



Turist Rehberlerinin Kullandığı Bilgi Kaynaklarının Belirlenmesi (Identifying of Information Sources Used by Tourist Guides)

* Mehmet Tahir DURSUN^a , Duran CANKÜL^b 

^a Anadolu University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, Eskişehir/Turkey

^b Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:08.10.2020

Kabul Tarihi:07.12.2020

Anahtar Kelimeler

Bilgi kaynakları

Turist rehberliği kitapları

Tur rehberi

Turist rehberliği

Turizm

Öz

Turizm endüstrisinde ülke imajını yansıtan ve doğru bilgilerle turistlerin zihinlerinde ülkenin sosyokültürel imajını inşa eden turist rehberlerinin bir turu gerçekleştirirken tarihi ve kültürel turizm pratiklerindeki anlatımlarının dayandığı bilgi kaynakları önem arz etmektedir. Ayrıca, turist rehberlerinin kullandığı bilgi kaynaklarının neler olduğu, hangi kaynakların daha çok tercih edildiği tüm turist rehberliği uygulamaları için önemlidir. Bu kaynakların tespiti, gelecekte hem turist rehberlerine bilgilerinin doğruluğunu teyit etme ve geliştirme fırsatı hem de kullanılan bilgi kaynakları konusundaki literatüre kaynak bir araştırma olarak katkı sağlaması beklenmektedir. Bu çalışmada turist rehberlerinin kullandığı bilgi kaynaklarının tespiti amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda kullanılan bilgi kaynakları ve turist rehberlerinin en çok kullandığı yayın türleri ile demografik özellikler arasındaki ilişkiler çoklu uyum analizi ile ortaya çıkarılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre turist rehberlerinin en çok her turda elde ettiği kişisel deneyimler sonucu bilgiler ve destinasyona ilişkin öğrendiği güncel bilgileri kullanıldığı saptanmıştır. Ek olarak, turist rehberlerinin en fazla internet, rehber kitapları, arkeoloji ve tarih kitapları yayınlarından öğrendikleri bilgileri kullandıkları tespit edilmiştir.

Keywords

Information resources

Tourist guide books

Tour guides

Tourist guides

Tourism

Abstract

While managing a tour the tourist guides, who reflect the image of the country in the tourism industry and build the sociocultural image of the country in the minds of tourists with correct information, the sources of information on which the expressions of historical and cultural tourism practices are based of important. In addition, what are the sources of information used by the guides are important for guidance professional practices. The determination of this is the opportunity to both confirm and improve the information provision to the guides in the future and contribute as a resource research to the sources of information. In this study, it was aimed to determine the sources of information used by tourist guides and to examine the differentiation of sources according to the demographic characteristics of tourist guides. In the scope of this purpose, relationships between the information sources and the types of publications most frequently used by tourist guides and demographic characteristics were revealed by multiple cohesion analysis. According to the results, it was determined that the most recent information learned about the destination and the information obtained from the personal experiences of the tourist guides during each tour were used the most. Moreover, it was found that tourist guides mostly used the information they learned from the internet, archeology and history books publishers.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: mehmettahirdursun@anadolu.edu.tr (M. T. Dursun)

DOI: 10.21325/jotags.2020.729

GİRİŞ

Turist rehberliği, meslek olarak bazı avantaj ve dezavantajı barındırmaktadır (De Beer, Rogerson & Rogerson, 2014). Mesleği icra edenler; saygınlık, zevk, yüksek kazanç, esnek çalışma saatleri gibi somut unsurları dikkate alarak başarılı olup olmamanın önemini göz ardı edebilmektedir. Ancak turist rehberliği için mesleğe yönelik asıl başarı; elde edilen bilgi birikimi ve entelektüel olmanın verdiği bilgideki üstünlük olarak ifade edilmektedir (Kassawanh vd., 2019). Bu durum kişinin kendisini hem tarihi ve kültürel bilgi hem de anlatım ve ifade tarzı olarak ne kadar geliştirdiği ile ilgili olmaktadır. Nitekim, bilgi birikimi rehberlik mesleğinin fark yaratan en önemli unsurdur. Bilgi birikimi ve deneyimi yüksek rehberler en çok tercih edilen olmanın yanı sıra diğer rehberler arasında en çok tanınan da olmaktadır. Bilginin elde edilmesi özellikle uzmanlık alanı ile ilgili kitap, makale, köşe yazısı gibi yayınları okumaktan geçmektedir. Kimi öncü rehberler bu konuda mesleği eylemli olarak yapan rehberlerin kullanabilecekleri kaynakları listeler halinde kendi aralarında paylaşma yoluna gitmektedirler. Bu durumda rehberlerin kullandıkları bilgi kaynaklarının tespiti ve bilimsel anlamda kanıtlarla sunulması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Alan yazında turist rehberlerine ilişkin yapılan araştırmalar dikkate alındığında, turist rehberlerin eğitimleri, performans ve yeterlilikleri, meslek sorunları, engelleri ve turist rehberlerinin rolleri konularında araştırmalar olduğu görülmektedir (Şahin & Acun, 2015). Turist rehberlerinin anlatımlarını içeren bilgiye yönelik olarak rehberlerin; destinasyona veya ülkeye ilişkin doğru bilgiler vermesi, bölgeyi ve kültürü doğru tanıtmayı, olumsuz önyargıları olumlu hale dönüştürmesi ya da ortadan kaldırması, eksik ya da yanlış bilgileri düzeltmesi şeklinde pek çok rol ve görevi vardır (Büyüktepe, Gökdemir & Korkmaz, 2019). Nitekim, turist rehberlerinin destinasyona ilişkin bilgileri doğru ve eksiksiz olarak aktarmasına değinen araştırmalar bilgi ve bilgilendirmenin önemini ortaya koymaktadır (Karamustafa & Çeşmeci, 2006; Çetin & Kızıllırmak, 2012). Turist rehberine ilişkin akademik araştırmaların incelendiği bir çalışmada, araştırmaların çoğunlukla rehberlerin performans, rol ve eğitimleri ile ilgili olduğu saptanmıştır (Çapar, Toksöz & Dönmez, 2018). Turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerini ortaya koyan birtakım özellikler mevcuttur ve bu özelliklerden bir tanesi de bilgi düzeyi olarak değerlendirilebilir (Tetik, 2006). Seyahat acentalarının turist rehberi seçiminde dikkat ettikleri kriterleri belirleyen bir araştırmada, altı kriterden en önemlisinin mesleki bilgiye ilişkin yeterlilik olduğu tespit edilmiştir (Yıldırım & Güzel, 2019). Tsai, Wnag ve Tseng'e (2015) göre, turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri kapsamında turizm alanı bilgi düzeyi, anlatılarını ifade eden uzmanlaşma alanı ile ilgili bilgileri aktarma yeteneği ve mesleki deneyimi, turizm faaliyetlerinde başarılı olmasını sağlayan en önemli ölçütlerdir. Alan yazındaki araştırmalar, turist rehberleri için bilginin kullanımı ve yeterliliğine ilişkin öneme değinse de bu bilgi düzeyinin nasıl oluştuğu, turist rehberlerinin kullandığı bilgileri nerelerden elde ettiklerine ilişkin bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu boşluğu doldurmak amacıyla, bu araştırmada bilgi düzeyi temelinde yatan bilgi kaynaklarının tespiti, önem arz etmekte ve bu özelliğiyle özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

Bu araştırmada turist rehberlerinin kullandıkları bilgi kaynaklarının neler olduğu, hangi kaynakları tercih ettikleri ve bilgi kaynaklarındaki farklılıklar ile ilgili detayların ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Araştırma elde edilen sonuçlar ile turist rehberlerinin kullandığı bilgi kaynakları aracılığıyla anlatım yeteneklerini geliştirecek yöntemler ve öneriler sunması beklenmektedir.

