

**T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**PERFORMANS TEORİSİ BAĞLAMINDA
PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİ**

Yiğit Can ŞENBAHAR

**Danışman
Doç. Dr. İlkey TAŞ GÜRSOY**

İZMİR – 2021

Tez Onay Sayfası



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Performans Teorisi Bağlamında Profesyonel Turist Rehberliği” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

14/06/2021

Yiğit Can ŞENBAHAR

ÖZET
Yüksek Lisans Tezi
PERFORMANS TEORİSİ BAĞLAMINDA PROFESYONEL TURİST
REHBERLİĞİ
Yiğit Can ŞENBAHAR

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Turizm İşletmeciliği Programı

Profesyonel turist rehberliği, ören yerlerinden milli parklara, turizm işletmelerinden müzelere olmak üzere farklı alanlarda sahnelenen, turistlerle birebir temas halinde gerçekleşmesi ve bireylerarası kültürel etkileşimi sağlaması itibarı ile özel önem taşıyan, ekonomik bir faaliyet olmasının yanı sıra uluslararası tanıtımdaki rolü nedeniyle hem gelişmiş hem gelişmekte olan ülkelerde önem taşıyan çeşitli performans, eylem ve faaliyetler bütünüdür. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberleri, turistik deneyimin üretilmesindeki rollerinin yanı sıra ekonomik, sosyal, siyasi ve kültürel bağlamda rolleri olan aktörlerdir.

Bu tez çalışması profesyonel turist rehberliğini, sahnelenen bir performans olarak ele almakta ve profesyonel turist rehberliği performansını, turist rehberlerinin bakış açısı ile anlamayı amaçlamaktadır. Alan yazında turist rehberliği performansı sıklıkla turist bakış açısına odaklanılarak çalışılmıştır. Tez profesyonel turist rehberliğini, turist rehberlerinin bakış açısıyla ele alması ve teorik çerçeve olarak performans çalışmalarının sunduğu performans kuramını profesyonel turist rehberliğine uygulaması bakımından yenilik taşımaktadır.

Profesyonel turist rehberlerinin performanslarını keşfetmeye ve turist rehberlerinin öznel değerlendirmelerini derinlemesine anlamaya yönelik bir çalışma olması nedeniyle, nitel araştırma deseni benimsenmiştir. Öznel anlamları, ilişkiler, faaliyetler ve kendi bağlamları içerisinde anlayabilmek

hedeflenmiştir. Veri toplama aracı olarak, yarı yapılandırılmış görüşme kullanılmıştır. Görüşme soruları, alanyazın ve çalışmanın teorik çerçevesini oluşturan Schechner'in (2013; 2020) *“bir uzay-zaman dizisi olarak performans süreçleri”* boyutları çerçevesinde hazırlanmıştır. Buna göre, profesyonel turist rehberlerinin “performans öncesi”, “performans sırasında” ve “performans sonrasında” sergiledikleri performansları keşfetmeye yönelik üç boyut bulunmaktadır. Çalışma kapsamında yapılan görüşmeler, 9 farklı turist rehberleri odasına bağlı 22 profesyonel turist rehberi ile 2021 yılında Mart-Mayıs ayları arasında gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların onayı ile sesli kayıt alınmış; her görüşme sonrasında görüşmenin notları ve transkripti hazırlanmıştır. Transkriptler tamamlanınca, öncelikle birkaç kez genel okuma yapılmış, sonrasında kodlama ve temaların oluşturulması aşamasına geçilmiştir. Bu aşamada ilgili alan yazın ve Schechner'in performans teorisi birincil çerçeveyi sağlamış ve ayrıca katılımcı görüşlerinin kendine özgü özellikleri de değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışma sonuçları göstermektedir ki profesyonel turist rehberliğinde, performans başlamadan önce, “bireysel hazırlık”, “seyahat acenteleri ve turistik mağazalarla ön çalışma” ve “kültürel farklar” ön plana çıkmaktadır. Çalışmanın bulgularına göre, performans esnasında, “tura hazırlama / ısınma ritüelleri”, “sahne yönetimi ve tur akışı”, “performans öğeleri”, “oyunlar ve etkinlikler” ve “turistik deneyimi artırmaya yönelik performanslar” temaları ortaya çıkmaktadır. Performans sonrasında yönelik, “şoför alkışlatma ve bahşiş toplama”, “arşiv ve yeni performans fırsatları” ve “gündelik yaşama dönme” temaları ön plana çıkmaktadır.

Çalışmanın hedef grubu profesyonel turist rehberleri, turist rehberliği bölümü öğrencileri ve turizmle ilgili meslek sahibi kişilerin yanı sıra, performans çalışmalarıyla ilgilenen öğrenci ve araştırmacılarıdır. Çalışma, disiplinlerarası bakış açısı benimseyerek performans çalışmaları ile turizm çalışmalarını bir arada ele alması, profesyonel turist rehberliğini, bu mesleği yapanların bakış açıları ile anlamaya çalışması bakımından turist rehberliği ile ilgili alanyazına katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler: Performans Teorisi, Profesyonel Turist Rehberliği,
Performans alışmaları**



ABSTRACT
Master's Thesis
PROFESSIONAL TOURIST GUIDANCE IN THE CONTEXT OF
PERFORMANCE THEORY
Yigit Can SENBAHAR

Dokuz Eylul University
Graduate School of Social Sciences
Department of Tourism Management
Tourism Management Program

Professional tourist guidance is a combination of various performances, actions and activities that are staged in different areas, ranging from ancient ruins to national parks, tourism enterprises to museums, in which professional tourist guidance is of particular importance due to the fact that it takes place in one-to-one contact with tourists and provides for interpersonal cultural interaction, and which are important in both developed and developing countries due to their role in international promotion.

This thesis study approaches professional tourist guidance as a staged performance and aims to understand the performance of professional tourist guidance from the point of view of the tourist guides. In the literature, the performance of tourist guidance was often studied with a focus on the tourist perspective. The thesis is novel in that it studies professional tourist guides from the perspective of tourist guides and it applies the performance theory of the performance studies as a theoretical framework to professional tourist guidance. The qualitative research pattern has been adopted because it is a study aimed at exploring the performances of professional tourist guides and understanding the subjective assessments of tourist guides in depth. It is aimed to understand subjective meanings, relationships, activities and within their own context. Semi-structured interview was used as data collection tool. Interview questions were prepared within the framework of Schechner's (2013; 2020) "performance processes as a time-space sequence" dimensions, which

constitutes the theoretical framework of the relevant literature and the study. Accordingly, there are three dimensions to explore the performances of professional tourist guides "before the performance (proto-performance)", "during the performance (performance)" and "after the performance (aftermath)". Interviews within the scope of the study were held between March and May in 2021 with 22 professional tourist guides affiliated to 9 different tourist guides chambers. Audio recording was taken with the consent of the participants; After each interview, notes and transcript of the interview were prepared. When the transcripts were completed, first of all, a few general readings were made, and then the coding and themes were created out of the transcripts. At this stage, the relevant literature and Schechner's performance theory provided the primary framework, and the unique features of participant views were also evaluated.

The results of the study show that "individual preparation", "preliminary work with travel agencies and tourist shops" and "cultural differences" come to the fore before the performance starts in professional tourist guidance. According to the findings of the study, the themes of "preparation for tour / warm-up rituals", "stage management and tour flow", "performance objects", "games and activities" and "performances to increase the touristic experience" emerge during the performance. After the performance, the themes of "asking for applause for the driver and tips collecting", "archive and new performance opportunities" and "returning to daily life" come to the fore.

The target groups of the study are professional tourist guides, students of tourist guiding department and tourism professionals as well as students and researchers interested in performance studies. The present study contributes to the literature on tourist guiding in terms of adopting an interdisciplinary perspective, evaluating performance studies and tourism studies together, and trying to understand professional tourist guiding from the perspectives of those who do this profession.

Keywords: Performance Theory, Professional Tourist Guidance, Performance Studies

PERFORMANS TEORİSİ BAĞLAMINDA PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİ

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR	xiii
TABLolar LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
EKLER LİSTESİ	xvi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİ

1.1. PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİNİN TANIMI	3
1.2. PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİNİN MESLEKİ ÖZELLİKLERİ	6
1.2.1. Mevsimsellik.....	7
1.2.2. Esnek Çalışma Saatleri	7
1.2.3. Değişken Gelir.....	8
1.2.4. Fiziki Güce Dayalı Olma.....	9
1.2.5. Dışsal Faktörlere Bağlılık	9
1.2.6. Mesleki Bilginin Sürekli Yenilenme Mecburiyeti.....	10
1.2.7. İş Güvencesindeki Belirsizlikler	10

1.2.8. Geç Emeklilik.....	11
1.3. PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN SAHİP OLMASI GEREKEN NİTELİKLER	12
1.3.1. Bilgi, Donanım ve Entelektüellik	12
1.3.1.1. Yabancı Dil Bilgisi	13
1.3.1.2. Genel Kültür Bilgisi.....	13
1.3.1.3. Yöre Bilgisi	14
1.3.1.4. Diğer Kültürler Hakkında Bilgi	14
1.3.1.5. İlk Yardım Bilgisi.....	14
1.3.2. Beceri ve Yetenekler	15
1.3.2.1. İletişim, Anlatım ve Yorumlama Becerileri	15
1.3.2.2. Yenilikleri Takip Edebilme ve Liderlik Becerileri	17
1.3.2.3. Tutum ve Davranışları Yönetme Mizahı Kullanabilme Becerileri .	18
1.3.2.4. Donanım Kullanabilme Becerisi.....	19
1.3.3. Fiziksel Görünüm	19
1.4. DÜNYADA TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNİN TARİHÇESİ	20
1.5. TÜRKİYE’DE TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNİN TARİHÇESİ	21
1.6. 6326 SAYILI TURİST REHBERLİĞİ MESLEK KANUNU VE PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİNE GETİRDİĞİ KAVRAMLAR...	22
1.6.1. Eylemli Turist Rehberi	23
1.6.2. Eylemsiz Turist Rehberi	24
1.6.3. Çalışma Kartı.....	24
1.6.4. Ruhsatname	25
1.7. TÜRKİYE’DE BULUNAN TURİST REHBERLERİ ODALARI	25
2.1. PERFORMANS KAVRAMI.....	26
2.2. PERFORMANS KAVRAMININ ORTAYA ÇIKIŞI	27
2.3. PERFORMANS ÇALIŞMALARI.....	29

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE

2.4. PERFORMANS TEORİSİ.....	34
2.4.1. Performans Süreçleri	37
2.4.1.1 Proto-Performans	38

2.4.1.2. Performans	40
2.4.1.3. Performans Sonrası	41
2.5. PERFORMANS TEORİSİ VE PERFORMANS ÇALIŞMALARINDA ÖNE ÇIKAN KAVRAMLAR.....	42
2.5.1. Ritüel.....	42
2.5.2. Eşiksellik.....	44
2.5.3. Oyun	45
2.5.4. Performatiflik	47
2.6. TURİZMDE PERFORMANS ÇALIŞMALARI.....	48
2.7. TURİZMDE PERFORMANS ÇALIŞMALARI KAPSAMINDA ÖNE ÇIKAN KAVRAMLAR.....	52
2.7.1. Performatif Dönüş	52
2.7.2. Sahnelenmiş Özgünlük.....	54

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PERFORMANS TEORİSİ BAĞLAMINDA PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİ

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI	56
3.2. ARAŞTIRMANIN KISITLARI.....	57
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE VERİ TOPLAMA SÜRECİ	58
3.4. ARAŞTIRMA SORULARI VE KATILIMCILARIN BİLGİLERİ	59
3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	61
3.5.1. Performans Öncesine Yönelik Bulgular.....	62
3.5.1.1. Bireysel Hazırlık	62
3.5.1.2. Seyahat Acenteleri ve Turistik Mağazalarla Ön Çalışma.....	63
3.5.1.3. Kültürel Farklar	64
3.5.2. Performansa Yönelik Bulgular	65
3.5.2.1. Tura Hazırlanma / Isınma Ritüelleri	66
3.5.2.2. Turistleri Tura Hazırlama / Isındırma	66
3.5.2.3. Sahne Yönetimi ve Tur Akışı.....	69
3.5.2.4. Performans Öğeleri.....	72
3.5.2.5. Oyunlar ve Etkinlikler.....	76
3.5.2.6. Turistik Deneyimi Artırmaya Yönelik Performanslar	78

3.5.3. Performans Sonrasına Yönelik Bulgular	80
3.5.3.1. Şoför Alkışlatma ve Bahşış Toplama	80
3.5.3.2. Arşiv ve Yeni Performans Fırsatları	82
3.5.3.3. Gündelik Yaşama Dönme	84
SONUÇ	88
KAYNAKÇA	94
EKLER	111



KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ANRO	Ankara Turist Rehberleri Odası
ARO	Antalya Rehberler Odası
ATRO	Aydın Turist Rehberleri Odası
BMA	Brooklyn Müzik Akademisi
GARO	Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası
İRO	İstanbul Turist Rehberleri Odası
İZRO	İzmir Turist Rehberleri Odası
MUTRO	Muğla Turist Rehberleri Odası
NERO	Nevşehir Turist Rehberleri Odası
s.	Sayfa No
TRO	Trabzon Bölgesel Rehberler Odası
TUREB	Turist Rehberleri Birliği

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Katılımcı Bilgileri

s. 60



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Çalışmada İzlenen Araştırma Yöntem Aşamaları	s. 59
Şekil 2: Profesyonel Turist Rehberlerinin Performans Süreçleri	s. 86



EKLER LİSTESİ

Ek 1: 16.07.2010 Tarih ve 27643 Sayılı Resmî Gazete’de Ulusal Meslek Standardı “*Profesyonel Turist Rehberi Seviye 5*” İsimli ve 10UMS0076-5 Referans Kodlu Yayında Geçen, Profesyonel Turist Rehberliğinde Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipman Listesi

s. 112

Ek 2: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

s. 113



GİRİŞ

Turist, sosyal dünyanın bir metaforu (Dann, 2002) ve turizm hareketliliği ise modern dünyanın tanımlayıcı özelliklerinden birisidir. Covid-19 küresel pandemisinden önce, 2019 yılında, uluslararası turizm hareketliliği %4 büyüyerek 1,5 milyar kişiyi kapsayan bir hareketlilik haline gelmiştir (UNWTO, 2020). Küresel pandeminin etkisiyle 2021 yılı ilk çeyreğinde turist sayısında 2019 yılına nazaran %85 azalma gerçekleşmiş ve bu durum yaklaşık 260 milyon yabancı turistin kaybedilmesi anlamına gelmiştir (UNWTO, 2021). Söz konusu rakamlar turistlerin yer değiştirmesinin, diğer bir ifadeyle turist hareketliliğinin modern dünyadaki hareketlilik içindeki önemini göstermektedir. Turizmin günlük yaşamdan kaçışın bir yolu olarak farklılaştırılmış deneyim sunması ve turistik deneyimin sadece bir ekonomik bir faaliyet değil, bedensel, görsel, işitsel, duygusal ve yüz yüze üretimin ve tüketimin bir şekli olması (Larsen, 2009) nedeniyle, turizm çalışmaları ile performans çalışmalarının birlikte ele alınması önem kazanmaktadır. Turistik turlar, MacCannell'in tabiri ile adeta bir "törenselleştirilmiş" düzen içerisinde gerçekleşirken, turistik geziler "sosyal olarak inşa" edilmektedir (1976/1999). Bu inşa sürecinde profesyonel turist rehberlerinin rolü büyüktür.

Profesyonel turist rehberleri, genellikle turistik faaliyetlere katılan turistlerin karşılaştığı ilk kimseler olmakla birlikte, destinasyonun tanıtımında ve temsilinde önemli roller oynayan aktörlerdir. Profesyonel turist rehberinin, turistlerle olan ilk etkileşimdeki tutumu, konuşması, tavırları ve bilgisi gibi unsurlar, turistlerin ülke ve ziyaret edilen destinasyon hakkındaki ilk izlenimlerini oluşturmakta ve bu etkileşimler tur boyunca, profesyonel turist rehberlerinin performanslarıyla şekillenmektedir. Profesyonel turist rehberlerinin ortaya koyduğu performanslar, turistik deneyimin yaratılmasında önemli rol oynamaktadır.

Performans kavramı, genel olarak performans çalışmaları içinde gösteri ve sahne sanatları başta olmak üzere gündelik yaşama etki eden tüm kültürel çıktılarının değerlendirilmesini içeren bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Çalışmanın teorik temelini oluşturan Schechner'in performans teorisi (2013; 2020), günlük yaşamda performansın ve performans sergilemenin, izleyiciler ve katılımcılar için bir eylemin altını çizmek, aşırılıklara gitmek ve gösteriş yapmak olduğunu kabul

etmekte ve 21. yüzyıl modern insanının yaşamında performansın yerine dikkat çekmektedir. Bununla birlikte performans sergilemek, “olmak, yapmak, yapılaşını göstermek ve yapılaşını göstermeyi açıklamak” şeklinde de anlaşılabilir (Schechner, 2002: 28) Bu bağlamda, bir profesyonel turist rehberinin destinasyon temsillerinde ve anlatımlarında yaptığı eylem ve faaliyetler nedeniyle performans teorisi özelinde bir performans sanatçısı gibi ele alınması mümkün olmaktadır.

Alan yazında profesyonel turist rehberlerinin rollerine dair eğitimci, diplomat, psikolog, misyoner, eğitmen, ev sahibi, öğretmen, bilgi kaynağı, bilgi veren, hikâye anlatıcı, yol bulucu, arabulucu vb. gibi birçok tanımlamalar mevcuttur (Holloway, 1981; Cohen, 1985; Hughes, 1991; Pond, 1993; Mancini, 2001; McDonell, 2001; Zhang ve Chow, 2004; Salazar, 2005; Çetin ve Yarcın, 2017). Bu tez çalışması profesyonel turist rehberliğini, sahnelenen bir performans olarak ele almakta; performans olarak profesyonel turist rehberliğini, turist rehberlerinin bakış açısı ile anlamayı amaçlamaktadır. Turizm alan yazınında turist rehberlerinin performansı çoğunlukla turist bakış açısı ile çalışılmıştır (Lopez, 1980; Whipple ve Thach, 1988; Hughes, 1991; Crick, 1992; Wong, 2001; Bowie ve Chang, 2005; Hueng, 2008; Peake vd., 2009; Huang vd. 2010; Chen vd., 2011; Arslantürk vd. 2013; Chang, 2014; Weiler ve Black, 2015; Nguyen, 2015; Lin vd., 2017; Hansen ve Mossberg, 2017; Aksaray ve Ateş, 2019; Özsoy ve Tayfun, 2020). Bu tez çalışmasının taşıdığı yenilik, performans çalışmaları literatüründeki performans teorisi ekseninde profesyonel turist rehberliğini anlamaya çalışmasıdır. Profesyonel turist rehberliği Schechner’in performans teorisindeki kategorilerden yola çıkılarak incelenmiştir.

Turist rehberlerinin bakış açılarını keşfetmek amacıyla 9 farklı turist rehberleri odasından, 22 profesyonel turist rehberi ile 2021 yılında Mart-Mayıs aylarında yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Keşfe yönelik bir çalışma olduğu için niteliksel araştırma deseni benimsenmiştir.

Tezin birinci bölümü kavramsal çerçeveye ayrılmıştır. Bu bölümde profesyonel turist rehberliği tanımlanmakta, profesyonel turist rehberliğinin mesleki özellikleri verilmekte, profesyonel turist rehberlerinin sahip olması gereken özellikler hakkında bilgi verilmekte, dünyada ve Türkiye’de turist rehberliği mesleğinin tarihçeleri verilmekte, 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunun profesyonel

turist rehberliğine getirdiği kavramlardan bahsedilmekte ve Türkiye’de bulunan turist rehberleri odalarından bahsedilmektedir.

İkinci bölümde çalışmanın kuramsal arka planı verilmektedir. Bu bölümde performans kavramı açıklanmakta, performans kavramının ortaya çıkışından bahsedilmekte, performans çalışmaları hakkında bilgi verilmekte, performans teorisi açıklanmakta, performans teorisi ve performans çalışmalarında öne çıkan kavramlar hakkında bilgiler verilmekte, turizmde performans çalışmalarına değinilmekte ve turizmde performans çalışmaları kapsamında öne çıkan kavramlar hakkında bilgiler verilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise alan araştırması yer almaktadır. Bu bölümde araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırmanın kısıtları, araştırmanın yöntemi ve veri toplama süreci, araştırma soruları, araştırmanın bulguları ve sonuç bölümleri yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİ

Bu bölümde öncelikle profesyonel turist rehberliği tanımı, profesyonel turist rehberliğinin mesleki özellikleri, profesyonel turist rehberlerinin sahip olması gereken nitelikler, dünyada turist rehberliği mesleğinin tarihçesi, Türkiye’de turist rehberliği mesleğinin tarihçesi, 6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve profesyonel turist rehberliğine getirdiği kavramlar ile Türkiye’de bulunan turist rehberleri odaları hakkında bilgiler verilecektir.

1.1. PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİNİN TANIMI

Profesyonel turist rehberliği mesleği ve turist rehberleri alan yazında çeşitli şekillerde tanımlamaktadır. Turist rehberliği bir destinasyonu ve yeri tanııtma, bilgilendirme, ziyaretçiler ile ülkesi arasında köprü görevi görme, ziyaretçilere yol göstererek liderlik yapma işi olarak görülmektedir (Acar 2014: 5). Turist rehberleri, bağlı olduğu seyahat acentesinin adına tura liderlik eden kişiler olarak, tura katılan kişilerin ya da turistlerin gezdikleri destinasyonlar ve kültürlerden hoşnut kalmasını sağlayan, ülke imajının oluşturulmasında önemli bir yere sahip kişilerdir (Çokal,

2015: 20). Çimrin (1995: 10), turist rehberlerini “turistlere, misafirlere ve ziyaretçilere eşlik ederek, anıt, türbe, tarihi yer, mabet, sanat eseri, kalıntı, folklor ve doğal güzellikler gibi birçok konuda bilgiler veren, gezdiren, onlarla temas halinde bulunan ve sağlayan kişiler” şeklinde tanımlamaktadır. Buna göre, turist rehberliği, turistlere bilmedikleri bir destinasyonu tanıtmaya ve destinasyon hakkında kültürel, coğrafi ve tarihi bilgiler vererek destinasyonu farklı açılardan temsil etme görevini kapsamaktadır.

Ahipaşaoğlu’na göre (2001: 90), turist rehberleri “bir destinasyona ulaşmış turistlere yol gösterip rehberlik eden, bilgi aktarımı ve iletimi yapan, destinasyonu tanıtan, iş tanımları ve mesleki görevleri gereği turistlerle birebir yakın temas halinde olan, ürünü birlikte üreten, turistlerin mutluluk ve şikâyet gibi duygularını birlikte yaşayan, tur operatörlerine bağlı olarak çalışan, deyim yerindeyse turizmin ‘cephede savaşan neferleri’; deneyimleri, geri bildirimleri ve gözlemleri ile kaliteyi ve turizmin geleceğine şekil veren elemanlar”dır. Söz konusu tanım turist rehberleri ile turistlerin, turistik deneyimi ortak yaratma sürecini vurgulamakta, turist rehberlerinin turistlerle doğrudan iletişime sahip olmaları nedeniyle turistik ürünün niteliğine ve genel olarak turizmin gelişmesine katkılarını ön plana çıkarmaktadır. Pond (1993’ten aktaran Ap ve Wong, 2001: 552), turist rehberini sorumluluk üstlenme kabiliyetine sahip olan bir lider, misafirlerin ziyaret ettikleri yerleri anlamasını sağlayan bir eğitmen, misafirperverliği artıran ve misafirlerin destinasyona geri dönmelerini isteyeceklerini sağlayan bir büyükelçi, misafir için rahat ve sıcak bir ortam yaratabilecek bir ev sahibi, bir önceki dört karakterin ne zaman ve nasıl gerçekleşeceğini bilen bir kolaylaştırıcı şeklinde ifade etmiştir. Pond’un tanımı turist rehberliğinin ilişkisel yönünü vurgulamakta; turist rehberlerini ev sahibi, elçi, eğitmen, lider gibi sosyal rolleri itibarı ile tanımlamaktadır.

