlamlı derecede yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3: Cinsiyete Göre Turizm Rehberliği Mesleğine Yönelik Algı Durumu

Anket Maddesi	Cinsiyet	N	Means	SD	t	Sig
Turizm Rehberlik mesleği turizmin doğası gereği kırılğan bir yapı sergilemektedir	Kadın	38	3,334	0,79416	-2,327	0,019
	Erkek	66	3,658	0,91187		

Turizm meslek lisesi öğrencilerinin sınıflarına göre turist rehberliği mesleğine yönelik algılarındaki farklılıklar Tablo 4'te sunulmuştur. Bu tabloya göre, “Turizm rehberliği mesleğinde farklı milletlerden insanlarla tanışmanın mutluluk verici bir tecrübe olacağını düşünüyorum” ifadesine yönelik tüm sınıfların katılım düzeyleri yüksek olmasına rağmen, 4. sınıf öğrencilerinin katılım düzeylerinin diğer sınıflara göre anlamlı derecede daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Turizm rehberleri eğitilmiş işgücüne önyargılı yaklaşmaktadırlar”, “Turist rehberlerinin birlikte çalıştıkları çalışanların eğitim seviyesi oldukça düşüktür” ve “İnsanlar tatil deyken onlara hizmet sunmak iyi değildir” ifadelerine yönelik her sınıfın katılım düzeyleri yüksek olmasına rağmen, 3. sınıf öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik algılarının anlamlı derecede farklı olduğu bulunmuştur. Bunun nedeni muhtemelen 3. sınıf öğrencilerinin turizm sektöründe staj tecrübesi edinmiş olmaları ve konuya ilişkin bilgi düzeylerinin artmış olmasıdır.

Tablo 4: Okunan Sınıfa Göre Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Turizm Rehberlik Mesleğine Yönelik Algıları

Anket Maddesi	Sınıf	N	Means	SD	t	Sig
Turizm rehberlik mesleğinde değişik milletlerden insanlar ile tanışmanın mutluluk verici bir tecrübe olacağını düşünüyorum	1	20	3,878	0,78808	2,123	0,015
	2	26	3,923	0,87048		
	3	31	4,052	0,84256		
	4	28	4,269	0,7925		
Turizm rehberleri eğitilmiş işgücüne önyargılı yaklaşmaktadır	1	20	2,987	1,02956	-2,020	0,032
	2	26	3,077	1,01254		
	3	31	3,078	1,02156		
	4	28	3,417	1,01124		
Turist rehberlerinin birlikte çalıştığı çalışanların eğitim seviyesi oldukça düşüktür	1	20	2,876	1,21451	-2,178	0,019
Tatildeyken onlara hizmet sunmak iyi değildir	2	26	2,887	1,00254		
	3	31	3,164	1,00212		
	4	28	3,142	1,04785		
	1	20	3,045	1,25632	-2,015	0,025
	2	26	3,068	1,13253		
	3	31	3,147	1,02154		
	4	28	3,124	1,00213		

Bu çalışma kapsamında elde edilen önemli bulgulardan biri, turizm meslek liselerinde eğitim gören öğrencilerin bu liselere kendi rızalarıyla mı kayıt oldukları sorusudur. Bu bağlamda, kendi rızasıyla gelen öğrenciler ile gelmeyen öğrencilerin turist rehberliği mesleğine yönelik algılarının farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu amaçla veriler üzerinde t-testi uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5'in incelenmesi sonucunda, turizm meslek lisesine kendi rızasıyla gelen öğrencilerin, kendi rızasıyla gelmeyen öğrencilere kıyasla turist rehberliği mesleğine yönelik anlamlı şekilde daha olumlu algıya sahip oldukları belirlenmiştir.

Tablo 5: Turizm Meslek Lisesine İsteyerek ve İstemeyerek Gelen Öğrencilerin Turist Rehberliği Mesleğine Yönelik Algı Durumu

			N	SD
Turizm rehberliği mesleğini icra etmek ilgi çekicidir	İsteyerek	3,8923	63	0,93
	istemeyerek	3,243	41	0,95
Turizm rehberlik mesleğini icra etmeyi mutluluk verici bulurum	İsteyerek	3,676	63	1,05
	istemeyerek	2,826	41	0,89
Turizm rehberlik mesleği itibarı yüksek bir meslektir	İsteyerek	3,852	63	1,05
	istemeyerek	3,211	41	1,06
Turizm rehberlik mesleği eğitim fırsatları sunan bir meslektir	İsteyerek	3,771	63	1,02
	istemeyerek	3,139	41	1,07
Turizm rehberlik mesleği iyi çalışma ortamı sağlamaktadır	İsteyerek	3,869	63	0,89
	istemeyerek	3,368	41	1,13
Turizm rehberlik mesleği her yerde iş bulma şansı sunmaktadır	İsteyerek	3,611	63	1,07
	istemeyerek	3,201	41	1,05
Turizm rehberlik mesleği yurt dışına çıkma olanakları sunmaktadır	İsteyerek	3,864	63	0,97
	istemeyerek	3,421	41	1,14
Turizm rehberlik mesleği terfi olanakları çok olan bir meslektir	İsteyerek	3,747	63	0,91
	istemeyerek	3,592	41	0,89
Turizm rehberlik mesleği eğlencesi bol bir meslektir	İsteyerek	3,991	63	1,01
	istemeyerek	3,469	41	1,12
Turizm rehberlik mesleği bana yeteneklerimi ve kabiliyetlerimi kullanma fırsatı sunmaktadır	İsteyerek	3,944	63	0,87
	istemeyerek	3,499	41	1,05
Turizm rehberlik mesleği bağımsız olmamı olanaklı kılar	İsteyerek	3,554	63	0,88
	istemeyerek	3,286	41	1,02
Turizm rehberliği mesleği yüksek nitelikli iş yapma donanımına sahip bir meslektir	İsteyerek	3,601	63	0,86
	istemeyerek	3,286	41	0,86
Turizm rehberlik mesleği sorumluluk veren bir meslektir	İsteyerek	3,937	63	0,88
	istemeyerek	3,679	41	1,04
Turizm rehberlik mesleğinde değişik milletlerden insanlar ile tanışmanın mutluluk verici bir tecrübe olacağını düşünüyorum	İsteyerek	4,215	63	0,85
	istemeyerek	3,994	41	0,99
Turizm rehberlik mesleğinde düzensiz ve uzun çalışma saatleri mevcuttur	İsteyerek	3,901	63	1,07
	istemeyerek	3,512	41	1,22
Turizm rehberleri eğitilmiş işgücüne önyargılı yaklaşmaktadırlar	İsteyerek	3,239	63	1,01
	istemeyerek	2,985	41	1,11

Turizm rehberliği alanında eğitim almak kariyer gelişimi için doğru bir karardır	İsteyerek	3,631	63	1,01
	istemeyerek	3,234	41	1,23
Turizm rehberlik mesleği entelektüel açıdan kariyer imkanı sağlamaktadır	İsteyerek	3,535	63	0,87
	istemeyerek	3,237	41	1,05
Turizm rehberlik mesleğini bir kariyer mesleği olarak seçmekten mutluluk duyarım	İsteyerek	3,502	63	1,02
	istemeyerek	2,821	41	1,02
Kendimi turist rehberliği mesleği dışında bir mesleği icra ederken düşünemem	İsteyerek	3,068	63	1,32
	istemeyerek	2,532	41	1,17
Başka bir meslek seçme şansım olsa yine turist rehberliği mesleğini yapmayı tercih ederdim	İsteyerek	3,146	63	1,24
	istemeyerek	2,521	41	1,19

“Turizm rehberliği mesleğinin düzensiz ve uzun çalışma saatleri vardır” ve “Turizm rehberleri eğitilmiş iş gücüne önyargılı yaklaşmaktadırlar” gibi, turizm rehberlerinin sektördeki çalışma hayatına ilişkin olumsuz kanaatleri ifade eden anket maddelerine yönelik olarak, turizm meslek liselerine isteyerek kayıt olan öğrencilerin katılım ortalamalarının, isteyerek kayıt olmayan öğrencilere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum, turizm meslek liselerine isteyerek kayıt olan öğrencilerin turizm sektörünü ve özellikle turist rehberlerinin çalışma koşullarını daha yakından tanımlarıyla açıklanabilir. Sektördeki zorlukların farkında olmalarına rağmen, bu öğrenciler turizm sektörüne ve turist rehberliği mesleğine karşı daha olumlu bir bakış açısına sahiptir ve sektörde çalışmaya yönelik daha istekli ve kararlı bir tutum sergilemektedirler.

Tablo 6: Bölümlere Göre Öğrencilerin Turizm Rehberliği Mesleğine Yönelik Algıları

Anket Maddeleri	Bölüm	N	Means	SD	t	Sig
Turizm Rehberliği mesleği ilgi çekici bir meslektir	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	59	3,961	1,01462	-3,376	0,000
	Yiyecek İçecek Hizmetleri	45	3,492	0,78356		
Turizm rehberliği mesleği eğitim fırsatları sunan bir meslektir	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	59	3,764	1,01025	2,874	0,003
	Yiyecek İçecek Hizmetleri	45	3,382	1,09567		
Turizm rehberleri her yerde iş bulma fırsatına sahiptir	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	59	3,754	1,02864	4,753	0,000
	Yiyecek İçecek Hizmetleri	45	3,137	1,07354		
Turizm rehberliği mesleğinin sahip olduğu terfi olanakları memnun edicidir	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	59	3,882	0,75653	3,348	0,001
	Yiyecek İçecek Hizmetleri	45	3,592	0,86789		
Turizm rehberliği mesleği sorumluluk veren bir meslektir	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	59	3,967	0,89404	2,320	0,021
	Yiyecek İçecek Hizmetleri	45	3,797	0,83132		
Turizm rehberliği mesleği turizm sektörünün doğası gereği yüksek kırılganlık göstermektedir	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	59	3,685	0,78335	2,082	0,040
	Yiyecek İçecek Hizmetleri	45	3,401	0,77654		
Turizm rehberliği mesleğinde çalışanların eğitim seviyeleri genellikle düşüktür	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	59	3,486	1,10176	2,214	0,022
	Yiyecek İçecek Hizmetleri	45	3,276	1,21890		

Tablo 6 incelendiğinde, Konaklama ve Seyahat Hizmetleri bölümünde öğrenim gören öğrencilerin, turizm sektörü ve turist rehberliği mesleğini diğer bölümlere kıyasla daha cazip buldukları görülmektedir. Öğrenciler, turizm sektörünü ve bu sektörün merkezinde yer alan turist rehberliği mesleğini dinamik ve heyecan verici olarak değerlendirmektedir. Turizm meslek lisesi öğrencileri, turist rehberliği mesleğinin eğitim fırsatları açısından

zengin olduğunu düşünmekte, ancak sektörde çalışan bireylerin genellikle yüksek eğitim seviyesine sahip olduğunu da fark etmektedir. Konaklama ve Seyahat Hizmetleri bölümü öğrencilerinin turist rehberleri için iş fırsatları ve terfi olanaklarını olumlu bulmaları, bu bölümün mezunlarının daha çeşitli istihdam olanaklarına sahip olmasından kaynaklanabilir. Her iki bölüm öğrencilerinin de turist rehberliği mesleğinin turizmin doğası gereği kırılgan bir yapıya sahip olduğu ifadesine yüksek düzeyde katılım göstermeleri, sektördeki krizlerin etkisini yansıtmaktadır. Özellikle pandemi süreci ve Rusya ile yaşanan uçak krizi gibi olaylar, turizm sektörünün krizlerden hızlı ve olumsuz şekilde etkilendiğini göstermektedir.

5. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma kapsamında, Muğla ilinin merkez ilçesi Menteşe’de turizm alanında mesleki eğitim veren Muğla Merkez Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi öğrencilerinin, geleceğin turizm sektöründe istihdam edilmeyi bekleyen bireyler olarak turist rehberliği mesleğine yönelik algıları incelenmiştir. Yapılan analizler, öğrencilerin en yüksek katılım gösterdikleri maddenin, “Turizm rehberliği farklı millet ve kültürlerden insanlarla tanışma fırsatı sunar ve bu durum beni mutlu eder; gelecekte olası bir turizm rehberliği mesleğini icra etme motivasyonumu artırır” ifadesi olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma bulgularına göre, öğrencilerin en düşük katılım gösterdikleri madde ise, “Turizm rehberliği mesleği bana yeterli gelişim olanağı sunmaktadır” ifadesidir. Ancak bu maddenin ters kodlandığı göz önünde bulundurulduğunda, öğrencilerin turizm rehberliği mesleğinde kendilerini geliştirme olanağına sahip olduklarına dair inançlarının yüksek olduğu söylenebilir.

Buna karşılık, öğrencilerin “Turizm rehberliği mesleğinden başka bir meslek düşünemem” ve “Eğer başka bir meslek seçme şansım olsaydı yine turizm rehberliğini seçerdim” ifadelerine verdikleri yanıtların düşük olması, turizm meslek lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğinde her koşulda çalışmaya sıcak bakmadıklarını göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin turizm dışındaki diğer sektörlerde ortaya çıkabilecek olası iş fırsatlarını değerlendirmeye istekli olduklarını da ortaya koymaktadır.

Çalışma kapsamında, öğrencilerin görüşlerinin cinsiyet temelli farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu durum, öğrencilerin turist rehberliği mesleğine yönelik kırılgan ve çeşitli görüşlere sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Son dönemlerde pandemi ve Rusya krizi gibi olaylar nedeniyle turizm sektöründe inişli çıkışlı dönemlerin yaşanması, bu olumsuzlukların ulusal

basında sıkça yer alması ve öğrencilerin bu haberlere düzenli olarak maruz kalmaları, öğrencilerin mesleğe yönelik algıları üzerinde etkili olmuş olabilir.

Meslek lisesi öğrencilerinin okudukları sınıfa göre turist rehberliği mesleğine yönelik algıları incelendiğinde, 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin hem olumlu hem de olumsuz ifadelerle diğer sınıflara kıyasla daha yüksek katılım ortalamasına sahip oldukları görülmüştür. Bu durum, mezuniyet seviyesine yaklaştıkça öğrencilerin turist rehberliği mesleğine yönelik beklentilerini revize ettiklerini ve saha deneyimi ile meslek arasında daha sağlam bir bağ kurabildiklerini göstermektedir. Ayrıca, öğrencilerin son sınıflara kadar sektörde staj görmeleri ve turist rehberliği mesleğine yönelik daha fazla pratik deneyim kazanmaları, bu farklılığın bir diğer gerekçesi olarak değerlendirilebilir. Son sınıfa gelindiğinde öğrenciler, turizm sektörünü ve sektörün en temel hizmet ve kalite bileşeni olan turist rehberliğini daha iyi tanımakta ve bilinçlenmektedir. Buna bağlı olarak, son sınıf öğrencilerinin “Turist rehberliği mesleğini yapmayı mutluluk verici bulurum”, “Turist rehberliği mesleği her yerde istihdam olanağına sahiptir”, “Turist rehberliği mesleğine yönelik eğitim almak kariyerim açısından olumlu bir adımdır”, “Turizm sektöründe turist rehberliği dışında bir meslek yapmayı düşünmem” ve “Eğer başka bir meslek seçme şansım olsaydı yine turist rehberliği mesleğini seçerdim” ifadelerine yönelik katılım düzeylerinin, diğer anket maddelerine kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Ankette turist rehberliği mesleğine yönelik olumsuz tutumları ifade eden “Turist rehberliği mesleği genellikle otokratik yöneticiler ile muhatap olmaktadır”, “Turizm sektöründe eğitimsiz kişiler önemli ve kritik pozisyonlarda görev alabilmektedir” ve “Turist rehberliği mesleğinin mesleki hakları yeterli seviyede gelişmiş değildir” ifadelerinin nedeni, turizm meslek lisesi öğrencilerinin staj dönemlerinde olumsuz yönetici davranışlarına tanık olmaları şeklinde açıklanabilir.

Turizm meslek lisesine öğrencilerin isteyerek gelme durumlarına göre görüşleri değerlendirildiğinde, meslek lisesine isteyerek kayıt olan ve eğitim alan öğrencilerin, istemeyerek kayıt olan öğrencilere göre turist rehberliği mesleğine yönelik görüşlerinin ortalamasının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. “Turist rehberliği mesleğinde düzensiz ve uzun çalışma saatleri vardır” ve “Turist rehberliği mesleğini icra eden bireyler, eğitilmiş turizm işgücüne yönelik olumsuz yargıya sahiptirler” ifadelerine yönelik olarak, meslek lisesine isteyerek gelen öğrencilerin, istemeyerek gelenlere göre daha yüksek katılım ortalaması sergiledikleri görülmektedir. Bunun gerekçesi olarak, bu liselere isteyerek gelen öğrencilerin turist rehberliği mesleği ve turizm sektörünün koşullarına ilişkin belirli bir bilgi ve tecrübeye sahip

olmalarına rağmen, turizm sektörüne ve turist rehberliği mesleğine yönelik olumlu bir algı düzeyine sahip oldukları ifade edilebilir.

Çalışma kapsamında ulaşılan bulgular, turizm meslek lisesi öğrencilerinin turist rehberliği mesleğine yönelik algılarının çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, öğrencilerin bir kısmı turizm rehberliği mesleğine, çalışma koşullarına, seyahat işletmelerindeki çalışan profillerine ve bu firmalardaki yöneticilerin rehberlerle olan etkileşimlerine ilişkin olumsuz algılara sahiptir. Buna rağmen, bir grup öğrenci gelecekteki mesleki kariyerlerinde turist rehberliği mesleğini çekici ve cazip bulmaktadır. Bunun temel nedeni, mesleğin sunduğu fırsatların hâlâ öğrenciler için cazip olmasıdır. Turizm sektöründe hizmet kalitesi ile seyahat ve rehberlik hizmetleri dahil tüm turizm firmalarında çalışanların verimliliği ve hizmet sunum kalitesi birbirine yakından bağlıdır. Bu durum, özellikle seyahat hizmetlerinde iyi eğitilmiş rehberlerin görev almasının önemini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, turizm meslek lisesi öğrencilerinin nitelikli ve turizmi yakından tanıyan bireyler olarak sektörde istihdam edilmesi hem eğitim kurumlarının hem de seyahat işletmelerinin sorumluluğundadır. Bu nedenle, çalışmada saptanan turist rehberliği mesleğine yönelik olumsuz algıların değerlendirilmesi, sebeplerinin ortaya konması ve gerekli düzeltici önlemlerin alınması büyük önem taşımaktadır.

Araştırmanın gerçekleştirildiği turizm meslek lisesi bünyesinde, Konaklama ve Seyahat Hizmetleri bölümünde öğrenim gören öğrencilerin turizm sektörünü ve bu sektör içinde merkezi bir rol oynayan turist rehberliği mesleğini daha cazip buldukları görülmektedir. Buradan hareketle, turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumları ve turist rehberliği mesleği eğitimi veren bölümlere, ortaöğretim kurumlarının seyahat işletmeciliği bölümlerinden öğrenci kabulüne öncelik verilmesi dikkate alınması gereken bir konudur. Turizm meslek lisesi öğrencileri, turizm sektörünü ve bu sektörde önemli bir rol oynayan turist rehberliği mesleğini doğası gereği dinamik ve heyecan verici bulmaktadır. Öğrenciler, turist rehberliği mesleğinin eğitim fırsatları açısından zengin olduğunu düşünmekle birlikte, sektörde çalışan bireylerin genellikle yüksek eğitim seviyesine sahip olduğunu da gözlemlemektedir. Konaklama ve Seyahat Hizmetleri bölümünde öğrenim gören öğrencilerin, turist rehberleri için iş fırsatları ve terfi olanaklarını olumlu bulmaları, bu bölümün mezunlarının daha çeşitli istihdam olanaklarına sahip olmasından kaynaklanabilir. Turist rehberliği mesleğinin turizmin doğası gereği kırılğan bir yapıya sahip olması ifadesine her iki bölüm öğrencisinin de yüksek düzeyde katılım göstermesi, turizm sektörünün son dönemlerde pandemi ve Rusya ile yaşanan uçak krizi gibi

olaylarla sıkça krizler yaşaması ve sektörün bu krizlerden hızlı ve olumsuz şekilde etkilenmesinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulara göre, turizm meslek liselerinin turizm sektörü ve turist rehberliği mesleğine yönelik katkıları dikkate alınarak, ilgili meslek liselerinin rolleri aşağıdaki başlıklar altında yapılandırılabilir:

- **Mesleki Temel Becerilerin Kazandırılması:** Turizm meslek liseleri, öğrencilere turizm sektöründe gerekli temel becerileri kazandırmalı; temel kavramlar, işletme prensipleri, turizm pazarlaması, iletişim ve liderlik gibi konulara odaklanmalıdır. Bu beceriler, öğrencilerin ileride yüksek öğretimdeki turizm programlarında başarılı olmalarını destekler.
- **Akademik Hazırlık:** Öğrenciler, turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarına giriş sınavlarında başarılı olabilecek şekilde hazırlanmalıdır. Genel kültür, matematik, Türkçe gibi derslerin yanı sıra sınav teknikleri ve test çözme stratejileri de öğretilmelidir.
- **Kariyer Yönlendirme ve Rehberlik:** Öğrencilere üniversitelerdeki turizm programları, içerikleri, istihdam olanakları ve sektördeki güncel gelişmeler hakkında rehberlik yapılmalı, böylece ilgi ve yeteneklerine uygun yüksek öğretim programlarını seçmeleri sağlanmalıdır.
- **Staj ve Uygulama Olanakları:** Öğrencilerin teorik bilgilerini pratikte uygulayabilecekleri staj ve uygulama imkanları sağlanmalıdır. Bu deneyimler, öğrencilerin sektörü tanımalarına, iş deneyimi kazanmalarına ve iş yerleriyle bağlantı kurmalarına yardımcı olur.

Turizm meslek liselerinde öğrencilerin turist rehberliği mesleği için hazırlanmasında aşağıdaki eğitimler, ortaöğretim turizm meslek eğitimi müfredatına eklenmeli ve müfredat etkin bir şekilde uygulanmalıdır. Ancak bu şekilde, öğrencilerin turist rehberliği mesleğine yönelik algılarının olumlu yönde gelişmesi sağlanabilecektir:

- **Turistik Destinasyonlar ve Kültürel Miras:** Öğrencilere turistik destinasyonların ve kültürel mirasın tanıtımı, tarihi ve kültürel özellikleri hakkında detaylı bilgi verilmelidir. Öğrencilerin farklı turistik bölgeleri, tarihi ve kültürel öneme sahip alanları, müzeleri, anıtları ve diğer turistik noktaları tanıması önemlidir.
- **Rehberlik Teknikleri:** Öğrencilere turistlere rehberlik etme teknikleri, turistik yerlerde grup yönetimi, iletişim becerileri, anlatım teknikleri, soru-cevap yönetimi gibi konular üzerinde eğitim verilmelidir.

Turistlere bilgi aktarma, ilgi çekici hikayeler anlatma, etkili sunum yapma gibi becerilerin geliştirilmesi hedeflenmelidir.

- **Dil Becerileri:** Turizm rehberliği için yabancı dil becerileri büyük önem taşır. Öğrencilere İngilizce veya diğer yaygın turizm dillerinde dil eğitimi verilmeli ve iletişim becerileri geliştirilmelidir. Turistlerle etkili iletişim kurabilmek, onların sorularını yanıtlayabilmek ve gerektiğinde çeviri yapabilmek önemlidir.
- **Tarih ve Kültür Bilgisi:** Turizm rehberlerinin tarihi ve kültürel bilgilere sahip olmaları önemlidir. Öğrencilere yerel ve ulusal tarih, kültürel miras, sanat, mimari, gelenek ve görenekler gibi konularda bilgi verilmeli ve bu alanlarda araştırma yapma yetenekleri geliştirilmelidir.
- **Coğrafya ve Doğal Alanlar:** Öğrencilere turistik destinasyonların coğrafi özellikleri, doğal güzellikleri, milli parklar, doğa koruma alanları ve çevre bilinci hakkında bilgi verilmelidir. Doğal alanların korunması ve sürdürülebilir turizm prensipleri üzerinde durulmalıdır.
- **İletişim ve Müşteri İlişkileri:** Turizm rehberleri turistlerle sürekli olarak iletişim halinde olurlar. Öğrencilere etkili iletişim teknikleri, müşteri memnuniyeti, turistlerle empati kurma, şikayet yönetimi gibi konularda eğitim verilmelidir.
- **Yerel Mevzuat ve Güvenlik:** Turizm rehberleri, faaliyet gösterdikleri ülkenin ve bölgenin turizm mevzuatına hakim olmalı ve turistlerin güvenliğini sağlamalıdır. Öğrencilere turizmle ilgili yasal düzenlemeler, güvenlik önlemleri ve acil durum yönetimi hakkında bilgi verilmelidir.

Bu eğitimler, turist rehberliği mesleğine hazırlanan öğrencilerin temel bilgi, beceri ve yetkinliklerini geliştirmelerini sağlar ve onları turistlere profesyonel bir şekilde rehberlik yapabilen bireyler hâline getirir.

Kaynakça

- Ağaoğlu, O. K. (1991). *Türkiye’de turizm eğitimi ve etkenliği*. Ankara: Milli Pro-
düktivite Merkezi Yayınları
- Aslan, Z., Ünüvar, Ş. & Başoda, A. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencil-
erin kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve turizm sektörüne uyumu açısın-
dan değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (2),
203-219.
- Ap, J., & Wong, K.K.F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism,
issues and problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Ay, Y. (2002). *Turizm eğitimi veren sertifika programlarından mezun olanların tu-
rizm sektöründe istihdam edilmeleri ile ilgili İzmir’deki 5 yıldızlı otel işletme-
leri üzerine bir uygulama* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniver-
sitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Baltacı, F., Üngüren, E., Avasallı, H. & Demirel, O. N. (2012). Turizm eğiti-
mi alan öğrencilerin eğitim memnuniyetlerinin ve geleceğe yönelik bakış
açıların belirlenmesine yönelik bir araştırma, *Uluslararası Alanya İşletme
Fakültesi Dergisi*, 4(1), 17-25.
- Bayraktaroğlu, E. (2013). *Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurum-
ların uygulama olanakları* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Koca-
tepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar
- Baum, T. (1995). *Managing human resources in the European tourism and hospita-
lity industry: a strategic approach* (pp. xii + -281).
- Black, R., & Weiler, B. (2005). Quality Assurance and Regulatory Mechanisms
in the Tour Guiding Industry: a systematic review. *The Journal of Tourism
Studies*, 16(1), 24-37.
- Chang, J.C. (2006). Customer satisfaction with tour leaders’ performance: A
study of Taiwan’s package tours. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*,
11(1), 97-116
- Cho, M. H., & Kang, S. K. (2006). Past, present, and future of tourism educati-
on: The South Korean case. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 5(3),
225-250.
- Christou, E. S. (1999). Hospitality management education in greece an explo-
ratory study. *Tourism Management*, 20, 683-691.
- CTG. (2011). Definition of the Term “Tourist Guide”. Available at: [https://
www.cretetourguide.com/legal/#:~:text=Tourist%20Guide%20is%20
a%20Person%20who%20guides%20visitors,usually%20issued%20
and%20For%20recognised%20by%20the%20appropriate%20authority](https://www.cretetourguide.com/legal/#:~:text=Tourist%20Guide%20is%20a%20Person%20who%20guides%20visitors,usually%20issued%20and%20For%20recognised%20by%20the%20appropriate%20authority)
- Duman, T., Tepeci, M. & Unur, K. (2006). Mersin’de yükseköğretim ve orta
öğretim düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektörün

- çalışma koşullarını algılamaları ve sektörde çalışma isteklerinin karşılaştırılmalı analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 51-69
- Geva, A., & Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 177-185.
- Güçer, E. (2004). *Türkiye'deki turizm eğitimi ile avrupa birliği üyesi ülkelerdeki turizm eğitiminin karşılaştırılması ve sektörün turizm eğitiminden beklentileri* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Grobelna, A. (2017). The perception of job-related motivators when choosing a career in the tourism and hospitality industry-A comparative study between Polish and Spanish students. *International Journal of Management and Economics*, 53(2), 84-106
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tahtam, R.L. & Black, W.C. (1995). *Multivariate data analysis with readings*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. & Tetik, N. (2008). Türkiye'de turizm eğitimi. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Huang, S., Hsu, C. H., & Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), 3-33.
- Karaman, N. (2008). *Öğretmenlerin mesleklerini algılama biçimleri ve gelecekte beklenen beklentileri nelerdir?* Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Kim, H. B. & Park, E. J. (2013). The Role Of Social Experience İn Under- graduates' Career Perceptions Through İnternship. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education* 12, 70-78.
- Köşker, H. & Unur, K. (2017). Turizm lisans öğrencilerinin turizm sektöründe çalışma eğilimleri üzerine bir araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 128-141.
- Kızılırmak, İ. (2020) "Meslek Yüksek Okulları Turizm ve Otelcilik Programlarının Günümüz Turizm Sektörünün Beklentileri Doğrultusunda Değerlendirilmesi. Erişim adresi: http://dhgm.meb.gov.tr/yayimlar/dergiler/Milli_Egitim_Dergisi/147/kizilirmak.htm
- Kozak, M. A. (2009). Akademik turizm eğitimi üzerine bir durum analizi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 1-20.
- Lu, T. and Adler, H. (2009). Career goals and expectations of hospitality and tourism students in China, *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9, 63-80.
- Maviş, F. & Kozak S. (1992). Meslek Yüksekokullarında Turizm Programı ve Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Ders Programı. Turizm Eğitimi Workshop-Konferans 9-11 Aralık 1992 Bildiri Kitabı içinde (19-45). Ankara: Yorum Basım Yayın.

- MEB (2014) 1.5.2014 tarih ve 20880154/10.06/1736074 sayılı Genelge. Erişim adresi: <http://mevzuat.meb.gov.tr/dosyalar/1690.pdf>
- MEB (2020) Erişim adresi: <http://mtegm.meb.gov.tr/kurumlar/?ara>
- Mossberg, L.L. (1995). Tour leaders and their importance in charter tours. *Tourism Management*, 16(6), 437-445.
- Olca, A. (2008). Türk turizminde eğitimin önemi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 383-390
- Orhan, A (2015). *Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörü ile ilgili algılarının çalışma niyetleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Pelit, E. & Güçer, E. (2006). Turizm alanında öğretmenlik eğitimi alan öğrencilerin turizm işletmelerinde yaptıkları stajları değerlendirmeleri üzerine bir araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 139-164
- Sarışık, M. (2007). Turizm sektöründe meslek sahibi olmaya yönelten etkenler: Meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir çalışma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 143-160.
- Seçilmiş, C. & Ünlüöner, K. (2009). İstanbul’u ziyaret eden turistlerin güvenlik algılamaları üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1, 65-84.
- Sezgin, O. M. (2001). Genel turizm ve turizm mevzuatı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Solmaz, S. A., Aksoy, Ö. Şengül, S. & Sarışık, M. (2014). Üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin belirlenmesi: Turizm lisans ve ön-lisans öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (26), 41-55.
- Temizkan, S., Temizkan, R. & Tokay, S. (2013). Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Turist Rehberi Eğitiminde Yeni Bir Paradoks. 14. Ulusal Turizm Kongresi, Kayseri.
- Tekin, Ö. A. & Deniz, İ. (2015). Turizm öğrencilerinin yiyecek ve içecek departmanına yönelik tutumları: Üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(55), 178-197.
- Üngüren, E. & Ehtiyar, R. (2009). Türk ve Alman öğrencilerin umutsuzluk düzeylerinin karşılaştırılması ve umutsuzluk düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 4(14), 2093-2127.
- Üzümcü, T. P., Alyakut, Ö. & Günsel, A. (2015). Turizm eğitimi alan öğrencilerin, mesleğin geleceğine ilişkin bakış açıları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(33), 179-199.

- Tüylüoğlu, T. (2003). Türkiye’de turizm eğitiminin niteliği (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Ulama, Ş. Batman, O. & Ulama, H. (2015). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer algılamalarına yönelik bir araştırma: Sakarya üniversitesi örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6, 339-366.
- Ünlüöner, K. (2000). Türkiye’de yüksek öğretim düzeyinde turizm eğitimi öğretimi. *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 497-521
- Ünlüöner, K. & Boylu, Y. (2005). Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişimlerin Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11-32
- Ürger, S. (1992). Genel turizm bilgisi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Matbaası
- Olalı, H. (1984). Türkiye’de Turizm Eğitiminin Yapısı ve Sorunları. Korzay,
- Usluata, A., Yarcın, G. & Var, T., (1984). Turizm Eğitimi Kongresi, Tebliğ ve Tartışmalar, 16-17 Ekim 1984 Bildiri Kitabı içinde (15-21). İstanbul: Reklam.
- Wan, Y. K. P., Wong, I. A. & Kong, W. H., (2014). Student career prospect and industry commitment: The roles of industry attitude, perceived social status, and salary expectations. *Tourism Management*, 40, 1-14.
- Wijesundara, W.G.S.R. (2015). An evaluation of graduates: Perception on employment in tourism and hospitality industry. *Tourism, Leisure and Global Change*, 2, 172-182.
- Yayla, Ö., Silik, C. E. & Dülger, A. S., (2017). Turizm lisans ve önlisans eğitiminde 2017 yılı sayısal değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Şastro-nomy Studies*, 5(4), 47-58.
- YÖK (2020) Erişim adresi: https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Kurumsal/Idari-Birimler/egitim_ogretim_daire_bsk/yuksekogretim-bolum-veprogram-isimleri.asp
- Yılmaz, A. & Tanrıverdi, H. (2017). Aşçıların meslek uyumu ve meslek algısı düzeyleri üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 621- 639
- Yılmaz, T. F., Şen, T. H. & Demirkaya, F. (2014). Hemşirelerin ve ebelerin mesleklerini algılama biçimleri ve gelecekte beklenenleri. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 1(3), 130-139.
- Zengin, B. & Kırmızı, A. (2017). Turizm eğitimi alan öğrencilerin uygulama eğitiminde karşılaştıkları sorunları ve çözüm önerileri: Gazi Üniversitesi örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(48), 564-582.
- 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, 81-91.

Türk Turist Rehberlerinin İngilizce Dil Becerileri Önem Algıları: Bir İhtiyaç Analizi Çalışması

Hatice Gençtürk¹

Handan Çelik Vaillant²

Özet

Turist rehberleri, ziyaretçiler ile ev sahibi toplum arasında temel aracı rolünü üstlenerek yalnızca bilgi aktarmakla kalmayıp kültürel yorumlama, bağlamsallaştırılmış anlatı sunma ve seyahat deneyimi boyunca çeşitli düzeylerde destek sağlama sorumluluklarını yerine getirirler. Rehberlik hizmetlerinin niteliği, destinasyon imajını, ziyaretçi memnuniyetini ve turizm sektörünün uzun vadeli sürdürülebilirliğini doğrudan etkileyen önemli bir değişkendir. Türkiye bağlamında yürütülen çalışmalar turizm öğrencilerinin İngilizce ihtiyaçlarına odaklanmakla birlikte, aktif olarak sahada çalışan lisanslı turist rehberlerine yönelik güncel ve kapsamlı ihtiyaç analizi çalışmalarının sınırlı olduğu görülmektedir. Bu durum, Türkiye’de görev yapan turist rehberlerinin gerçek iletişimsel ihtiyaçlarını ortaya koyan yeni araştırmalara duyulan gereksinimi açıkça ortaya koymaktadır. Bu çalışma, turist rehberlerinin ve turist rehberliği öğrencilerinin İngilizce dil ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla yürütülmüştür. Araştırma, betimsel tarama deseniyle tasarlanmış ve veriler, turist rehberliği öğrencileri ile aktif çalışan turist rehberlerinden çevrim içi anket aracılığıyla toplanmıştır. Elde edilen veriler betimsel istatistikler ve gruplar arası karşılaştırmalar yoluyla analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, konuşma becerisinin turist rehberliği bağlamında en yüksek öneme sahip İngilizce becerisi olduğunu, bunu dinleme becerisinin izlediğini göstermektedir. Okuma ve yazma becerilerinin ise mesleki uygulamalarda daha çok destekleyici bir rol üstlendiği belirlenmiştir. Ayrıca aktif turist rehberleri ile turist rehberliği öğrencileri arasında İngilizce dil becerilerine atfedilen önem açısından istatistiksel olarak

- 1 İngilizce Öğretmeni, Yomra Anadolu Lisesi, Trabzon, haticesuslu91@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0001-3014-0042>
- 2 Doç. Dr., Trabzon Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Trabzon, handancelik@trabzon.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8041-6062>

anlamli bir fark bulunmamıştır. Sonuç olarak, araştırma bulguları turist rehberlerine yönelik İngilizce öğretim programlarının mesleki İngilizce öğretimi yaklaşımı temelinde yapılandırılması gerektiğine işaret etmektedir. Programlarda özellikle konuşma ve dinleme becerilerini geliştirmeye yönelik, mesleki senaryolara dayalı ve etkileşim odaklı etkinliklere ağırlık verilmesi önerilmektedir.

1.GİRİŞ

Turizm sektörü, ekonomik kalkınmayı, kültürel etkileşimi ve uluslararası hareketliliği şekillendiren en dinamik ve etkili küresel endüstrilerden biri olarak öne çıkmaktadır. Türkiye, stratejik coğrafi konumu, zengin kültürel mirası ve çok katmanlı tarihsel birikimiyle dünya turizminde önemli bir hedef konumuna sahiptir.

Bireyler turistik faaliyetlerini rehberli veya rehbersiz şekilde gerçekleştirmektedirler. Ancak, turist rehberlerinin turistik faaliyetlerin niteliğini arttırmadaki rolü gerek gezilen yerlere ilişkin bilgi aktarımı, gerekse de turistler ve yerli kültür arasındaki teması sağlama ve kültürel uzaklık vb. sebeplerden ötürü ortaya çıkan engelleri ortadan kaldırma ve hatta turistlerin aynı yeri yeniden ziyaret etme niyet ve davranışları üzerindeki rolleri gibi açılardan taşıdığı önem tartışmasız bir gerçektir (Kul vd. 2024).

Bu bağlamda turist rehberleri, ziyaretçiler ile ev sahibi toplum arasında temel aracı rolünü üstlenerek yalnızca bilgi aktarmakla kalmayıp kültürel yorumlama, bağlamsallaştırılmış anlatı sunma ve seyahat deneyimi boyunca çeşitli düzeylerde destek sağlama sorumluluklarını yerine getirirler. Rehberlik hizmetlerinin niteliği, destinasyon imajını, ziyaretçi memnuniyetini ve turizm sektörünün uzun vadeli sürdürülebilirliğini doğrudan etkileyen önemli bir değişkendir.

Çalışmalar, yabancı turistlerin olduğu tur gruplarında rehberin anlatım ve çeviri becerilerinin turistin ev sahibi toplum ve sosyal ortam ile bağ kurması arasındaki önemine işaret etmektedir (Yu vd., 2002). Çokal (2015) turistler gözünden turist rehberlerinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısına ilişkin çalışmada birer kültür elçisi olarak turist rehberlerinin kültürel değerlerin korunmasına, tanıtılmasına ve kültürlerarası etkileşime katkı yaptıklarını raporlamaktadır.

Ancak, Türkiye'deki son gelişmeler, bu dilsel manzaraya yeni bir boyut eklemiştir. Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nda 2024 yılında yapılan değişiklik, önemli bir yapısal dönüşüm getirmiştir: belirli rehber kategorilerinde zorunlu yabancı dil şartının kaldırılması ve böylece yalnızca Türkçe dilinde rehberlik yapacak adaylar için yeni bir mesleki yolun

açılması (bkz. Resmî Gazete, 2024). Bu düzenleme kapsamında, yabancı dil yeterlik belgesine sahip olmayan adaylar, yalnızca Türkçe rehberlik faaliyeti yürütmeleri koşuluyla lisans alabilmektedir. Ancak yabancı dilde tur düzenlemek isteyen rehberlerin hâlâ yabancı dil sınavından 75 veya denkliği kabul edilen bir yabancı dil yeterlik belgesi sunmaları gerekmektedir. Dolayısıyla bu reform bir yandan mesleğe erişimi genişletirken, diğer yandan yabancı dilde rehberlik yapacaklar için daha yüksek iletişimsel standartları sürdüren çift hatlı bir sistem oluşturmaktadır.

Bu değişiklik yalnızca yerli turizme odaklanan turist rehberi adayları için giriş engellerini azaltmıştır. Öte yandan, uluslararası turizm hâlâ İngilizcenin dünya dili rolüne güçlü biçimde bağlı olduğundan, yabancı turistlerle çalışan/ çalışacak olan rehberler için mesleki yabancı dil yeterliği kritik bir gereklilik olmaya devam etmektedir. Bu nedenle, yasal zorunluluk gevşetilmiş olsa bile, özellikle uluslararası turist akışının yoğun olduğu destinasyonlarda İngilizce yeterlik için pazar odaklı talep artmaya devam etmektedir.

Bu düzenlemenin iç turizmde istihdamı artıracakı öne sürülse de uluslararası turizm bağlamında rehberlerin yabancı dil yetkinlikleri, özellikle İngilizce yeterliği, mesleki performans açısından kritik önem taşımaya devam etmektedir. Bu durum, sektörde görev alacak yeni rehber adaylarının küresel turizm ortamının iletişimsel gerekliliklerine ne ölçüde hazır olduğu yönündeki kaygıları da beraberinde getirmektedir.

İngilizce, uluslararası turizmin ortak iletişim dili (Lingua Franca) olarak nitelendirilmektedir ve Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin büyük çoğunluğu iletişimde öncelikli olarak İngilizceyi tercih etmektedir. Dolayısıyla yabancı dil şartının kaldırılması, mesleğin gerçek iletişimsel beklentileri ile rehber adaylarının dilsel yeterlikleri arasında önemli bir uyumsuzluk yaratma potansiyeline sahiptir. Rehberlerin kültürlerarası farklılıklardan kaynaklanan yanlış anlamaları yönetme, kültürel açıdan hassas bilgileri doğru ve etkili bir biçimde aktarabilme ve çok uluslu turist gruplarıyla etkileşim kurabilme gibi görevleri göz önünde bulundurulduğunda, bu uyumsuzluk daha da belirgin hâle gelmektedir.

Turist rehberlerinin karşılaştığı iletişimsel güçlükler, mesleki İngilizce alanında uzun süredir ele alınan konulardan biridir. Mesleki İngilizce yaklaşımı, dil öğretiminin hedef meslek grubunun özgün ihtiyaçlarına uygun şekilde tasarlanmasını ve mesleğin söylem özelliklerinin, görev türlerinin ve iletişimsel normlarının dikkate alınmasını zorunlu kılar. Turist rehberliği bağlamında bu durum; tarih, arkeoloji, coğrafya ve kültürel miras terminolojisine hâkim olmayı; açıklama, betimleme, yönlendirme ve anlatı gibi mesleğe özgü söylemsel türleri etkili biçimde kullanabilmeyi ve çok

tarafı, kendiliğinden ve zaman zaman yüksek risk içeren iletişim ortamlarını yönetebilmeyi içermektedir.

Bununla birlikte son araştırmalar, Türkiye’deki mevcut turist rehberliği eğitim programlarının çoğu zaman mesleğin gerçek iletişimsel gerekliliklerini tam olarak karşılamadığını, öğretimin daha çok dilbilgisi ve kelime düzeyine sıkıştığını ve özgün iletişimsel görevlerin eğitimde yeterince temsil edilmediğini göstermektedir (Aysu ve Özcan, 2021).

Dolayısıyla Türkiye’de turist rehberlerine yönelik kapsamlı ve güncel bir İngilizce ihtiyaç analizinin yapılması hem akademik hem de uygulama açısından gereklidir. Böyle bir çalışma, rehberlerin çok dilli turizm bağlamlarında etkili bir mesleki performans sergileyebilmeleri için ihtiyaç duydukları dilsel yeterlikleri, iletişim stratejilerini ve görev temelli becerileri ortaya çıkarmanın yanı sıra, eğitim programları ve politika yapımcıları için yol gösterici nitelikte olacaktır.

2. Turist Rehberliği ve İngilizce

Turizm, farklı kültür ve coğrafyalardan insanların birbirleri, kültürleri ve coğrafyalarıyla etkileşim kurmalarını sağlayan önemli bir disiplindir. Turist rehberleri ise bu farklı gruplar ve etkileşimler arasında önemli bir köprü görevi görürler. Mesleki bilgilerinin yanı sıra yabancı dil iletişim yeterlikleri ise büyük oranda farklı kültürden gelen bireyler arasında etkileşim sağlarken ihtiyaç duydukları çok önemli bir öğedir. Mesleki amaçlı İngilizce, dil eğitiminin yalnızca genel dil yeterlikleriyle sınırlı olmadığını; belirli mesleki ve akademik bağlamların özgün gerekliliklerine göre şekillenmesi gerektiğini savunan kuramsal bir çerçeve sunar. Disipline özgü yabancı dil öğretimi, yaygın adıyla mesleki İngilizce öğretimi alan yazınında geniş kabul gören yaklaşımlar, etkili bir ders tasarımının öğrenenlerin gereklilikleri, eksiklikleri ve beklentileri ile hedef durumdaki söylem topluluklarının iletişimsel pratiklerinin sistematik biçimde analiz edilmesini zorunlu kılar. Bu bağlamda ihtiyaç analizi, hem müfredat geliştirme sürecinin başlangıç noktası hem de tüm öğretimsel kararların dayandığı temel bileşen olarak konumlanmaktadır (Hutchinson ve Waters, 1987). Dudley-Evans ve St John (1998) mesleki amaçlı İngilizcenin disiplinler arası niteliğine vurgu yaparak, hedef topluluğun rollerini, türsel pratiklerini ve iletişimsel gerekliliklerini dikkate alan kapsamlı bir analiz sürecinin gerekli olduğunu ifade eder. Bastürkmen (2010) ise mesleki İngilizce öğretimi tasarımını, ihtiyaçların tanımlanması, alanın söylemsel özelliklerinin incelenmesi ve pedagojik uygulamaların belirlenmesi olmak üzere üç temel eksen etrafında yapılandırır.

Turizm alanına uyarlanmış mesleki İngilizce öğretimi uygulamaları, sektörün doğası gereği iletişim odaklı oluşu nedeniyle özellikle önemlidir. Turizm eğitiminde ihtiyaç analizi, ders içeriklerinin yalnızca genel dil yapılarına değil, aynı zamanda sektöre özgü görevlerin gerektirdiği bağlamsal iletişim biçimlerine uyarlanmasını sağlamaktadır. Türkiye bağlamında yürütülen çalışmalar (örn. Aysu & Özcan, 2021), turizm öğrencilerinin İngilizce ihtiyaçlarının çok kaynaktan veri toplanarak analiz edilmesinin daha bütüncül, gerçekçi ve işlevsel müfredatlar oluşturduğunu göstermektedir. Bu tür analizler, öğrencilerin mevcut profillerinin yanı sıra sektör temsilcilerinin beklentilerini, hizmet senaryolarını ve iletişimsel zorlukları da dikkate alması bakımından mesleki İngilizce öğretimi yaklaşımının temel ilkeleriyle uyumludur.

Turizm çalışanlarının İngilizce ihtiyaçlarına yönelik uluslararası araştırmalar, genellikle sözlü iletişimin merkezi rolüne işaret etmektedir. Prachanant (2012) ve Namtapi (2022) gibi araştırmacılar, çalışanların özellikle yüz yüze iletişimde akıcılık, doğru ve hızlı bilgi aktarımı, farklı aksanları anlama ve problemlere anında çözüm üretme noktasında güçlükler yaşadığını raporlamaktadırlar. Güncel araştırmalar (bkz. Pang, 2025) mevcut İngilizce kursları ile sahadaki gerçek iletişimsel gereklilikler arasında belirgin bir uyumsuzluk bulunduğunu vurgulayarak, turizm odaklı mesleki İngilizce öğretimi programlarının yeniden yapılandırılması gerektiğine işaret etmektedir.

Turist rehberleri üzerine odaklanan çalışmalar ise turizm sektörü içindeki en özelleşmiş ve iletişim bakımından en yoğun profesyonel grup olan turist rehberlerinin benzersiz gereksinimlerini ortaya koymaktadır. Ratminingsih (2018) ile Yanti (2024) turist rehberlerinin tarihsel anlatı sunma, kültürel bilgiyi sözlü olarak aktarma, yönlendirme, grup yönetimi ve şikâyet çözümü gibi karmaşık ve çok yönlü iletişimsel görevler yürüttüğünü; bu nedenle genel turizm personelinden daha ileri düzeyde İngilizce yeterliğine ihtiyaç duyduklarını göstermektedir. Konuşma becerilerinin, onarım stratejilerinin ve kültürlerarası iletişim yetkinliklerinin ön plana çıktığı bu bulgular, rehberlik alanına özgü mesleki İngilizce öğretimi müfredatlarının görev temelli ve bağlamsal olarak zenginleştirilmiş içeriklere dayanması gerektiğini göstermektedir.

Türkiye bağlamı incelendiğinde, turizm öğrencilerinin İngilizce ihtiyaçlarını ele alan çalışmaların nispeten fazla olmasına karşın, aktif olarak sahada çalışan lisanslı turist rehberlerine yönelik güncel ve kapsamlı ihtiyaç analizi çalışmalarının oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Ekici'nin (2003) çalışması rehberlik öğrencilerine odaklanmış olsa da günümüz turizm

dinamiklerinin, değişen uluslararası turist profillerinin ve rehberliğin yasal çerçevesinin ışığında mevcut uygulamaların güncellenmesi gerekmektedir. Bu durum, Türkiye’de görev yapan turist rehberlerinin gerçek iletişimsel ihtiyaçlarını, bu ihtiyaçların mesleki İngilizce öğretimi çerçevesinde nasıl karşılanabileceğini ortaya koyan yeni araştırmalara duyulan gereksinimi açıkça ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye’nin turizm sektöründe mesleki İngilizce öğretimi artık düzenleyici bir zorunluluktan ziyade profesyonel, işlevsel ve rekabetçi bir gereklilik olarak daha stratejik bir rol üstlenmektedir. Mesleki İngilizce öğretimi alan yazınında buna ilişkin boşluk açıktır. Bu nedenle disiplinler arası bir bakış açısının benimsenmesi ve bu ihtiyacın yabancı dil araştırmacıları tarafından tespit edilmesi ve ihtiyaca binaen öğretim programlarının geliştirilmesi gerekmektedir.

3. Turist Rehberliğinde Yabancı Dil Yeterliği

Turist rehberliğinin turizm endüstrisinin çok önemli bir ögesi olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Turist rehberlerinin turistlerin seyahat deneyimlerini zenginleştirme ve kültürel boşlukları kapatma, kültürler yaklaşma ve empatiyi sağlama konusundaki rollerinin olduğunu söylemek mümkündür.

Dünya dili olan İngilizce, diğer pek çok alanda olduğu gibi küresel turizmde de farklı dil arka planına sahip bireylerin sorunsuz şekilde iletişim kurmalarını sağlar (Crystal, 2003). Bu durum, dil becerilerinin turist rehberleri için yüksek nitelikli turist deneyimini temin etmek ve anlaşılmayı desteklemek açısından ne kadar önemli olduğuna işaret eder.