Kavramsal Bilgi

Turistleri yabancı bir ülkeye olan ziyaretlerinde karşılayan ve onlara ülkenin imajını yansıtan, destinasyonlarda tarihi, kültürel ve yerel değerleri aktaran turist rehberleri turizm sisteminde önemli bir yere sahiptir. Tarihsel anlamda, rehberlik ilk insan aktivitelerinden biridir. Çağdaş anlamda seyahat endüstrisinde kitle turizminin ortaya çıkışından bu yana yapılmasına karşın kökeni yaklaşık 2500 yıl öncesine kadar dayanmaktadır (Rabotic, 2010). Modern anlamda turist rehberliği kitle turizminin başlaması ve insanların toplu olarak bir yerden başka bir yere seyahatleri sonucu bir meslek olarak görülmeye başlamıştır (Çolakoğlu, Epik & Efendi, 2010). Mısırlı rahipler devlet yönetimindeki liderlere ve ailelerine yönelik düzenlenen dini seyahatlerde rehberlik etmiş ve bu yüzden ilk rehberler olarak kabul edilmişlerdir. MS 130 yılında yelkenlilerle gerçekleşen bu seyahatlerde mısırlı rahipler Roma imparatorlarına rehberlik etmiş ve gezdirdikleri bölgeleri tanıtarak yazılı olarak kayıt altına almışlardır (Batman, Yıldırğan & Demirtaş, 2000; Yenipınar & Zorkirişçi, 2013). MS 600'lü yıllarda Büyük İskender'in Anadolu'ya yaptığı seferlerde Likya uygarlığından birinin kendisine rehberlik ettiği bilinmektedir. Tarihin babası kabul edilen Herodot, Coğrafya uzmanı Strabon ve Homeros, insanlığa bıraktıkları eserlerde Anadolu'yu hem tarihi açıdan hem de coğrafi açıdan ayrıntılı bir şekilde anlatmışlardır (Çolakoğlu vd., 2010). Osmanlı döneminde yazılan seyahatnamelerle birlikte bu eserler de rehberlik mesleğinin ortaya çıkışına zemin hazırlayan ilk bilgi kaynakları olarak değerlendirilebilir. Türkiye'de rehberlik alanına büyük katkısı olan Halikarnas Balıkcısı lakabıyla Cevat Şakir Kabaağaçlı bu kişilerin ilk tercüman rehberler ve kültür turizminin öncüleri olduklarını belirtmektedir. Başka kaynaklara göre ise antik çağdan bu yana ilk turist rehberinin kim olduğuna ilişkin bir bilgiye rastlamak pek mümkün değildir. Buna göre Hz. Musa'nın yarım milyonluk bir nüfusa Kızıldeniz'den geçirmek için yaptığı ulaşım hareketini de rehberlik olarak nitelendirenler bulunmaktadır (Çimrin, 1995). İsa'dan çok önceleri Asurlular, Yunanlılar ve Mısırlılar askeri, dini ve ticari amaçlarla yollarında ulaklar ve bilginlerle seyahat etmekteydiler. Özellikle bilgi toplamak amacıyla seyahat eden bilginler yollarında bir rehber ve stenograf bulundurlardı (Coltman, 1989). İlk rehberlik ve turizm hareketlerinin Yunanlılar öncülüğünde olduğunu öne süren araştırmacılar ise Olimpiyat oyunlarına katılan insanların önderliğindeki kişileri ve resmi iş gezilerinde tur liderliği yapan Praxemos başlıklı ilk rehber kitaplardan bahsetmektedir (Dinçer, 1989).

Turist rehberleri, mensubu oldukları meslek kapsamında birtakım gereklilikleri barındırmaktadır. Bunlar, eğitim, dil bilgisi, çalışma kartı ve ruhsatname şeklinde ifade edilebilir. Eğitim olarak, turist rehberi olmak için rehberlik eğitimi veren bir ön lisans, lisans veya yüksek lisans eğitiminin tamamlanması gerekmektedir. Çalışma kartı, rehberlerin kayıtlı oldukları odalardan bir yıl süreyle çalışmak için aldıkları belgedir. Ruhsatname ise, meslek için uygun görülen kişilere bakanlık aracılığıyla verilen belgeyi ifade eder (Zengin, Eker & Erkol Bayram, 2017). Diğer yandan, çalışma durumları dikkate alındığında turist rehberleri, eylemli ve eylemsiz olarak iki grupta incelenebilir. Eylemli turist rehberleri, mesleği icra etmek için ilgili eğitimi tamamlamış ve çalışma kartına sahip olan rehberlerdir. Eylemsiz turist rehberleri ise çalışma kartına sahip olup aktif olarak rehberlik yapmayan kişilerdir (Acar, 2014).

Rehberlik mesleğinin gelişiminde ve günümüzde yapılan modern rehberliğin ortak yönü, gidilen destinasyonu iyi bilen kişilerin rehber olarak tercih edilmesidir. Rehberlerin edindikleri bilgilerin kaynakları çoğunlukla daha önceki ziyaret deneyimleri, diğer rehberlerin anlatıları ya da bölgeye yönelik yaptıkları araştırmalardır (Weiler & Ham, 2001). Bilgi kaynakları, her alanda olduğu gibi turizm endüstrisinde de hem hizmet kalitesi hem de turistlerin satın alma kararında etkili bir unsurdur (Murphy & Chen, 2016). Turistler gidecekleri destinasyonları, işletmeleri, alışveriş

mekanlarını, kültürel ve tarihi mekanları, doğal çekicilikleri araştırıp bilgi edindikten sonra tercih etmektedir. Diğer yandan, turistlerin tercihlerinde başka bir kriter olan turist rehberlerinin en önemli özellikleri bilgilendirme, kültür yorumculuğu ve tarihi içeriklerine yönelik anlatımları kabul edilmektedir (Weiler, Johnson & Davis, 1991; Pond, 1993; Ap & Wong, 2001). Bu görevlerini yaparken destinasyon ile ilgili kültürel ve tarihi bilgi kaynaklarına hâkim olmaları gerekmektedir.

Kavramsal olarak bilgi kaynakları, bir kişinin belirli bir konu hakkında öğrenme ve geliştirme arzusunu gidermesi amacıyla araştırdığı enformasyon platformlarıdır. Turizm endüstrisinde nihai tüketici konumundaki turistler destinasyonlar hakkında internet, broşür, tanıtım videosu, arkadaş veya dost tavsiyesi, geçmiş müşterilerin deneyimleri şeklinde bilgi kaynaklarını kullanmaktadır (Güçlü, 2017). Turist rehberleri yaptıkları iş gereği, turistlere yapacakları anlatımlar açısından daha detaylı bilgi edinme ihtiyacı duymaktadır. Bu yüzden turist rehberleri yaptıkları iş ile ilgili olarak turistlere nitelikli bir anlatım tarzı ile birlikte doğru ve ilgi uyandıran bilgileri aktarmayı sağlamaları gerekmektedir. Turistik destinasyonlarda rehberlik mesleğini icra edenler, kendilerini geliştirmek için yoğun kültür, sanat ve tarih bilgisine ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla, turist rehberlerinin bilgi birikimi ve düzeyi nitelikli hizmet vermelerine katkı sağlamaktadır. Rehberlik mesleğinde başarıyı yakalamak; turistlere karşı tutumları ve grup ile olan iletişim ve doğru bilgi aktarma becerisi şeklinde üç temel unsura dayanmaktadır (Huang, Hsu & Chan, 2010). Kullandıkları bilgilerin kaynaklarını iyi araştıran ve doğru bilgilere hâkim olan rehberler, yüksek kültür ve tarihi bilgileri ile turistlerin derin bir destinasyon görüşü kazanmalarına, verilen bilgilerin gerçek, güvenilir olmasına ilişkin değerlendirmeler yapmalarına olanak sağlamaktadır (Aslan & Çokal, 2016).