Dünya Turist Rehberi Dernekleri Federasyonu (World Federation of Tourist Guide Associations), 2003 yılında Dunblane, Birleşik Krallık’ta yapılan 10. Uluslararası Kongre’de, turist rehberi tanımını “ziyaretçileri seçtikleri dilde yönlendirip hizmet sağlayan ve genellikle belirlenmiş ve resmi bir otorite tarafından verilen ve/veya tanınan belirli bir destinasyona özgü niteliklere sahip olan bir destinasyonun kültürel ve doğal zenginlik ya da miraslarını yorumlayan ve aktaran bir kişi” olarak kabul etmiştir. Söz konusu tanım, rehberlerin yorumlayıcı ve aktarıcı

rollerini ön plana çıkarmaktadır. Ap ve Wong (2001: 551), turist rehberlerinin ev sahibi ile ziyaretçileri arasındaki temel arayüz olduğuna ve destinasyon tarafından sunulan tur hizmetlerinin genel izleniminden ve memnuniyetinden sorumlu olan ön saf çalışanlar olduğuna dikkat çekmektedir. Böylece rehberlerin turistlerin aracılık işlevine vurgu yapmaktadır. Dahles (2002: 798), rehberlerin yerel ve ulusal kültürün tanıtılmasındaki aracılık görevinin, siyasi önemine dikkat çekmektedir. Bu durum, ülkelerin ulusal önem taşıyan konular için turizmi stratejik bir araç kullanmaları ile ilgilidir. Bu bakış açısı, turist rehberlerini ulusal ölçekte stratejik aktörler haline getirmektedir.

2014 yılında 29217 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği 3. Maddesi’nde turist rehberliği hizmeti *“seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi”* şeklinde ifade edilirken, turist rehberi ise *“kanun ve yönetmelik hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişi”* şeklinde ifade edilmektedir. Resmi gazetedeki tanım, Dünya Turist Rehberi Dernekleri Federasyonu’nun tanımı ile büyük ölçüde benzerlik taşımakla birlikte, turistlerin hizmet tüketicisi olarak görülmesi ve rehberlerin turistik hizmet ürününü tüketiciye satıldığı şekilde yönetmesinden bahsedilmesi itibarı ile farklıdır. Burada, rehberlerin ekonomik bir ürün olarak turistik deneyimin üretilip tüketilmesinde, turistik ürünün organize edilip yürütülmesindeki etkisi ifade edilmektedir.

Rehberli turların çoğunda, turist grubu için bir rehber vardır. Rehberli turlar, rehberin kendi tarzını ve kendi tur içeriğini gruba göre ayarlayabilmesine imkân tanır ve rehberli turlarda karşılıklı iletişim yoluyla ya da diğer yollarla grup üyelerinin etkileşimini ve katılımını sağlamak mümkündür (Weiler ve Black, 2015: 4). Profesyonel turist rehberliği için yapılan tanımlardan hareketle, turist rehberlerinin destinasyonun tanıtımını yapan, ziyaretçiler ve destinasyon arasında elçilik, aracılık

görevi gören, destinasyonun taşıdığı tarih, kültür, çevre, doğa gibi turistik unsurları kullanarak turistik deneyimi, ziyaretçiler ile birlikte oluşturan ve bunu ziyaretçilere sunan, anlatan, temsil eden, gerek destinasyon ve ülke imajının gerekse ekonomik ürün olarak turizm hizmetinin yönetilmesinde stratejik öneme sahip kişiler olduğunu söylemek mümkündür.

1.2. PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİNİN MESLEKİ ÖZELLİKLERİ

Seyahat etmenin var olduğu zamandan itibaren, rehberlik mesleğinin de var olduğu düşünülmektedir (Black ve Sam, 2005; Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013). Tek tip rehberlik olmadığı gibi, tek tip tanımlama ya da rehber modeli de yoktur. Örneğin, kitle turizmine hizmet veren turist rehberleri daha genel yetkinliklere sahip iken, eko-turizm gibi daha küçük ve özelleşmiş turizm türüne hizmet verenlerin, bu alanda uzmanlaşmış olmaları beklenilmektedir (Weiler ve Black, 2015: 18). Önceki bölümde verilen tanımlar, mesleğin bazı unsurlarını ortaya koymaktadır. Örneğin, turist rehberliği mesleği, dil becerisinde uzmanlaşmayı, belirli kültürel ve coğrafi alanla ilgili bilgiyi ilham verici ve eğlenceli şekilde yorumlamayı, farklı sosyal rolleri aynı anda oynamayı gerektirmektedir. Önceki bölümde verilen tanımlarda ortaya çıkan unsurlara ek olarak, profesyonel turist rehberliği mesleğinin özellikleri, mevsimsellik, esnek çalışma saatleri, değişken gelir, fiziksel güce dayalı olma, dışsal faktörlere bağlılık, mesleki bilgiyi sürekli yenilenme mecburiyeti, iş güvencesindeki belirsizlikler, geç emeklilik olarak belirtilebilir.

Lundberg (1990'dan aktaran Polat, 2001: 35)'e göre, "profesyonel turist rehberliği mesleği kimi zaman oldukça sinir bozan, basitçe yapılabilen, sıradan, tekdüze ve bazen de çok karışık olabilir. Deniz gezintisi yapan tekne veya gemideki turist rehberi için işi çok rahatlatıcı ve kolay olabilirken, Afrika'da safari turu yapan bir grubu olan bir turist rehberi için ise çok büyük sorunlar, hastalık ve kişisel deformasyonlarla karşılaşabilmektedir". Profesyonel turist rehberliğinin yapıldığı destinasyon şartları, rehberlik edilen tur grubunun ve yapılan turun özellikleri gibi faktörlerin, turist rehberliği mesleği üzerinde büyük etkisi vardır. Ayrıca, profesyonel turist rehberliğinin dışarıdan genelleme yoluyla görülemeyen ancak meslek icra edildiğinde anlaşılan, kendine özgü mesleki nitelikleri de bulunmaktadır. Bu tez

alışması profesyonel turist rehberliği mesleğini, kendine özgü özellikleri ile profesyonel turist rehberlerinin bakış açılarından anlamaya çalışması bakımından önem taşımaktadır.

1.2.1. Mevsimsellik

Turizmde, bir destinasyonun turizm faaliyetlerinin ve bununla birlikte gelişen arz ve talebin özelliklerinden birinin de mevsimsellik olduğu bilinmektedir. Kennedy (1999: 26), turizm sektöründe mevsimselliği “yılın belli başlı dönemlerinde turizm talebindeki ve niceliğindeki kesin ve sivri yükselmeler ve/veya alçalmalar” olarak ifade etmektedir. Turizm talebinin yüksek olduğu sezonda, turizmin her iş kolunda ihtiyacın artması nedeniyle, turist rehberi ihtiyacı da yükselmektedir. Seyahat acenteleri genel olarak yüksek sezonda daha fazla rehberle çalışırken, düşük sezonda az rehberle çalışmayı tercih etmektedir. Bu nedenle birçok profesyonel turist rehberi, düşük sezonda işsiz kalmaktadır. Bu durum, turist rehberin sezonda elde ettiği gelirle tüm yılı geçirmesine, bireysel sigorta yaptırmamış işe sigortasız kalmasına ya da turist rehberliği dışında başka mesleklere yönelmesine sebep olmaktadır. Böylelikle profesyonel turist rehberleri sosyal, iş güvencesinden ve mesleki gelirden yoksun kalmaktadırlar.

1.2.2. Esnek alışma Saatleri

Profesyonel turist rehberliğinde, yapılacak turun ve rehberlik edilecek grubun özelliklerine göre değişkenlik gösterse de genel olarak uzun, esnek ve değişebilen çalışma saatleri bulunmaktadır. Sabah 9, akşam 17 gibi mesai türleri ve hafta sonu tatili gibi diğer mesleklerin sahip olduğu özellikler, turist rehberliği mesleğinde bulunmamaktadır. Turlar genel olarak sabah 6.30 – 7.00’de başlamakta ve 23.00 – 00.00’de bitmektedir. Tangüler (2002: 41), turist rehberlerinin 24 saat görevlerinin başında olduğunu ve özel yaşamlarının her zaman misafirlerin gözleri önünde olduğu ifade etmektedir. Belli bir çalışma saatinin olmaması, profesyonel turist rehberlerinin düzenli bir sosyal ve ev yaşamı olmasının önüne geçmektedir. Profesyonel turist rehberleri, tur grubundaki tüm misafirlerin sorumluluğunu üstlenmektedirler. Bu

sebeple turdaki misafirler en ufak sorun, istek ya da talepte bulunurken saat gözetmeksizin turist rehberiyle iletişime geçebilmektedir. Birçok insanın sorumluluğunu saat gözetmeksizin üstlenmek, turist rehberleri için psikolojik ve fizyolojik olarak yıpratıcı olmaktadır. Özellikle yüksek sezonda, mevsimsellik sorunu nedeniyle profesyonel turist rehberleri daha fazla çalışmak ve art arda tur yapmak istemektedirler. Bu durum, turist rehberlerinin zihinsel ve fiziksel olarak yıpranmasına yol açmaktadır. Bu nedenle profesyonel turist rehberliğini sınırlı zamanlı bir meslek olarak değil, yaşam biçimine etki eden bir meslek olarak ele almak mümkündür.

1.2.3. Değişken Gelir

Profesyonel turist rehberleri çoğu zaman seyahat acenteleriyle sözleşmeye bağlı ve belirlenen bir maaş üzerinden çalışırken, bazı turist rehberleri serbest çalışmayı tercih etmektedirler. Serbest çalışmayı tercih eden turist rehberleri ise tur başına taban ücret üzerinden gelir elde etmektedir. Taban ücretler her yıl T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Ocak ve Temmuz aylarında belirlenmektedir. Belirlenen taban ücretlerin seyahat acentesi tarafından ödenmesi ve turist rehberlerinin de belirlenen taban ücretlerin altında tur kabul etmemesi zorunlu kılınmıştır. Bunlarında dışında turist rehberlerinin bir gelir kaynağını da bahşişler ve satışlardan elde edilen komisyonlar oluşturmaktadır. Misafirlerin tur boyunca alışveriş yapmaları mecburi olmamakla birlikte, genel olarak turistlerin alışverişe para harcayacağı varsayılarak, tur ücretleri aşağıya çekilebilmektedir. Bu durumun, turistik ürün mağazaları ve seyahat acenteleri arasında soruna neden olduğu yapılan çalışmalar tarafından ortaya konulsa da (Acar vd., 2020), genel olarak bu elde edilen kazançların uluslararası sahada turist rehberi ve seyahat acentelerin ortak gelirleri konumunda sayılmaktadır. Profesyonel turist rehberlerinin satış yapabilme kabiliyetlerine göre yapılan satışların belirli bir yüzdesini turist rehberi almaktadır. Tangüler (2002: 42), turist rehberlerinin gelirlerinin alınan komisyonlarla birlikte ikiye katlanabildiğini ifade etmektedir.

1.2.4. Fiziki Güce Dayalı Olma

Değirmencioğlu (2003: 22), turizmde ara iş gücü elemanları arasında turist rehberinin, en yıpratıcı ve ağır görevlerden birini yerine getirdiğini ifade etmektedir. Profesyonel turist rehberlerine en fazla ihtiyaç duyulan turları kültürel turlar oluşturmaktadır. Ören yerlerinin genel olarak sert yamaç, yokuş ve engebeli arazilerde bulunması sebebiyle turist rehberlerinin kondisyonunun iyi olması gerekmektedir. Profesyonel turist rehberleri görevleri gereği her yaştan misafirlere rehberlik etmektedirler. Misafirler turist rehberinin kendisinden daha yaşlı ve genç olabilirken, turist rehberinden daha fazla enerjik olabilirler. Bu sebeple turist rehberi temposunu, tur grubuna uyacak şekilde ayarlamak durumundadır. Bir profesyonel turist rehberi, müşterilerden erken kalkmak, müşterileri organize etmek ve turun en iyi şekilde yürütülmesini sağlamak durumundadır. Bu durum, profesyonel turist rehberlerine stres bindirse dahi, bir rehber mesleğine devam edebilmek için her zaman sağlığını korumak zorundadır. Mesleğin bu özelliği yüzünden profesyonel turist rehberliği, gençlik yıllarının mesleği görülmekte ve birçok işin ağırlığı sebebiyle ileriki yaşlarda şehir ve müze rehberliği gibi daha az fiziksel efor gerektiren alanları tercih etmektedirler.

1.2.5. Dışsal Faktörlere Bağlılık

Profesyonel turist rehberleri mesleklerinde ne kadar başarılı olursa olsunlar, bazı durumlarda çevresel faktörleri kontrol etmekte ve dışsal faktörlere bağlı (Polat, 2001; Çolakoğlu vd., 2010; Çetin ve Kızılırmak, 2012; Acar, 2014) olarak güçlük yaşamaktadırlar ve bu durumlar, profesyonel turist rehberlerini zor bir duruma düşürebilmektedir. Bir turda işler her zaman planlandığı ve beklendiği gibi gitmeyebilmektedir. Bunlara örnek olarak; tur otobüsünde turun başlayamamasına ya da devam edememesine neden olacak herhangi bir arıza, turun gerçekleştiği destinasyonda gerçekleşen terör olayları, destinasyonu ya da dünyayı etkisi altına alan sağlık krizleri, tur başında ve esnasında misafirlerin ya da turist rehberinin başına gelebilecek kazalar ve seyahat acentelerinin turist rehberlerine vermekle

yükümlü olduğu ücretleri daha ucuza getirmek için yabancı vatandaşları bir turist rehberi gibi çalıştırması ya da taban ücretin altına çalışmayı kabul eden bazı turist rehberlerinin neden olduğu zorluklar örnek verilebilir.

1.2.6. Mesleki Bilginin Sürekli Yenilenme Mecburiyeti

Profesyonel turist rehberleri görevleri gereği sürekli sunum, tanıtım ve anlatım yapmaktadırlar. Bir profesyonel turist rehberi bilgi ve birikim donanımı açısından yetersiz olduğuunda müşterilere eksik ya da yanlış bilgiler aktaracak ve bu durum, müşterilerin turist rehberine olan güvenlerinin kaybolmasına ve tur sonunda müşterilerin tatminsizlikleriyle sonuçlanacaktır. Özellikle günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, internette tur yapılan destinasyona dair birçok bilginin bulunması, turist rehberlerinin yanlış bir anlatımının çok kolay fark edilmesini sağlamaktadır. Bu sebeple profesyonel turist rehberleri, müşteriler karşısında yetersiz ve eksik kalmamak için sürekli okumak, araştırmak, güncel bilgi ve haberleri takip etmek ve kendilerini ve bilgilerini yenilemek zorundadırlar (Gürsoy ve Karaman, 2019: 91). Bilgi doğası gereği kısır değil, sürekli gelişen ve büyüyen bir yapıdadır. Bilim ve teknolojinin gelişmesi, günden güne arkeolojik ve kültürel keşiflerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Profesyonel turist rehberi de bu yeni bilgi ve keşifleri, en iyi şekilde misafirlerine sunabilmek için sıkı bir disiplinle kendilerini geliştirmek zorundadır.

1.2.7. İş Güvencesindeki Belirsizlikler

Profesyonel turist rehberliğinde, üstte verilen başlıklar gibi nedenler sebebiyle, iş bulma ya da bulunan işin sürekliliğinin garantisi bulunmamaktadır. Yüksek sezonda iş bulamayan bir rehber, bir gelir elde edememekte ve sosyal güvenceye sahip olamamaktadır. Bunların yanı sıra bazı seyahat acenteleri, tur giderlerini azaltıp daha fazla kazanç elde etmek için sürekli olarak daha uyguna çalışabilecekleri profesyonel turist rehberleri aramaktadırlar. Yine bazı seyahat acentesi işletmeleri, kokartsız ve eğitimsiz rehberler çalıştırma yoluna gitmekte ve kokartlı, alanında eğitim almış gerçek turist rehberlerinin haklarının yenmesine ve iş

bulamamasına sebep olmaktadır. Ahıpaşaoğlu (2002: 2), turist rehberlerinin “bir anlamda kamu görevi gördüklerinden, ancak değil kamu görevinde, özel sektörlerde bile iş arama garantilerinin olmadığını” ifade etmektedir.

1.2.8. Geç Emeklilik

Profesyonel turist rehberleri herhangi bir acente ile bordrolu olarak çalıştığında, sigorta primleri işveren tarafından ödendiği için emekli olmakta bir sorun yaşamamaktadır ancak her zaman durum böyle olmamaktadır. Günümüzde birçok profesyonel turist rehberi serbest ve kendi adına çalıştığı için, serbest meslek erbabı olarak geçmektedirler. Bu durumda turist rehberleri sigorta primlerini kendileri ödemektedirler. İş bulamayan, sezonu iyi geçiremeyen birçok rehber primlerini ödemekte zorluk çekmekte/ödeyememekte ve sosyal güvencesiz çalışmaktadır. 2013 – 2019 yılları arasında görev yapan Turist Rehberleri Birliği (TUREB) başkanı Zeki Apalı’nın, SGK ve Turist Rehberleri Birliği’nin, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi’nde yapılan toplantıdaki ifadeleri dikkat çekmektedir;

“Kendilerinin sigortalı olduğunu düşünen ve sanan, gerçekte sigortalı olmayan profesyonel turist rehberlerimiz var. İlk işe başlarken sigorta girişleri oluyor ancak bir süre sonra çıkışları yapılıyor, turist rehberlerimiz ise bunun farkında dahi olmuyor. Turist rehberleri alanda çalıştıkları için prosedür ve evrakları sürekli takip eden kişiler değiller.”
(Haber7, 2015)

Sigorta sorunları, yukarıdaki ifadeden de anlaşılabilceği üzere turist rehberliğinin önemli sorunlarından biri olarak kabul edilmektedir. Sigorta sorunu, profesyonel turist rehberlerinin gelecekteki sağlık sorunlarında ve emeklilikte, sosyal bir güvence olmaması veya çok geç olması anlamına gelmektedir.

Sonraki bölümde mesleğin kendine özgü özellikleri itibarı ile profesyonel turist rehberlerinden taşınması beklenen özellikler incelenmektedir.

1.3. PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN SAHİP OLMASI GEREKEN NİTELİKLER

Profesyonel turist rehberleri, turizm sektöründe aktif rol oynayan kişilerdir. Bu nedenle turizm sektöründeki görevleri ve sorumlulukları aynı oranda büyüklük göstermektedir. Profesyonel turist rehberleri kişisel ve mesleki olarak birçok çeşit bilgi, birikim ve donanımına sahip olmak zorundadırlar. Ahipaşaoğlu (1997'den aktaran Polat, 2001: 23), turist rehberlerinin niteliğini “rehberlik, çok büyük bir bilgi birikimi, onun da ötesinde çok yönlü bir eğitim gerektirir. Turist rehberleri, birer küçük bilgi devi olmasının yanı sıra, iyi bir yönetici, iyi bir kültür insanı, iyi bir psikolog ve iyi bir sosyolog olmak durumundadır” şeklinde ifade etmektedir.

Genel olarak ülkeye tur ile gelmiş turistlerin, ülkeye ilk ayak bastıklarında karşılaştığı kişileri ve etkileşimleri profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. Bu etkileşim tur boyunca devam etmektedir. Profesyonel turist rehberinin ilk etkileşimdeki tutumu, konuşması, tavırları ve bilgisi gibi unsurlar, turistlerin ülke ve ziyaret edilen destinasyon hakkındaki ilk izlenimlerini oluşturmaktadır (Güzel, 2007: 11). Bu nedenle turizm elçisi şeklinde ifade edilen ve destinasyon ile turistler arasında bir arayüz görevi gören profesyonel turist rehberlerinin sahip olması gereken belli başlı nitelikler bulunmaktadır. Profesyonel turist rehberlerinin sahip olması gereken nitelikler aşağıda başlıklar halinde verilmiştir;

1.3.1. Bilgi, Donanım ve Entelektüellik

Profesyonel turist rehberliğinin yüksek bilgi birikimi ve bilgi birikiminin en iyi şekilde aktarılmasını gerektirdiği düşünüldüğünde, turist rehberlerinin bir nevi öğretmen rolü üstlendikleri söylenebilir. Cohen vd. (2002: 920), rehberlerin artık sadece yol işaretlerini okuyan ve kampa götüren bir yol gösterici olmadığını ve turistlerin gördüklerinde anlam bulmalarına yardımcı olan ruhani bir eğitici olduklarını, ayrıca tur rehberlerinin sadece rehberlik ettikleri bölgenin tarihi ve coğrafyasını değil, aynı zamanda grupların motivasyonları, dinamikleri, kültürel ve etnik köken gibi sosyolojik ve psikolojik alanlarda da bilgi sahibi olmaları

gerektiğini ifade etmektedirler. Rehberlerin yabancı dil bilgisi, genel kültür bilgisi, yöre bilgisi, diğer kültürler hakkında bilgi, ilk yardım bilgisine sahip olması gerekir.

1.3.1.1. Yabancı Dil Bilgisi

Profesyonel turist rehberlerinin kendi ülkelerinin turistlerine rehberlik yapmanın yanında birçok farklı milletten turistlere rehberlik yaptığı dikkat alınmalıdır. Bu sebeple turist rehberinin, en az bir dili çok iyi bilmesi, konuşması ve bilgilerini konuştuğu dile göre aktarabilmesi gerekmektedir. Seyahat acenteleri, ülkeye getirdikleri turistlerin ana dilini bilen rehberlerle çalışmaktadırlar. Bu nedenle bir rehberin hem iş bulabilmesi hem de mesleki başarı elde edebilmesi için yabancı dili çok iyi bilmesi gerekmektedir. Nitekim, profesyonel turist rehberliği mesleğine kabul edilebilmek için gerekli koşullardan biri de yabancı dildir ve 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu Madde 3, (ç) bendinde açıkça aşağıdaki şekilde belirtilmiştir;

“Birliklerin ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliğinin ortak önerileri ve Bakanlığın onayı ile belirlenen yabancı dillerden birinde, Bakanlığın gözetim ve denetimi altında yapacağı veya konusunda uzmanlaşmış kamu kurum veya kuruluşlarına yaptıracağı yabancı dil sınavında başarılı olmak veya yönetmelikle belirlenen yabancı dil yeterlik belgelerinden birine sahip olmak...” (Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012)

1.3.1.2. Genel Kültür Bilgisi

Rehberlerin, genel kültür bilgisi açısından da donanımlı olması gerekir. Turistler sadece gezecekleri destinasyona ait kültürel, tarihi, coğrafi ve turistik özellikleri değil, bulundukları ülkenin sosyo-ekonomik, hukuk, siyasi tarih ve dış politikası hakkında da bilgi sahibi olmak isteyebilmektedirler. Bu sebeplerle profesyonel turist rehberi bu gibi konular üzerinde bilgi sahibi olmalı ve turisti bilgi açısından tatmin edebilmelidir. Profesyonel turist rehberlerinin en önemli sermayeleri entelektüel birikimleridir. Türk Dil Kurumu Sözlükleri (TDK, 2021), entelektüel kelimesini “aydın” olarak tanımlamakta ve aydın kelimesini ise “kültürlü, okumuş, görgülü ve ileri düşünceli kimseler” olarak ifade etmektedir. Bu bağlamda,

profesyonel turist rehberlerinin turistlerle birebir iletişim ve temas halinde olmaları, ülkelerinin tanıtımlarında elçi gibi önemli rollerde bulunmaları açısından destinasyona dair yöneltilen tüm sorular hakkında bilgili, kültürlü ve aydın kimseler olması gerekmektedir.

1.3.1.3. Yöre Bilgisi

Profesyonel turist rehberlerinin en önemli görevlerinden biri turun gerçekleştirildiği yöreyi, destinasyonu turistlere en iyi şekilde tanıtmak, anlatmak ve ziyaret ettikleri yer hakkında misafirlere bilgi vermektir. Bunun gerçekleşebilmesi için turist rehberinin destinasyonu tüm yönleri ve özellikleri tanıması ve özümsemesi gerekmektedir. Örnek olarak bir turist, sadece bir yörede yetişen bir çiçek hakkında bilgi sahibi olmak isteyebilir. Bu durumda turist rehberinin yöreye ait flora bilgisinin de olması gerekmektedir. Turistler genel olarak profesyonel turist rehberlerine eğitimci gözüyle bakmakta ve tüm sorularına cevap verebileceklerini düşünmektedirler.

1.3.1.4. Diğer Kültürler Hakkında Bilgi

Birçok farklı milletten turistlerle çalışan profesyonel turist rehberleri, turistlerin sadece dillerini değil, aynı zamanda ülkelerinin sosyal, ekonomik, gelenek ve görenek, din yapısı ve kültür yapısı gibi unsurları da bilmek durumundadırlar. Örnek olarak et yemeyen Hindistanlı bir grubu vejetaryan/vegan lokantasına götürmek, İngiliz bir gruba beş çayı molası vermek ve Japonlardan oluşan bir gruba bolca fotoğraf çekmeleri için zaman tanımak gibi unsurlar misafirlerin mutlu ve hoşnut olmasını sağlayacaktır. Bu sebeplerle bir profesyonel turist rehberi, farklı kültürleri sürekli olarak takip etmek, gözlemlemek ve kültürler hakkında okumalar yapmak durumundadır.