Ancak, bir dilin dil kurallarına ve kelime bilgisine sahip olmak, o dili akıcı bir şekilde konuşmak her zaman o dili konuşan insanlarla başarılı bir iletişim kurduğumuz anlamına gelmez (Schenker, 2012). Yabancı dilde etkili iletişim turist rehberleri için kilit öneme sahiptir. Bu dile ilişkin dilbilgisel becerileri gerektirmekle beraber, edimbilimsel, iletişimsel, sosyal ve sosyokültürel yeterlikleri de gerektirmektedir.

Dolayısıyla yabancı dil yeterliğine sahip bir turist rehberlerinin farklı turist gruplarına kolaylıkla rehberlik hizmeti sunabileceklerini söylemek mümkündür. Bu da turistlerin destinasyona ilişkin tarihi, kültüre ve davranış biçimlerine ilişkin bilgi almalarını kolaylaştırır. Ayrıca, bu yeterlik turist rehberlerinin turistlerle iletişim kurmalarını kolaylaştırır.

Bu açılardan bakıldığında, hem turist rehberlerinin yabancı dil yeterliklerinin artırılması hem de yabancı turistlerin beklentilerinin karşılanması ve kaliteli hizmet sunulabilmesi için turist rehberlerinin yabancı

dil eğitimlerinin meslek öncesi ve hizmet içi süreçlerde sürekli şekilde sağlanması önemlidir. Bunun sağlıklı şekilde yapılabilmesi için ise ihtiyaç analizi kilit rol oynamaktadır.

Dilsel yeterlik, iletişimin hem temel araç hem de hizmet sunumunun ana ürünü olduğu turist rehberliği mesleğinde profesyonel performansın en kritik boyutlarından birini oluşturmaktadır. Turist rehberleri yalnızca doğru bilgiyi aktarmakla kalmaz; aynı zamanda etkileşimi yönetir, kültürel yorumlama yapar ve farklı ziyaretçi gruplarıyla sürekli iletişimi sürdürür. Bu açıdan dilsel yeterlik, yalnızca dilbilgisel doğruluk anlamına gelmez; çeşitli iletişim durumlarında dili uygun, stratejik ve özgüvenli bir şekilde kullanabilme becerisini içerir.

Dilsel yeterliğin kuramsal temelleri, Hymes'ın (1972) iletişimsel yeterlik kavramına dayanır. Bu kavram, dilbilgisel bilginin sosyokültürel uygunluk ve etkileşimsel etkinlikle bütünleştirilmesini vurgular. Bunun üzerine Canale (1983), dilbilgisel, sosyodilbilimsel, söylem ve stratejik yeterlilikten oluşan çok boyutlu bir çerçeve sunmuştur. Bu boyutlar, profesyonel ortamlarda etkili iletişimin yalnızca dilsel yapılara değil, aynı zamanda bağlama uygun dil kullanımına da bağlı olduğunu göstermektedir. Turist rehberleri açısından—çalışmaları kültürlerarası etkileşim içinde gerçekleştiği için—bu çok boyutluluk özellikle önemlidir.

Rehberlik bağlamında dilsel yeterlik; turizme özgü kelime bilgisi, açık ve anlaşılır telaffuz, tutarlı anlatım becerileri ve turistlerin geçmişlerine ve konuşmayı dil yeterliliklerine göre uyarlayabilme becerisini kapsar. Rehberler sık sık tarihî alanları açıklama, kültürel hikâyeler anlatma, yönlendirme yapma, spontane soruları yanıtlama ve grup dinamiğini yönetme gibi görevler gerçekleştirir. Bu görevlerin her biri yalnızca dilbilgisel doğruluk değil, aynı zamanda iletişimsel esneklik ve gerçek zamanlı karar verme becerisi gerektirir. Dolayısıyla dilsel yeterlik, rehberin performansının açıklığını, özgünlüğünü ve profesyonelliğini doğrudan şekillendirir.

Türkiye’de yapılan araştırmalar, yabancı dil yeterliğinin rehberlerin genel etkinliği açısından önemini vurgulamaktadır. Akgül ve Aktaş (2023), turist rehberlerinin yabancı dil sınav performansları üzerine yaptıkları incelemede, yetersiz dilsel yeterliğin özgüven kaybına, iletişim kopukluklarına ve kültürel içeriği aktarmada sınırlılıklara yol açtığını bildirmiştir. Bulgular, dil sorunlarının hem rehberlerin öz-yeterlik algısını hem de turist memnuniyetini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Bu durum, dil yeterliğin isteğe bağlı bir beceri değil, mesleğin temel bir gerekliliği olduğunu ortaya koymaktadır.

Ayrıca, çalışmalar turist rehberlerinin en az bir yabancı dil bilmelerinin bir gereklilik olup olmadığını (Toksöz ve Öter, 2022) ve iletişim becerilerinin turistlerin tur deneyimleri üzerindeki etkisi gibi konuları da incelemektedirler (Büyükkuru ve Aslan, 2016). Ancak, bazı çalışmalar turist rehberlerinin iletişim becerileri gibi kilit mesleki becerilerinin turistlerin beklentilerinin altında kaldığını gösterse de (Arslan ve Tanrısevdi, 2022), rehberlerin iletişim becerilerinin turist memnuniyetini önemli oranda etkilediğini gösteren çalışmalar da mevcuttur (Arabacıoğlu ve Dedeoğlu, 2023).

Benzer şekilde, turizm eğitimi üzerine yapılan çalışmalar da geleceğin rehberlerinin sektörün gerekliliklerine hazırlanmasında iletişimsel yeterliğin merkezi rolünü vurgulamaktadır. Yekimov ve arkadaşları (2022), turizm öğrencilerinin çok dilli ve çok kültürlü ortamlarda etkili şekilde çalışabilmek için özellikle konuşma ve etkileşim becerilerini geliştirmeleri gerektiğini belirtmiştir. Araştırmalar, iletişimsel yeterliğin başarılı tur performansını, doğru kültürel ve tarihî aktarımı ve olumlu turist–rehber ilişkilerini doğrudan destekleyen temel bir profesyonel beceri olduğunu göstermektedir.

Özetle, yabancı dil yeterliği, turist rehberliğinin sahip olmaları gereken temel niteliklerden biridir. Bu yeterlik, turist rehberlerinin bilgi aktarımının açıklığını artırır, kültürel aracılığı güçlendirir, turist memnuniyetini iyileştirir ve rehberin profesyonel kimliğine katkıda bulunur. Bu nedenle, turist rehberlerine yönelik mesleki İngilizce öğretimi programları; bağlama özgü kelime öğretimi, telaffuz eğitimi, görev temelli konuşma uygulamaları ve gerçek tur senaryolarını yansıtan simülasyon etkinlikleriyle dilsel yeterliğin geliştirilmesini önceliklendirmelidir. Dahası, turist rehberlerinin bu yeterliklere ilişkin ihtiyaçlarının tespit edilmesi çok önemlidir. Bu çalışma, bu motivasyon ile yapılmıştır.

4.Yöntem

4.1 Araştırma Deseni

Bu çalışma, turist rehberlerinin ve turist rehberliği öğrencilerinin İngilizce dil ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla betimsel tarama desenini kullanmıştır. Bu desenin amacı, iki temel katılımcı grubunun—turist rehberliği öğrencileri ve aktif turist rehberleri—mesleklerini icra ederken ihtiyaç duydukları yabancı dil beceri gereksinimlerini önem atıfları aracılığıyla betimsel biçimde incelemektir.

4.2 Katılımcılar

1. Turist Rehberliği Öğrencileri

Turist rehberliği programına kayıtlı ve mezun olduktan sonra profesyonel rehber olarak çalışmayı hedefleyen lisans öğrencileridir. Bu öğrenciler hizmet öncesi grubu temsil eder ve algıladıkları ihtiyaçlar, turizm sektörüne ne kadar hazır olduklarına ilişkin önemli bilgiler sağlar.

Araştırmaya toplam 80 katılımcı dahil olmuştur. Çalışmamız kapsamında 35 turist rehberliği öğrencisi ve 45 aktif çalışan turist rehberi anket formumuza cevap vermiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun ($n=49$) turizm ve turist rehberliği alanında eğitim aldığı, bunun yanı sıra 16 katılımcının ($n=16$) yabancı dil ve dil odaklı bölümlerden, 6 katılımcının ($n=6$) çeviri ve dilbilim alanlarından, 5 katılımcının ($n=5$) eğitim ve sosyal bilimler alanlardan ve 4 katılımcının ($n=4$) ise diğer alanlardan mezun olduğu ya da öğrenimine devam ettiği görülmektedir.

2. Profesyonel Turist Rehberleri

Saha deneyimine sahip, kokartlı olarak çalışan rehberlerdir. Bu grubun yanıtları, turizm alanındaki gerçek iletişim gereksinimleri beklenen mesleki becerilere ilişkin otantik ve deneyim temelli bilgiler sağlar.

Turist rehberlerinin ağırlıklı olarak Karadeniz ($f = 12$) ve Ege ($f = 10$) bölgelerinde rehberlik yaptığı görülmektedir. Akdeniz bölgesinde rehberlik yapan rehber sayısı dört iken, Marmara ve İç Anadolu bölgelerinde çalışan rehber sayısı birer kişidir. Ayrıca iki rehberin birden fazla bölgede rehberlik yaptığı belirlenmiştir.

Katılımcıların kullandıkları yabancı dillere bakıldığında, rehberlik hizmetlerinin ağırlıklı olarak İngilizce yürütüldüğü anlaşılmaktadır. İngilizce dışında en sık belirtilen yabancı dil Almanca olup, bunu Rusça ve İspanyolca izlemektedir. Bununla birlikte, bazı katılımcılar İngilizce dışında herhangi bir yabancı dili aktif olarak kullanmadığını belirtmiştir.

4.3 Veri Toplama Aracı

Veriler, Nguyen ve Modehiran'ın (2023) çalışmalarında geliştirdikleri 5'li Likert ölçekli araç ile toplanmıştır. Orijinal araç turizm meslek standartları temel alınarak geliştirilmiş ve çeşitli paydaşlarla doğrulanmıştır. Bu çalışma için aracın temel yapısı korunmuştur. Anket kullanılmadan önce araştırmacılarla temasa geçilmiş ve kullanım izni alınmıştır. Sonrasında ise Trabzon Üniversitesi bilimsel araştırma ve yayın etiği kuruluna etik izni başvurusu yapılmış ve onay alınmıştır (25.11.2025 Sayı: E-81614018-050.04.2500071018.)

Anket üç bölümden oluşmaktadır:

- Bölüm A: Demografik Bilgiler
- Bölüm B: İngilizce Becerilerinin Önemi
- Bölüm C: Mesleki Yeterlilikler (41 madde)

4.4 Uygulama Süreci

Anket, katılımcıların uygunluğuna göre 04/11/2025-12/12/2025 tarihleri arasında çevrim içi uygulanmıştır. Tüm katılımcılara araştırmanın amacı açıklanmış, gizlilik garantisi verilmiş ve gönüllü onam alınmıştır. Anket uygulanırken kartopu örnekleme uygulanmış. Bu şekilde yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşılması hedeflenmiştir. Anket gönderilen kişilere zaman zaman hatırlatma mesajları iletilmiştir.

4.5 Veri Analizi

Elde edilen veriler ilk olarak eksik doldurulmuş form olup olmadığını tespit etmek ve gerekirse bunları temizlemek için gözden geçirilmiştir. Sonrasında ise SPSS (Sosyal bilimler istatistik paket programı) programı aracılığıyla betimsel (frekans, aritmetik ortalama, standart sapma) ve yordayıcı (t-test) istatistikler kullanılarak incelenmiştir. Betimsel veriler bize incelenen dil yeterliklerine atfedilen önemin turist rehberleri ve turist rehberliği öğrencileri tarafından nasıl olduğunu tespit etmeye, yordayıcı istatistikler ise her iki grubun dört temel dil becerisine atfettikleri önem ve dolayısıyla ihtiyaçları (konuşma, okuma, dinleme, yazma) açısından kendi içlerinde ve birbirleri arasında istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşp farklılaşmadığını etmeye yardımcı olmaktadır.

5.Bulgular

Bu bölümde, Turist rehberleri için İngilizce ihtiyaç analizi anketinden elde edilen nicel verilerin analizi sunulmaktadır. Araştırma kapsamında katılımcıların turizm alanındaki mesleki uygulamalarında gerekli gördükleri mesleki İngilizce becerilerinin (konuşma, dinleme, okuma ve yazma) önem düzeyleri incelenmiştir. Bulgular, öncelikle katılımcıların bu dört temel beceriyi mesleki gereklilikler doğrultusunda önem sırasına göre değerlendirdikleri beceri sıralaması analizine odaklanmakta; ardından her bir beceriye ilişkin maddeler üzerinden ortaya çıkan özgül dil ihtiyaçları betimlenmektedir. Elde edilen sonuçlar, turist rehberliğinin iletişim temelli doğası çerçevesinde yorumlanarak İngilizce öğretimine yönelik çıkarımlar sunulmaktadır.

5.1. İngilizce Temel Becerilerinin Önem Sıralaması

Bu çalışmada temel dil becerileri, beş dereceli bir önem derecelendirme ölçeği (1=Hiç önemli değil 5= Çok önemli) kullanılarak değerlendirilmiş; elde edilen veriler ortalama ve standart sapma değerleri üzerinden yorumlanmıştır. Katılımcıların turizm alanındaki mesleki uygulamalarında gerekli gördükleri İngilizce becerilerine ilişkin önem sıralaması betimsel istatistikler aracılığıyla incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, dört temel beceri arasında en yüksek ortalama değere sahip beceri konuşma becerisi olmuştur ($\bar{X} = 4.39$, $SS = 0.10$). Bu bulgu, turist rehberliğinin doğası gereği yüz yüze ve anlık sözlü iletişime dayalı bir meslek olduğunu ve katılımcıların konuşma becerisini mesleki yeterlilik açısından öncelikli gördüklerini göstermektedir.

Konuşma becerisini, dinleme becerisi takip etmektedir ($\bar{X} = 4.37$, $SS = 1.0$). Dinleme becerisinin yüksek önem düzeyi, turistlerin sorularını doğru anlayabilme, farklı aksanları ayırt edebilme ve etkili iletişim kurabilme gerekliliğiyle ilişkilendirilebilir. Bu durum, turist rehberliği bağlamında iletişimin tek yönlü değil, karşılıklı bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır.

Buna karşılık, yazma becerisi ise daha düşük ortalama değere sahip beceri olarak belirlenmiştir ($\bar{X} = 4.35$, $SS = 1.01$). Bu bulgu, yazılı dil becerilerinin turist rehberliğinde temel bir gereklilikten ziyade destekleyici bir rol üstlendiğini göstermektedir. Okuma becerisi ise en düşük ortalama değere sahiptir ($\bar{X} = 4.24$, $SS = .09$). Okuma becerisi, yazılı bilgilendirme metinleri, program içerikleri ve dijital materyallerin takibi açısından gerekli görülmeyle birlikte, günlük rehberlik uygulamalarında sınırlı bir kullanım alanına sahip olarak değerlendirilmiştir.

Genel olarak elde edilen sonuçlar, turist rehberlerinin İngilizce dil ihtiyaçlarının konuşma ve dinleme gibi sözlü iletişim becerileri etrafında yoğunlaştığını; okuma ve yazma becerilerinin ise görece daha düşük öncelikte değerlendirildiğini ortaya koymaktadır.

5.2 Tablo 1. Konuşma Becerisine İlişkin Alt Maddeler Bulguları

<i>Alt Madde</i>	<i>$\bar{X}$</i>	<i>SS</i>
Turistlere uygun yönergeler verebilmek	4.53	1.1
Yüz yüze sohbetleri doğru şekilde sürdürebilmek	4.53	1
Müşteri taleplerine ve sorularına yanıt verebilmek	4.51	1.1
Turizm destinasyonlarını tanıtabilmek	4.40	1.1
Bölgesel gelenekleri, adetleri, etkinlikleri anlatabilmek	4.35	1.1
Gezi planlarını açıklayabilmek	4.38	1.0
Kültürel ve tarihî değerler hakkında bilgi sunabilmek	4.41	1.1
Tur paketlerindeki dâhil ve hariç hizmetleri açıklayabilmek	4.23	1.2
Müşteri şikâyetlerini uygun biçimde ele alabilmek	4.36	1.1
Yön tarif edebilmek	4.40	1.0
Müşterilerle müzakere edebilmek	4.41	1.0
Tura özel açıklama (yorum) sunabilmek	4.33	1.1
Check-in / check-out süreçlerini anlatabilmek	4.35	1.0
Program değişikliklerini kibarca bildirebilmek	4.37	1.0
Telefon görüşmelerini uygun biçimde yürütebilmek	4.33	1.1
Turistik bölgelerde sorumlu davranışlar hakkında bilgi verebilmek	4.49	1.0
Etkinlik ve oyunları organize edebilmek	4.26	1.1
Müşteri bilgilerini toplayabilmek	4.44	1.1
Genel	4.39	1.0

Konuşma becerisine ilişkin alt maddeler incelendiğinde, katılımcıların mesleki uygulamalar açısından en yüksek önemi, turistlere uygun yönergeler verebilme ($\bar{x} = 4.53$), yüz yüze sohbetleri doğru şekilde sürdürebilme ($\bar{x} = 4.53$) ve müşteri taleplerine ve sorularına yanıt verebilme ($\bar{x} = 4.51$) becerilerine atfettikleri görülmektedir. Bu bulgular, turist rehberlerinin konuşma becerisine yönelik yabancı dil ihtiyaçlarının öncelikle doğrudan turist etkileşimi ve anlık iletişim gerektiren görevler etrafında yoğunlaştığını göstermektedir.

Bunun yanı sıra, kültürel ve tarihî değerler hakkında bilgi sunabilme ($\bar{x} = 4.41$), turizm destinasyonlarını tanıtabilme ($\bar{x} = 4.40$), yön tarif edebilme ($\bar{x} = 4.40$) ve müşterilerle müzakere edebilme ($\bar{x} = 4.41$) gibi anlatı ve açıklama temelli konuşma görevlerinin de yüksek ortalamalara sahip olduğu belirlenmiştir. Bu durum, turist rehberliği mesleğinde konuşma becerisinin yalnızca temel iletişimle sınırlı olmadığını, aynı zamanda bilgi aktarma, ikna etme ve rehberlik etme işlevlerini kapsadığını ortaya koymaktadır.

Öte yandan, tur paketlerindeki dâhil ve hariç hizmetleri açıklayabilme ($\bar{x} = 4.23$) ve etkinlik ve oyunları organize edebilme ($\bar{x} = 4.26$) maddelerinin görece daha düşük ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. Söz konusu becerilerin ikincil nitelikte olsa dahi mesleki iletişim kapsamında önemli kabul edildiğini göstermektedir. Genel olarak elde edilen bulgular, konuşma becerisine yönelik yabancı dil ihtiyaçlarının mesleki sorumluluklar, turist yönlendirme ve hizmet sürecini yönetme odaklı olarak şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcılar, konuşma becerilerine genel anlamda yüksek önem atfediyor olsalar da en yüksek önem atfettikleri yabancı dil ihtiyaçlarının turistlere uygun yönergeler vermek, yüz yüze sohbetleri doğru şekilde sürdürmek, misafirlerin sorularına uygun yanıtlar vermek, turistik bölgelerde sorumlu davranışlar hakkında bilgi vermek, misafirlerin bilgilerini toplayabilmek, misafirlerle müzakere etmek ve kültürel ve tarihi değerler hakkında bilgi vermek olduğu görülmektedir.

5.3 Tablo 2. Dinleme Becerisine İlişkin Alt Madde Bulguları

Alt madde	$\bar{X}$	SS
Müşteri telefon görüşmelerini anlayabilmek	4.41	1.0
Tur paketleriyle ilgili içerik açıklamalarını kavrayabilmek	4.44	1.1
Rezervasyon veya biletleme taleplerini doğru anlamak	4.47	1.1
Müşteri taleplerini dinleyip doğru tepki verebilmek	4.30	1.1
Turizm materyallerindeki bilgileri anlamak	4.44	1.1
Fiyatlandırma ve tur bilgilerini doğru biçimde dinleyip aktarabilmek	4.45	1.0
Telefon mesajlarını doğru biçimde not edebilmek	4.39	1.1
Müşteri kişisel bilgilerini dikkatle almak	4.06	1.0
Genel	4.37	1.0

Dinleme becerisine ilişkin alt maddeler incelendiğinde, katılımcıların özellikle rezervasyon veya biletleme taleplerini doğru anlayabilme ($\bar{x} = 4.47$), fiyatlandırma ve tur bilgilerini doğru biçimde dinleyip aktarabilme ($\bar{x} = 4.45$) ve tur paketleriyle ilgili içerik açıklamalarını kavrayabilme ($\bar{x} = 4.44$) becerilerine yüksek düzeyde önem atfettikleri görülmektedir. Bu bulgular, turist rehberlerinin dinleme becerisine yönelik yabancı dil ihtiyaçlarının, hizmet sürecine doğrudan etki eden bilgi aktarımı ve işlem odaklı etkileşimler etrafında yoğunlaştığını göstermektedir.

Bunun yanı sıra, turizm materyallerindeki bilgileri anlayabilme ($\bar{x} = 4.44$) ve müşteri telefon görüşmelerini anlayabilme ($\bar{x} = 4.41$) gibi

becerilerin de yüksek ortalamalara sahip olması, dinleme becerisinin yalnızca yüz yüze iletişimle sınırlı kalmadığını; telefon ve yazılı materyaller yoluyla gerçekleşen dolaylı iletişim süreçlerini de kapsadığını ortaya koymaktadır. Müşteri taleplerini dinleyip doğru tepki verebilme ($\bar{x} = 4.30$) becerisinin de yüksek düzeyde değerlendirilmesi, doğru anlamanın rehberlik hizmetinin kalitesi açısından kritik bir unsur olduğunu göstermektedir.

Öte yandan, müşteri kişisel bilgilerini dikkatle almak ($\bar{x} = 4.06$) maddesinin diğer alt maddelere kıyasla görece daha düşük bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ancak bu değer de yüksek düzeyde olması, söz konusu becerinin ikincil bir öneme sahip olmaktan ziyade, dinleme becerisi kapsamında tamamlayıcı bir unsur olarak değerlendirildiğini düşündürmektedir. Genel olarak elde edilen bulgular, turist rehberlerinin dinleme becerisine ilişkin yabancı dil ihtiyaçlarının, doğru bilgi edinme, hatasız hizmet sunma ve müşteri memnuniyetini sürdürme odaklı olarak şekillendiğini ortaya koymaktadır.

5.4 Tablo 3. Yazma Becerisine Ait Alt Madde Bulguları

Alt madde	$\bar{X}$	SS
Müşterilere e-posta veya mesaj yazabilmek	4.25	1.1
Rezervasyon bilgilerini doğru biçimde kaydedebilmek	4.26	1.1
Tur programlarını yazılı biçimde düzenleyebilmek	4.25	1.2
Şikâyet ve geri bildirimleri yazılı olarak yanıtlayabilmek	4.37	1.1
İş yazışmalarını doğru biçimde hazırlayabilmek	4.32	1.1
Genel	4.35	1.1

Yazma becerisine ait alt maddeler incelendiğinde, katılımcıların özellikle şikâyet ve geri bildirimleri yazılı olarak yanıtlayabilme ($\bar{x} = 4.37$) ve iş yazışmalarını doğru biçimde hazırlayabilme ($\bar{x} = 4.32$) becerilerine yüksek düzeyde önem atfettikleri görülmektedir. Bu bulgular, turist rehberlerinin yazma becerisine ilişkin yabancı dil ihtiyaçlarının, resmî iletişim, sorun çözme ve müşteri memnuniyetini sürdürme süreçleriyle yakından ilişkili olduğunu göstermektedir.

Bunun yanı sıra, rezervasyon bilgilerini doğru biçimde kaydedebilme ($\bar{x} = 4.26$), tur programlarını yazılı biçimde düzenleyebilme ($\bar{x} = 4.25$) ve müşterilere e-posta veya mesaj yazabilme ($\bar{x} = 4.25$) maddelerinin de yüksek ortalamalara sahip olduğu belirlenmiştir. Bu durum, yazma becerisinin turist rehberliği mesleğinde yalnızca destekleyici bir beceri olmadığını,

aynı zamanda operasyonel süreçlerin sağlıklı yürütülmesi ve bilginin doğru aktarılması açısından önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Genel olarak yazma becerisine ilişkin alt maddelerin ortalamalarının yüksek düzeyde olması ($\bar{x} = 4.35$), turist rehberlerinin yazılı iletişimi; planlama, kayıt tutma, resmî yazışma ve müşteri ilişkileri yönetimi bağlamlarında önemli bir mesleki gereklilik olarak değerlendirdiklerini göstermektedir.

5.5 Tablo 4. Okuma Becerilerine İlişkin Alt Madde Bulguları

Alt madde	$\bar{X}$	SS
Müşteri kişisel bilgilerini dikkatle almak	4.16	1.1
Rezervasyon formlarındaki bilgileri çözümleyebilmek	4.30	0.9
Tur paket detaylarını yazılı belgelerden öğrenebilmek	4.29	1.1
Müşteri geri bildirim formlarını anlayabilmek	4.26	1.1
E-posta veya yazılı mesajları doğru yorumlayabilmek	4.23	1.0
Genel	4.24	0.9

Okuma becerilerine ilişkin alt maddeler incelendiğinde, katılımcıların özellikle rezervasyon formlarındaki bilgileri çözümleyebilme ($\bar{x} = 4.30$), tur paket detaylarını yazılı belgelerden öğrenebilme ($\bar{x} = 4.29$) ve müşteri geri bildirim formlarını anlayabilme ($\bar{x} = 4.26$) becerilerine yüksek düzeyde önem atfettikleri görülmektedir. Bu bulgular, turist rehberlerinin okuma becerisine yönelik yabancı dil ihtiyaçlarının, yazılı materyallerden doğru bilgi edinme ve hizmet sürecini hatasız yürütme odaklı olarak şekillendiğini göstermektedir.

Bunun yanı sıra, e-posta veya yazılı mesajları doğru yorumlayabilme ($\bar{x} = 4.23$) ve müşteri kişisel bilgilerini dikkatle alabilme ($\bar{x} = 4.16$) maddelerinin de yüksek ortalamalara sahip olduğu belirlenmiştir. Her ne kadar bu maddeler diğer alt maddelere kıyasla görece daha düşük değerlere sahip olsa da elde edilen ortalamalar okuma becerisinin turist rehberliği mesleğinde operasyonel süreçler, kayıt yönetimi ve müşteri ilişkileri açısından önemli bir mesleki gereklilik olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Genel olarak okuma becerisine ilişkin alt maddelerin ortalamalarının yüksek düzeyde olması ($\bar{x} = 4.24$), katılımcıların yazılı İngilizce materyalleri etkili biçimde kullanabilmeyi mesleki yeterliğin ayrılmaz bir parçası olarak gördüklerini göstermektedir.

5.6 Katılımcı Gruplarına Göre İngilizce Becerilerinin Karşılaştırılması

Aktif turist rehberleri ile turist rehberliği programı öğrencilerinin İngilizce dil becerilerine ilişkin önem atıfları ve ihtiyaç algıları arasındaki farkları incelemek için Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları, yazma becerisi ($U=762.50$, $z=-0.257$, $p=.797$), konuşma becerisi ($U=743.00$, $z=-0.442$, $p=.658$), dinleme sonuçları ($U=737.00$, $z=-0.501$, $p=.617$) ve okuma becerisi ($U=725.59$, $z=-0.616$, $p=.538$) açısından aktif turist rehberleri ile turist rehberliği programı öğrencileri arasındaki istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığını göstermektedir ($p>.05$).

6. Tartışma

Bu araştırmada elde edilen bulgular, turist rehberlerinin İngilizce dil ihtiyaçlarının mesleki bağlama özgü olarak farklılaştığını ve özellikle sözlü iletişim becerileri (konuşma, dinleme) etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. Temel becerilerin önem sıralaması, alt madde analizleri ve gruplar arası karşılaştırmalar birlikte değerlendirildiğinde, konuşma ve dinleme becerilerinin turist rehberliği bağlamında merkezi bir konuma sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgular, turist rehberliği bağlamında yapılan ihtiyaç analizi çalışmalarının sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Bulgular, rehberlik mesleğinde öğrenme ihtiyaçlarının ve hedef ihtiyaçların büyük ölçüde sözlü iletişim becerileri etrafında şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, mesleki İngilizce öğretiminde ihtiyaç analizini merkeze alan Hutchinson ve Waters'ın (1987) öğrenen odaklı yaklaşımını turist rehberliği bağlamında desteklemektedir.

6.1. Konuşma Becerisine İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırma bulguları, konuşma becerisinin dört temel İngilizce becerisi arasında en yüksek önceliğe sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, turist rehberliğinin doğası gereği yüz yüze ve anlık sözlü etkileşime dayalı bir meslek olmasıyla açıklanabilir. Rehberlerin turistlere bilgi aktarmaları, soruları yanıtlamaları ve grup dinamiklerini yönetmeleri büyük ölçüde etkili konuşma becerilerine bağlıdır. Bu bulgu, rehberlerin iletişim becerilerinin turist memnuniyeti üzerinde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koyan çalışmalarla da örtüşmektedir (Arabacıoğlu ve Boraoglu, 2023). Bu bulgu, turist rehberliği öğrencileriyle yapılan uluslararası ihtiyaç analizi çalışmalarıyla da paralellik göstermektedir. Orang'ın (2021) Kenya'da turist rehberliği öğrencileriyle gerçekleştirdiği çalışmada, konuşma becerisinin hem öğrenme ihtiyaçları hem de hedef ihtiyaçlar açısından en öncelikli beceri olarak algılandığını ortaya koymuştur. Çalışmada, turistlerle yüz yüze

iletişim, sorulara anlık yanıt verme ve açıklama yapma gibi görevlerin etkili konuşma becerilerini zorunlu kıldığı vurgulanmıştır.

6.2. Dinleme Becerisine İlişkin Bulguların Tartışılması

Dinleme becerisinin konuşma becerisini takiben yüksek düzeyde önemli bulunması, turist rehberliği bağlamında iletişimin karşılıklı bir süreç olduğunu göstermektedir. Rehberlerin turistlerin sorularını doğru anlayabilmeleri, farklı aksanlara uyum sağlayabilmeleri ve anlık geri bildirim verebilmeleri, dinleme becerisini mesleki uygulamalar açısından vazgeçilmez kılmaktadır. Bu durum, dinleme becerisinin turist rehberliği bağlamında iletişimin karşılıklı doğasını destekleyen temel bir unsur olduğunu göstermektedir. Orang (2021) tarafından yapılan ihtiyaç analizi çalışmasında da dinleme becerisi, turistlerin sorularını anlama, farklı aksanlara uyum sağlama ve uygun geri bildirim verme açısından kritik bir beceri olarak tanımlanmıştır.

6.3. Yazma Becerisine İlişkin Bulguların Tartışılması

Yazma becerisi, temel beceriler arasında görece daha düşük öncelikte değerlendirilmiş olsa da e-posta yazışmaları ve kısa bilgilendirme notları gibi mesleki görevlerde işlevsel bir rol üstlenmektedir. Bu durum, yazma becerisinin turist rehberliği bağlamında ikincil ancak tamamlayıcı bir beceri olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Yazma becerisinin görece daha düşük öncelikte değerlendirilmesi, turist rehberliği mesleğinin ağırlıklı olarak sözlü ve etkileşim temelli bir yapıya sahip olmasıyla açıklanabilir. Nitekim dünyada turist rehberliği eğitimini ele alan çalışmalar, rehberlerden beklenen temel yeterliklerin anlatım, yorumlama ve sözlü iletişim becerileri etrafında şekillendiğini göstermektedir (Tanrısever vd., 2019).

6.4. Okuma Becerisine İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırma sonuçları, okuma becerisinin konuşma ve dinlemeye kıyasla daha düşük öncelikte değerlendirildiğini, ancak mesleki uygulamalarda tamamen önemsiz görülmediğini ortaya koymaktadır. Okuma becerisi, yazılı bilgilendirme metinleri, program içerikleri ve dijital materyallerin takibi gibi alanlarda destekleyici bir role sahiptir. Bu çalışmada okuma becerisinin konuşma ve dinleme becerilerine kıyasla daha düşük öncelikte değerlendirilmesi, turist rehberliği mesleğinin ağırlıklı olarak sözlü ve etkileşim temelli bir yapıya sahip olmasıyla açıklanabilir. Ancak bu durum, okuma becerisinin mesleki uygulamalarda tamamen önemsiz olduğu anlamına gelmemektedir. Alanyazında yapılan ihtiyaç analizi çalışmaları, okuma becerisinin özellikle yazılı bilgilendirme metinlerinin, tur programlarının, dijital içeriklerin ve mesleki dokümanların takibi açısından destekleyici bir rol üstlendiğini

göstermektedir. Nitekim turizm ve mesleki İngilizce öğretimi bağlamında gerçekleştirilen araştırmalar, okuma becerisinin rehberlerin mesleki bilgi güncellemeleri, planlama süreçleri ve yazılı kaynaklardan yararlanabilmeleri açısından işlevsel bir önem taşıdığını ortaya koymaktadır (Bayram, 2016; Uysal vd., 2016). Bu bağlamda, mevcut çalışmada okuma becerisinin ikincil bir beceri olarak algılanması, literatürde vurgulanan destekleyici fakat bağlama özgü okuma kullanımıyla örtüşmektedir. Dolayısıyla okuma becerisinin, turist rehberliği programlarında genel bir dil becerisi olarak değil, mesleki ihtiyaçlara hizmet edecek şekilde yapılandırılması gerektiği söylenebilir.

Turist rehberliği bölümlerinde verilen yabancı dil eğitiminin niteliği ile öğrencilerin mesleki yeterlik algıları ve mesleği icra etme eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunduğunu ortaya koyan çalışmalar, mesleki bağlamla uyumlu dil öğretiminin önemini vurgulamaktadır (Cansu ve Tanrısever, 2020)

6.5. Bulguların Mesleki İngilizce Öğretimi Program Tasarımına Yansımaları

Araştırmadan elde edilen bulgular, turist rehberlerine yönelik İngilizce öğretim programlarının mesleki İngilizce öğretimi yaklaşımı temelinde yapılandırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bulgular, dil becerilerinin eşit ağırlıkta ele alınmasından ziyade mesleki ihtiyaçlara göre önceliklendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu durum, mesleki İngilizce öğretimi yaklaşımının temel ilkeleriyle uyumludur (Basturkmen, 2010). Dil öğretiminin yalnızca dilbilgisel doğrulukla sınırlı kalmayıp, bağlama uygun ve işlevsel kullanımını hedeflemesi gerektiği de vurgulanmalıdır (Canale, 1983).

7. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma, turist rehberlerinin mesleki bağlamda ihtiyaç duydukları İngilizce dil becerilerini belirlemek amacıyla yürütülen bir ihtiyaç analizi çalışmasıdır. Araştırmadan elde edilen bulgular, turist rehberliği bağlamında konuşma ve dinleme becerilerinin, diğer temel dil becerilerine kıyasla daha yüksek önem düzeyleriyle değerlendirildiğini göstermektedir. Bu durum, turist rehberliğinin doğası gereği yüz yüze, anlık ve karşılıklı sözlü etkileşime dayalı bir meslek olmasıyla ilişkilendirilebilir.

Buna karşılık, okuma ve yazma becerilerinin daha düşük ortalama değerlere sahip olması, bu becerilerin mesleki uygulamalarda tamamen önemsiz olduğu anlamına gelmemekle birlikte, günlük rehberlik faaliyetlerinde daha

çok destekleyici bir role sahip olduğunu düşündürmektedir. Bulgular, turist rehberlerinin İngilizceyi ağırlıklı olarak işlevsel ve iletişim odaklı bir araç olarak kullandıklarını ortaya koymaktadır.

Bu doğrultuda, turist rehberlerine yönelik Mesleki İngilizce öğretim programlarının, dil becerilerini eşit ağırlıkta ele almak yerine, konuşma ve dinleme becerilerini merkeze alan, gerçek yaşam senaryolarına dayalı ve etkileşim odaklı bir yaklaşımla yapılandırılması önerilmektedir. Politika yapımcılar ve program geliştiriciler, rehberlik mesleğinin iletişim temelli yapısını dikkate alarak, özellikle sözlü iletişim becerilerini geliştirmeyi hedefleyen içeriklerle ve uygulamalı öğrenme fırsatlarına programlarda daha fazla yer verebilir. Alt madde analizleri, konuşma ve dinleme becerilerinin mesleki bağlamda farklı işlevlere sahip olduğunu göstermiştir. Turistlerle etkili iletişim kurabilme, sorulara anında yanıt verebilme, açıklama yapabilme ve farklı aksanları anlayabilme gibi becerilerin katılımcılar tarafından yüksek düzeyde önemli görüldüğü belirlenmiştir. Bu bulgular, turist rehberlerinin İngilizceyi ağırlıklı olarak işlevsel ve iletişim odaklı bir araç olarak kullandıklarını göstermektedir.

Aktif turist rehberleri ile turist rehberliği programı öğrencilerinin İngilizce becerilerine ilişkin değerlendirmeleri Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır. Analiz sonuçları, dört temel becerinin hiçbirisi açısından gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığını ortaya koymuştur. Bu bulgu, öğrencilerin henüz mesleğe başlamadan önce turist rehberliğinde gerekli görülen İngilizce becerilere ilişkin farkındalık geliştirdiklerini göstermesi açısından dikkat çekicidir.

Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda, turist rehberliğine yönelik İngilizce öğretim programlarının mesleki İngilizce öğretimi yaklaşımı temelinde yapılandırılması önerilmektedir. Programlarda özellikle konuşma ve dinleme becerilerini geliştirmeye yönelik, mesleki senaryolara dayalı ve etkileşim odaklı etkinliklere ağırlık verilmelidir. Tur anlatımı, turist sorularına yanıt verme, problem çözme ve beklenmedik durumlarda iletişim kurma gibi gerçek yaşam durumları öğretim sürecinin merkezine alınabilir.

Okuma ve yazma becerileri ise turist rehberliği bağlamında destekleyici beceriler olarak ele alınmalı; bu becerilere yönelik içerikler, mesleki kullanım alanlarıyla doğrudan ilişkilendirilmelidir. Tur programları, bilgilendirici metinler, kısa yazılı açıklamalar ve dijital içerikler üzerinden yürütülecek etkinlikler, bu becerilerin işlevsel biçimde geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma, belirli bir örneklem grubu ile sınırlıdır ve sonuçların tüm turist rehberlerine

genellenmesi konusunda temkinli olunmalıdır. Gelecek araştırmalarda daha geniş ve farklı bölgeleri kapsayan örneklemelerle çalışmalar yürütülebilir. Ayrıca nitel veri toplama yöntemleri kullanılarak turist rehberlerinin İngilizce kullanım deneyimleri daha derinlemesine incelenebilir.

Sonuç olarak bu araştırma, turist rehberlerinin İngilizce dil ihtiyaçlarına ilişkin güncel ve bağlama özgü veriler sunmakta; turist rehberliğine yönelik mesleki İngilizce öğretimi temelli İngilizce öğretim programlarının tasarlanmasına ve geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

Bu araştırmanın bulguları doğrultusunda, turist rehberliği alanında görev yapacak bireylerin uluslararası turizm bağlamında etkili iletişim kurabilmelerini desteklemek amacıyla politika yapıcıların aşağıdaki hususları dikkate alması önerilmektedir. Öncelikle, turist rehberliği eğitim programlarında yabancı dil öğretimi, genel dil yeterliği anlayışından ziyade mesleki İngilizce öğretimi yaklaşımı temelinde yeniden yapılandırılmalıdır. Bu kapsamda konuşma ve dinleme becerilerine öncelik veren, gerçek tur senaryolarına dayalı ve görev temelli öğretim modelleri teşvik edilmelidir.

Ayrıca, yabancı dil yeterlik şartının kaldırıldığı mevcut yasal düzenlemeler çerçevesinde, özellikle yabancı turistlerle çalışacak rehberler için hizmet içi mesleki İngilizce eğitimlerinin yaygınlaştırılması ve teşvik edilmesi önem taşımaktadır. Bu tür uygulamalar, hem rehberlik hizmetlerinin kalitesinin korunmasına hem de Türkiye'nin uluslararası turizmde rekabet gücünün sürdürülebilir biçimde artırılmasına katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akgül, O., ve Aktaş, A. C. (2023). Turist rehberlerinin ve rehber adaylarının yabancı dil sınavı başarıları üzerine bir değerlendirme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 192–203.
- Arabacıoğlu, D., ve Boraoglu, B. B. (2023). The moderating role of information quality in the relationship between guides' communication skills and tour satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 26(4), 813-832. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1528008X.2023.2264510>
- Arslan, A., ve Tanrıverdi, A. (2022). Turist rehberlerinin mesleki performansının turistlerin memnuniyetine etkisi. *Yönetim ve Ekonomi*, 29(2), 237-257.
- Aysu, S., ve Özcan, F. H. (2021). Needs analysis in curriculum design: Language needs of tourism students. *Sakarya University Journal of Education*, 11(2), 305–326. <https://dergipark.org.tr/en/pub/suje/issue/64422/854993>
- Basturkmen, H. (2010). *Developing courses in English for specific purposes*. Palgrave Macmillan.
- Bayram, G.E. (2016). Yabancı dil öğretim yöntemlerinin turizm rehberliği açısından incelenmesi. *Journal of Research in Education and Teaching*, 5(4), 136-147.
- Büyükkuru, M., ve Aslan, Z. (2016). Turist rehberlerinin iletişim becerilerinin turistlerin tur deneyimi üzerine etkisi: Nevşehir ilinde bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34), 338-354.
- Canale, M. (1983). From communicative competence to communicative language pedagogy. İçinde J. C. Richards & R. W. Schmidt (Eds.), *Language and communication* (pp. 2–27). Longman.
- Cansu, E., ve Tanrısever, C. (2020). Turist rehberlerinin yabancı dil eğitimleri üzerine bir araştırma. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 9(1), 26-44.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language*. Cambridge University Press
- Çokal, Z. (2015). *Bir kültür elçisi olarak profesyonel turist rehberinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısına yönelik turist algılamaları: Kapadokya Örneği*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
- Dudley-Evans, T., ve St John, M. J. (1998). *Developments in English for specific purposes*. Cambridge University Press.
- Ekici, N. (2003). *A needs assessment study on English language needs of the tour guidance students of Faculty of Applied Sciences at Başkent University: A case study* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Hutchinson, T., ve Waters, A. (1987). *English for specific purposes: A learning-centered approach*. Cambridge University Press.

- Hymes, D. (1972). On communicative competence. İçinde J. B. Pride & J. Holmes (Eds.), *Sociolinguistics* (pp. 269–293). Penguin.
- Kul, E., Dedeoğlu, B.B., Nuray Küçükergin, E., De Martino, M. & Okumus, F. (2024), The role of tour guide competency in the cultural tour experience: the case of Cappadocia, *International Hospitality Review*, 39(2), 254–277 <https://doi.org/10.1108/IHR-04-2023-0021>
- Namtapi, I. (2022). Needs analysis of English for specific purposes for tourism personnel in Ayutthaya. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 15(1), 409–439 <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/LEARN/article/view/256730>
- Nguyen, D. T., ve Modehiran, P. (2023). English for tour operators and tour guides: Learning needs from stakeholders' voices. *The Scholar: Human Sciences*, 15(2), 207–217. <https://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/Scholar/article/view/7252>
- Orang'i, D. O. (2021). Listening and speaking skills as learning and target needs in Business English program for tour guide students in Kenya. *Journal of Applied Linguistics and Literature*, 6(1), 11–31. <https://doi.org/10.33369/joall.v6i1.11437>
- Pang, B., Majid, F. B. A., ve Narayanan, G. A. (2025). Needs analysis of English-language use of tourism personnel in Xi'an, China. *Arab World English Journal*, 16(3), 315–328. <https://dx.doi.org/10.24093/awej/voll6no3.19>
- Prachanant, N. (2012). Needs analysis for English communication skills of Thai tourism employees. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 66, 117–125. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.253>
- Ratminingsih, N. M., Suardana, M., ve Martin, A. A. N. Y. (2018). English for tour guide: A need analysis of a contextual-based language teaching. *SHS Web of Conferences*, 42, 00012. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20184200012>
- Resmi Gazete. (2024). *Turist rehberliği meslek kanunu ile seyahat acentaları ve seyahat acentaları birliği kanununda değişiklik yapılmasına dair kanun*. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2024/04/20240427-1.htm>
- Schenker, T. (2012). Intercultural competence and cultural learning through telecollaboration. *CALICO Journal*, 29(3), 449–470.
- Tanrısever, C., Bektaş, İ., ve Koç, D. E. (2019). Dünyada turist rehberliği eğitimi. *Uluslararası Turizm ve Eğitim Dergisi (TURED)*, 2(1), 44–56. <https://doi.org/10.34090/tured.582099>
- Toksöz, D., ve Öter, Z. (2022). Turist rehberlerinin yabancı dil konuşma zorunluluğu olmalı mı? Seçilmiş ülkeler üzerine bir değerlendirme. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1643–1654.

- Uysal, D., Temizkan, S.P., ve Taşlıca, N. (2018). Investigation of the needs of higher education tourism students for English. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 1(1), 18-28.
- Yanti, Y., Manara, C., Ekarina, E., ve Engliana, E. (2024). English communicative needs analysis for tourist guides on Untung Jawa Island. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(3), 259–271 <https://doi.org/10.37329/cetta.v7i3.3526>
- Yekimov, S., Tsypko, V., Nianko, V., Haponenko, S., ve Lapmeka, M. (2022). Questions of formation of communicative competence of future specialists in the field of tourism. *Proceedings of the International Conference on Socio-Economic Systems Stability and Security*.
- Yu, X., Weiler, B., ve Ham, S. (2002). Intercultural communication and mediation. A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8(1), 75-87. <https://doi.org/10.1177/135676670200800108>

Dionysos Tapınakları Bağlamında Kült, Mimari ve Krallık Politikası İlişkisi

Hayat Çelik¹

Özet

Bu çalışma, Dionysos kültürünü mitolojik, ritüel ve mimari boyutlarıyla bütüncül bir çerçevede ele alarak tanrının Antik Yunan ve Anadolu'daki kültür pratiğini tarihsel süreç içerisinde incelemektedir. Dionysos'un panteona geç dâhil edilmiş bir tanrı olmasına karşın, tragedya geleneğinin oluşumunda üstlendiği belirleyici rol ve geniş coğrafyalara yayılan kültür uygulamaları, çalışmanın temel eksenlerinden birini oluşturmaktadır. Kent Dionysia, Anthesteria, Kır Dionysiası ve Lenaia gibi başlıca festivaller; epigrafik veriler, antik kaynaklar ve arkeolojik bulgular doğrultusunda ritüel yapı, kurban uygulamaları, fallik sembolizm, dramatik yarışmalar ve kutsal evlilik (hieros gamos) törenleri açısından ayrıntılı biçimde değerlendirilmiştir. Çalışma ayrıca Naxos Yria, Delos Stoibadeion, Knidos, Thebai, Baalbek ve Side'deki Dionysos tapınaklarını mimari düzen, yapı evreleri, kültür heykelleri ve politik-toplumsal işlevleri bağlamında analiz ederek tanrının mekânsal temsilini ortaya koymaktadır. Hellenistik ve Roma dönemlerinden Bizans'a uzanan süreçte tapınakların geçirdiği dönüşümler, kültürün sürekliliği ve yerel kimliklerle etkileşimi açısından irdelenmiştir. Sonuç olarak çalışma, Dionysos'un kültür pratiğinin ritüel dinamizmini, mimari repertuarını ve siyasal meşruiyet üretimindeki rolünü disiplinlerarası bir yaklaşımla kapsamlı biçimde ortaya koymaktadır.

1. Giriş: Yunan Pantheonunda Dionysos

Yunan Mitolojisinin en ilginç tanrılarından birisi kuşkusuz Dionysos'tur². Antik Yunan dönemi boyunca Yunan tragedyalarına konu olması, adına bayramlar ve ritüeller düzenlenmesi ve tapınaklar ve kutsal alanlar inşa edilmesi ile ön plana çıkmış bir tanrıdır. Bakkhos, Bromios, Euhios, Dithyrambos, İakkhos ve İobakkhos gibi birçok isme sahiptir. Yaygın olarak

1 PhD, Arkeolog, hayatclk38@gmail.com, Orcid Id: 0009-0006-7224-2131

2 Erhat 2007, 91-96; van Loven & Regn 2010, 236-253.

Dionysos ve Bakkhos ismi ile anıldığını görürüz. Dio ve -nysos olarak 2'ye ayrıldığı zaman, Dio'nun Yunanca "tanrı" anlamına geldiği ve Nysos ise Homeros'un İlyada eserinde Trakya'da olduğu söylenen Nysa adlı dağ ile ilintilidir.³ Dionysos Hera'nın gazabından kurtararak Nysia Dionysos tiyatrosu frizlerinde Dionysos'un doğumunun anlatıldığı frizler ortaya çıkarılmıştır.⁴ Dionysos'un diğer adı olan Bakkhos ise Yunanca Βακχάω fiilinden türemiştir ve kendinden geçmek, coşkuya kapılmak anlamına gelir. Βακχείος kelimesi de bu fiilden türemiş olup Bakkhos ayinlerinin yapıldığı alan, tapınak anlamına gelmektedir. Dionysos Yunan pantheonuna sonradan katılmış bir tanrı olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle başlangıçta tanrı olarak benimsemekte güçlük çekilmiştir. Homeros'un İlyada'da aktardığına göre Dionysos, Zeus ile Semele'nin oğludur⁵. Zeus ölümlü bir kadın olan Semele ile birleşir ama Semele birlikte olduğu Zeus'un gücüne tam inanmamıştır ve onu bütün gücüyle görmek ister. Zeus da yıldırım ve şimşeklerle kendisini gösterince Semele yıldırımla çarpılıp ölür. Fakat karnında Zeus'tan olan çocuğu vardır. Zeus Semele'nin karnındaki çocuğu alıp kendi baldırına koyar ve tekrar doğugunu sağlayarak hayata getirir.

Apollodorus ve Diodorus Sicilus'un aktardığına göre şarabı icat eden tanrı Dionysos olarak bilinmektedir.⁶ Μαίνομαι tam olarak bu tanrıya erme, tanrıya karışma ve tanrılaşıma yetisini anlatmaktadır. Nitekim bu fiilden türemiş olan Mainad'lar Dionysos'un yoldaşı olan kadınlardır ve bir çeşit çılgınlık ve coşku içinde doğayı dolaşırlar. İnsan, yaratıcılığın bu tanrısal nefesin dışarıya vurmasıyla ortaya çıkıp elde edilebileceğini anlamıştır. Yunan tragedyasının doğmasında ana etken olarak görülen Dionysos'a özgü olan her türlü tutum ve davranışlar, tragedyalara, şarkılara, şiirlere ve danslara konu olmuştur.