Literatür Taraması

Turist rehberleri başarılı bir performans ve hizmet tatmini için turist grubunu olabildiğince iyi yönetmekte; tur ve turistik bölge için ilgili kültürel, tarihi ve mitolojik anlatılarla bilgi aktarmaktadır. Bu bağlamda turist rehberlerinin özellikleri ve mesleki yeterlilikleri, turist tatmini ve hizmet kalitesinde önemli bir rol oynamaktadır (Hoarau, 2014). Turist rehberinin turistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde birer anlatıcı olduklarından bilginin doğruluğu, yoğunluğu ve turistlere aktarımı turist rehberinin niteliğini ve tercih edilebilirliğini de arttırmaktadır (Green & Jones, 2010; Çetinkaya & Öter, 2016).

Turist rehberlerinde bulunması gereken özellikler; turist grubunu motive ve teşvik edici olma (Stevens, 1990), dışadönük, konuksever, hoşgörülü ve espri kabiliyeti yüksek (Güzel, 2007), kaliteli ve akıcı sunum, konuşma ve destinasyonla ilgili kültürel, tarihi hikâyelere hâkim olma (Çolakoğlu vd., 2010) şeklinde sıralanabilir. Echtner ve Ritchie'ye (1991) göre, bir turist grubuna rehberin eşlik etmesi, bilginin doğruluğu, ifade edilişi ve kültürü yansıtması, destinasyon imajını etkileyen ve zihinlerinde zamani canlandıran eşsiz bir deneyim sağlamaktadır. Bu canlanmanın önemli bir boyutu turistlerin ilk elden aldıkları doğru ve kullanışlı bilgiye dayanmaktadır. Bu nedenle turist rehberlerinin kullandığı bilgi kaynağı nitelikli hizmet için önem taşımaktadır.

Alan yazın incelemesinde gerek ulusal gerekse uluslararası turist rehberliği alanında yapılmış araştırmalarda kullanılan bilgi kaynaklarına ilişkin bir araştırmaya rastlanmamıştır. Ancak, alan ile ilgili pek çok araştırmada turist rehberlerinin bilgi düzeyleri, bilgilerin doğruluğu, kullanımı gibi unsurlarla bilginin önemi vurgulanmıştır. Bu araştırmalar çoğunlukla turist rehberlerinin performanslarına odaklanan araştırmalarda incelenmiştir. Zhang ve Chow (2004) turist rehberlerinin performanslarını değerlendirdikleri çalışmada dakik, çözüm odaklı ve destinasyona yönelik kültürel ve tarihsel bilgi düzeyinin en önemli özellikler olduğunu saptamışlardır.

Turist rehberlerinin mesleki anlamda sahip olması gereken özellikler araştırmalarda farklı kavramlarla açıklanmıştır (Abiew, Abuhay & Haile, 2020). Bu özellikler turist rehberlerinin rolleri olarak bazı araştırmalarda performans bazı araştırmalarda ise yeterlilikleri olarak ele alınmıştır. Bu yeterlilikler arasında bilginin kullanımı ve turist grubuna doğru bilginin aktarımı birçok araştırmada öne çıkmaktadır (Christie & Mason, 2003; Hwang & Lee, 2019; Tutenges, 2019). Örneğın; Tetik (2006) yaptığı araştırmada bilgi düzeyini turist rehberlerinin mesleki yeterliliğini yansıtan üç önemli unsurdan biri olarak tespit etmiştir. Turist grubuna bilgi aktarımı, turist rehberlerinin kültürel yorumcu özelliğini de ortaya koymaktadır (Rabotic, 2008). Rehberlerin farklı turist grupları içinde kültürlerarası iletişim kurabilmesi ve yönetebilmesi için bilgisel donanımının eksiksiz ve doğru olması gerekmektedir. Bu da rehberlerin iyi bir eğitimden geçmesi ya da kendisini bilgiye yönelik daha iyi geliştirmesine bağılı olmaktadır (Toker, 2011). Rehberlerin anlatım ve yorumlama performansları, destinasyona yönelik doğru bilgilerin eğlence ve ilgi içerikli anlatımı ile de ölçülebilmektedir. Böylece rehber ve turist arasındaki etkileşimde nitelikli bilgi, hikayesel anlatım tarzıyla birleşerek turistik hizmet deneyimine katkı sağlamaktadır (Yu, Weiler & Ham, 2002; Pereira, 2015). Turist tatmini rehberler tarafından sunulan bilgiler açısından beklentiyi karşılamalarıyla gerçekleşmektedir (McDowall, 2010).

Literatürdeki araştırmalarda özellikle uzmanlık ve hâkim olunan bilgi düzeyi, rehberlerin performans ve mesleki yeterliliklerini etkileyen önemli bir unsur olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu araştırmada, turist rehberlerinin edindikleri bilgiler için hangi kaynaklara başvurduklarına odaklanmaktadır. Araştırma sonucunda, turist rehberlerinin kullandıkları bilgi kaynaklarının tespiti, mesleki yeterlilik için bilginin diğere rehberlerce paylaşımını da kolaylaştırabilecektir.

Yöntem

Turist rehberlerinin hizmet sunumlarında kullandıkları bilgilerin kaynaklarını incelemeye yönelik yapılan bu çalışmada keşifsel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Araştırmada turist rehberlerinin sundukları hizmetlerin içeriğini oluşturan anlatımlarında yararlandıkları kaynaklara odaklanmıştır. Turist rehberleriyle bireysel görüşmelerin yapılmasının ve veri toplanmasının zorluğu nedeniyle çevrimiçi anket toplama yönteminden yararlanılmıştır.

Çalışmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı profesyonel turist rehberlerinin yönettikleri turlarda yaptıkları anlatımlar için kullandıkları bilgi kaynaklarını analiz etmektir. Turizm sektöründe bilgi kaynaklarına ilişkin araştırmalar çoğunlukla turistler üzerinde yapılan ampirik araştırmalarla sınırlı kalmıştır. Ancak bu araştırma turist ve destinasyon arasında köprü görevi gören ve özellikle ülke imajını birinci ağızdan sunan kültür elçilerinin araştırma örnekleme olarak seçilmesi araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Araştırma sonucunda ulaşılan bilgi kaynakları için turist rehberliği mesleğini icra eden mevcut ve gelecekteki bireylere bir enformasyon kaynağı oluşturulmuş ve uygulamaya yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırma amacı kapsamında verilerin toplanması için Estabrooks'un (1998) çalışmasında kullandığı Özsoy ve Ardahan'ın (2006) Türkçeye uyarladığı bilgi kaynakları ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması daha önce sağlık sektöründe uygulandığından potansiyel hataların ve anlaşılmayan ifadelerin kaldırılması amacıyla turist

rehberliği alanında çalışan üç akademisyenin uzman görüşü alınmıştır. Uzman görüşü, ölçek ifadelerin İngilizce ve Türkçe dilindeki kullanımları ile daha önce yapılan sağlık alanındaki araştırmada kullanılan ifadelerinin yer aldığı bir form üzerinden yürütülmüştür. Uzmanların belirttiği değişiklik ve öneriler doğrultusunda ifadeler, turist rehberlerine yönelik tekrar revize edilmiştir. 22 maddeden oluşan ölçekten amaca hizmet etmemesinden dolayı orijinalinde yer alan “*Doktorların hastalara yazdıkları yeni terapilere ve tedavilere...*” ifadesi ankette kullanılmamıştır. Ölçek ifadeleri 5’li Likert tipi aralıklı ölçek “Kesinlikle Katılmıyorum” (1); “Katılmıyorum” (2); “Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum” (3); “Katılıyorum” (4); “Kesinlikle Katılıyorum” (5) şeklinde düzenlenmiştir. Anketin ilk bölümünde bilgi kaynakları ölçeği, ikinci bölümünde de cinsiyet, hizmet deneyimi, mezuniyet türü, rehberlik yapılan bölge gibi demografik sorular yer almaktadır. Ek olarak, bilgi kaynağı olarak en çok tavsiye ettikleri (kitap, internet sitesi, blog, yazar vb.) doküman belirtmeleri istenmiştir.

Araştırma amacı doğrultusunda hazırlanan soru formu profesyonel turist rehberlerine uygulanmıştır. Türkiye’de profesyonel turist rehberliği mesleğini icra eden bireyler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Örneklem yeterliliğine ilişkin alan yazında pek çok farklı hesaplama yöntemi uygulanmaktadır. DiLullo’ya (1997) göre, araştırmacılar, veri toplamada maliyet ve ulaşılabilirlik kısıtlarına göre örneklem büyüklüğü belirleyebilirler. Aynı şekilde ulusal literatürde örneklem ile ilgili yapılan araştırmalarda ulaşılması mümkün olmayan evren temsili için, örneklem sayısının ölçekte yer alan madde sayısı ile belirlenebileceği belirtilmiştir (Tavşancıl, 2006). Buna göre, başka sektöre ya da araştırma alanına uyarlama yapılan araştırmalarda örneklem miktarının geçerlik ve güvenilirlik için ölçüm aracında yer alan madde sayısının 5 ile 10 katı arasında olması veri toplama analiz ve yorumlama için yeterli olmaktadır (Kass & Tinsley, 1979; Tabachnik & Fidell, 2001; Erkuş, 2012). Araştırmadaki ölçekte 21 madde olduğu dikkate alındığında, örneklem sayısının (167) yaklaşık 8 katı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla örneklem sayısının yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Veri toplama 20 Nisan ile 20 Eylül 2020 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. Bu araştırmada kullanılan veriler ve soru formu için gerekli olan etik kurul izin belgesi Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Etik Kurulu 28.10.2020 tarihi ve 2020-20 toplantı numarası ile alınmıştır. Veri toplama süreci, üniversite kurumlarının yüksek lisans mezun gruplarında, sosyal medyada yer alan eylemli turist rehber gruplarında, il ve bölgelerin rehber odalarında olma üzere birçok ortamda katılımcılara ulaştırılarak gerçekleştirilmiştir.

Verilerin Analizi

Verilerin analizi için istatistiksel veri analizi programı aracılığıyla frekans, kümeleme, kelime bulutu ve çoklu uyum analizlerinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler için turist rehberlerinin kullandıkları bilgi kaynaklarının rehberlik yaptıkları bölgelere, cinsiyetlere, rehberlik deneyimlerine göre farklılaşma durumları incelenmiştir. Ek olarak en çok hangi bilgi kaynaklarını kullandıkları tespit edilmiştir. Araştırma amacına yardımcı olması bakımından rehberlere bilgi kaynağı için tavsiye ettikleri dokümanlar sorulmuş ve cevaplar ilgili alana göre sınıflandırılmıştır.

Bulgular

Araştırmada kullanılan ankete cevap verenlerin (cinsiyet, eğitim durumu, rehberlik mesleğine başlama durumu, mezuniyet derecesi, yıl bazlı rehberlik deneyimi) demografik özelliklerine göre yapılan analiz sonuçları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		F	%(oran)
Cinsiyet	Kadın	59	35,3
	Erkek	108	64,7
Meslek Başlama Mezuniyeti	Ön Lisans	25	15
	Lisans	62	37,1
	Lisansüstü	46	27,5
	Bakanlık Kursu	34	20,4
Eğitim Durumu	Ön Lisans	9	5,4
	Lisans	80	47,9
	Yüksek Lisans	73	43,7
	Doktora	5	3,0
Bölgeler	Ülkesel	47	28,1
	Bölgesel	120	71,9
Rehberlik Deneyimi (Yıl)	2 ve altı	50	29,9
	3-5	38	22,8
	6-8	18	10,8
	9-11	20	12,0
	12-14	12	7,2
	15 ve üstü	29	17,4

Ankete cevap veren katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımları; %35,3 (59 kişi) kadın, %64,7 (108 kişi) kadındır. Erkek katılımcıların kadınlara yönelik oransal farkı yüksek çıkmıştır. Katılımcıların rehberlik mesleğine hangi dereceden mezun olarak başladıklarına ilişkin sorulan soruya verdikleri cevaplara göre, %15 (25 kişi) bir ön lisans programından mezun olarak, %37,1'si (62 kişi) lisans mezunu, %27,5'si (46 kişi) Lisansüstü programlardan ve %20,4'ü (34 kişi) bakanlığın açtığı kursları bitirerek rehberlik mesleğine başladıklarını belirtmişlerdir. Son yıllarda bakanlık kurslarının açılmadığı dikkate alındığında dağılımların birbirine yakın olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma katılımcılarının eğitim durumlarına yönelik dağılımları incelendiğinde, %5,4'ü (9 kişi) ön lisans; %47,9'u (80 kişi) lisans; %43,7'si (73 kişi) yüksek lisans ve son olarak %3'ü (5 kişi) doktora programlarından mezun kişilerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların rehberlik yaptıkları bölgelere yönelik dağılımlar ülkesel ve bölgesel olarak iki yönde incelenmiştir Buna göre, ülkesel rehberlerin sayısı 47 (%28,1) iken, bölgesel rehberlerin sayısı 120 (%71,9) olarak saptanmıştır. Katılımcıların rehberlik deneyimlerinin yıl bazlı dağılımlarına bakıldığında 2 ve altı yıl rehberlik yapanların sayısı 50 (%29,9), 3-5 yıl arasında yapanların sayısı 38 (%22,8), 6-8 yıl yapanlar 18 (%10,8) ve 9-11 yıl yapanlar 20 (%12), 12-14 yıl yapanlar 12 (%7,2), 15 yıl ve üstü yapanların sayısı da 29 (%17,4) olarak saptanmıştır.

Kullanılan Bilgi Kaynaklarına İlişkin Bulgular

Rehberlerin meslek bilgilerini elde ettikleri ve anlatımlarında kullandıkları bilgi kaynaklarına ilişkin ölçme aracında verdikleri puanlar incelenmiştir. Bulgular istatistik programı aracılığıyla derlenmiş ve analiz edilmiştir.