1.3.1.5. İlk Yardım Bilgisi

Profesyonel turist rehberleri, turun başından sonuna kadar turistlerin sorumluluğunu üstlenmektedirler. Turist rehberleri, görevleri gereği dağ ve doğa

yürüyüşleri, avcılık, su sporları, paraşütle atlama gibi turlarda da yer almaktadırlar. Bu sebeple turist rehberlerinin, söz konusu aktiviteler ve turlarda oluşabilecek herhangi bir acil duruma karşı temel ilk yardım eğitimleri alması gerekmektedir. Tetik (2012: 239), “bir turist rehberinin yanında, bir ilk yardım çantası ile hastalanma ve yaralanma ile ilgili kayıtları tutmak için çeşitli formları bulundurması” gerektiğini ifade ederken, Demirbulat (2017: 518) ise bir turist rehberinin ilk yardım çantasında gazlı bez, yara bandı, atel, kesici alet ve bandaj gibi temel ilk yardım malzemelerinin yer alması gerektiğini ifade etmiştir. Turlarda kimi zaman misafirlerin hastalanması ya da tıbbi desteğe ihtiyaç duyması gibi sorunlar çıkabilmektedir. Bu gibi durumlarda misafirlerle ilgilenmek, korumak, yardım gelene kadar gerekli önlemleri almak ve duruma uygun kararlar alabilmek turist rehberinin görevlerinden biridir.

1.3.2. Beceri ve Yetenekler

Profesyonel turist rehberleri açısından bilgi vermek ve anlatım yapmak tek başına yeterli olmamaktadır. Çakır (2010:23), birtakım beceri ve yeteneklerin varlığında, profesyonel turist rehberlerinin turistler ile doğru iletişim kurmasının oldukça kolaylaşacağını ifade etmiştir. Her ne kadar profesyonel turist rehberlerinin beceri, yetenek ve nitelikleri aile, toplum, gelenek, görenek ve yetiştirildiği ülkenin değerlerinden etkilense de, Şahin’e (2012: 30) göre, sahip olmaları gereken nitelik, yetenek ve beceriler öğrenilebilen ve geliştirilebilen özelliklerdir. Profesyonel turist rehberlerinin beceri, yetenek ve nitelikleri sekiz bölüme ayrılmıştır. Bunlar; anlatım, iletişim, yorumlama, yenilikleri takip edebilme, liderlik, tutum ve davranış, mizah ve donanım kullanabilme becerisidir.

1.3.2.1. İletişim, Anlatım ve Yorumlama Becerileri

İletişim, Tutar ve Yılmaz (2010: 16-17) tarafından “*bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci*” ya da “*bilgi, fikir, duygu ve düşünceleri kapsayan anlamların, semboller yardımıyla aktarıldığı süreç*” olarak tanımlanmaktadır. Profesyonel turist rehberleri için iletişim, sadece konuşmak ve anlatım yapmak değildir. Akgöz ve Sezgin’e (2009: 7) göre duygu, düşünce ve bilgilerin simgeler

aracılığıyla aktarılmasıdır. Hem meslek kanunu gereği hem de kişisel performans için bir profesyonel turist rehberinin en az bir yabancı dilde kendini yazılı ve sözlü olarak ifade edebilmesi gereklidir. Pond (1993), konuşma becerilerini üç başlık altında toplamaktadır. Bunlardan ilki beden dilidir ve jestler, hareketler, mimikler ve duruş gibi hareketlerin sözlü iletişim türünden daha etkili olabileceğini ifade edilmektedir. İkinci ise sestir ve profesyonel turist rehberini tüm gün boyu dinleyen turistler için turist rehberlerin ses yüksekliği, ses tonu ve titreşimleri konusunda dikkat etmeleri gerektiği ifade edilmiştir. Son olarak üçüncüsü ise dil ve diksiyondur. Burada profesyonel turist rehberinin grameri nasıl kullandığı, kelime dağarcığının genişliği, telaffuzu ve konuşma hızı gibi detaylarda profesyonel turist rehberlerinin dikkatli olması gerektiği hususlar olduğuna değinilmektedir (aktaran Cansu, 2014: 25).

Profesyonel turist rehberlerinin en önemli becerilerinden biri anlatım becerisidir. Yıldız vd. (1997: 12), seyahat edenlerin çoğunun turist rehberlerine öğretici ve eğitimci gözüyle baktığını ve ziyaret ettikleri ve gezdikleri yerler hakkında bilgi sahibi olmak istediklerini ifade etmiştir. Genel olarak profesyonel turist rehberleri, zamanlarının çok büyük bir kısmını sanki bir ders anlatır gibi anlatım yaparak geçirmektedirler. Çolakoğlu vd. (2010: 150), profesyonel turist rehberlerinin, anlatım yaptığı yerlerdeki mitleri, efsaneleri ve hikayeleri, turistleri etkilemek için sanki orada yaşanıyormuşçasına çarpıcı bir biçimde anlatma becerisine sahip olmaları gerektiğinden bahsetmişlerdir. Bir başka ifade de ise (Güzel, 2007: 23), profesyonel turist rehberleri anlatım yaparken, *“bu sadece efsanedir, gerçek değildir”* tarzı anlatımlarla olumsuz yansımalarla izin vermemelidirler.

Tetik (2006: 59), turistlerin, profesyonel turist rehberlerinin herhangi bir konu ya da durum hakkındaki yorumları ve fikirlerine değer verdiklerini ve bunda gezi ve tur sırasında tanıdıkları tek insanın profesyonel turist rehberleri olmasının rol oynadığı belirtmektedir. Çakır (2010: 25) ise, başarılı bir yorumun, turist rehberi tarafından anlatılan bilgi ya da konuyu, dinleyicilerle bağdaştırabilme ve anlatılanları canlandırabilme sanatına dönüşebilmesinden bahseder. Böylece bir anlatım çekici olmakta ve anlatım renk kazanabilmektedir. Ayrıca Güzel (2007: 24), profesyonel turist rehberinin yorumundan en az üç şey bekleneceğini belirtir. Bunlar; rehberin

ziyaret edilen yere karşı tutku ve sempati sahibi olması, içinde mizah duygusunu barındırması ve anlatma becerisi ile canlı bir betimleme yeteneğine sahip olmasıdır.

1.3.2.2. Yenilikleri Takip Edebilme ve Liderlik Becerileri

Bilgi, geçmişten günümüze hiçbir zaman statik olmamıştır ve günden güne yeni bilgiler ortaya çıkmaktadır. Profesyonel turist rehberleri en son ve güncel bilgilerden geri düşmemek için sürekli olarak bilgilerini güncellemek zorundadırlar. Anlatılan bilgilerin doğruluğu ve yanlışlığı, akıllı telefon ve teknolojilerinden kullanımı ile birlikte turistler tarafından kontrol edilebilmektedir. Ek olarak, profesyonel turist rehberleri sadece anlatım yapacağı yere dair bilgileri değil, hava durumları, döviz kurları, popüler kültür ve gerekli durumlarda turistlerin ülkelerine ait bilgileri de bilmek zorundadırlar. Şenel (2011: 32), kendilerini güncel tutmayan ve geliştiremeyen rehberlerin, iş bulma ve tur alma konusunda meslektaşlarının gerisinde kalacaklarını ve zorluk çekeceklerinden bahsetmektedir.

Rehberler, turu planlama, koordine etme, ziyaretçileri turun amaçları doğrultusunda yönlendirme, harekete geçirme, motive etme ve yönetme becerilerine sahip olmalıdır. Çakır (2010: 25), profesyonel turist rehberlerinin doğru yer ve zamanda, doğru planlar yapabilen organizatörler olduğu ifade ederken, Güzel (2007: 25) ise, tur sırasında hastalıkların, ölümlerin ve rahatsızlıkların olabileceğini ve bu durumda rehberlerin soğukkanlı ve sakin kalarak duygularına yer vermemeleri gerektiğini belirtir. Bir başka tanımda (Tangüler, 2002: 11) ise, profesyonel turist rehberlerinin yeri geldiğinde güvenlik nedenli sebeplerle turdaki ziyaretçi ve misafirlerine emir verdiklerini ve bazen de yeri geldiğinde hizmet ettikleri bahsedilmektedir. Akbulut (2006: 67) ise, profesyonel turist rehberlerinin tur gruplarının lideri olduğunu ve tur sonuna kadar tur grubunun turist rehberinin komutlarına göre hareket ettiklerini belirtmektedir. Yaratıcı Liderlik Merkezi'nin (Center for Creative Leadership, 2020) yaptığı araştırmaya göre, liderlerin 10 temel liderlik becerisine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunlar; bütünlük, temsil etme yeteneği, iletişim, öz farkındalık, şükran, öğrenme becerisi, etkilemek, empati, cesaret ve saygıdır. Profesyonel turist rehberlerinin sahadaki deneyimleri kadar tur yönetimi ve turistlerin üzerinde etki yönetimi yetenekleri de önem taşımaktadır.

1.3.2.3. Tutum ve Davranışları Yönetme Mizahı Kullanabilme Becerileri

Tutum, olaylara, bağlamlara, şartlara, insanlara ve/veya nesnelere gösterdiğimiz, duygu ve düşüncelerimizin dışı vurumu olarak gerçekleştirdiğimiz tepkilerdir (Özdil, 2016). Akbulut (2006: 69), profesyonel turist rehberlerinin olağanüstü durumlarda gösterdiği tutum ve davranışlarını, tur idaresi kısmında ve oluşacak sorunları çözmede yardımcı olacak beceriler olarak görmektedir. Çiçek (2013: 12) ise, profesyonel turist rehberlerinin turistlere karşı saygı, sevgi, dürüstlük, hoşgörü gibi değerler göstererek, örnek oluşturan bir tutum sergileyebileceklerinden bahseder.

Profesyonel turist rehberlerinin sahip olması gereken tutumlar ve davranışlar, 16.07.2010 tarih ve 27643 sayılı Resmi Gazete’de Ulusal Meslek Standardı “*Profesyonel Turist Rehberi Seviye 5*” isimli ve 10UMS0076-5 referans kodlu yayında sıralanmıştır. Buna göre, profesyonel turist rehberlerinin aşağıda sıralanan tutumlara ve davranışlara sahip olmaları beklenmektedir.

- *Çalışmalarında disiplinli olmak*
- *Çevre korumaya karşı duyarlı olmak*
- *Din, dil, ırk, cinsiyet, siyasi düşünce vb. konularda ayrımcılık yapmamak*
- *Gezdirdiği yerler ve gruplar hakkında araştırmacı olmak*
- *Grubun yapısına uygun söylem ve davranışlarda bulunmak*
- *Göreviyle ilgili yenilikleri izlemek ve uygulamak*
- *Hizmet içi eğitim ve seminerlere katılma konusunda istekli olmak*
- *İletişim kurduğu kişilerle etkili ve güzel konuşmak*
- *İletişim kurduğu kişilere karşı güler yüzlü ve nazik davranmak*
- *İşletmeye ait araç, gereç ve ekipmanın kullanımına özen göstermek*
- *Karşılaşılabilecek ve karşılaşılan sorunlar karşısında soğukkanlı olmak ve sorunlara çözüm üretebilmek*
- *Kişisel bakım ve hijyenine dikkat etmek*
- *Meslek ahlakına sahip olmak*
- *Mesleki bilgilerini geliştirmeye ve güncel olayları takip etmeye önem vermek*
- *Sorumluluklarını bilmek ve yerine getirmek*
- *Yapılan iş ve işlemleri zamanında yerine getirmek*

Turistleri tura ve profesyonel turist rehberine bağlayan ve samimiyeti artıran en önemli şey, turist rehberinin espri ve mizah yeteneğinin olmasıdır. Tsai, vd., (2016),

fiziksel görünümü ve mizah duygusunun birlikte tura katılan turistlerin, rehberlerinin etkinliğini değerlendirmelerinde etkili olduğunu bulmuştur. Akbulut (2006: 70), profesyonel turist rehberlerinin dışa dönük, sosyal, eğlenmeyi bilen, hoş görülü ve insanları anlayan cinste esprili olma gibi yetenekleri kazanması gerektiğini belirtmektedir. Bak (2015:22) ise, yapılan mizahın kimseyi incitmemesini, dini yapı, etnik yapı ve benzeri hassas ve kırılgan konulara girilmemesi gerektiğini ifade etmektedir.

1.3.2.4. Donanım Kullanabilme Becerisi

Yenilikleri takip etme becerisi bilgi açısından olduğu kadar teknolojiyi turun amaçları doğrultusunda kullanabilme açısından da profesyonel turist rehberleri için önem arz etmektedir. Genel olarak turist rehberleri turlarda mikrofon setleri ve GPS araçları gibi teknolojik ürünleri kullanmaktadırlar. Teknoloji ve teknolojik ürünlerin gelişmesiyle, turist rehberi açısından turu destekleyecek ve turun yönetimine katkı sağlayacak araç-gereçlerin kullanması elzem hale gelmiştir.

Profesyonel turist rehberleri tarafından kullanılan araç, gereç ve ekipmanlar, 16.07.2010 tarih ve 27643 sayılı Resmi Gazete’de Ulusal Meslek Standardı “*Profesyonel Turist Rehberi Seviye 5*” isimli ve 10UMS0076-5 referans kodlu yayın ile belirtilmiş ve EK 1’de verilmiştir.

1.3.3. Fiziksel Görünüm

Bir turda, profesyonel turist rehberinin en önemli aracı kendisidir. Profesyonel turist rehberlerinden misafirlerini sadece bilgi ile değil, kişiliği ve görünümü ile de etkilemesi beklenmektedir. Turist rehberi, turistlerin üzerinde olumlu ve güvenilir etki bırakmalıdır (Yenen, 2007: 30). Tsai vd.,ne göre (2016) turist rehberlerinin fiziksel olarak çekici olmadığı durumlarda, turistlerin turu ve rehberlerini etkin olarak değerlendirmelerinde espri yeteneği ve deneyim ön plana çıkmaktadır. Akköz (2015: 29), profesyonel turist rehberlerinin seri hareket edebileceği, rahat, sağlıklı ve turist üzerinden pozitif ve güvenilir bir imaj/etki yaratabilecek fiziki yapıya ve görünümüne sahip olmaları gerektiğini ifade etmiştir.

Olçay vd. (2015: 357), profesyonel turist rehberlerinin uzun yolculuk ve yürüyüşlere, farklı iklim ve arazi koşullarına, uykusuzluk, yükseklik ve benzeri gibi pek çok zorlu koşullara karşı dayanıklı olmaları gerektiğini belirtmişlerdir. Bak (2015: 23) bu duruma örnek olarak, Efes Antik Kenti'nde yaz aylarında bölgenin jeolojik ve güneşin olumsuz etkileri yüzünden siyah renkli elbiseler giymekten kaçınılması gerektiğini ifade etmektedir. Sonuç olarak, bir profesyonel turist rehberi, tur ve tur haricindeki tüm değişkenlere dikkat etmeli ve söz konusu koşullara göre hazırlanmalıdır.

1.4. DÜNYADA TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNİN TARİHÇESİ

Profesyonel modern rehberlik uygulamalarına kaynaklık eden yol göstericilik mesleğinin, insanın seyahat tarihi kadar eski olduğunu düşünülmektedir (Weiler ve Black, 2015).

Seyahatin, özellikle bilinmedik yerlere yapılan seyahatin taşıdığı belirsizlik duygu karşısında, ziyaretçilerin gitmek istedikleri bölgeleri bilen, tanıyan ve onlara rehberlik edecek rehberlere ihtiyaç duyması kaçınılmaz hale gelmektedir. Çakır (2010: 12), grup seyahat ve gezilerinin başlamasıyla modern turist rehberlerinin tarihsel süreçte yerini aldığını ifade etmektedir.

Mısırlı rahipler, dünya tarihinde yazılı kaynaklarda adı geçen “ilk rehberler” olarak anılmakta, nitekim, M.Ö. 7. yüzyılda yapılmaya başlanan olimpiyat oyunları ve olimpiyatların izlenmesi ihtiyacından doğan seyahat ve gezilerin başlangıcı, beraberinde turist rehberliği mesleğini de getirmiştir. Herodot, seyahat ettiği yerleri ve gördüğü gelenekleri anlatan, Anadolu'da doğup büyümüş ilk rehberlerden sayılmakta ve başka bir deyişle kültür turizminin ilk öncülerinden sayılmaktadır (IRO, 2017). Dinçer ve Kızılırmak (1997:217), gezginlere yol gösteren, rehberlik eden ve “tur liderliği” geleneğini başlatanların Yunanlıların olduğunu ve ilk rehber kitap olan “Praxemos”un da o dönemlerde yazıldığı belirtmektedirler.

Turist rehberliği mesleğinin tarihçesi konusunda Çimrin (1995: 21), “*ilk rehberli turların ne zaman yapıldığı konusunda tarihte araştırma yapanlar, turist rehberliği mesleğinin pirini de tespit etmekte zorluk çekmemişlerdir. Onlara göre, dünyada yazılı kaynaklarda bilinen ilk turist rehberi Hz. Musa'dır*” şeklinde ifade

kullanmıştır. Batman vd. (2001: 1), Hristiyanların Kudus'ü, Müslümanların Mekke'yi ziyaret etmeleri, grupça ve toplu seyahatlerin, buna bağlı olarak yapılan rehberliğin, mesleğin ilk örnekleri olarak kabul edilebileceğini belirtmektedir.

Modern anlamda turist rehberliğinin tarihi 17. ve 18. Yüzyıllara, Büyük Avrupa Turları dönemine uzanmaktadır. Büyük Tur, Rönesans dönemini takiben öğrenmeyi merkeze alan, Aristokrat ailelerin çocuklarının eğitimlerinin parçası olarak seyahat ettiği yeni bir turizm modeli getirmiştir (Cohen, 1995). 1841 yılında Thomas Cook, kendisi tarafından yönetilen ve seyahate gezme, öğrenme, dinleme, görme ve eğlence nitelikleri yükleyen tur organize etmesi ile çağdaş rehberlerin öncüsü olarak görülmektedir (Batman vd. 2001: 1-2). Böylece, 19. Yüzyılda, Thomas Cook eğlence amaçlı grup seyahatlerini düzenleyen tur yönetici ve tur rehberi olarak yeni süreci başlatmıştır (Weiler ve Black, 2015: 11).

1.5. TÜRKİYE'DE TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİNİN TARİHÇESİ

Türkiye'de ilk olarak turist rehberliği, Osmanlı Devleti'nde en azından bir yabancı dilin iyi seviyede bilinmesini gerektiren ve yabancılara verilen bir iş alanı olmuş ve özellikle başta İstanbul olmak üzere diğer büyük kentlerde yaşayan yabancı uyruklu azınlık grup ve levantenler tarafından yapılmıştır. Ahipaşaoğlu (2001: 14), “*Şark Ekspresi*” ile başlayan ve gelişen turizm hareketlerinin sayesinde rehberlik hizmetlerinin de geliştiğini ifade etmektedir.

Osmanlı İmparatorluğu döneminde “rehberlik mesleğinin düzenlenmesi” için mevzuat çalışması yapılmış ve 20 Ekim 1890 yılında “*Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname*” yayımlanmıştır. Ancak, bu nizamname yürürlüğe girse de uygulanamamıştır (Ahipaşaoğlu, 2001: 17-19).

1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulması ile birlikte yabancı turist ve misafirlere yapılabilecek kötü, olumsuz ve yalan propagandaları engellemek için gönüllü olarak çevirmenlik ve rehberlik yapman isteyen bir grup genç “*Türk Seyyahin Cemiyeti*”ni kurmuştur. Bu cemiyet, daha sonraları “*Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu*” adını almış (Ahipaşaoğlu, 2001: 17-19) ve bütün rehber ve tercümanları devlet adına kurstan geçirerek “ilk kez” bir lisansa bağlamıştır (Batman vd., 2001:2)

1925 yılında ise 2730 sayılı “*Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edenler Hakkında Talimatname*” yayınlanmış ancak hala Türk vatandaşı olma zorunluluğu getirilmemiştir (Değirmencioğlu, 1998: 10). Ardından 1929 yılında tüm dünyayı ve Türkiye’yi etkisi altına alan ekonomik kriz yüzünden, turizm faaliyetleri durma noktasına gelmiş ve 1928 yılında İstanbul İktisat Müdürlüğü tarafından bir rehberlik kursu açılması kararı alınmıştır.

Rehberlik üzerine çalışmalar 1935 yılında belediyelere turizm şubeleri kurulması ve rehberlik kursu açılmasıyla devam etmiş ancak 1940’lı yıllarda II. Dünya Savaşı yüzünden turizm bitme noktasına gelmiş ve birçok rehber mesleği bırakmak ya da ara vermek zorunda kalmıştır (Değirmencioğlu, 1998: 10). 1983 yılında ise meslekte amatör – profesyonel ayrımına gidilmiş ve ilk “*Profesyonel Tercüman Rehber Yönetmeliği*” yayımlanmıştır.

1986 yılında ise başka bir “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” yayımlanarak rehberlik kursu açma yetkisi sadece Turizm Bakanlığı’na devredilmiştir (Ahipaşaoğlu, 2001: 25-26). 1995 yılında ise yönetmeliği yeni bir madde eklenerek ve üniversitelerin turist rehberliği bölümü mezunlarına da KPDS’den (Kamu Personeli Yabancı Dil Sınavı) en az 70 puan alma şartı ile uygulama gezisine katılmış olma şartı getirilmiş, bu şekilde profesyonel turist rehberi kimlik kartı ve kokartı verilmesi mümkün olmuştur (Ahipaşaoğlu, 2001: 25-26).

2012 tarihinde ise TBMM’de “6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu” kabul edilerek ve 22 Haziran 2012 tarihi Resmî Gazete’de yürürlüğe girmiştir. Ardından 26 Aralık 2014 tarihinde “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği” 29217 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanmıştır.

1.6. 6326 SAYILI TURİST REHBERLİĞİ MESLEK KANUNU VE PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİNE GETİRDİĞİ KAVRAMLAR

22 Haziran 2012 tarihinde “6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu”nun Resmî Gazete’de yayınlanmasının ardından, turist rehberliği ile ilgili birtakım kavramlar tanımlanmıştır. Bu meslek kanunu ile birlikte “eylemli-eylemsiz rehber”, “ruhsatname” ve “çalışma kartı” gibi kavramlar gelmiş ve turist rehberliği mesleğinin yapılması ve icra edilmesi ile ilgili prosedürler belirlenmiştir.

1.6.1. Eylemli Turist Rehberi

6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun çıkmasıyla, kanunun barındırdığı "eylemli turist rehberi" kavramı tanımlanmıştır. 6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun 2. Madde 1. Fıkra'sının (ç) Bendi'ne göre eylemli turist rehberi, "*çalışma kartı sahibi olup fiilen turist rehberliği hizmeti sunma hak ve yetkisine sahip turist rehberi*" şeklinde belirtilmektedir. Geçmiş yıllara bakıldığında turist rehberleri için herhangi bir oda üyeliği aranmamaktayken 6236 Sayılı Kanun'un çıkmasıyla birlikte profesyonel turist rehberlerinin yaşadığı ilde kurulmuş "turist rehberleri odalarından" birine üye olma zorunluluğu getirilmiştir. Yine aynı kanunun 4. Maddesi 3. Fıkrası'nda aşağıdaki ifade yer almaktadır.

"Meslek sadece eylemli turist rehberleri tarafından icra edilebilir. Eylemli turist rehberi olabilmek için bir yıl süreyle geçerli olan çalışma kartının alınması zorunludur. Odaya üyelik koşullarını kaybetmiş veya odaya karşı yükümlülüklerini yerine getirmemiş olanlara çalışma kartı verilmez. Çalışma kartı almayan veya eylemsiz turist rehberi olarak kalmak üzere yazılı beyanda bulunan turist rehberleri eylemsiz turist rehberi olarak sicile işlenir. Eylemsiz turist rehberleri, meslek kuruluşları organlarının seçimlerinde oy kullanamaz ve bu organlarda görev alamazlar. Aralıksız sekiz yıl süreyle eylemsiz turist rehberi olarak kalanların eylemli turist rehberi olabilmeleri için, Bakanlık tarafından yapılan sınava katılarak başarılı olmaları gerekir." (6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu, 2012 4. Madde 3. Fıkra)

Resmî Gazete'de 23 Şubat 2013 tarihinde yayınlanan "*Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nin 26. maddesinin 3. fıkrası'na*" göre "Turist Rehberleri Birliği" tarafından hazırlanan çalışma kartları, aralık ayı itibariyle meslek odalarına teslim edilir ve çalışma kartına sahip olmak isteyen profesyonel turist rehberleri, kasım ayında turist rehberleri odalarına kayıt yaptırmak zorundadır. Başvuru yapıp, çalışma kartlarını yapan turist rehberleri eylemli duruma geçerek bir takip eden bir sonraki yıl mesleklerini icra edebilmektedirler.

1.6.2. Eylemsiz Turist Rehberi

6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun çıkmasıyla, kanunun barındırdığı bir diğer kavram ise “eylemsiz turist rehberi”dir. 6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun 2. Madde 1. Fıkrası'nın (ç) Bendi'ne göre eylemsiz turist rehberi, “*ruhsatname sahibi olup, çalışma kartı olmayan turist rehberini*” ifade etmektedir.