Yunan mitolojisinde, tanrılar pantheonunda en üstün sayılan tanrıların babası Zeus'un oğlu Dionysos, yaygın olarak üzüm ve şarap tanrısı olarak bilinir. Antik Yunan'da Dionysos için festivaller düzenlenir, bu festivaller çeşitli riteller içerirdi. Dionysos onuruna şarap içilir, ziyafet verilir, oyunlar sahnelenir, dans edilirdi. Dionysos kültü, Dionysos'un Romanize ismi olan Bakkhus olarak bilinir. Roma'da özellikle M.Ö. 2. yüzyılda kontrolsüz bir şekilde yayılmaya başlamıştır. Antik yazarlardan Livius, bir veba salgınına benzettiği bu dinin Roma'ya Etruria'dan gelerek yayıldığını söylemektedir ve Etruria'ya getiren kişinin bir Yunanlı olduğunu ancak onun eğitilmiş Yunan

3 İl. 6, 133.

4 Diod. 1, 15, 6.

5 İl. 14, 325.

6 Apollod. 3, 5, I; Diod. Sic. 3, 62, 2-5.

ırkının meziyetlerinden yoksun bir falcı ve bir kurban kesici, safsatalarla halkın zihnini bozacak nitelikte bir gece ayinleri düzenleyicisi olduğunu belirtmektedir.⁷ Başlangıçta Dionysos onuruna düzenlenen festivaller daha kapalı daha gizli olarak ve daha az sayıda kişinin katılımıyla kutlanmıştır. Törenler sırasında yapılan ritüellerde aynı şekilde olmak üzere kutlanmış ancak bazı aşırılıklarında yapılmış olduğu bilinir.

Bakkhus festivallerinde yapılan ritüellerin cazibesine kapılan insanlar bu gizemleri tanımak isteyen adayların ritüellere katılma süreci on gün sürerdi. Bu kişiler on gün içerisinde cinsel ilişkiye girmez, onuncu gün çok az yemek yer ve suyla temizlenerek beden ve ruhen arınmış olarak sunağa girerlerdi. Başlangıçta düzenlenen ilk ritüellere sadece kadınlar katılmış ve rahiplerin görevlerini de onlar yapmışlardır. Ancak daha sonra bu şenliklere erkekler de katılmış bununla birlikte önceleri gündüz yapılan törenler gece yapılı hale gelmiştir.⁸ Livius, bu törenlere engel olmak isteyen kişilerin kurban olarak seçildiklerini, kadınların Bakkhalar gibi giyinerek, saçlarını dağıtarak ve ellerine yanan meşaleler alarak Tiber Nehri'nin aşağı kısmına koştuklarını ve bunları suya soktuklarını anlatır. Hemen her yaştan kişilerin katılabildiği törenler daha sonra ahlaki açıdan bozulmaya en elverişli dönemde olmaları nedeniyle yirmi yaşından küçük gençlerin katılmaları yasaklanmıştı. 186 yılında çıkarılan Senatus bildirisiyle Bakkhanalia yasaklanmış ve bu törenler sırasında yapılan aşırılıklar nedeniyle katılanların cezalandırılması istenmiştir. Bu değişimlerden sonra Bakkhus'un eskiden kalan sunakları ve heykelleri dışında yeni sunak ve heykel yapılması, tapınak inşa edilmesi ve eski tapınak, heykel ve sunaklarının onarılması yasaklanmıştır. Bu yasaklardan sonra Romalılar, Bakkhus'un adıyla özdeşleştirdikleri Liber adına düzenlenen ve çok eskiden beri kutlanan Liberalia bayramlarına yönelmişlerdir.⁹

2.DİONYSOS BAYRAMLARI

2.1.Kent Dionysia-Büyük Dionysia

Kent Dionysiası en büyük Dionysos bayramıdır.¹⁰ Atina'da yapılan en önemli bayramlardan biri olarak görülmüş ve Atina dışından da katılım olmuştur.¹¹ Elaphebolion ayında günümüz Mart- Nisan arasında

7 Liv. 39. 8.

8 Liv. 39. 13.

9 Nilsson 1957, 14-19.

10 Deubner 1932, 138., Pickard-Cambridge 1968, 57-59., Kerenyi 1976, 315-330., Parke 1977, 125-136.

11 Deubner 1932, 138-142, Pickard-Cambridge 1968, 57-101., Kerenyi 1976, 315-330.,

kutlanmaktadır.¹² Ancak bayramın tam olarak başladığı ve bittiği günler tam olarak bilinemese de Elephabolion ayının 10'u olduğu bazı araştırmacılar tarafından öne sürülmüştür.¹³ εισαγωγή, πομπή, κῶμος, üç aşamalı olarak gerçekleştirilen bayramdır.¹⁴ Atina ve Boetia arasında bulunan Eleutherea'da yer alan tapınakta kutlanılmaktaydı.¹⁵ Bayram Atina'dan Eleuteria kentine Dionysos heykelinin taşınmasıyla başlatılırdı.¹⁶ Heykel Eleuteria yakınlarında Akademi tiyatrosuna götürülmüş ve orada tiyatro oyunları sahnelenmiştir.¹⁷ Bayramların önemli bir bölümü sayılan geçit töreni epimeletai "ἐπιμεληταί" yardımıyla Eponymous Archon tarafından düzenlenir.¹⁸ Aristophanes eserinde epimelatailerin 10 kişi olduklarını ve geçit töreni giderlerini seçilen kişilerin karşılamış olduğunu yazar.¹⁹ Geçit töreninde soylu bir genç kız kutsal nesnelerle dolu olan sepeti taşırdı.²⁰ IG ii² 2318 çok bloklu 12 parça halinde Atina Akropolis'inde ele geçen Pentelikon mermeri yazıtında, Kent Dionysiası bayramında her yıl yapılan, erkek çocukların katıldığı didhyramlar ve dramatik yarışmaların sonuçları tarihleriyle birlikte ve katılan kabilelerin isimleriyle birlikte kaydedilmiştir.²¹ Yazıtta geçen bazı kabilelerin isimleri Oeneis, Hippothontistir.²² Yazıtta geçen en erken ve en geç tarihler MÖ 473/2, MÖ 329/328'e dayanır.²³

Atina'da ele geçen yazıtta kentsel dionysia'nın kurban derilerinden elde ettiği gelirler yazılmıştır. Büyük Dionysialılardan sığırların resmi alıcılarının "βοῶναι" 808, 306 ve 277 drahmi alınmış olduğu kaydedilmiştir.²⁴ 808 drahminin 240 hayvan derisi olabileceği Fergüson tarafından hesaplanmıştır.²⁵ Dionysos onuruna yüksek sayıda sığır, keçi ve çcuk kurban edilmekteydi.²⁶

12 Deubner 1932, 142., Pickard-Cambridge 1968, 63-67., Ferguson 1948, 134-135.,

13 Deubner 1932, 142., Pickard-Cambridge 1968, 63-67., Ferguson 1948, 134-135., Mikalson 1975, 125-129.

14 Pickard-Cambridge 1968, 61-68., Spineto 2005, 217-230.

15 Pickard-Cambridge 1968, 61-68., Spineto 2005, 217-230.

16 Pickard-Cambridge 1968, 61-68., Spineto 2005, 217-230.

17 Pickard-Cambridge 1968, 61-68., Spineto 2005, 217-230.

18 Paleothodoros 2012, 51-67.

19 Aristophanes Ath 56. 4-6.

20 Spineto 2005, 301-304., Bruid-Zaidman 1990, 382-384.

21 Milis-Olson 2012, 5-6.

22 Milis-Olson 2012, 5-6.

23 Milis-Olson 2012, 5-6.

24 IG II2 1496, Ferguson 1948, 134.

25 Ferguson 1948, 134., Parke 1986, 127.

26 Ferguson 1948, 134. SEG 33:147;

Hellenistik Dönem’de yazıtında Pire’de Kentsel Dionysia’da sığır kurban edildiği ile ilgili yazıtlar ele geçmiştir.²⁷

Atina *SEG 31:67*:

“... [— — — — —]ρηι [κ]ατὰ τὰ πά-

[τρια καὶ εἰς Παναθήν]αια βὼν καὶ πανο-

[πλίαν καὶ εἰς Διονύ]σια βὼν καὶ φαλλό-

[ν] ἄ[π]ά[γεν ἀριστεῖο]ν ἐπειδὴ [τ]υγχάνοσ- 5

[ι] ἄποικοι ὅ[ντες τ]οῦ δήμου τῷ Ἀθηναίων·

Kent Dionysiası içerisinde geçit töreninden sonra fallophoria töreni gerçekleştirilmiştir.²⁸ Kent Dionysia’sında fallus taşınması Kır Dionysiası ile ortak yapılan ritüeller arasında yer alır.²⁹ Brea ve Paros’ta iki Atina koloninin kurulmasında Dionysios onuruna kente Sığır kurbanı ve fallus gönderilmiştir.³⁰ Bu fallusların işlenmesi kolay olan incir ağacından yapılmış oldukları ve üzerlerinde cinsel imalar içeren betimler yapılmıştır.³¹ Dionysios bayramlarında fallusların varlığı Aristophanes’in eserinde yer alan mitolojik efsane Dionysios bayramlarında fallusların neden yer aldığı konusu hakkında açıklayıcıdır.³² Burada anlatılan efsaneye göre Dionysios, annesi Semeleyi bulabilmek için Hades’e giden yolu Prosimno’dan öğrenmiştir.³³ Prosimno bu iyiliğine karşılık olarak Dionysios’tan kendisine cinsel bir iyilik ister.³⁴ Ancak Dionysios Hades’ten döndüğünde Prosimno’nun ölmüş olduğunu öğrenince onun için incir ağacından bir fallus oymuştur.³⁵ Bu fallusların tören bittikten sonra yakılmış oldukları düşünülür.³⁶

Delos’ta ele geçen yazıtta Dionysos bayramları sırasında savaş arabası ile fallus taşınmış olduğu yazılmıştır.³⁷ Atina’da Paros’ta ise Dionysios’u bir tanrı olarak kabul etmeyenlere Dionysios Fallus ritüeli yapıncaya kadar cinsel

27 Fergusson 1948, 134. *SEG* 33:147;

28 Spineto 2005, 213-217.

29 Guettel Cole 2011,

30 Ar. Ach. 243. Guettel Cole 1993, 28.

31 Ar. Ach. 243. Guettel Cole 1993, 28.

32 Ar. Ach. 243. Guettel Cole 1993, 28.

33 Ar. Ach. 243. Guettel Cole 1993, 28.

34 Ar. Ach. 243. Guettel Cole 1993, 28.

35 Ar. Ach. 243. Guettel Cole 1993, 28.

36 Guettel Cole 1993, 28.

37 *IG* II2 673., Guettel Cole 1993, 28.

bir ceza vermiş olduğundan Pausanias ve Aristophanes söz eder.³⁸ Tiyatro gösterileri sonrasında taç giyme töreni gerçekleştirilmiştir.

2.2. Anthesteria

Anthesteria en eski Dionysos bayramıdır.³⁹ Antik yazarlardan Thukydides'in Peleponnesos Savaşı eserinde Anthesteria bayramının Limnaion'da kutlanan en eski bayram olduğundan bahseder.⁴⁰

“...καὶ τὸ <τοῦ> ἐν Λίμναις Διονύσου, ὃ τὰ ἀρχαιότερα Διονύσια [τῇ δωδεκάτῃ] ποιεῖται ἐν μηνὶ Ἀνθεστηριῶνι, ὥσπερ καὶ οἱ ἀπ' Ἀθηναίων Ἴωνες ἔτι καὶ νῦν νομίζουσιν...”

“... İonyalıların geleneğine göre, Atinalıların torunları Anthesterion ayında Limnaion'daki Dionysos tapınağında kutlanan en eski, ...”

Anthesterion ayının 11, 12, 13. Günlerinde günümüz şubat, mart ayı ortasına denk gelen tarihlerde kutlanırdı.⁴¹ Mayalanan şarabın açılışı kutsanmaktadır.⁴² Anthesteria bayramda üç günde gerçekleştirilen ritüeller yapıldı. Birinci günde yapılan ritüellere “Pithoigia”, ikinci günde yapılan ritüellere “Xóes” choes üçüncü günde yapılan ritüellere “Khytrai” adı verilmiştir.⁴³ “Xóes” choes gününde şarap fiçıları açılmıştır. Xύτροι olarak adlandırılan bir kaptan adını alan üçüncü gün ölülere adanmıştır.⁴⁴ Şarap fiçılarının açıldığı ilk gün dışında kapalı olan Limnaion'te bulunan Dionysos tapınağında şaraplar karıştırılarak Dionysos'a sunulduktan sonra orada bulunan diğer kişilerinde şaraptan tatmasına izin verilmiştir.⁴⁵ Herkesin katıldığı içki yarışmaları yapılmıştır.⁴⁶ 3 yaşını aşmış küçük çocuklara taç giydirilir, çeşitli oyun sahneleri ve günlük hayattan sahnelerin yer aldığı oyunlar segilenir ve küçük khoesler hediye edilmiştir.⁴⁷ Anthesteria bayramının en önemli ritüellerinden biri olan Hieros gamos basilina ve archon arasında temsili olarak gerçekleştirilmesidir. Oldukça gizli tutulan bu ritüelin

38 Paus 1,2,5., Ar. Ach 243., Clay 2004, 10-20.

39 Thuk. 2.15.4. Spineto 2005, 14-15.

40 Thuk. 2.15.4.

41 Deubner 1932, 93-123., Pickard-Cambridge 1968, 10-25., Kerenyi 1976, 300-315., Parke 1977, 107-127.

42 Pickard-Cambridge 1968, 1-25.,

43 Pickard-Cambridge 1968, 1-25.,

44 Pickard-Cambridge 1968, 10-25.,

45 Deighton 2012, 55.

46 Pickard-Cambridge 1968, 10-25.,

47 Pickard-Cambridge 1968, 10-25.,

detayları hakkında pek bir şey bilinmez.⁴⁸ Üçüncü ve son gün adını içerisinde pansperia'nın hazırandığı kaptan alır.⁴⁹ Söz konusu karışım bal ve çeşitli tohumlardan yapılmıştır.⁵⁰ Hades'ten ve bir günlüğüne yeryüzüne çıkmış olan ruhlara pansperia sunusu yapılmıştır.⁵¹ Sosyal yaşamda erkeklerden geride tutulan kadınlar, çocuklar ve köleler bu günde ön plana çıkarılmışlardır. Ölümlere ise günahkar sayıldıkları için bir günlüğüne yeryüzüne gelmelerine izin verilmiştir.⁵²

Anthesterion bayramının 2. gününde Hieros gamosta keskin dişleri olmayan ateş kırmızısı ya da siyah bir keçi kurban edilmesi gerektiği yer alır.⁵³

‘... Ποσιδειῶνος, Διονύσια.

Γαμηλιῶνος, Ἥραι, Ἱερῶι Γάμωι [...7...]

Ἀνθεστηριῶνος, Διονύσωι, δω[δεκάτη],

αἴγα λειπεγνώμονα πυρρὸν ἢ [μέλανα, Δ]-

ιασίοις, Διὶ Μυλῖχίωι οἶν πρα[τόν.]...’’⁵⁴

Erchia’da ele geçen yazıtta Hieros gamos için boynuzları çıkmamış yavru keçi adak olarak adandığı yazılmıştır.⁵⁵

‘...[E]λαφηβολιῶνο- 45

ς ἔκτηι ἐπὶ δέ-

κα, Σεμέληι, ἐπ-

ὶ τοῦ αὐτοῦ βω-

μοῦ, αἴζ, γυναι-

ξὶ παραδόσιμ- 50

ος, ἱερέας τὸ δ-

έρμα, οὐ φορά, Δ.

48 Pickard-Cambridge 1968, 10-25.,

49 Pickard-Cambridge 1968, 10-25.,

50 Pickard-Cambridge 1968, 10-25.,

51 Pickard-Cambridge 1968, 10-25.,

52 Pickard-Cambridge 1968, 10-25.,

53 SEG 33:147 Thorikos MÖ 380-375. Luppe 2005, 113-149.

54 SEG 33:147 Thorikos MÖ 380-375.

55 SEG 21:541 Erchia MÖ 375-350. Daux BCH 87 1963, 603-634.

Dionysos keçi adanması ile ilgili olabilecek iki epilete sahiptir. Bunlardan biri siyah keçi derili anlamına gelen Menaigis epiletidir.⁵⁶ Keçi boğazlayan anlamına gelen Aegobolos epiletidir. Aegobolos epileti boiotia, Pontias, Apaturias'ta⁵⁷; Menaigis epileti ise Atina, Apaturias'ta bunun düzgün cümlesini bul yoksa çıkar. Tanrı PAN'ın kur yapma özelliğinden dolayı Satyr ve Silen'lerin Klasik Dönem'de keçi ikonografisinde betimlenmişlerine yansımıştır. Arkaik Dönem'de ise Satyr ve Silenler ikonografik olarak ata benzerdirler.⁵⁸ Antik Dönem'de Dionysos onuruna kutlanan bayramın adına Anthesteria denilmemektedir.⁵⁹ Bu isim Thasos gibi yerlerde kullanılırdı.⁶⁰ Bayram üç günde yapılan ritüellerden yola çıkılarak ayrı ayrı isimlendirilmiştir. Anthesterion ayında kutlanan Anthesteria bayramının adının bu aydan alıp almadığı ya da bayramın mı Anthesteron ayına ismini verip vermediği belirsizdir.⁶¹ Aristophanes, *acharneia* eserinde bayramın her bir gününün ayrı isimlendirildiği ya da "Χόες καὶ Χύτροι" adıyla adlandırıldığı yer alır.⁶² Thukydides ise Anthesteria bayramının adından "τὰ ἀρχαιότερα Διονύσια" olduğu bilgisi verilir. İkinci günde gerçekleştirilen önemli bir diğer ritüel kutsal evliliğin canlandırılmasıdır.⁶³ Canlandırılan evlilik sahnesine gizli düğün töreni anlamına gelen "basilina arheta hiera" adı verilmiştir. Düğün canlandırması için kaynak suyun civarında 7 çiftten oluşan 14 sunak kurulmuştur.⁶⁴ Dionysos'un eşini temsil eden kült heykeli kutsal yağlarla tamamen yağlanarak sunağa yerleştirilmiştir.⁶⁵ Kutsal evlilik "hieros gamos" için hazırlanan gelin basileus'un eşi Dionysos'un gemisi ile agoranın merkezinde yer alan Dionysos direğine götürülür ve burada hieros gamos gerçekleştirilirdi.⁶⁶ Tören sırasında başlarına bir tür bant takarak satyr maskesi takmış olan rahiplerle birlikte bir alay oluştururlar.⁶⁷ İkinci günde gerçekleştirilen ritüellerden bir diğeri Dionysos rahibinin yönettiği bir şarap içme yarışması düzenlenmesidir. Yarışma trompetlerin çalınmasıyla

56 Paus. 2.35.1., Nonn. D. 27.302.

57 Paus. 9.8.1.

58 Carpenter 1986, 76-126.,

59 Pickard-Cambridge 1968, 1-25.,

60 SEG 17:415. BCH 82 1958, 193-267.

61 Spineto 2005, 13-18.

62 Ar. Ach. 1076-1077.

63 Pickard-Cambridge 1968, 1-25.,

64 Pickard-Cambridge 1968, 1-25.,

65 Pickard-Cambridge 1968, 1-25.,

66 Pickard-Cambridge 1968, 1-25.,

67 Pickard-Cambridge 1968, 1-25.,

başlar. Yarışma süresince essiz kalırlardı.⁶⁸ Anthesteria bayramında Limnaion dışında tüm kapınaklar kapatılmıştır. Alış çiğnenmiştir.⁶⁹

2.3. Kır Dionysiası

Atina’da τὰ κατ’ἀγρὸς Διονύσια olarak adlandırılan bayramdır.⁷⁰ Posideon ayında günümüz Aralık-Ocak arasında kutlanmaktadır.⁷¹ Bereket simgesi olarak phallus taşınmıştır.⁷² Kırsal Dionysos Icaria, Pire ve Eleusis’te epigrafik veriler ele geçmiştir. Icaria’da kutsal alandan ele geçtiği düşünülen MÖ 530 yılına tarihlendirilen Dionysos heykeli adak yazıtında. Kırsal Dionysiası Atina tarafından millileştirilmiştir.⁷³ Pire’de ele geçen kararnamede Dionysos alayı için sokakları güzelleştirip hazırlama görevi verilmiştir.⁷⁴ Pire’nin özel statüsü nedeniyle burada yapılan temsillerin giderleri devlet tarafından karşılanmaktadır.⁷⁵ Pire’de yapılacak Dionysia bayramı için rahipler sığır alımı için 311 ve 280 drahmi adaklar için ödendiği ve artan paranın devlete geri verildiği kaydedilmiştir.⁷⁶

Dionysos onuruna düzenlenen bir diğer bayram olan Kır Dionysia ile ilgili bilgileri Aristophanes’in “Kömlürcüler” eserinden öğrenmekteyiz.⁷⁷ Bu bayramın en ayırtedici özelliği phallik bir ritüel içermesidir. Yapılan ritüeller sırasında şarkılar söylenirken phallos taşıyıcı yani phallophoros olarak adlandırılan bir kişi ahşaptan yontulmuş, çeşitli kurdelelerle süslenmiş ve farklı renklere boyanmış ereksiyon halindeki bir phallos taşımaktaydı. Phallophoros taşıyan kişilerin bu türdeki hastalıklarına şifa bulmak amacıyla bu görevi üstlenerek yapılan ritüelle birlikte hastalıklarından kurtulmayı amaçlamışlardır.⁷⁸ Phallos herhangi bir vücuda bağlı olmaksızın oldukça büyük olarak yapılmıştır. Ritüeller sırasında Liknon denilen sunu sepeti kullanılır. Bu sepet hasat zamanı sazlar kullanılarak örülen özel bir sepettir. Bu sepetlerin dinsel amaçla kullanımı Hellenistik Dönem’le beraber başlar.

68 Pickard-Cambridge 1968, 1-25., Green

69 Spineto 2005, 55. Ar. Arc. 1001-1002.

70 Deubner 1932, 134-138., Pickard-Cambridge 1968, 42-56.

71 Spineto 2005, 329.

72 Aristophanes Acarnienses, 241-279.

73 Deubner 1932, 137., Pickard-Cambridge 1968, 46-47.

74 IG II2 380

75 Arist. Ath. 54.8.

76 IG II2 1496

77 Ar. Ach. 241-279.

78 Nilson 1957, 178-179.

Liknonun içine konulan meyveler bir tür bereket sembolüdür. Bu Hellenistik ve Roma Dönemi'nde Dionysos ile ilgili sahnelerde karşımıza çıkmaktadır.⁷⁹

Plutarchos'un anlattığına göre phallos ile birlikte festivalde şarapla dolu bir amphora, incir dolu bir sepet ve kurban edilecek bir hayvan ki, bu genelde bir keçi olmuştur, taşınırdı⁸⁰ Aristoteles'in anlattıklarına göre festival sırasında gerçekleştirilen eğlencelerde yerel yöneticiler liderlik ettiği oyunlar sergilenmiştir. Bu yöneticilerden dolayı ve onlar sayesinde komedya evrim geçirmiş ve gelişmiştir.⁸¹

2.4. Leneia

Leneia bayramı Attina'da Gamelion bayramı olarak adlandırılmış ve Gamelion ayında kutlanmıştır. Hesiosos'dan İonya'da bayramın Leneia olarak, ocak sonu şubat başında kutlandığını öğreniriz.

Hesiodos 504⁸²:

“...μήνα δὲ Ἀθηναίων, κάκ' ἥματα, βουδόρα πάντα,
τοῦτον ἄλευσθαι

καὶ πηγᾶδας, αἴτ' ἐπὶ γαῖαν
πνεύσαντος Βορέας δυσηλεγέες τελέθουσιν, ...”

Thorikos (SEG 33:144) yazıtında Gamelion bayramı olarak adlandırılması bu ayda Zeus ve Hera kutsal evliliği Hierosgamos'un kutlanması ile bağdaştırılır.

Attica, Thoricos MÖ 380-375. IG I -3 31-35.

“... Ποσιδεῖωνος, Διονύσια.

Γαμηλιῶνος, Ἥραι, Ἱερῶι Γάμῳι [...7...]

Ἀνθεστηριῶνος, Διονύσῳι, δῶ[δεκάτη],

αἶγα λειπεγνώμονα πυρρὸν ἢ [μέλανα, Δ]-

ιασίῳις, Δὲ Μιλιχίῳι οἶν πρα[τόν.] [....]Δ—

ιασίῳις, Δὲ Μιλιχίῳι οἶν πρα[τόν.]

Lenaion bayramı Dionysos Lenaion onuruna Lenaio'sta kutlanmaktaydı. “τὰ Ληναῖα” bayramının adı ilk kez Aristophanes'in eserinde rastlanılır.⁸³

79 Nilson 1957, 31.

80 Nilson 1992, 591.

81 Parke, 1986, 100-103.

82 Hesiod. İşler günler 504

83 Ar. Arch 1154.

Lenaion bayramı şarap yapmak anlamına gelen “Ληνὸς” sözcüğü ile bağlantılı bir isme sahiptir. Priene’de ele geçen MÖ 2. Yy’a tarihlenen yazıtta rahip kıyafetlerine atıfta bulunulmuştur.⁸⁴ Aristophanes Archanians’da ve Stephanus’tan Lenaion’da bayramın gerçekleştirildiği alanın kent dışında bir yerde olduğunu öğreniriz.⁸⁵ Ancak Hesychius bu yerin agora içerisinde olduğunu ifade eder.⁸⁶ Lenaia bayramında komedy ve tragedya’ oyunları düzenlenmiştir.⁸⁷ Lenaios’ta kazananların yazılı olduğu yazıtlar ele geçmiştir.⁸⁸ Atika’dan ele geçen yazıtta “Δι[ονύσοι.....τέλε]ον hotan h[ε πομπή he ἐν ἄγρ]οις γαλαθεν[όν...]” “Gamelion’da Dionysos’ a bir kurban adandığından söz eder.⁸⁹ Mikanos’ta ele geçen yazıtta⁹⁰ Lenea bayramında Dionyos’a domuz kurban edilmektedir. Aristoteles Lenea bayramında görevlendirilmek üzere Atinalı vatandaşlar içerisinde 30 yaşını aşmış 4 görevlinin seçildiğini yazmıştır. Lenea bayramında bir alay ve kral tarafından yönetilen yarışmanın yapıldığını da yazar.

Aristoteles Atheniensium Respublica, 57.1

“... Καὶ ὁ [μὲν ἄρχων ἐπιμελεῖται] αὐτῶν. ὁ δὲ <βασιλεὺς> πρῶτον μὲν μυστηρίων

ἐπιμελεῖται μετὰ τῶν ἐπιμελητῶν ὧν ὁ δῆμ[ος χ]ειροτονεῖ, δύο μὲν ἐξ Ἀθηναίων ἀπάντων, ἓνα δ’ [ἐξ Εὐμολπιδῶν, ἓνα] δ’ ἐκ Κηρ[ύκω]ν. ἔπειτα Διονυσίων τῶν

Ἐπιληναίων· ταῦτα δὲ ἐστὶ [πομπή τε καὶ ἀγών. τ]ὴν μὲν οὖν πομπὴν κοινῇ πέμπουσιν

84 IG XII. I., Pickard-Cambridge 1968, 37.

85 Pickard-Cambridge 1968, 37.

86 Ref Pickard-Cambridge 1968, 37.

87 Aristophanes Archanians 57. I. Pickard-Cambridge 1968, 42.

88 SEG 32:239, IG II 2319-23, IG II 2325 (Attika).

89 IG I3 234: Sokolowski 1969, LSCG I

90 Ληναίωνος δεκάτη

ἐπὶ οἰδῇ ὑπὲρ καρποῦ Δήμητρι ὅν ἐνκύμονα πρωτοτόκον, Κόρηι κάπρον τέλεον, Διὶ Βουλεῖ χοῖρον· ταῦτα διδόντων ἱεροποιοὶ ἀπὸ τοῦ ἱεροῦ ἀργυρίου καὶ ξύλα διδόντων καὶ ὅλας· ἐπιμελέσθων δὲ τῶν ἱερῶν ὅπως καλὰ ἢ ἄρχοντες καὶ ἱερεῖς· ἐὰν δὲ τι δέη καλλιερεῖν, ἱεροποιοὶ διδόν[τ]ων· εἰς δὲ τὴν ἑορτὴν [βα]δίζέτω Μυκονιάδων ἢ βουλο[μ]έ[ν]η κ[αὶ] τῶν οἰκουσῶν ἐμ Μυκό[ν]ωι ὅσαι ἐπὶ Δήμητρα τετέλ[η]νται· ἐνδεκάτη, ἐπὶ το<ῦ>τ[ο] πλῆθος, Σεμέληι ἐτήσιον· τοῦτο ἐνατεύεται· δυωδεκάτη Διονύσῳι Ληνεῖ ἐτήσιον· ὑπὲ[ρ] κα[ρ]πῶν Διὶ Χθονίῳ, Γῇ Χθονίη δερτὰ μέλανα ἐτήσι[α]· ξένῳι οὐ θέμις· δαινύσθων αὐτοῦ· Βακχίωνος δε[κ]άτη ἐν Δειράδ[ι] Διονύσῳι Βακχεῖ χίμαρος καλλιστεύω[ν]· Sokolowski LSCG, 96.

ὁ τε βασιλεὺς καὶ οἱ ἐπιμεληταί, τὸν δὲ ἀγῶνα διατίθησιν ὁ βασιλεὺς. τίθησι δὲ καὶ τοὺς

τῶν λαμπάδων ἀγῶνας ἅπαντας· ὥς δ' ἔπος εἶπεῖν καὶ τὰς πατρίους θυσίας διοικεῖ οὗτος

πάσας.

Attika'da ele geçen bir kararname yazıtında Dionysos ve Eleusis gizemleri arasında kült bağı olduğunu ancak bu bağlantının Leneas bayramıyla değil Kır Dionysia'sı ile ilgili olduğu düşünülmektedir.⁹¹ Dionysos'un Thebai'li Eleusis'te yaşamış olan oğlu Damasias'ın Eleusisililere hayırsever davrandığını, bu nedenle çokça övülmüştür. Dionysos onuruna adadığı koroların giderlerini kendisi karşılamıştır. Demeter, Dionysos ve Damasias 1000 drahmi altın bir taşla onurlandırılmaları istenmiştir.

IG II2 1186; Eleusis, ⁹²:

“... [Κα]λ[λί]μαχος Καλλικράτους εἶπεν· ἔπε-
[ιδῆ] Δαμασίας Διονυσίου Θηβαῖος οἰ[κ]-
[ήσ]ας Ἐλευσῖνι κόσμιός τε ὤ[ν] διατετ[έ]-
[λ]εκε καὶ φιланθρώπως ἔχει πρὸς πάντ-
[α]ς τοὺς ἐν τοῖ δήμοι οἰκοῦντας καὶ α[ὐ]- 5
[τ]ὸς καὶ οἱ μαθηταὶ αὐτοῦ, καὶ Διονύσ[ια]
[π]οιούντων Ἐλευσινίων ἐσπούδασε[ν κ]-
αὶ ἐφιλοτιμήθη πρὸς τοὺς θεοὺς κ[αὶ τ]-
ὸν δῆμον τὸν Ἀθηναίων καὶ Ἐλευσιν[ίω]-
[ν], ὅπως ὥς κάλλιστα γένηται τὰ Διονύ[σ]- 10
ια, καὶ παρασκευάσας τοῖς αὐτοῦ τέλ[ε]-
[σ]ι χοροὺς δύο, τὸν μὲν παίδων, τὸν δὲ ἀν-
[δρῶν] ἐπέδωκεν τεῖ Δήμητρι [κ]αὶ τεῖ Κό-
ρει καὶ τοῖ Διονύσῳ, δεδόχθαι Ἐλευσ-
ινίοις, ἐπαινέσαι Δαμασίαν Διονυσί- 15
ο Θηβαῖον σωφροσύνης ἕνεκα καὶ εὖσε-

91 Clinton 2005, 70.

92 Platon: 6. 778c., Clinton 2005, 70.

βείας τῆς πρὸς τὸ θεὸ καὶ στεφανῶσαι
αὐτὸν χρυσῶι στεφάνωι ἀπὸ Χ δραχμῶν.
ἀνειπάτω δὲ αὐτὸν ὁ μετὰ Γνᾶθιν δήμα-
ρχος Διονυσίων τῶν Ἑ[λ]ευσῖνι τοῖς τρ- 20
αγοιδοῖς, ὅτι ὁ δῆμος ὁ Ἑλευσινίων στ-
εφανοῖ Δαμασίαν Διονυσίου Θεβαῖον
σωφροσύνης ἕνεκα καὶ εὐσεβείας τῆς
πρὸς τὸ θεῷ· ἔστω δὲ αὐτῶι προεδρία κα-
ὶ ἀτέλεια ὧν εἰσιν κύριοι Ἑλευσίνιο- 25
ι καὶ αὐτῶι <καὶ> ἐγγόνιοις καὶ ἐάν τ[ι] ἄλλο [β]-
ούληται ἀγαθὸν εὐρέσθαι παρὰ τοῦ δή-
μου τοῦ Ἑλευσινίων, καὶ ἐπι[μ]ελέσθω α-
ὐτοῦ ὁ δήμαρχος ὁ ἀεὶ δημαρχῶν ὅτου ᾧ-
ν δέηται· ἐλέσθαι δὲ αὐτίκα μάλα ὅστι- 30
ς ἐπιμελήσεται, ὅπως ἂν ἀναγραφεῖ τό-
δε τὸ ψήφισμα καὶ σταθεῖ ἐν τῶι Διονυ-
[σ]ίωι, εἰς δὲ τὴν ἀναγραφὴν δοῦναι Δ δρ-
[α]χμὰς τὸν δήμαρχον· δοῦναι δὲ εἰς θυς-
[ί]αν Δαμασίαι Η δραχμὰς ἀπὸ τοῦ κοινῶ.

Atina'dan ele geçen üçüncü bir yazıtta Dionysios'a LEnaia bayramında adanmış olan emziren boynuzlu bir domuz adağı yazılmıştır.⁹³

Atena, 480-460 a. C.: *IG I3 234*; Sokolowski, *LSCG* 1:⁹⁴

“... [...].Δ— — — — —
[...].οις : [— — — — — τ]-
[έλ]εον : Θαρ[— — — — — Δι]

[Μι]λιχίοι : ε[— — — — — νεφ]

Π[ά]λια : Μετρί : ἐ[ν Ἄγρας — — —] 5

93 Sokolowski *LSCG* I.

94 Platon: 6. 778c., Sokolowski *LSCG* I.

[.]ς πυριχαι[— — — — — τῷ τρ]-
 [ί]τοι ἔτει : Δι— — — — —
 [.]ον : ῥόταν : h— — — — —
 [.]ις : γαλαθεν[— — — — — Κο]-
 [ρ]οτρόφοι : ἐμ π[όλει — — — χο]- 10
 [ί]ρος : ἡέροι : πα[ρ— — — — —]
 [h]εροῖνει : ἐμ π[— — — — — πτ]-
 [ό]ρθια : χοῖρος [— — — — — Χά]-
 [ρ]ισιν : γαλαθε[v— — — — —]-
 ν : Ἀρτέμιδι : Δεμ— — — — —
 Γαμελιῶνος : με[vὸς — — — — — φθί]-
 νοντος : Διονύσ[οι — — — — —]
 ἔριφος : κριτὸς : [— — — Σεμέλ]-
 ει : τράπεζα : ἡερ[ο— — — — —]
 έροι : παραγνε[— — — — — Δ]- 20
 .ι : ἡεραίοι : χοῖ[ρος — — — — —]
 ει : ἀρὲν : κριτὸ[ς — — — — — τ]-
 [ρ]άπεζα : ἡε— — — — —

7-9 Δ[ιόνυσοι.....τέλε]ον ῥοταν h[ε πομπὲ ἡε ἐν ἄγρ]οις γαλαθεν[ὸν...]
 Sokolowski LSCG I.||

° [... Bir] yetişkin kurban, Tar [... bir Zeus] sıvı ve şarapsız [... içkiler],
 Anne ve [n Agra ...] içkiler

ateşin üzerinde, [... üçüncü] yıl Di [...] ne zaman [...], bir lech [al ...,
 Cur] ottrophus, şehirde ...]. .. bir

emziren domuz, kahraman pa [r ...], kahraman [...] boynuzlu, emziren
 bir domuz, [... Cár] bir süt [l ...],

Ártemis Dem'ye [...]. m'nin sonunda] Gamelión'dan Dionysos'a seçilmiş
 bir çocuk, [... Semel'e] bir masada,

hér [oe ...] için, kahraman paragne [... a Z] eus Hereo a co [chinillo ...],
 seçilen bir kuzu [o ..., ben] sa ...”

Atina'dan ele geçen yazıtın Dionysos'a ve Leneia bayramına doğrudan atıf yaptığı görülür. “ἐγὼ Διονυσίων τῶν [ἐπὶ Λ]ηναίων[ι]”

Atena, 331-330 a. C.: IG II2 1496, cara A, col. 4.⁹⁵: T22 yazıtı

“... [....9.... πα]ρὰ ..6...ου

[κεφάλαιο]ν : 67

.....

[ἐκ τοῦ δε]ρματικοῦ· 68

[ἐπὶ Κτησ]ικλέους ἄρ[χον]τος·

[ἐγ Διο]νυσίων τῶν [ἐμ Πει]ρα[ιεῖ παρὰ] 70

[βοων]ῶν : HHHΔ ▪ ·

[καὶ] τὸ περιγενόμε[νον ἂ]πὸ τῆ[ς]

[βο]ωνίας : HH ▪ ΔΔΔ////////

[ἐγ] Διονυσίων τῶν [ἐπὶ Λ]ηναίων[ι]

[π]αρὰ μυστηρίων [ἐπιμ]ελητῶν — — —· 75

ἐκ τῆς θυσίας τῆ[ι Ἀγαθ]ῇ Τύ[χη]ι παρὰ]

ιεροποιῶν : H ▪ Δ////////

ἐξ Ἀσκληπιείων πα[ρὰ]

ιεροποιῶν : HH ▪ ΔΔΔΔ ▪ ///

ἐγ Διονυσίων τῶν ἐν ἄστε[ι] π[αρὰ] 80

βοωνῶν : ▪ HHH ▪ ▪ ▪ ▪ ///

ἐξ Ὀλυμπιείων παρὰ [τῶν τοῦ]

δήμου συλ[λο]γέων : ▪ H[▪]ΔΔ ▪ ·

ἐκ τῆς θυσ[ίας] τῷ Ἑρμῇ τῷ

Ἥγεμονίῳ παρὰ [σ]τρατηγῶν — — —· 85

ἐγ Βενδιδέων παρὰ ἱεροποι[ῶν]

HHHH ▪ ▪ ▪ ▪ ·

ἐκ τῆς θυσίας τῷ Διὶ τῷ

95 Platon: 6. 778c.

Σωτήρι παρὰ βοωνῶν :X º .

.....

κεφάλαιον δερματικοῦ 90

ἐπὶ Κτησικλέους ἄρχοντος·

º Sizin için]... 4 [9] 6 drahmi ve bir akar [Toplam] l: 42 talent, 2.910 drahmi. [Den gelen para

ven] ta kesilen hayvanların derileri. [Sırasında] ar [con] tado [Ctes] icles: [Dio'nun] nisias of

[Pi] re [veya, sığırların resmi alıcıları adına, 311 drahmi [ve] [sizi] [satın] mpra'dan [sizi] çıkarırlar.

sığır, 280 drahmi. [] Dionysosçuların [L] ene [ya da, [emanet edilen] gizemlerin iki tarafında,

[...]. Kurbandan [İyiliğe] na Tapınakların ve kutsal ayinlerin denetçileri [ton balığı] için, 160

drahmiler. Asclepieas'tan, tapınakların ve kutsal ayinlerin denetçileri tarafından 291 drahmi. itibaren

Büyük Denise [s], sığırların resmi alıcılarının p [art] için, 808 drahmi.

[halk] sylogeumlarından sorumlu Olympias, 671 drahmi. Kurbandan sorumlu Hermes Hegemon'a

stratejistlerin... Tapınakların ve kutsal ayinlerin denetçilerinden sorumlu Bendidea'lardan 457 drahmi.

Resmi sığır alıcıları tarafından Zeus Salvador'a yapılan kurbanlardan, 1050 drahmi. Toplamı

Ctesicles Archon'u altında kesilen hayvanların derilerinin satışından elde edilen para, 5099

drahmi, 4 obol.”

“...[E]λαφηβολιῶνο- 45

ς ἔκτῃ ἐπὶ δέ-

κα, Σεμέλῃ, ἐπ-

ὶ τοῦ αὐτοῦ βο-

μοῦ, αἶζ, γυναι-

ξὶ παραδόσιμ- 50

ος, ιερέας τὸ δ-
έρμα, οὐ φορά, Δ

3. DĪONYSOS TAPINAKLARI

Dionysos onuruna hem Anadolu’da hem de Yunanistan’da çok sayıda tapınak inşa edilmiştir. Bu tapınaklar ve kutsal alanlar, Dionysos adına yapılan festivallerin ve ritüellerin yapıldığı mekanlar olması açısından önemli olduğu kadar mimari özellikleriyle de dikkat çekmektedir.

1.1 Naxos Yria Dionysos Tapınağı

Homeros’un Hymno’unda⁹⁶ ve Diodorus⁹⁷ Naxos adasını Dionysos’un doğduğu yer olarak gösterirler ve Dionysos’u adanın baş tanrısı olduğuna işaret ederler. Ancak ada Theseus’un Giritte Minos’tan kaçıp Atina’ya dönüşünde Ariadneyi terk etmesi ile ünlüdür.⁹⁸ Naxos adasında Dionysos yanında Ariadne’ye de tapınım görülür. Bu beraberlikte ve Dionysos’un buradaki tapınımında satyrler görülür. Yunan vazo resimleri üzerinde Dionysos’un Ariadne’yi kurtarması Satyrlerin cümbüşü ile resmedilir. Naxos adasının Dionysos’un Naxos’taki kültürüne dair yazıtlar ele geçmiştir. İki parçalı olarak ele geçen yazıtta Dionysos için ‘Choronion?’ ayında bir adak adanmasından söz edilmiştir.⁹⁹ Gaertringen yazıtı

‘‘Κρονιῶνος εὐθὺς ἰσταμένου ἰστάναι χορὸν καὶ οὐλὰς θύεσθαι Διονύσῳ’’
olarak yorumlamıştır.¹⁰⁰

IG XII 5, 45; Naxos:

“... [ε]ὐθὺ[ς ἰστάναι χ]-
ορὸν [καὶ] ὀ[λὰς θύ]-
εσθα[ὶ Δ]ιονύσ[ῳ]
Κρον[ιῶν]ος.

Dionysos kültürünün Naxos’taki izlerinin izlenebildiği yazıt ve mitler dışında Dionysos tapınağı adytonunda fildişi bir kulak ve MÖ 6. Yy

96 Homeros Hymn 4.

97 Diodorus Sic. 3.66-5.52.

98 Diodorus Sic. 5.51.

99 IG XII 5, 45.

100 Gaertringen

ortalarına tarihlendirilen bir erkeği tasvir ettiği düşünüşlen altın fildişi bir heykel ele geçmiştir.¹⁰¹ Kiklad Adasında hakim olan Dionysos kültüründe Atina'dan alınan unsurlar baskındır. Bunlar özellikle kent Dionysia'sında alınan ritüellerdir. Bu bağlamda Dionysos geçit töreni, trajediler, tiyatro oyunları fallophoria ve çocukların katıldığı teatral yarışmalar yapılmaktadır. Dionysos bayramlarının yapıldığı Euboea, Andros, Delos, İ-Tasos ve Midilli adasından bayramlarla ilgili yazıtlar ve kararname yazıtları ele geçmiştir. Alman-Yunan arkeologlardan oluşan bir ekip tarafından Naxos Yrina'da kazı çalışmaları 1986 yılında başlatılıp 1997 yılına kadar sürdürülmüştür.¹⁰² Naxos Yria Kiklad adaları içerisinde Dionysos'a adanmış en büyük kutsal alanlardan birine sahiptir. Dionysos Tapınağı burada "Byblines nehri" günümüzde Peristes kıyısında yer almaktadır.¹⁰³

Homeros Dionysos'un Naxos adasına gelişini (Kykklad adalarına gelişini) Dionysos'un yolculuğundan sonra geldiği Kyklad adalarında Tyrrenhienli korsanlar tarafından kaçırılmıştır. Gemi yelken açar açmaz şarap fiçılarının içerisinden yabancı bir asma büyümüştür. Dionysos vahşi bir aslana dönüşerek kaptanları parçalamıştır.¹⁰⁴ Naxos adasında Dionysos tapınağı Yria Kutsal Alanında yer alan bir açık hava tanınım alanıdır.¹⁰⁵ Burası Miken Dönemi'nden Geometrik Dönemine kadar tapınım görmüştür. Geometrik Dönem'de kutsal alanda oikos biçiminde küçük bir tapınak varken, anıtsal bir prostylos tapınağı çevrilmiştir.¹⁰⁶ Yapılan kazı çalışmalarından elde edilen buluntular sonucunda bu kutsal alanın Dionysos'a adanmış olduğu anlaşılmıştır.¹⁰⁷ Yria'da yer alan Dionysos tapınağı 4 yapı evresi geçirmiştir. İlk tapınak MÖ 800'lerde 5x10 ölçülerinde ahşaptan inşa edilmiştir. Yapı toprak tavana sahiptir ve güneyindeki nehre 15 metre uzaklıkta yer almaktaydı. Bu yapının bir sel sonucunda tahrip olduğu düşünülür. MÖ 730'larda 11x15 metre ölçülerinde yeniden inşa edilmiştir. Yeni yapı 160 m² granit bir yapı olarak 5 yuvarlak ahşap sütunlu ve 4 koridorlu yeniden inşa edilmiştir. Dördüncü tapınak yeni bir planda yüksek podyumlu ve mermerden inşa edilmiştir. Tapınak duvarına yaslanmış oturma sıralarının olduğu belirlenmiştir.¹⁰⁸ ikinci yapının belirlenemeyen bir nedenden tahrip olmasından sonra yapı üçüncü defa inşa edilmiştir. Bu kez MÖ 680'lerde

101 Morris 2007, 100.

102 Lambrinoudakis 2002, 1.

103 Lambrinoudakis 2002, 2.

104 Exekias MÖ 550-525

105 Lambrinoudakis & Gruben 1987, 569-621.

106 Gruben 2006, 79.

107 Gruben 2006, 79; Gruben 1997, 261-416.

108 Lambrinoudakis 1991, 173-188.

ikinci yapının duvar kalıntılarının bir kısmı kullanılarak erken bir tetrastyle yapı inşa edilmiştir.¹⁰⁹Yapı bu tarihten sonra MÖ 6. Yy'da tamamen yeni bir plana sahip olarak inşa edilmiştir. Bu yapı yüksek podyumlu ve mermerden inşa edilmiştir.¹¹⁰ 13,5x28,3 metre ölçülerinde olan tapınak İon düzeninde erken Hekatompedon olarak inşa edilmiştir. Sütun yüksekliği 7,2 metre, çapı 80 santimetre ölçülerindedir.¹¹¹ Sütunlar 24 yivli iken cellada 28, 32 ve 36'ya kadar değişiyordu¹¹². Dördüncü Yria Tapınağı, sıvalı granit duvarlar hariç tümü mermerden yapılmış en eski İon düzeninde prostylos planlıdır. Bu, dört ön sütunu, sekiz iç sütunu ve dış cephe ve tavan kaplaması dahil kapı duvarını etkilemiştir. Tetrastylos cepheli tapınağın bir kısmı arka alanda bir adytondur. Görkemli kapısıyla dört metre yüksekliğindeki güney tapınak girişinin on iki metre önünde mermer bir sunak duruyordu¹¹³.

MÖ 6. yy sikkeler üzerinde kantharos ve üzüm bağları görülür. Dionysos sikkeler üzerinde genç, sakalsız ve başında sarmaşık diadem ile resmedilir. Sikkenin arka yüzünde kayaya oturmuş çıplak bir silen sakallı olarak resmedilmiş. Başı sola dönüktür ve sağ elinde kantharos tutar. Sol elinde sarmaşık dalı ile ve sol tarafında şarap dolu bir küç ile betimlenmiştir. Kent, bu yüzyılda da bağıcılıkta önemli bir konumdaydı.Tapınağın inşası başladıktan kısa bir süre sonra, alanın batı tarafındaki propylonun her iki tarafında iki odadan oluşan kutsal alana bir hestiatorion, bir tören balo salonu eklenmiştir. Dionysos Tapınağı'ndan sonra M.Ö. 550/540 civarında Mermer çatı ve kült heykeli alınmış, bitmemiş yapıdaki çalışmalar durdurulmuştur. Bu, MÖ 538 civarında Naxos tiranı Lygdamis'in yükselişiyle olmuş olabilir. Lygdamis, Naxos adasında bulunan bir diğer tapınak olan Apollon Tapınağının inşası için çok yüklüce bir para kaynağı kullandığı için Yria'daki tapınağın inşası yarım kalmıştır. Üstelik Lygdamis'in yaptırmaya çalıştığı Naxos Apollon Tapınağı da bitirilememiştir, fakat Portara olarak bilinen tapınağın giriş kapısı bugün halen ayakta görülmektedir¹¹⁴.

Roma döneminde, MÖ 1. yüzyıldan itibaren. MS 3. yüzyıla kadar, tapınak onarımlarla yenilenmiş ve MS 5.yy'da Dionysos Tapınağı Erken Hristiyanlık bazilikasına dönüştürülmüştür. MÖ 41'den itibaren ziyafetlerin ve şenliklerin düzenlendiği Hestiatorion restore edilmiştir. 4500 m²'lik tapınak alanı olan Temenos'un çevresinde bir peribolos oluşturulmuştur. Adyton

109 Gruben 2006, 231.

110 Gruben 2006, 231.

111 Gruben 2006, 216-217.

112 Gruben 2006, 222.

113 Gruben 1992, 41-51.

114 Gruben 1998, 416.

girişinin önündeki tapınağın cella'sında, Markus Antonius'un büyük ve zırhlı bir heykeli bulunmaktaydı. Zırhın üzerinde su perisi Dirke görülmektedir. "Dirke'nin Cezası" teması göğüs plakasına kabartma olarak oyulmuş ve sol elinde bir maenad tutmaktadır. Octavianus'un MÖ 31'de Actium Savaşı'nda Markus Antonius'a karşı kazandığı zaferden sonra heykelin kaidesindeki yazıttaki baş ve isimleri değiştirilmiştir.



Naxos Yria Dionysos Kutsal Alanı Genel Görüntüsü



Naxos tetradrahmi, Ar 17, 27 g.

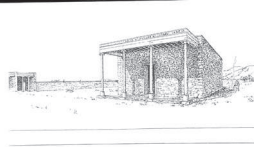
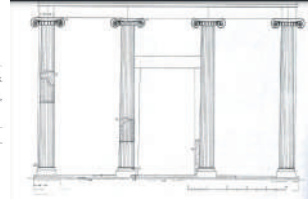


Figure 71: Reconstructed elevations of the third (top) and fourth (bottom) Temples of Dionysos at Yria on Naxos, with pronaos facade, from Graben, "Naxos und Delos," 205, fig. 26, reproduced by permission of G. Graben.



Naxos Yria Dionysos Tapınağı yapım evresi.



Naxos Yria Kutsal Alanı Hestiatorionu



Naxos Yria Dionysos Tapmağı Adytonu.



Naxos Yria Dionysos Tapmağı adytonun bulunan Markus Antonius heykeli.