Ölçeğin güvenilirliğine ilişkin tespit edilen Cronbach Alpha katsayısı 0,95'tir. Bu değer literatürdeki araştırmalarda 0,70 ve üzerinde olması gerektiği ifade edilmektedir (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998; Özdamar, 2010). Buna göre bu araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilir olduğu anlaşılmaktadır. Analiz sonuçlarına göre ölçek maddelerinde yer alan ifadelere yönelik standart sapma ve madde puan ortalamalarına ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 2. Kullanılan Bilgi Kaynaklarına İlişkin Madde Puanlamaları

Kullanılan Bilgi Kaynakları	Ort.	S. Sapma
Rehber arkadaşlarımla benimle paylaştığı bilgilere.....	3,80	1,09
Yıllardır bana bilgi sağlama konusunda faydalı olan şeylere.....	4,09	,88
Turlarımda her zaman kullandığım bilgilere.....	3,96	,98
Hizmet içi eğitim programlarına.....	3,76	1,18
Rehberlik eğitimimde öğrendiğim bilgilere.....	4,12	,96
Ders kitaplarındaki bilgilere.....	3,93	1,01
Her destinasyon hakkında öğrendiğim bilgilere.....	4,36	,88
Çalıştığım alana özgü düzenlenen kurslara.....	3,72	1,11
Zaman içinde turlardan elde ettiğim kişisel rehberlik deneyimler sonucu öğrendiğim bilgilere.....	4,45	,81
Hizmet içi/ konferanslara devam ederek elde ettiğim bilgilere.....	3,73	1,14
Rehberlik kongre ve sempozyumlarından elde ettiğim bilgilere.....	3,61	1,07
Turizm kongre ve sempozyumlarının rehberlik hakkındaki araştırmalarına.....	3,61	1,11
Uzman rehberlerle yaptığım tartışmalara.....	4,20	,96
Turizm dergilerde yayınlanan yazılara.....	3,83	1,17
Rehberlik araştırma dergilerinde yayınlanan yazılara.....	3,92	1,21
Turizm ve tanıtım el kitaplarından elde ettiğim bilgilere.....	3,86	1,07
Turist rehberlerinin blog sitelerinde yayınlandıkları yazılara.....	3,79	1,18
Turist rehber odalarının faaliyetlerine	3,57	1,18
TUREB yayın ve faaliyetlerine.....	3,37	1,24
Anlatılarımda “doğru” gibi görünen sezgilerime.....	2,97	1,19
Medyadan (örneğin; popüler dergilerden, televizyondan, internetten v.s.) elde ettiğim bilgilere.....	3,64	1,20

Ölçüm aracında kullanılan 5’li Likert tipi değerlendirme ile madde puanlarında en az 1 en fazla 5 puan verilmiştir. Bu dağılımlara göre madde ortalamalarında en küçük değer 2,97 en büyük değer ise 4,45 olarak hesaplanmıştır. Verilerin normal dağılımları sırasıyla en düşük ve en yüksek olmak üzere (-0,94 ile + 1,81 arasında) basıklık ve (-1,96 ile - 0,54 arasında) çarpıklık değerleri tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucuna göre, KMO değeri 0,89 ve Barlett küresellik testi değerleri (2824.26/df-210) saptanmıştır. Bilgi kaynakları ölçeği tek faktör altında toplanmış olup özdeğer (10,23) ve açıklanan varyansı %62,37 olarak tespit edilmiştir.

Turist rehberleri araştırma kapsamında belirtilen bilgi kaynaklarına ne düzeyde katıldıkları sorulmuştur. Ölçeğe verdikleri cevaplar değerlendirilerek turist rehberlerinin kullandığı bilgi kaynakları düzeyi düşük, orta ve yüksek şeklinde üç kümeye ayrılmıştır. Kümeleme analizi bulgularına göre aşağıdaki tabloda belirtildiği gibi, %7,2 (12 Kişi) düşük seviye, %19,8 (33 Kişi) orta seviye ve %73,1 (122 Kişi) rehberlik hizmetini verirken bilgi kaynaklarını kullandıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 3. Katılımcıların Bilgi Kaynakları Kullanım Düzeyi

Cinsiyet		F	%(oran)
	Düşük	12	7,2
Orta	33	19,8	
Yüksek	122	73,1	

Kullanılan Bilgi Kaynaklarında Tercih Edilen Yayın ve Yazarlar

Katılımcılara rehberlik yaptıkları turlarda anlattıkları bilgileri nereden aldıklarına ilişkin soru yöneltilmiştir. Elde edilen verilere göre, turist rehberleri bilgi kaynağı olarak en fazla İnternet, Rehberler için hazırlanmış özel yayınlar ile Tarih ve Arkeoloji kitaplarını kullandıkları saptanmıştır. Katılımcılardan bilgi kaynağı olarak en az

seyahatnameler, gazete yazıları ve müze kitapçıklarının kullanıldığı tespit edilmiştir. Kazı sonuç raporları, kutsal kitaplar ve Sanat ile ilgili yayınlar da dikkat çeken diğer bilgi kaynakları olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. Kullanılan Bilgi Kaynakları

		F	%(oran)
Bilgi Kaynakları	İnternet	39	23,4
	Rehber Kitapları	32	19,2
	Arkeoloji	29	17,4
	Tarih	28	16,8
	Turizm Yayınları	13	7,8
	Kazı Raporları	7	4,2
	Kutsal Kitaplar	5	3,0
	Sanat	4	2,4
	Müze Kitapçıkları	4	2,4
	Gazete Yazıları	3	1,8
	Seyahatnameler	3	1,8

Takip edilen yazarlara ve yayınlara yönelik sonuçlara ulaşmak için kelime bulutu analizinden yararlanılmıştır. Buna göre, en çok Ekrem Akurgal, Halil İnalıcık, John Freely ve Talha Uğurel; en çok takip edilen uzman rehberler de Saffet Emre Tonguç ve internetten erişilebilen Blue Guide olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Şekil 1). Bunların dışında academia.edu, researchgate, gezgin siteleri, arkeoloji blogları ve rehber yardımlaşma platformları rehberlerin kullandıkları kaynak siteleri olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 1. Yazar ve Yayınlarla İlişkin Kelime Bulutu

Çoklu Uyum Analizi Sonuçları

Turist rehberlerinin kullandıkları bilgi kaynaklarının deneyim süresi, rehberlik türleri, mezuniyet, eğitim durumu ve cinsiyet gibi demografik özelliklerine göre ilişkileri ortaya koymak amacıyla çoklu uyum analizi yapılmıştır. Çoklu uyum analizi çapraz tablo halinde kategorik verilerin değişimlerini ve korelasyon ilişkilerinin derecesini tek bir grafikte gösteren bir tekniktir (Özdamar, 2010). Ayrıca, çoklu uyum analizi ile katılımcıların bilgi kaynaklarını kullanım düzeyleri arasındaki farklılıklar tespit edilmiştir.