Meslek Kanunu'nun öncesinde turist rehberleri, 1 Ocak – 30 Mayıs tarihleri arasında bağlı oldukları il müdürlüklerine kimlik kartları için vize yenileme başvurusunda bulunmak zorundaydılar. Bu durumda, başvuru yapmayıp, vize yaptırmadıkları takdirde, takip eden yılda mesleklerini icra edememekteydiler. Yenileme süreci ve vizenin yapılabilmesi ise her yıl düzenlenen “*üç hizmet içi seminere*” katılıp, katılmamalarına bağlıydı. 6236 Sayılı Meslek Kanunu ile bu durum ortadan kalkmış ve Turizm Bakanlığı'ndan ruhsatnamesini almış bir rehber, dilediği vakit eylemli ya da eylemsiz duruma geçeceğini beyan edebilme hakkını kazanmıştır.

1.6.3. Çalışma Kartı

6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun çıkmasıyla, kanunun barındırdığı bir diğer kavram ise “çalışma kartı”dır. 6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'ndan önce turist rehberleri, mesleklerini icra edebilmek için “turist rehberliği kimlik kartı” adı verilen bir belgeye sahip olmak zorundaydı. 6236 Sayılı Meslek Kanunu sonrası “turist rehberliği kimlik kartı” ile ilgili değişikliğe gidilmiş ve bu kanun ile birlikte “turist rehberliği kimlik kartı” kullanımı sona ermiş, ardından “çalışma kartı” adı verilen kimlik kartı kullanımına geçilmiştir. 6236 Sayılı Turist Rehberliği Kanunu'nun 2. Maddesi (c) Bendi'ne göre çalışma kartı, “*eylemli turist rehberlerine, kayıtlı oldukları oda tarafından bir yıl süreyle geçerli olmak üzere mesleği fiilen icra edebileceklerine ilişkin olarak verilen izin belgesini*” ifade etmektedir. Çalışma kartına sahip olmayan profesyonel turist rehberleri, mesleğini icra edememektedirler.

1.6.4. Ruhsatname

6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun çıkmasıyla, kanunun barındırdığı bir diğer kavram ise “ruhsatname”dir. 6236 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun 2. Madde 1. Fıkrası'nın (ğ) Bendi'ne göre ruhsatname, “*mesleğe kabul koşullarını taşıyan turist rehberlerine Bakanlık tarafından verilen belgeyi*” ifade etmektedir. Profesyonel turist rehberlerinin ruhsatnameye başvurabilmeleri için 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun 3. Maddesi'nde yer alan şartları karşılaması gerekmektedir.

1.7. TÜRKİYE'DE BULUNAN TURİST REHBERLERİ ODALARI

Turist Rehberliği Birliği (TUREB), Resmî Gazete'de 22 Haziran 2012 tarihinde yayımlanan 6326 sayılı “*Turist Rehberliği Meslek Kanunu*” uyarınca kurulmuştur ve kendisine bağlı halde 7 Meslek Odası ile 6 Bölgesel Meslek Odası olmak üzere tüm Türkiye'de örgütlenmiş 13 odanın “kamu kurumu niteliğinde” meslek üst kuruluşudur (TUREB, 2021). Turist Rehberleri Odaları alfabetik olarak aşağıda verilmiştir (TUREB, 2021).:

- ADRO – Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası
- ANRO – Ankara Turist Rehberleri Odası
- ARO – Antalya Rehberler Odası
- ATRO – Aydın Turist Rehberleri Odası
- BURO – Bursa Turist Rehberleri Odası
- ÇARO – Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası
- GARO – Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası
- İRO – İstanbul Turist Rehberleri Odası
- İZRO – İzmir Turist Rehberleri Odası
- MUTRO – Muğla Turist Rehberleri Odası
- NERO – Nevşehir Turist Rehberleri Odası
- ŞURO – Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası
- TRO – Trabzon
- Bölgesel Rehberler Odası

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE

Bu bölümde ilk olarak performans kavramı, performans kavramının ortaya çıkışı, performans çalışmaları, performans teorisi, performans teorisi ve performans çalışmalarında öne çıkan kavramlar hakkında bilgiler verilecek ve ardından, turizm alanındaki performans çalışmaları ve öne çıkan kavramlar hakkında bilgiler verilecektir.

2.1. PERFORMANS KAVRAMI

Genel tanımı ile performans, bir izleyici ya da izleyici kitlesine yönelik (sokakta olduğu gibi) canlı bir sunum olup, oyunculuk, müzik, dans, resim veya şiir gibi sanatlardan yararlanan ve genellikle politik ya da güncel tema veya konulara sahip geleneksel olmayan bir sanat formu olarak tanımlanmaktadır (Merriam-webster, 2021). Cambridge sözlüğünün (Cambridge, 2021) tanımına göre ise performans, “sanatçının kişiliğinin ve fikirlerini yaratma ve geliştirme yollarının gösterisinin bir parçasını oluşturduğu bir tür tiyatro eğlencesi” tanımlanmaktadır. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü ise performans bir “başarım” olarak açıklamaktadır (TDK, 2021).

Richard Schechner’e göre (2013: 28; 2020: 3-4) performans, iş hayatında, sporda, cinsel yaşamda ve özetle günlük yaşamda “standartlara uygun bir şey yapmak”, “başarılı ve mükemmel olmak” için performans sergilemek olarak ifade eder. Performanslar sanat alanında bir gösteri, oyun, dans ve konser “icra etmek” olabilirken, günlük yaşamda izleyenler için gösteriş yapmak, aşırılıklara gitmek ve bir eylemin ya da olayın altını çizmek için “performans sergilemek” için yapılan şeyler olabilir. Komitee (2006: 12), performans sürekli hareket eden bir hedef olarak görmektedir. Performans anlamaya yönelik çalışmalar, “oluş/ varlık” soruları ile başlamaz; diğer bir ifadeyle “sanki inançlar ve sosyal değerler doğalmış veya Tanrı vergisiymiş gibi olayın ‘özünü’ araştırmazlar. Bunun yerine, performans çalışmaları tüm sosyal gerçekliği ‘yapılanlar/eylemler’-davranışlar, olaylar, faaliyetler tarafından

inşa edilmiş olarak görürler”. Bu bağlamda performans, altında bir hedef, bir amaç veya bir niyet barındıran eylemler olarak düşünülebilir.

Erving Goffman performansı, ortak bir eylem olarak görmekte: bir katılımcının diğer katılımcılardan herhangi birini herhangi bir şekilde etkilemesine hizmet eden, belirli bir nedenle gerçekleştirdiği tüm faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Goffman, 1959: 15).

Goffman (1959: 29-31), performansın ilk olarak benliğin sunumu olduğunu ve kişilerin katılımcılar önünde “bir rutini oynayan” kişiler olduğunu belirtmektedir. Oxford Amerikan Sanatı ve Sanatçıları Sözlüğü (Oxfordreference, 2007) performansı, performans sanatçılarının genellikle kendilerini oynadıkları, ancak karakter rollerini üstlenebildikleri ve çoğu zaman ironik yorumlar için yararlı olan klişeler olarak sık sık monologların olduğu içerikler olarak tanımlamaktadır. Çoğu zaman söylemsel anlatılar içerir; kasıtlı veya kasıtsız olarak anlatılan malzemeye orijinallik katan bir nitelik sergilenir ve genellikle canlı bir izleyici önünde gerçekleşir ancak daha geniş kitleye yayılması için fotoğraflanabilir ve kaydedilebilir.

Carlson (2017: 15) yaşamlarımızın tekrarlanan ve sosyal olarak onaylanmış davranış biçimlerine göre yapılandırıldığını kabul ettiğimizde, tüm insan faaliyetlerinin potansiyel olarak performans olarak düşünülebileceğini ifade etmektedir. Genel olarak performans, bir amaç için ya da bir eylem olarak bilinçli veya bilinçsiz olarak öğrenip yaptığımız faaliyetler olarak kavramsallaştırılabilir.

2.2. PERFORMANS KAVRAMININ ORTAYA ÇIKIŞI

Performans kelimesi, ilk olarak İngiliz dil bilimci ve dil felsefecisi John L. Austin tarafından kullanılan “performatif (performative)” deyiminden türemiştir. Austin Harvard Üniversitesi’nde, 1955 yılında verdiği dil felsefesi derslerinde bu deyim, “kelimelerle eylemde bulunmak” şeklinde ifade etmiştir (Çelikçapa, 2014: 19). Austin’e göre performans, bir sosyal eylemdir ve belirli bir durumda bir araya getirilen insanlar tarafından gerçekleştirilen ve her zaman bir “topluluğa” ait olan bir kavram olarak ele alınmaktadır. Ek olarak, Austin’in 1955 yılında verdiği ders dizisinden sonra dersleri, 1962 yılında “How To Do Things With Words (Kelimeler

İle Şeyler Nasıl Yapılır)” başlığı altında yayınlanmıştır ve performatif kavramı, dilsel edimini üç farklı kategoriye ayırdığı kategoriden biri olan “edimsöz edimi (illocutionary act)” kısmında, “performance utterances (performatif ifadeler)” bölümünde ortaya çıkmıştır. Performatif ifadeler hiçbir şeyi tanımlamayan şeylerdir. Cümlelerdeki veya cümlelerin bir kısmındaki ifadeler normalde kendi başına bir anlama sahip olarak kabul edilir. Dilsel eylemi gerçekleştiren kişinin duyguları, tutumları, duyguları ve düşünceleri burada büyük ölçüde temel bir birimdir (CommunicationTheory, 2013).

Bir başka açıdan ise “performans” kelimesi, teatral bir anlam barındıracak şekilde ilk olarak 1960’lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’nde kullanılmıştır (Çelikçapa, 2014: 19). Carlson (2017: 14), bununla ilgili olarak, “New York Times ve Village Voice gazetelerinin, ‘performans’ adı altında özel bir kategoriye içerdiğini ve dans, tiyatro ve filmde farkı olarak ‘performans sanatı’ ve/veya ‘performans tiyatrosu’ olarak adlandırılan etkinlikler içerdiğini” ifade etmiştir. Performanslar, “performans sanatı” adı altında 1970’li yıllarda gelişim gösteren yeni bir tür olarak kabul edilmiştir. Bununla ilgili olarak, Candan (1997: 240), *“performans sanatını başlatan sanatçılar, kavramsal sanat yolundaydılar. Malzemesi kavramlar olan bu sanat anlayışında yaratı, zaman, uzam ve nesne ile anlık mesaj yaşantı öğrenebileceğinden, sanatın betimleyici işlevinden vazgeçilmesi söz konusuydu”* ifadesini kullanmıştır.

Performatif eylemler gerek sanat ve ritüel gerekse sıradan günlük yaşamda olsun, prova edildiği ya da eğitim yoluyla öğretilmiş eylemler içerdiği için tekrar edilmiş davranışlardır; kişi başka biri gibi ya da öğrendiği gibi davranmaktadır. Günlük yaşamdaki performanslar, gelenekler tarafından yazılmakta, kültürler arasında farklılık göstermektedir. Performans, kültürel kodlar içinde anlam kazanmaktadır (Schechner, 2013: 28, 34, 38). Turist rehberi eylemleriyle turu davranışa dökerken, turla ilgili performatif davranışları anlamlı kılan, tanıttığı kültürel miras ögesine ait kültürel kodlardır. Rehber tanıttığı döneme ve miras ögesine özgü eylemlerle bu kültürel kodları davranışa dökerken, eylemlerin anlamı sadece eyleme değil; davranışın nasıl algılandığına da bağlıdır. Burada da performansın turistlerin etkileşim yolu ile üretilmesi ön plana çıkmaktadır. Rehber, performans sürecinde turun başlangıcından bitişine kadar geçiş sürecine de rehberlik

etmektedir. Bu geçiş süreci, turun turistler üzerindeki değiştirici, dönüştürücü etkisi ile ilgilidir.

2.3. PERFORMANS ALIşMALAR

Performans alışmaları, genel olarak gösteri ve sahne sanatları başta olmak üzere gündelik yaşama etki eden tüm kültürel çıktıların değerlendirilmesini içeren bir alan olarak ele alınmaktadır. Geçtiğimiz on yıllardan itibaren disiplinler arası bir değer kazanmaya başlamış ve performans araştırmaları ve sosyal bilimler alanında, performans sosyolojisi veya performans antropolojisi gibi kavramlarla incelenmeye başlanmıştır (Güven, 2018: 105). Performans antropolojisi, bir yandan sahne ve gösteri sanatlarında ortaya konulan temsil ya da performans hakkında eleştirel ve/veya kavramsal bir yakınsama izlerken, diğer yandan ise sahne ve gösteri sanatlarının tarihsel ve kültürel bağlamda toplumla olan karşılıklı ilişkisini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ek olarak, performans çalışmaları, gündelik yaşamda, kamusal alandan sosyal medyaya kadar birçok farklı mecrada, toplulukların ve bireylerin bir performans biçimi olarak kendini sunmasının kültürel ve sosyal boyutlarını incelemeye çalışmaktadır (Güven, 2018: 105).

Turner'ın (1988: 33/99) performans antropolojisinde ele aldığı “sosyal drama (social drama)” ve “eşiksellik (liminality)” gibi kavramlar, performans çalışmalarında önem taşımaktadır. Turner (1988: 11) temel olarak, gündelik yaşam ve sporları içeren performans kavramını, tiyatro ve güzel sanatların bir uzantısı olan estetik alanında ele alır ve antropoloji çalışmalarının odak terimlerinden olan ritüelin, özgün, yaşayan ve dönüşen bir “izdüşümü” olarak tasarlar. Başta tiyatro, dans ve müzik performansları olmak üzere sahne üzerinde temsil içeren performatif türleri ima eden performans kavramını, kamusal alan ve gündelik yaşamda denkliği ya da eşiti bulunan tamamlanmamış, ucu açık, merkezsiz ve “eşiksel” bir sanat biçimi olarak tanımlar (Turner, 1988: 99-122). Sosyal drama (social drama) kavramı, Turner'ın (1988) “performans antropolojisi” yaklaşımının temelini oluşturmaktadır ve sorunlu ve çatışmalı durumlar ortaya çıktığında düzene giren ya da girmeyen veya uyumsuz olarak kalan “toplumsal süreçler” bütünüdür. Turner (1980: 149-156), “sosyal drama” kavramının art arda gelen dört aşamada olduğu ifade etmektedir.

Bunlar sırasıyla; “ihlal (breach)”, “kriz (crisis)”, “onarma” ya da “telafi etme (redressive action)” ve son olarak “bütünleşme (reintegration)” aşamalarıdır.

İhlal (breach) aşaması, kural olarak benimsenmiş ilkeler ya da kurallar ile yönlendirilen toplumsal ilişkiler kapsamında, herhangi bir kamusal alanda kurulu ve yerleşmiş düzenin istikrarsızlaşma ve dengesinin bozulma ihtimalini doğuran tehdit ya da olasılıkları barındıran bir çeşit harekete geçirici olarak ele alınır (Turner, 1980: 150). İlk aşamada ortaya çıkan ihlal (breach), herhangi bir toplumsal alanda fark edilir şekilde giderek açılması, yaygınlaşması ve büyümesiyle birlikte ikinci aşama olan “kriz (crisis)” aşaması ortaya çıkar (Turner, 1980: 150). Üçüncü aşamada ise “onarma” ya da “telafi etme (redressive action)” yer almaktadır (Turner, 1980: 155). Bu aşamada ise rahatsızlığın ya da sorunların ortaya çıktığı toplumsal ortamdaki toplumsal grubun, çoğu zaman önder ya da lider aktörleri tarafından işleyişe koyulan resmi ya da resmi olmayan onarıcı, düzenleyici ve/veya hizaya getirici mekanizmalar işleyişe girer. Son aşamada olan “yeniden bütünleşme (reintegration)” ise “kriz(crisis)” ile ortaya çıkmış sorun ya da rahatsızlıkların onarılması ve telafi edilmesi ile sosyal düzenin yeniden kurulması söz konusudur (Turner, 1980: 151). Nitekim, bu aşamalarla ilgili toplumsal ya da sosyal grubun eylemi, içeriği ya da etki alanı hem niteliksel hem de niceliksel açıdan dönüşüm ve değişime uğrayabilir. Ek olarak, gedik (breach) aşamasında yeniden bütünleşme (reintegration) ya da onarılma/telafi etme (redressive action) olmadığı takdirde son aşamada bölünme meydana gelebilir.

Turner (1980: 153), “sosyal drama (social drama)” üzerine geliştirdiği analizinin, “*Aristoteles’in Poetika’sında geçen tragedya tanımıyla benzeştiğini*” ifade etmektedir. Bunun nedeni olarak, tragedyanın da “*tamamlanmamış, ciddi ve belirli bir yoğunluğu ya da büyüklüğü olan eylemlerin taklidi olması ve bir başlangıç, orta ve sona sahip olmasının olduğu*” şeklinde ifade etmiştir. Yine Turner (1980: 153), “*sonuçta hayat, sanatın tersi olduğu kadar taklididir*” ifadesini kullanmış ve tam olarak da bu sebepten ötürü, her biri birer performans örneği olan kültürel performanslar ve sosyal dramalar arasındaki karşılıklı “*birbirine bağlı, belki de diyalektik bir ilişki vardır*” ifadesini kullanmıştır. Genel olarak Turner’a (1985: 181) göre, eğer gündelik yaşam bir tiyatro ise gündelik yaşamın içinde sosyal drama’nın da (social drama) bir çeşit “meta-tiyatro”dur. Bunun nedenin ise, “sosyal drama”

içinde kullanılan dilin, bir çeşit rol sergilerken kullanılan dilden daha “dramaturjik” bir yapıya sahip olmasıdır. Turner’a göre (1980), bunun nedeni, tiyatro, müzik ve dans ya da sahnede temsil edilen estetik sanatlarla, sosyal drama kavramının sürekli birbirlerinden beslenen, birbirini -neredeyse- taklit eden ve çarpıcı farklarla birbirinden ayrılmadıklarını ve bu iki çeşit performans biçiminin ayrımının, sahnenin bir toplumsal alan olarak kurgulanma derecesi ve biçiminde yattığını ifade etmektedir.

Performans çalışmaları ve performans antropolojisi çalışmalarına katkı sağlayan ve gelişmesine yardımcı olan, Turner’ı da etkilemiş bir diğer araştırmacı ise Goffman’dır. Gündelik yaşamı, tiyatro ve performans kesişiminde değerlendirdiği “gündelik hayatta benliğin sunumu” ile performans antropolojisi alanına verimli ve yararlı bir kaynak sunmuştur. Goffman (1959), bireyin içinde var olduğu bir toplumda, benliğini nasıl oluşturduğunu, geliştirdiğini ve sunduğunu sosyolojik bir biçimde ele alarak ve tiyatro metaforu kullanarak açıklamaya çalışmıştır. Kimi düşünürler ve araştırmacılar bireyin davranışlarını toplumsal yapıyı baz alarak açıklamaya çalışırken, Goffman (1959) ise direkt bireyi baz alan bir yaklaşım sergiler. Çalışmasının merkezinde kişilerin “toplumsal benliklerini” nasıl inşa ettiklerini, nasıl oluşturduklarını ve bu benliklerin süreklilik ve sürdürülebilirliklerini nasıl sağladıkları ilişkin değerlendirmeler bulunmaktadır.

Performans kavramını tiyatro metaforu ile detaylı bir şekilde açıklamaya çalışan Goffman (1959, 239-255), bunun için “rol kuramı” geliştirmiştir. Goffman’a göre birey, ilk olarak “istemli ya da istemsiz bir şekilde”, aynı bir “aktör gibi performans sergiler” ve benliğini bu şekilde ifade etmeye çalışır”. Bunun nedeni ise aktörlerin “bir rutini oynayan kişiler” olmasıdır. Bu aktörler, benliklerini sergiledikleri performanslarla sunmaya meyillidirler. Bu performanslar, aktörün benliğinden sızan ve açığa çıktığında aktöre özgü “dışa aktarılan ifadeler (expressions given off)” olabilirken, aktörün bilinçli olarak sarf ettiği sözcükler de olabilir. Nitekim, dışa aktarılan ifadeler (expressions given off), Goffman tarafından daha bağlamsal, büyük olasılıkla kasıtsız, çoğunlukla sözsüz ve daha teatral olarak değerlendirilmektedir.

Performans kavramını tiyatro metaforuyla açıklamaya çalışan Goffman (1959), kişinin benliğini sunma aşamasında temsilini sergilediği performans ve role

ilişkin ana kavramları arasında, bireyler arasındaki iletişimin gerçekleştiği “toplumsal alan” olarak “sahne” ile, performansın vuku bulduğu ya da gerçekleştirildiği ve benliğin bastırılmış davranışlarının açığa çıkıp sergilendiği ve izlenimlerinin yaratıldığı bölge olan “sahne arkası” kavramı büyük önem taşımaktadır. Ayrıca Goffman, bu toplumsal alana ilaveten, bir “toplumsal rolden” diğerine geçme ya da bürünme aşamasının gerçekleştiği yer olarak, bireyin bir “aktör” olarak seyircisi dışında kalan başka bir toplumsal grup ile karşılaşılan bir dış bölgeden söz etmektedir.

Toplumsal alan olarak sahne ve sahne arkası, yani “belli bir performans tarafından kazanılan izlenim çatışan bir görüntünün aldığı bölge”dir (Goffman, 1959: 112) ve “fiziksel görünüş” toplamından oluşan “kişisel vitrin” de önemlidir (Goffman, 1959: 108). Böylelikle gündelik yaşamda bir “aktör” konumunda olan birey, performansına, yani rolüne uygun bir ifade takındığı sırada, uyma ya da sapma, gizleme ya da ortaya çıkarma gibi dilemmalar arasında sürekli olarak değişen boyutlarda bir denge/dengeleme aramak zorundadır. Temel iletişim aşamaları genel olarak düşünüldüğünde, bir birey, diğer insanlarla etkileşime geçtiği ve karşılaştığında, performansı, yani rolü, hiç vakit kaybetmeden “vaat edici” bir anlam, derinlik ve karakter kazanır. Yine Goffman (1959: 3), bunu iyice açıklamak için *“bir kişinin performansı ile karşılaştığımızda, istatistiksel sonuçlar ya da bilimsel tavırlarla hareket etmeyiz, çıkarsama yapmak için ön görüde bulunarak yaşarız”* ifadesini kullanmıştır.

Goffman (1959: 6), kişinin bazen ilk andan son ana kadar sürekli olarak hesap yaparak performans sergilediğini, bazen de farkında olmadan ve kasıtsız olarak doğaçlama performans sergilediğini belirtmektedir. Nitekim, bireyin/bireylerin kimi zaman ise bir “aktör gibi” tamamen bilinçli, istemli ve hazırlanmış bir şekilde “kişisel çıkar ya da topluluğun iyiliği için” performanslar sergileyebileceğini ifade eder (1959: 18). Uygulanan ve yapılan bütün stratejik planlar ve adımlar ile, kişinin kendi çıkarına yaracağını düşündüğü bir benlik sunum eğilimi olduğuna işaret etmektedir.

Performans kavramına ve performans çalışmalarına büyük katkı sağlamış olan bir başka araştırmacı ise Schechner’dir. Genel olarak Schechner (2003), performans kavramını hem gündelik yaşamın kendisi hem de gündelik yaşamdan bir

parça olarak ele almaktadır. Nitekim, Schechner'in çalışmaları iki döneme ayrılmıştır. Bunlar 1980 öncesi, uygulamalı ve pratik teatral çalışmalar yaptığı dönem, diğeri ise 1980 sonrası, performansın "kültürel" bir yöntem olarak yaklaştığı ve "kültürlerarasılık" kavramının etkileşimini barından performans teorisine yönelik yaptığı çalışmalar dönemidir. Victor Turner ile birlikte yaptığı çalışmalar Schechner'in çalışmalarına yeni bir bakış açısı katmıştır. Gümüş ve Gündoğan'a göre (2010), Schechner'in performans kuramı Turner ile arasındaki akademik diyalogdan önemli ölçüde beslenmiştir.

Schechner (2013), çalışmasında, performansı gündelik yaşamın kendisi olarak ve gündelik yaşamdan bir parça olarak ele almaktadır. Schechner performans kavramını, etkileşimin ve performansların gerçekleştiği ve birbirlerinden farklı kültürel ve çevresel toplumsal olayları işaret etmek amacıyla ele almaktadır (Güven, 2018: 111). Bu olaylar ve etkinlikleri "etkileşimsel" bir süreç olarak ele aldığı ve değerlendirildiği için performansa günlük yaşamda ritüeli, spor müsabakalarını, oyunu, görsel ve estetik sanatlarını performans çalışmalarına dahil etmektedir (Güven, 2018: 111). Bu açıdan ritüel kavramının tüm sahne ve estetik sanatlara kadar gerçekleştirilen faaliyet, etkinlik ve eylemlerin, gündelik yaşam içerisinde cinsiyet, sosyal sınıf ve farklı ve çeşitli görüşler, tavır, duygu ve tutumların temsil edilmesine olanak sağladığı düşünülebilir.