3.2 Delos Stoibadeion Tapınağı

Delos'ta zengin bir erkek tarafından yaptırılmıştır. Kendisinin finanse ettiği bir yarışmayı kazanması sonucunda Dionysos onuruna buradaki küçük boyutlu tapınağı inşa ettirmiştir.¹¹⁵ Adasında Dionysos adına inşa edilmiş bir kutsal alan. Dikdörtgen plana sahiptir. 2 adet phallus (Dionysos'u sembolize eden) taşıyan kabartmalı sütun bulunur. Güney sütündaki Kabartmalarda Dionysos adına yapılan tören sahneleri vardır.¹¹⁶ Dionysos'a eşlik eden Maenadlar, Silenos ve Pan görülmektedir. Burada Papposilenoî rolü yapan 2 adet tiyatro sanatçısının heykeli bulunmuştur. Aynı sütunda Carystios adına yazılmış onurlandırma yazıtı bulunmuştur.

Delos, 304 : IG XI 2, 144 yazıtında;

“... Galaxion ayında 1 testi yağ 4 drahmi ve 3 obol. Dionysos heykeli Anaksitemide , 5 drahmi. Caico'ya işi için 6 drahmi. Fallophoria arabası için ahşap 8 drahmi. Fallophoria arabasının yapımı için Caico'ya 5 drahmi. Heykel yazıtı için Nanaco'ya 12 drahmi. Heykelin montajı için Caico'ya 2 drahmi. Fallophoria ve phallos arabası için çiviler 1 drahmi 3 obol. Heykelle ilgili diğer şeyler için 12 drahmi...”

Geçit töreni gderlerinin içeren yazıt MÖ 304 yılına tarihlenmektedir. Phalluklar ahşaptan imal edilirdi ve ziyafet töreninden sonra yakılmaktaydılar. Bu nedenle her yıl phalluslar yeniden yapılmaktadır. Delos'ta yapılan bayramlarda trajedi koroları, yetişkinler ve çocuklar için komediler yapılmıştır. Sütun üzerinde Dionysos, Pan ve Silenler .¹¹⁷



Stoibadeion'da tiyatro oyunu sergileyen sanatçıların heykelleri

115 Dimitrijevic 2020, 195.

116 Bulard, Bizard, Lareux 1907, 504-529., Bruneau 1970,

117 Bulard, Bizard, Lareux 1907, 504-506.



Phallusları taşıyan kabartmalı sütunlar

3.3 Knidos Dionysos Tapınağı

Dionysos Tapınağı Hellenistik Dönemde inşa edilmiştir. Friz bloklarının ve mimari plastik elemanlarının genel stilistik özellikleri bakımından Hellenistik Dönem özellikleri barındırmaktadı.¹¹⁸ Tapınağın kalıntıları üzerine Bizans Döneminde C Kilisesi yer almaktadır.¹¹⁹ Dionysos'a adanmış olan Tapınak peripteros planlı ve İon düzenindedir.¹²⁰ Yapımında Rodos'tan getirilen mavi-beyaz renkli Lartios mermeri kullanılmıştır. Ölçüleri ise 35 x 18 metredir.¹²¹ Knidos Dionysos Tapınağının frizlerinde Dionysos'la ilgili sahneler yer alır. Frizler işçilik ve stilistik özellikleri olarak değerlendirildiğinde M.Ö. 2. yüzyıla tarihlendirilmektedir.¹²² 1'den 7'ye kadar numaralandırmış olan frizler üzerinde Dionysos Mainad ve Satyrlerden oluşan ve Thiasos olarak adlandırılan sahneler olduğu anlaşılmaktadır. Hareketli sahnelerden oluşan bu frizlerde, figürlerin kıvrımları belirgin bir şekilde işlenmiştir. Thiasos, Dionysos'un sarhoş veya kendinden geçmiş hali anlamına gelir ve yanında Mainadlar eşlik ederler.¹²³

FR1 olarak isimlendirilen friz bloğunun üzerinde 4 figür görülmektedir. Figürleri ikiye bölünmüş sağ ve sol gruba bölen ortada volütlü krater bulunmaktadır. Volütlü krater friz bloğunun sol bölümünde yer alan 2 menad figürünün vücudu cepheden betimlenmiş ve yüzleri aşınmıştır. Friz bloğunun sağ bölümünde yer alan diğer 2 figürden volütlü kraterin hemen yanında duran erkek figürünün baş ve vücut kısmı cepheden betimlenmiş, sağ bacağı sol bacağının arkasından atarak sol ayak topuğunu elinde tuttuğu asaya dayandırmış ve profilden betimlenmiştir. Yüz hatları aşınmış olan figür sağ elinin baş üstü hizasında tutmaktadır. Bahsi geçen 3. figürün hemen

118 Brüns-Özgan 2002, 39-45.

119 Newton 1863, 443-455.

120 Love 1970, 68.

121 Love 1970, 68.

122 Brüns-Özgan 2002, 39-45.

123 Brüns-Özgan 2002, 39-45.

yanında yer alan 4. figür kadın figürüdür. Yarı çıplak olan kadın figürünün üzerine aldığı kumaş ile hareketlilik kazanan sahnede figür vücudunu döndürmektedir. Yüksek kabartma olarak işlenen figürler Hellenistik dönem özelliği göstermektedir. Vücudunu döndüren yapan figür olasılıkla Mainad olmalıdır ve elbisesinin alt kısmı yapışmış, kalın ve derin kıvrımlara sahiptir.

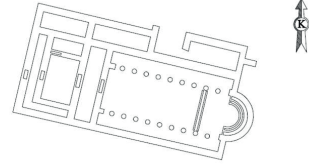
FR2 adıyla kaydedilen friz bloğu oldukça tahribata uğramış olan friz bloğunda üç figür bulunmaktadır. Bu figürlerden ortadaki cepheden betimlenmiş bir erkek figürüdür. Giyimsiz biçimde betimlenen figürün sol kolu yukarıya doğru kaldırılırken sağ kol ise aşağı yönde gösterilmiştir. Figürün solunda kadın olduğu tespit edilebilen bir figür yer almaktadır. Kadın figürü frizin sağına doğru hareket etmektedir. Eliyle arkasına uzanan manto kumaşını tutar vaziyette betimlenmiştir. Burada betimlenen kadın figürü sağa doğru gerçekleştirilen hızlı bir dönüş yapmakta ve dönüş etkisiyle havalanan manto kumaşını kavramaya çalışmaktadır. Friz bloğunun merkezindeki figürün sağında kalan diğer figür oldukça tahrip olmuş durumda olması nedeniyle stilistik açıdan değerlendirilmesi sorunludur ancak ikonografik açıdan bazı bildiler verir. Kısmen görünebilen diğer bir kadın figürü de benzer bir hareket içerisinde gösterilmiştir. Söz konusu friz ikonografik açıdan Dionysos alayında dans eden Mainad ve olasılıkla ortada Dionysos ya da alayına bağlı bir başka erkek figürünü yani bir Satyri betimliyor olmalıdır.

FR3 frizi Knidos Dionysos Tapınağına ait frizler içerisinde figürlerin en net izlenebildiği bloktur. Friz bloğunun sol tarafının kırık ve eksik olduğu görülür. Frizin korunagelen bölümündeki sahnede iki figür yer alır. Bu figürlerden soldaki yarı çıplak bir kadın figürü olup hareketli bir durumda betimlenmiştir. Ayakta duran kadın figürünün sağ bacağı geride olup sol bacağı hafif öne doğru atılmıştır. Sol bacağı baldır seviyesine kadar sarılı ağır bir manto kumaşı sol tarafta bir yere takılmış ya da başka bir figür tarafından çekilircesine sol diz üzerinden başlayarak sağa doğru katmanlı biçimde gerilmiştir. Sağ bacağın taşıyıcı durumda olduğu vücutta geniş kalçalarla betimlenmiş olan kadın figürünün gövdesi daha ince olup kollarını iki yana doğru uzatmıştır. Kırık olan sağ kolun işlevine ilişkin bir tespit yapılamazken kısmen tahrip olmuş sol kol dairesel forma yakın bir tympanon tutmaktadır.

FR4 friz bloğu üzerinde tespiti yapılabilen tek bir figür görülmektedir. Muhtemelen arkalıklı bir iskemlede yarı çıplak olarak sağa doğru oturur vaziyette betimlenmiştir. figürün sağ kolu muhtemelen kırık olan bir iskemlenin arkalık bölümüne dayandırılmıştır. Bacakları tamamen örten kalın mantolu olarak resmedilmiştir. Kalın manto kumaşı altında sağ bacak hafifçe kırılarak öne doğru uzatılırken arkada kalan sol bacak dizden kırılarak

içeriye vücuda doğru çekilmiştir. Figürün sol kolu dirsekten itibaren kırılarak başka bir nesneye dayandırılıp dirsekten itibaren yukarıya uzatılmıştır.

FR5 friz bloğu devşirme olarak kullanıldığı apsis yapısında dışa bakan duvarında dikey yapı elemanı olarak kullanılması nedeniyle oldukça iyi korunagelmıştır. frizde 3 adet figür yer almaktadır. Figürlerin vücutlar büyük oranda iyi korunmuş olmasına karşın baş bölümleri tahrip edilmiştir. Frizin en sonundaki figür tam olarak görülememektedir. Giyimli olduğu anlaşılan figürün manto kumaşının bir bölümünü kavracağı sol eliyle öne doğru uzatmaktadır. Bu figürün hemen solunda aralarında yüksek kaideli bir altarla ayrılmış 2 figür yer almaktadır. Altara göre solda yer alan figür ayakta duran giyimli bir kadın figürüdür. Söz konusu figür peplos giymiştir. Sola doğru yönelmiş ve bu yöne dönüş yapmış, vücudun üst kısmı burada kısa olarak betimlenmiştir. Vücut hareketine bakıldığında sol kolunu ortada yer alan altara doğru uzattığı görülür. Altarın sağındaki figür ise ayakta durur biçimde cepheden betimlenmiştir. Altta khiton üstüne hymation giymiş olan figürün sağ kolunu altara doğru uzatmıştır. FR6 ve FR7 frizleri çok hasarlı vetespi edilemez durumdadır.



Knidos Dionysos Tapınağı Dionysos Heykeli

Knidos Dionysos Tapınağı/ C Kilisesi Planı



Knidos Dionysos Tapınağı planı Knidos Dionysos Tapınağı Frizleri sırasıyla soldan sağa 1-2.



Knidos Dionysos Tapınağı Frizleri sırasıyla soldan sağa 3,4,5.

3.4 Thebai Dionysos Lysios Tapınağı

Thebes’de bulunan Dionysos Tapınağıdır. Didonysos’un annesi Semele’ye de adanmıştır ve mezarının burada olduğuna inanılır. Nitekim Semele’nin babası Kadmos Thebai kralıdır. Dolayısıyla Thebai Dionysos’un doğduğu yerdir.¹²⁴ Mitolojiye göre Dionysos’un annesi olan Semele, çocuğunun babası Zeus’tan gerçek gücünü göstermesini ister. Zeus yıldırım olarak çarpınca Semele yanarak ölür. Zeus bunun üzerine Semele’nin karnındaki henüz doğmamış Dionysos’u kendi baldırının içine yerleştirir.¹²⁵ Zeus’un o ünlü yıldırımının düştüğü yerin burası olduğuna inanılmaktadır. Zeus, Hera’nın bebek Dionysos’a zarar vermesini engellemek için onu Hermes’e emanet eder. Hermes’in perilere teslim ettiği Dionysos’u Nysa’a götürler. Yeterince büyüüp güçlenen Dionysos bir tanrı olarak Thebai’ye döner.¹²⁶

Atina ve Eretria’da olduğu gibi Tapınak tiyatronun yanında inşa edilmiştir.¹²⁷ Kentin kurucusu Cadmos¹²⁸ kentin kurulduğu günü anmak için Dionysos’a adanmış olan bu tapınağı inşa ettirmiş ve Dionysos’un özgürleştirici olduğuna inanılarak kentin kuruluşu kutlanmıştır.¹²⁹ Dionysos’a burada kurtarıcı olarak tapınılmıştır. Pausanias Yunanistan’ın Tasviri adlı eserinde bu tapıntan bahsetmektedir.¹³⁰ Dionysos onuruna yapılan bayramların kutlandığı bir kutsal alandır. Burada 2 adet tapınak Dionysos’a adanmıştır.¹³¹ Birinin sıfatı Cadmeios, diğeri ise Lysios’tur.¹³² Dionysos Lysios tapınağı deliliği gideren, Cadmeios ise deliliği bulaştıran olarak

124 Homeros Iliad XIV, 323-325., Hesiod Thegony 940-942.

125 Karényi 1951, 257.

126 Mikalson 2010, 86.

127 Jaccottet 1990, 152-153.

128 Herodot Hist. 5.58.

129 Jaccottet 1990, 152-156.

130 Paus. 9, 16, 6; 9, 12, 4.

131 Detienne 1989, 24-26.

132 Detienne 1989, 24-26.

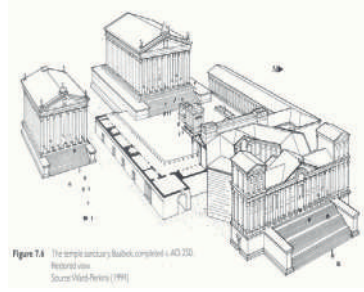
adlandırılmıştır.¹³³ Cadmeios alanında 2 adet heykel ve bir ahşap kült heykeli vardı. Lysios'ta ise tapınak, tiyatro, Semele heykeli vardı. Thebes Dionysos için önemli bir yerdir. Annesi Semele'nin ve kendisinin buradaki kötü ününü düzeltmek için Asia'dan buraya gelmiştir.¹³⁴ Sonunda da düzeltilmiştir. Bu mite dayanılarak burada Dionysos'a adanmış tapınak yapılmıştır.

3.5 Baalbek Bacchus Tapınağı

Lübnan Baalbek'te bulunan tapınak Antoninus Pius (138-161) döneminde inşa edilmiştir. Bacchus'a ithaf edilmiş olan tapınak 66x35 boyutlarında, 8x15 sıralı yivsiz Korinth düzenli, peripteros planlı bir tapınaktır.¹³⁵ Yivsiz Korinth sütunlarının oluşturduğu peripteral sütun dizisi ile 6 adet yivli sütunu olan derin bir avluya sahiptir. Tapınağın yanında Jüpiter Heliopolitanus'a adanmış olan bir tapınak vardır. Baalbek güneşin Kenti anlamına gelmektedir.¹³⁶ Sütun kaideleri İon düzeninde ve kesme taştan yapılmış olan podyumlu bir tapınaktır. Dionysos'un kült heykeli adyton'un içine yerleştirilmiştir. Tapınağın anta duvarı ile tapınağı çevreleyen sütunların iç bükey tavanında Mars, Vulcan, Ceres ve Ganymedes'in heykelleri yer alır. Cella girişinde Dionysos'u sembolize eden üzüm salkımları ve sarmaşık motifi yer alır. İç mekân sütunları yarım yivli Korinth sütunlardır. Kült heykeline ise cella çerisinde 9 basamağı geçtikten sonra 6 basamaklı bir merdivenden geçiş yapılarak ulaşılabilmektedir. Tapınak cellasının iç yan duvarlarında yer alan nişler ve alınlık içerisinde heykeller yer almaktadır.¹³⁷



Bacchus Tapınağı



Jüpiter Tapınağı

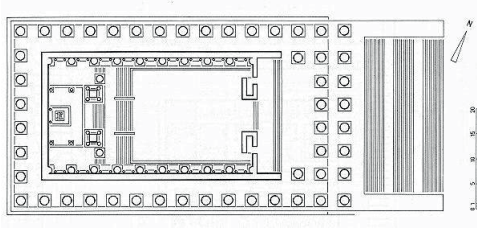
133 Detienne 1989, 24-26

134 Sophokles Antigone, 1140-45.

135 Ward-Perkins 1994, 317-319, fig. 204;

136 Wheeler 2004, 89-93.

137 Wheeler 2004, 93.



Baalbek Bacchus Tapınak Planı



Cella giriş kapısında bulunan ve Dionysos'u simgeleyen Şaraplık Üzümlük Salkımları



Tapınağın peripteral iç bükey tavanında bulunan beykeller Bacchus Tapınağı cellası



Bacchus Tapınağı iç mekanındaki alımlıklı nişler Baalbek Bacchus Tapınağı iç mekan graviürü

3.6 Side Dionysos Tapınağı

Side'de bulunan Dionysos Tapınağı, Erken Roma Döneminde inşa edilmiş, pseudo peripteros planlı bir tapınaktır. 0, 65 metrelik yüksekliğinde bir podium üzerinde yer alan tapınak 7, 23 x 17, 55 metre ölçülerindedir. Sütunları Korinth düzenindedir. Ön cephesi tetrastylus cephelidir. Kuzey-güney yönündedir. Cellası çok geniştir.¹³⁸ Tapınağın üst kısımları Erken Bizans Döneminde tahrip edilmiştir. Tapınağın güney tarafı konut

¹³⁸ Mansel 1963, 91; Mansel 1978, 144.

haline getirilmiştir. Pronaos ve Stylobat levhaları da tamamen kaldırılmış durumdadır.

Ele geçen yazıttan yola çıkılarak tiyatronun yanında yer alan tapınak Dionysos Tapınağı olarak adlandırılmıştır.¹³⁹ Yazıt M.S. 2. Yüzyıla tarihlenmekte olup Side Gerousia'sı yaşlılar konseyi tarafından yaptırılmış Dionysos'la ilgili kutsal bir "Deipnisterion" yemek salonundan bahsetmektedir.¹⁴⁰

Dionysos Tapınağının kutsal bir yemek salonu olarak kullanılmış olduğu düşünülmür. 1999 yılından itibaren Dionysos Tapınağı ve çevresinde yapılmış olan kazılarla birlikte ele geçen buluntuların bu tapınağa ait olabileceği üzerinde durulmuştur. Büyükkolancı, yapının mimari öğelerinden yola çıkarak tapınağı Geç Hellenistik Dönem ya da Erken Roma İmparatorluk Döneminde ilk yapım evresi geçirmiş olduğu ve M.S. 2. yüzyılda onarımdan ve yeni düzenlemelerden geçirilmiş olabileceği değerlendirmesini yapmıştır.¹⁴¹ F. Alanyalı ve ekibi tarafından 2009-2012 yılları arasında Dionysos Tapınağı ve çevresinde yapılan kazı çalışmalarından elde edilen bulgular ve sondaj çalışmaları neticesinde tapınakta 5 yapı evresi tespit edilmiştir.¹⁴² Tapınakla ilgili çalışmalar yürüten Katja Piesker, tapınağın yapı evresiyle ilgili yeni bulgulara ulaşmıştır. Piesker, bu tapınağın 4 yapı evresi olduğunu tespit etmiştir. Yapı, 1 ve 2. evrelerinde tapınak olarak kullanılmıştır.¹⁴³ Piesker tapınağın mimari elemanlarından yola çıkarak, tapınağı M.S. 1. yüzyılın ikinci yarısına veya 3. çeyreğine tarihlemektedir.¹⁴⁴ Side Dionysos Tapınağının yapı evreleri F. Alanyalı tarafından 5 evre olarak tespit edilmiştir.¹⁴⁵ Birinci Evre- M.S. 1. yüzyılın ikinci yarısına tarihlendirilmiş olup, tapınağın inşa edildiği evre olarak tanımlanmıştır. Piesker, tapınağın güney tarafında ortaya çıkarılmış merdiven üzerinde de çalışmış olup, merdivenin tapınağın Birinci Yapım Evresine ait olduğunu belirlemiştir.¹⁴⁶ Ayrıca bu evreye ait mimari elemanları incelemesi sonucunda, tapınağın M.S. 1. Yüzyılın ikinci yarısına tarihlemiştir.¹⁴⁷ Mansel ise bu evreyi Erken İmparatorluk Dönemi'ne tarihlemiştir.¹⁴⁸ İkinci evreyi M.S. 2. yüzyılın birinci yarısına tarihlendirmiştir. Bu evrede tapınağın yanında yer alan Roma tiyatrosu inşa edilmiştir.

139 Mansel 1963, 90-96; Mansel 1978, 142-146.

140 Mansel 1978, 145-146.

141 Büyükkolancı 2008, 239-268.

142 Alanyalı 2016, 423.

143 Piesker 2015, 151-183.

144 Piesker 2015, 161.

145 Alanyalı 2016, 425-430.

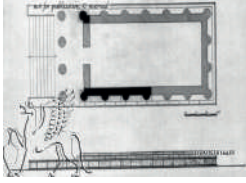
146 Piesker 2015, 161.

147 Piesker 2015, 161.

148 Mansel 1963, 94; Mansel 1978, 145.

Tapınağın güney doğu köşesi, güneydeki giriş merdiveninin basamakları, tiyatronun fil ayakları bu ayaklar arasında uzanan gergi duvarının altında kalmıştır. Tiyatronun inşası sırasında, güney girişin merdiven basamakları olduğu yerinde bırakılmıştır. Merdivenin doğu kısmı, basamakları ile halen tiyatronun gergi duvarının altında görülmektedir. Tapınağın kuzeyindeki giriş merdiveninin yapıya sonradan eklendiği, basamaklarının daha sonraki evrelerde de yenilendiği tespit edilmiştir. Üçüncü evre M.S. 4. yüzyılın son çeyreğine tarihlendirilmiştir. Bu alanın MS 4. yüzyılın 3. çeyreğinden sonra yeniden düzenlendiği ortaya çıkarılmıştır. Tapınağın güneyinde tespit edilen ve I. evresine ait olan merdivenin basamaklarının bu dönemde sökülmesi nedeniyle yapının MS 4. yüzyılın son çeyreğinde tapınak olarak kullanılmamış olabileceğini düşündürmüştür. Dördüncü evre M.S. 6. yüzyılın ikinci yarısına tarihlendirilmiştir. Bu dönemde tapınak, düz bir podyumdan ibarettir. Podyumun sökülen kısmı basit bir duvar örülerek sağlamlaştırılmış yapının içinde kuzeybatı-güneydoğu yönünde diyagonal uzanan duvarla hemen önüne bir su teknesi yerleştirilmiştir. 6. yüzyılın II. Yarısına tarihlenen dolgu içinde ele geçen taş yongaları, bu dönemde yapıdaki yoğun inşaa faaliyetini doğrulamaktadır. Bu yüzyılda tapınak bir dükkâna veya işliğe çevrilmiştir. Beşinci evre M.S. 7. yüzyıl ve sonrasına tarihlendirilmiştir. Yapı 7. yüzyılın ortasına kadar işlik olarak kullanılmıştır. Mansel tarafından yapılan kazı çalışmalarında Bizans dönemine ait kısımları kaldırılmıştır. Ancak alanda yapılan sondaj çalışması sonucunda M.S. 7. yüzyıla kadar uzanan Geç Antik çağ malzemesi içinde bir adet yeşil sırlı M.S. 13. yüzyıla ait seramik parçası ele geçmiştir. Yapı ve çevresi ele geçen buluntular değerlendirilerek M.S. 13. yüzyıla tarihlendirilmiştir. Dionysos Tiyatrosunun scanae fronsu'nda (sahne binası) friz üzerinde Dionysos ile ilgili sahneler yer alır. 2001 yılında ortaya çıkarılan friz üzerinde Dionysos'un hayatından kesitlerin olduğu heykel grupları görülmektedir. Podyumun kuzeybatı köşesinde bulunan ilk sahnelerindeki figürler tahribata uğramış olduğu için tam olarak hangi konuları içerdiği anlaşılmamaktadır ancak devamında yer alan sahnede Dionysos'un doğumu işlenmiştir. Doğum sahnesinde bir taht üzerinde oturan Zeus'un sol bacağı üzerinden Dionysos doğmakta ve bu esnada doğum Tanrısı Eilethia da ona yardım etmektedir. Bu sahnenin devamında Dionysos'un Nysa Nympheleri tarafından yıkanması sahnesi işlenmiştir. Bebek Dionysos ağlayınca Rhea (Zeus'un annesi) rahipleri Korybantlar kalkanları ile dans ederek gürültü yapmakta ve Dionysos'un sesini Tanrıça Hera'nın duyması engellenmekteydi. Böylece onu Hera'dan korumaktadırlar. Frizin devam eden sahnelerinde Dionysos panterlerin çekmiş olduğu araba içerisinde triumph (zafer) alayına katılır. Naxos Adasında Theseus'un terk ettiği Ariadne ile karşılaşması ve Ariadne

ile evlenmesi sahnesi resmedilmiştir. Başka bir kabartmada Olympos'a dönmeyi kabul etmeyen Hephaistos'u sarhoş ederek kendi alayı içerisinde geri götürürmesi sahnesi işlenmiştir.¹⁴⁹Side Tiyatrosu Dionysos frizinden Doğum Sahnesi, Dionysos'un Nysa Nympheleri tarafından yıkanması, Dionysos'un araba içinde zafer alayına katılması, Dionysos'un Ariadne ile evlenmesi



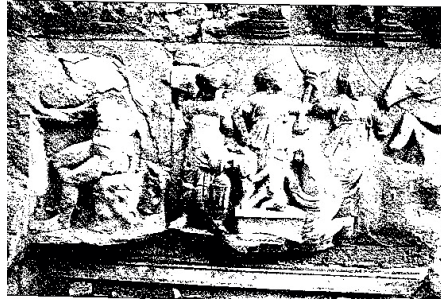
Res. 3 Dionysos Tapınağı
Fig. 3 The Temple of Dionysos



Side Dionysos Tapınağı



Dionysos Doğum Sahnesi



Dionysos'un Nysa Nympheleri tarafından yıkanması

149 Alanyalı 2003, 270.



Dionysos'un panterler tarafından çekilen araba içinde zafer alayına katılması



Dionysos'un Ariadne ile evlenmesi



Side Dionysos Tapınağının sondaj yerleri.

3.7 Pergamon Dionysos Tapınağı

Pergamon Dionysos Tapınağı, Pergamon tiyatrosunun terasının kuzey ucunda yer almaktadır. İon düzeninde prostylos plana sahiptir. Bir podium üzerinde yükselen tapınağın stylobat kısmı 11,80 x 20,22 metre ölçülerindedir. Tapınağın ön cephesi güneye doğru bakmaktadır. Tapınağa 4,5 metre yüksekliğe sahip olan 25 basamaklı bir podiumdan ulaşılmaktadır. Pergamon Dionysos Tapınağının en önemli özelliği-Podiumu, önündeki yüksek merdiveni, çevresine hâkim bir yüksekliğe sahip olması arka ve yan taraflarının neredeyse hiç görülmemesiyle Roma tapınaklarının öncüsü sayılmıştır. M.Ö. 2. yüzyıla tarihlendirilen tapınak Roma Dönemi'nde imparator Caracalla tarafından (M.S. 211-217) değişikliğe uğramıştır. Hellenistik Dönem'de andezit taşından inşa edilmiş olan tapınak, Caracalla döneminde mermer olarak yenilenmiştir. Tapınağın naosunda bulunan kapı dikmeleri ile akroterleri Caracalla zamanında yapılmıştır. Tapınağın iç tarafı da onarımlar çerçevesinde mermer süslemelerle bezenmiştir. Berlin Müzesi'nde Hellenistik ve Roma Dönemine ait orijinal parçalar

korunmaktadır. Pergamon kenti Caracalla'ya, kent için yaptığı yardımlardan ötürü, bu tapınakta Yeni Dionysos olarak tapınmıştır¹⁵⁰.



Teos'ta bulunan Dionysos Tapınağı'nın restorasyonu



Pergamon Dionysos Tapınağı ve rölüve çizim

3.8 Teos Dionysos Tapınağı

Teos Dionysos Tapınağı Teos kentindeki Hellenistik Dönem kent surunun içerisinde ve batı surlarının hemen doğusunda inşa edilmiştir. Ününü Hermogenesten alan kent, Vitruvius, Mimarlık Üzerine On Kitap (De Architectura) adlı eserinde Teos Dionysos Tapınağının mimarının Hermogenes olduğunu ve onun eustylos (sütunlar arasındaki açıklığın, sütun alt çapının 2 ¼ katına eşit olacak şekilde planlanması) ilkelerine göre planlanarak inşa edildiğini aktarmıştır.¹⁵¹ Teos Dionysos Tapınağıyla ilgili ilk araştırmalar 1764-1765 yıllarında R. Chandler ve N. Revett tarafından gerçekleştirilmiştir.¹⁵² Tapınaktaki ilk arkeolojik kazılar ise 1862 yılında R. P. Pullan tarafından yapılmıştır.¹⁵³ Yaklaşık 60 yıllık bir aradan sonra bu tapınaktaki araştırmalara 1924 yılında Fransızlar tarafından devam edilmiş olup, tapınakla birlikte temenos alanına ilişkin yeni bilgiler ortaya çıkarılmıştır. 1962-1967 yıllarında Yusuf Boysal ve Bâki Ögün tarafından gerçekleştirilen kazılar tapınak ve temenos alanında yapılmış ve tapınakta ilk kez restorasyon çalışmaları gerçekleştirilmiştir.¹⁵⁴ 1980'den 1991'deki ölümüne kadar tapınakta araştırmaları Duran Mustafa Uz tarafından yapılmış ve öşümünden sonra yayımlanmıştır. Teos Dionysos Tapınağı İon düzeninde inşa edilmiş 6x11 peripteros planlı bir tapındır. Tapınağı çevreleyen temenos duvarı trapez biçimli olup. temenos'u dört bir

150 Akurgal 2014, 256-258; Bohn 1896, 41-68; Radt 1999, 189; Hoepfner 1997, 119-121.

151 Kadioğlu 2012, 505; Kadioğlu 2018, 9.

152 Chandler – Revett – Pars 1769.

153 Pullan – Newton 1881.

154 Boysal – Ögün 1962, 12-13; Boysal – Ögün 1963, 5-7; Boysal – Ögün 1965, 231-233.

tarafından kuzey ve güneyinde Dor düzeninde inşa edilmiş stoa'lar ve doğu ve batısında İon düzeninde inşa edilmiş stoa'lar çevrelemektedir. Derin pronaos'u ve iki sütunlu dar opisthodomos'u ile Pytheos'un Priene'de inşa etmiş olduğu Athena Tapınağı'na biçimsel açıdan benzemektedir. Pronaos ve opisthodomos'taki sütunların peristasis'teki sütunlar ile aynı eksen üzerinde olmaları yine Hermogenes'in Magnesia'daki Artemis Tapınağı'nda da görülmektedir.

Ekrem Akurgal'a göre tapınak MÖ 2. yüzyılın ikinci yarısında inşa edilmiş olmalıdır.¹⁵⁵ Ancak Y. Boysal ve B. Ögün tarafından sürdürülen kazılarda bulunan ve P. Herrmann tarafından yayımlanan III. Antiokhos'a (MÖ 223-187) ilişkin yazıt ve Hermogenes'in diğer eserlerinin incelenmesi sonucu, Hermogenes MÖ 3. yüzyılın son çeyreğine tarihlenmektedir. Tapınak içerisinde ele geçen birkaç mimari blok ve tapınağa ait figürlü friz blokları, stilistik olarak Hellenistik Dönem'e tarihlenmektedir. Uz, tapınakta yapmış olduğu çalışmalara dayanarak Hellenistik yapının yıkıldığını ve Augustus (MÖ 27-MS 14) ve Hadrian (MS 117-138) Dönemi'nde yenilendiğini ileri sürmektedir. Ancak yeni dönem kazılarında tapınağın Augustus Dönemi evresine ait herhangi bir arkeolojik veri bulunamamıştır.¹⁵⁶ Tapınağın doğusunda, Kutsal Alan'a ana girişi sağlayan bir kapı yani propylon bulunmaktadır. Yazıtlar ve temenos stoa'larının Augustus Dönemi'nde yapılmış olmasından dolayı, söz konusu propylon da Augustus Dönemi'nde inşa edilmiş olmalıdır .

M.Ö. 3. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren şair, müzisyen, tiyatrocusu ve şarkıcılardan oluşan İonia ve Hellespontos Dionysos Sanatçıları Birliği Teos kentinde kurulmuştur.¹⁵⁷ Bu birliğin sanatçıları kentte Dionysos adına yapılan festivallerde görev almışlardır.¹⁵⁸ Teos Dionysos Tapınağı frizlerinde Dionysos adına yapılan şenlik sahneleri ve Mainadlar ve Satyrlerle görüldüğü Thiasos sahneleri görülür. Frizlerde ağırlıklı olarak Centaur'lar, çift flüt çalan kadınlar, himation giymiş erkekler, amphora taşıyan delikanlılar, typhanon ve lyra çalan müzisyenler sanki Dionysos alayında yürür gibi betimlenmiştir ve hareketli sahnelerdir. Teos frizlerini çalışmış olan Hahland, antik yazarlardan Diodoros Scyllus'tan alıntı yaparak bu frizlerin Dionysos'un Şarap Mucizesi sahneleri olabileceğini aktarmaktadır.¹⁵⁹ 175, 176, 178, 179, 181, 182, 184, 185 -186, 187, 188, 191, L9 3538, L10 2570, L11 2570, numaralı

155 Akurgal 2014, 305.

156 Kadioğlu 2018, 10.

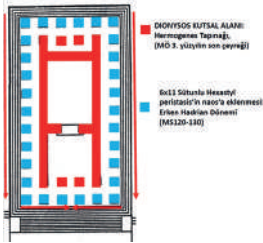
157 Kadioğlu 2018, 6.

158 Kadioğlu 2018, 6.

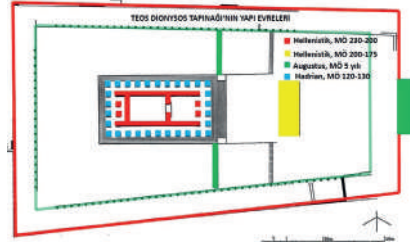
159 Diod. III. 66. 2-3.

frizlerde bu bahsedilen betimlemeler görülebilmektedir.¹⁶⁰ Bunun yanı sıra Klasik Dönem Dionysos rölyeflerinde de görülen kayaya oturmuş bir şekilde betimlenen ve üstü çıplak ve altı manto ile sarılmış Dionysos betimlemesi de mevcuttur. Dionysos'un bizzat kendisi de bu şenliklere katılmış olarak gösterilmektedir. 187 numaralı frizde yarı beline kadar gömülü bir pithos görülmektedir ve bu sahnenin Anthesteria Festivalinin birinci günü olan Pithoigia günüyle ilgili olabileceği üzerinde durulmaktadır. Frizler soldan sağa doğru hareketli ve sağdan sola doğru hareketli olmak üzere tasarlanmıştır. Hahland'a göre frizler, Teos'un mermer ocaklarından çıkarılmış olan büyük kristalli, mavi renge çalan mermerden yapılmışlardır.¹⁶¹

185 ve 186 numaralı friz blokları. Flüt çalan kadın, Himation giymiş erkek, elbise getiren kadınlar sahnesi. Soldaki frizde thymiaterion adındaki kutsal tütsü altlarına gidenler var. Sağdakinde ise olasılıkla Ephesos Artemis'i ya da Leukatheia kült heykeline doğru giden figürler görülmektedir. 184 numaralı friz bloğu. Khiton giymiş flüt çalan bir kadın, Loutrophoros taşıyan bir Centaur ve Lyra çalan bir müzisyen. Dionysos şenliğiyle ilgilidir. 175 numaralı friz. Soldan sağa Centaur, Mainad, Kayaya yaslanmış Dionysos ve Ariadne. 187 numaralı friz. Sağ altta yarı beline kadar toprağa gömülmüş pithos görülmektedir. Olasılıkla Pithoigia günüyle ilgilidir.



Teos Dionysos Tapınağı planı



Teos Dionysos Tapınağı yapım evreleri



Augustus Döneminde yapılmış ve tapınağa girişi sağlayan propylon parçası ve propylonda Augustus'a adanmış yazıt.

¹⁶⁰ Hahland 1950, Res. 27-45.

¹⁶¹ Hahland 1950, 69.



Teos Dionysos Tapınağı Hava Fotoğrafı



184 numaralı friz bloğu



175 numaralı friz



187 numaralı friz

4. TEOS, SARDES VE İASOS'TAKİ III. ANTİOCHOS VE LAODİKE YAZITLARI/TEOS'TAKİ III. ANTİOCHOS YAZITLARI

Teos'ta bulunan III. Antiokhos yazıtı, III. Antiokhos'un, Ptolemaios Krallığı yönetiminde bulunan Karia Bölgesindeki Alinda, Alabanda, Amyzon, Labraunda, Mylasa ve Tralleis kentlerini aldıktan sonra Teos kentini ziyareti esnasında yazılmıştır. Teos'ta ele geçen yazıtlar kentin kurucusu, III. Antiokhos ve eşi Laodike'nin onurlandırılması amacıyla III. Antiokhos ve eşi Laodike onuruna kült kurulması ve bir dizi ritüeli içeren yazıttır. Teos kararname yazıtı M.Ö. 204/203 yılına tarihlendirilmiştir. III. Antiokhos Teos kentinin Pergamon Krallığına ödemiş olduğu vergileri kaldırarak kenti büyük bir ekonomik yükten kurtarmıştır. Teos kenti ve teritoryumunun kutsal ve dokunulmaz sayılmasına karşılık olarak giderlerin devlet bütçesinden tedarik edildiği onurlandırma işleri yapmışlardır. III. Antiokhos ve eşi Laodike'ya bağlılık ve şükranlarını sunmak için çeşitli ritüeller gerçekleştirmişlerdir. Antiokheia ve Laodikeia için yapılacak olan ritüellere kentin tüm yöneticilerinin ve Dionysos Sanatçılar birliğinin o gün içerisinde bir araya gelmeleri. Kral Antiokhos Megas ve kız kardeşi Laodike'nin bir sunağı inşa ettirilsin ve kurban kesimi bu sunakta gerçekleştirilmesi istenmiştir. O gün içerisinde kentteki herkesin taç takması adak adaması, III. Antiokhos ve eşi Laodike'nin mermer heykellerini yaptırılması ve bu heykeller Dionysos heykelinin yanına yerleştirmişlertirilmesi yazılmıştır. III.

Antiochos bu ritüellerle Teos halkının kendisine bağlı olmasını sağlamış ve İonia Bölgesi'ndeki gücünü arttırmak istemiştir.

SEG 41, 1003. MÖ 204-MÖ 203 Blok 1-3, 4-45¹⁶² yazıtında:

“Timou[khos’ların ve Strategos’ların önergesi: Madem ki Kral] Antiokh[os ...] tercihini ... ve ... gözetip ... atalarından (gelen ve) kendisinde de halihazırda var olan iyi niyeti ve ... bir çoğunu ... niyet ederek, kentimizin ve de diğer Hellen kentlerinin müşterek hayırbahı olduğunu ilan etti. (str.8) Önceden, Taurus’un öte yakasında bulunurken dahi, bizim açımızdan birçok yararlı işlerin kaynağı oldu ve bizim bölgemize geldiğinde de meseleleri fayda getiren bir düzenleme şeklinde yeniden hâle yola koydu. Kentimizde kaldığı vakit, süregelen savaşlar ve ödediğimiz vergilerin büyüklüğü nedeniyle, bizim gerek kamu gerekse bireysel (işlerde) bitap düşmüş olduğumuzu görüp, kentimizi ve topraklarımızı adadığı tanrıya karşı dindarlığını sergileme isteği ve (aynı şekilde) halka ve Dionysos Sanatçılar Birliği’ne lütufta bulunma arzusuyla meclise iştirak ederek bizzat, kentimizin ve topraklarımızın hem kutsal ve dokunulmaz hem de vergiden muaf olmasına izin verdi. Kentteki (refahın) artması için sadece halkın hayırseveri ünvanını değil aynı zamanda kurtarıcısı ünvanını da alsın diye, yine Kral Attalos’a verdiğimiz diğer vergilerden de kendi vasıtasıyla muaf tutulacağımızın sözünü verdi. (str. 22). Bütün insanlara karşı kendisinde öteden beri var olagelen itimadın en büyük göstergesini sunmak için arkadaşları ve ona eşlik eden birlikleriyle beraber kentte kaldı ve bunlardan sonra dahi, bütün Hellenlere, hayırseverlere ve kendisine iyi niyet besleyenlere karşı ne şekilde davrandığının bir örneğini sunmak suretiyle bizim açımızdan birçok yararlı işlerin kaynağı olmayı sürdürdü ve kentimizin, sayesinde refaha ulaştığı hayırların bir kısmını (şimdi) yerine getirirken, bir kısmını da (gelecekte) yerine getirecek. (str.29) Halka (bir) mektup göndererek, halk için faydalı olduğuna kanaat getirdiğini söylediği meseleler hususunda görüşecek bir elçi heyetini kendisine göndermeleri gerektiğini bildirdi ve halk, Apollo[...] oğlu Dionysios’u, Epimenes oğlu Hermagoras’ı ve Zopyros oğlu Theodoros’u elçi olarak gönderdiği vakit ise onlara, (önceden de) bildirmiş olduğu üzere, kenti Kral Attalos’a ödediğimiz vergilerden daimi olarak muaf tutmuş olduğunu açık bir biçimde beyan etti. Bu meseleler hakkında da yazarak elçilere, bize haber vermek üzere talimat verildiğini söyledi ve elçiler de bunları halka bildirdiler. (str. 36) Benzer şekilde onun kız kardeşi, Kraliçe Laodike de her durumda, ... Kral ile aynı fikre sahip olmayı sürdürmüş ve kente (yapılan) lütuflarda kendisinin hayırlara karşı istekli ve arzulu olduğunu göstermiştir ve halk, her ikisi tarafından, lütufların en büyüğünü almıştır. O halde, bizim de Kral ve Kraliçe’ye, her fırsatta, karşılık olarak değerli şükranlarımızı

162 Hermann 1965, 33-36, Oliver 1968, 321; Merkelbach 1968, 173; SEG 41, 1001. Ma 1999, 308-311; PEP Teos 30.

gösterdiğimiz ve (yapmış oldukları) hayırlara istinaden onlara karşı (verilecek) onurlarda kendimizi aştığımız görünsün ve de halkın (kendisine yapılan) iyiliğe karşılık verme hususunda tamamen istekli olduğu herkesçe bilinsin diye, (str. 44) Hayırlı uğurlu olsun!

Kentin ve teritoryumunun kutsal ve dokunulmaz (olmasına) izin verdikleri ve bizleri vergilerden kurtardıkları ve böylece halka ve de Dionysos Sanatçılar Birliği'ne lütüfta bulundukları için, mümkün olduğunca bütün herkesçe onurlara nail olsunlar ve gerek tapınağı gerekse diğer şeyleri (Tanrı) Dionysos ile paylaşarak kentimizin müşterek kurtarıcıları olsunlar ve müşterek olarak bizlere iyilikler bahşetsinler diye, Kral Antiokhos ve onun kız kardeşi Kraliçe Laodike'nin, olabildiğince en güzel ve kutsal şeyler için en uygun mermer heykelleri Dionysos'un heykelinin yanına dikilsin. (Yine) alınan bu kararlar yerine getirilsin diye, bütün vatandaşlar arasından heykellerin yapımını ve dikimini denetlemek üzere iki epistates atansın. Bu şeyler için (gerekli) parayı ise tedarik etsinler..”

SEG 26, 130; SEG 28, 780¹⁶³

Teos'ta bulunan bir diğer yazıt ise III. Antiokhos ve eşi Laodike onuruna kült kurulması hakkındaki kent kararnamesidir.

... -de pay sahibi olup ... korusun diye ... hem kurbanların hem de libasyonların ... ona karşı ... artsın diye ... müteşekkîr bir şekilde (şenlik) tertiplensin ... Antiokheia ve Laodikeia (şenlikleri) ... ve kentin bütün yöneticileri ve Dionysos Sanatçıları (Birliği'nin) ... o gün içerisinde bir araya gelsinler. (str. 9) Symmoria'ların her biri kendilerine ait yerdeki symmoria sunağının yanına Kral Antiokhos Megas ve onun kız kardeşi, Kraliçe Laodike'nin bir sunağını inşa ettirsinler ve kurban kesimini bu (sunağın) üzerinde yerine getirsinler ve kurbanların (kesimini) ve libasyonları Kral'ın rahibi başlatsın ve tıpkı Leukathea şenliklerinde Poseidon rahibinin yönettiği gibi bu şenliklerde de Symmoria'lar tarafından gerçekleştirilen diğer tüm ritüelleri o (Kral'ın rahibi) yönetsin. (str.17) Halk, gelecek ilk seçimlerde, kişi başı oluşacak masrafı bir kereliğine belirlesin, her zaman görev başında olan tamias'lar ise, prostateslerce kaydedilen ..., kişilerden, (belirli) yaş grubundaki kişilerden ve onlara kayıt yaptıran kişilerden oluşan kişi sayısı listesini aldıktan sonra, symmoria'ların prostates'lerine kamu bütçesinden belirlenen miktarı en geç Leukatheon ayının dördüncü gününde versinler. Kentimizde ikamet eden diğer tüm sakinlerin her biri imkanları el verdiği ölçüde kendi evlerinde bayramı kutlasınlar ve kurban kessinler. O gün içerisinde kentteki herkes taç taksınlar. (Yine) o gün içerisinde kentteki ve kırsaldaki tüm işlere ara verilsin ve herkesi ve herşeyi kapsayan adli tatil olsun. Bu bayram kutsal kitaba kaydedilsin. (str. 29)

163 Hermann 1965, 36-41; Oliver 1968, 321-322; Merkelbach 1968, 173-174; SEG 26, 1307; SEG 27, 780; SEG 28, 887; Ma 1999, 311-317; Dunst 1968, 170-172; Daux 1973, 235-236, PEP Teos 31

İçerisinde lütuflarının bazılarını yerine getirdiği bazılarını da sonradan yerine getireceğinin sözünü verdiği yer Kral Antiokhos Megas'a adanıp kutsal olsun diye, bouleuterion'da Kralın olabildiğince güzel bronzdan bir heykelciği dikilsin ve kentin müşterek ocağı üzerine bouleuterion'da hem Kral hem Kharis hem de Mneme için her sene yılın başlangıcında rahip ve prytanis ile birlikte strategoslar, timoukhoslar ve tamiaslar ... uyarınca eisiteteria (giriş ritüeli) olarak Leukatheon ayının başında göreve başladıklarında lütuflar için kurban kesimini yerine getirsinler ve olgun bir kurbanı kessinler. Hayırseverlere şükranlarını sunmadan önce kamu işlerinden herhangi birini icra etmeye başlamasınlar ya da bizden sonra gelecek olanları, herşeye, şükran borcunun ödenmesinden daha az değer vermeye alıştıralım ve onların agoraya ilk adımlarını mümkün olduğunca iyi bir şekilde sağlayabilelim diye, o gün kurban kesimini gymnasiarkhos ile birlikte ephebosluk'tan ayrılan kişiler, yazılmış olduğu üzere, yerine getirsinler. (str. 44) Bir önceki yıl kurbanları tedarik etme hakkını satın alanlar kurbanları adamaya hazır hale getirsinler; tamiaslar da göreve gelecek yöneticilere ve ephebos'lardan (ayrılarak) gelen kimselere kurbanları tedarik etsinler; taç oyunlarında zafer kazanan kimseler olduğu takdirde kente zafer alayıyla giriş yapsınlar (ve) kapıdan ilk olarak bouleuterion'a gitsinler ve kralın heykelini taçlandırınsınlar ve yukarıda yazıldığı gibi kurbanları yerine getirsinler. (str. 50) Mademki Kral bizim için sadece barışı sağlamakla kalmadı aynı zamanda vergileri kaldırarak bundan sonrası için ağır ve sert vergilerin yükünü hafifletti ve topraklarımızda işleri ve ekinleri karlı ve güvenli kıldı, (öyleyse) her daim Kralın heykeli mevsime uygun olacak bir şekilde bir taçla taçlandırılmış olsun diye her yıl topraklarımızdaki ağaçlarda yetişen ürünlerin ilki, ilk ürün olarak, Kralın heykelinin önüne konulsun (ve) Kralın rahibi (buna) ihtimam göstere. Her zaman görev başında olan tamiaslar tacın satın alımı işine ek olarak bu taçların tedarik işini de eklesinler. Bütün vatandaşlar arasından, timoukhosların ve strategosların buyurdıkları şekilde heykelin yapımından ve dikiminden mesul olacak iki epitates atasın. Bunlar için gerekli olan parayı tamiaslar Kral'ın bahsettiklerinden ya da (kamu) hazinesinden versinler. (str. 59) Kralın kız kardeşi Kraliçe Laodike için de, verilen diğer onurlara ek olarak, sadece şu anki minnettarlığı(mızı gösteren) değil aynı zamanda gelecek bütün zamanlar için de bir hatıra teşkil edecek onurlar olsun ve yabancı olup da kent(imiz)e gelen herkese halk(ımız)ın minnettarlığının bir göstergesi orta yerde görünsün ve her biriyle ilgili olarak onurları uygun bir şekilde karara bağlamış görünelim diye, (str. 70-90) Agora'da(ki) çeşme onarılsın/ yapılsın (?) ve suyun oraya akması sağlansın. Çeşme kral Antiokhos'un kızkardeşi kraliçe Laodike'ye adansın ve ismi onun adına izafeten Laodike olsun. Mademki kraliçe tanrılara karşı olan şeylerde dindar; insanlara karşı olan şeylerde ise müteşekkir bir şekilde hareket etti, bu yüzden tanrıları onurlandıran ve pirüpak olan herkesin onun adına izafeten adlandırılan bu çeşmenin (suyundan) dini

ritüeller yapması uygundur. Hayırlı uğurlu olsun! Bütün rahip ve rahibeler kent için bir kurban kessin; gerekli görülen kurbanlarda bu sudan faydalanılsın! Su ile sunu yapan kimseler (gerekli suyu) oradan alsın. Gelinlik kızların düğün banyosu için su bu çeşmeden alınsın! Yukarıda yazılı ihtiyaçlar için su alanlar beyaz bir kıyafet içinde çelenkleriyle çeşmeye gelip gitsinler. Düğün banyosu için su alan (gelinlerin) ... Çeşmenin, (yukarıda) yazıldığı gibi düzenlenmesi için bütün vatandaşlar arasından iki epistates görevlendirilsin! Bu kişiler çeşmenin onarımıyla/yapımıyla (?) ... ilgilensin. Bu işler için gerekli olacak olan masrafları haznedarlar, işten sorumlu kişilerin verdiği talimata göre devlet kasasından karşılasınlar. (str. 90) Kentimizce Kral'a verilmiş olan diğer onurların yanında, mademki, kralın ve yakınlarının halkımıza karşı iyi niyetini ve bizim de krala ve yakınlarına karşı var olan arzu ve isteği müşterek hale getirmek, yani adını kralın atalarından alan kentlerle kral tarafından halkımıza bahşedilmiş ve bahşedilecek lütufları paylaşmak iyi ve münasip olur, bu kentlere vatandaşlık hakkı verilmesinin ardından onlarda hayırlara daha çok hazır olsunlar ve bütün meselelerde sanki kendi vatanının meselesiymişçesine isteklerini gösterecekleri diye ve de onlara karşı (biz) Teoslularda öteden beri var olagelen dostluğu yenilemek için, (str. 100) Hayırlı uğurlu olsun! Strategos'lar ve timoukhos'lar, gelecek seçimlerde, Daphne yanındaki Antiokheia'lıların halkına, Pieria'daki Seleukeia'lıların halkına ve deniz kenarındaki Laodikeia'lıların halkına vatandaşlık (hakkı) verileceği teklifini sunsunlar. Bu karar Dionysos tapınağının parastas'ına yazılsın ve adansın (ve) kararın yazımı görev başındaki tamias'larca takip edilsin. (str. 107) Kral Antiokhos ve onun kız kardeşi Kraliçe Laodike halkın minnettarlığını bilsinler diye, derhal onların yanına giderek bu kararı teslim edecek üç elçi atansın ve halk adına selamlama yaptıktan ve onların sağlıklı ve (yine) onların arzuladığı bizim de tanrılara dua ettiğimiz bir durumda olduğumuza birlikte sevindikten sonra ve karara bağlanmış onurları sunduktan ve onlara aktardıktan sonra...