Yapılan çoklu uyum analizi sonucunda kullanılan bilgi kaynakları ve demografik özellikler arasındaki ilişkinin iki boyutta açıklandığı ortaya çıkmıştır. Çoklu uyum analizinde sıra ve sütunda yer alan değişkenlerin korelasyon

ilişkilerine bakılmaktadır. Korelasyon ilişkisinden kuvvet derecesini gösteren tekil değerler eylemsizlik (inertia) değeri olarak adlandırılmaktadır (Kılıç, 2016; Birben, Ünal & Umut, 2019). İlk boyut varyansın % 35,81'ini açıklarken, ilişkinin eylemsizlik değeri 0,35; ikinci boyut varyansın % 27,4'ünü açıklamış ve eylemsizlik değeri 0,27 olarak saptanmıştır. Böylelikle, iki boyut, toplamda varyansın % 63,3'ünü açıklamış ve eylemsizlik değeri 0,63 şeklinde tespit edilmiştir.



Şekil 2. Çoklu Uyum Analizi

Şekil 2’de turist rehberlerinin kullandıkları bilgi kaynaklarına göre demografik özellikleri arasındaki ilişkileri göstermektedir. Bu bilgilere göre, yüksek lisans mezunu olup 2 yıl ve daha az deneyim süresine sahip olan katılımcılar daha çok rehber kitapları, turizm yayınları ve kutsal kitaplardan oluşan bilgi kaynaklarını kullanmaktadır. Bu rehberlerin bilgi kaynaklarına katılım düzeyi orta çıkmıştır. Deneyim sürelerine bakıldığında, 12-14 yıl ve daha fazla süre rehberlik mesleğini yapan katılımcılar daha çok ülkesel rehber olup bakanlık kursuyla rehberlik mesleğini edinmişlerdir. Bu rehberler bilgi kaynaklarından müze kitapçıkları ve Arkeoloji alanındaki yayınlarını kullanmaktadır. Rehberlerin cinsiyetlerine ilişkin bir farklılık çıkmamıştır. Ancak, tarih yayınları ve internet en çok kullanılan kaynaklar olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak, 3-5 yıl deneyim süresine sahip bölgesel rehberler daha çok tarih ve sanat alanındaki bilgi kaynaklarından yararlanmaktadır. Buna göre, bölgesel rehberlerin bilgi kaynaklarını kullanım düzeyi yüksek olarak saptanmıştır.

Sonuç

Bilgi kaynakları, internetin kullanım yoğunluğu ve farklı enformasyon platformlarının sayısının artmasıyla doğru orantılı bir şekilde gittikçe artmaya devam etmektedir. Bilginin akış hızı ve yoğunluğundan dolayı gereksiz ve ilgisiz bilginin varlığı da kaçınılmaz olmuştur. Bu nedenle, bilgi kaynaklarının sistematik bir hal alması, sektör, iş kolu, yönetim sistemi, şirketlerin özel veri tabanları gibi küçük ölçekli gruplarda dahi önemli hale gelmiştir.

Turist rehberleri, turizm sektörünün en önemli dinamikleri arasında yer almaktadır. Turist rehberlerinin profesyonelleşmesi ve nitelikli bilgi birikimi edinmeleri, bağlı olarak çalıştıkları seyahat acentesi, tur operatörü,

destinasyon ve ülke imajı açısından önemli katkılar sağlamakta ve turist tatminini arttırmaktadır (Prakash & Chowdhary, 2010). Dolayısıyla, turist rehberlerinin bilgi donanımlarını geliştirme, kullanma ve anlatım tarzı özellikleriyle turistlerin ilgisini çekebilmek için farklı bilgi kaynaklarından yararlanarak daha tatmin edici bir rehberlik hizmeti sunması gerekmektedir. Bu durum uzman rehberler, tarihçiler, arkeoloji ve kazı alanlarında çalışan bilgi üreticilerinin turist rehberleri ile bir noktada buluşmalarını önemli kılmaktadır. Ancak nitelikli bilgi kaynaklarının paylaşılması, sistematik bir şekilde belirtilmesi ve rehberlere sunulmasıyla nitelikli rehberlik hizmeti gerçekleştirilebilir.

Alan yazında bilgi kaynaklarının kullanımı (Özel, 2016; Güçlü, 2017; Berhanu ve Raj, 2020; Lojo ve Timothy, 2020) sistematik bir şekilde düzenlenmesi (Sparks ve Pan, 2009; Coromina ve Camprubi, 2016), farklı sektörlerle yönelik tüketici bilgi kaynağı kullanım şekilleri ve paylaşım platformları (Shidende, 2020) şeklinde birçok araştırmada incelenmiştir. Bu araştırmada özellikle turist rehberlerinin kullandığı bilgi kaynaklarının neler olduğu, hangi uzman rehberlerin yayınlarından ve bilgilerinden faydalandıkları ortaya çıkarılmıştır.

Araştırma sonucuna göre, turist rehberleri en fazla, meslektaşları olan uzman rehberlerin görüşleri, rehberlik eğitiminde verilen derslerde öğrendikleri bilgiler, hizmet verilen destinasyona özel bilgiler, turlarda eş zamanlı olarak edinilen diğer bilgileri kullandıkları saptanmıştır. Buna göre, turist rehberlerinin birbirleriyle etkileşim içerisinde olmaları ve bilgi paylaşımları rehberlik hizmetine ve mesleki anlamda gelişimlerine katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Öte yandan, internet, rehberler için hazırlanmış mesleki dokümanlar, arkeoloji ve tarih kitapları en çok kullanılan bilgi kaynakları olmuştur. İnternetin özellikle tercih edilmesi kolay ve hızlı erişilebilir bilginin turist rehberlerince tercih edilmesinde önemli etkidir. Buna göre, turist rehberlerinin kullanabilecekleri, bilgi ve doküman paylaşımının yapıldığı, uzman rehberlerce tartışma ortamlarının hazırlandığı, güncel bilgilerin ve destinasyondaki yeniliklerin sunulduğu, kazı alanları, sit alanları ve tarihi bulguların paylaşıldığı bir enformasyon paylaşım panelinin mobil ve bilgisayar tabanlı sistem kurulması önerilebilir. Rehberlerin bilgi kaynaklarını kullanırken teyit edecekleri ve bu bilgiyi tartışmaya açarak en sağlıklı bilgiyi edinmelerini sağlayacaktır. Özellikle bir destinasyona özgü belirli rehber gruplarının oluşturulması ve rehberlere hizmet içi eğitimlerin yapılması hizmet kalitesini ve turist tatminini arttırabilir.

Araştırmada elde edilen bulgular, katılımcı grup kapsamında değerlendirilerek genelleme yapılamamaktadır. Bu durum veri toplanan katılımcı sınırlılığından kaynaklanmaktadır. Verilerin doyuma ulaşabilmesi ve daha detaylı incelenebilmesi açısından gelecekte yapılacak araştırmalar, büyük örneklem sayıları ile veri analizi yapabilir. Rehberlerin uzmanlık alanlarına göre farklılaşan bilgi kaynakları kullanımları belirlenebilir ve destinasyona özgü bilgi platformları internet tabanlı olarak oluşturulabilir. Destinasyonda rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin standart bilgi ve donanım ile böyle bir platform üzerinden öğrendiği bilgileri aktarması, turist gruplarına aynı nitelikte hizmet sağlayabilir. Bu araştırmada turist rehberlerinin kullandığı bilgi kaynaklarına odaklanılmıştır. Gelecekte yapılacak akademik araştırmalar, rehberlerin bilgi kullanımlarındaki motivasyonları, anlatım tarzlarındaki stratejileri ve bilgi paylaşım içeriklerine göre sınıflandırılarak derinlemesine görüşmeler yapılabilir. Ülkesel ve bölgesel rehberlerin bilgi yönetimi konusundaki farklılıklar ortaya çıkarılabilir.