Performans antropolojisinin, sosyal antropoloji alanının bir alt alanıdır. Bunun sebeplerinden biri ise yaşadığımız dünyanın günden güne daha etkileşimli ve edimsel bir hale gelmesidir (Güven, 2018: 111). Genel olarak düşünüldüğünde performans kavramının, Antik Yunan dönemi düşünürlerinin metinlerinde, Rönesans dönemi "Avrupa sanatı" yazıtlarında bile sahne dışına genişlemesinin ve taşmasının izlerine rastlanmaktadır. Güven (2018: 111), buna örnek olarak; W. Shakespeare'in "*Nasıl Hoşunuza Giderse*" isimli tiradının bölüm 3, tragedya 7'sinde geçen "*Tüm dünya bir sahnedir ve bütün erkekler ve kadınlar sadece birer oyuncu. Sahneye girer çıkarlar. Tek bir insan, ömrü boyunca birçok rolü birden oynar*" şeklinde çevirisi yapılabilecek dizelerini örnek vermiştir. Bu örnek, "sembolik etkileşimcilik" ve "dramaturjik" yaklaşımları içermesi sebebiyle sosyolojik düşünce tarihinin önde gelen temsilcilerinden Goffman'ı (1959) akla getirmektedir. Schechner

alışmalarında sıklıkla Goffman’a vurgu ve göndermeler yapmaktadır (2003; 2013; 2020).

Schechner’e göre (2013: 2), “erevelenen, hayata geçirilen, sunulan, vurgulanan veya görüntülenen herhangi bir eylem bir performans”tır. Yine Schechner (2013: 31-33), gündelik yaşamda “performans teorisini” mikro-sosyoloji ve antropoloji ile bir araya getirmektedir. Buna göre özel ve kamusal alanlarda her türlü toplanma, yüz-yüze etkileşim (doğum günü kutlamalarından bekleme salonlarına kadar olan herhangi etkileşim/iletişim türleri), sosyal ya da siyasi nedenlerde kamusal alanlarda toplanmalar, eğlenceler, tiyatro oyunları, müzik ve konser gibi sahne sanatları, spor müsabakaları, dini veya geleneksel ritüeller, gündelik yaşamdaki davranış kalıpları performans ile mikro sosyoloji ve antropolojinin birleştiği alanlardır. zet olarak Schechner (2013: 2), büyük bir spor salonu ya da arenadaki bir maçı, bir konseri, sanat fuarlarını, ritüellerle alakalı “performatif edimler” olarak karşımıza çıkan dini ve kutsal sebeplerle bir araya gelme durumları (rneğin evlilik, cenaze vb.), siyasi nedenlerle toplanmaları (resmi bayramlar, siyasi parti mitingi) performans türleri olarak sıralamaktadır.

Schechner (2013), genel olarak, performans kavramını kültürel ürün veya bireyin yaptığı eyleminin kendisi olarak ele almanın dışında, performansın temsil, alımlanma ve üretim bağlamında gerçekleştirme süreçlerine ağırlık vermektedir. Ek olarak, bir eylem, temsil, ürün ya da edimin “performatif değerine” dikkat çekmektedir. Buna göre, her bir performans çeşidi, sadece yer aldığı toplumdaki kültürel koşullar ile anlam kazanıp belirlenmektedir. Bir sonraki bölümde, araştırmanın teorik çerçevesini oluşturan Richard Schechner’in performans teorisi ele alınacaktır.

2.4. PERFORMANS TEORİSİ

Schechner (2013: 28), “performans sergilemenin” iş hayatında, sporda ve cinsel yaşamda standartlara uygun bir şey yapmak, başarılı olmak ve mükemmel olmak olduğunu ifade etmektedir. Günlük yaşamda ise, “performans sergilemenin”, izleyenler için gösteriş yapmak, aşırılıklara gitmek ve bir eylemin altını çizmek olduğunu belirtir. Ona göre performe etme / performans sergileme kavramları aşağıda listelenenlerden oluşmuştur.

- *Olmak*
- *Yapmak*
- *Yaptığını göstermek*
- *“Yaptığını gösterme”yi açıklamak*

Schechner’e (2013: 28) göre, “olmak” varoluşun kendisi, “yapmak” ise her şeyin etkinliğidir. “Yaptığını göstermek” performans göstermek ve bir amaç ve eylem uğruna işaret etmek, altını çizmek ve yapmaktır. “Yaptığını göstermeyi açıklamak” ise performans çalışmalarını oluşturmaktadır. Bir "performans", belirli bir katılımcının belirli bir vesileyle yaptığı ve diğer katılımcıları herhangi bir şekilde etkilemeye hizmet eden tüm faaliyetler olarak tanımlanabilir. Goffman (1959: 16), sahne / sosyal bağlam, tutum (manners) ve görünüş arasında tutarlılık olmasına dikkat çeker.

Schechner (2013: 28-29), performansların kimlikleri işaretlediğini, zamanı büküğünü, bedeni yeniden şekillendirdiğini, süslediğini ve hikayeler anlattığını ifade etmektedir. Ona göre sanat, ritüeller ya da sıradan yaşam performansları, “yenilenmiş davranışlar (restored behaviours)”, “iki kez davranışlı davranışlar (twice-behaved behavior)”, insanların prova yaptığı ve kendilerini eğittiği eylemlerdir ve “sanat yapmak” için prova ve eğitimin gerekli olduğuna dikkat çekmektedir. Nitekim, günlük yaşam da yıllarca eğitim ve pratik yapmayı, kültürel olarak uygun davranış parçalarını öğrenmeyi, kişinin sosyal ve kişisel koşullara göre yaşam rollerini ayarlamayı ve gerçekleştirmeyi içerir. Goffman (1959: 16), performans soyut özelliklerin dramatik ifade edilmesinin altını çizer.

Schecher’e (2013: 29) göre insan hayatının her türlü aktivitesi “performans olarak” incelenebilir. Nitekim burada “performanslar nerede yer alır ya da vuku bulur?” sorusu ortaya çıkmaktadır. Schechner (2013: 30) buna örnek olarak, fiziksel nesnede “resmin”, kelimelerde bir “romanın” gerçekleştiğini, ancak bir performansın eylem, etkileşim ve ilişki olarak gerçekleştiğini ifade etmektedir. Ona göre performans hiçbir şeyin “içinde” değildir ancak “arasındadır.” Bu bağlamda bir resim veya bir roman “performatif” olabilir veya performans “olarak” analiz edilebilir. Performatif kavramı tezin ilerleyen bölümünde detaylıca anlatılacak olmakla birlikte, Schechner’in (2013: 31) sıraladığı 8 performans türü aşağıdaki gibi sıralanmıştır;

- *Günlük yaşamda: yemek pişirme, sosyalleşme kısaca “sadece yaşama”*
- *Sanatta*
- *Sporda, diğer popüler eğlence ve aktivitelerde*
- *İş yaşamında*
- *Teknolojide*
- *Cinsel yaşamda*
- *Ritüellerde: kutsal ve laik*
- *Oyunda*

Performans kavramı, işletmecilik alan yazınında da kullanılmaktadır (Campbell, McHenry ve Wise, 1990; Kanfer, 1991; Sonnentag, Volmer ve Spsychala, 2008). Her eylem ya da performans kavramının içeriğinde toplanmaz, ancak sadece “örgütsel hedeflerle” ilgili olan davranışları kapsar: “*performans, organizasyonun amaçlarıyla ilgili insanların yaptığı gözlemlenebilir şeyler (yani davranışlar) olarak*” tanımlanır (Campbell vd., 1990: 314). Yine Campbell vd. (1990: 314), performansı oluşturan davranışları ise, “temsil ettikleri performans düzeyine göre ölçeklendirilebilir” şeklinde ifade etmiştir. Dolayısıyla performans, eylemin kendisiyle değil, yargılayıcı ve değerlendirici süreçlerle tanımlanır (Motowidlo vd., 1986; Ilgen ve Schneider, 1991).

Performanslar yukarıdaki bölümlerde de bahsedilmiş olduğu üzere “bir eylem” ve “bir amaç” uğruna bilinçli ya da bilinçsiz yapılan faaliyetler bütünü veya süreçleridir. Performansın işlevlerini tam olarak belirlemek zor olmakla birlikte, Schechner (2013: 46; 2020: 19), performansların neleri başardığını ve işlevlerinin ne olduğu, hangi amaca hizmet ettiklerini yedi işlevle sıralamıştır. Bunlar;

- *Eğlendirmek*
- *Güzellik yaratmak*
- *Kimliği işaretlemek veya değiştirmek*
- *Topluluk kurmak veya teşvik etmek*
- *İyileştirmek*
- *Öğretmek veya ikna etmek*
- *Kutsal ve/veya şeytani ile başa çıkmak*

Schechner (2013: 46; 2020: 19) bunlara örnek olarak, bir sokak gösterisi veya propaganda oyununun çoğunlukla öğretmek ve ikna etmekle ilgili olabileceğini,

ancak böyle bir gösterinin aynı zamanda toplumu eğlendirmek ve teşvik etmesi gerektiğini, Şamanların iyileştirdiğini, ama aynı zamanda eğlendirdiğini, topluluğu beslediğini ve kutsal ve / veya şeytani ile ilgilendiklerini ifade eder. Bir başka örnek ise, doktorun cesaretlendirme, öğretme ve iyileştirme performansı olmasıdır. Ulusa hitap eden bir devlet lideri, toplumu ikna etmek, teşvik etmek istiyor ve insanların dinlemesini istiyorsa eğlendirmesini de bilmelidir. Ritüeller en fazla sayıda işleve, en az ticari prodüksiyona sahip olma eğilimindedir. Bir Broadway müzikali eğlendirir, ancak başka pek az şey vardır.

2.4.1. Performans Süreçleri

Schechner'e (2013: 225; 2020: 39) göre performans süreçleri “proto-performans (proto-performance)”, “performans (performance)” ve “performans sonrası (aftermath)” olarak üç fazdan oluşur. Çalışma kapsamında profesyonel turist rehberleriyle yapılan mülakat soruları da bu süreçler üzerinden hazırlanmıştır. Daha detaylı bir şekilde araştırmanın üçüncü bölümünde ele alınacaktır. Aşağıda da görüldüğü üzere, performans üç aşamaya ayrılabilir. Bu üç aşamalı süreç kendi içinde de aşamalara ayrılarak, toplamda on bölüm oluşturmaktadır (Schechner, 2013: 225; 2020: 39).

Proto-Performans

- 1) Eğitim (Training)
- 2) Atölye (Workshop)
- 3) Prova (Rehearsal)

Performans

- 4) Isınma (Warm-up)
- 5) Halka Açık Performans (Public Performance)
- 6) Halka Açık Performansı Sürdüren Olaylar (Events Sustaining The Public Performance)
- 7) Soğuma / Bekleme Süresi (Cooldown)

Performans Sonrası

- 8) Kritik Yanıtlar (Critical Responses)
- 9) Arşiv (Archives)
- 10) Hatıralar / Hafıza (Memories)

2.4.1.1 Proto-Performans

Proto-performans, bir performanstan önce gelen ve/veya bir performans yol açan bir kavramdır. Schechner (2013: 225; 2020: 39), proto-performansın bir başlangıç noktası ya da -daha yaygın olarak- bir grup başlangıç noktası olduğunu ifade eder. Ek olarak, proto-performans, yasal bir kod, senaryo, ayin, drama, dans ve müzik notasyonu, sözlü gelenek vb. gibi şeyler olabilir. Bir proto-performans önceki bir performans, revize dileyen, yeniden canlandırılabilen ve yapılandırılabilen performanslar olabilir. Schechner (2013: 226; 2020: 40), bununla ilgili olarak aşağıdaki verilen ifadeyi kullanmıştır.

“Gösteri sanatlarında, ritüellerde, sporlarda, avukatlık, doktorluk, marangozluk, öğretmenlik gibi birçok meslek ve meslek grubunda proto-performans üç aşamada gerçekleştirilir: eğitim, atölye ve provalar. Bunlar bazen "çıraklık", "stajyerlik", "iş başında eğitim" gibi başka isimlerle anılır. Ancak adı ne olursa olsun, ne yapılacağını öğrenmek ve onu gözetim altında uygulamak, gösteri sanatlarında olanlarla aynıdır.”

Bu düşüncelerden hareketle proto-performans, profesyonel turist rehberlerinin, tura hazırlık niteliğinde, tur başlamadan önce gerçekleştirdikleri çalışmalar olarak düşünülebilir. Ayrıca, daha geniş bir perspektif ile proto-performans, bir tur rehberinin profesyonel rehber unvanı kazanmadan ve profesyonel olarak turlara katılmadan önce stajyer olarak katıldığı turlardaki performansı olarak da değerlendirilebilir. Rehberlik mesleği, iş başında eğitimi gerektiren bir meslektir. Tezin birinci bölümünde açıklandığı üzere, bu meslekte iş başında eğitiminin nasıl olacağı mevzuat ile düzenlenmiştir.

Eğitim: Eğitim, performans sürecinin belirli becerilerin öğrenildiği aşamasıdır. Her zaman deneyimsel olarak olmasa da mantıksal olarak proto-performansın ilk adımıdır. Gayri resmi ya da resmi olabilir. Gayri resmi eğitimde, acemi, zamanla neler olup bittiğini özümseyerek beceriler kazanır. Hatalar günlük yaşamın bir parçası olarak düzeltilir. Öğrenilenler öğrencinin genel yaşamına entegre edildiği için bu eğitim yöntemi çok etkili olabilir. Bebeklerin konuşmayı öğrenme yolu budur. Resmi öğretim ise çeşitli yöntemlerden oluşmaktadır. Sınıf eğitimi en

yaygın olan resmi eğitim türüdür. Film yapımı ve etkileşimli telekomünikasyon gibi bazı performans sanatları, resmi teknik eğitim gerektirir. Nitekim, bir zamanlar sadece çıraklık yoluyla öğretilen sanatlar bile artık okulda öğretilmeye başlanmıştır (Schechner, 2013: 228; 2020: 41). Ülkemizde rehberlik mesleği eğitimi yükseköğretim programları ile verilmekte ve eğitimin detayları formel olarak belirlenmektedir. Ayrıca, yukarıda da belirtildiği gibi meslekte işbaşı eğitimin nasıl olacağı meslekle ilgili mevzuatta açıklanmaktadır. Bununla birlikte, tezin birinci bölümünde açıklandığı üzere profesyonel turist rehberliği mesleğinin kendine özgü özellikleri vardır. Örneğin, turist rehberi aynı zamanda eğitici rolü üstlenmektedir. Bu da rehberin turun özelliğine göre ihtiyaç ortaya çıkan alanlarda, örneğin belirli bir yöreye özgü bir gastronomi turuna çıkılacaksa, öncesinde kendini geliştirmesi, turun özelliğine göre eğitim almasını bir gereklilik haline getirmektedir.

Atölye: Atölye, performans sürecinin aktif araştırma aşamasıdır. Bazı sanatçılar, provalarda ve performanslarda faydalı olacak süreçleri keşfetmek için atölye çalışmaları kullanırlar. Atölyeler kişisel, tarihsel veya diğer kaynaklardan materyalleri çıkarmak ve ardından bunları eylemler ve etkileşimlerde ifade etmenin yollarını bulmak için kullanılabilir. Bu malzemeler tamamlanmış estetik veya terapötik performansların bir parçası olabilir. Veya malzemeler yalnızca atölye araştırmaları olarak faydalı olabilir. Bazen atölyeler kendi başlarına bir amaçtır. Farklı bir sürece başlangıç oluşturmazlar. (Schechner, 2013: 233; 2020: 46)

Prova: Provalar, atölyelerden farklı bir düzeyde işler. Atölyelerde kaynaklar belirlenir ve araştırılır. Atölye aşamasında birçok olasılık vardır. Bununla birlikte, provalar bir inşa sürecidir, atölyelerde bulunan materyallerin bir performansın (genellikle bir halka açık performansın) takip edeceği şekilde organize edildiği aşama. Provalar, eğitimde atılan temeller ve atölyelerde ortaya çıkarılan ve keşfedilen yeni materyaller üzerine kurulur ve bunları doldurur. Provalar sırasında, eylemler, bir performans yapmak için kullanılabilecekler ve bir kenara bırakılması gerekenler şeklinde ayrılır (Schechner, 2013: 336; 2020: 47). Tur başlamadan önce, turun gerçekleşeceği güzergahı gezen turist rehberinin, tur programını prova etmesi buna örnektir. Turist rehberi tur başlamadan önce, gerekli eğitimleri almış (örneğin gidilecek yerin tarihi ve kültürel özellikleri, yerel dokuyu temsil eden ürünlerin satın alınabileceği dükkanlar hangileridir, bunları öğrenmiş); tura dahil edeceği ve

etmeyeceği faaliyetleri belirlemiştir. Prova tur performansının içeriğini belirlemede önemli rol oynamaktadır.

2.4.1.2. Performans

Performanslar birçok farklı durumda ve türde gerçekleşir. Schechner (2013: 2; 2020: 4), performansların ritüel, oyun, spor faaliyetleri, popülerleşmiş eğlenme faaliyetleri, tiyatro, dans ve müzik gibi sahne sanatları, günlük yaşam performanslarından sosyal, profesyonel, cinsiyet, ırk ve sınıf rollerine, medya ve internete kadar değişen insan eylemlerinin “geniş spektrumlu” veya “sürekliliği” olarak yorumlanmasını önermektedir. Temel kavram, çerçevelenen, yürürlüğe giren, sunulan, vurgulanan veya görüntülenen herhangi bir eylemin bir performans olmasıdır. Birçok performans, süreklilik boyunca birden fazla kategoriye aittir. Schechner (2013: 2), buna örnek olarak; bir Amerikan futbolu oyuncusunun bir gol attıktan kutlama yapmak için parmağını havaya kaldırmasını, bir atlet ve popüler bir şovmen olarak profesyonel rolünün bir parçası olarak bir dans ve bir ritüel ile performans gerçekleştirmesi örneğini vermektedir.

Isınma: Her performansın hemen öncesinde bir ısınma vardır. Birçok oyuncu sahneye çıkmadan önce zihinlerini yoğunlaştırır. Şarkıcılar bir şekilde seslerini ısıtır. Tamamen kostümlü ve maskeli bir aktör, sahneye çıkmadan hemen önce aynada imajını düşünür. Bir konuşmacı notlarının üzerinden geçer, birkaç kelime çalışır. Bir yargıç, dava kayıtlarını inceleyecek, cüppeler giyecek ve kâtip onu anons ettiğinde mahkeme salonuna isteka ile girecektir. Bir doktor, hasta kayıtlarını gözden geçirecek ve belki bir muayene veya hastane turu yapmadan önce hemşireler veya meslektaşları ile görüşecektir. Sporcular esner ve meditasyon yaparak hem beden hem de zihinlerini yarışma için hazırlarlar. Örneğin, bir beyzbol atıcısı her vuruştan önce birkaç top atacak veya boğa pençesinde daha kapsamlı bir ısınma sürecinden geçecektir. Vuruş çemberindeki bir vurucu, tabağa yaklaşmadan önce sopasını birkaç kez sallayacaktır. Bir çocuğu azarlamaya hazırlanan bir anne, tam olarak ne söyleyeceğini ve yapacağını zihninde prova edebilir (Schechner, 2013: 240; 2020: 50). Profesyonel turist rehberi, tur performansının parçası olarak katılımcıları tura

ısındırmak için kendini tanıtabilir, katılımcıların kendilerini tanıtmalarını isteyebilir veya anekdotlar anlatabilir.

Halka Açık Performans: Eğitim ve atölye çalışmaları, sanatçılar ve performansçıların gerekli becerileri edindikleri ve halka açık bir gösteri yapmak için doğru malzemeleri buldukları yerdir. Provalar, yönetmenlerin (koreograflar, orkestra şefleri vb.) ve oyuncuların belirli bir performans puanı oluşturduğu yerdir. Isınma, performansa hazırlık sürecidir (Schechner, 2013: 40; 2020: 51). Profesyonel turist rehberliği bağlamında, bu süreçler sonunda rehberin, turistlere açık tur performansı gerçekleşir.

Halka Açık Performansı Sürdüren Olaylar: Her halka açık performans, bir teknik, ekonomik ve sosyal faaliyetler ağının içinde veya bir parçası olarak çalışmaktadır. Sıradan bir tiyatro, dans veya müzik performansında, site dışında, iş yöneticileri, bilet ve reklam ajansları sanat şirketinin işlerini yönetmekte, koltuk satmakta ve reklamlar yerleştirmektedir (Schechner, 2013: 244; 2020: 54).

Soğuma / Bekleme Süresi: Performans ne olursa olsun, bir noktada biter. “Perde açılır”, seyirci ayrılır, açılış sona erer, gelin ve damat partiden ayrılır, dansçılar soyunma odalarında sokak kıyafetlerini giyerler. Soğuma ve bekleme süreci, işlerin ve performansların “normale” dönmesidir. Gösteri ve gösteri bitişi arasındaki bu geçiş, genellikle gözden kaçan ancak son derece ilginç ve önemli bir aşamadır. Isınma hareketleri insanları “performansa atlamaya” hazırlarsa, soğuma süresi onları günlük hayata döndürür. Soğuma / bekleme süresi, genellikle ısınma kadar resmi bir prosedür değildir. Bunun nedenlerinden biri, “odaklanmış performans” sona erdiğinde, insanların basitçe gitmesine izin vermesidir. Nitekim, bu “bırakma”yı incelemek, belirli bir etkinliği ortaya çıkarır. Aktif sanatçılar için gayri resmi bekleme süresi, rolü dinlendiren ve sıradan benliği yeniden uyandıran jestleri içerir. Bu performans sonrası aktivite, kendi başına bir performans olabilir, olayın önemli anlarını tekrar oynayarak ve tartışarak bir çeşit devamlılığa dönüşebilir (Schechner, 2013: 246; 2020: 55).

2.4.1.3. Performans Sonrası

Schechner'e göre (2013: 246; 2020: 56) “performans sonrası (aftermath)” kavramını, *“bir performansın devam eden ömrü onun sonucudur. Performans sürecinin bu aşaması yıllarca hatta yüzyıllarca uzayabilir - aslında, sonrasının süresi belirsizdir”* şeklinde ifade etmektedir. Performans sonrasında performansın etkileri “kritik yanıtlar”, “arşivler” ve “anılarda” devam etmektedir. Bunları performansa yönelik eleştiriler, geribildirimler, fotoğraflar, videolar ve dijital kayıtlar oluşturur. Bu kavramlar, performansçılar ve sanatçılar için yeni performans imkanları yaratabilmektedir.

2.5. PERFORMANS TEORİSİ VE PERFORMANS ÇALIŞMALARINDA ÖNE ÇIKAN KAVRAMLAR

Bu bölümde performans çalışmalarında öne çıkan boyutlar ve kavramlar hakkında bilgiler verilecektir.

2.5.1. Ritüel

Schechner (2013: 52; 2020: 121), ritüelin tanımını *“eylemlere kodlanmış kolektif hatıralar”* olarak tanımlar ve performansların, sahne sanatlarında, sporda, popüler müzikte ya da günlük yaşamda ritüelleştirilmiş jestler ve seslerden oluştuğunu ifade etmektedir. Nitekim Schechner, bireyin performansının kendiliğinden ve orijinal olduğu düşündüğünde bile o performansın daha önceden yapıldığını ya da söylendiğini ifade etmektedir. Bunun nedeni olarak, sahne sanatlarının ve sanatsal davranışın “ilk defa” değil, hazırlık ve prova yapmak için zaman ayıran eğitilmiş kişiler tarafından canlandırıldığı ve hayata geçirildiği düşüncesini öne sürer ancak bir performans, “dans dramaları” gibi stilize edilmiş davranışlara sahip olabileceği gibi, günlük davranışa da uygun olabilir. Ek olarak, bir performansın doğaçlama da olabileceğini ifade etmektedir.

Schechner (2013: 57; 2020), ritüelleri performans çalışmaları kapsamında on bir temaya ayırmaktadır. Bu bölümde *“eylem ve performans olarak ritüel”*, *“eşiksel performanslar olarak ritüel”*, *“ulaşım ve dönüşümler”*, *“etkililik-eğlence ikisi”* ve *“tiyatro, dans ve müzikte ritüelleri kullanma”* temaları ele alınacaktır.

Eylem ve Performans Olarak Ritüeller: Schechner (2013: 57;) bu temada Durkheim (1965) ve Bell'in (1997) çalışmalarına atıf yaparak, "ritüel eylem" ve "düşünce" arasındaki ilişkinin karmaşık olduğunu ifade etmektedir. Durkheim (1965: 424-27'den akt. Schechner 2013: 58), ritüellerin "sosyal dayanışma" yaratıp sürdürüldüğünü belirtmektedir. Ona göre ritüeller, dini fikirleri iletebilir ya da ifade edebilirse, artık fikir veya soyutlamalar değil, bilinen davranış kalıplarını ve metinleri canlandıran performanslara dönüşmektedir. Bundan hareketle, Schechner (2013: 58) ritüelin, tiyatroya benzer bir özelliğinin olduğunu ifade etmektedir. Bir başka açıdan ise Gennep de (1960) ek olarak ritüelin teatral dinamiklerini de fark etmiştir. "Geçiş ayinleri(rites of passage)" üzerine yaptığı çalışmada üç aşamalı bir ritüel eylem yapısı önermiştir: başlangıç, sınır ve son sınır. Ek olarak, "*hayatın bir aşamadan diğerine geçişler dizisi olduğunu ve yol boyunca her adımın ritüel tarafından işaretlendiğini*" ifade etmektedir (Gennep, 1960:3).