M.Ö. 203 ila 190 arası bir döneme tarihlendirilmektedir. III. Antiokhos Teos'ta kendisi ve eşi Laodike adına Antiocheia ve Laodikeia şenlikleri tertiplemek istemesi görülmektedir. III. Antiokhos yerel dini inançların yanına kendisi ve eşi adına bir kült yaratmak istemiştir. Bu sayede Teos üzerinde hakimiyet siyasi propagandayı hedeflemiştir. Teos'taki zengin kişilerin yani Symmoriaların III. Antiokhos ve Laodike'nin sunağının yaptırması karara bağlanmıştır. Bunun yanı sıra Teos Bouleterionu'nda (Meclis Binası) III. Antiokhos'un bronzdan heykeli dikilecektir. Antiocheia ve Laodikeia şenlikleri kapsamında, inşa edilen III. Antiokhos ve Laodike sunaklarının üzerinde kurban kesimi yapılacaktır, Leukatheia şenliklerinde olduğu gibi Antiocheia ve Laodikeia şenliklerinde kurban kesimini ve libasyonları Poseidon rahibi başlatacak ve düzenleyecektir. Symmorialar tarafından gerçekleştirilen ritüeller de Kralın rahibi tarafından yapılacaktır.

Şenliklerin finansmanını sağlamak amacıyla halktan para toplanacaktır ve para toplayan tamias adındaki görevliler de, prostatesler tarafından kaydedilen kişilerden kamu bütçesinden belirlenen miktarı aldıktan sonra en geç Leukatheion ayının dördüncü gününde toplanan para teslim edilecektir. Teos kentindeki diğer tüm sakinler kendi imkanları ölçüsünde kurban kesecektir ve bayramı kutlayacaktır. O gün herkes taç takacaktır. Tüm işlere ara verilecektir ve tatil olacaktır. Bu bayram kutsal kitaba kaydedilecektir. III. Antiokhos'un bronzdan heykeli Bouleuterion'a dikilecektir. Kurban kesimini gymnasiarkhos ile ephebosluktan ayrılmış kişiler yapacaktır. Hasatın ilk ürünleri Bouleuterion'da bulunan Kralın heykelinin önüne konulacaktır. Agora'da bulunan çeşme onarılacak ve adı Laodike Çeşmesi olacaktır. Bütün rahip ve rahibeler kent için kurban kesecektir. Gelinlik kızlar düğün banyosu için bu çeşmeden su alacaktır. Çeşmeye gelenler beyaz bir kıyafet ile gelecektir. Uygulanan ritüeller ile yerel dinin yanına kendi kültürünü de ekleyerek III. Antiokhos egemenliğini sağlaştırmak ve kendisine olan bağlılığı arttırmak istemiştir.

4.1 İasos'taki III. Antiokhos Yazıtları

İasos'ta bulunan yazıtlarda da III. Antiokhos ve eşi Laodike'nin bu kente yardımlar yaptığı ve bunların karşılığında da kendilerinin kült haline getirilmiştir.¹⁶⁴ Kraliçe Laodike'nin İasos kentine yazmış olduğu mektubun içeren yazıttır. Laodike bu mektubunda, bir felaket sonrasında zor durumda kalan İasos kentine 10 yıl boyunca her sene belli bir miktar buğday göndereceğini, kente yardım yapacağını ve kentin bu yardımdan nasıl yararlanacağını, fakir ailelerin evlenme çağına gelmiş genç kızlarının çeyiz paralarını karşılayacağını ve her aileye 300'er drahmi vereceğini belirtmektedir. Kraliçe Laodike, eşi III. Antiokhos'un İasos kentini özgürlüğüne kavuşturduğu belirtmektedir. Kraliçe Laodike mektubunda kullandığı bu ifadeleri direkt olarak kentin διοικητῆς adlı bir yöneticisine yazmıştır. Laodike bu önerilerinin ardından da İasoslular'ın Kral'a iyi davranmaya devam etmelerinin çıkarlarına olacağını ifade ederek, mektubunu bitirmektedir. Yazıtın devamında, İasoslular'ın çıkardıkları bir kararnameye yer verilmektedir. Yazıtta, III. Antiokhos'un tüm Helenler'e barış getirdiği, İasoslular'ı pek çok sorundan kurtardığı ve bazı adamları köleleştirmek yerine serbest bıraktığından bahsedilir. Bu ifade, İasos kentinin III. Antiokhos tarafından askeri amaçlı ele geçirildiğini belirtmesi yönünden önemlidir. Kararnamenin sonunda ise, fragmanlı kısımdan dolayı tam olarak anlaşılamasa da kente bir Seleukos garnizonunun yerleştirilmesinin kabul edildiği de görülür.

164 Ma 1999, 329-333; Pugliesse – Carratelli 1967/1968, 445-453; *GIBM* 442; *OGIS* 237; *IGSK* 28/1,4; Sokolowski 1971, 173-174.

III. Antiokhos'un kentte, kendi ataları ve yaygın tanrılar için bir sunak yaptırdığından bahsedilmektedir. İasos kenti, Laodike'nin bu hayırlarına karşılık olarak Laodike'yi onurlandırmaktadır. Tanrıça Aphrodite evlenme çağına gelmiş, evlenmek isteyen genç kızlara yardımcı olduğuna inanılan bir tanrıçadır. Bundan hareketle Kraliçe Laodike, Aphrodite olarak İasos'ta bu şekilde tapınılacaktır. Bir anlamda Laodike Aphrodite ile özdeşleştirilerek tanrılaşmıştır. Ayrıca Kraliçe Laodike de Aphrodite rahibesi ilan edilmesi ve her evlilik töreninin ardından Laodike'ye adak adanması alınan kararlar arasındadır. Kentteki Laodike-Aphrodite kültüyle ilgili ritüeller rahibeler tarafından icra edilecektir. Rahibenin saç bandı veya taç takmasına izin verilecektir. Bunun amacı rahibenin diğer rahiplerden ayrılması ve özel bir konumu olmasının sağlanmasıdır. Her rahibe bir sene boyunca görev yapacak ve tekrar seçilip rahibe olmayacaktır. Kentin bağımsızlığa kavuştuğu bayram ya da doğum günü aynı zamanda Kraliçe Laodike'nin doğum günü olarak kutlanacaktır. Ayrıca yaptırılan sunağın korumasının her sene değiştiğinden söz edilmekte ve bu değişim sırasında uygulanması gereken dini ritüeller ifade edilmektedir. İasos'ta bulunan diğer bir yazıtta III. Antiokhos ve eşi Laodike'nin İasos'ta bir tanrı olarak tapınılacağı düşüncesi ortaya çıkmaktadır.¹⁶⁵:

III. Antiokhos ve Laodike adına özel dualar edileceğini ve aynı zamanda onların çocuklarına da dualar edileceğini belirtilmektedir. III. Antiokhos'un yaptırdığı bir sunaktan dolayı III. Antiochos, Laodike ve çocuklarının onurlandırılma kararı alınmıştır. Bu onurlandırma III. Antiochos ve ailesine, inşa edilen bu sunakta içki sunularak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca yaklaşık olarak M.Ö. 196 yılına tarihlenen bu kararnamede masrafların karşılanması için III. Antiokhos tarafından para dağıtıldığı da anlaşılmaktadır¹⁶⁶. İasos kentinde III. Antiokhos ve eşi kraliçe Laodike, bu kente yaptığı hayırlar ve yardımlar karşılığında halk tarafından tanrılaştırarak kült haline getirmiştir.

4.2 Sardes'teki III. Antiochos Yazıtları

III. Antiokhos Sardes'e büyük önem vermiştir. Achaïos krallığını Sardes kentinde kurmuştur. M.Ö. 214 yılında III. Antiokhos Sardes'i kuşatıp, bu kente imar ve iskân uygulamaları yapmıştır. Kentte çok büyük bir yangın felaketinin meydana gelmesiyle III. Antiokhos bu kente sürekli olarak yardım çalışmalarında bulunmuştur. III. Antiokhos'un Sardes'teki halka

165 Pugliesse – Caratelli 1961/1962, 578; IGSK 28/1, 5; Ma 1999, 335-336; Sokolowski 1971, 175-176.

166 Ma 1999, 335.

yardım edeceğine, vergi indirimi uygulayacağına ve Yahudilerin bu kente yerleştirilecekleri yazıtta yer almaktadır.¹⁶⁷

III. Antiokhos, Zeuksis adında bir kişiye yazmış olduğu mektupta Yahudilerin devletin çıkarı için sadık kullar olduğunu, onarı Mezopotamya ve Babil civarından rızalarını alarak Sardes'e yerleştireceğini, Yahudilerin kent içinde kendi yasalarını uygulayacaklarını, her bir Yahudi aileye ev ve ekili üzüm bağı verileceğini ve 10 yıl boyunca bu ailelere vergi indirimi uygulayacağını belirtmektedir. III. Antiokhos Zeuksis'e Yahudilere söz verdiğinden dolayı nakil işlemlerinin bir an evvel başlanmasını istemektedir. III. Antiokhos bu bölgedeki egemenliğini sağlamlaştırmak amacıyla Sardes kentini yeniden imar ve iskân ettirmiştir.

Sardes'te bulunan bir diğer yazıt ise Kraliçe Laodike'nin Sardes'e yazmış olduğu mektubu ihtiva etmektedir. Yazıtta kentte Laodikeion adında bir sunak inşa edilmesini ve her yıl kutlanmak üzere Laodikeia Bayramının yapılmasını ve bu bayram esnasında kendisinin, eşinin ve çocuklarının sağlığı ve güvenliği için Zeus'a adak adanmasını yazılmıştır.¹⁶⁸

Yazıtta Herakleides adında bir kişi Sardes halkının kararıyla Kraliçe Laodike ve çocuklarının onurlandırılmasını yazıtta kaydederek Sardes'teki Metroon Tapınağına diktirmiştir. Laodike ise yukarıda bahsedildiği üzere Sardes'te Laodikeion adında sunak inşa edilmesini ve her yıl kutlanmak üzere Laodikeia bayramlarının yapılmasını ve kendisinin, eşinin ve çocuklarının sağlığı ve güvenliği için Zeus'a adak adanmasını istemiştir. Laodikeia tıpkı Teos ve İasos'ta olduğu gibi burada yeni bir kültü siyasi bir amaç için yaptığını görmekteyiz. Ama bayramların detaylı olarak ne şekilde kutlanacağına ve ritüellerin nasıl yapılacağına ve ritüelleri yönetecek rahip ve rahibelerin nasıl hareket edeceğine dair detaylı bir bilgi verilmemiştir.

Sonuç ve Tartışma

Dionysos kültü, hem ritüel pratiğin çeşitliliği hem de mimari ve siyasal temsillerinin zenginliği bakımından Antik Dünya dinleri içinde ayrıcalıklı bir konuma sahiptir. Bu çalışmada elde edilen bulgular, tanrının geç dönemlerde pantheona dâhil edilmesine karşın, kültürünün özellikle Arkaik Dönem'den itibaren hızla kurumsallaştığını ve hem Yunan hem Anadolu coğrafyalarında güçlü bir toplumsal karşılık bulduğunu göstermektedir. Dionysos'un çok katmanlı doğası, ekstatik deneyim, şarap, doğurganlık, dramatik sanatlar ve

167 Ma 1999, 285-287; SEG 39, 1283; Petzl 2019, 10.

168 Ma 1999, 285-287; SEG 39, 1284; Petzl 2019, 11-12.

siyasal meşruiyet, kültürün zaman içinde farklı coğrafyalarda uyarlanan, yerel geleneklerle bütünleşen dinamik bir yapıya sahip olmasını sağlamıştır.

Dionysos bayramlarına ilişkin değerlendirmeler, ritüellerin yalnızca dini birer edim değil, aynı zamanda kent kimliğinin kurucu unsurlarından biri olduğunu ortaya koymaktadır. Kent Dionysia'nın politik niteliği ve dramatik yarışmaların demos önünde icra edilen bir tür yurttaşlık performansına dönüşmesi, kültürün kent-devlet yapısını destekleyen ideolojik bir işleve de sahip olduğuna işaret eder. Anthesteria'daki kutsal evlilik ritüeli, Kır Dionysiası'nın fallik alayları veya Lenaia'daki dramatik etkinlikler, Dionysos'a ilişkin ritüel repertuvarın ne denli geniş ve esnek olduğunu, bunun da kültürün sürekliliğini sağlayan temel faktörlerden biri olduğunu göstermektedir.

Mimari bulgular da bu ritüel çeşitliliği mekânsal olarak yansıtmaktadır. Naxos Yria'dan Delos Stoibadeion'a, Thebai Dionysos Lysios Tapınağı'ndan Baalbek'teki Bacchus Tapınağı'na kadar uzanan geniş bir coğrafyada, Dionysos tapınaklarının tek bir mimari şablona bağlı kalmadığı görülmüştür. Bunun yerine, yerel gelenekler, politik beklentiler, ekonominin durumu ve dini pratiklerin niteliği gibi değişkenler, tapınakların plan şemalarını, kült heykellerinin konumlanışını ve kutsal alanların kullanımını doğrudan etkilemiştir. Roma Dönem'iinde Bacchus Tapınağı gibi anıtsal örneklerde görülen aşırı temsil vurgusu, tanrının imparatorluk ideolojisi tarafından sahiplenildiğini, buna karşılık Teos gibi yerlerde kültürün yerel kimlik inşasında önemli bir unsur olarak ele alındığını göstermektedir.

Çalışmanın bir diğer önemli bulgusu, III. Antiochos ve Laodike adına Teos, Iasos ve Sardes'te dikilen yazıtların tanıklık ettiği üzere, Dionysos kültürünün Hellenistik krallar için etkili bir siyasal araç olarak kullanılmış olmasıdır. Kralların kültürü himaye etmesi, kentlere mali ayrıcalıklar sağlaması veya festivallerin düzenlenmesini desteklemesi yalnızca dindarlık göstergesi değil, aynı zamanda yerel elitlerle kurulan karşılıklı çıkar ilişkilerinin bir parçasıdır. Bu bağlamda Dionysos kültürü, Hellenistik siyasal düzenin meşruiyet üretme mekanizmaları içinde önemli bir yer tutmuş, krallık otoritesinin kentsel topluluklar tarafından kabul edilmesini kolaylaştıran bir ideolojik çerçeve işlevi görmüştür.

Tapınakların Geç Antik Çağ ve Bizans Dönem'indeki dönüşümü ise kültürün hem sürekliliği hem de yeniden tanımlanabilirliği açısından dikkate değerdir. Bir yandan bazı yapılar yeni kutsal işlevlerle yaşamaya devam etmiş, diğer yandan mimari programlar değişen teolojik ve politik koşullara göre uyarlanmıştır. Bu durum, Dionysos kültürünün yalnızca kendi dönemine özgü bir pratik olmadığını, sonraki dönemlerde de hatırlanan, yeniden yorumlanan bir referans kaynağı haline geldiğini göstermektedir.

Genel olarak bakıldığında, Dionysos kùltù, mitolojik anlatılar, ritüel pratikler, mimari formlar ve siyasal stratejiler arasında kurulan çok yönlü ilişkiler sayesinde Antik Dünya’da yaşayan toplumların dini, estetik ve politik evrenini şekillendiren güçlü bir fenomen olarak değerdendirilmelidir. Bu çalışma, söz konusu ilişkilerin karşılıklı etkileşim mekanizmalarını ortaya koyarak, Dionysos’un kùlt tarihindeki özgün konumuna dair bütüncül bir kavrayış sunmuş, kùltün mekânsal, ritüel ve politik boyutlarını birbirine bağlayan disiplinlerarası yaklaşımın önemini vurgulamıştır.

BİBLİYOGRAFYA¹⁶⁹**Antik Kaynaklar**

- Aristoteles **Poetika: Politics.**
Çev. H. Rackham. London: 1944.
- Arrianos **Alexandroi Anabasis: İskender'in Anabasisi.**
Çev. H. Örs. İstanbul: 1949.
- Diodoros Scilus **Bibliothekes Historikes.**
Çev. C. H. Oldfather. Loeb I\XII\XVII. London: 1967.
Nonnus Dionysiaca
Çev. W. H. D. Rouse. Loeb III. Cambridge: 1940-1942.
(<https://www.theoi.com/Text/NonnusDionysiaca9.html>)
- Herodotos **Herodot Tarihi.**
Çev. A. Erhat-M.Ökmen. İstanbul: 1983 bu var
- Plinius **Naturalis Historia: Natural History.**
Çev. H. Rackham. London: 1938.
- Pseudo Skylaks **Periplus.**
Çev. M. Arslan. Mediterranean Jorunal of Humanities II\1, 2012.
- Thukydides **Peloponnesos Savaşı**
Çev. T. Gökçöl, Hürriyet Yayınları, İstanbul 1976.
- Sophokles **The Antigone of Sophokles**
Çev. R. Jebb. Cambridge University Press. Cambridge 1891

Modern Kaynaklar

- Öniz 2016 H. Öniz, Doğu Akdeniz'de Amphoralar (İstanbul 2016).
- Alanyalı 2003 H. S. Alanyalı, "Side Tiyatrosu Çevresinde Kazı, Onarım Ön Çalışmaları", KST 24.2, 2003, 267-282.
- Alanyalı 2016 F. S. Alanyalı, "Side Dionysos (?) Tapınağı Işığında Tiyatro ve Çevresinin Kentsel Dönüşümü", OLBA XXIV, 2016, 419-450.
- Barnett R. D.
1948 "A Phoenician Inscription from Eastern Clicia", *Iraq* 10-1, 56-71.

169 Süreli ve seri yayınların kısaltmalarında Alman Arkeoloji Enstitüsü'nün belirlediği son güncellemesi Nisan 2014 tarihinde olan liste kullanılmıştır: "List of Abbreviations for Journals, *Series, LLexika and Frequently Cited Works (çevrimiçi) http://www.dainst.org/documents/10180/70593/02_Abbreviations+for+Journals_quer.pdf/a82958d5-c5e9-4696-8e1b-c53b5954f52a Antik kaynakların kısaltmalarında ise Der Kleine Pauly (xxi-xxvi)'de verilen liste esas alınmıştır.

- 1953 “Mopsos”, **JHS** 73, 140-143.
- Bieber 1971 M. Bieber, *The History of the Greek and Roman Theater* (Princeton 1971).
- Bohn 1896 R. Bohn, “Die Theater-Terrasse” *AvP IV*, 1896, 41-68.
- Boysal – Ögün 1 Y. Boysal – B. Ögün, “Teos Kazısı 1962 Kısa Raporu” *TAD* 12.1, 1962, 12-13.
- Boysal – Ögün 1963 Y. Boysal – B. Ögün, “1962 Senes, Teos Kazıları Hakkında Kısa Rapor”, *TAD* 12.2, 1963, 5-7.
- Boysal – Ögün 1 Y. Boysal – B. Ögün, “Teos Kazısı 1965 Yılı Kısa Raporu”, *TAD* 14.1-2, 1965, 231-233.
- Bruns-Özgan 2006 C. B. Özgan, “W. Radt (Hrsg.), Stadtgrabungen und Stadtforschung im westlichen Kleinasien, Symposium Bergama 2004” (2006) 171-173 Ill. 2.3.6.
- Bruneau 1970 P. Bruneau, *Recherches sur les cultes de Délos à l'époque Hellénistique et à l'époque impériale* (Paris 1970)
- Bruit-Zaidman 1989 L. Bruit-Zaidman – P. S. Pantel *La religion griega en la polis de Época clásica* (Paris 1989)
- Bulard- Bizard- M. Bulard – L. Bizard- G. Leroux, “II. Monuments de sculpture.” *BCH* 31, 1907, 504-529.
- Leroux 1907
- Büyükkolancı 2008 M. Büyükkolancı, “Side Dionysos Tapınağına İlişkin Yeni Bulgular”, içinde: A. Özdizbay – İ. Delemen – S. Ç. Kepçe – Ö. Turak (ed.), *Euergetes. Prof. Dr. Haluk Abbasoğlu'na 65. Yaş Armağanı*, (Antalya 2008) 259-282.
- Carpenter 1986 T. H. Carpenter., *Dionysian Imagery in Archaic Greek Art; Its*

Development in Black-Figure Vase Painting(Oxford 987).

- Chandler ve diğ. 1769 R. Chandler – N. Revett – W. Pars, *Antiquities of Ionia I* (London 1769).
- Clay 2004 D. Clay, *Archilochos Heros. The Cult of Poets in the Greek Polis* (London 2004)
- Clinton 2005 K. Clinton“Pigs in Greek Rituals”, R. Hägg – A. Brita, *Greek Sacrificial Ritual, Olympian and Chthonian. Proceedings of the Sixth International Seminar on Ancient Greek Cult, organized by the Department of Classical Archaeology and Ancient History, Göteborg University, 25-27 April 1997*, Stockholm 2005, 167-179.
- Daux BCH 87 1963 G. Daux, *La grande démarchie: un nouveau calendrier sacrificiel d’Attique, BCH 87, 1963, 603-634.*
- Deubner 1932 L. Deubner, *Antissche Feste*(Berlin 1932).
- Detienne 1989 M. Detienne, *Dionysos at Large*(Cambridge 1989)
- Dimitrijevic 2020 M. S. Dimitrijevic, *Dionysus, Wine, Stars and Apollo, Journal of Classical Studies Matica SRSPKA 21-22, 187-205.*
- Guettel 1993 S. C. Guettel, “Theather in the Classical World”, İçinde: R. Scodel (ed.), *Procession and Celebration at the Dionysia*, 25-38.
- Guettel 2011 S. C. Guettel, “A Different God? Dionysios and Ancient Polytheizm,” İçinde: R. Schlesier (ed.), *Epigraphica Dionysiaca*(Berlin-Boston) 263-279.
- Gruben 1992 G. Gruben, “Die Entwicklung der Marmorarchitektur auf Naxos und das neuentdeckte Dionysos-Heiligtum in Iria”, *Nürnberg-berger Blätter zur Archäologie 8,1992, 41-51.*

- Gruben 1997 G. Gruben, "Naxos und Delos. Studien zur archaischen Architektur der Kykladen", *JDAI* 112, 1997, 261-416.
- Gruben 1998 G. Gruben, "Naxos und Delos", *Jahrbuch des Archäologischen Instituts* 112, 1998, 241-416.
- Gruben 2006 G. Gruben, *Klassische Bauforschung* (München 2006).
- Gruben ve diğ. 1987 G. Gruben – V. Lambrinoudakis, "Das neuentdeckte Heiligtum von Iria auf Naxos", *Archäologischer Anzeiger* 4, 1987, 569-621.
- Gruben ve diğ. 1990 G. Gruben - V. Lambrinoudakis, "Yria The campaigns of 1986–1987", *Archaiognosia* 5, 1990, 133-191.
- Hahland 1950 W. Hahland, "Der Fries des Dionysostempels in Teos" *ÖJH* 38, 1950, 66-109.
- Herrmann 1965 P. Herrmann, "Antiochos der Grosse und Teos" *Anadolu* 9, 1965, 29-159.
- Hoepfner 1997 W. Hoepner, "Hermogenes und Epigonos: Pergamon zur Zeit Attalos I", *JdI* 1997, 119-121.
- Hiller von Gaertringen 1900 F. Hiller von Gaertringen, 1900, "Dionysosinschrift aus Naxos", *Hermes* 35, 339-340.
- Ferguson 1948 Ferguson, W. S, "Demetrius Poliorcetes and the Hellenic League", *Hesperia* 17, 279 1948, 112-136.
- Jacottet 1990, A. F. Jacottet, "Le lierre de la liberté", *ZPE* 80, 1990, 150-156.
- Kadioğlu 2012 M. Kadioğlu, "Teos (1962-1966, 2010-....)", içinde: O. Bingöl – A. Öztan – H. Taşkıran (ed.), *DTCF Arkeoloji Bölümü – Tarihçesi ve Kazıları (1936-2011) Anadolu / Anatolia* Ek III.2, (Ankara 2012) 505-522.
- Kadioğlu 2018 M. Kadioğlu, *Teos Rehber Kitap II / Teos Guide Book II* (Ankara 2018).
- Karényi 1951 C. Karényi, *The Gods of the Greeks* (1951)

- Lambrinoudakis 2002 V. Lambrinoudakis, *Rites des consécration des temples a Naxos*, dans
P. Linant de Bellefonds (Ed.), *Rites et cultes dans le monde antique*,
Paris, 2002 (Cahiers de la Villa Kérylos, 12) 1-19.
- Love 1970 I. C. Love, A Preliminary Report of the Excavations at
Knidos, 1969,
American Journal of Archaeology 72, 2, 125-147.
- Lupu 2005 E. Luppü, *Greek Sacred Law. A Collection of New Documents (NGSL)* (Leiden-Boston 2005).
- Ma
2000 J. Ma, *Antiochos III and The Cities of Western Asia Minor* (Oxford 2000)
- Mansel 1963 A. M. Mansel, *Die Ruinen von Side* (Berlin 1963).
- Mansel 1978 A. M. Mansel, *Side 1947-1966 Yılları Kazıları ve Araştırma Sonuçları* (Ankara 1978).
- Morris 2007 S.P. Morris, Apollo, Dionysos and Zeus: On the Sacred
Lanscapes of
Ancient Naxos, (Seminer içine Morris kaydettin kün-
yesini al ordan
editorler ve litap adını. Atina.
- Mikalson 2010 J. D. Mikalson, *Ancienr Greek Religion*, (Sussex 2010)
- Milis-Olson 2012 B. W. Milis-S. D. Olson, "Inscriptional Records fot
the Dramatic
Festivals in Athens", *Brill Studies in Greek and Roman Epigraphy* 3,
2012, 5-58.
- Paleothodoros 2012 D. Paleothodoros, "Dionysios in Late Archaic At-
hens", *Electra*, 2, 51-
57.
- Parke 1977 H. W. Parke, *Festivals of the Athenias* (London 1977)
- Pickard-Cambridge A. Pickard-W. Cambridge, *The Dramatic Festivals of
Athen* (Oxford
1968 1968)

- Piesker 2015 K. Piesker, “Auf den zwiten Blick: ein neuer Rekonstruktions-vorschlag für den ‘Dionysos Tempel’ in Side”, *IstMitt* 65, 2015, 151-183.
- Pullan – Newton R. P. Pullan – C. T. Newton, *Antiquities of Ionia IV* (- London 1881).
1881
- Radt 1999 W. Radt, *Geschichte und Bauten einer antiken Metropole*(Darmstadt 1999).
- Rimassa 1998 P. J. Rimassa “Dionysos d’lci et Dionysos d’Ailleurs”, *PALLAS* 48, 1998, 19-42.
- Sololowski 1969 E. Sokolowski, *Lois Sacrees des Cites grecques* (Paris 1969)
- Spineto 2005 N. Spineto, *Dionysos a teatro. Il contesto festivo del dramma greco*(Roma 2005

Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miras Yönünden Manisa'nın Bir Destinasyon Olarak Değerlendirilmesi¹

Ayhan Yıldız²

Özet

“Destinasyon” kavramı pek çok farklı anlam içermekte olup bu nedenle kapsamlı ve standart bir tanım yapmak güçtür. Genel anlamıyla destinasyon; bir kişinin gittiği ya da bir şeyin gönderilip alındığı yer olarak ifade edilir. Turizm destinasyonu ise turistlerin sıkça ziyaret ettiği, doğal veya kültürel çekiciliklere sahip, tarihî önemi bulunan, doğal ya da sonradan oluşturulmuş güzellikleri, eğlence alanları, ibadethaneleri ve konaklama imkânlarıyla öne çıkan; kültürel ve doğal açıdan zengin şehir, kasaba, köy veya ülkeler olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada Manisa ili, turistik bir destinasyon örneği olarak ele alınmıştır. Çalışmanın temel amacı, Manisa'nın mevcut turistik değerlerinin envanterinin çıkarılması ve bu değerlerin turizm potansiyelinin değerlendirilmesidir. Manisa, Ege Bölgesi'nin iç batı kesiminde yer almakta olup doğal ve beşerî turizm kaynakları bakımından oldukça zengindir. Ancak bu potansiyele rağmen şehirdeki turizm faaliyetleri yeterince gelişmemiştir. Turizmin gelişmemesinin temel nedenleri arasında Manisa'nın turizm potansiyelinin yeterince fark edilmemiş olması, tanıtım ve yatırım eksiklikleri, konaklama alanındaki yetersizlikler ile ulaşım ve erişilebilirlik sorunları yer almaktadır. Araştırma alanının turizm özelliklerine ilişkin elde edilen veriler nitel niteliktedir. Bunun nedeni, bölgede turistik değer taşıyan birçok unsurun henüz turizme tam anlamıyla kazandırılmaması ve bu nedenle nicel veri tutacak bir kurumun bulunmamasıdır.

- 1 Bu araştırma, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği ABD'nda dönem projesi olarak yazılmıştır.
- 2 İngilizce Öğretmeni, Sakarya İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Sakarya-Türkiye, ayhan_yildiz_45@hotmail.com, Orcid Id: 0009-0006-2921-5568

1. Giriş

Kültürel miras, genellikle somut ve somut olmayan olarak iki ana kategoride ele alınır. Bu kategoriler, insanların geçmişten gelen değerleri, gelenekleri ve anlam sistemlerini içerir. Somut kültürel miras, elle tutulabilir ve fiziksel olarak algılanabilir nesneleri ifade eder. Bu nesneler genellikle belirli bir topluluğun veya toplumun tarihini, sanatını, mimarisini yansıtan objelerdir ve örnekler şunları içerebilir (Metin Basat, 2013);

- Tarihi binalar ve anıtlar
- Sanat eserleri ve el sanatları ürünleri
- Kitaplar, el yazmaları ve antik yazıtlar
- Müzelerde sergilenen eserler
- Arkeolojik kalıntılar
- Geleneksel kıyafetler ve süs eşyaları

Somut olmayan kültürel miras, maddesel olmayan ve genellikle topluluklar arası bilgi, gelenek ve pratikleri kapsar. Bu tür miras, belirli bir topluluğun kültürel kimliğini şekillendiren değerleri yansıtarak, insanlar arasındaki bağları güçlendirir. Örnekler şunları içerebilir (Metin Basat, 2013);

- Geleneksel müzik, dans ve ritüeller
- Dil ve sözlü gelenekler
- Mitoloji, efsaneler ve hikayeler
- Geleneksel el sanatları ve zanaatlar
- Toplumsal ritüeller ve kutlamalar
- Yemek kültürü ve geleneksel tarifler
- Toplumsal normlar, değerler ve ahlaki kodlar

Her iki tür kültürel miras da toplumların kimliklerini oluşturur, geçmişlerini korur ve gelecek nesillere aktarır. UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) gibi kuruluşlar, dünya genelinde önemli kültürel mirasları tanımlar, korur ve değerlendirir. Somut ve somut olmayan kültürel mirasın etkili bir şekilde yönetilmesi, koruma, tanıtmaya ve sürdürülebilirliği sağlama amacını taşır. Bu, yerel, ulusal ve uluslararası düzeylerde çeşitli stratejiler, politikalar ve yönetim yaklaşımları gerektirir. Somut kültürel miras yönetimi şunları kapsamaktadır (Kuşçuoğlu & Taş, 2017);

- **Koruma ve Restorasyon:**Tarihi binalar, anıtlar ve arkeolojik sitelerin korunması, restorasyonu ve bakımı için uzman ekipler ve yönetim planları gereklidir.
- **Müze Yönetimi:**Müzeler, somut kültürel mirası sergileyen önemli kurumlardır. Nesnelerin korunması, sergilenmesi, envanterlenmesi ve araştırılması müze yönetimi içinde önemli rol oynar.
- **Eğitim ve Farkındalık:**Toplulukların ve ziyaretçilerin kültürel miras hakkında eğitilmesi ve farkındalıklarının artırılması, somut mirasın değerini korumak açısından önemlidir.
- **Zoning ve Planlama:** Tarihi bölgeler ve korunan alanlar için özel planlama ve kullanım düzenlemeleri oluşturarak yapılaşmanın kontrol edilmesi.
- **Teknolojik Uygulamalar:** Güncel teknolojiler, örneğin dijital haritalama ve 3D modelleme gibi araçlar, somut kültürel mirasın belgelenmesi ve korunması için kullanılabilir.

Somit olmayan kültürel miras yönetimi ise şu başlıklardan oluşur (Kuşcuoğlu & Taş, 2017);

- **Dil Koruma ve Geliştirme:** Somut olmayan kültürel mirasın birçoğu dil üzerinden aktarılır. Dilin korunması, desteklenmesi ve geliştirilmesi önemlidir.
- **Toplumsal Katılım:** Somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilirliği için toplulukların aktif katılımı önemlidir. Geleneksel etkinliklere, festivallere ve ritüellere toplulukların dahil edilmesi.
- **Eğitim ve Geçiş:** Somut olmayan mirası yaşlı nesillerden genç nesillere aktaracak eğitim programları ve mentorluk sistemleri kurulması.
- **Dokümantasyon ve Arşivleme:** Somut olmayan kültürel mirası belgelemek ve dijital arşivler oluşturmak, gelecek kuşaklara aktarılabilirliği artırır.
- **Kültürel Politikalar:** Somut olmayan kültürel mirasın korunması için ulusal ve uluslararası düzeyde kültür politikalarının geliştirilmesi.

Her iki tür kültürel mirasın yönetimi, multidisipliner bir yaklaşım ve sürdürülebilir bir strateji gerektirir. Ayrıca, toplulukların ve uzmanların işbirliği ve katılımı önemli bir rol oynar.

1.1. Araştırmanın Amacı

Manisa ili, Türkiye'nin batısında Ege Bölgesi'nde yer almakta olup somut ve somut olmayan kültürel miras unsurları bakımından önemli bir çeşitliliğe sahiptir. Bu çalışma, Manisa'nın sahip olduğu kültürel miras unsurlarını belirlemeyi ve bu unsurların turizm potansiyeline katkılarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Somut kültürel miras; şehirde bulunan tarihi yapılar, arkeolojik alanlar, anıtlar, müzeler ve sanat eserleri gibi fiziksel varlıklardan oluşmaktadır. Somut olmayan kültürel miras ise gelenekler, sözlü anlatımlar, müzik, dans, el sanatları ve festivaller gibi kuşaktan kuşağa aktarılan unsurları kapsamaktadır. Bu bağlamda Mesir Festivali, Gördes halısı, geleneksel düğün uygulamaları ve çeşitli yerel eğlenceler somut olmayan kültürel mirasa örnek olarak gösterilebilir. Manisa merkezi ve ilçeleri, geçmiş dönemlerden günümüze taşıdığı kültürel izlerle zengin bir mirasa sahiptir. Ancak ildeki somut ve somut olmayan kültürel mirasın tanıtımına yönelik çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Bu durum, Manisa'nın sahip olduğu kültürel değerlerin turizm açısından tam anlamıyla değerlendirilmesini engellemektedir. Bu araştırmanın temel amacı, Manisa ilinin turizm potansiyelini ortaya koymak ve turizmin gelişmesiyle birlikte kentte meydana gelebilecek olumlu sosyo-ekonomik etkileri analiz etmektir.

1.2. Araştırmanın Önemi

Türkiye'nin batısında, Ege Bölgesi'nde yer alan Manisa; tarihi, kültürel ve doğal değerleri bakımından zengin bir kenttir. Şehir, sahip olduğu somut ve somut olmayan kültürel miras unsurları sayesinde önemli bir turizm destinasyonu potansiyeli taşımaktadır. Manisa'nın gerek kültürel miras bakımından zengin oluşu gerekse ulaşım olanaklarının elverişli olması, kenti turizm açısından avantajlı konuma getirmektedir. Bununla birlikte, Manisa hakkında yapılan akademik çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Kentte ziyaretçilere sunulan turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi, hem ziyaretçi sayısının hem de geceleme konaklama sürelerinin artırılması açısından önem taşımaktadır. Manisa ve ilçelerinin pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olması, bu bölgenin turistik cazibeye dönüştürülmesi açısından değerli bir fırsat sunmaktadır. Ancak kente gelen turistlerin büyük çoğunluğunun kısa süreli veya günübirlik turlarla Manisa'yı ziyaret etmesi, ayrıca kentin somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının yeterince tanıtılmaması, Manisa'nın turistik bir destinasyon olarak hak ettiği ilgiyi görememesine neden olmaktadır. Bu durum, Manisa'ya yönelik ziyaretlerin çoğunlukla il merkeziyle sınırlı kalması veya yalnızca birkaç ilçeye yönelmesiyle de kendini göstermektedir.

1.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmanın amacı, Manisa ili sınırları içerisinde yer alan somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarını belirlemek ve bu kültürel değerlerin Ege Bölgesi turizm potansiyeline katkılarını incelemektir. Çalışmanın odağını, Manisa'daki tarihi ören yerleri ile geleneksel kültürel öğeler oluşturmaktadır. Dönem projesinin hazırlanma sürecinde belge tarama tekniği kullanılmış; veri toplama kapsamında sözlü kaynaklar, yüzey araştırmaları ve konuya ilişkin yayımlanmış süreli yayınlar incelenmiştir. Araştırma konusunun gastronomi, arkeoloji ve tarih gibi birden fazla disiplinle ilişkilendirilmesi nedeniyle disiplinlerarası bir metodoloji benimsenmiştir.

2. Literatür Taraması

2.1 Turistik Bir Destinasyon Olarak Manisa İli

İnternet kullanımının günlük yaşamda yaygınlaşması, turistlerin bilgiye erişim biçimlerini, seyahat planlama süreçlerini ve ziyaret ettikleri yerleri başkalarıyla paylaşma yöntemlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu gelişmelere paralel olarak, ülkeler ve turizm bölgeleri son yıllarda destinasyon tanıtımına daha fazla önem vermekte ve bu amaçla belirli bütçeler ayırmaktadır. Turizm sektöründeki faaliyetlerin büyük bölümü destinasyonlarda gerçekleşmektedir. Destinasyon, genel anlamıyla turistlerin seyahat etmek amacıyla belirledikleri yer veya ziyaret etmek istedikleri bölge biçiminde tanımlanabilir. Destinasyon pazarlaması, ziyaretçi sayısını artırmak amacıyla bir kasaba, şehir, ülke ya da bölgenin tanıtımına yönelik planlı faaliyetleri kapsamaktadır. Destinasyon pazarlamasının gelişimi, turizm sektörünün büyümesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Markalaşma sürecini etkili tanıtım stratejileriyle destekleyen destinasyonların, rakip destinasyonlara göre istihdam yaratma, farkındalık oluşturma ve ekonomik büyüme gibi alanlarda daha fazla avantaj elde ettiği belirtilmektedir (Gedik, 2021).

Dünya turizminde yaşanan gelişmeler ve ortaya çıkan yeni eğilimler, turizm pazarlamasını uluslararası bir boyuta taşımıştır. Ülkelerin tanıtımı kapsamında yeni destinasyonların öne çıkarılması, turistik ürün çeşitliliğinin artmasına katkı sağlamıştır. Tarihi ve doğal güzellikleri ile dünyanın sayılı destinasyonları arasında yer alan Türkiye, sahip olduğu doğal zenginlikler ve bölgesel çeşitlilik sayesinde uluslararası turizmde dikkat çekmektedir (Davras & Uslu, 2019). Destinasyon kavramı çok yönlü bir anlam yapısına sahip olup tek ve standart bir tanım yapmak güçtür. Genel anlamıyla destinasyon, bir kişinin seyahat ettiği veya bir şeyin gönderildiği ve alındığı yer olarak ifade

edilmektedir. Turizm destinasyonu ise; doğal veya kültürel çekiciliklere, tarihi değerlere, doğal yahut yapay güzelliklere, eğlence alanlarına, ibadethanelere ve konaklama olanaklarına sahip; turistler tarafından sıkça ziyaret edilen ülke, şehir, kasaba ya da köy gibi yerleşim birimlerini kapsamaktadır (Gedik, 2021).

“Destinasyon” kavramı köken açısından incelendiğinde, sözcüğün Fransızcadan Türkçeye geçtiği görülmektedir. Türk Dil Kurumu (TDK, 2017) destinasyonu “varılacak yer” biçiminde tanımlamaktadır. Alan yazında ise kavram; çekim yeri, turizm bölgesi ya da turistlere deneyim sunan ülke, şehir, kasaba ve köy gibi belirgin coğrafi alanlar olarak kullanılmaktadır. Buna ek olarak destinasyon, ülkeden küçük fakat bir ülkedeki birkaç şehirden daha büyük olabilen; insan hafızasında belirli bir imajla yer etmiş, markalaşmış ulusal bir alanı da ifade edebilmektedir. Önemli turistik çekiciliklere, gelişmiş ulaşım olanaklarına, festival ve karnaval gibi çeşitli etkinliklere ve yeterli coğrafi kapasiteye sahip bölgeler destinasyon kapsamında değerlendirilmektedir (Davras & Uslu, 2019).

Dünya turizm organizasyonu, yerel turizm destinasyonlarını, destek hizmeti ve cazibe merkezi olarak kabul etmektedirler. Turizm kaynakları ve ürünleri fiziksel bir alan olarak tanımlanmaktadır. Başarılı turizm destinasyonu, diğer destinasyonlara göre bölgeye gelen ziyaretçilerin olumlu izlenimlerini, kişi başına yapılan harcamanın miktarını, destinasyona tekrar ziyaret için gelinme olasılığını değerlendirmektedir. Coğrafi alanın turistik destinasyona sahip olabilmesi için belirleyici etken büyüklüğü, coğrafi sınırı değil turistleri çekebilmesi ve gelen misafirlerin ihtiyaçlarının karşılanabilmesidir. Belirli bir turist kitlesine hitap edilir ve bölgenin tanıtımı yapılır (Gedik, 2021). Bir alanın başarılı bir destinasyon sahası olarak kabul edilmesinin birkaç temel şartı vardır ve bu yer için ilk olarak bakılacak özellikler şunlardır (Gedik, 2021):

- İlk olarak gelen turistlerin konaklama, yemek, dinlenme gibi temel ihtiyaçları karşılanır.
- Destinasyonda ki yerlerin ziyaret edilmesinin yanı sıra bu çevreye bağlantılı ulaşım altyapısının da yeterli olması sağlanır.
- Seyahat firmaları ve acenteler tarafından oluşturulan paketlerin tam uygulanması ve geliştirilerek devam etmesi temin edilir.
- Belirli bir turistik destinasyonda konaklama boyunca misafirlerin yararlanabileceği tüm aktiviteler planlanır.

2.2. Kültürel Miras Kavramı

Kültür, genel olarak insanlığın doğa karşısındaki mücadelesi sonucunda ortaya çıkan maddi ve manevi birikimlerin bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bir yaşam biçimi niteliği taşıyan kültür, toplumları birbirinden ayıran temel unsurlardan biri olup, ilgili toplumun karakteristik özelliklerini yansıtır. Tarihsel süreç içerisinde üretilerek kuşaktan kuşağa aktarılan ve hem maddi hem de manevi nitelikler içeren kültür, aynı zamanda bir toplumun varlığının sürdüğünün de göstergesidir. Toplumlara özgü kültürlerin yalnızca yazılı ve sözlü ürünlerden ibaret olmadığı; toplum üyelerinin benimsediği, uyum sağladığı örf ve adetlerin de toplumsal kimliğin şekillenmesinde belirleyici bir rol üstlendiği ifade edilmektedir.

Kültür denildiğinde akla gelen ilk unsurlar örf ve adetler olmakla birlikte, sanat, müzik, mimari, dans ve resim gibi alanlar da kültürün temel yapı taşlarını oluşturmaktadır. İnsanlık tarihi boyunca yaşanan tüm gelişmeler, toplumlarda belirli bir kültürel birikimin oluşmasına katkı sağlamış ve bu birikim zamanla kültürel miras niteliği taşıyan deneyimlere dönüşmüştür. Kültürel birikim, kentlerin kimliğini ve gelişmişlik düzeyini gösteren en önemli göstergeler arasında yer almaktadır. Kültürel miras ise tüm kültürel değerlerin ve geleneklerin somutlaşmış hâlini ifade eder. Bilinçli bir kültürel koruma anlayışı sayesinde kültür, genç kuşaklara aktarılmakta ve böylece varlığını sürdürebilmektedir. Kültürel korumanın temelinde, hangi değerlerin korunmaya değer olduğuna ilişkin bir değerlendirme bulunmaktadır. Bu değerler genel olarak taşınır ve taşınmaz kültürel varlıklar olmak üzere iki ana kategori altında sınıflandırılmaktadır.

Kültür ve kültürel miras toplumun kaynağıdır. Bu bakımdan kültürel eser ortaya çıktığı dönemin de aynı zamanda kaynağıdır. Toplumların tarihinin aktarılmasında önemli rol oynayan kültürün korunması insanlık tarihinin de korunması anlamına gelmektedir. Ev sahibi olan toplum, kültürünü diğer toplumlardan gelen insanlara tanıtmaya ev sahibi toplum için bir üstünlük kaynağı olarak görülmektedir. Bu durum da turizmin önemli Sosyo-kültürel etkileri kapsamında değerlendirilmektedir. Bu anlamda turizm ve kültürel miras arasındaki bağlantı gün geçtikçe artmaktadır. Kültürel miras her geçen gün turizm gelişmesi için uygun ortamın hazırlanmasına destek olmaktadır. Sahip çıkılarak toplumun bir parçası olduğunda anlam kazanmaktadır (Köroğlu, 2018).

Kültürel varlıklar arkeolojik, etnografik, tarihi eserler ile mimariyi temsil eden nesnelerden oluşmaktadır. Kültürel miras, geçmiş yaşantı ile ilgili somut bilgileri aktaran anlamlı belgelerin başında gelmektedir. Kültürel miras toplumsal refahın önemli bir parçasıdır. Ve genel olarak sosyal, kültürel,

ekonomik kalkınmanın yakından ilişkili olduğu bir alandır. Kuşaktan kuşağa gelerek aktarılan kültürel eserler o toplumun zenginliği olarak kabul edilmektedir. Hem bireysel hem de toplumsal olarak anlam yüklendiği için korunarak, geçmişten aktarılan insan iletişiminin ve davranışlarının izleri, ifadeleri kültürel mirasın tanımı içerisinde yer almaktadır. Geçmişte, yakın geçmişte ve yaşanan günümüzde halkın varoluşunun yaratıcı etkisi, ülke ve insanların başarı, inanç ve ifadeleridir. En genel anlamı ile kültürel miras geçmiş nesillerden meydana gelen kuşaklara arasında da aktararak devam eden bir mirastır (Köroğlu, 2018).

2.3. Somut Kültürel Miras Kavramı

Kültürel ve doğal miras, bir milletin değil aynı zamanda bir bütün olarak insanlığın paha biçilemez varlıkları arasındadır. Bu değerli varlıklardan birinin eksilmesi ya da bozulması dünyadaki mirasın yoksullaşmasına neden olmaktadır. Bu varlıkların istisnai niteliklere sahip olabilmesi için üstün evrensel değer olarak tanımlanmaktadır. Üstün evrensel değer en önemli etkisi kültürel ve doğal mirasın gelecek nesillere aktarılmasıdır. Dünya Mirası Sözleşmesinin 1. Ve 2. Maddelerine göre anıtlar; tarihi, sanat ve bilim açısından üstün evrensel değere sahip mimari eserler, arkeolojik alanlar, anıtsal heykel ve resim çalışmaları, arkeolojik nitelikteki unsur ve çalışmalar yazıt ve mağara konutları, doğa ve insanın birlikte oluşturduğu eserler somut kültürel miras olarak kabul edilmektedir (İsa & Dönmez, 2025).

2.4. Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramı

Somut olmayan kültürel miras terimi, yeni bir disiplinin adı değildir. Mevcut olan bir disiplin için de yeni bir isim olarak da önerilmemiştir. Somut olmayan kültürel miras terimi, UNESCO'nun kültürel mirasın korunması ile ilgili yaptığı çalışmalardan doğmuştur. Terimin ortaya çıkışının UNESCO içerisinde de uzun bir serüveni vardır. 1972 tarihli Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesinde tanımı yapılan kültürel mirasın Korunması Sözleşmesinin hazırlanma gerekçesi adının belirlenmesinde etkili olmuştur. 1972 Sözleşmenin Kabulünden sonra UNESCO belgelerinde folklor, popüler, geleneksel kültür, maddi olmayan miras, sözlü ve somut olmayan kültür gibi terimler kullanılmıştır. Somut olmayan kültürel mirasın alanları şunları kapsar (Oğuz, 2013);

- Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dil ile birlikte sözlü gelenek ve anlatımlar; destanlar, efsaneler, fıkralar, halk hikâyeleri.
- Gösteri sanatları; karagöz, Hacivat, meddah, halk oyunu, kukla oyunu.

- Toplumsal uygulamalar, ritüeller, şöenler; söz, nişan, düğün, doğum, nevruz.
- Doğa ve evren ile ilgili uygulamalar; geleneksel yemekler, halk hekimliği, halk takvimi.
- El sanatları geleneği; dokumacılık, nazar boncuğu, telkâri, bakırcılık...³

2.5. Manisa'nın Somut Kültürel Mirası

Sardes Antik kenti Bozdağ dağlarının uzantısı olan yüksek tepelerin Gediz ovası arasında Gediz nehri ile birleşerek Paktalos çayının doğusunda yer almaktadır. Sardes kenti ve bölge tarıma elverişli, zengin ormanlı, kentin yapımında da kullanılan mermer ocakları Paktolos çayının taşıdığı zengin yer altı kaynaklarından altın ile dönemin önemli eskiçağ merkezlerindendir. M.Ö. 6-7. yüzyıl geç Lidya döneminde taş ve kerpiçten oluşan kent duvarları akropolisin yamaç aşağı kuzey kısmından itibaren geniş bir alanı kapsamaktadır. Surların kuzeybatı tarafında batı sur kapısı adı verilen bölüm bulunmuştur. 10-18 metre genişlik ve 10-13 metre yükseklik ile Sardes surlarının Döneminin Mezopotamya ve Yakın Doğu şehirlerinde bulunan surlar ile benzer büyüklükte olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Lidya döneminde Sardes Bizans dönemine kadar genel olarak bu sınırlar içerisinde kalmıştır. Zaman içerisinde sur dışında yerleşimler de olmuştur. İşlik alanlar, pazar ve sanayi merkezleri, ibadet yerleri gibi. Uzun Lidya duvarının tamamı tespit edilememiştir. Ancak tespit edilen kısmı geç Bizans ve roma surları antik kentin sınırları hakkında bilgi vermektedir. Bugünkü antik kent sınırının içerisinde geçen batı-doğu yolunun o dönemde kral yolunun bir parçası olduğu bilinmektedir (Yegül, 2020). İnsanoğlu yaşamı boyunca karşılaştıkları zorluklardan, üzücü anlardan veya sevindirici olayların sonunda teşekkür etme, yardım isteme gibi duyguları nedeniyle inanacak içlerinde olan duyguları paylaşabilecekleri bir dini inanış benimsemişlerdir. Dünya üzerinde bulunan pek çok insan topluluğu ve pek çok dini inanış bulunmaktadır. Zaman içerisinde bu dini inanışların daha iyi ifade edilebilmesi için dini alanlar, ibadet yerleri yapılmıştır.