KAYNAKÇA

- Abiew, D., Abuhay, T., & Haile, S. (2020). An investigation of the professional competencies of tour guides in major tourist destinations of amhara national regional state of Ethiopia. *International Journal of Development in Social Sciences and Humanities*, 9(1), 100-109.
- Acar, V. (2014). *Profesyonel turist rehberlerinin liderlik yönelimleri: Aydın Turist Rehberleri Odası'na kayıtlı olan profesyonel turist rehberleri örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Ap, J., & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Aslan, Z., & Çokal, Z. (2016). Profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere katkısına ilişkin turist algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 53-69.
- Batman, O., Yıldırğan, R., & Demirtaş N. (2000). *Turist rehberliği*. Adapazarı: Değişim Yayınları.
- Berhanu, K., & Raj, S. (2020). The trustworthiness of travel and tourism information sources of social media: Perspectives of international tourists visiting Ethiopia. *Heliyon*, 6(3), e03439.
- Birben, Ü., Ünal, H. E., & Umut, İ. M. A. L. (2019). Orman suçlarında toplumsal algı: Kırıkkale ili örneği. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 21(2), 495-505.
- Büyüktepe, H. S., Gökdemir, S., & Korkmaz, H. (2019). Turist rehberlerinin sorunları üzerine nitel bir araştırma: Çanakkale örneği. *Journal of Travel & Tourism Research*, 14.
- Christie, M. F., & Mason, P. A. (2003). Transformative tour guiding: Training tour guides to be critically reflective practitioners. *Journal of Ecotourism*, 2(1), 1-16.
- Coltman, M. M. (1989). *Introduction to travel and tourism. An international approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Coromina, L., & Camprubí, R. (2016). Analysis of tourism information sources using a Mokken Scale perspective. *Tourism management*, 56, 75-84.
- Çapar, G., Toksöz, D., & Dönmez, B. (2018). Turizm rehberliği alanında yapılan akademik çalışmaların incelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1(2), 57-73.
- Çetin, G., & Kızılırmak, İ. (2012). Türk turizmde kokartlı turist rehberlerinin mevcut durumunun analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 307-318.
- Çetinkaya, M. Y., & Öter, Z. (2016). Role of tour guides on tourist satisfaction level in guided tours and impact on Re-Visiting intention: A Research in Istanbul. *European Journal of Tourism Hospitality and Recreation*, 7(1), 40-54.
- Çimrin, H. (1995). *Turizm ve turist rehberliğinin ABC'si*. Ankara: Akdeniz Kitabevi.
- Çolakoğlu, O. E., Epik, F., & Efendi, E. (2010). *Tur yönetimi ve turist rehberliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- De Beer, A., Rogerson, C. M., & Rogerson, J. M. (2014, March). Decent work in the South African tourism industry: Evidence from tourist guides. *Urban forum*. 25(1), pp. 89-103. Springer Netherlands.

- Dilullo, L. K. (1997). *A Post hoc power analysis of inferential research examining the relationship between mathematic anxiety and mathematic performance* (Doctoral Dissertation). Auburn University, Alabama, USA.
- Dinçer, F. İ. (1989). *Turist rehberliği meslek dersi, profesyonel turist rehberliği ders notları*. İstanbul: Turem Yayınları.
- Echtner, C. M., & Ritchie, B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- Erkuş, A. (2012). *Psikolojide ölçme ve ölçek geliştirme*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları
- Estabrooks CA. (1998). Will evidence based nursing practice make practice perfect?. *Canadian Journal of Nursing Research*, 30(1), 15-36.
- Green, R., & Jones, D. N. (2010). *Practices, needs and attitudes of bird-watching tourists in Australia*. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism.
- Güçlü, C. (2017). Bilgi kaynaklarının seyahat motivasyonları üzerindeki etkisi: Alanya örneği. *Alanya Akademik Bakış*, 1(3), 61-79.
- Güzel, F.Ö. (2007). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü (Alman turistler üzerine bir araştırma)* (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998), *Multivariate data analysis with readings*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Hoarau, H. (2014). Knowledge acquisition and assimilation in tourism-innovation processes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(2), 135–151
- Huang, S., Hsu, C., & Chan A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 34(3), 1-12.
- Hwang, J., & Lee, J. (2019). Relationships among senior tourists' perceptions of tour guides' professional competencies, rapport, satisfaction with the guide service, tour satisfaction, and word of mouth. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1331-1346.
- Karamustafa, K., & Çeşmeci, N. (2006). Paket tur operasyonunda turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunlar üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1): 70-86.
- Kass, R. A., & Tinsley, H. E. A. (1979). Factor analysis. *Journal of Leisure Research*, 11(2), 120-138.
- Kassawnh, M. S., Al Makhadmeh, I. M., Shatnawi, H. S., & Al Najdawi, B. M. (2019). The impact of behaviors and skills of tour guides in guiding tourist groups. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(1), 1-13.
- Kılıç, A.F. (2016). Uyum analizi. *YBS Ansiklopedisi*. 3(1), 1-20.
- Lojo, A., & Timothy, D. J. (2020). Understanding tourism information sources: textual communication, efficiency, and information gaps. *Tourism Analysis*, 25(1), 91-105.
- McDowall, S. (2010). International tourist satisfaction and destination loyalty: Bangkok, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(1), 21-42.

- Murphy, H. C., & Chen, M. M. (2016). Online information sources used in hotel bookings: Examining relevance and recall. *Journal of Travel Research*, 55(4), 523-536.
- Özdamar, K. (2010). *Paket programlarla istatistiksel veri analizi-2*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özel, N. (2016). Bilgi ve İletişim teknolojilerinin etkisiyle değişen bilgi kaynakları, hizmetleri ve öğrenme ortamları. *Milli Eğitim Dergisi*, 209, 270-294.
- Özsoy, S. A., & Ardahan, M. (2006). Hemşirelerin uygulamalarında kullandıkları bilgi kaynaklarının incelenmesi. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 22 (2), 89-101.
- Pereira, A. M. (2015). Tour guides and destination image: Evidence from Portugal. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 3(7-8), 129-150.
- Pond, K. L. (1993). *The professional guide: Dynamics of tour guiding*. Van Nostrand Reinhold Company.
- Prakash, M., & Chowdhary, N. (2010). Tour guides: Roles, challenges and desired competences a review of literature. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 3(1), 1-12.
- Rabotić, B. (2008). Tourist guides as cultural heritage interpreters: belgrade experience with municipality-sponsored guided walks for local residents. *The Proceedings Book of the International Tourism Conference 'Cultural and Event Tourism: Issues & Debates'*, Alanya, Turkey.
- Rabotić, B. (2010). Tourist guides in contemporary tourism. *Paper presented at the International Conference on Tourism and Environment*, Sarajevo.
- Shidende, D. (2020). *Design and implementation of tour guide portal for enhancing tourism in Tanzania* (Doctoral dissertation). The Nelson Mandela African Institution of Science and Technology, Tanzania.
- Sparks, B., & Pan, G. W. (2009). Chinese outbound tourists: Understanding their attitudes, constraints and use of information sources. *Tourism management*, 30(4), 483-494.
- Stevens, L. (1990). *The travel managers personnel manual*. New York: Delmar.
- Şahin, S., & Acun, A. (2015). Turist rehberliği alanının bibliyometrik Profili (Ulusal Turizm Kongreleri Bildirileri). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(34), 213-234.
- Tabachnik, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics*. (4 ed.). Allyn ve Bacon, Boston.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Tetik, N. (2006). *Türkiye'de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi: Kuşadası örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Toker, A. (2011). *Kültür turizminin sürdürülebilirliğinde profesyonel turist rehberlerinin rolü: Ankara örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Tsai, C.Y., Wang, M.T., & Tseng, H.T. (2015). The impact of tour guides' physical attractiveness, sense of humor, and seniority on guide attention and efficiency. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(6), 824-836.
- Tutenges, S. (2019). Narrative ethnography under pressure: Researching storytelling on the street. *The emerald handbook of doing narrative criminology*. Bingley, West Yorkshire: Emerald Publishing Limited, 27-43.