Etkililik/Etkinlik – Eğlence İkili: Schechner (2013: 80; 2020: 158), etkililik/etkinlik ve eğlence ikilisinin karşıtlık olmadığını, aksine bir sürekliliğin kutupları olduğunu ifade etmektedir. Belirli bir performansın "ritüel" veya "tiyatro" olarak adlandırılıp adlandırılmaması çoğunlukla bağlama ve işleve bağlıdır. Bir performans nerede, kim tarafından, hangi koşullarda ve hangi amaçla yapıldığına göre etkinlik veya eğlence olarak adlandırılabilir. Amaç, bir performansın ritüel olup olmadığını belirleyen en önemli faktördür. Eğer performansın amacı değişimi etkilemekse "etkililik" olacak ve yapılan performans ritüel olarak sayılacaktır. Nitekim, eğer amaç çoğunlukla gösteriş yapmak, güzel olmak, zevk vermek ya da vakit geçirmekse o zaman performans "eğlence" olmaktadır. Ek olarak Schechner (2013: 80), hiçbir performansın saf etkililik ya da saf eğlence olmadığının altını çizmektedir.

Tiyatro, Dans ve Müzikte Ritüelleri Kullanma: Schechner (2013: 83; 2020: 162), ritüellerin sadece toptan olarak icat edilmekle kalmadığını, aynı zamanda eski ritüellerin de uzun zamandır sanatsal bir değirmen içinde öğütülerek, bir tür popüler eğlence olarak kullanıldığını ifade etmektedir. "Otantik ritüelleri" ithal etmenin ve bunları kolonyal sergilerde, fuarlarda ve eğlence parklarında göstermenin uzun bir geçmişi olduğunu belirtmekle birlikte, bu konu hakkındaki ifadesi oldukça dikkat çekmektedir;

“Sufi Mevlevi dansçıları - “semazenler” - birçok kez konser sahnelerinde boy gösterdiler. Onları 1972’de Brooklyn Müzik Akademisi’nde performans sergilerken gördüğümde, izleyicilere “Program dini bir törendir. Alkışlardan kaçınmanız rica olunur.” dendi. BMA seyircisine, eğlence olarak görmek için para ödedikleri şeyin, geleneksel tiyatro tepkisinde bir değişiklik gerektirecek kadar ritüel aurasını koruduğu hatırlatıldı. Ya da belki kurnazca, izleyicilere paralarının değerini “otantik” bir şeyden elde ettikleri söylendi.” (Schechner, 2013: 84)

Eşiksel Performans Olarak Ritüel: İnsanlar bir “yaşam evresinden diğerine geçişi” esnasında “eşiksel” performanslar sergiler. Bu eşiksel aşamaları sosyal ergenlik, evlilik, sosyal ilerleme, ebeveynlik, işte uzman hale gelme, emeklilik, doğum ve ölüm olabilir. Buradaki kilit aşama ise, kişinin kişisel kimlikler ve sosyal kategorilerin ikilisinin ortasında olduğu dönemdir (Schechner, 2013: 66; 2020: 144). Turistik deneyim dönüştürücü bir deneyimdir. Profesyonel turist rehberi, turistlerin tur esnasında bu eşiksel aşamadan geçişinde, aracılık rolü üstlenir. Örneğin bir kültür alanını ziyaret eden turistlerin, tur sonrasında, tur öncesine göre farklı bilgi ve duygularla bu alandan ayrılması beklenir. Bu dönüşümün gerçekleşmesinde, tur bir eşik, profesyonel turist rehberi ise eşiksel performans gösteren kişidir.

Taşıma ve Dönüşümler: Taşıma performanslarında bir kişi transa girebilir, farklı dillerde konuşabilir, yılanları idare edebilir, bir “ruh” ile “mutlu olabilir” ya da ezici güçteki duyguları deneyimlemeye sonuçlanan birçok eylem ve faaliyeti gerçekleştirebilir (Schechner, 2013: 72; 2020: 151). Nitekim, deneyim ne derece etkili ya da güçlü olursa olsun, şimdi ya da sonra çoğu insan “sıradan benliklerine” geri dönerler. Ek olarak, bu ulaşım, sadece ritüel durumlarında değil aynı zamanda estetik ve sahne sanatlarında da gerçekleşir. Bir bakıma her türlü performansın birleştiği yer bu safhadır. Sanatçılar, aktörler, eğlenceler, sporcular, dansçılar, şamanlar ve müzisyenler “geçici” olarak “kendilerini terk etmek” ve icra ettikleri her şeye tamamen “dahil olmak” için antrenman, prova ve pratik yapar (Schechner, 2013: 72; 2020: 152).

2.5.2. Eşiksellik

Gennep (1960), geçiş ritüellerinin (rites of passage) üç aşamada gerçekleştiğini ifade etmektedir. Bunlar “eşiksellik öncesi/ayrılma

(preliminal/seperation)”, “eşiksellik (liminal) ve “eşiksellik sonrası/bütünleşme (postliminal/reaggregation)” aşamalarıdır. Özbudun ve Uysal (2012: 184) bu basamakları aşağıdaki gibi ifade etmişlerdir:

“Ayrılma aşaması (preliminal/seperation), birey ya da topluluğun önceki durumundan, konumundan vb. ayrılışını sembolize eden fiillerle ayırt olmaktadır. Eşiksellik aşaması (liminal), bireyin ‘ne burada, ne orada’ olduğu tereddüttü ve belirsizlik dolu bir hali simgeler. Bütünleşme aşaması (postliminal/reaggregation) ise, kişinin veya topluluğun dönüşmüş şekilde topluma tekrardan dahil olduğu aşamadır”

Turner (1969: 359), eşiksellik ya da eşiksel kişiliğin niteliklerinin “zorunlu olarak belirsiz” olduğunu ifade etmektedir. Bunun nedeni olarak, bu kişilerin, normalde kültürel alan konumlarını ve durumlarını belirleyen sınıflandırmalar açısından “kaçmaları” ya da “geçmeleri”ni öne sürmektedir. Yine Turner’a göre (1969: 359), “eşiksel varlıklar” ne orada ne buradadır. Adetler, törenler ya da yasalar tarafından belirlenen ve düzenlenen mevkiler arasındadırlar. “Eşiksel varlıkların” belirli ya da belirsiz özellikleri, kültürel ve sosyal geçişleri ritüelleştiren birçok toplumda çok çeşitli ve farklı sembollerle ifade edilmektedir. Ek olarak Turner (1969: 359), eşiksellik kavramının “ölüme, rahimde olmaya, karanlığa, biseksüelliğe, görünmezliğe, güneş ya da ay tutulmasına” benzediğini ifade etmektedir.

Turner’a göre (1982: 24), “eşiksellik öncesi”nin ilk basamağı günlük yaşamdaki zaman ve mekândan, “kutsal” zaman ve mekâna geçmek üzere ayrılmaktır. İkinci basamak olan “eşiksellik” kısmında söz konusu ritüeller yer almakta ve gerçekleştirilmektedir. “Eşiksellik” basamağı ya da aşamasında, ritüel performansçıları ya da katılımcıları “eşit ve anonim” kişiler topluluğu olan “communitas”a dönüşürler. “Communitas” ise, genel olarak insanların birbirinin eşiti olduğu, yapılandırılmamış bir topluluğa atfedilen Latince bir isimdir. Profesyonel turist rehberliğinde, bu topluluk rehber ve turistlerden oluşmaktadır. Tur esnasında sergilenen performanslarla turistlerin günlük yaşamdan kopup, özel zaman ve mekânda hissetmeleri amaçlanmaktadır.

2.5.3. Oyun

Schechner'e (2013: 89; 2020: 166) göre ritüel gibi " oynamak " da performansın merkezindedir. Aslında performans, oyun tarafından koşullandırılan / nüfuz eden ritüelleştirilmiş davranış olarak tanımlanabilir. Oyunun sabitlenmesi veya tanımlanması çok zordur. Bu bir ruh hali, bir aktivite, kendiliğinden bir patlamadır. Bazen kurallara bağlıdır, bazen çok özgürdür. Çok yaygındır. Herkes oyun oynar ve çoğu insan diğerlerinin oyununu izlemekten de zevk alır, ya resmi olarak dramalarda, sporda, televizyonda, filmlerde ya da rasgele, partilerde, çalışırken, sokakta, oyun alanlarında. Handelman (1997), ritüel ve oyun için aşağıdaki ifadeyi kullanmaktadır;

"Ritüel ve oyun, sosyal düzene ilettikleri mesaj türlerinde birbirlerinin gölge görüntüleridir. Bunlar, olağan gerçekliğin alanının çözümü için tamamlayıcı olan benzer bilinç ve algılama durumlarıdır." (Handelman, 1997: 190)

Yine Schechner'e göre (2013: 92; 2020: 169), oyun, insanların ve diğer bazı hayvanların genetik temelli yaşam boyu süren bir aktivitesidir. Oyun, oyun eylemlerinden, oyun ve oyun oynamanın temel fiziksel birimlerinden oluşur. Kurallara uyabilecek veya beklenmedik bir şekilde kurallara uyabilecek herhangi bir sayıda oyuncuyla herhangi bir zamanda herhangi bir zamanda gerçekleşebilir. Çoğu oyun eylemi, oyuncuların oynamayı kabul ettiği kurallara tabidir. Tenis ve satrançtan doğaçlama tiyatro ve savaş oyunlarına kadar oyunlar, anlık oynamayı kontrol eden kurallarla yönetilir. Ancak, ifade edilmiş ya da yayınlanmış kuralları olmayan ya da fantezi ya da "şaka yapma" gibi oyun sırasında değişen kuralları olan birçok oyun eylemi de vardır. Bazen oynamak yapısal olmayan bir şeydir ve asıl eğlenceli olan kuralların nasıl aşılabacağı veya onları nasıl alt üst edebileceğidir. Oynamak, yaratıcı dünya yaratmanın yanı sıra yalan, yanılsama ve aldatmayla doludur. Oyun performanstır (kamuya açık olarak yapıldığında) ve daha özel, hatta gizli olduğunda performatiftir - bir gösteriden ziyade bir strateji veya hayaldir. Caillois (2001: 12-13) oyunları dörde ayırmaktadır. Bunlar;

1. **Agon veya rekabet.** Kazananların ve kaybedenlerin olduğu oyunlar. Sonuç, oyuncuların becerileri ve / veya gücü ile belirlenir. Örnekler: yarışlar, halter, satranç.

2. **Alea veya şans.** Kaderin, şansın veya zarafetin kazananı belirlediği oyunlar. Örnekler: zar, rulet.
3. **Taklit veya simülasyon.** Hayali, hayal ürünü veya aldatıcı bir dünyada oynamak. Örnekler: tiyatro, çocukların hayal ürünü oyun.
4. **Ilinx veya baş dönmesi.** Kafa karıştırıcı bir deneyim veya zihin durumu uyandırmak için oynamak. Örnekler: lunapark dönme oyunu, rollercoaster binmeleri, "çılgınca sarhoş" olma.

“Bir toplum ile oynamayı sevdiği oyunlar arasında gerçekten karşılıklı bir ilişki vardır. Onların kuralları ile grup üyelerinin ortak özellikleri ve eksiklikleri arasında gerçekten artan bir yakınlık vardır. Bu tercih edilen ve geniş çapta yayılmış oyunlar, bir yandan yaygın olan eğilimleri, zevkleri ve düşünce tarzlarını yansıtırken, aynı zamanda oyuncular bu erdemler veya eksantriklikler konusunda eğitmek için onları alışkanlıklarında ve tercihlerinde ince bir şekilde onaylarlar. Bu nedenle, bir halk tarafından takdir edilen bir oyun aynı zamanda toplumun ahlaki veya entelektüel karakterini tanımlamak, kesin anlamının kanıtını sağlamak ve ilgili nitelikleri vurgulayarak popüler kabulüne katkıda bulunmak için kullanılabilir.” (Caillois, 2001: 82-83)

Schechner’e göre (2013: 94; 2020: 171) Caillois, herhangi bir toplum ile oynadığı oyunlar arasındaki “karşılıklılığı” vurgulamaktadır. Oyunun sosyal hayatı hem ifade ettiği hem de yönlendirdiği konusunda hemfikirlerdir. Anlaşmazlıklar, hangi tür oyunların tercih edileceğine bağlıdır. Örnek olarak profesyonel sporcular ve kumarbazlar para için oynarlar. İş adamları ve politikacılar oyun tekniklerinden yararlanır. Başkalarını kontrol etmek için “akıl oyunları” oynamak sosyal bir beceridir. Dolandırıcılar, vur-kaçlar ve dolandırıcılık oyunları endemiktir. Son olarak Schechner (2013: 121; 2020: 202), “oyun” ve “oyunun oynama” kavramlarının temelde performatif olduğu savunur.

2.5.4. Performatiflik

Schechner’e (2013: 123; 2020: 231) “performativite” her yeredir. Günlük yaşamda, meslekler ve uzmanlıklarda, internette ve medyada, sanatta ve dilde. Ona göre, “performatif” kelimesini tespit etmek çok zordur çünkü bu kelime çok çeşitli anlamlar kazanmıştır. Bazen tam olarak kullanılırlar ya da biçimsel anlamda bir

performans olmadan “performansa benzeyen” bir şeyi belirtmek için açık bir şekilde kullanılırlar. “Performativite”, farklılıkların çöktüğü, medyayı canlı olaylardan, orijinalleri dijital veya biyolojik klonlardan ayıran ve sahnede performans sergilemekle sıradan yaşamda performans sergileyen bir dünyanın açtığı tüm olasılıkları kapsayan daha da geniş bir terimdir. Giderek artan bir şekilde, sosyal, politik, ekonomik, kişisel ve sanatsal gerçeklikler, performansın niteliklerini üstlenmektedir. Performans araştırmalarında performans, aralarında cinsiyet ve ırk da dahil olmak üzere sosyal gerçekliğin inşası, performansların yenilenen davranış kalitesi ve performans uygulamasının performans teorisi ile karmaşık ilişkisi gibi çeşitli konulara işaret eder (Schechner, 2013: 123; 2020: 231).

Dilbilim filozofu J. L. Austin’e göre, *"bir şeyi söylemek, bir şeyler yapmaktır."* İnsanlar belirli cümleleri söylerken eylemlerde bulunurlar. Sözler, bahisler, küfürler, sözleşmeler ve yargılar eylemleri tanımlamaz veya temsil etmez, bunlar eylemlerdir. Performanslar, "gerçek hayatın" ayrılmaz bir parçasıdır.

“’Performatif’, elbette, "performans" . . . İfadenin yayınlanmasının bir eylemin gerçekleştirilmesi olduğunu gösterir. . . Kelimelerin dile getirilmesi, aslında, genellikle eylemin icrasında bir veya hatta önde gelen olaydır . . . ” (Austin, 1962: 6-8)

Performans çalışmalarında üzerinde çalışılan her şey "nesneler" veya "şeyler" olarak değil, uygulamalar, olaylar ve davranışlar olarak kabul edilir (Schechner, 2013: 2). Bu “canlılık” niteliği -medya veya arşiv materyalleri ile uğraşırken bile- performans çalışmalarının merkezinde yer alır. Dolayısıyla, performans çalışmaları bir eylemi “okumaz” veya hangi “metnin” canlandırıldığını sormaz. Daha ziyade, örneğin bir resmin “davranışı” hakkında sorular sorulur: nasıl, ne zaman ve kim tarafından yapıldı, ne şekilde, onu görenlerle nasıl etkileşime girdiği ve resmin zamanla nasıl değiştiği gibi sorularla sabit, ancak yarattığı veya katıldığı performanslar kökten değişebilir (Schechner, 2013: 2; 2020: 26). Sonraki bölümde turizmde performans çalışmalarına değinilecektir.

2.6. TURİZMDE PERFORMANS ÇALIŞMALARI

Turizmde performans araştırmacıları genel olarak Austin, Goffman ve Turner gibi araştırmacıların çalışmaları ve düşüncelerinden etkilenmiştir ve turistlerin bakış açılarına odaklanmaktadır. Turistler, turlar sayesinde farklı yaşam tarzlarının bir parçası olmalarına ve deneyimsel aktivitelere olanak sağlayan turistik deneyimlere kendilerini kaptırırlar (Firat ve Dholakia'dan aktaran Hansen ve Mossberg, 2017:1). Turistler tek bir tur veya tatil sırasında bir dizi rol oynayabilmektedir. Bu, turistlerin de aynı zamanda teatral performans sergilediği ve sergileyebileceği aşamalar olarak görülmektedir.

Bir performans biçimi olarak turizmin metaforu, (Tussyadiah ve Zach, 2012: 781), turist deneyiminin somutlamış performansları, uygulamaları ve süreçleri olarak ifade edilmektedir (Scarles, 2010: 909). Edensor (2000: 341), turizm sürecini oluşturan uygulamaları anlamak için performans metaforunu kullanmakta, tüm yaşamın performatif olduğu görüşüyle birlikte turizmin de bunun bir yönü olduğu ifade etmektedir. Turizm, bir dizi performans ve aşamalar olarak görülecek yerlerde canlandırılmıştır. Edensor (2000: 325), performansın üç boyutunu tanımlamaktadır. Bunlar;

1) Zamansal ve Mekânsal Boyutlar: Edensor'a göre (2000: 325), tüm performanslar kültürel ve sosyal olarak zaman ve mekânda konumlanmıştır. Turistlerin günlük performanslarının normatifliği, çeşitli turistik performansların sergilendiği yerlerde belirgin hale gelmektedir. Turistik performanslar sınıfa, cinsiyete, etnik kökene ve diğer eğilimlere göre farklılık göstermekte ve turistler tarafından yerine getirilmektedir. Belirli yerlerde turistlerin ne tür performansların yapması gerektiğine dair varsayımlar, turistlerin geldiği ve içinde bulunduğu kültürel bağlam ve zamana dayanırlar. Tatil, işten ve görevden uzaklaşmayı içeren, rahatlama ve oyun dönemi gibi algılanabilecek, olağan yaşam döngüsü dışında bir zamanı işaret etmektedir (Edensor, 2000: 325). Bu zamansal turizm algısı, zevkli aktivite ve performanslar içerir. Turistlerin daha otantik benliklerini ortaya çıkarmak için rahatlama fikri karşısında turistler, gündelik hayatın stresleri ve gerginlikleriyle savaşan gündelik benliği bir kenara bırakabilir.

Noy (2008: 510), performans terimini turist odaklı olarak, *“turistlerin davranışlarını hem kamuya açık olarak gerçekleştirilen hem de değerlendirilebilen anlamlı sosyal roller”* şeklinde ifade etmiştir. Bu performanslar fiziksel ve sembolik

alanlarda canlandırıldığı için Chaney (1993:18), sahne ya da tiyatro metaforunu kullanmakta ve performanslar için farklı mekanlar olduğunu ifade etmektedir. Yine Chaney (1993:64), *“turistler olarak bizler, turizm endüstrisinin sağladığı sahnelerde kendi dramalarımızda performans sergileriz”* ifadesini kullanmaktadır. Edensor’a göre (2000: 326) ise, tüm bu performatif süreçler, sembolik ortamların değerlerini durmaksızın yeniden oluşturur ve onları dramaturjik (drama elementlerinin sahne sunumu) mekanlar olarak yeniden üretir. Turist ve ziyaret edilen yer arasındaki ilişkide yer alan performanslar, turistlerin bireysel ve grup kimliklerini şekillendirir ve turistlerin sahnenin bir parçası olduklarına işaret eder.

2) Sosyal ve Mekânsal Düzenleme: Performans ve performatiflik, sosyal ve mekânsal olarak değişir. Sahneler dikkatli bir şekilde yönetilir, sahneler geçişi kolaylaştıran performans öğeleri ve yerleştirilmiş nesneler içerebilir. Turizm teatral (tiyatro) metaforlarının performanslarının yönü, mekânın sahne yönetimi ve hareketlerin koreografisi ile ilgili kavramları içerecek şekilde genişletilmesi, performans yardımcı olmak ve düzenlemek için harekete geçirilen mekânsal ve sosyal kontrolleri ortaya çıkarmada yardımcı olur (Edensor, 2000: 326).

Crang (1997: 143), performans aşamalarını *“turistlerin tükettiği ve turizm çalışanlarının üretmeye yardımcı olduğu anlamlı ortamlar”* şeklinde ifade etmiştir. Sembolik ortamlar (özen yerleri, tarihi ve kültürel alanlar vb.), temsili araçlar ile örneğin turizm çalışanları, rehber kitaplar, seyahat programları vb. tanıtılırken, bu semboller farklı turist grupları tarafından farklı anlaşılmaya, eleştirilmeye ve tartışılmaya açıktır. Buna göre, çok sayıda performans şekilleri ortaya çıkabilir. Bu durum, ziyaret edilen alanların neleri sembolize ettiği hakkında fikirler, senaryolar, koreografilerin yanı sıra, tur esnasında edinilen roller, tura katılanlar arasında grup oluşumları, rehber tarafından verilen talimatlar ve ipuçlarının nasıl takip edildiği gibi faktörlerden etkilenir, böylece turun tek bir aşamasında bile çok sayıda performans formu oluşabilir.

3) Turistik Performans: Performans sürecinde, belirli bir yeterlilik derecesine ulaşmak için belirli eylemlerin öğrenilmesi gerekir. Performansçının amaçlanan izlenimi iletme becerisi, prova ve uygulama düzeyine, doğru vücut imajını geliştirmeye ve eğitim yoluyla teknikleri edinmesine bağlı olabilir. Bu, turistlerin (aktörlerin) öğrendiklerine ve uyguladıklarına uygun olarak roller

üretebilmesi için performans sırasında kendi kendini izlemesini gerektirebilir. Aktörler, kendilerini izlemenin yanı sıra, katılımcıların ve izleyenlerin disipline edici bakışlarına da tabidir. Bu nedenle hem iç hem de dış gözetim, performansların kapsamını kısıtlayabilir ve turist olarak hareket etmenin ‘uygun’ yolları hakkındaki toplumun kabul ettiklerinin altını çizmeye yardımcı olabilir. Bu akran baskıları genellikle toplu olarak seyahat ederken özellikle katıdır; bireysel performanslar daha doğaçlama olabilir (Edensor, 2000: 326-327).

Performansın etkinliği ve verimliliği, izleyicilerin aktörün iletmeyi umduğu anlamı paylaşma yeteneğine paralellik gösterir, performansın etkisi, mesajı anlayan bir kitleye bağlıdır. Her ne kadar performanslar sadece katılımcılar arasındaki toplumsal dayanışmayı güçlendirmek için tasarlanmış özel ilişkiler olsa da, izleyicilerin ve katılımcıların, özellikle aynı yerde farklı performans biçimlerini uygulamaları durumunda, başkalarının performansını anlamadıkları veya yetkinliklerini ya da aktörlerin verdikleri anlamları küçümsedikleri durumlar söz konusu olabilmektedir. Alternatif olarak, aktörler daha geniş bir izleyici kitlesine ihtiyaç duyulmayan bir ortamda tek başına performanslar canlandırabilir (Edensor, 2000: 327).

Performansçıyı harekete geçiren tarafından ya da katılımcı ve izleyiciler tarafından dayatılan refleksif farkındalık (bilinçli bir zihinsel olayın sadece bir nesne ya da içeriğe yönelik olmadığı, aynı zamanda kendisine yönelik olması) derecesinin, performans sırasında turistin yaşadığı ve deneyimlediği katılma ya da ayrılma düzeyini etkilemesi muhtemeldir. Bu, turisti bir performansa veya rol dağılımına tamamen daldırmanın, gerçekleştirildiği koşullar tarafından tanımlandığını gösterir. Bu nedenle, bir aktörün (turistin) repertuarının aralığı ve doğaçlama derecesi, izleyicinin beklentileri, sahnenin düzenlenmesi ve diğer katılımcıların uyguladığı baskı ile belirlenebilir (Edensor, 2000: 327).

Turistlerin bakış açısından ele alınan performans ve performatiflik kavramı, turizmin sahnelenmesini ve sahnelenen boyut ve aşamalarına odaklanmaktadır. Edensor (2000: 327), “çoğu turizmde turistlerin vücutları, tur rehberlerinin ve set/sahne tasarımının önerdiği yönlerle göre hareket eder” ifadesini kullanmaktadır. MacDonald (1997: 153’ten akt. Edensor, 2000: 339), bu tür hareketlerin “göçmen

kuşların örüntüleri ve deseniyle de” karıştırılabileceğini, turistlerin de göçmen kuşlar gibi “aynı sınırlandırılmış seçenek setini takip edip, izledikleri” ifadesiyle turistlerin hareketleri ve seyahatleri hakkında ilginç bir benzetme yapmaktadır. Turistlerin performanslarının statik olarak düşünülmemesi, performansa etki eden eğilim ve geleneklerin turistlerin geldiği kültürler ve kültürel uygulamalar değişikçe değişeceği vurgulanmaktadır (Edensor, 2000: 341).