Topluluklar arası iletişim, savaş aynı coğrafi bölgeyi paylaşma gibi etkenler zamanla dinin birleştirici özelliği ile o bölgede yaşayan insanların çoğunluk inandığı din olmasını sağlamıştır. Bu inanılan dine yönelme ve o din için yapılan ibadet yerlerini ziyaret etme inanışlar gereği ziyaret etme isteği uyanmıştır. Kutsal görülen mekâna ziyaret etme gereklilik halini almıştır. Bu durum eski dönemlerden itibaren günümüze kadar getirilmiş

3 <https://karabuk.ktb.gov.tr/TR-195763/somut-olmayan-kulturel-miras-nedir.html>

bir gelenektir. İnsanlar inanmış oldukları din ile ilgili kutsal alanları ibadet yerlerini ziyaret ettiklerinde yapmaları gereken bir sorumluluğun halledilmiş olması duygusu ile kendilerini huzurlu hissetmektedirler. Bazı insanlar dini ve ibadetleri hayatlarının merkez noktası haline getirmişlerdir. Hayata bakış açılarında yaşamlarının pek çok anında dualar ve ibadetler bulunmaktadır. Genel olarak ibadet kavramının içinde eski dönemlerde kurulmuş ancak bilinirliği uzun yıllar devam etmiş ibadet alanlarını ziyaret de bulunmaktadır (Aylan & Bildircin, 2024).

İnsanoğlu varoluşundan itibaren kendini ve çevresini anlamaya çalışmaktadır. Bu anlama sonrasında ise kendini koruma isteklerinin gerçekleşmesi için bir yol olarak kullanma eğiliminde olmuşlardır. Zaman içerisinde de süreç olarak insanoğlunu kendisinden daha üstün bir gücün himayesi altına girmeye ve dinlere olan bağlılığın da başlangıcını oluşturmuştur. İnanılan dinin gereklerini yerine getirerek himayesine ihtiyaç duyulan gücün memnun edildiği ve kişinin de bu mutluluk ile başına gelebilecek kötü olaylardan korunduğuna inanılmaktadır. Dinler tarihin ilk dönemlerinden itibaren insanları manevi duygular ile seyahat etmeye, kutsal kabul edilen coğrafi bölgelere, tapınak ve ibadethanelere ziyaret etmeye teşvik etmişlerdir. Kutsal yerler toplumun dini yaşamlarında merkez insanın hayatında anlam kazanan yön, taraf olarak anlanmıştır. İnsanoğlu doğası gereği kutsal mekânlara karşı doğal bir çekim hissetmiştir. Hissedilen bu çekim zaman içerisinde o toplumun bir kültürü haline gelmiştir. Ülke toprakları içerisinde bulunan insanların dini inanışlarına göre gezip görme, ibadet etme olayına inanç turizmi denmektedir. Alternatif bir turizm türü olarak geçmiş dönemlerden günümüze kadar gelmiştir (Aylan & Bildircin, 2024).

Kavramsal anlam olarak inanç turizmi, temelinde inanç olan bu turizm çeşidi kökeni asırlar öncesine dayanan ve insanların kutsal mekânlara karşı olan ilgisi sonucunda oluşmuş bir turizm türüdür. İnanç turizmi literatür olarak çeşitli tanımlamalara sahiptir. Genel tanım olarak bir dine inanan insanların yaptıkları ziyaret yerlerinde yaptıkları aktiviteler bu turizmi oluşturmuştur (Aylan & Bildircin, 2024). Anadolu coğrafyası binlerce yıllık tarihinde pek çok kavim ve topluluğa ev sahipliği yapmış geniş bir coğrafyadır. Eski medeniyetlerin o dönemden günümüze kadar gelen ibadethanelerini barındıran bir coğrafyadır. Anadolu'da kurulan ve yıkılan her medeniyet inandığı din ile ilgili tapınak, sinagog, kilise, cami gibi ibadet mekânları inşa etmiştir. Eski dönemlerden itibaren günümüze kadar yapılan bu ibadethaneler inanç turizmini oluşturmuştur. Türkiye'de inanç turizmi için önemli mekânlardan birisi de Sardes Antik Kenti'dir. Sardes döneminde Lidya devletine başkentlik yapmıştır. Anadolu'nun en eski sinagoglarından

olan Yuhanna incilinde geçen, ilk yedi kiliseden birine ev sahipliği yapmış bir antik kenttir (Aylan & Bildircin, 2024).



Sardes Gymnasium'ı ve Sinagog'undan Bir Görüntü

2.6. Spil Dağı Milli Parkı ve Ağlayan Kaya Niobe

Spil Dağı Manisa il sınırı içerisinde yer alan önemli tarihi, kültürel değerlerden biridir. İncil'in vahiy bölümünde adı geçmekte olan yedi kiliseden üçü Manisa'da bulunmaktadır. Manisa içerisinde bulundurduğu bu eski

değerler ile adını geçmişten günümüze duyurmaya devam etmektedir. Spil dağı günümüzde milli park statüsünde olan bir dağdır. Milli park dahilinde Kybele kaya kabartması ve Tantalos kalesi Batı Anadolu antik dönemi için çok önemlidir. Dulkadın mağarasında Prehistorik yerleşimler döneminden buluntulara rastlanmıştır (Semenderoğlu, 2005).

Kent merkezi tarihi dönemlerde pek çok beylik ve devlete ev sahipliği yapmıştır. Bizans, beylikler, Selçuklu, Osmanlı dönemlerine ait yapılar bakımından zengindir. Saruhan beyliğinin merkezi ve Osmanlı döneminde de şehzadeler şehri olarak tanınmıştır. Manisa'da görev yapan Merkez Efendi Türk tarihinde aktif bir role sahiptir aynı zamanda mesir şenliklerini kültürel bir kaynak değerine taşınmasında etkili olmuştur (Semenderoğlu, 2005). Manisa tarzını olarak tanınan ve zaman içerisinde Manisa ile bütünleşen Ahmet Bedevi Manisa için yerel bir kimlik değerindedir. Mitolojiye göre Spil dağına adını Kybele'den almıştır. Niobe ve Tantalos milli parkın unsurları içerisinde yer almaktadır. Ağlayan kaya olarak bilinen Niobe milli parkın içerisinde bulunmaktadır. Efsane olarak adını pek çok yerde duyduğumuz Atlantis, Spil dağına bulunduğu da söylenmektedir. Bu da dağın mitolojik olarak önemini arttırmaktadır. Parkın içerisinde bulunan sultan yaylasında Osmanlı döneminde şehzadelerin yaz döneminde konakladıkları düşünülmektedir. Atalan'ı yaylası için bugün milli park sınırı içerisinde bulunan en geniş saha alanıdır (Semenderoğlu, 2005).

Spil dağı milli parkında dağ potansiyeline göre olanaklar yetersiz ve eksik kalmaktadır. Dağcılık kaya tırmanışı, doğa yürüyüşü, yamaç paraşütü gibi aktiviteler başlıca etkinlikler arasında yer almaktadır. Mevcut rekreasyon alanları içerisinde en büyük olanı Atalanı'dır. Atalanı'nda günübirlik gezilerin yanı sıra konaklamalı geziler de yapılmaktadır. Kamp ve karavan alanı ve yaş kış hizmet veren bungalov ve dağ evleri hizmeti bulunmaktadır. Restoran ve kır kahvesi de verilen hizmetler arasındadır. Spil dağına giden yol güzergâhı boyunca mola ve dinlenme alanları da bulunmaktadır (Semenderoğlu, 2005).

Spil dağı milli parkı pek çok ekosistemi içerisinde bulundurmaktadır. Kitle turizmi uygulamaları yerine sürdürebilir turizm ve eko-turizm gibi doğal ortam için minimum baskı oluşturan küçük gruplar halinde yapılan etkinlikler milli park için daha uygun olacaktır. Eko-turizm daha çok koruma alanlarını kapsayan hassas ekosistemlere zarar vermeden o alanın gezip görülmesini hedeflemektedir (Semenderoğlu, 2005).



Ağlayan Kaya Niobe, Spil Dağı

2.8. Anemon

Anemon bitkisi, Ranunculaceae adı verilen bir familyadan kabul edilmektedir. Bu türün dünyada 120 ye yakın çeşidi bulunmaktadır. Süs bitkisi yetiştiriciliği bakımından en fazla tercih edilen türler arasındadır. Ülkemizde 8 türünün yetiştiği bilinmektedir. Ekonomik öneme sahip iki türünden ‘Yoğurtçuk’ olarak bilinen *A. Blanda* ihraç edilirken, Manisa Lalesi olarak bilinen, *A. Coronaria* bazı çiçekçilerde süs bitkisi olarak değerlendirilmektedir. Türkiye’de doğal yayılışın göre dört rengi gözlemlenmektedir. Beyaz, pembe, kırmızı ve mor renkleri görülmektedir. Türkiye, Yunanistan, İsrail, Suriye’de ve Akdeniz iklim kuşağı üzerinde doğal yayılım göstermektedir. Uzunluğu 20-40 cm, çok yıllık otsu bir bitkidir.

Toprak yüzeyine yakın olarak maydanoza benzetilebilir. Her biri tek çiçeği taşıyan çiçek sapları vardır. Çiçek sapı çiçeğin tomurcuğunu koruma ile görevli genellikle üç parçalı yapraktan oluşur ve sapsızdır. Sonbahardaki ilk yağmurlardan sonra ilk yapraklar çıkmaya başlamaktadır. Çiçekler kış ortasına doğru aralık ocak ayında açmaya başlamaktadır. Bu çiçek açma nisan ayına kadar devam etmektedir. Ortalama 60 gün çiçeklenme süresi olan bu

bitkinin yaşam süresi 5-12 gün arasında değişmektedir (Arı, Akın & Akın, 2010).

Spil dağında gül şekline benzer bu laleler dikkat çekmektedir. Osmanlı İmparatorluğunda bir devri açan Lale Devri Lalelerinin Spil dağından götürüldüğü rivayet edilmektedir. O dönemde Manisa Şehzadeler şehri olarak bilinmektedir. Laleler ufak ormanlık kenarlarında, dere tabanı düzlüklerinde doğal olarak yetişmektedirler (Demirözer, 2019). Günümüzde süs bitkisi olarak yetiştirilmektedir. Üretimi Hollanda, Fransa, İngiltere, İtalya, ABD, İsrail'de yoğunluktadır. Bu nedenle 400 yıldan fazla süredir üretimi yapılmakta ve çeşitlendirilmektedir. Kültürü yapılan Anemonların gerçek kökleri Akdeniz ülkelerinde doğal olarak yetişmektedir. Bu doğal yetiştirme kesme çiçek ıslahında uzun yıllar materyal olarak kullanılmıştır (Arı, Akın & Akın, 2010).



Manisa Lalesi

2.9. Eski Gördes İlçesi Yerleşim Yeri

Eski Gördes yerleşimi diğer adı ile Julia Gordos, tarihi çeşme, tarihi Pazar yeri, Hacıhıdır Köprüsü, Eski Gördes Köprüsü, Kharakipolis antik kenti, Begel tarihi su değirmeni, Evciler köy mağaraları gösterilebilir. Julia Gordos, bugün ki Gördes yerleşiminin hemen yakınında yer almaktadır. Günümüzde birkaç aile dışında çoğunlukla terk edilmiş şehrin bulunduğu bir alandır. Yüzey kısımdaki tarihi kalıntıların önemli bir kısmı tahribata

uğramıştır. İlkçağ dönemine ait pek çok sikke ve yazıt çıkarılmıştır. Yapılan çalışmalardan buradan Sardes'e kadar uzanan antik bir yolun olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca yolun orta kısmında Daldis kalesinin olduğundan bahsedilmiştir. Sonraki süreçte kentin roma hâkimiyetine girerek geç antik çağda piskoposluk merkezi olduğundan bahsedilmiştir (Akbaş, 2019).

Kharakipolis harabeleri, Gördes'in 35 km güneyinde yer alan çağlayan ve karayakup köyleri arasında Kaletpe olarak adlandırılan bir bölgede bulunmuştur. Kaletpe, Phryios günümüzdeki ismi ile Gördes çayının kenarında bulunmaktadır. Güney tarafında Marmara gölü bulunmaktadır. Oldukça küçük bir alanda olan tarihi kalıntılar yazıtların bulunması ve Roma dönemine ait listedeki kent isimlerinin içerisinde adının olması ile ortaya çıkmıştır. M.S. 2. Yüzyıla gelinene kadar kentin site görünümünü kazanamadığı anlaşılmaktadır (Akbaş, 2019).

Osmanlı kentlerinde mahalle dokusunun oluşum ve gelişiminde belirleyici temel etkenlerden birisi çeşmelerdir. Şehrin en elverişli alanlarında yapılarak halkın su ihtiyacını karşılayan çeşmeler fayda sağlamalarının yanı sıra sanatsal olarak da özenilen yapılardır. Eski Gördes'te yer alan tarihi çeşme ve Pazar cami beşeri turistik değerler kapsamındadır. Çeşme kültürü eski Gördes için değerlidir. Bu yapılar daha sonra mahalle ve sokakların planlı yapılmasında önemli rol oynamaktadır. Çeşmelerin başlıca bölümlerinde stilize motifler işlenmiştir. Günümüzde çeşmenin önemli bir bölümü tahrip olmuştur. Bazı süslemeler zarar görmüştür (Akbaş, 2019).

Turizm bakımından değer taşıyan bir başka oluşum Oğulduruk mağaralarıdır. Mağaralar yaklaşık M.Ö. 800 yılında insanlar tarafından oyularak oluşturulmuştur. Frigya dönemine ait olan mağaralar 19 tanedir. Köyün doğusunda yer alan mağaralar volkanik arazinin üzerine yapılmıştır. Mağaraların geneli küçük oda şeklinde yapılmıştır. Kapı kısımları günümüze kadar ulaşmamıştır. İç kesimlerinde iki üç tarafında taştan yapılmış oturaklar bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar mağaraların konut ve mezar olarak kullanıldığını ortaya çıkarmıştır. Bir süre sonra kaderine teslim edilen mağaraların bazıları tarım arazilerinin ortasında kalmıştır. Bakım ve koruma amacıyla hiçbir çalışma yapılmamasından dolayı yabancı bitkiler iç kısımlarını sarmış ve duvarları çatlatmaya başlamıştır. Kış dönemlerinde iç kısımları su dolan mağaralarda sudan dolayı olan renk değiştirme ve dökülmeler başlamıştır (Akbaş, 2019).

Tarihi kaynaklar geçmiş medeniyetler ve geçmiş çağların yaşayan fiziksel kalıntılarıdır. Bunların içerisinde mimari, coğrafi görünüm, arkeolojik özellikler, geçmişten bugüne gelen günlük yaşam için önemli unsurlar yer almaktadır. İlçenin geçirmiş olduğu tarihi süreçlerden günümüze kadar gelen

kalıntılardan ilçedeki turizm potansiyelinin ortaya çıkarılmasını sağlayacak nitelikte yapılardır. Bir kısmı şahıslara ait olan bu yapıların bazıları restorasyon dönemi geçirmiştir, bazıları ise bu süreci beklemektedir. Gerekli planlama ve çalışmaların yapılması, tarihi kültürel değerlerin ilçeyi tanıttacak broşür ve programlarda yer alması, seyahat acentaları ile iş birliği yapılarak turların düzenlenmesi sağlanmalıdır (Akbaş, 2019).



Gördes Pazar Camii

2.10. Eski Kula Evleri

Volkanik bir arazinin güney ucunda kurulmuş olan Kula'nın eski adı Koloe, Clonud'da, Kule gibi isimlerinin olduğu bilinmektedir. Kula ve çevresi 382 km'lik bir alanı kaplayan lavlar 3. Ve 5. Yüzyılda oluşmuştur. Patlamalar uzun bir aradan sonra tekrar başlamış ve uzun yıllar devam etmiştir. Arazinin siyah rengi almasından dolayı yanık ülke olarak da adlandırılmaya başlanmıştır (Bozer, 1988). Kula 14. Yüzyılda Türklerin eline geçerek dini ve sivil mimari eserler ile donatılmış ve bu eserler günümüze kadar gelmiştir. Son yıllarda Türk sanatı araştırmaları artmaya başladığı için Kula gibi tarihi evleri bulunan ilçelerde dikkat çekmeye başlamıştır. Yapılan yeni çalışmalarda ilçe merkezleri ya da bu merkezlerde bulunan yapılar seçilerek tanıtılmaktadır. Kulada bulunan evleri birçoğu tarihsizdir. Elde edilen bulgulardan yararlanarak tarihlendirme yoluna gidilmiştir.

Kula evleri geleneksel Türk evlerinin karakteristik özelliklerini barındırmaktadırlar. Kula evlerinde çoğunlukta üç çeşit plan tipi

görülmektedir. Dış sofa, iç sofa ve orta sofa olarak üç plan tip bulunmaktadır. Bu üç plan tipinde en çok kullanılan dış sofalı olan plandır. Dış sofalı planın uygulanmasında ilçenin iklimi de etkili olmuştur. Mahremiyet düşüncesi gereği evlerin avluları oldukça yüksek yapılmaktadır. İncelenen kapı tokmakları, kapı halkalarının kullanıldığı kapılar çoğunluk ile ahşaptan yapılmıştır. Yenilenen kapılar ise demir olarak değiştirilmiştir. Kapılar avluya iki kapak olarak açılmaktadır. Tokmak ve halkalar yerden 1,5 ve 2 metre kadar yükseklikte yapılmaktadır. İlçede çok sayıda kapı tokmağı ve halka bulunmaktadır. Demirden yapılan tokmak ve halkalarda demir işçiliği görülmektedir. İlçede demir malzemenin mimariyi tamamlayan diğer malzemeler ile yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Demir işçiliğinin devam etmesi kapı tokmağı ve halkaların yerel üretim ürünleri olduğunu göstermektedir (Koçer, 2016).

2.11.Örnek Bir Ev Tanıtımı: Külkömür Evi

Kuzey-Güney doğrultusunda kareye yakın dikdörtgen bir alan üzerine kurulmuştur. Dış sofalı, iki odalı plan tipindedir. Zemin katın üzerine tek kat çıkılmıştır. Kuzey ve Batı duvarları sağırdır. Doğusunda avlu, güneyinde sokak bulunur. Zemin kat duvarları ve üst katın kuzey ve batı duvarlarında taş, tuğla kullanılmıştır. Diğer duvarların arası ahşap karkas arası köfeke taş dolgusu yapılmıştır. Taban ve tavanlar ahşaptır. Alaturka kiremitle kaplı kırma çatı ile örtülmüştür. Zemin katta tuvalet, depo, avluda mutfak bulunmaktadır. Açıkta ahşap merdiven ile hayata çıkılmaktadır. Kuzey güney doğrultusunda hayatın iki ucunda sekiler bulunmaktadır. Sokağa çıkma yapan sekinin iki penceresi bulunmaktadır. Hayatın doğusu avluya açıldığı için çatı bu kısımda ahşaptan oluşmaktadır. Batı kısmında yan yana iki oda bulunmaktadır. Güney tarafta boş oda bulunmaktadır ve sokağa çıkması vardır. Odalarda yüklük, gusülhane, dolap ve gözenekler bulunmaktadır (Bozer, 1988).



Tarihi Bir Kula Evi

2.12. Kula Volkanik Arazi

Kula volkanik oluşum ve jeoturizm açısından dikkat çekici bir coğrafyaya sahiptir. Prehistorik insana ait ayak izleri, jeotermal sulardan faydalanan Thermai Theseos antik kentine ait kalıntılar açısından önemlidir. Doğal ve kültürel zenginlikleri bir arada bulundurarak dikkat çekmektedir. Kula arazisinde en belirgin unsurlar volkan konileridir. Yaşları ve jeomorfolojik gelişim bakımından farklılık göstermektedirler. Yörede 68 koninin 8 tanesinin son dönemde geliştiği bilinmektedir. Jeolojik şekillerin çoğu kültürel, doğal ve estetik değerleri ön plana çıkarmaktadır. Mağara içerisinde karstik şekiller, şist kayalıklar, yer şekilleri, volkan konileri gibi değerli estetik kaynaklar önemlidir. Divlit'ler bu alanda en önemli jeopolitik oluşum olarak kabul edilmektedir (Alkan, 2020).

Kula Volkanik Jeopark'ı, turizm etkinliklerinin son dönemde artması ile birlikte kulada bulunan volkanik Jeopark da dikkat çekmektedir. Türkiye Cumhuriyetinin ilk ve tek, Avrupa'nın ise 58. Jeopark'ı olan kula jeoparkı dünyadaparksıralamasında99.sıradadır.Jeoparkolarakdiğerjeoparklardan ayıran özellik ise Türkiye'nin en genç volkaniklerinin bulunmasıdır. Jeopark alan; kulaya bağlı Yurtbaşı köyünde bulunan peribacalarından başlayarak Salihli Sindel köyüne kadar gelerek Adala kanyonuna gelmektedir. Jeopark içerisinde yer alan başka bir unsur da kanyonlardır. Söğüt çayı üzerindeki Evciler kanyonu, Gediz nehri üzerindeki Dereköy kanyonu ve Adala

kanyonu olmak üzere üç kanyon bulunmaktadır. Kanyonlarda ortaya çıkan yer çökmeleri sonucu şelaleler oluşmuştur.

Jeopark, Kapadokya veya Pamukkale gibi Türkiye çapında yeterince ünlenmemiş olmasına rağmen prosedürlerin tamamlanması ile Avrupa Jeopark'lar ağı'na ve Küresel Jeopark'lar ağına üyeliği gerçekleşmiştir. Kula volkanik parkı küresel olarak da tanınmaya değer bir yapıdadır ancak şuan ki tanıtım çalışmaları yetersiz kalmakta ve hak ettiği ilgiyi görememektedir (Alkan, 2020).



Kula-Salihli Jeoparkı

2.13. Thyateira (Akhisar İlçesi Antik Kent)

Lydia'nın doğu batı doğrultusunda uzanan dağ sıraları ve vadilerden oluşan elverişli bir topografyada bulunan Thyateira, Lydia kuzeyinde, Mysia'nın sınırında Lykos vadisinde bereketli bir ovanın üzerinde kurulmuştur. Antik yazarlar tarafından kentin lokalizasyonu konusunda farklı yorumlar yapılmaktadır. Bu farklı yorumların sebebi kentin kurulduğu coğrafyadan kaynaklanmaktadır. Lydia ve Mysia arasında bir köprü vazifesi görmektedir. Pergamon ve Sardeis arasındaki bağlantıyı sağlayan da bir geçiş kentidir. Bugün bu kent, Manisa'ya 52 km uzaklıkta, Akhisar ilçesinin sınırları içerisinde, Günümüzde Thyateira'nın bulunduğu alan tarihsel süreç boyunca iskâna maruz kalmıştır. Dolayısıyla Thyateira'ya ait kalıntılar

modern yerleşim alanlarının altında kalmıştır. Kentte yapılan kazılar sonucunda da çıkarılan kaynaklar sınırlıdır (Akdeniz, Gür & Akıllı, 2021).

Kent tarihçesi, antik edebi metinler kentlik Helenistik dönemde kurulduğundan bahsetmektedir. M.Ö 278/277 yıllarında küçük Asya'ya gelen galatlar küçük Asya'da bulunan batı kentleri işgal etmişlerdir. Yoğun olarak kıyı kentler yağmalansa da iç kesimlerde bulunan kentlere de zarar vermişlerdir. Kentten ele geçirilen bir adak yazısının üzerinde bu kentin Thyateira olduğu öğrenilmiştir. M.Ö. 262 yılında Attalos'ların krallıklarını ilan etmeleri sonucunda Thyateira, Attalos'ların merkezi Pergamon ile Seleukosların küçük Asya'daki yönetim merkezi olan Sardeis arasında tampon bir kent olarak nitelendirilmiştir. Kısaca coğrafi konumundan dolayı Thyateira Seleukoslar ile Attalosların arasında kısa aralıklar ile yönetimsel olarak el değiştirmiştir (Akdeniz, Gür & Akıllı, 2021).

Thyateira Helenistik dönemde Lydia'da kurulmuş orta büyüklükteki kentlerden biridir. Pergamon ve Sardeis arasında yer almasından dolayı iki krallık arasında el değiştirip durmuştur. Sikke tipolojisinin yoğun olmamasının sebeplerinden birisi de budur. Bunun etkisi sikkelere de yansımıştır. Attaloslar döneminde tarihlendiği düşünülen bir sikke Seleukoslara ait sikke tipolojisi görülmektedir (Akdeniz, Gür & Akıllı, 2021). 2013 yılında hastane höyüğü kazı alanında başlayan kazı çalışması halen devam etmektedir. Şu zamana kadar yapılan tapınak yerinin kazı çalışmalarında yapının doğu ve merkez noktalarına yoğunlaşmaktadır. Tapınağın önemli bir bölümü hala gün yüzüne çıkarılamamıştır. Kazı alanının Akhisar'ın merkezinde yer alması ve bu bölgenin geç antik devirden günümüze kadar iskân görmesi sonucunda kimi malzemeler devşirme olarak alınmış kimisi de taş-mermer ocağı haline gelerek tahribata uğramıştır.

Yapının tapınak olarak son kez kullanıldığı düşünülen zamandan erken Bizans dönemine kadar ki geçen süre belirsizdir. Mezarların kaldırılmasının ardından tapınak sahası ve çevresinde, tapınağın kullanımının sonrasında tahrip edilmiş vaziyette ve yoğun miktarda tapınağa ait mimari ve mimari plastik parçalarına rastlanmıştır. Höyükte açığa çıkarılan mezarlarda tapınağa ait parçalar ile birlikte az sayıda Orta Bizans mimari ve az sayıda da plastiğe rastlanılmıştır. Yerleşimin içeriği ve boyutu net değildir ancak, çıkan mermer, plastik gibi kalıntıların M.S 10. Yüzyıla ait en az bir dini yapının varlığına işaret etmektedir. Ancak yerleşimin uzun süreden beri devam etmediği yine çıkan malzemelerden anlaşılmaktadır (Akdeniz, Gür & Akıllı, 2021).



Akhisar (Thyateira)

3. Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurları

3.1. Mesir Festivali

Festival kelimesi, bir yörenin simgesi konumuna gelerek gelenekselleşen, toplumun zihninde belirli bir süre yer eden belirli isim ile düzenlenen etkinlikler olarak tanımlanmaktadır. Zaman içerisinde gelişimini hızlandırarak, gelişmeye devam ettikçe de çeşitli türlere ayrılan festivaller insanların sosyal hayatlarında yer alan müzik, film, yiyecek, sanat, din gibi pek çok alanda düzenlenmektedir. Festival kavramının zaman içerisinde böyle geniş alanlara yayılarak önem kazanması festival turizmini ortaya çıkarmıştır. Festival turizmi bir etkinlik veya festival için bölgeye gelen turistleri ifade etmektedir (Polat & Diken, 2018).

Festival turizminin düzenlendiği bölgelerde ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel açıdan birçok katkı sağlanmaktadır. Ekonomik olarak, turistlerin yaptıkları harcamalar sonucunda yerel işletmelerin gelirlerinde görülen artış, yeni iş sahalarının ve yeni iş yerlerinin açıklamasına katkı sağlamaktadır. Sosyo kültürel açıdan ise festivaller, en önemli katkıyı yerel halkın kendi değerlerine daha sıkı sarılmasına ve böylelikle bu değerlerin sürdürülebilirliğine destek olmaktadır. Bunun yanı sıra festivaller tarihi anıt veya alanların gün yüzüne

çıkarılması ve korunması yönünden bilinç oluşturmaktadır. Yerel halk ve turist etkileşimi artmaktadır (Polat & Diken, 2018).

Manisa ilinde, UNESCO'nun İnsanlığın somut olmayan kültürel mirası listesinde bulunan 477 yıldır devam eden Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali Düzenlenmektedir. Festival çevre illerden pek çok ziyaretçiyi kendine çekmektedir. İl merkezinde festival döneminde bir hareketlenme yaşanmaktadır. Bu açıdan festival Manisa için ekonomik, sosyal ve kültürel bir aktivite konumundadır. Bu açıdan festival süresi boyunca pek çok sektör iş birliği içerisinde çalışmaya devam etmektedir (Polat & Diken, 2018).

Festival Kalitesi en genel tanımı ile en düşük maliyet ile müşteri tatminini sağlamak anlamına gelmektedir. Verilen hizmetin kalitesi ise uzun dönemli performans değerlendirmesi sonucu ortaya çıkan bir tutumdur. Festival kalitesinin sağlanması ve devam etmesi ise önemli bir konudur. Festivallerin düzenlendiği bölgeye fayda sağlayabilmesi ve bunu devam ettirebilmeleri, ziyaretçilerin bölgeye çekilebilmesi onların festivalden memnun şekilde ayrılmaları ile mümkündür (Polat & Diken, 2018).

Mesir Festivalinin tarihçesi, Mutasavvıf hekim Muslihiddin Merkez Efendi tarafından ilk defa yapıldığına inanılmaktadır. Mesir kelimesinin daha önce İbn-i Sina'nın hazırlamış olduğu meşhur panzehirden gelmiş olabileceği de bir iddiadır. Diğer bir iddia Pontus Kralı Mithridates'in 54 çeşit baharat ile bir karışım hazırlatmıştır ve panzehir bulmuştur. İsmi zaman içinde kısaltılarak 'mithir' olmuştur. Zaman içerisinde osmanlı Türkçesi ile ifade edilirken mesir olarak söylenmeye başlamıştır. Yani mesir, eğlence ve şenliğe dönüşmüştür. İbn-i Sina'nın kanununda ve Osmanlı yazmalarında farklı reçeteler bulunmaktadır. Daha da ileriye gidilirse mesir macununun tarihinin 5000 yıllık olduğu tahmin edilmektedir. Benzeri macunlara Babil, Sümer, Mısır, Hitit, Urartu, Asur, Lidya, Frikya, İran, İyon, Roma, Hun, Türk, Selçuk, Osmanlı kültürlerinde rastlanmaktadır (Polat & Diken, 2018).

Osmanlı kültür, tarih ve medeniyette mesirin bilinen mucidi Muslihiddin Merkez Efendidir. Yavuz Sultan Selimin eşi, Kanunu Sultan Süleyman'ın annesi Ayşe hafsa sultanın şifa bulması için ilk defa 1522 de mesir macununu yapmıştır. Bu tarihten itibaren bu şifalı macunun halkın da dertlerine şifa olması ile dualar ile karılıp Manisa Sultan Cami kubbelerinden halka saçılmıştır. Mesir macunu töreni her yıl nevrusta tekrarlanmaktadır. Tarihte merkez efendinin 41 çeşit madde içeren mesir macununun Manisa halkını şifa için inşa edilen hafsa sultan külliyesine çekmek ve şehrin gelişmesini sağlamak amacıyla yapıldığı söylenmektedir. Karışımında çeşit miktarını belirten 41 sayısının Türk folklorunda folmüristik sayı olarak kabul edildiği içindir. Ayrıca nevrus döneminde saç yapılması da kış döneminden çıkan

halkın bedeni temizlemek, vücudu güçlendirmek, baharı sağlıklı karşılamak niyeti ile yapıldığı bilinmektedir.

21-27 Mart haftasında Manisa valiliği, Manisa belediyesi ve MAMADER tarafından düzenlenmekte, manisa'nın ekonomik, kültürel ve sosyal hayatına katkı sağlamaktadır. Şenliğin ilk günü dualar ile mesir karma yapılmakta, ikinci günü sergi, gösteri, konser ve paneller düzenlenmektedir. Son gün hafsa sultanın merkez efendiye bu karışımı halka dağıtmasını istediği berat oyun olarak canlandırılmakta ve saçı yapılmaktadır (Veren, 2018).



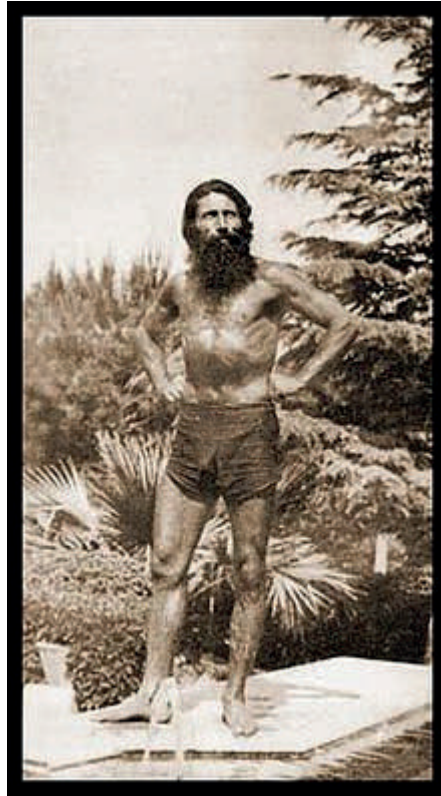
Manisa Mesir Macunu Festivali

3.2. Manisa Tarzanı

Ahmet Bedevi olarak bilinen Manisa Tarzanı'nın kimlik kayıtlarındaki ismi Ahmeddin Carlak'tır. 1888 yılında Bağdat'ta doğmuştur. Türk ordusuna askerlik yaparken milli mücadeleye katılmıştır. Kırmızı şeritli istiklal madalyası ile onurlandırılmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında Manisa'ya gelip yerleşmiştir. Sessiz ve garip bir insandır. Belediyede süpürgeci, bahçıvan yardımcısı, itfaiye eri olarak çalışmaya başlamıştır. Manisa'yı yeşillendirmek için ömrü boyunca çalıştı. Ağaç dikip yetiştirmeyi kutsal bir görev olarak kabul etmiştir. Yaş kış ayağında lastik bir ayakkabı ve üzerinde sadece bir şort ile dolaşırdı. Her gün öğle vaktinde tophanedeki topu ateşlemesi ile adı topçu hacı olarak anılmaya başlamıştır. Daha sonraki dönemlerde Manisa Tarzanı adını almıştır.

Gerçek bir spor adamıydı, gençlere spor ve sağlıklı yaşam konusunda örnek olmuştur. Manisa dağcılık kulübü genç arkadaşları ile ağırlık, cilo, Demirkazık ormanlarına tırmanmıştır. Gittiği her yerde büyük ilgi görmüştür. Manisa dışında başka bir yerde yaşamayı hiç düşünmemiştir. Sinemaya tutkun yeniliklere açık bir kişiliği vardı. Okumayı çok severdi elinden gazete düşmezdi. Spil dağı da topkale'de ki kulübesinde yalnız yaşamıştır. Ne yorganı ne yastığı vardır. Tahta bir divanın üzerinde uyumaktadır. Yaz, kış soğuk su ile yıkanır, saç ve sakalını her zaman tarardı. Ulusal ve özel günlerde yakasına koyduğu bir palmye yaprağına istiklal madalyasını takar ve gurur ile taşırdı.

Dede Niyazi'nin lokantasında yemek yer karşılığında ise lokantaya su taşırdı. Kimseye borçlu kalmak istemezdi. Kendine güvenen güçlü ve cesur bir insandı. Mal mülk edinme birikim yapma gibi bir galesi olmamıştı. Ömrünün sonuna kadar Manisa da yaşadı ve 31 Mayıs 1963 yılında vefat etti. Görkemli bir cenaze töreni ile Manisa da toprağa verildi.⁴



Manisa Tarzani

4 <http://akademi.ku.edu.tr/>

3.3. Manisa Yöresine Ait Geleneksel Müzik Türleri ve Halk Dansları

Müzik coğrafyası yeni kültürel coğrafya içinde önemli bir yere sahiptir. İnsan çevre etkileşimi müzik coğrafyasında ele alınan konulardan biridir. Manisa türkülerinde de Sosyo-kültürel yaşama ait bulgular dikkat çekmektedir. Müzik coğrafyası kültürel coğrafyanın alt dalıdır. Kültür toplum tarafından paylaşılan ortak yaşam tarzıdır. Kültürel müzik bu etkileşim ile ilgilidir. Müzik coğrafyası kültürel coğrafya içinde mekânı değişik şekillerde, özellikle sesler yardımı ile anlamaya çalışmaktadır. Müzik coğrafyası coğrafi konum, bölgeler ya da bölgeselleşme yenilik duygusu, insanın çevreyle etkileşimi ve yayılma gibi konularla ilgilenmektedir. Halk müziğinin içinde yer alan türlerden biri de türkülerdir (Aliagaoglu & Yurt, 2021).

Onlar sadece söz ve ezgiden ibaret değildir onlar toplumun mekânsal yönünü de kapsamaktadırlar. Yerel halkın oluşturduğu türküler içinden çıktıkları toplumun ekonomik, sosyal kültürel özelliklerini içlerinde barındırmaktadırlar. Manisa ve çevresi eski dönemlerden itibaren sık sık değişik toplumlarca yerleşim yeri olarak kullanılmıştır. Bu nedenle halkın yaşayış tarzı bu bölgede oluşan türkülerin bir kopyası niteliğindedir. Manisa türkülerinde Sosyo kültürel motifler yaygın olarak kullanılmıştır. Manisa da düğünler yöreye ait geleneksel özellikler taşımaktadır (Aliagaoglu & Yurt, 2021).

3.4. Manisa El Sanatları

El sanatları tanım olarak, bir veya birden fazla zanaatkarın bilgi ve becerisine dayanan çevre şartlarına göre değişim gösteren, güzelliğin yanı sıra yararlı olmayı sunan, insan yaşamını kolaylaştıran, ihtiyaçları karşılayan, ev veya atölyelerde, bütün gün ya da günün belli bir saatinde, boş zaman ve belli dönemlerde üretilen geleneksel, bölgesel, fonksiyonel, estetik, artistlik, sanatsal, dekoratif, dini sosyal açıdan sembolik karakter taşıyan el, el aleti ve mekanik araç yardımı ile oluşturulan üründür.

El sanatları aynı zamanda kendi duygularımızı ifade ettiğimiz, kendi ihtiyaçlarımızı karşılamak istediğimiz, kendi zevklerimizi sergilediğimiz birçok anı, dönem ve yaşantının birikerek günümüze gelen halidir. Bu sanat dalları geçmiş bugün ve gelecek ile Sosyo kültürel bir köprü olarak aradaki birikimi kuşaklar arasında iletmeye devam etmektedir. Ülkemizin çeşitli yörelerinde usta çırak ilişkisi geçmişten günümüze ulaşan yörelere özgü el sanatlarının devam ettiği bazılarının ise yok olmaya yüz tuttuğu bilinen bir gerçektir. Gerek kullanılan malzeme gerek uygulanan tekniğe göre uygulanan el sanatları farklı şekilde ve şu şekilde sınıflandırılmaktadır (Biçerli, 2012);

- Hammaddesi lif olan el sanatları, halı, kilim, dokuma, örgü, keçe...
- Hammaddesi ağaç olan el sanatları, oymacılık, mobilya...
- Hammaddesi taş olan el sanatları, süs taşları işlemeciliği, mermer işlemeciliği...
- Hammaddesi toprak olan el sanatları, çinicilik, çömlekçilik...
- Hammaddesi maden olan el sanatları, bakırcılık, altın-gümüş işçiliği...
- Hammaddesi deri ve hayvansal atıklar olan el sanatları, giyim eşyaları, ciltçilik, hayvan koşum takımları, kürkçülük....
- Hammaddesi ince dallar, saplar, ağaç şeritler olan el sanatları, sepetçilik, hasırcılık.

Manisa her ilçesi ayrı birer el sanatı ile kendi kültürel güzelliklerini geleceğe aktarmaya devam etmektedir. Belli başlıları şunlardır (Biçerli, 2012);

- Manisa merkez; ahşap oymacılığı, taş oymacılığı, saraçlık.
- Demirci ilçesi; çan yapımı, gümüş işçiliği, kıspet dikimi, halı dokuma, çinicilik.
- Soma ilçesi; iğne oyası oyalama.
- Gördes ilçesi; Geleneksel giysili gelin bebeği yapımı, halı, kilim dokuma.
- Kula ilçesi; Keçecilik, bakırcılık.
- Akhisar ilçesi; Keçecilik, At arabası maketi.
- Turgutlu ilçesi; Körüklü çizme yapımı.
- Sarıgöl; semercilik, hasır dokumacılığı, sepetçilik.



Kök Boyalı El Dokuması Halı

3.5. Manisa Mutfağı

Günümüzde turistlerin seyahat tercihlerinde etkili olan unsurlarda değişimler yaşanmaktadır. Destinasyonlardaki farklı kültürlerin yaşam tarzı, tarihi, mimarisi ve yöresel yemekleri bu tercihlerde belirleyici olmaktadır. Son yıllarda turistlerin seyahat motivasyonları çeşitlenmiş, bu motivasyonlar arasında destinasyonların sahip olduğu yöresel yiyecek ve ürünler daha önemli rol oynamaya başlamıştır. Gastronominin önemli seyahat motivasyonu haline gelmesi turistlerin tekrar ziyaret niyetlerini güçlendirmesi, son zamanlarda yöresel yiyecek ve içeceklerin turist destinasyonlarında çekiciliği artmıştır. Yöresel yemekler o destinasyon ile birleşmekte ve yeni gastronomik bir kimlik oluşturmaktadır.

Türkiye’de gastronomi turizmi potansiyeli bakımından Manisa zengin bir kent konumundadır. Manisa ilk çağlardan itibaren Hitit, Lidya, pers,

Makedonya İmparatorluğu, Bergama krallığı, Roma imparatorluğu, Bizans imparatorluğu, Saruhan beyliği ve Osmanlı imparatorluğuna ev sahipliği yapmıştır. Tarih boyunca bu topraklarda yaşayan bu medeniyetlerden farklı yemek kültürleri Manisa mutfağının zenginleşmesinde etkin rol oynamıştır (Özleyen &Tepeci, 2017). Ayrıca Manisa'nın bereketli toprakları yiyecek ve içecek girdisi için önemli bir tarım havzasına sahiptir. Tarımsal olarak önde gelen yetişenler, zeytin, üzüm, kiraz, domates gibi. Hayvansal olarak üretilenler ise tavuk ve kuzu etidir. Manisa mutfağı Türk mutfağına has özellikleri içerisinde bulundurmaktadır. Kendine özgü yöresel lezzetlere de sahiptir. Et ve süt ürünleri ile birlikte meyve ve sebzeler Manisa mutfağının temelini oluşturmaktadır.

Manisa da iklimin elverişli olmasından kaynaklı olarak pek çok sebze ve meyve yetişmektedir. Türkiye'de yetişen zeytin ve üzümün büyük bir çoğunluğu Manisa'da yetişmektedir. Manisa'da yetişen başlıca tarım ürünleri; buğday, arpa, pirinç, mısır, nohut, bakla, susam, kereviz, domates, biber, patlıcan, pırasa, fasulye, ıspanak ve lahanadır. Çekirdeksiz üzüm en fazla Manisa da yetişmektedir. Yetişen diğer meyveler ise şeftali, kiraz, badem, zeytin, armut, ceviz, kestane, nardır. Ayrıca kavun ve karpuz üretiminde önde sıralarda gelmektedir (Özleyen &Tepeci, 2017).

3.6. Yemek Çeşitleri;

- Zeytinyağlı yemek çeşitleri; Alabacak, Avukma Kızartma, Bakla Dizmesi, Bakla Kızartması, Çığirtma, Çivicik Mantarı, Fasulye Dizmesi, Galle, Yaprak Sarma.
- Çorba çeşitleri; Akhisar Paça, Alaca Çorba, Boyun Çorbası, Dutmaç Çorbası, Tavuklu Topalak Çorbası.
- Düğün Yemekleri; Demirci Keşkeği, Kavurmalı Pilav, Etli Patates, Kesme çorba, Etli Nohut.
- Et Yemekleri; Akhisar Köfte, Demirci Kebabı, Elbasan Kebabı, Et Yahnisi, Güveç, Kapama, Kâğıt Kebabı, Manisa Kebabı, Salihli Odun Köfte, Topalak, Kapama.
- Hamur İşleri ve Yemekleri; Alaşehir Kapama, Kabak Köftesi, Mangır Aşı, Nohutlu Mantı, Akhisar Katmeri, Kaşık Pidesi.
- Tatlılar ve Şekerlemeler; Bintepe tatlısı, gelin kız helvası, mesir macunu, padişah şekeri, su muhallebisi, zerde (Özleyen &Tepeci, 2017).

4. Sonuç ve Tartışma

Bölgesel kalkınma mal ve hizmet sağlayan üretim kolları için gelir kaynağı statüsünde olan bir kaynaktır. Bir bölgede turizm kaynaklı gelirin ve popülerliğin arttırılması planlanıyor ise ilk olarak bölgenin potansiyeli araştırılmalıdır. Bölgedeki turistik alanların incelenerek niteliklerinin belirlenmesi bölge ekonomisi için önemlidir. Bununla beraber turizmin önce olduğu bölgelerde yeterli yatırımların yapılması da bir zorunluluktur. Bölgesel kalkınmanın planlanma sürecinde yerel halkın katılım ve desteği, sektörel faaliyetlerin kapsamı, sektörler arası bağlılık, ortak belirlenen hedeflerin stratejik olarak uygulanabilirlik durumu, değişen şartlara sağlanan uyum, bilgi ve üretime bağlılık, var olan yöresel ve yerel kaynaklar, sürdürülebilirlik, sosyal ve ekonomik dengeler, kalite esaslı projeler ve bu projelerin gelişmesine imkân verecek mekanizmaların dikkate alınması gerekmektedir.

Turizm gelişen ve büyüyen bir sektör olarak insanoğlunun yaşantısını etkilemeye devam etmektedir. Dönemsel tatillerin olması, çalışma saatlerindeki molalar, boş vakitlerin değerlendirilme isteği insanları yeni yerler görmeye teşvik etmektedir. Bu durum da turizmin yaygınlaşmasını ve her yıl turist oranının artmasını sağlamaktadır. Bazı bölge ve ülkeler turizm açısından zengin kaynaklara sahiptir. Türkiye’de Turizmin kıyı kesimlerde yer alan belli bölgelerde yaz aylarında yoğunlaşması önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle kıyı kesimler ile birlikte iç bölgelerdeki turizmin artması ve yılın büyük çoğunluğunda aktif olarak turist ağırlamak hedefler arasındadır. Bu hedef turistik hareketlerin daha geniş bir coğrafyaya yayılmasına ve pek çok alanın da bu konuda çalışıp üretken olmasını sağlamaktadır. Bu çalışmalar içerisinde düzenlenen destinasyona ekonomik, çevresel, Sosyo kültürel anlamda birçok katkı yapan yerel etkinlikler giderek önem kazanmaktadır.

Manisa Ege Bölgesinde bulunan bir şehirdir. Genel olarak Ege Bölgesi Türkiye’de turizmin aktif olduğu bölgelerden biridir. Ancak Manisa’nın turizm gelirini arttırmak için bazı projeler ve yenilikler ile desteklenmeye ihtiyacı vardır. Manisa’da turizm faaliyetlerinin artması için ilk olarak afiş, broşür ve sosyal medya reklamları ile aktif bir reklamın yapılması olacaktır. Manisa’nın merkezi, Kula, Gördes, Salihli, Akhisar gibi başta gelen ilçelerinde görmeye değer antik yapılar, doğal güzellikler mevcuttur. Ancak bunların aktif bir reklam ile tanıtılması gerekmektedir.

Yerel halk her ilçede meşhur olan yemek, içecek, tatlı vb. yenir gıdayı gelen turistler sayesinde değerlendirebilir. Bu satışlar üretim ve ekonominin canlanması için önemlidir. Diğer bir eksiklik ise konaklama konusundadır. Gelen turistlerin ihtiyaçlarının rahat karşılanabilmesi için konaklama sayısı

ve konforu arttırılmalıdır. Tanıtım ve konaklama konusunda yapılacak gelişimlerden sonra Manisa'da turizm sektörünün canlılık kazanacağını düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akbaş, F. (2019). Gördes (Manisa) İlçesi'ndeki Fiziki Ve Beşeri Turizm Varlıkları. *Bandırma Onyedİ Eylöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 54-72.
- Akdeniz, E., & Erön, A. (2020). Thyateira'daki Tapınak Kalıntısına İlişkin Değerlendirmeler. *Anatolian Research*, (23), 159-192.
- Akdeniz, E., Gür, B., & Akıllı, N. (2021). Thyateira I: Thyateira için 11 yıl (2011–2021 dönemi kazılarının sonuçlarına ilişkin yazılar). Dokuz Eylöl Üniversitesi Yayınları.
- Aliağaoğlu, A., & Yurt, B. (2021). Müzik coğrafyası üzerine bir araştırma: Manisa türköleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46), 781-797.
- Alkan Y. (2020). Kula'nın Turizm Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Arı, E., Akın, H., & Akın, H. (2010). Türkiye kesme çiçek sektörü için alternatif bir tür: Anemone coronaria. *Akdeniz University Journal of the Faculty of Agriculture*, 23(2), 79-86.
- Aylan, S., & Bildircin, C. (2024). Sardes' in inanç turizm potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliğı. *Academic Social Resources Journal*, 8(56), 4430-4436.
- Batmaz, N. Y., & Biçici, G. (2021). Türkiye'de somut kültürel mirasın korunması üzerine bir alan araştırması: Kırıkkale-Delice örneğı. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 4(1), 97-110.
- Biçerli M. K. (2021). İllere Göre Geleneksel El Sanatlarımız, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü, s, 5
- Bozer, R. (1988). *Kula evleri* (Vol. 7). Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Davras, Ö., & Uslu, A. (2019). Destinasyon seçimini belirleyen faktörlerin destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisi: Fethiye'de İngiliz turistler üzerinde bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 679-696.
- Demirözer, A. İ. (2019). *Spil Dağı milli parkı'nda (Manisa) kültürel ekoloji: Ayvatic köyü örneğı* (Master's thesis, Balıkesir University (Turkey)).
- Gedik, Y. (2021). Turizm Sektöründe Destinasyon Pazarlaması: Eğilimler, Destinasyon Pazarlama Stratejileri Ve Destinasyon Pazarlamasında Karşılaşılan Zorluklar Üzerine Kavramsal Bir Çerçeve. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 4(2), 117-139.
- İsa, U., & Dönmez, Y. (2025). Somut kültürel miras alanlarının turistik çekicilik açısından değerlendirilmesi: Birgi örneğı. *Journal of Academic Tourism Studies*, 2(2), 131-144.
- Koçer, S. E. (2016). Kula Evleri, Kapı Tokmakları ve Halkaları. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 16(2), 211-224.