- Weiler, B., Johnson, T., & Davis, D. (1991). *Roles of the tour leader in environmentally responsible tourism*. Bureau of Tourism Research, Ecotourism incorporating the global classroom, 1991 Conference papers (228-233).
- Weiler, B., & Ham, S. H. (2001). *Tour guides and interpretation*. (Eds.) D. Weaver. The encyclopedia of ecotourism. Wallingford, UK: CABI Publishing.
- Yenipınar, U., & Zorkirişci, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 111-136.
- Yıldırım, B. I., & Güzel, Ö. (2019). Seyahat acentelerinin turist rehberi seçim kriterlerinin analitik hiyerarşi süreci (AHS) yöntemi ile değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(1), 69-81.
- Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2002). Intercultural communication and mediation: A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8(1), 75-87.
- Zengin, B., Eker, N., & Erkol Bayram, G. (2017). Turist rehberliği meslek kanununun profesyonel turist rehberlerince değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 142-156.
- Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: Evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81-91.

Identifying of Information Sources used by Tourist Guides

Mehmet Tahir DURSUN

Anadolu University, Institute of Social Sciences, Eskişehir /Turkey

Duran CANKUL

Eskisehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Eskişehir /Turkey

Extensive Summary

The common aspect of the development of the guidance profession and today's modern guidance is that people who know the destination well are preferred as a guide. Sources of information obtained by guides may often be their previous visit experiences, narratives of other guides or their research into the destination (Weiler & Ham, 2001). Information resources are an effective factor in both the service quality and the purchasing decision of tourists in the tourism industry as in every field (Murphy & Chen, 2016). The knowledge background and level of knowledge of tourist guides contribute to their service's quality. To achieve success in the guidance profession; It is based on three basic elements: attitudes towards tourists and communication with the group and the ability to convey correct information (Huang, Hsu & Chan, 2010). Guides, who research the sources of the information they use well and have good knowledge of accurate information, enable the tourists to gain a deep view of the destination with their high cultural and historical knowledge, and to make evaluations about the fact that the information provided is real and reliable (Aslan & Cokal, 2016).

Literature Review

Tourist guide manage the tourist group as best as possible for a successful performance and service satisfaction; It conveys information with relevant cultural, historical and mythological narratives for the tour and touristic region. In this context, the characteristics and professional qualifications of tourist guides play an important role in tourist satisfaction and service quality (Hoarau, 2014). Since the tourist guide is a narrator in the realization of touristic activities, the accuracy, density and transfer of the information to tourists increase the quality and preferability of the tourist guide (Green & Jones, 2010; Çetinkaya & Öter, 2016).

In the literature review, many studies emphasized the importance of information, such as the level of knowledge, the accuracy and use of the information of tourist guides. These studies have mostly been examined in researches focusing on the performance of tourist guides. Zhang and Chow (2004), in their study evaluating the performances of tourist guides, found that punctual, solution-oriented and cultural and historical knowledge level towards the destination are the most important characteristics. Tetik (2006) identified the level of knowledge as one of the three important factors reflecting the professional competence of tourist guides in her study. The transfer of information to the tourist group also reveals the cultural interpretative nature of tourist guides (Rabotic, 2008). The lecture and interpretation performances of the guides can also be measured by the entertainment and interest content of accurate information about the destination. Thus, in the interaction between the guide and the tourist, qualified information is combined with storytelling style and contributes to the touristic service experience (Yu, Weiler & Ham, 2002; Pereira, 2015).

Methodology

This study focuses on which sources the tourist guides consult for the information they have obtained. By the finding of the research, determining the sources of information used by tourist guides will facilitate the sharing of information with other guides for professional competence. For the purpose of the research, the information resources scale adapted to Turkish by Özsoy and Ardahan (2006), which Estabrooks (1998) used in their study, was used to collect data. The questionnaire prepared for the purpose of the research was applied to professional tourist guides. Individuals who perform professional tourist guide profession in Turkey constitute the universe of the study. With the easy sampling method, a total of 167 tourist guides were reached through an online survey. It has been stated that the number of samples can be determined by the number of items in the scale, for the representation of the universe, which is not possible to reach in the studies about the sample in the national literature (Tavsancil, 2006). Also, accordingly, in studies adapted to another sector or research area, the sample size of 5 to 10 times the number of items in the measurement tool for validity and reliability is sufficient for data collection, analysis and interpretation (Kass & Tinsley, 1979; Tabachnik & Fidell, 2001; Erkus, 2012).

Findings

With the 5-point Likert type evaluation used in the measurement tool, at least 1 and at most 5 points were given in item scores. According to these distributions, the smallest value in the item averages was calculated as 2.97 and the largest value as 4.45. Normal distributions of the data were determined to be the lowest and the highest, respectively (between -0.94 and + 1.81) and skewness values (between -1.96 and - 0.54). According to the factor analysis result, KMO value was determined as 0.89 and Barlett sphericity test values (2824.26 / df-210). The information resources scale was collected under a single factor and the eigenvalue (10.23) and the explained variance were determined as 62.37%. By evaluating their answers to the scale, the information sources used by tourist guides are divided into three clusters as low, medium and high.

According to the data obtained, it was determined that tourist guides mostly use the Internet, special publications prepared for guides and History and Archaeology books as sources of information. It was determined that travel books, newspaper articles and museum booklets were the least used as a source of information from the participants. Excavation results reports, holy books and publications on Art have emerged as other notable sources of information. There was no difference regarding the gender of the guides. However, history publications and the internet have been found to be the most used sources. In addition, regional guides with 3-5 years of experience mostly benefit from information resources in the field of history and art. Accordingly, the level of use of information resources by regional guides was found to be high.

Conclusion

According to the results of the research, it was determined that the tourist guides mostly used the opinions of the expert guides who were their colleagues, the information they learned in the courses given in the guidance training, the information specific to the destination served, and other information obtained simultaneously during the tours. As it is understood that the tourist guides interact with each other and share information contributes to the guidance service and their professional development. On the other hand, the internet, professional documents prepared for guides, archeology and history books have been the most used sources of information. The internet is an important

factor in the preference of easy and fast accessible information by tourist guides. Accordingly, it may be suggested to establish a mobile or a computer-based system of an information sharing panel where tourist guides can use, exchange information and documents, prepare discussion platforms by expert guides, present up-to-date information and innovations in the destination, and share excavation sites, archaeological sites and historical findings. It will ensure that the guides will confirm while using the information resources and open this information to discussion and obtain the most reliable information. Especially establishing specific guide groups specific to a destination and providing in-service trainings for guides can increase the service quality and tourist satisfaction.