Turizmde performans çalışmaları, disiplinli ritüellerden, doğaçlama performanslara kadar, deneyim yoluyla bir dizi rolün seçilebileceğini ve uygulanabileceğini göstermektedir. Bu nedenle, aynı turist tek bir tur veya tatil sırasında bir dizi rol oynayabilmektedir. Performatif dönüş kapsamında ziyaret edilen yerlerin, alanların ve ortamların turistlerin performans sergilediği aşamalar ve sahneler olarak kabul edilmesi önerilmiştir (Edensor, 2000: 327). Sonuç olarak Edensor (2000) turistlerin bakış açısından ele aldığı sahnelenen turizm kavramında, canlandırmanın gerçekleştirildiği aşamayı sınırlayan mekânsal ve zamansal boyutlar, sahnenin ve mekânın düzenlenmesini (sahnenin nasıl yönetileceği ve temsili uygulamalar ile nasıl koreografi yapılacağı), hem aktörlerin (turistler) hem de hedef kitlenin (turist rehberi, seyahat acentesi ve turistik mağazalar şeklinde ifade edilebilir) bakış açısından beklenen sonuca nasıl ulaşılabilirliğini incelemiştir. Performans kavramı turizm alanında nispeten yeni bir kavram olarak görülmekte ve performatif dönüş (performativity turn) ve “otantiklik/özgünlük (authenticity)” kavramı ile ele alınmaktadır. Bu kavramlara bir sonraki bölümde değinilecektir.

2.7. TURİZMDE PERFORMANS ÇALIŞMALARI KAPSAMINDA ÖNE ÇIKAN KAVRAMLAR

Bu bölümde turizmde performans çalışmaları kapsamında “performatif dönüş” (the performativity/performance turn) ve “sahnelenen özgünlük” (staged authenticity) kavramları ele alınacaktır.

2.7.1. Performatif Dönüş

Performatif dönüş kavramı, 1990'lı yıllarının sonundan itibaren sosyolojik ve coğrafi turizm teorisyenleri (Edensor, 1998, 2000, 2001; Franklin ve Crang, 2001; Perkin ve Thorns, 2001; Coleman ve Crang, 2002; Haldrup ve Larsen, 2009) tarafından ele alınmaya başlanmıştır ve genel olarak turistlerin turizme nasıl çekildiği, turizmi nasıl deneyimlediklerini onların bakış, algı ve temsilleri yoluyla anlamak ve bu performansları o yönde devam ettirmek üzerine ele alınmaktadır. Nitekim, performatif dönüş, turizmde yapılan performans çalışmalarını önemli bir noktaya yeniden yönlendirmektedir. Goffman'ın (1959) *“Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu (The Presentation of Self in Everyday Life)”*, “performatif dönüş” kavramının ana ilham kaynağıdır. Franklin ve Crang (2001: 17-18), *“turizm kültürünü oluşturan kültürel yetkinlikler ve edinilen beceriler, tüm dünyanın gerçekten bir sahne olduğu Goffmanesk bir dünyayı öneriyor”* ifadesini kullanmışlardır.

Performatif dönüş kavramı, turistlerin ziyaret ettikleri yerleri duyuşsal yollarla nasıl deneyimledikleri gibi bedensel hisler de içermektedir (Larsen, 2011: 1112). Performatif dönüşün birtakım temel özellikleri bulunmaktadır. Perkin ve Thorns'a göre (2001), temsiller ve anlamlardan ziyade bedensel icraatları ve canlandırmaları inceler. Uygulamalara metinler üzerinde ayrıcalık tanır ve turistlerin çeşitli teknolojilerle birlikte bedensel duyumları içeren çok duyarlı yollarla yerleri nasıl deneyimlediklerini vurgulayarak sosyal yaşamın “canlılığını” inceler. “Sadece görmekten” daha çok varlığa, yapmaya, eyleme, dokunmaya ve görmeye dayanan yeni metaforları savunur (2001: 189). Performatif dönüş, turistik yerlerin temasını ve sahnelenmesini, ayrıca turizm işçilerinin, turistlerin ve yerel halkın yazılı ve ifade edici bedenselliklerini ve somutlaştırılmış eylemlerini ve etkileşimlerini kavramsallaştırmak için performatif metaforlar kullanır (Edensor 1998; 2000; 2001; Larsen, 2009). Performatif dönüş, performansların performansına hitap etmektedir. Adler'in (1989: 8), turizm yapmanın biçimsel olarak bir uygulama olduğu şeklindeki argümanına dayanır. Turist rehberleri, görünür işaretler ve görünmez kültürel kodlar, normlar ve görgü kuralları ile turistlerin mekânsal uygulamalarını, karşılaşmalarını ve mekan yorumlamalarını tasarlar ve yönetir (Edensor, 2001: 71).

Turist performansları kısmen önceden biçimlendirilmiştir; prova, taklit ve az çok sınıfa, cinsiyete, etnik kökene ve cinselliğe özgü normlara ve ortak gelenekler

yaratan beklentilere uyum gerektirir (Edensor, 2001: 60). Ek olarak, performans dönüşü yaklaşımı, turistlerin sadece önceden belirlenmiş rotaları takip ettiği, senaryolara ve standartlaştırılmış pazarlamaya bağlı kaldığı, aşırı sınırlanmış turizm performansı anlayışına karşı çıkar (Edensor, 2000: 330). Performans metaforları, insan faaliyetinin akışkanlığını ve şekillendirilebilirliğini ve ayrıca oynanabilecek çeşitli rolleri vurgular (Weaver, 2005: 6).

Turistler sabit değildir ve farklı roller arasında geçiş yapabilirler. Ritüelleştirilmiş davranış biçimi olarak performans, kısmen kısıtlanmıştır ve kısmen yenilikçidir. “Tüketim” eylemi aynı anda bir “üretim”dir.

Performans dönüşü yaklaşımında, turistik performansın planlamacılar, tasarımcılar, sahne yöneticileri, turistler ve yerel halk aracılığıyla sürekli olarak nasıl hayata geçirildiği vurgulanarak yerlerin statik ve sabit yerler olarak görülmesi sorgulanır. Yerler ve mekanlar, yalnızca yeniden üretildiklerinde ve belirli şekillerde kullanıldığında turistik yerler olarak ortaya çıkarlar (Baerenholdt vd., 2004). Çoğu aşama ve sahne belirsizdir, farklı performanslar için bu performanslar esnasında oluşan yerlerdir (Edensor, 2001: 64).

2.7.2. Sahnelenmiş Özgünlük

“Sahnelenmiş özgünlük” (staged authenticity) kavramı, geleneksel kültürlerin dışarıdan gelenlere sunulma (yani sahnelenme) şeklini tanımlamak için turizm ve kültürel kaynak yönetimi araştırmacıları tarafından kullanılan bir terimdir (Americanfoodieabroad, 2017). Sahnelenen özgünlükler, turizm uzmanları ve yöneticileri tarafından üretilebilir (tema parklarında, performanslarda olduğu gibi.). Bir başka ifadeyle, sahnelenmiş özgünlük gerçek hayat ve kültürel öğelerin, turistlerin potansiyel olarak gelmeleri ve bulunma olasılığının yüksek olduğu yerlerde sahnelenmesidir. Bunlara örnek olarak A.B.D.’de bulunan “China Town”, İrlanda’da yapılan “Aziz Patrick kutlamaları”, Glasgow, İskoçya’da yapılan “tulum” (bagpipes) etkinlikleri verilebilir (Tourismteacher, 2020).

MacCannell (1976/1999: 41), turizmi, kaybolmuş “özgünlük” için sembolik bir modern arayış olarak görmektedir. Özgün bir geçmişin yası olarak “nostalji”, turizmin ve bir bütün olarak modernliğin biçimlendirici bir teması olarak ortaya çıkmaktadır. Ona göre turizm, modernitenin “özgünlüksüz” mantığının bir yan ürünüdür. MacCannell’e göre (1976/1999: 42), turizm, modernliğin yok ettiği ve

dışarıda bıraktığı şey için “ütopik bir arayışı” ve “arzuyu” temsil etmektedir. Turistler, günlük yaşamları yüzeysel, yapmacık ve yapay olduğu için özgünlük ararlar ve başka yerlerde ve zamanlarda özgünlük aramak için evlerini terk etmeleri, bir tür “çağdaş hacı” olma durumudur. Şöyle ki; *"Modern insan, özgünlüğü nedeniyle başka bir yere, her yere bakmaya, başkalarının sadeliğine, yoksulluğuna, iffetine veya saflığına yansıyan bir anı yakalayıp yakalayamayacağını görmeye mahkûm edilmiştir"* (MacCannell 1976/1999: 41).

MacCannell (1976/1999: 42-43) geziyi, modern bir ritüel olarak görmektedir. Bu bağlamda, MacCannell’a göre (1976/1999: 42-43), *"Modern uluslararası gezi, kendine özgü bir ahlaki yapıya, belirli yerlerin görülmesi gerektiğine dair kolektif bir hisse sahiptir... Goffman'ın deyimiyle, modern rehberli turlar, 'zorunlu ayinlerin uzun dizilerini içeren kapsamlı tören gündemleridir'... Bu manzaraları görmek için hac yapmak için biriktirdikleri tasarrufları harcayan milyonlarca turist vardır"*. MacCannell (1976/1999: 99), turistlerin özgünlük veya arka sahne gerçekleri arzuladıklarını, ancak genellikle sadece “sahnelenmiş özgünlük” ile, yani turistik olmayan bir “arka sahne bölgesi” olduğu izlenimini vermek için sahnelenen turistik bir ön bölge ile karşılaştıklarını ifade etmektedir. Bununla ilgili olarak aşağıdaki ifade dikkat çekmektedir; *"Turist bilinci, otantik deneyimler arzusuyla motive edilir ve turist bu yönde ilerlediğine inanabilir, ancak çoğu zaman deneyimin gerçekte gerçek olup olmadığını kesin olarak bilmek zordur. Bir arka bölgeye giriş olarak kabul edilen şeyin, tamamen önceden turistik ziyaret için kurulmuş bir ön bölgeye giriş olması her zaman mümkündür"* (MacCannell 1976/1999: 99). Larsen (2011: 1118), modern turizmin performatif yanılsamalardan başka bir şey olmadığı, çünkü bunun, sahnelenmiş özgünlüğün hareketli bir dünyası olduğunu ve bu nedenle modern turizme özgünlüksüzlüğün hâkim olduğunu belirtmektedir. Bu, turistik yerlerin ve otantik kültürlerin “yapılmış olma anlamında uydurma olması”nı ve “yapmacık ya da gerçek dışı” olmasını ifade eder.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PERFORMANS TEORİSİ BAĞLAMINDA PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİ

Bu bölümde araştırmanın amacı ve kapsamı, araştırmanın sınırlılıkları, araştırmanın yöntemi ve veri toplama süreci, araştırma soruları ve araştırma bulguları hakkında bilgi verilecektir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Profesyonel turist rehberleri, turistlerle yakın etkileşimde olmaları açısından turizm sektöründe ön planda yer alan aktörler ve performansçı ya da performans üreticilerdir. Bu tez, performans teorisi ve performans çalışmaları kapsamında profesyonel turist rehberlerine odaklanarak, turist rehberlerinin performanslarına nasıl ve ne şekilde hazırlandığına, performanslarını nasıl ve ne şekilde gerçekleştirdiğine ve bunun sonucunda nasıl turistik performans yaratıp turistik deneyim ve tüketim yarattığına dair keşif çalışması yapmayı amaçlamaktadır. Turizmde performans yaklaşımı, profesyonel turist rehberleri için genellikle hizmet kalitesi perspektifine dayanmaktadır. Alan yazında turist rehberlerinin performanslarının, hizmet kalitesi yaklaşımıyla, turistlerin memnuniyeti ve/veya algıları üzerinden ele alındığı dikkat çekmektedir (Lopez, 1980; Whipple ve Thach, 1988; Hughes, 1991; Crick, 1992; Wong, 2001; Bowie ve Chang, 2005; Hueng, 2008; Peake vd., 2009; Huang vd. 2010; Chen vd., 2011; Arslantürk vd. 2013; Chang, 2014; Weiler ve Black, 2015; Nguyen, 2015; Lin vd., 2017; Hansen ve Mossberg, 2017; Aksaray ve Ateş, 2019; Özsoy ve Tayfun, 2020). Turistik deneyimlerin, genellikle turistler üzerinden ve turist bakış açısıyla ele alındığı ve profesyonel turist rehberlerinin performanslarının ise hizmet kalitesi bakış açısıyla ele alındığı anlaşılmakla birlikte, bir profesyonel turist rehberinin, turistlerde deneyim ve turistik tüketim yaratmak için nasıl performanslar sergilediği ve neler yaptığını anlamak önem taşımaktadır.

Genel olarak, turistik performansın ve rollerin ortaya çıkarılmasında profesyonel turist rehberlerinin aktif rol oynadıklarının bilinmesine karşın turist rehberlerinin performansları ve performans süreçleri hakkında yeteri kadar çalışma bulunmamaktadır. Profesyonel turist rehberlerinin, turistik performansın ortaya çıkmasında bir üretici ya da yönetmen gibi performans sergilediğini, hatta bir “sanatçı” ve bir “performansçı” gibi hareket ettikleri düşünülebilir. Schnecher (2013: 225), performansçıların her zaman üreticilerle birlikte çalıştığına ve birlikte

performans sergilediklerine vurgu yapmaktadır. Bu çalışmada, Schechner'in (2013: 226; 2020: 38-39) "bir zaman-uzay dizisi olarak performans süreçleri" boyutları profesyonel turist rehberlerine uyarlanarak, turist rehberlerinin performans öncesi, performans zamanı ve performans sonrasında neler yaptıkları, nasıl hazırlandıkları ve nasıl performanslar sergilediklerini anlamak amaçlanmaktadır.

Literatürde profesyonel turist rehberlerinin rollerine dair eğitimci, diplomat, psikolog, misyoner, eğitmen, ev sahibi, öğretmen, bilgi kaynağı, bilgi veren, hikâye anlatıcı, yol bulucu, arabulucu vb. gibi birçok tanımlamalar olmakla birlikte (Holloway, 1981; Cohen, 1985; Hughes, 1991; Pond, 1993; Mancini, 2001; McDonell, 2001; Zhang ve Chow, 2004; Salazar, 2005), bu tez çalışmasında, profesyonel turist rehberlerini bir üretici, bir sanatçı ve bir performansçı olarak ele alarak ve performans çalışmaları ile performans teorisi kapsamında değerlendirerek alan yazında yer alan tanımla farklı bir bakış açısı kazandırmayı amaçlanmaktadır.

Çalışma, profesyonel turist rehberleri, turist rehberliği bölümü öğrencileri ve turizmle ilgili meslek sahibi kişilerin yanı sıra, performans çalışmalarıyla ilgilenen öğrenci ve araştırmacıları hedeflemektedir. Çalışma, disiplinlerarası bakış açısı benimseyerek performans çalışmaları ile turizm çalışmalarını bir arada ele alması, profesyonel turist rehberliğini, bu mesleği yapanların bakış açıları ile anlamaya çalışması bakımından yenilik taşımaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Çalışmanın veri toplama süreci, ilk olarak katılımlı gözlem ve yüz yüze mülakat olarak planlanmış ancak tüm dünyayı ve Türkiye'yi etkileyen Covid-19 (Koronavirüs) salgını nedeniyle telefon ve çevrimiçi mülakat yöntemi ile tamamlanmıştır. Çalışmanın telefon ve çevrimiçi mülakat yöntemi ile yapılması ve araştırmacının mülakat yöntemine uygun olarak katılımcılarla yüz yüze ve kişisel bir ilişki kuramaması araştırmanın kısıtlarından biridir. Ayrıca, veri toplama aşamasında iletişim kurulan ve mülakat yapmak için anlaşılan bazı profesyonel turist rehberlerinin, mülakat sorularında "mesleki sır" sorulduğu düşüncesi üzerine araştırmacıyı tüm iletişim kanallarından engellemesi de araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. Araştırmacı, bazı rehberlerin görüşmeye katılmaktan vazgeçmesini

de araştırmanın amacı açısından değerli bir bulgu olarak görmektedir. Nitel araştırma desenine dayalı bu araştırmanın amacı açısından neyin söylendiği kadar söylenmediği veya söylenmekten kaçınıldığı da önem taşımaktadır.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE VERİ TOPLAMA SÜRECİ

Çalışma, keşfe yönelik bir çalışma olması itibarıyla nitel araştırma desenini benimsemektedir. Veri toplama yöntemi olarak görüşme yöntemi kullanılmaktadır. Nitel araştırma, Yıldırım ve Şimşek (2008: 9) tarafından “algı ve olayları doğal bir ortamda bütüncül ve gerçekçi bir açığa çıkarmak için görüşme, gözlem ve belge analizi teknikleri gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı bir süreç” olarak tanımlanmaktadır. Özdemir (2010: 326) ise, nitel araştırma desenini, “*insanların kendi eforlarıyla geliştirip şekillendirdikleri sosyal sistemlerin ve yapıların derinliklerini ortaya çıkartmak ve kendi sırlarını çözümlemek amacıyla geliştirdikleri bilgi üretme yöntemlerinden birisi*” olarak ifade etmektedir. Dolayısıyla nitel araştırma yöntemi, bu çalışmanın keşif amaçları için uygundur. Veri toplama aracı olarak, kişisel bakış açılarını ve deneyimleri elde edebilmeye imkân tanıyan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Sorular, Schechner’in (2013; 2020) “*bir uzay-zaman dizisi olarak performans süreçleri*” boyutlarına göre hazırlanmış ve profesyonel turist rehberlerinin “performans öncesi”, “performans sırasında” ve “performans sonrasında” sergiledikleri performansları öğrenmeye yönelik üç boyut altında sorulmuştur. Araştırma verileri Mart – Mayıs ayları arasında üç aylık bir sürede ve 22 profesyonel turist rehberi (Tablo 1) üzerinden toplanmıştır. Veri toplama süreci ve görüşmeler telefon, Facebook ve Zoom isimli çevrimiçi konuşma ve haberleşme uygulamaları üzerinden yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerin kodlamasında, “Taguette, Qualitative Data Analysis Tool” uygulamasından yararlanılmıştır. Ek olarak, profesyonel turist rehberlerine yönelik verileri zenginleştirmek için sosyal medya sitelerindeki açık erişimli görsellerden ve videolardan faydalanılmıştır.



Şekil 1: Çalışmada İzlenen Araştırma Süreci Aşamaları

Araştırmada izlenen yöntem aşamaları, Şekil 1’de özetlenmektedir. Bu aşamalar, araştırma konusunun belirlenmesi, alanyazının taranması, araştırma yönteminin belirlenmesi, veri toplama, araştırma bulgularının analizi, sonuç ve önerilerin yazılması şeklinde sıralanmaktadır.

3.4. ARAŞTIRMA SORULARI VE KATILIMCILARIN BİLGİLERİ

Yarı yapılandırılmış görüşmelere katılan profesyonel turist rehberlerine ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda (Tablo 1) verilmektedir. 9 farklı turist rehberi odasına bağlı 22 profesyonel turist rehberi ile görüşülmüştür. Mart ayında pilot görüşmeler yapılmış, pilot görüşmeler sonrasında anlaşılmaya sorular ifade açısından yeniden düzenlenmiştir. Görüşmeler esnasında kayıt için katılımcılardan izin alınmış, onay veren katılımcıların görüşmeleri kaydedilmiştir. Görüşme esnasında not alınmıştır. Bir katılımcı sorulara yazılı olarak yanıt vermeyi tercih etmiştir. Katılımcıların kendilerini rahat hissedip, gerçek duygu ve düşüncelerini belirtmelerini sağlamak adına, yanıt verme tercihleri açık bırakılmıştır. Sözlü görüşmeler yaklaşık 30-60 dakika sürmüştür.

Katılımcı	Yaş	Deneyim (Yıl)	Bağlı Olduğu T.R. Odası	Mülakat Şekli	Cinsiyet
1K	33	3	ANRO	Telefon	Erkek
2K	70	35	ARO	Telefon	Erkek
3K	46	24	ARO	Telefon	Kadın
4K	70	22	ARO	Telefon	Erkek
5K	37	15	ATRO	Zoom	Erkek
6K	33	11	ATRO	Zoom	Erkek
7K	32	6	ATRO	Zoom	Erkek
8K	33	17	ATRO	Zoom	Erkek
9K	24	2	GARO	Zoom	Kadın
10K	31	9	İRO	Zoom	Erkek
11K	27	3	İRO	Telefon	Kadın
12K	-	13	İZRO	E-posta	Kadın
13K	64	38	İZRO	Facebook	Erkek
14K	50	29	İZRO	Zoom	Kadın
15K	26	5	İZRO	Zoom	Erkek
16K	42	11	İZRO	Telefon	Erkek
17K	44	20	MURO	Zoom	Erkek
18K	35	12	NERO	Facebook	Erkek
19K	34	9	NERO	Facebook	Erkek
20K	29	1	TRO	Telefon	Kadın
21K	26	3	ANRO	Telefon	Kadın
22K	42	19	İZRO	Zoom	Kadın

Tablo 1: Katılımcı Bilgileri

Araştırma soruları, Schechner'in üç aşamalı performans sürecine uygun olarak tasarlanmıştır. Araştırma soruları Ek-1'de verilmektedir. Aşağıda, araştırma soruları kılavuzuna yer verilmiştir.

- Tur ile ilgili ön çalışmalar, özel hazırlıklar, diğer aktörler örneğin seyahat acentesi veya turistik mağazalar ile ön çalışma
- Kültürel kodlara ilişkin ön çalışma
- Isınmaya yönelik faaliyetler
- Tur performansı esnasında sergilenen oyun, eylem, davranış vb.
- Tur performansı esnasında mekânın ve objelerin yönetimi
- Tur esnasında, tura özgü diğer performatif eylemler
- Turistleri performansa katmak için yapılanlar
- Turistleri özel ve günlük yaşamdan farklı hissettirmek için yapılan performatif eylemler
- Turun bitimine doğru gerçekleştirilen performatif eylemler
- Tur bittikten sonra rehberin performatif eylemleri

Kılavuzdaki sorular, her ne kadar belirli bir sırayı gösterse de mülakatlar esnasında bazen katılımcılar, bir soru atlayıp sonra tekrar dönebilmişlerdir. Katılımcıların rahat hissedebilmeleri ve araştırmanın doğal süreçte gerçekleşmesi için araştırmacı bu konuda katılımcılara karşı esnek tutum sergilemiştir.

3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde Schechner'in (2013; 2020) "*bir zaman-uzay dizisi olarak performans süreçleri*" boyutlarına göre hazırlanmış ve profesyonel turist rehberlerinin "performans öncesi", "performans" ve "performans sonrasında" sergiledikleri performansları öğrenmeye yönelik üç boyuta yönelik sorulara ait bulgulara ve ortaya çıkan temalara yer verilecektir.

3.5.1. Performans Öncesine Yönelik Bulgular

Bu bölümde, performans öncesi boyutunda ortaya çıkan, profesyonel turist rehberlerinin turlara çıkmadan önceki yaptıklarına dair ortaya çıkan temalara ait bulgular hakkında bilgiler verilecektir.

3.5.1.1. Bireysel Hazırlık

Schechner (2013: 233; 2020: 45), performans öncesi (proto-performance) aşamasında, “performans sanatçıların” performanslarına faydalı ve yararlı olacak süreçleri keşfetmek için ‘atölye’ çalışmalarını kullandıklarını ifade etmektedir. Aşağıda ifadesi paylaşılan katılımcı bireysel hazırlığın önemini vurgulamaktadır.

“...Ben hazırlık yapacağım ki misafirlerime bu hazırlığımı sunayım, eve gelen misafir gibi düşünebiliriz, müşteri demiyorum çünkü hepsi bizim misafirimiz oluyorlar... nasıl öncesinde ev temizlenir, etraf düzenlenir, yemekler yapılır biz de aynı şekilde... Nerede ne anlatacağım, nerede neyden bahsedeceğim, şurada şu hikâyeyi anlatayım, şurada şunu söylesem iyi olur, gelenek görenekleri burada anlatırım gibi kendimce hazırlık yapıyorum, kafamda haritayı oluşturunca...” (9K)

Profesyonel turist rehberlerinin, tur performansları öncesinde bireysel olarak hazırlıklar yapmaları, bir sahne ya da sokak sanatçısının performanslarından önce yaptığı kişisel hazırlıklara benzemektedir. Bu hazırlıklar ya da atölyeler, tarihsel, kişisel ya da diğer kaynaklardan elde edilen materyalleri çıkarmak ve bu elde edilen materyalleri, performanslar, eylemler ve etkileşimlerde ifade edebilmeye ışık tutmak için kullanılabilir (Schechner, 2013: 233; 2020: 45-46). Bireysel hazırlık kişisel olduğu kadar değişkendir. Aşağıdaki katılımcı, zamanın, kişilerarası iletişimin ve koşulların önemini vurgulamaktadır.