- Köroğlu, Ö., Yıldırım, H. U., & Avcıkurt, C. (2018). Kültürel miras kavramına ilişkin algıların metafor analizi yoluyla incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 98-113.
- Kuşçuoğlu, G. Ö., & Taş, M. (2017). Sürdürülebilir kültürel miras yönetimi. *Yalvaç Akademi Dergisi*, 2(1), 58-67.
- Metin Basat, E. (2013). Somut ve Somut Olmayan Kültürel Mirası Birlikte Korumak. *Milli Folklor*, 25(100).
- Oğuz, M. Ö. (2013). Terim olarak somut olmayan kültürel miras. *Milli Folklor*, 25(100), 5-13.
- Özleyen, E., & Tepeci, M. (2017). Manisa'da yöresel yemeklerin ve lezzetlerin turizmin gelişimine katkısının. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 139-152.
- Polat, E., & Diken, B. (2018). Festival kalitesi, algılanan değer, festival tatmini ve festival sadakati arasındaki ilişkilerin tespiti üzerine bir araştırma: uluslararası manisa mesir macunu festivali örneği. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(4), 23-44.
- Semenderoğlu, A. (2005). Manisa (Spil) Dağı Milli Parkı'nın alternatif planlama stratejisine yönelik ön araştırma. In Korunan Doğal Alanlar Sempozyumu bildiriler kitabı (pp. 117-121). Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Veren, E. (2018). Manisa Kültürel Belleğinde Mesir Macunu Festivali. Geçmişten Günümüze Manisa: Şehzade II. Mehmed ve Manisa Tarihi-Kültürü-Ekonomisi, Cilt I, s. 655-661. Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Rektörlük Basımevi.
- Yegül, F. K. (2020). Sardes: Tarih, Mimarlık ve Şehircilik. *Anatolian Research*, (23), 135-158.

Psychological Capital and Leadership Styles in Tourism Enterprises

Öznur Sidal¹

Abstract

Within the framework of positive organizational behaviour, psychological capital has emerged as a form of human capital encompassing employees' levels of hope, optimism, self-efficacy, and psychological resilience. High levels of psychological capital among employees in tourism enterprises are associated with a wide range of positive organizational outcomes, including job satisfaction, organizational commitment, trust in work, high performance, and service quality. Leadership styles play a crucial role in the formation and development of psychological capital. Accordingly, this study aims to examine the concept of psychological capital in tourism enterprises within its conceptual framework and to analyze the effects of different leadership styles on psychological capital based on the existing literature. In this regard, the study emphasizes the importance of psychological capital in the tourism sector and discusses the decisive role of leadership behaviour in supporting employees' psychological well-being.

1. Introduction

In today's tourism and hospitality industry, competition is increasingly intense. Tourism enterprises seeking to gain a competitive advantage are well aware of the difficulties involved in attracting qualified employees and fostering their organizational commitment. For this reason, they strive to create appealing work environments and cultivate a positive organizational atmosphere (Chan, 2010). Due to the nature of service production, the tourism sector stands out as an industry in which the human element occupies a central position and organizational success largely depends on employees' attitudes and behaviours. The high level of face-to-face

1 Assistant Professor, Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Van, Türkiye. ORCID: 0000-0001-8748-9221

interaction with customers, the continuity of emotional labor, and constantly changing environmental conditions highlight not only employees' technical competencies but also their psychological capacities in tourism enterprises (Luthans, Youssef, & Avolio, 2006; Paek et al., 2015). Consequently, approaches that go beyond traditional management perspectives and place employees' psychological well-being and internal resources at the center have gained increasing importance.

In recent years, positively oriented approaches in the organizational behaviour literature have emphasized employees' developable strengths rather than their weaknesses. Within this framework, psychological capital provides a valuable explanatory lens for understanding individuals' attitudes, motivation levels, and performance when confronted with challenges in working life (Luthans, 2002; Luthans et al., 2007). Considering the structural characteristics of tourism enterprises, - such as high stress levels, uncertainty, and perceptions of job insecurity- the strategic importance of psychological capital for the sector becomes even more evident (Ergun et al., 2023).

However, employees' psychological resources cannot be evaluated independently of the organizational context and managerial practices. In particular, leaders' behaviours play a fundamental role in shaping employees' perceptions of themselves, their work, and the organization. Leadership in tourism enterprises is not merely a managerial function that ensures task coordination; rather, it is a critical factor that reveals employees' potential, provides support, and shapes the organizational climate (Bass & Avolio, 1994; Avolio & Gardner, 2005). Accordingly, the relationship between leadership styles and employees' psychological capital levels emerges as an important research area that deserves examination from both theoretical and practical perspectives (Olgar, 2024).

Although the existing literature includes studies addressing the relationship between psychological capital and leadership, comprehensive evaluations that take into account the distinctive characteristics of the tourism sector remain limited. Factors such as labor intensity, constant pressure to maintain service quality, and continuously evolving customer expectations necessitate a more in-depth examination of this relationship in tourism enterprises (Karatepe & Karadaş, 2014; Tsaur et al., 2019). Drawing on this gap, the present book chapter aims to conceptually examine the relationship between psychological capital and leadership styles within the context of tourism enterprises.

Within this scope, the chapter discusses the significance of psychological capital for the tourism sector and evaluates the potential effects of different leadership styles on employees' psychological resources in light of the relevant literature. In doing so, the study aims to contribute to the strengthening of a human-centered management approach in tourism enterprises and to the reconsideration of leadership practices.

2. Psychological Capital: Conceptual Framework

2.1. Definition, Significance, and Components

Luthans (2002) introduced the concept of Positive Organizational Behavior (POB) in the workplace and proposed the notion of Psychological Capital (PsyCap). This concept regards the positive orientation of human resources' strengths and psychological capacities as the core element of POB (Huang et al., 2023). Luthans (2002, p. 59) defined psychological capital (PsyCap) as *"the study and application of positively oriented human resource strengths and psychological capacities that can be measured, developed, and effectively managed for performance improvement in today's workplace."* Emphasis is placed on the importance of measuring psychological tendencies through PsyCap in order to ensure the effective utilization of human resources, enhance employee performance, and achieve organizational goals (Ergun et al., 2023).

The concept of psychological capital highlights a psychological state that places positivity at its center and extends beyond intellectual capital in enabling organizations to gain competitive advantage. This psychological state does not represent a stable personality trait; rather, it varies and differentiates according to conditions and situations. All these situational characteristics within the organizational context are collectively referred to as organizational psychological capital (Kızanlıklı & Çöp, 2017).

Earlier studies in the field of organizational psychology primarily focused on employee satisfaction and well-being. In recent years, however, there has been a growing body of research emphasizing the importance of positive psychology in working life. As a result, the concept of Psychological Capital (PsyCap) has emerged, shifting attention away from problematic, dysfunctional, and performance-deficient experiences and instead emphasizing employees' positive self-related attributes and strengths (Karaduman, 2017).

Several key aspects are emphasized in the concept of psychological capital. First, PsyCap is grounded in the positive psychology paradigm,

which underscores optimism and the value of human strengths. Second, it is based on psychological states that meet the criteria of positive organizational behaviour (e.g., being unique and state-like). Third, PsyCap goes beyond the concepts of human capital (e.g., *what I know*) and social capital (e.g., *whom I know*) by addressing the question of “*who I am*.” Finally, it emphasizes investments and developmental initiatives that enhance performance and provide a competitive advantage (e.g., improved economic performance) (Kesen & Kaya, 2016).

Psychological capital consists of four psychological components: hope, optimism, resilience, and self-efficacy (Tsaur et al., 2019). These components are explained below, followed by a discussion of the key characteristics of PsyCap.

Self-efficacy refers to an individual’s confidence in accepting challenging tasks and exerting the necessary effort to accomplish them. Stajkovic and Luthans (1998) defined workplace self-efficacy as “*an individual’s belief or confidence in their ability to mobilize motivation, cognitive resources, and the courses of action needed to successfully execute specific tasks.*”

Optimism is defined as the ability to make positive attributions regarding current and future success. An optimistic perspective is a learnable process and supports individuals in approaching events from a positive viewpoint and acting accordingly (Örgün et al., 2017).

Hope refers to perseverance in pursuing goals and the ability to identify alternative pathways toward goal attainment when necessary. This concept comprises two dimensions: pathways (the perceived ability to generate routes to achieve goals) and agency (the motivational energy to pursue those goals). A hopeful stance enhances individuals’ motivation toward their objectives and facilitates goal achievement (Örgün et al., 2017).

Resilience is defined as the ability to recover from or overcome adverse conditions and challenging problems (Huang et al., 2023). Each of these subcomponents of psychological capital reinforces the others, and as one component strengthens, positive changes are also observed in perceptions related to the others (Kesen & Kaya, 2016).

Self-efficacy, hope, optimism, and resilience constitute the core dimensions of psychological capital and should be evaluated holistically. For instance, the combined presence of self-efficacy and optimism is considered broader and more effective than either self-efficacy or optimism alone. Each dimension encompasses cognitive and motivational processes that enhance performance (Kızanlıklı & Çöp, 2017).

Organizations characterized by strong psychological capital tend to exhibit higher levels of well-being, performance, and success. Accordingly, practices aimed at developing employees' PsyCap are considered effective in sustaining organizational viability, growth, and prosperity. For example, PsyCap has been shown to help employees in casino hotels cope with job insecurity. Similarly, a study conducted in Ireland identified a relationship between PsyCap and job insecurity. Moreover, experimental research has demonstrated that PsyCap strengthened through targeted interventions reduces stress and job insecurity among individuals (Ergun et al., 2023).

Positive psychology focuses on individuals' strengths and positive attributes rather than their weaknesses, aiming to foster positive emotions and behaviours and thereby maintain and enhance individual well-being (Kesen & Yayla, 2016).

2.2. Psychological Capital in Tourism Enterprises and Its Importance

The labor-intensive nature of tourism enterprises and the difficulties they face in remaining competitive have made it necessary to place greater emphasis on human-centered capital alongside physical resources. Within this framework, positive psychological capital has gained prominence as a key factor that supports employees' psychological well-being and performance. Particularly in the service sector, the fact that employees' attitudes and behaviors have a direct and positive impact on the quality of services delivered further underscores the importance of this concept (Açıkgöz & Arıkan Saltık, 2025). In today's highly competitive business environments, concepts encompassing human, social, and psychological capital are recognized as approaches that aim to reveal employees' strengths rather than focusing on their deficiencies. In the tourism sector, encouraging employees to recognize their strengths and fostering a belief in their own success—rather than criticizing their weaknesses—can have a significant positive effect on their productivity (Örgün et al., 2017).

Psychological capital not only strengthens individuals' internal resources but also contributes to sustainable organizational success. Employees with high levels of psychological capital—particularly in terms of self-efficacy and hope—tend to exhibit more optimistic and resilient attitudes and play more active roles in achieving organizational goals (Açıkgöz & Arıkan Saltık, 2025).

2.3. Leadership Styles and Psychological Capital in Tourism Enterprises

Employees' job performance, attitudes and behaviors toward leaders and the organization, as well as the level of trust they experience, are of critical importance for organizations in achieving their goals. At the same time, leadership behaviors play a direct and decisive role in shaping these factors. This directly influences employees' performance and, consequently, organizations' ability to attain their intended outcomes. Organizational success is therefore closely linked to variations in leaders' behaviors. In other words, the degree to which employees' psychological capital is affected is directly proportional to the leadership styles exhibited by managerial leaders within the organization (Olgar, 2024).

The tourism industry is a labor-intensive sector characterized by high levels of customer interaction and seasonality, and it operates in a highly competitive environment that relies heavily on human resources (Luthans et al., 2006). According to Luthans & Youssef (2004), psychological capital refers to individuals' internal resources, namely hope, optimism, self-efficacy, and resilience. It has been emphasized that employees' psychological capital can be enhanced by leaders who help reveal employees' potential, raise awareness of their strengths, and provide continuous support. Job satisfaction among employees depends largely on the degree of congruence between individuals' expectations and the rewards they obtain from their work, and the leadership style adopted within the organization plays a determining role in achieving this alignment (Açıkgöz & Arıkan Saltık, 2025).

Transformational leadership, in particular, has a structure that supports and positively influences all dimensions of psychological capital. Accordingly, this leadership style is effective in increasing employee motivation, strengthening employees' perceptions of self-efficacy, enhancing levels of hope, and fostering an optimistic organizational culture through positive feedback.

Bass & Avolio (1994) also Avlio & Gardner (2005) demonstrated that transformational leadership produces positive outcomes. Moreover, they concluded that this leadership style positively affects employees' organizational commitment, job satisfaction, and performance, and ultimately contributes to overall organizational performance.

Özarallı (2003) examined the effects of transformational leadership on team members and employee empowerment within the context of hospitality enterprises. The findings indicated that transformational

leadership has a positive impact on empowering employees, increases employees' sense of self-efficacy through visionary and inspirational behaviors, and thereby encourages them to assume greater responsibility. In addition, transformational leadership was found to enhance closeness among employees and promote cooperation.

2.4. Related Studies

2.4.1. Studies on Psychological Capital in Tourism

Psychological capital has a positive effect on improving employees' performance by supporting their individual development within organizations. Moreover, it is a key factor that enhances organizational efficiency and competitiveness. For this reason, when employees are encouraged in their work and operate within a supportive organizational structure, they tend to develop positive feelings toward the organization. Through the positive climate created, they are more likely to display cooperative and trust-enhancing behaviours (Örgün et al., 2017). Identifying employee behaviours and determining how these behaviours affect job performance is particularly important in the tourism sector, where the service factor constitutes a prominent variable and the effective and efficient utilization of human resources is essential. Accordingly, psychological capital is regarded as a significant factor influencing both employee and organizational outcomes.

In their study aimed at measuring the psychological capital levels of hotel kitchen employees, Örgün et al. (2017) collected data through questionnaires administered to employees working in the kitchens of four- and five-star hotels operating in Nevşehir. The findings revealed that employees' psychological capital levels differed according to their demographic characteristics. For example, male employees were found to have higher levels of psychological capital than female employees. With respect to age, the results indicated that psychological capital levels increased as the age of kitchen employees increased.

In a study conducted by Kahraman (2023), the relationships among personality traits, psychological capital, and entrepreneurial tendencies of undergraduate students receiving tourism education were examined. The findings showed that the personality traits of extraversion and openness to experience had a significant effect on entrepreneurial tendencies. Additionally, agreeableness was found to influence psychological capital. Finally, the study concluded that psychological capital has a significant effect on entrepreneurial tendencies.

Kızanklıklık & Çöp (2017) investigated the relationship between positive psychological capital—defined as the set of individuals’ positive and developable characteristics—and job performance. Furthermore, the effects of the sub-dimensions of positive psychological capital, namely self-efficacy, optimism, hope, and resilience, on job performance were examined. The findings indicated that the effect of overall positive psychological capital on job performance was stronger than the effects of its individual sub-dimensions.

Finally, numerous national and international studies have demonstrated that psychological capital increases individual performance, job and life satisfaction (Luthans et al., 2007; Paek et al., 2015), trust (Norman, Avolio, & Luthans, 2010), and work engagement (Avey, Wernsing, & Luthans, 2008), while reducing absenteeism, turnover intention, and work–family conflict (Avey, Patera, & West, 2006; Karatepe & Karadaş, 2014).

2.4.2. Research on Leadership Styles in the Tourism Industry and Empirical Studies in the Relationship between Leadership Styles and Psychological Capital

In their study, Bouzari and Karatepe (2017) proposed a research model examining the mediating role of psychological capital in the relationship between servant leadership and outcomes such as lateness behaviour, intention to stay, service–sales ambidexterity, and service-oriented organizational citizenship behaviours. The findings revealed that psychological capital fully mediates the effects of servant leadership on these outcomes. Accordingly, servant leadership strengthens the psychological capital of sales employees; in turn, these employees exhibit lower levels of lateness behaviour and express stronger intentions to remain with the organization. Moreover, they demonstrate more positive perceptions of service–sales ambidexterity and display higher levels of service-oriented organizational citizenship behaviours.

Yukl (2009) emphasized that leadership styles within organizations play a critical role in achieving organizational success. The study further concluded that leaders’ behaviours characterized by honesty, empathy, and motivation can positively influence employees’ job satisfaction and organizational commitment.

In a study conducted by Şeşen et al. (2017), the mediating role of positive psychological capital (PPC) in the relationship between different leadership styles and organizational commitment was examined among employees working in a five-star hotel operating in the Turkish Republic

of Northern Cyprus. The findings indicated that PPC has a positive effect on organizational commitment. One of the most notable results of the study was that transformational leadership exerted the strongest influence on increasing employees' PPC and organizational commitment. Another important finding was that transactional leadership had no significant effect on PPC. In transactional leadership, leaders continuously and intensively monitor subordinates in their efforts to achieve goals and fully perform their tasks, and employees who fail to meet expectations are subjected to negative sanctions such as reprimands or penalties. This approach appears to be inconsistent with the nature of positive psychology, which focuses not on what is wrong with individuals, but on what is right and how it can be developed. Particularly in the context of hospitality enterprises, it can therefore be argued that in organizations where transactional leadership predominates, the development of strong positive psychological capital may be limited.

3. Conclusion and Recommendations

In this section, the interaction between psychological capital and leadership styles in the context of tourism enterprises has been examined based on a comprehensive review of the literature. Considering the labour-intensive nature of the tourism sector, high levels of customer interaction, the requirement for continuous emotional labour, and working conditions characterized by uncertainty, it becomes evident that not only employees' technical skills but also their psychological resources are critical to organizational success. Within this framework, psychological capital, comprising hope, optimism, self-efficacy, and resilience, emerges as a fundamental component of human capital that shapes employees' attitudes and behaviours in working life (Luthans, 2002; Luthans et al., 2007).

The literature review indicates that psychological capital in tourism enterprises is associated with a wide range of positive outcomes, including job satisfaction, organizational commitment, work engagement, performance, service quality, and organizational citizenship behaviours (Paek et al., 2015; Karatepe & Karadaş, 2014; Tsaor et al., 2019). At the same time, strong empirical evidence suggests that psychological capital reduces negative outcomes such as job insecurity, job stress, lateness behavior, and turnover intention (Avey et al., 2006; Ergun et al., 2023).

The findings further demonstrate that leadership styles play a decisive role in the formation and development of employees' psychological capital. In particular, contemporary leadership approaches—such as transformational,

authentic, and servant leadership—are shown to strengthen employees' psychological resources and contribute to the creation of a positive organizational climate (Bass & Avolio, 1994; Avolio & Gardner, 2005; Bouzari & Karatepe, 2017). In contrast, more control-oriented approaches, such as transactional leadership, tend to have limited or weak effects on psychological capital and, in some cases, may even conflict with the principles of positive psychology.

In this regard, it can be concluded that achieving sustainable competitive advantage in tourism enterprises requires a holistic examination of the interaction between leadership behaviors and psychological capital. The present study demonstrates that psychological capital should be regarded not merely as an individual attribute, but as a strategic organizational resource that can be developed through appropriate leadership approaches.

Based on the theoretical findings, the following recommendations can be proposed for tourism enterprises and industry stakeholders:

Managers in tourism enterprises should consciously adopt leadership behaviours that support employees' psychological capital. Promoting transformational, authentic, and servant leadership styles can strengthen employees' self-efficacy perceptions, enhance their levels of hope and optimism, and contribute to the development of more resilient individuals in the face of challenges (Bouzari & Karatepe, 2017; Avolio & Gardner, 2005). Incorporating psychological capital-focused training programs into human resource management practices may serve as an effective tool for developing these psychological resources.

It is recommended that psychological capital components be taken into consideration in recruitment, performance appraisal, and career planning processes. Given that employees with high levels of psychological capital demonstrate more adaptive and resilient behaviors during periods of crisis (Ergun et al., 2023), this approach may provide tourism enterprises with a strategic advantage in terms of long-term sustainability.

In conclusion, strengthening the relationship between psychological capital and leadership styles in tourism enterprises should be considered a strategic management domain capable of generating positive outcomes at both individual and organizational levels.

References

- Avey, J. B., Patera, J. L., & West, B. J. (2006). The implications of positive psychological capital on employee absenteeism. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(2), 42–60. <https://doi.org/10.1177/10717919070130020401>
- Avey, J. B., Wernsing, T. S., & Luthans, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *Journal of Applied Behavioral Science*, 44(1), 48–70. <https://doi.org/10.1177/0021886307311470>
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (Eds.). (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. Sage.
- Bouzari, M., & Karatepe, O. M. (2017). Test of a mediation model of psychological capital among hotel salespeople. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(8), 2178–2197.
- Chan, S. C. K. (2010). Does workplace fun matter? Developing a usable typology of workplace fun in a qualitative study. *International Journal of Tourism and Hospitality Management in the Digital Age*, 29(4), 720–728.
- Ergun, G. S., Bozkurt, H. O., Arslan, E., Kendir, H., & Yayla, O. (2023). Psychological capital as a moderator in the relationship between job insecurity, job stress, and hotel employees' turnover intention during the Russia–Ukraine war. *International Journal of Hospitality Management*, 111, 103475. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103475>
- Huang, Y.-C., Chen, C.-C., Lin, S. C., Tang, H.-F., & Cheng, J.-S. (2023). Psychological capital as a source of career adaptability, job satisfaction, and life satisfaction among tour operators and guides during a global crisis. *Tourism Management Perspectives*, 49, 101188. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101188>
- Karaduman, Ş. (2017). *Çalışanların psikolojik sermayeleri ile amirlerinin hizmet-kâr liderlik davranışları arasındaki ilişki: Bir uygulama* (Doktora tezi, Order No. 28737989). ProQuest Dissertations & Theses Global.
- Karatepe, O. M., & Karadas, G. (2014). The effect of psychological capital on conflicts in the work–family interface, turnover, and absence intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 132–143. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.09.005>
- Kesen, M., & Nihat, K. (2016). ÇALIŞAN PERFORMANSININ ÖRGÜTSEL İMAJ VE PSİKOLOJİK SERMAYE BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: VAKIF ÜNİVERSİTELERİ ÖRNEĞİ. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5(46), 187–198.
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23(6), 695–706. <https://doi.org/10.1002/job.165>

- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2006). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. Oxford University Press.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541–572. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2007.00083.x>
- Norman, S. M., Avolio, B. J., & Luthans, F. (2010). The impact of transparency and positivity on trust in leaders and their perceived effectiveness. *The Leadership Quarterly*, 21(3), 350–364. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2010.03.002>
- Olğar, A. (2024). *Konaklama işletmelerinde sergilenen modern liderlik tarzlarının çalışan psikolojik sermayesi üzerindeki etkileri* (Doktora tezi, Order No. 31680634). ProQuest Dissertations & Theses Global. <https://www.proquest.com/dissertations-theses/konaklama-isletmelerinde-sergilenen-modern/docview/3149306931/se-2>
- Örgün, E., Keskin, E., & Erol, G. (2017). Otel mutfağı çalışanlarının psikolojik sermaye düzeyleri üzerine bir araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(4), 174–183.
- Özaralli, N. (2003). effects of transformational leadership on empowerment and team effectiveness, *Leadership and Organizational Development Journal*, 24, 335–344.
- Paek, S., Schuckert, M., Kim, T. T., & Lee, G. (2015). Why is hospitality employees' psychological capital important? The effects of psychological capital on work engagement and employee morale. *International Journal of Hospitality Management*, 50, 9–26. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.07.001>
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). Social cognitive theory and self-efficacy: Going beyond traditional motivational and behavioral approaches. *Organizational Dynamics*, 26(4), 62–74. [https://doi.org/10.1016/S0090-2616\(98\)90006-7](https://doi.org/10.1016/S0090-2616(98)90006-7)
- Şeşen, H., Maşlakçı, A., & Sürücü, L. (2017). Liderlik tarzlarının çalışanların pozitif psikolojik sermayesine etkisi: Konaklama işletmelerinde bir araştırma. *İşletme ve Yönetim Bilimleri Kongresi (IYBK) 2017*, 23.
- Tsaur, S. H., Hsu, F. S., & Lin, H. (2019). Workplace fun and work engagement in tourism and hospitality: The role of psychological capital. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 131–140. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.016>
- Yukl, G. (2009). *Leadership in organizations* (7th ed.). Prentice Hall.

Ekoturizm Tur Rehberlerinden Beklenen Rollerin Muğla Özelinde Araştırılması¹

Yasemin Uysal²

Özet

Ekoturizm, doğal ve kültürel değerleri koruyarak sosyal ve ekolojik kalkınmayı hedefleyen, sürdürülebilirlik ilkesine dayalı bir turizm türüdür. Bu yaklaşımın başarıya ulaşmasında, doğru bilgilendirme ve etkili tanıtım büyük önem taşımaktadır. Bu noktada tur rehberleri, ekoturizmin sürdürülebilir biçimde yürütülmesinde ve turist memnuniyetinin artırılmasında kritik bir role sahiptir. Rehberlerin performansı, turistlerin deneyimlerini doğrudan etkilemekte ve destinasyonun imajına katkı sağlamaktadır. Bu çalışma, ekoturizm alanında görev yapan tur rehberlerinin rollerinin turistler tarafından nasıl değerlendirildiğini incelemektedir. Araştırma, 2023 yılı Nisan ayında Muğla ilinde (Bodrum, Marmaris, Muğla Merkez ve Milas) yürütülmüş ve 132 ekoturist ile anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların rehberlerden beklentileri; uyruk, cinsiyet, yaş ve ekoturizm deneyimi gibi demografik değişkenler açısından analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, rehberlerin çevreye duyarlı, yerel halkı destekleyen ve sürdürülebilir turizm ilkelerine uygun davranışlarının turist memnuniyetini artırdığını göstermektedir. Çalışma, tur rehberleri, seyahat acenteleri ve destinasyon yöneticileri için ekoturizmde farkındalık oluşturma ve rehberlik kalitesini artırma konusunda öneriler sunmaktadır.

- 1 Bu araştırma, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı'nda dönem projesi olarak yazılmıştır.
- 2 İngilizce Öğretmeni, Muğla İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Muğla-Türkiye, rumyuras1848@gmail.com, Orcid Id: 0009-0001-7278-4460

1. Giriş

Ekoturizm, doğal ve kültürel kaynakları kullanarak sosyal, ekonomik ve ekolojik kalkınmayı hedefleyen bir turizm türüdür. Temel amacı, doğallığı koruyarak sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmektir. Uluslararası Ekoturizm Derneğinin (TIES) (1990) tanımına göre ekoturizm, “çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını artıran” bir yaklaşımı benimser. Bu nedenle ekoturizm yalnızca doğayı gözlemlemeyi değil, aynı zamanda yerel halkın sosyo-kültürel yaşamına saygı göstermeyi ve bu yaşamın devamlılığını desteklemeyi de içerir. Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO) (2008) vurguladığı üzere sürdürülebilir turizm, “kültürel bütünlük, biyolojik çeşitlilik ve ekolojik süreçleri korurken ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların dengeli biçimde karşılanması” ilkesine dayanır. Bu bağlamda ekoturizm, çevresel koruma ile toplumsal refah arasında bir denge kurarak hem turizm sektörünün hem de yerel toplulukların uzun vadeli sürdürülebilirliğini desteklemektedir. Kısacası ekoturizm, doğanın korunmasıyla ekonomik kalkınmanın uyumlu hale getirildiği, çevre bilinci yüksek bir turizm anlayışını temsil eder.

Ekoturizm, hedeflerine tanıtım yoluyla ulaşabilir. Tanıtım; doğal ve kültürel alanlarda gerçekleştirilen, bilgi aktarmanın ötesinde kaynakların anlaşılmasını ve korunmasını amaçlayan bir süreçtir. Ham ve Weiler (2002) tanıtımı mesaj iletme yaklaşımı olarak tanımlarken, Eagles, McCool ve Haynes (2002), bunun turist davranışlarını yönlendirmede de etkili olduğunu belirtmiştir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2008) ise tanıtımın, doğal çevre, yerel kültür ve mirasın doğru biçimde yorumlanmasıyla etkili yönetime katkı sağlayacağını vurgulamaktadır.

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) (1995), hem ziyaretçiler hem de ekoturizmde çalışan bölge sakinleri için rehberlik, eğitim ve bilgi ihtiyacını vurgulamaktadır. Farklı yazarlar farklı yıllarda yaptıkları araştırmalarda tanıtımın tipik olarak alandaki kaynakları koruma, izleyicilerin rekreasyon deneyimini geliştirme, yönetim politikası ve ajansına yönelik kamu desteğini artırma, izleyicilerin çevreleriyle ilgili endişe düzeylerini yükseltme ve izleyicilerin bir yer veya fikir hakkındaki bakış açılarına katkıda bulunma veya bunları genişletme kapasitesine sahip olduğu kanısını savunmuşlardır. Black ve Weiler (2005) bir dizi çalışmayı gözden geçirmiş ve tur rehberlerinin oynadığı en baskın rolün tercümanlık olduğunu tespit etmiştir. Tur rehberlerinin yorumlayıcı deneyimler sunması gerektiği yaygın olarak kabul edilmektedir. Bu araştırma tur rehberlerinin ekoturizm rotalarında ifa ettikleri rehberlik hizmetleri süresince ekoturizm katılımcılarınca kendilerinden beklenen rollerin ortaya konulmasını amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında veriler Muğla ilinde ekoturizm faaliyetlerine katılan yerli ve yabancı ziyaretçilerden anket yoluyla toplanacaktır. Veri toplama aracı olarak

Poudel ve Nyaupane (2016) tarafından geliştirilen anket uyarlanarak çalışma kapsamında veri toplama aracı olarak kullanılacaktır. Çalışmada olayda örnekleme yöntemi kullanılacak ve elde edilen veriler frekans analizine tabi tutulacaktır. Elde edilen bulguların analiziyle ekoturizm faaliyetlerinde tur rehberlerinden beklenen rol davranışların belirlenmesiyle rehberlerin daha iyi ekoturizm rehberliği noktasında kendilerini güncellemeleri sağlanacaktır. Bu amaçla araştırma kapsamında aşağıdaki araştırma sorusuna cevap aranmıştır:

- Muğla ilinde bulunan ekoturizm katılımcılarının rehberli ekoturizm turlarında rehberlerden beklenen roller nelerdir?

2. Literatür Taraması

2.1. Ekoturizmin Tarihçesi

Ekoturizm kavramı, 1980'lerin ortalarında ortaya çıkmış ve hızla turizm sektöründe önem kazanmıştır. 1960–1970'lerde çevre hareketinin yükselişiyle birlikte, doğal alanları koruma ve çevreyle uyumlu turizm anlayışı gelişmiştir. 1983'te Meksika'daki BM Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda ekoturizm kavramı resmen tanımlanmış, böylece turizm sektörü ile çevre koruma hareketi arasında işbirliği temelleri atılmıştır (Ankaya, Yazıcı, Balık ve Aslan, 2018). 1992 Rio Dünya Zirvesi'nde ekoturizm, sürdürülebilir turizmin bir bileşeni olarak vurgulanmış ve bu alanda standartlar ile rehberler geliştirme çalışmaları başlatılmıştır. Ardından birçok ülkede ekoturizm projeleri ve girişimleri uygulanmıştır. 2000'lerden itibaren ekoturizm dünya genelinde hızla büyümüş; turistler doğal çevreyi koruyan ve yerel kültürlerle saygılı deneyimler aramaya başlamış, buna paralel olarak sertifikasyon programları ve ekoturizm odaklı hizmetler yaygınlaşmıştır (Ankaya, Yazıcı, Balık ve Aslan, 2018).

Günümüzde ekoturizm, sürdürülebilirlik, çevrenin korunması, yerel kalkınma ve ziyaretçi farkındalığı gibi ilkeleriyle önem kazanan bir turizm türü haline gelmiştir. Turizm kavramı farklı bilim insanları tarafından çeşitli biçimlerde tanımlandığı gibi, ekoturizm de zamanla gelişen ve farklı yorumlara konu olan bir olgudur. Genellikle doğa turizmiyle ilişkilendirilse de, ekoturizm aslında onun alt dalı veya tamamlayıcısı olarak değerlendirilmektedir.

Ekoturizmin nasıl ve nerede ortaya çıktığı tam olarak bilinmemekle birlikte, doğa temelli seyahatlerin kökeni Herodot ve Aristoteles'e kadar uzanmaktadır. Latin Amerika'da ekoturizm, ekosistem tahribatına bir tepki olarak gelişirken, Doğu Afrika'da yerel halkı koruma alanlarından dışlayan sistemlere alternatif bir yaklaşım olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde ekoturizm; doğa temelli, sürdürülebilir veya alternatif turizm kavramlarıyla

ilişkilendirilmektedir. Honey gibi araştırmacılar, ekoturizmin çevreyi koruma eylemleri ve eko-turistlerin bilinçli davranışlarını sürdürme gerekliliğini vurgulamaktadır.

2.2. Ekoturizmin Tanımı

Ekoturizm; bir etkinlik biçimi, bir felsefe ve bir kalkınma modeli olarak görüldüğünden tek bir tanımla ifade edilememektedir. Genellikle doğa, sürdürülebilir veya yeşil turizm kavramlarıyla eş anlamlı biçimde kullanılmaktadır. Sürdürülebilirlik temelli tanımlarda, ekoturizm çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik boyutlarıyla ele alınır. Bu bağlamda, ekoturizm olumsuz çevresel ve kültürel etkileri en aza indirirken, olumlu ekonomik etkileri en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Ekoturizm tanımında sürdürülebilirliğin merkezi bir unsur olması, “sürdürülebilirlik nedir?” sorusunu gündeme getirmektedir. Basit bir ifadeyle, turizmde sürdürülebilirlik; çevresel, deneyimsel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkiler arasında olumlu bir denge kurulması anlamına gelmektedir. Farklı araştırmacılar tarafından çeşitli biçimlerde tanımlansa da, De Vos, Van Landeghem ve Van Hoof (2006) sürdürülebilirliği şu şekilde açıklamaktadır:

“Ekoturizm, nispeten bozulmamış veya kirlenmemiş doğal alanlara, bu alanlarda bulunan mevcut kültürel tezahürlerin (hem geçmiş hem de şimdiki) yanı sıra manzarayı ve vahşi bitki ve hayvanları incelemek, hayranlık duymak ve tadını çıkarmak amacıyla çevresel açıdan sorumlu seyahat ve ziyaretir”, denmektedir.

Ekoturizm, çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını artıran doğal alanlara yapılan sorumlu seyahat olarak tanımlanmaktadır (De Vos, Van Landeghem ve Van Hoof, 2006). Bu yaklaşım, ekoturizmi koruma, eğitim ve sürdürülebilir kalkınma boyutlarıyla ele alan çok boyutlu bir kavram olarak görür. BM, 2002’de ekoturizme ilişkin resmi bir tanım kabul etmiştir (WTO, 2002). Buckley (1994), ekoturizmin temel bileşenlerini doğa temelli üretim, asgari etki yönetimi, çevre eğitimi ve korumaya katkı olarak belirtmiştir. Buckley (2003)’ün “pozitif üçlü sonuç çizgisi” kavramı ise sınırlı ilgi görmüştür. Sonuç olarak, ekoturizm yalnızca doğada vakit geçirmek değil; doğal çevrenin korunmasına ve yerel refaha aktif katkı sağlayan bir yaklaşımı ifade etmektedir.

Tüm tanımlardan yola çıkarak, ekoturizm; doğal çevrenin korunması, yerel kültürlerin desteklenmesi ve sürdürülebilir turizm ilkelerinin benimsenmesi üzerine kurulu bir turizm türü olarak özetlenebilir. Bu yaklaşım, ziyaretçilerin doğal ve kültürel değerleri minimal çevresel etkiyle deneyimlemelerini,

bu süreçten öğrenmelerini ve yerel toplulukların ekonomik kalkınmasına katkı sağlamalarını hedefler. Ekoturizm, biyolojik çeşitliliğin korunması, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı ve çevre bilincinin geliştirilmesi ilkelerine dayanarak, ziyaretçileri doğaya ve yerel değerlere duyarlı bir şekilde hareket etmeye teşvik eder. Ekoturizm, sürdürülebilir turizm ilkelerini temel alarak doğal çevrenin korunmasını, yerel toplulukların desteklenmesini ve ziyaretçilere çevresel farkındalık kazandırılmasını amaçlar. Bu yaklaşım sayesinde, hem doğa hem de yerel halk uzun vadeli faydalar elde ederken, turizmin olumsuz etkileri en aza indirilmektedir.

2.3. Ekoturizm ve Türleri

Ekoturizm, farklı geçmiş ve bakış açılarına sahip birçok araştırmacının ilgisini çeken, görece yeni bir kavramdır. Tanımları çeşitlilik gösterse de üzerinde uzlaşılan nokta, ekoturizmin sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen bir turizm türü olduğudur. Koeman (1998)'e göre ekoturizm, koruma ve sürdürülebilir kalkınma çabalarını ilerleten doğa temelli seyahat biçimidir. Aşağıdaki tablo, ekoturizmi diğer turizm türlerinden ayıran temel farkları ortaya koymaktadır.

Ekoturizm Türleri

Dönem	Tanım
Turizm	Kamu ve özel sektör faaliyetlerinin toplamı, bu faaliyetleri şekillendirir ve tatil, iş ve diğer seyahatlerin ihtiyaçlarını karşılamak ve sonuçlarını yönetmek
Doğa temelli turizm	Birincil amacı doğal bir destinasyonu ziyaret etmek olan insanların seyahat ettiği pazar segmenti
Ekoturizm	Çevreyi koruyan doğal alanlara sorumlu seyahat ve yerel halkın refahını sürdürür
Yaban hayatı turizmi	Evcilleştirilmemiş (insan olmayan) hayvanlarla hayvanların doğal ortamlarında ya da kapasiteleri dahilinde karşılaşmaya dayanır. Tarihsel olarak "tüketim dışı".... olarak sınıflandırılan faaliyetlerin yanı sıra..... hayvanların öldürülmesini veya yakalanmasını içeren faaliyetleri de içerir.
Macera turizmi	Risk alma ve fiziksel dayanıklılık gerektiren doğa turizmi
Sürdürülebilir turizm	Turizm gelişmelerinin olumsuz ayak izini en aza indirmeyi amaçlamaktadır ve aynı zamanda geliştirilmekte olan alanların korunmasına ve toplumsal kalkınmaya katkıda bulunmak
Turistler	"Eğlence, iş ve bir faaliyetin icrası ile ilgili olmayan diğer amaçlar için birbirini izleyen bir yıldan fazla olmamak kaydıyla olağan çevreleri dışındaki yerlere seyahat eden ve buralarda kalan kişiler ziyaret edilen yer içinden ücretlendirilir".

Kaynak: Kuenzi ve McNeely (2007)

2.4. Ekoturizm'in İlkeleri

Ekoturizm, zaman zaman diğer turizm türleriyle karıştırılsa da belirli ilkeleriyle onlardan ayrılmaktadır. STK'lar, özel sektör, hükümetler, akademi ve yerel toplulukların katılımıyla belirlenen bu ilkeleri ortaya koymuştur. Buna göre ekoturizm; doğal çevrenin korunması, yerel kültürlerin desteklenmesi ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının benimsenmesi temeline dayanır (Wood, 2002).

Başlıca ilkeler şunlardır:

- **Doğal çevre koruma:** Ekoturizm, ekosistemlere zarar vermeden doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını amaçlar.
- **Sürdürülebilirlik:** Sosyal, ekonomik ve çevresel denge gözetilerek yerel refahın artırılması hedeflenir.
- **Yerel kültüre saygı:** Yerel gelenek ve yaşam biçimlerine duyarlılık teşvik edilir.
- **Eğitim ve farkındalık:** Ziyaretçilere çevre bilinci kazandırılır, sürdürülebilirliğin önemi vurgulanır.
- **Yerel ekonomiye katkı:** Yerel işletmeler ve ürünler desteklenir, halkın ekonomik fayda sağlaması amaçlanır.
- **Ziyaretçi sınırlaması:** Doğal alanların korunması için ziyaretçi yoğunluğu kontrol altında tutulur.
- **İşbirliği:** Yerel topluluklar, yönetimler ve turizm sektörü arasında paydaş katılımı ve ortak hareket teşvik edilir.

Bu ilkeler, ekoturizmin sürdürülebilir ve sorumlu biçimde uygulanmasına rehberlik eder. Amaç; ekoturizm faaliyetlerinin doğal çevreye, yerel kültürlerle ve topluluklara fayda sağlaması ve uzun vadede sürdürülebilirliği desteklemesidir. Wood'a (2002) göre ekoturizmin temel ilkeleri özetle şunlardır:

- Doğa ve kültür üzerinde oluşabilecek olumsuz etkileri en aza indirmek,
- Ziyaretçileri çevre ve koruma konularında eğitmek,
- Yerel yönetimler ve halkla işbirliği içinde etkin korumayı sağlamak,
- Doğal alanların yönetimini koruma hedefleriyle yönlendirmek,
- Eko-destinasyonlar için uygun ziyaretçi yönetim planlarının önemini vurgulamak,

- Çevresel ve sosyal izleme programları ile olumsuz etkileri değerlendirmek ve azaltmak,
- Yerel topluluklara ekonomik fayda sağlamak ve bu faydayı artırmak,
- Turizm gelişiminin, sosyal ve çevresel sınırları aşmamasını gözetmek,
- Fosil yakıt kullanımını azaltmak, yerel bitki ve yaban hayatını koruyarak doğal çevreyle uyumlu altyapı geliştirmek.

Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) (2006) göre sürdürülebilir turizm, ekonomik, sosyal, çevresel ve estetik ihtiyaçların dengeli biçimde karşılanabilmesi için kaynakların etkin yönetimini öngörür. Swarbrooke (1998) sürdürülebilir turizmi “ekonomik olarak uygulanabilir olan, ancak turizmin geleceğinin bağlı olduğu doğal çevreyi ve ev sahibi toplumun sosyal dokusunu tahrip etmeyen turizm” olarak tanımlamaktadır. Kültür turizmi ve ekoturizm gibi alternatif turizm türleri, bu anlayışın yerel halk yararına sürdürülebilir biçimlerini temsil eder. Ekoturizm, sürdürülebilirlik ilkelerini turizm faaliyetlerine, operasyonlara ve projelere uygulayarak bu yaklaşımı pratiğe dönüştürür.

Bu kapsamda sürdürülebilirliğin beş temel ilkesi şu şekilde özetlenebilir:

1. Bütüncül planlama ve strateji geliştirme gerekliliği,
2. Temel ekolojik süreçlerin korunmasının önemi (Scheyvens, 2002; Brohman, 1996; Mowfort ve Munt, 1998),
3. İnsan mirası ve biyolojik çeşitliliğin korunması gereği,
4. Gelecek nesiller için uzun vadeli sürdürülebilir kalkınmanın teşviki,
5. Uluslar arasında daha adil bir denge sağlama hedefi (Bramwell ve Lane, 1993; aktaran Dowling ve Fennell, 2003).

2.5. Ekoturizmin Önemi

Yeni bir turizm alternatifi olan ancak giderek yaygınlaşan ekoturizm (Schaller, 1995), kırsal ekonomik kalkınma ve çevrenin korunması açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Ekoturizmin ekonomik faydaları çeşitli araştırmacılar tarafından vurgulanmıştır (Koeman, 1998; Agrusa ve Guidry, 1999; Ngece, 2002; Kiss, 2004). Bu faydalar arasında istihdam yaratma, bölgesel ekonomilerin çeşitlendirilmesi, altyapı gelişimi, döviz kazancı, kalkınmaya katkı ve gelir transferi yer almaktadır. Ekoturizm, emek yoğun yapısı sayesinde dezavantajlı gruplar için iş imkânı sunar ve konaklama, ulaşım, rehberlik gibi hizmetler yoluyla yerel topluluklara gelir sağlar.

Ayrıca, bölgesel ekonomilerin çeşitlendirilmesine katkıda bulunarak az gelişmiş bölgelerde ekonomik bağımlılığı azaltır. Kalkınma için katalizör görevi gören ekoturizm, otelcilik, el sanatları, ulaşım gibi sektörleri canlandırarak mikro ve makro ölçekte ekonomik motivasyon yaratır. Döviz kazancı açısından da önemli bir rol oynayan ekoturizm, gelişmekte olan ülkelerde istikrarlı gelir kaynakları oluşturur. Bunun yanında, altyapı yatırımlarının (havaalanı, yol, su, enerji, iletişim) gelişimini teşvik ederek ekonomik verimliliği artırır. Son olarak, ekoturizm, zengin ülkelerden yoksul bölgelere gelir aktarımı sağlayan etkili bir araç olarak görülmektedir. Ekoturizmin çevresel açıdan da önemli faydaları bulunmaktadır. Doğru yönetildiğinde ekoturizm, çevreye çeşitli şekillerde katkı sağlayabilir (Ngece, 2002; Dasenbrock, 2002; Kiss, 2004). Ekoturizm, doğal ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunan, daha az kirlilik üreten bir endüstridir ve yaban hayatı habitatlarının korunmasını teşvik eder. Tarım, madencilik ve tomrukçuluk gibi çevreye zarar veren faaliyetlere alternatif sunarak doğal alanların tahribatını azaltır. Her ne kadar bazı türler rahatsız olsa da, “en azından yok edilmeyecektir” (Dasenbrock, 2002).

Ayrıca ekoturizm, bireysel koruma bilincini artırır; rehberler ve eğitim materyalleri aracılığıyla turistleri çevreci davranışlara teşvik eder. Doğal kaynakların toplum refahı için önemini vurgular ve bu kaynakların korunmasına destek sağlar. Ekoturizm, biyolojik çeşitliliğin korunmasına, ekosistemlerin restorasyonuna ve çevresel farkındalığın artırılmasına da katkıda bulunur. Elde edilen gelirlerin bir kısmı koruma projeleri ve yerel kalkınma için yeniden doğaya yatırılarak sürdürülebilirliği destekler. Sonuç olarak, ekoturizm, doğal çevrenin korunması, sürdürülebilir turizm uygulamalarının teşvik edilmesi ve gelecek nesillere daha sağlıklı bir çevre bırakılması açısından önemli bir araçtır.

Ekoturizm, ekonomik ve çevresel faydalarının yanı sıra önemli sosyal katkılar da sağlar. Ekoturizmin geliştirilmesi, yerel toplumun saygınlığını artırır, farklı geçmişlerden gelen insanlar arasında iletişim ve anlayışı güçlendirir, yerel toplulukların siyasi olarak güçlenmesine yardımcı olur ve kültürel hoşgörüyü teşvik eder (Agrusa ve Guidry, 1999; Nepal, 2002). Sosyal sürdürülebilirlik, insanların kendi yaşamları üzerindeki kontrolünü artırmayı, kalkınmanın sosyal değerlerle uyumlu olmasını, toplum kimliğini güçlendirmeyi ve eşitlik, eğitim, sağlık, toplumsal cinsiyet dengesi ile katılımcı yönetişimi desteklemeyi amaçlar.

Ancak ekoturizmin olumlu yönlerine rağmen bazı olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Ekoturizm, çevresel, sosyo-ekonomik ve kültürel faydalar sağlama potansiyeline sahip olsa da, yanlış planlandığında doğal alanlar

ve yerel topluluklar üzerinde olumsuz çevresel, ekonomik ve sosyal etkiler yaratabilir. Bu nedenle, ekoturizmin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi kritik önem taşımaktadır. Ekoturizmin olumlu yönlerinin yanında bazı çevresel olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Neto (2002)'ya göre, kötü planlanan veya yönetilmeyen ekoturizm faaliyetleri çeşitli çevresel sorunlara neden olmaktadır. Günümüzün teknolojik gelişmeleriyle birlikte artan turizm hareketleri, hava kirliliği, gürültü, ve atıkların su kaynaklarına karışması gibi kirlilik türlerini artırmıştır.

Ekoturizm genellikle küçük ölçekli gruplara hitap etse de, ziyaretçi sayısındaki artış yerel çevre üzerinde baskı oluşturur ve ek altyapı yatırımlarını (su arıtma, sanitasyon, konaklama tesisleri) zorunlu kılar. Bu durum, yenilenemeyen enerji kaynaklarının kullanımı ve yerel kaynakların aşırı tüketimi ile sonuçlanabilir. Ayrıca, ekonomik kazançların büyük kısmının yerel halka değil dış yatırımcılara gitmesi, toplumsal memnuniyetsizlik yaratmakta ve çevresel bozulmayı hızlandırmaktadır. Ekoturizm, doğru yönetilmediğinde biyoçeşitlilik kaybına yol açabilmektedir. Arazilerin ve doğal kaynakların aşırı kullanımı, bitki örtüsü, yaban hayatı ve su kaynaklarının taşıma kapasitesini aşmasına neden olarak ekolojik dengenin bozulmasına ve dolayısıyla turizm potansiyelinin azalmasına yol açar. Ayrıca, varlıklı ekoturistlerin talebi, yaban hayatı ürünlerine yönelik yasadışı ticareti teşvik ederek kaçak avlanmayı artırabilmektedir.

Ekoturizmin aynı zamanda sosyo-kültürel olumsuz etkileri de vardır (Schaller, 1995; Neto, 2002). Korunan alanların oluşturulması sürecinde yerel halkın topraklarından edilmesi, çoğu zaman yetersiz veya hiç tazminat ödenmemesi, toplumsal mağduriyet yaratmaktadır. Bu durum, arazi kullanımı çatışmalarına ve topluluk düzeyinde fayda eşitsizliklerine neden olabilmektedir. Ayrıca, ekoturizm yerel halk ile turistler arasındaki uzun süreli etkileşim sonucu kültürel değişim ve kültürleşmeye yol açabilir. Yerel halk, turistlerin yaşam tarzlarını taklit etmeye başlayabilir ya da kültürlerini turistik bir gösteriye dönüştürebilir. Bu durum, geleneksel değerlerin zayıflamasına ve yaşam memnuniyetsizliğine neden olabilir. Ekoturizmle birlikte bazı bölgelerde suç oranlarının artması, hırsızlık, gasp ve HIV/AIDS gibi hastalıkların yaygınlaşması da rapor edilmiştir. Ayrıca, turizm sektöründeki yüksek kazanç ve iş fırsatları, kırsal kesimden göçü teşvik ederek sosyal yapıyı olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

2.6. Ekoturizmin Olumsuz Etkilerini Azaltacak Mekanizmalar

Turizm faaliyetleriyle bağlantılı olarak doğal kaynakların tükenmesi ve çevresel bozulma, turizm açısından zengin bölgelerde bazen ciddi sorunlara

yol açmaktadır (Neto, 2002). Ekoturizmin çevrenin taşıma kapasitesi sınırında kontrol edilmesi, sağlam yönetim teknikleri veya kullanıcı ücretleri (veya giriş ücretleri), çeşitli vergiler ve ziyaretçi sayısına sınırlama getirilmesi veya ticareti yapılabilir izinler gibi ekonomik araçların kullanılması yoluyla gerçekleştirilebilir. Ekoturizmin yan etkilerini en aza indirmek için aşağıdaki şekillerde farklı düzeylerde devlet müdahalesine ihtiyaç vardır:

- Bölgenin taşıma kapasitesine bağlı olarak turist ve turizm işletmecisi sayısının sınırlandırılması,
- Çevreye verilen zararı veya olumsuz etkileri azaltmak için turizm hareketlerinin düzenini veya lojistiğini iyileştirmek.
- Turist operatörlerine ve turistlere uygun çevre eğitiminin sağlanması. Tur operatörleri, pansiyonlar, milli parklar, özel rezervler veya ekoturizmle ilgili farklı faaliyet türleri aracılığıyla olsun, eğitim bir fark yaratabilir. Eğitim, ekoturizmin en önemli unsurlarından biridir çünkü insanların (hem yerel halk hem de turistler) çevre hakkındaki düşüncelerini değiştirebilir,
- Çevreye verilen zararı azaltmak için teknolojik gelişmelerin tanıtılması,
- Bina inşaatlarına kısıtlamalar getirilmesi,
- Yerel toplulukların ekoturizm projelerine katılımına gereken önem verilmelidir, böylece proje ile ilgili bir sahiplenme duygusu geliştirebilirler. Yerel katılım, yöneticilerin aksi takdirde yerel halkla çatışmaya neden olabilecek kararlardan kaçınmasına veya bunları planlamasına yardımcı olan bir erken uyarı sistemi işlevi görür (Tisdell, 1997).

2.7. Ekoturizm Rehberlerinin Roller

Turist rehberi ülkesini ve bölgesini turistlere anlatan, turistlerin bölgenin tarihi, doğal, kültürel birikimini deneyimlemesini sağlayan, gezileri boyunca onlara pek çok konuda yardımcı olan, onlarla ilgilenen, doğru ve eksiksiz bilgiler veren ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen yetkiye sahip kişiye denilmektedir.” (Köroğlu, Köroğlu ve Bilge, 2012). Bir seyahat acentesi tarafından organizasyonu gerçekleştirilen turlarda misafirlerin turun başlangıç anından bitişine kadar yanlarında olan ve onlarla ilgilenen, misafirlere yalnızca bağlı olduğu dilin çevirmenliğini yapmaz, aynı zamanda turistlerin ziyaret edilen kültürü tanımını, deneyimlemesini, o bölgenin doğal, tarihsel, kültürel yönden geçmişi hakkında bilgilenmesini sağlamaya yardımcı olan meslek grubu turist rehberleridir. (Bayram, 2019).

Turist rehberlerinin rolleri pek çok araştırmacı tarafından araştırılan bir konu olarak görülmektedir. Bu konuda farklı araştırmacılar konuya açıklık getirse de; ilk olarak Cohen'in (1985) rehberlerin rollerini dört farklı başlıkta incelediği görülmektedir. Turist rehberlerinin aracı rolleri ve etkileşimli rolleri organizasyon ve yönetimle ilgilidir. İçsel roller turist rehberlerinin sosyal etkileşim (sosyal rolleri)'nin bir özelliği olan liderliğe ve bilgiyi yayma (iletişimsel rolü) odaklandığını ifade etmektedir. Cohen'in (1985) dört rolünü özetlemek gerekirse;

Aracı Rolü: Bölgeye ulaşma amaçlı yön tarifini ifade eder.

Etkileşimsel Rolü: Bölgenin turistlere tanıtılmasını ifade eder.

Sosyal Rolü: Sosyal ilişkiler çerçevesinde mizah yeteneği be eğlenceyi de kullanarak grup psikolojisini yüksek tutar.

İletişimsel Rolü: Grubun ilgi alanına giren hususların seçilmesi ve doğru bilginin seçilerek anlatılması, bilmedikleri kavramların aktarılmasını ifade eder (Cohen, 1985 akt. Randall ve Rollins, 2009).

Bayram (2019)'a göre ekoturizmde tur rehberleri, sürdürülebilirlik ve çevre bilinci açısından çok yönlü roller üstlenmektedir.

- **Bilgilendirme ve Eğitim:** Rehberler, ziyaretçilere doğal çevre, biyolojik çeşitlilik ve yerel kültürler hakkında bilgi verir; çevre bilinci kazandırarak doğa koruma farkındalığını artırır.
- **Yerel Kültür ve Topluluk Bağlantısı:** Yerel halk ile ziyaretçiler arasında köprü görevi görürler; kültürel etkileşimi ve yerel ekonomiye katkıyı teşvik ederler.
- **Güvenlik ve Çevresel Duyarlılık:** Ziyaretçilerin güvenliğini sağlarken çevreye zarar vermeden hareket etmelerini sağlar; doğal alanlarda uygun davranışları teşvik ederler.
- **Rota Planlama ve Sürdürülebilirlik:** Doğal alanları koruyarak sürdürülebilir turizm ilkelerine uygun rota planlaması yapar ve ziyaretçi yoğunluğunu dengede tutarlar.
- **Doğa Gözlemi ve Eğitim:** Flora ve fauna hakkında bilgi vererek ziyaretçilerin doğayı gözlemleme, anlama ve koruma konusunda bilinç kazanmalarını sağlarlar.

Tur rehberlerinin bu rolleri, ekoturizmin temel ilkelerini uygulamada önemli bir role sahip olduğunu göstermektedir. Rehberler, ziyaretçilerin sürdürülebilir turizm prensiplerini anlamalarına yardımcı olarak, doğal çevreyi koruma ve yerel toplulukları destekleme amacını güderler. Ekoturizm

oldukça yeni sayılabilecek bir turizm türü olduğu için ekotur ve turist rehberi ilişkisi de yeni bir kavramdır. Tetik'e (2002) göre Ekotur rehberi; doğal kaynakların önemine vurgu yapan ve turizmin oluşturduğu olumsuz etkileri minimuma indirmeye çalışan, kaynakların sürdürülebilirliğini sağlayarak gelecek nesillere aktaran ve turistlerin günlük yaşamlarında da bu bilinci geliştirmeye yardımcı olan kişiye denilmektedir.” Turizm endüstrisinde en hızlı gelişen turizm türleri arasında doğa temelli turizm türleri yer almaktadır. Özellikle turist rehberlerinin tanıtım yolu ile misafirlere doğal alanların korunmasına dair eğitici bir konumda olması doğanın korunmasında yüksek öneme sahip olması oldukça önemli bir husustur (Randall ve Rollins, 2009). Köroğlu vd. (2012) Profesyonel Turist Rehberlerinin iş yaşamındaki rollerine yönelik gerçekleştirdiği çalışmada, turist rehberlerinin iş yaşamlarında üstlendiği veya üstlenmesi gereken rolleri incelemiştir.

3. Yöntem

3.1. Araştırma Yöntemi

Bu araştırma Muğla ilinde 2023 yılı Nisan ayında anket uygulaması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Muğla ili sahip olduğu doğası, denizi ve temiz plajlarıyla gerek ülke içi gerek ülke dışından yoğun turist çeken ülkenin en önde gelen turistik destinasyonlarından. Bölgeye gelen yerli ve yabancı turistler sadece geleneksel güneş kum ve deniz turizmi için değil, bölgenin cezbedici ekoturizm rotalarına da uğramak amaçlı ve uzun döneme yayılan tatil için bu ile gelmektedirler. Bundan dolayı bölgede ekoturizm oldukça gelişmiş ve birçok ekoturizm rotası gelişme sürecindedir. Araştırma kapsamında anket rastgele seçilen ekoturizm katılımcılarına bizzat araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Gerekli olduğu durumlarda katılımcılara ankete yönelik veya ekoturizme yönelik açıklamalar bizzat araştırmacı tarafından yapılmıştır. Araştırma Muğla ilinin 4 değişik destinasyonunda uygulanmıştır; Bodrum, Marmaris, Muğla İl Merkezi ve Milas. Araştırmacı tarafından ulaşılan 184 kişiye anket uygulaması istenmiş ama sadece 132 kişi anketi doldurmayı kabul etmiştir. Katılımcıların ankete katılmayı reddetmelerinin en önde gelen sebebi zamandır. Çünkü katılımcılar planlı bir günlük turdadırlar ve değerli zamanlarının az da olsa bir kısmını ankete katılarak harcamayı istememektedirler. Anket iki dilde uygulanmıştır; İngilizce ve Türkçe. Öncelikli olarak katılımcılara uyuğu sorulmuş ve hangi dilde ankete katılmak istediklerini belirtmeleri istenmiştir. Erişilen katılımcıların anketi cevaplama oranları %71,75 olarak gerçekleşmiştir.

3.2. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada kullanılan veri toplama aracı, Tetik (2012) tarafından geliştirilen ölçek temel alınarak, araştırmanın amacına uygun şekilde uyarlanmıştır. İlgili ankette bulunan maddeler aşağıda sıralanmış ve anketlerin 3 farklı faktör altında toplandıkları görülmüştür. Bu faktörler Eğitimci rol altında 4 madde, Aracı rolü altında 5 madde ve son olarak sosyal rol başlığı altında ise 3 madde yer almaktadır. Ankette yer alan bu faktörlerin alt maddeleri aşağıdaki Tablo 1’de sunulmaktadır:

Faktör 1 Eğitimci rol	1. Ziyaretçileri ziyaret edilen çevreye yönelik bilgi, bilinç, endişe ve hayranlık geliştirmesi noktasında tetikleyici rol
	2. Ziyaretçilerin ziyaretlerinin ziyaret edilen bölge üzerine olan olası etkilerinin anlatılması
	3. Tura katılımcıların çevreye uyumlu davranış geliştirmelerini teşvik etmek ve desteklemek
	4. Ziyaretçileri ziyaret edilen bölgenin yerel halkının en az ya da hiç rahatsız edilmeden ziyaretin gerçekleştirilmesi noktasını vurgulamak
Faktör 2 Aracı rol	5. Muğla ilinde yer alan farklı ekoturizm rotalarına götürmek
	6. Katılımcıların güvenliğini ve konforunu temin etmek
	7. Ziyaretçiler için yeme içme, konaklama, tıbbi yardım gibi organizasyonları gerçekleştirmek
	8. Ziyaret edilen bölgeye yönelik bilgi sağlamak
	9. Ziyaret edilen bölgenin doğal ve kültürel önemine burgu yapmak
Faktör 3 Sosyal Rol	10. Grup içinde olası gerilim ve tartışmaları engellemek veya ola ki ortaya çıkarsa etkin şekilde müdahale etmek
	11. Gruptaki katılımcıların moral ve mutluluklarını artırmak
	12. Katılımcılar ile yerel halk, saha çalışanı, turizm işletmeleri ve diğer ziyaretçi gruplarla meydana gelecek olası uyuşmazlıkları azaltmak

Uyarlanan anket üzerinde öncelikle Principal Component (Temel Bileşen) analizi gerçekleştirilmiştir. 40 üstü değerlerin ankette yer almasına karar verilmiştir. Ankete yer alan faktörlerin ve alt görevlerin ise aşağıda olduğu gibi belirlenmiştir.

Roller	İçe yönelik	Dışa Yönelik
Sosyal Rol (Gruba odaklanmak)	Grup lideri	Tür lideri
Aracı rol (Tur tecrübesine odaklanmak)	Öğretmen	Organizatör
Eğitim rolü (Çevreye Odaklanmak)	Tercüman	Motivasyon sağlayıcı

Tur rehberlerinin öğretmen rolü ile kendilerinden beklenen kültürel ve doğal öneme sahip bölgelerin seçilmesi, bu tarz ziyaret mekanlarına ziyaret fırsatlarının yaratılması ve bu bölgeler hakkında gerekli bilginin sağlanmasını kapsamaktadır. Organizatör rolü ile ise ziyaretçiler ile birlikte seyahat etmesi ve onların rota boyunca yollarını bulmalarını sağlaması, rota boyunca tehlikelerden kaçınmak için hangi tedbirlerin alınması gerektiği noktasında katılımcıların bilgilendirilmesi yoluyla katılımcıların güvenlik ve konforlarının sağlanması rolleri kapsamaktadır. Tercüman rolü ise katılımcıların yerel çevrenin önemini öğrenmelerini ve keyif almalarını sağlama rolü, böylece katılımcılar çevreye yönelik bilgi, bilinç düzeyi ve sorumluluğun yanı sıra olumlu tutum geliştirmeli ve bunun sonucunda çevreye duyarlı bir bireye dönüşürler. Katılımcıların yerel yasa ve düzenlemeler hakkında duyarlı olmasını sağlamak ve katılımcıların olası hareketlerinin yerel sosyo-kültürel, ekonomik, ekolojik çevreye olan etkileri ise sorumlu davranışa yönelik motivasyon rolü kapsamına girmektedir.

3.3. Veri Analizi

Araştırmada veriler SPSS programına araştırmacı tarafından manuel olarak girilmiştir. Ters kodlanması gereken anket maddeleri ters kodlanmıştır. Anket 5'li Likert tarzında uygulandığı için ters kodlanması gereken maddelerde 1 olarak belirlenen katılımcı katılım düzeyi 5, 2 olarak kodlanan katılım düzeyi 4 olarak girilmiş ve ortalama bir görüş olan 3 ise herhangi bir değişime uğratılmadan aynen bırakılmıştır. Verilerin SPSS paket programına girilmesi sonrası veriler üzerinde açıklayıcı faktör analizi, frekans analizi, t-test ve Anova testi analizi yapılmıştır. Tablo 2 de Açıklayıcı faktör Analizi bulguları sunulmaktadır

Tablo 2: Anket Maddelerine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Yükleri

Faktör	Faktör Maddeleri	Faktör Yükleri
Faktör 1 Eğitimci rol	1. Ziyaretçileri ziyaret edilen çevreye yönelik bilgi, bilinç, endişe ve hayranlık geliştirmesi noktasında tetikleyici rol	.821
	2. Ziyaretçilerin ziyaretlerinin ziyaret edilen bölge üzerine olan olası etkilerinin anlatılması	.792
	3. Tura katılımcıların çevreye uyumlu davranış geliştirmelerini teşvik etmek ve desteklemek	.748
	4. Ziyaretçileri ziyarete dilen bölgenin yerel halkının en az yada hiç rahatsız edilmeden ziyaretin gerçekleştirilmesi noktasını vurgulamak	.731
Faktör 2 Aracı rol	5. Muğla ilinde yer alan farklı ekoturizm rotalarına götürmek	.732
	6. Katılımcıların güvenliğini ve konforunu temin etmek	.681
	7. Ziyaretçiler için yeme içme, konaklama, tıbbi yardım gibi organizasyonları gerçekleştirmek	.619
	8. Ziyaret edilen bölgeye yönelik bilgi sağlamak	.611
	9. Ziyaret edilen bölgenin doğal ve kültürel önemine vurgu yapmak	.601
Faktör 3 Sosyal Rol	10. Grup içinde olası gerilim ve tartışmaları engellemek veya ola ki ortaya çıkarsa etkin şekilde müdahale etmek	.882
	11. Gruptaki katılımcıların moral ve mutluluklarını artırmak	.789
	12. Katılımcılar ile yerel halk, saha çalışanı, turizm işletmeleri ve diğer ziyaretçi gruplarla meydana gelecek olası uyumsuzlukları azaltmak	.651

4. Bulgular

Araştırma kapsamında öncelikle katılımcıların demografik verilerine bakılmıştır. Bulgulara göre katılımcıların demografik bilgileri aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir (Tablo 3).

Tablo 3: Örneklem Yönelik Demografik Özellikler

Cinsiyet	Frekans	%
Kadın	72	54,55
Erkek	60	45,45
Toplam	132	100,0
Yaş	Frekans	%
16-20	27	20,44
21-30	32	25,6
31-40	35	26,50
41-50	24	18,1
51-60	12	9,1
61 ve üstü	2	1,50
Toplam	132	100.0
Yerli/Yabancı	Frekans	%
Yerli	98	74,3
Yabancı	34	25,7
Toplam	132	100.0
Ekoturizm Tecrübesi	Frekans	%
İlk	27	20,5
Bir çok defa	105	79,5
Toplam	132	100.0

Araştırmaya katılanların %54,55,'si erkek (n=72) olarak bulunmuşken %45,45'i ise kadındır (n=60). Katılımcılar yaş kriterlerine göre analiz edildiğinde ise %20,44 (n=27) si 16-20 yaş arasında yer almakta, %25,6 (n=32) si ise 21-30 yaş arasında, %26,50 (n=35)'si 31-40 yaş arasında, %18,1 (n=24) ise 41-50 yaş arasında, %9,1 (n=12) 51-60 yaş arasında ve son olarak %1,5 (n=2) 61 yaş ve üstü oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların yerli yada yabancı turist olması durumuna göre bakıldıklarında ise %74,3 (n=98) yerli turist olarak bulunmuşken, %25,7 (n=34) yabancı turist olarak belirlenmiştir. Katılımcıların ekoturizm tecrübelerine göre yapılan demografik analizinde ise ilk defa bir eko turizm turuna katılanların oranı %20,5 (n=27) olarak bulunmuşken %79,5 (n=105) ise ekoturizm turlarına birden fazla defa katılmışlardır. Katılımcıların ankette yer alan 3 faktör altında toplanan anket maddelerine yönelik 5'li Likert üzerinden katılım ortalamaları ise Tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 4: Ekoturizm Katılımcılarının Anket Maddelerine Yönelik Katılım Ortalamaları

Faktör	Anket Maddesi	N	Ortalaması (5 üzerinden)
Faktör 1 Eğitimci rol	1. Ziyaretçileri ziyaret edilen çevreye yönelik bilgi, bilinç, endişe ve hayranlık geliştirmesi noktasında tetikleyici rol	132	4,21
	2. Ziyaretçilerin ziyaretlerinin ziyaret edilen bölge üzerine olan olası etkilerinin anlatılması	132	3,98
	3. Tura katılımcıların çevreye uyumlu davranış geliştirmelerini teşvik etmek ve desteklemek	132	4,11
	4. Ziyaretçileri ziyarete dilen bölgenin yerel halkının en az yada hiç rahatsız edilmeden ziyaretin gerçekleştirilmesi noktasını vurgulamak	132	3,79
Faktör Ortalaması			4,02
Faktör 2 Aracı rol	5. Muğla ilinde yer alan farklı ekoturizm rotalarına götürmek	132	4,03
	6. Katılımcıların güvenliğini ve konforunu temin etmek	132	3,85
	7. Ziyaretçiler için yeme içme, konaklama, tıbbi yardım gibi organizasyonları gerçekleştirmek	132	3,76
	8. Ziyaret edilen bölgeye yönelik bilgi sağlamak	132	4,18
	9. Ziyaret edilen bölgenin doğal ve kültürel önemine vurgu yapmak	132	3,92
Faktör Ortalaması			3,94
Faktör 3 Sosyal Rol	10. Grup içinde olası gerilim ve tartışmaları engellemek veya ola ki ortaya çıkarsa etkin şekilde müdahale etmek	132	3,87
	11. Gruptaki katılımcıların moral ve mutluluklarını artırmak	132	3,32
	12. Katılımcılar ile yerel halk, saha çalışanı, turizm işletmeleri ve diğer ziyaretçi gruplarla meydana gelecek olası uyuşmazlıkları azaltmak	132	3,96
Faktör Ortalaması			3,71

Katılımcıların Faktör 1 yani, Eğitimci Rol başlığı altında yer alan maddelere katılım ortalamaları şöyledir: “Ziyaretçileri ziyaret edilen çevreye yönelik bilgi, bilinç, endişe ve hayranlık geliştirmesi noktasında tetikleyici rol”

maddesine yönelik katılım düzeyi 4,21, “Ziyaretçilerin ziyaretlerinin ziyaret edilen bölge üzerine olan olası etkilerinin anlatılması” maddesine katılım düzeyi 3,98, “Tura katılımcıların çevreye uyumlu davranış geliştirmelerini teşvik etmek ve desteklemek” maddesine katılım düzeyi 4,11, ve bu faktör altında yer alan son ifade “Ziyaretçileri ziyaret edilen bölgenin yerel halkının en az ya da hiç rahatsız edilmeden ziyaretin gerçekleştirilmesi noktasını vurgulamak” için katılım düzeyi 3,79 olarak gerçekleşmiştir. Faktör 1 için tüm maddeler düşünüldüğünde ortalama 4,02 gibi yüksek düzeyde gerçekleşmiştir. Bu faktör altında yer alan rollerden tur rehberlerinden en çok beklenen rolün “Ziyaretçileri ziyaret edilen çevreye yönelik bilgi, bilinç, endişe ve hayranlık geliştirmesi noktasında tetikleyici rol” olduğu görülmektedir. Sonrasında gelen rol beklentisi ise “Tura katılımcıların çevreye uyumlu davranış geliştirmelerini teşvik etmek ve desteklemek” iken en az beklenen rolün ise “Ziyaretçileri ziyarete dilen bölgenin yerel halkın en az ya da hiç rahatsız edilmeden ziyaretin gerçekleştirilmesi noktasını vurgulamak” olduğu görülmüştür.

Ankette yer alan Faktör 2, yani Aracı rol’e yönelik bulgular ise şöyledir: “Muğla ilinde yer alan farklı ekoturizm rotalarına götürmek” maddesine katılımcıların katılım düzeyi 4,03 olarak gerçekleşmiş, “Katılımcıların güvenliğini ve konforunu temin etmek” ifadesine katılım 3,85, “Ziyaretçiler için yeme içme, konaklama, tıbbi yardım gibi organizasyonları gerçekleştirmek” maddesine katılım düzeyi 3,76, “Ziyaret edilen bölgeye yönelik bilgi sağlamak” maddesine katılım 4,18 ve son ifade olan “Ziyaret edilen bölgenin doğal ve kültürel önemine vurgu yapmak” ifadesine katılım düzeyi 3,92 olarak gerçekleşmiştir. Faktör 2 için yani tur rehberlerinin aracılık rolüne yönelik katılımcı beklenti ortalaması 3,94 ile Faktör 1 ortalamasından düşük bulunmuştur.

Bu bulgulardan hareketle aracılık rolüne yönelik en büyük beklentinin “Ziyaret edilen bölgeye yönelik bilgi sağlamak” olduğu, en düşük beklentinin ise “Ziyaretçiler için yeme içme, konaklama, tıbbi yardım gibi organizasyonları gerçekleştirmek” maddesine yönelik olduğu görülmektedir. Ekoturizm katılımcılarının rehberlerden eğitici rol beklentisi aracılık rolü beklentisinden daha yüksektir. Ekoturizm katılımcılarının Faktör 3 yani sosyal rol için gerçekleşen beklentileri şu şekildedir: “Grup içinde olası gerilim ve tartışmaları engellemek veya ola ki ortaya çıkarsa etkin şekilde müdahale etmek” maddesine katılım ortalaması 3,87, “Gruptaki katılımcıların moral ve mutluluklarını artırmak” ifadesine katılım ortalaması 3,32 ve Faktör 3 altında yer alan son madde “Katılımcılar ile yerel halk, saha çalışanı, turizm işletmeleri ve diğer ziyaretçi gruplarla meydana gelecek olası uyuşmazlıkları azaltmak” ifadesi için katılım ortalaması 3,96 olarak gerçekleşmiştir. Faktör

3 için genel ortalama katılım düzeyi ise 3,71 olarak gerçeklemiştir. Üç faktör dikkate alındığında ekoturizm rehberlerinden katılımcıların en yüksek beklentisinin eğitimci role, sonrasında aracılık rolüne ve en düşük beklentisinin ise sosyal role yönelik olduğu görölmektedir.

Tablo 5: Cinsiyete Göre Ekoturistlerin Tür Rehberlerinden Beklentileri

Anket Maddesi	Cinsiyet	N	Means	SD	t-testi	Sig (2-tailed)
Faktör 1 Eğitimci Rol	Kadın	72	4,01	0,81312	-2,256	0,008
	Erkek	60	3,84	0,92352		
Faktör 2 Aracı Rol	Kadın	72	3,90	0,71563	-2,215	0,416
	Erkek	60	3,88	0,81675		
Faktör 3 Sosyal Rol	Kadın	72	3,78	0,85352	-2,451	0,011
	Erkek	60	3,66	0,91975		

Tablo 5’te göröldüğü üzere, çalışma kapsamında ekoturizm katılımcılarına eko turizm rehberlerinden beklenen rollerin belirlenmesi için bağımsız t-testi ve Anova testi uygulanmıştır. Cinsiyet temelli katılımcıların eko turizm rehberlerinden beklenen rollere yönelik t-testi sonucuna göre faktör 1 ve faktör 2’de anlamlı bir farkın mevcut olduğu ama faktör 2 de ise kadın erkek katılımcılar arasında ekoturizm rehberlerinden beklenen rol açısından anlamlı bir farkın olmadığı saptanmıştır. Tablo 5’te sunulan bulgulara göre faktör 1 ve Faktör 2 altında ifade edilen ekoturist rehberlerinden beklenen roller noktasında kadın ekoturizm katılımcılarının daha yüksek beklentilerinin olduğu görölmüştür.

Tablo 6: Katılımcıların Yaşına Göre Ekoturizm Rehberlerinden Beklenen Roller

Anket Faktörleri	Sınıf	N	Means
Faktör 1 Eğitici Rol	16-20	27	3,986
	21-30	32	3,912
	31-40	35	4,024
	41-50	24	4,396
	51-60	12	3,754
	61 ve üstü	2	3,667
Faktör 2 Aracılık Rolü	16-20	27	3,956
	21-30	32	3,946
	31-40	35	3,913
	41-50	24	3,871
	51-60	12	3,864
	61 ve üstü	2	3,814
Faktör 3 Sosyal Rol	16-20	27	3,985
	21-30	32	3,967
	31-40	35	3,862
	41-50	24	3,744
	51-60	12	3,515
	61 ve üstü	2	3,165

Tablo 6’da görüldüğü üzere Faktör 1 başlığı altında toplanan tur rehberlerinden beklenen ekoturizm rolleri yaşlara göre analiz edildiğinde ekoturizm rehberlerinden eğitici role yönelik en yüksek beklentinin 4,396 ortalama ile 41-50 yaş arasında olan eko turizm katılımcılarının olduğu, sonrasında 4,024 ortalama ile 31-40 yaş arası ekoturizm katılımcılarının olduğunu, sonrasında 3,986’lık ortalama ile 16-20 yaş arası ekoturizm katılımcılarının olduğu, 3,912 ortalama ile sonrasında 21-30 yaş arası katılımcıların geldiği, 3,754 ortalama ile 51-60 yaş arası katılımcıların geldiği ve eğitici role yönelik en düşük katılımın ise 3,667 ortalama ile 61 yaş ve üstü ekoturizm katılımcılarından geldiği görülmektedir. Sonuç olarak ilgili faktör altında yer alan her bir maddenin ortalamasının ortalama 3’ün üzerinde gerçekleştiği ve eko turizm rehberlerinden beklenen roller olduğu görülmektedir.

Yine aynı tabloda, faktör 2 altında toplanan ekoturizm rehberlerinden beklenen roller ele alındığında 16-20 yaş arası ekoturizm katılımcılarının ortalaması, 3,956, 21-30 yaş arası 3,946, 31-40 yaş arası ortalaması ise 3,913,

41-50 yaş arası 3,871, 51-60 yaş arası içinde ise 3,864 ve son olarak 61 yaş ve üstü eko turizm katılımcıları için ise 3,814 olarak gerçekleşmiştir. Tablo 6'da görüldüğü üzere, faktör 3 altında toplanan ekoturizm rehberlerinden beklenen rollere yönelik katılımcıların yaşa göre ortalama dağılımı ise şöyle gerçekleşmiştir; 16-20 yaş arası 3,985, 21-30 yaş arası 3,967, 31-40 yaş arası 3,862, 41-50 yaş arası için 3,744, 51-60 yaş arası için 3,515 ve son olarak 61 yaş ve üstü için ise 3,165 olarak gerçekleşmiştir. Her bir ifadeye yönelik ortalamaların ortalama 3'ten yukarıda gerçekleşmiş olması faktör 3 altında ifade edilen ekoturizm rehberlerinden tur rehberi rollerinin katılımcılarca beklenen roller olduğu ifade edilebilir.

Çalışma kapsamında araştırmaya katılan ekoturizm katılımcılarının tur rehberlerinden bekledikleri rollerin belirlenmesi noktasında katılımcıların yerli veya yabancı katılımcılar olmaları durumuna göre bekledikleri rollerde incelenmiştir.

Tablo 7: Yerli ve Yabancı Ekoturizm Katılımcılarının Tur Rehberlerinden Bekledikleri Roller

Yerli/Yabancı	N	Faktör	Ortalama
Yerli	98	Faktör 1-Eğitici Rol	3,98
		Faktör 2- Aracı Rol	3,84
		Faktör 3- Sosyal Rol	3,92
Yabancı	34	Faktör 1-Eğitici Rol	4,05
		Faktör 2- Aracı Rol	3,81
		Faktör 3- Sosyal Rol	3,83

Tablo 7'de görüldüğü üzere, yerli turistlerin tur rehberlerinden bekledikleri ekoturizm rollerine bakıldığında en yüksek beklentinin Eğitici role yönelik 3,98 ortalama ile olduğu, sonrasında 3,92 ortalama ile sosyal role yönelik olduğu ve ortalama üstü beklenen bir rol olmasına rağmen en düşük beklenti ortalamasının 3,84 ortalama ile faktör 2, yani aracı role yönelik olduğu görülmüştür. Her üç faktöre yönelik ortalamaların ortalama olan 3'ten yukarıda olduğu ve yerli turistler için ekoturizm rehberlerinden beklenen roller olduğu ifade edilebilir.

Yabancı turistlere göre ekoturizm rehberlerinden beklenen roller incelendiğinde, en yüksek beklentinin, yerli turistlerin beklenti ortalamasından daha yüksek olduğu görülmektedir, 4,05 ile faktör 1'e yani eğitici role yönelik olduğu görülmektedir. Sonrasında 3,83 ortalama ile Faktör 3 yani sosyal rolün geldiği ve 3,81 ile aracı rolün geldiği görülmektedir. Yabancı

turistlerin ekoturizm rehberlerinden eğitici role yönelik beklentilerinin yerli turistlerden daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Tablo 8: Ekoturizm Faaliyetine Daha Önce Katılım Durumuna Göre Katılımcı Görüşleri

Değişken	N	Faktör	Ortalama
İlk defa katılan	27	Faktör 1- Eğitici Rol	4,10
		Faktör 2- Aracı Rol	3,96
		Faktör 3- Sosyal Rol	3,81
Birden çok defa katılan	105	Faktör 1- Eğitici Rol	3,95
		Faktör 2- Aracı Rol	3,90
		Faktör 3- Sosyal Rol	3,62

Araştırma kapsamında katılımcıların ekoturizm rehberlerinden beklentileri ilk defa tura katılım gösteren ve daha önce ekoturizm tecrübesi olan katılımcı kriterine göre ele alınmıştır. Tablo 8’de görüldüğü üzere ekoturizm faaliyetine ilk defa katılan katılımcıların tur rehberlerinden bekledikleri roller dikkate alındığından en yüksek beklentinin Faktör 1’e yönelik 4,10’luk bir katılım ortalaması ile gerçekleştiği görülmektedir. İlk defa katılanlar için ikinci en yüksek beklenti Faktör 2’ye yönelik 3,96’lık katılım ortalaması ile gerçekleştiği ve son olarak 3,81 ortalama ile Faktör 3 için gerçekleştiği görülmüştür. Her üç faktöre yönelik beklenti ortalamasının ortalama olan 3’ün üstünde olduğu görülmüştür.

Katılımcılar arasından ekoturizm faaliyetlerinden daha önce birden fazla katılanların tur rehberlerinden bekledikleri rollere yönelik görüşleri incelendiğinde en yüksek beklenti ortalamasının 3,95 ortalama ile Faktör 1, yani eğitici role yönelik olduğu, sonrasında 3,90 katılım ortalaması ile aracılık rolünü ifade eden Faktör 2 ve en düşük ortalamanın 3,62 katılım ortalaması ile faktör 3 yani sosyal rol için gerçekleştiği görülmüştür. Sonuç olarak her üç faktör içinde katılım ortalamalarının ortalama değer olan 3’ün üzerinde olduğu ve tur rehberlerinden beklenen roller olduğu görülmüştür.

5. Tartışma Ve Sonuç

Muğla il merkezinde bulunan dört ekoturizm bölgesinde gerçekleştirilen bu araştırmada ekoturizm faaliyetlerinin katılımcılarının genelde kadınlar tarafından tercih edildiği görülmüştür. Çalışma kapsamında ulaşılan bir başka bulgu ise ekoturizm faaliyetlerine katılım oranı yaş ilerledikçe düşüş göstermektedir. Katılımcıların yerli ya da yabancı olmaları durumuna göre analiz edildiğinde ise Muğla ilinde yürütülen ekoturizm faaliyetlerine

katılım büyük oranda yerli turistler arasında olmaktadır. Bu noktada yabancı katılımcıların Muğla ilinin ekoturizm potansiyeline yönelik katılımları artırılmalı ve bölgenin ekoturizm zenginliklerinin tanıtımına ulusal düzeyden öteye geçilerek uluslararası boyutuna ağırlık verilip bölgenin ekoturizm zenginliklerinin daha iyi değerlendirilmesi sağlanmalıdır.

Araştırmada elde edilen bulgulara bakılırsa ekoturizm faaliyetlerine katılanların büyük oranda birden fazla bu tür faaliyetlere katılan bireylerden oluştuğu ve ilk defa katılım gösteren katılımcıların oran olarak düşük kaldığı görülmektedir. Katılımcılar ekoturizm rehberlerinden bekledikleri roller arasında ziyaret edilen çevreye yönelik bilgi ve bilinç geliştirilmesine yardımcı olunmasına yönelik ifadeye katılımları en yüksek katılım oranına sahip olmuş ve rehberlerin kendilerinden beklenen ilk eğitici rolün bu olduğu ortaya çıkmıştır. Eğitici rol kapsamında katılımcıların yüksek katılım gösterdiği bir başka ifade ise tura katılımcıların çevreye uyumlu davranış geliştirmelerini teşvik etmek ve desteklemek olarak belirlenmiştir ve bu ifade tur rehberlerinin eğitici rolleri kapsamına girmektedir. Tur rehberlerinin eğitici rolleri kapsamına giren bir diğer rol ise ziyaretçilerin ziyaretlerinin ziyaret edilen bölge üzerine olan olası etkilerinin anlatılmasına yönelik olan rolleri olmuştur. Tur rehberlerinin eğitici rolleri kapsamına giren son rol ise ziyaretçileri ziyaret edilen bölgenin yerel halkının en az yada hiç rahatsız edilmeden ziyaretin gerçekleştirilmesi noktasını vurgulamak olarak belirlenmiştir. Bu role yönelik katılımın en düşük düzeyde gerçekleştiği ama yine de ortalama üzeri bir katılım oranına sahip olduğu ve bundan dolayı tur rehberlerinden ekoturizm faaliyetlerinde beklenen roller arasında yer aldığı rahatlıkla ifade edilebilir. Bir başka bulgu ise ekoturizm faaliyetlerine katılanların tur rehberlerinden en öncelikli beklentilerinin eğitici rollerine yönelik olduğu bu çalışmada elde edilen bulgulara dayalı olarak ifade edilebilir.

Araştırma kapsamında faktör 2 altında ele alınan ve aracı rolü başlığı ile tanımlanan 5 rol ifade edilmiştir. Bu roller arasından en yüksek katılım alan tur rehberi rolü ziyaret edilen bölgeye yönelik bilgi sağlama rolüdür. Bu rolden sonra en yüksek beklenti alan diğer bir tur rehberi rolü ise Muğla ilinde yer alan farklı ekoturizm rotalarına götürme rolü gelmektedir. Katılım sırasına göre gelen diğer beklenti rolü ise ziyaret edilen bölgenin doğal ve kültürel önemine vurgu yapmak olarak gerçekleşmişken, beklenti olan diğer bir rol ise katılımcıların güvenliğini ve konforunu temin etme rolü gelmiştir. Tur rehberlerinden beklenen son rol ve en düşük katılım düzeyine sahip olan rol ise ziyaretçiler için yeme içme, konaklama, tıbbi yardım gibi organizasyonları gerçekleştirme rolü olarak bulunmuştur. Tur rehberlerinin aracılık rolü eğitici rolden sonra ikinci en yüksek katılıma sahip olan ve

beklenen rollerdir. Bu rol başlığı altında her ne kadar her bir ifadeye katılım oranı farklı olsa da en düşük katılımın olduğu ifadeye bile ortalama olan 3'ün çok üzerinde bir katılımın olduğu ve beklenen tur rehberi rolleri olduğu görülmüştür.

Çalışma kapsamında ele alınan bir başka tur rehberi rol başlığı ise tur rehberlerinin sosyal rol başlığıdır. Bu başlık altında ifade edilen üç tur rehberi rolü vardır. Bu rollerden en çok beklenti alan rol katılımcılar ile yerel halk, saha çalışanı, turizm işletmeleri ve diğer ziyaretçi gruplarla meydana gelecek olası uyuşmazlıkları azaltma rolüdür. Bu rolden sonra gelen rol ise grup içinde olası gerilim ve tartışmaları engellemek veya ola ki ortaya çıkarsa etkin şekilde müdahale etme rolüdür. En az beklenti alan rol ise gruptaki katılımcıların moral ve mutluluklarını artırmak rolüdür. Yine de bu role yönelik ortalama beklenti 3'ün üzerindedir.

Çalışma kapsamında ekoturizm faaliyetlerine katılanların cinsiyetine göre analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre kadın katılımcıların her üç faktörde de erkek katılımcılara göre yüksek olduğu görülmüştür. Bu bayan katılımcıların ekoturizm faaliyetlerinde tur rehberlerinden daha fazla beklenti içinde oldukları görülmektedir. Kadın katılımcıların beklenti sıralaması eğitici rol başlığından sosyal role doğru azalarak devam etse de, her üç faktör için tur rehberlerinden rol beklentileri ortalama olan 3'ün oldukça üzerinde ve yüksektir.

Çalışma kapsamında katılımcıların yaşları düştükçe tur rehberlerinden rol beklentilerinin yükseldiği ve katılımcıların yaşları ilerledikçe beklentilerinin düştüğü görülmüştür. Bu katılımcıların tecrübe kazanımıyla açıklanabilir. Genç katılımcıların ekoturizm tecrübesi düşük olduğu için bu boşluğu tur rehberlerinin doldurmalarını beklediği ifade edilebilir. Bir başka ifade ile katılımcıların yaşları ilerledikçe tur rehberlerinden beklentileri azalmakta daha da bağımsızlaşmaktadırlar. Bu bulguya dayanarak ekoturizm faaliyetlerine katılımda yaş ayırımına gidilebilir, genç katılımcıların gençler ile ileri yaş katılımcıların kendi yaşlılarıyla faaliyetlere katılmaları sağlanarak tur rehberlerinin görevlerini daha etkin gerçekleştirmeleri sağlanabilir.

Çalışma kapsamında elde edilen bir başka bulgu ise yabancı katılımcıların yerli katılımcılara göre özellikle eğitici rol beklentisinde yerli katılımcılara göre daha fazla beklenti içinde oldukları görülmüştür. İlginç olan bir diğer bulgu ise aracı ve sosyal roller yönünden yerli turistlerin beklentilerinin yabancılar göre daha yüksek olduğudur. Bu bulgu tur planlarken rehberlerin yerlilik ve yabancılik durumlarını dikkate alarak tur planlaması yapılmalıdır. Bir diğer çözüm ise yerli ve yabancı turistlerin ayrı gruplar halinde ekoturizm faaliyetlerine katılmaları sağlanabilir. Çalışma kapsamında bulunan bir başka

bulgu ise ekoturizm faaliyetlerine katılanların her üç faktörde birden çok katılanlara göre daha fazla beklenti içinde olmalarıdır. Bu bağlamda ilk defa katılanlar ile birden çok katılanlara turlarda ayrı muamele yapılması ve duruma göre planlamanın değiştirilmesi tavsiye edilmektedir.

Bu araştırma ampirik olarak ekoturizm faaliyetlerinde tur rehberlerinden beklenen rolleri demografik değişkenlere göre inceleyen ve analize tabi tutan ilk çalışmadır. Bu alanda Türkiye’de yapılmış ampirik bir çalışma yoktur. Araştırmada tur rehberlerinden ekoturizm faaliyetlerinde beklenen 12 rol anket yoluyla katılımcılardan toplanmıştır. Araştırma ülkemizin nadide ekoturizm destinasyonlarından Muğla ilinin dört farklı bölgesinde ekoturizm faaliyetlerine katılan 132 katılımcı üzerinde bizzat araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmada tur rehberlerinden ekoturizm faaliyetlerinde beklenen rollerin, sosyal, aracı ve eğitici başlıkları altında toplandığı ve bu roller arasında en yüksek beklentinin eğitici role yönelik olduğu görülmüştür. Ekoturizm faaliyetlerinde tur rehberlerinden beklenen roller ve sorumluluklar 6 rol başlığı altında toplanmıştır; grup lideri, tur lideri, öğretmen, organizatör, tercüman ve motivasyon sağlayıcı. Tur rehberlerinin ekoturizm faaliyetlerinde ayrıca sosyal ve çevresel rollerinin de beklenen roller arasında yer aldığı görülmüştür. Bu çalışma ile elde edilen bulgular Cohen (1985) tarafından ileri sürülen rol model kavramıyla belirli derecede ayrışmaktadır.

Bu çalışmada elde edilen bulgulara dayanarak turist rehberlerine, özellikle eko turizm faaliyetlerinde rehberlik hizmeti sunan turist rehberlerine, seyahat acentelerine ve destinasyonların ekoturizm değerlerini korumaya odaklanan otoriteler için bazı çıkarımlar da vardır. Ekoturizm faaliyetlerine katılan katılımcıların turist rehberlerinden beklentilerine yönelik bir bilinç düzeyi oluşturulabilirse, tur rehberleri mesleki ve bireysel kapasitelerini maksimum düzeyde kullanabilirler ve turistlerin unutulmaz tecrübeler edinmelerini temin ederek onları belirli destinasyonlar ve seyahat acenteleri için sadık müşterilere dönüştürebilirler. Bilinmektedir ki, turizm gibi hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin temin edilmesi önemli olup firmalar için doğrudan maliyet ve rekabet avantajı sağlamaktadır.

Seyahat acenteleri hizmet sundukları ekoturizm tüketicilerinin tur rehberlerinden dolayısıyla acenteden ne beklediklerini öğrenerek, turistlere uygun tur hizmeti sunabilirler ve bu amaçla destinasyonları korumaya odaklanan otoriteler ekoturizm rehberlerine gerekli eğitimleri temin etmeye yönelik organizasyonlar ve mesleki eğitim seansları düzenleyebilirler. Böylece ekoturizm destinasyonlarının sürdürülebilirliği temin edilebilir aynı zamanda ekoturizm katılımcılarının tecrübelerinden maksimum tatmini elde

etmeleri sağlanmış olur. Ekoturizm, doğal çevreye ve yerel kültüre saygı duyan, sürdürülebilir turizm anlayışını benimseyen bir seyahat türüdür. Ekotur planlaması yaparken ve tur rehberleri rehberlik hizmetlerini sunarken aşağıdaki hususlara dikkat etmeleri önemlidir:

- **Doğal Çevre Koruma:** Ekoturizm, ekosisteme zarar vermeden doğal çevrenin korunmasını amaçlar. Hassas bölgelerin belirlenmesi ve ziyaretçi erişiminin sınırlandırılması bu sürecin temelidir.
- **Yerel Kültüre Saygı:** Yerel halkın katılımı teşvik edilir, kültürel miras korunur. Halkın değerlerine ve geleneklerine saygı göstermek ekoturizmin başarısını destekler.
- **Eğitim ve Farkındalık:** Ziyaretçilere çevre ve kültür hakkında bilgi verilir. Eğitim programları ve bilgilendirici materyallerle çevre bilinci artırılır.
- **Sürdürülebilirlik:** Enerji ve su tasarrufu, geri dönüşüm ve çevre dostu uygulamalar planlamada önceliklidir.
- **Yerel Ekonomiye Katkı:** Yerel işletmelerin, rehberlerin ve üreticilerin desteklenmesi ekonomik faydayı artırır.
- **Ziyaretçi Sınırlaması:** Kapasite kısıtlamaları ve rezervasyon sistemleriyle ziyaretçi akışı düzenlenerek çevresel baskı azaltılır.
- **İşbirliği ve Paydaş Katılımı:** Yerel topluluklar, işletmeler, STK'lar ve kamu kurumlarının ortak çalışması sürdürülebilir sonuçlar sağlar.

Bu hususlar, ekoturizm planlaması için dikkate alınması gereken önemli noktalar. Bunları göz önünde bulundurarak, sürdürülebilir ve sorumlu bir ekoturizm deneyimi sağlayabilirsiniz. Ekoturizm rehberlik hizmeti, ekoturizm alanında uzmanlaşmış rehberlerin ziyaretçilere doğal çevre ve yerel kültür hakkında bilgi sağladığı bir hizmettir. Ekoturizm rehberleri, ziyaretçilere rehberlik ederek doğal çevreyi keşfetmelerine ve yerel topluluklarla etkileşim kurmalarına yardımcı olurlar. Bu çalışmadan elde edilen bulgular ekoturizm rehberlik hizmetinin sunumunda dikkat edilmesi gereken bazı önemli unsurları ön plana çıkarımlarıdır:

- **Doğal Çevre Bilgilendirmesi:** Ekoturizm rehberleri, ziyaretçilere bölgenin ekosistemi, flora-faunası, coğrafi yapısı ve koruma çalışmaları hakkında bilgi verir; çevre bilincinin gelişmesine katkı sağlar.
- **Kültürel ve Tarihsel Tanıtım:** Rehberler, yerel kültür, gelenekler, el sanatları ve festivaller hakkında bilgi sunarak ziyaretçilerin yerel halkı daha iyi anlamalarını sağlar.

- **Sürdürülebilirlik ve Çevre Bilinci:** Rehberler, çevreye zarar vermeden doğal kaynakların korunmasını teşvik eder ve ekoturizmin sürdürülebilirliği konusunda farkındalık oluşturur.
- **Güvenlik ve Yönlendirme:** Ziyaretçilerin güvenliğini sağlamak, uygun rotalarda rehberlik yapmak ve olası riskler konusunda bilgilendirmek rehberlerin temel sorumluluklarındandır.
- **Yerel Toplulukla Etkileşim:** Rehberler, ziyaretçilerin yerel halkla doğrudan iletişim kurmalarını sağlayarak kültürel alışverişi ve yerel ekonomiye katkıyı destekler.

Ekoturizm rehberlik hizmeti, ziyaretçilerin ekolojik açıdan hassas bölgeleri keşfetmelerine yardımcı olurken, doğal çevrenin korunmasına ve yerel toplumların kalkınmasına katkıda bulunur. Kalifiye ekoturizm rehberleri, ziyaretçilerin anlamlı ve sorumlu bir şekilde doğayı deneyimlemelerine olanak tanır.

Kaynakça

- Agrusa, F. J., & Guidry, J. (1999). Orta Amerika'daki Maya yağmur ormanlarında ekoturizm ve sürdürülebilir kalkınma. Güneybatı Louisiana Üniversitesi, ABD. Erişim adresi: <http://www.hotelonline.com/Trends/PanAmerProceedingsMay99/EcotourismMaya.html>
- Ankaya, F. Ü., Yazıcı, K., Balık, G., & Aslan, B. G. (2018). Dünyada ve Türkiye'de ekoturizm, sosyal-kültürel ve ekonomik katkıları. Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi, 1(2), 69–72.
- Bayram, G. E. (2019). Turist rehberleri bakış açısıyla ekoturizm: Algı, sorumluluk ve rollerin tespitine yönelik bir araştırma. Journal of Recreation and Tourism Research, 6(1), 81–91.
- Black, R., & Weiler, B. (2005). Quality assurance and regulatory mechanisms in the tour guiding industry: A systematic review. Journal of Tourism Studies, 16(1), 24–37.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2008). Sürdürülebilir turizm araştırmalarında öncelikler. Journal of Sustainable Tourism, 16(1), 1–4.
- Brohman, J. (1996). New directions for tourism in the Third World. Annals of Tourism Research, 23(1), 48–70.
- Buckley, R. (2003). Case studies in ecotourism. Guildford: Biddles Ltd.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. Annals of Tourism Research, 12(1), 5–29.
- Dasenbrock, J. (2002). Kosta Rika'da ekoturizmin artıları ve eksileri. TED Vaka Çalışmaları, 64.
- De Vos, D., Van Landeghem, H., & Van Hoof, K. (2006). A knowledge discovery method to predict the economical sustainability of a company. *Concurrent Engineering*, 14(4), 293-303.
- Dowling, R. K., & Fennell, D. A. (2003). The context of ecotourism policy and planning. Edith Cowan & Brock Universities.
- Dünya Turizm Örgütü (WTO). (2006). Uluslararası turist varışları ve bölgelere göre paylar. Madrid: WTO.
- Eagles, P. F., McCool, S. F., & Haynes, C. D. (2002). *Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management* (No. 8). Iucn.
- Fennell, D. (1999). Ecotourism: An introduction. New York: Routledge.
- Gebeyaw, A. (2011). Meket Woreda, Kuzey Wollo Bölgesi, Amhara Bölgesi'nde toplum temelli ekoturizm geliştirme uygulamaları, zorlukları ve fırsatları. (Yüksek Lisans Tezi). Addis Ababa Üniversitesi.
- Ham, S., & Weiler, B. (2002). Interpretation as the centrepiece of sustainable wildlife tourism. In R. Harris & T. Griffin (Eds.), *Sustainable tourism: A global perspective* (pp. 35–44). Oxford: Elsevier.

- Honey, M. (1999). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* Washington, DC: Island Press.
- Kiss, A. (2004). Toplum temelli ekoturizm biyolojik çeşitliliği koruma fonlarının iyi bir kullanımı mıdır? *Trends in Ecology & Evolution*, 19(5), 232–236.
- Koeman, A. (1998). Sustainable tourism and eco-tourism. Erişim adresi: www.mekoninfo.org
- Köroğlu, O., Köroğlu, A., & Bilge, A. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 131–139.
- Kuenzi, C., & McNeely, J. (2007). Chapter 8: Nature-Based Tourism. *Global Risk Governance: Concept and Practice Using the IRGC Framework*. Dordrecht, S, 155-178.
- Mowfort, M., & Munt, I. (1998). *Turizm ve sürdürülebilirlik: Üçüncü Dünya'da kalkınma ve yeni turizm*. New York: Routledge.
- Nepal, K. S. (2002). Dağ ekoturizmi ve sürdürülebilir kalkınma: Ekoloji, ekonomi ve etik. *Mountain Research and Development*, 22(2), 104–109.
- Neto, F. (1990). Sustainable tourism, environmental protection and natural resource management: paradise on Earth?. *Growth*, 1999, 2000.
- Ngece, K. (2002). Toplum temelli ekoturizm: Doğu Afrika halkı başka yerlerdeki başarı öykülerinden ne öğrenebilir? Nairobi: East African Ecotourism Development and Conservation Consultants.
- Poudel, S., & Nyaupane, G. P. (2016). Understanding tourist environmental behavior an application of the theories on reasoned action approach.
- Randall, C., & Rollins, R. (2009). Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 357–374.
- Schaller, D. (1995). Indigenous ecotourism and sustainable development. The case of Rio Blanco, Ecuador. *Unpublished MA thesis, University of Minnesota, Twin Cities*.
- Scheyvens, R. (2002). *Kalkınma için turizm: Toplulukları güçlendirmek*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Swarbrooke, J. (1998). *Sürdürülebilir turizm yönetimi*. New York: CABI.
- Tetik, N. (2012). Turist rehberlerinin ekoturizm alanındaki yeterliliklerinin önem-performans analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9(3), 6–24.
- TIES. (1990). Definition of ecotourism. In TIES overview. Erişim Adresi: <https://ecotourism.org/ties-overview/>
- Tisdell, C. A. (1997). *Tourism economics and its application to regional development*.

United Nations World Tourism Organization. (2008). Criteria for sustainable tourism. UNESCO World Heritage Centre. Erişim Adresi: <http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/a21-def.pdf>

United Nations Environment Programme (UNEP). (1995). Guidelines for environmentally friendly tourism.

Wood, M. (2002). Ecotourism: Principles, practices and policies for sustainability.

Turizmde Yeni Ufuklar: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım

Editör:

Doç. Dr. Davut UYSAL