“...Literatür okurum, kafamda bir senaryo yazarım, roman gibi planlarım. Bu sadece taslaktır. İşin koşulları gereği değişir. Doğrudan programa bağlıdır. Zaman önemlidir. Başka rehberlerden de öğrenirsin. Onlarla da konuşuruz...” (13K)

Tur öncesi hazırlık yoğun eğitsel süreci içermektedir. Rehber, turistlere yönelik eğitici rolünün gereği olarak öncelikle kendini eğitmektedir. Ayrıca, aşağıdaki katılımcı hazırlık sürecinin keşif yönüne dikkat çekmektedir. Hazırlık stabil değil, esnek ve yaratıcı bir süreçtir.

“...İlk kez bir destinasyona gideceğim zaman çok yoğun bir araştırma yapıyor ve dosya hazırlıyordum. Çok ciddi manada yani bazen günlerce ya da bazen haftalarca çalışıyordum. Dosya hep yanımda oluyordu. rotada yeni bir yer ekleniyordu. Belki ben yeni bir şey buluyordum, şurayı da koyuyordum diyordum falan dolayısıyla her tur öncesi hazırlık yapıyordum...” (16K)

Profesyonel turist rehberlerinin, değişen, dönüşen ve gözden geçirilebilen hazırlık performansları, sahneye çıkmadan önce notlarına göz gezdiren bir sahne sanatçısını andırmaktadır.

3.5.1.2. Seyahat Acenteleri ve Turistik Mağazalarla Ön Çalışma

Çalışmanın bulguları, ön çalışma aşamasında provanın önemini ortaya koymaktadır. Performansın diğer katılımcıları da prova da yer alabilir. Performans sahnesi düzenlenir. Aşağıda ifadesi paylaşılan katılımcı, performatif eylem öncesi sahnenin (yani performatif sunum yapılacak yerin) sessiz hale getirilmesini sağlamaktadır. Ayrıca, esnaf gibi diğer aktörler de tura özgü performatif faaliyete katılmaktadır. Bu da performansın prova edilmesini gerektirmektedir.

“...Mesela sunum yapılacak bölgenin sessiz hale getirilmesi, ikram yapılacak bir durum söz konusu ise bunu özel olarak bir minik prova gibi bir şey oluyor esnaf ile...” (6K)

Performans provası iş birliğine dayalıdır. Aşağıdaki katılımcı iş birliğinin gerekli olduğunu ifade etmektedir.

“...Hem benim performansımı, anlatımımı artırmaya yönelik hem de kendilerinin bu turistlerden elde edeceği gelirlere yönelik birtakım çalışmalar yapıyoruz...” (15K)

Provalar sırasında, eylemler, bir performans yapmak için kullanılabilecekler ve başka bir proje için neyin atılması veya bir kenara bırakılması gerektiği şeklinde ayrılır (Schechner, 2013: 236; 2020: 47). Aşağıdaki ifade, provalardaki ön eleme işlevini açıklamaktadır.

“...Acenteler tur öncesi, özellikle büyük turlar öncesi toplantı ve seminer düzenliyordu mesela... Tura gidecek olan kişiler bir hafta önceden bir otelde toplanılıp, seminer veriliyordu... İşte ilk gün neler olacak, neler yapacağız, neler önemli ve nelere dikkat edilmesi gerekiyor gibi bu şekilde çalışmalar yapıyorduk...” (16K)

Provalar, atölyelerde elde edilen, keşfedilen ve ortaya çıkarılan materyaller ile performanslarda kullanabilecek eylemlerin inşasıdır (Schechner, 2012; 2013; 2017: 336; 2020). Bu bağlamda profesyonel turist rehberlerinin seyahat acenteleri ve turistik mağazalar ile yaptıkları ön çalışmalar, prova niteliğinde olup, performans faaliyetlerinin inşasına katkılar sağlamaktadır.

3.5.1.3. Kültürel Farklar

Turistik ürünün üretildiği yerde tüketilmesi, sadece profesyonel turist rehberlerinin değil, aynı zamanda turistlerin de performanslar sergilemesi anlamına gelmektedir. Chaney (1993:64), turistlerin, turizm endüstrisinin sağladığı sahnelerde, turistlerin “kendi dramalarında” performans sergilediklerini belirtmiştir. Aşağıdaki katılımcı, kültürel farklara göre hazırlık yaptığını belirtmektedir.

“...Mesela son bir yıldan beri Pakistanlılarla çalışıyorum. Pakistanlılar kültüre çok düşkün insanlar değiller ve ören yerlerini sevmezler. Görsel manzaraların güzel olduğu şehir turlarını alırlar ya da Pamukkale gibi bütün dünyaya mâl olmuş yedi doğa harikasından birine gitmeye çalışırlar. Ona göre hazırlık yapıp sergileyeceğim kültür dersini ve anlatımını ona göre seçiyorum. Kendimi ona göre hazırlıyorum...” (2K)

Profesyonel turist rehberinin kültürlerarası farklılıkları anlayıp ona göre ısınma ve etkileşim süreçlerini tasarlaması gerekmektedir. Rehberin taşıması gereken özellikler olan esprili olma, entelektüel olma özellikleri birinci bölümde anlatılmıştı.

Bu özellikler, performans esnasında kültürlere göre içerikte ayarlama yapabilmeyi de gerektirmektedir.

“...Çalışmaya başladıktan sonra bu insanların değer yargısı nedir, neye önem verirler, hangi şakaları kaldırırılar, hangi şakalardan hoşlanmazlar, espriyi anlarlar mı anlamazlar mı, daha çok bu tarz şeyleri deneyimleyerek gördük... Bu kimselerin hassasiyetlerini öğrendikten sonra artık bir şekilde kendimizce bir program oluşturup espri yapmak , şaka yapmak, hikâye anlatmak gibi şeyleri geliştirdik...” (6K)

“...Bir İngilizin kahkahalarla güldüğü bir fıkraya, bir İskandinav gülmeyebiliyor. Dolayısıyla kültürüne göre anlatım yapıyorsunuz... Her kültürün farklı algılamaları var...” (14K)

Edensor (2000: 325) ise, tüm performansların kültürel ve sosyal olarak konumlandığını, turistlerin günlük performanslarının belirli tarihsel ve coğrafi konumlanma şekillerine bağlı olduğunu ve bu turistik performansların gerçekleşip, sergilendiği yer ve mekanlarda belirgin haline geldiğini, turistik performansların cinsiyete, sınıfa, etnik köken ve diğer eğilimlere göre şekillendiğini ve bu turist niteliklerinin bilinmesiyle turistlerin, onların geldiği yer ve ziyaret edilen yerler ve mekanlar arasında nasıl performans ortaya koyabilecekleri hakkında varsayımlarda bulunulabileceğini ifade etmektedir. Dolayısıyla profesyonel turist rehberleri, hem kendi performansları hem de turistik performansların şekillenmesi için kültürel farklara dikkat etmektedir.

3.5.2. Performansa Yönelik Bulgular

Bu bölümde, performans boyutunda ortaya çıkan, profesyonel turist rehberlerinin turlara başladığı zamanki yaptıklarına dair ortaya çıkan temalara ait bulgular hakkında bilgiler verilecektir.

3.5.2.1. Tura Hazırlanma / Isınma Ritüelleri

Profesyonel turist rehberlerinin, kendilerini hazırlama ve ısındırması, Schechner'in (2013: 240; 2020: 50) çalışmalarında "performans sanatçıların" performansları incelerken, performans sanatçıların tüm performanslarından hemen öncesinde bir ısınma aşamasından geçtiğini ifade etmesiyle benzerlik göstermektedir. Bununla ilgili olarak, bir tiyatrocunun sahneye çıkmadan hemen öncesinde aynada kendi imajını düşünmesi, oyuncuların sahneye çıkmadan önce zihinlerini yoğunlaştırması ve bir konuşmacının notlarının üzerinden geçmesi gibi eylemleri örnek vermektedir. Aşağıdaki katılımcı, ısınma ritüeli olarak kendi kendine motive edici bir konuşma ile tur gününe başlamaktadır. Tura odaklanmak ve kendini motive etmek için yaptığı bu rutin konuşmayı ile rehber, olmazsa olmazı olarak belirtmiştir.

"...Güne başlarken mutlaka ayna karşısında 'Günaydın 10K(katılımcı burada kendi ismini söylüyor), nasılsın 10K? İyiyim 10 K, sen nasılsın? Ben de iyiyim hadi günü de bu şekilde bitirelim' şeklinde olmazsa olmaz yaptığım şey oluyor..." (10K)

Bir başka katılımcı da turu zihninde organize etmektedir. Rehber, güzergahı zihninde kurgulamaktadır ve adeta zihninde turu tamamlamaktadır.

"...Kafamda kurguluyorum mutlaka, şunu burada söyleyeceğim, bunu burada söyleyeceğim gibi... mesela anlatacağım yerleri aynanın karşısına geçip anlatıyorum..." (20K)

Yukarıda bahsedilen ısınma ritüeli ile rehber (20K), bedensel olmasa da zihinsel bir yolculuğa çıkmaktadır ve turistlerden önce gidilecek yerleri ve sergilenecek performatif eylemleri zihninde tamamlamaktadır.

3.5.2.2. Turistleri Tura Hazırlama / Isındırma

Schechner'in (2013: 240; 2020: 51), "her türlü performansın önünde oyuncuların (performans sanatçıları) 'hazır olma' durumundan, 'performans aşamasına' sıçramaya hazırlanması, bu sıçramanın zaman-uzay boşluğundan üzerinden atlamak anlamına gelmesi ve bu sıçramanın belirleyici olduğunu" ifadesini

akla getirmektedir. Bunun nedeni, boşluğun bir tarafında “sıradan bir yaşam”, diğer tarafında ise “performans” olmasıdır. Ona göre ısınma, sıradan yaşam tarafında gerçekleşir, oyuncuyu atlamaya hazırlar ve oyuncuya performansa atlamak için cesaret verir.

“...Şimdi sanatçı sahneye çıktığında ne yapar? Öncelikle kendini tanıtır, çok tanınmış bir sanatçı değilse, tanınmışsa bile bir merhaba der. O ilk merhaba grubu yakalama merhabasıdır, o gün grubu yakaladınız mı, tur iyi mi geçecek, yoksa grubu kayıp mı ettiniz, tur kötü mü geçecek orada anlaşılır. Eğer yüzler size dönükse, mutlu bakıyorlarsa ve ilgililerse turu yakaladınız ama dikkatlerini çekmeyi başaramadıysanız görünüşünüzle, ses tonunuzla, konuşmanızla, aksanınızla o gün biraz zor geçecek olarak anlayabilirsiniz. ‘Hayırlı cumalar’ olarak açıyorum turu ben özellikle yerli turistlere, yabancı turlarda sadece ‘Dün evlendim, moralim çok bozuk. Lütfen beni neşelendirin’ diyorum...” (8K)

Profesyonel turist rehberlerinin, tura başlamadan önce grubun ilgisini ve dikkatini üstlerine çekmeleri, hem kişisel performans hem de turistik performans için önem arz etmektedir. Bunun için tabiri caizse; tur grubunu “yakalayacak” bir iletişim becerilerinin olması gerekmektedir. Aşağıya eklenen ve açık erişimli sosyal paylaşım sitesinden elde edilen videoda, bir turist rehberinin tur öncesi kendini ve turu tanıtmaya, kendinden minik bir detay paylaşmasına ve tur grubuna sorular yönelterek onları da ısındırmaya çalışmasına yönelik hazırlama ve ısındırma performansı görülmektedir.



Video 1: *Tur öncesi turistleri ısındırmaya çalışan bir rehber* (Krystlejo42, 2010)

Video 1 izlenildiğinde, profesyonel turist rehberinin tura başlamadan önce kendinden detaylar verdiği, şakalar yaptığı ve sorular sorarak turistleri performansına dahil etmeye çalıştığı görülmektedir. Turistleri tura hazırlama / ısındırma temasına uygun olarak, eşikselliğin vuku bulduğu yer olarak yorumlamak mümkündür. Profesyonel turist rehberi, tura başlamadan önce turistlerin eşikten geçmesinde ya da sıçramasında aracılık rolünü üstlenir. Onları gündelik yaşamlarından çıkarmaya ve turistik performanslara daldırmaya çalışır.

“...Güzel bir şiirle başlarım ‘Merhaba Hoş geldin’ diye bir şiir var birkaç dakika söylerim çok da sıkmadan başta, kendimi tanıtırım. Boyum da 1.55, ayağa kalkıp boyumu posumu görün diye espri yaparım. Herkes güler falan böyle... Turistler gülmeye başlayınca iletişim sağlayabiliyoruz yani... İletişim de sağlanınca 1-2 saat sonra ben 40 yıllık akrabalarım gibi oluyorum misafirlerimle. Kalkmak isteyen olursa, kendini tanıtmak için sahneye davet ediyorum. Misafirlerim geliyorlar, kendilerini tanıtıyorlar, diyorum ki ‘şarkı söylemek isteyen varsa, fıkra anlatmak isteyen varsa, şiir okumak isteyen varsa, başınıza gelen bir anıyı anlatabilirsiniz’ ... Çünkü biz bir yola çıktık. Önce yoldaş, sonra yol...” (9K)

Profesyonel turist rehberlerinin bakış açısıyla, turistleri tura hazırlama ve ısındırma eylemlerinin, performansları için sanki bir “sıçrama tahtası” görevi gördüğü düşünmek mümkün olmaktadır.

“...Vurgulayıcı sözler söylerim. Turun süresi neyse ona göre derim ki mesela arkadaşlar ‘1 hafta boyunca gezi boyunca yol arkadaşı olacağız. Yol arkadaşlığı unutulmazdır. Tıpkı asker arkadaşlığı gibi tıpkı, Hac / Umre arkadaşlığı gibi, yol arkadaşlığı da unutulmazdır. Dolayısıyla biz yol boyunca arkadaşlık kuracağız’...” (6K)



Görsel 1: *Tur otobüsünde tur grubuna seslenen bir rehber* (Shemztour1weebly, 2014)

Profesyonel turist rehberleri, özellikle paket turlarda turistler ile uzun zamanlar geçirmektedir. Genel olarak, paket turlarda ulaşım, otobüslerle sağlanmaktadır. Otobüste ilk kurulan temas ve turistleri tura ısındırma / hazırlama performansları, turun başlangıcından sonuna kadar nasıl geçeceğine dair rehberlerin önemli çıkarımlar yapmalarına olanak sağlar. Bu anlamda, performansa yönelik ısındırma ve hazırlama performansları, profesyonel turist rehberleri için büyük önem taşımaktadır.

“...Otobüse ilk bindiğimde o ilk kez görüşmeden kaynaklanan yabancılaşmayı onlara kendi dillerinde; ‘Merhabalar, Türkiye'ye hoş geldiniz!’ gibisinden cümleye başlıyorum ve onları bir güldürüyorum ilk başta...Güldürmekle onların zaten samimiyetini kazanıyorum... Kendimden bahsettikten sonra diyorum ki işte ‘Sizleri de birazdan çağıracağım sahneye’...” (7K)

Katılımcıların performanslarına belirli sözler kullanarak girmesi, Austin’ın (1962), “performatiflik” kavramını destekler niteliktedir. Bunun nedeni, “ifadenin yayınlanmasının bir eylemin gerçekleştirilmesi olduğunu göstermesi, kelimelerin dile getirilmesi ve genellikle eylemin, yani performansın icrasında önde gelen bir olay” olmasıdır (1962: 6-8). Bu bağlamda, profesyonel rehberlerinin birbirinden farklı açılışlar yapması, performanslarının icrasına şekil vermektedir. Bu durum, anonim bir atasözümüz olan “*nasil başlarsan öyle gider*” ifadesine güzel bir örnek olabilir.

3.5.2.3. Sahne Yönetimi ve Tur Akışı

Sahne yönetimi ve tur akışı temasında ortaya çıkan bulgular, Edensor’un (2000: 325), turistler özelinden ve turistlerin bakış açısıyla değerlendirdiği çalışmasında, turist performanslarının ve performatifliklerinin, sosyal ve mekânsal olarak değişen kapsamlarda düzenlenebileceğini, sahnelerin dikkatli bir şekilde yönetildiği zaman, turistik performansa geçişin kolaylaştırabileceğini ve

performansın organize edebileceği ve birbirinden ayrı olarak performans öğeleri yerleştirilmiş nesneleri içerebileceğini ifade etmiştir.

“...Efes Antik Tiyatro’da grubu karşıma alıyorum ve sahneye çıkıyorum. Mekân kullanımı çok önemli. Dramatize etme yeteneğim var. Nasıl bir performans göstermem gerekiyor ise grubun ilgisine göre kendim belirliyorum ve uyguluyorum...” (2K)

Yukarıdaki katılımcı rehber, performatif olma yeteneğini vurgulamaktadır ve bunu tur grubunun ilgisine göre ayarlayabildiğine dikkat çekmektedir. Tur performansı etkileşimli bir performans olup, turistler de performatif eylemin ortak yaratıcılarıdır. Şöyle ki, yukarıdaki katılımcının belirttiği üzere, turistler rehberin tur esnasındaki dramatik performansını nasıl şekillendireceğini etkileyebilmektedir. Turistlerin ilgisi ve algısı kültürel kodlar, gelenekler gibi soyut bağlamın içinde değerlendirilmelidir. Aynı zamanda, yukarıda ifadesi alıntılanan katılımcı (2K) ve aşağıda ifadesi alıntılanan katılımcının (5K) belirttiği üzere, turist rehberi dramatik performansı esnasında, tura dahil ettiği ve tanıttığı kültürel öğeleri yeniden kodlamaktadır.

“...Akustiği denetmek istiyorsam mesela Antik Tiyatro’da (Efes) alkış tutturuyorum...” (5K)

Görülmektedir ki tur akışı ve sahne planlaması, adeta tiyatro gösterilerindeki gibi, belirli bir düzeni izlemektedir. Dramatik performans yoluyla, bedensel turistik deneyimin kazandırılması ön plana çıkmaktadır. Yukarıdaki alıntıda, bu ses ile ilgili duyusal deneyimdir. Profesyonel turist rehberi, turistlerin alkış tutmasını sağlayarak onları da performansa dahil etmektedir.



Görsel 2: Ören yerinde anlatım yapan bir rehber (Bajabeachclub, 2019)

Görsel 2’de ören yerinde anlatım yapan bir rehber görülmektedir. Rehberin, tur grubunu antik basamaklara oturtması ve karşısına geçerek anlatım yapması, turistlerin duyularına hitap etmek için çevrede bulunan yapıları da performansına dahil ettiğinin bir göstergesidir. Profesyonel turist rehberlerinin, bireysel performans başarıları ve turistlerde turistik deneyim yaratımları için mekânın ve objelerin yönetimi, meslekte önemli bir rol oynamaktadır.

“...Gruptan rica ediyorum, lütfen gözlerinizi kapatın diyorum mesela antik tiyatroda oturuyoruz. ‘Efes limanını hayal etmeye çalışalım’ diyorum... ‘burada eskiden düşünürler vardı, belki onlar da bizler gibi gözlerini kapatıp düşünüyordu burada bizim gibi’ diyorum... hayal ettirmeye çalışıyorum genelde... Sahneyi hayal ettiriyorum ve inanın çok güzel oluyor...” (22K)

Yukarıdaki alıntı sahne yönetiminde imgelemin gücünü ortaya koymaktadır. İmgelem tüm sahne sanatlarında önem taşımaktadır. Tur sahnesinde performans gösteren rehber, turistlerin imgelem kapasitesini devreye sokmaktadır. Böylece turistler sadece bedensel ve duyuşsal değil, aynı zamanda zihinsel olarak da tura dahil olmakta, turun kültürel kodlarını hissetmektedir. Hissiyatın, duyuların deneyime dahil edilmesiyle, turist rehberinin tur performansı, turistler açısından kalıcı ve dönüştürücü nitelikte bir performatif eyleme dönüşmektedir.

Bu bağlamda, bulguların ışığında, profesyonel turist rehberlerinin turistik performanslar için sosyal ve mekânsal bir düzenleyici olduklarını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bununla alakalı olarak, video 2 örnek gösterilebilir.



Video 2: *Efes Antik Tiyatro’da vaaz veren bir turist, kameraya alan turist rehberi (Cummings, 2020)*

Videoda, özel olarak Efes Turu yaptığı misafirini Antik Tiyatro sahnesine çıkarıp, hem akustiği hem de çevre özelliklerini deneyimlemesini sağlayan ve kayda turist rehberleri tarafından alınan içerik görülmektedir. Profesyonel turist rehberleri, hem kendileri performans sergilerken hem de turistlerin performans sergilemelerini sağlayan performans üreticileridir.

Edensor’un (2000: 235), “turizm teatral(tiyatro) metaforlarının performanslarının yönü, mekânın sahne yönetimi ve hareketlerin koreografisi ile ilgili kavramları içerecek şekilde genişletilmesi, performansa yardımcı olmak ve düzenlemek için harekete geçirilen mekânsal ve sosyal kontrolleri ortaya çıkarmada yardımcı olur” ifadesi örnek gösterilebilir.

3.5.2.4. Performans Öğeleri

Performansa yönelik bulgulara ortaya çıkan bir alt tema ise performans öğeleridir. Profesyonel turist rehberlerinin performansları sırasında, performanslarına destek verecek performans öğeleri kullandıkları ortaya çıkmıştır.

“...Demirin ucundaki bayrağı Türk bayrağı olarak değiştiriyorum yabancı gruplar gelmeden önce. Onların bayraklarını hazırlıyorum, ağırlıklı olarak Malezya, Endonezya, Pakistan bayraklarıyla tur yaptım. Anadolu turlarında onların gönlünü kazanıyoruz, orada bayrak çok önemli unsur...” (7K)



Görsel 3: Bayraklı ve özel kıyafetli bir turist rehberi (Shemztour1, 2014)

Görsel 3’te özel kıyafetli, bayraklı ve aksesuarlı bir turist rehberi görülmektedir. Turları tiyatro olarak düşündüğümüzde, profesyonel turist rehberinin kostümünü giyerek sahneye çıkması, kendini de performans sanatçısı olarak gördüğüne işaret etmektedir. Goffman’a göre (1959: 108), fiziksel görünüş toplamında oluşan kişisel vitrinler, performanslarda önem arz etmektedirler.

“...Balkan turlarında mesela otobüsün gittiği yollara göre cd hazırlıyordum bir de. Baya DJ’lik yapıyordum. Şimdi diyelim Edirne’deyiz, Edirne yöresinden birkaç türkü hikayeleri anlatıyordum. Bulgaristan’a girdik mesela, arşivde ne varsa onları anlatıyordum ve aynı zamanda dinletiyordum da. Dolayısıyla yollara ve destinasyona göre hazırladığım müzikler için bir DJ’lik tarzı bir şeyim oluyordu...” (16K)

Profesyonel turist rehberleri, performanslarını zenginleştirmek için müzik ve müzik aletleri gibi performans öğelerinden yararlanmaktadır. Yukarıda ifadesi geçen katılımcının (16K), destinasyona göre müzikler hazırlaması, kişisel performansını artırmakla birlikte turistlerin de deneyimlerini artırmaya yönelik bir performans

olarak düşünülebilir. Bu durum, ileride yapılacak çalışmalarda destinasyon pazarlamasında müzik kullanımı çalışmalarına bir ışık tutabilir.

“...Hangi tiyatroyu anlatırsanız anlatın, arkasında çalacağınız bir ezgi, tiyatronun belki de o dakikalarca ve saatlerce anlattığınız şeyden de yeğ olabilir ya da ondan sonra o kitlenin tamamı ile size konsantre olabilir. Düşünebiliyor musunuz haftalık, iki haftalık bir tura çıkıyorsunuz... Efes Antik Kent’e Kuşadası çıkışsınız, Efes ikinci güne denk geliyor size... Anlattıktan sonra tiyatrosunda 2 dakikalık bir konçerto çalyorsunuz, o 12 günün tamamını kurtarırsınız. Ben yan flüt çalıyorum... zaten antik dönemde insanlar hayvanların uzun kemiklerini alıp, oraya delik açıp onu flüt olarak kullanmışlar yani...Flütün bir geçmişi var ve sadece bambudan yapılmaz mesela... Bir pan flütüm var, bu sesi düşünebiliyor musunuz? Buranın akustiği var, ezgiyi çaldığım vakit insanlar mest oluyor o akustikle... Yani kişinin kalbine hançer ancak böyle vurulabilir(müzikle)...” (17K)

Bu alt temada ortaya çıkan bulgular ışığında, profesyonel turist rehberlerinin performanslarını desteklemek için bayrak, bayrak türevleri ve özellikle müzik ve müzik aletleri kullanımı dikkat çekmektedir.



Video 3: “Antilop Kanyonu turu” öncesi misafirlerine flüt çalan bir turist rehberi (Datta, 2016)



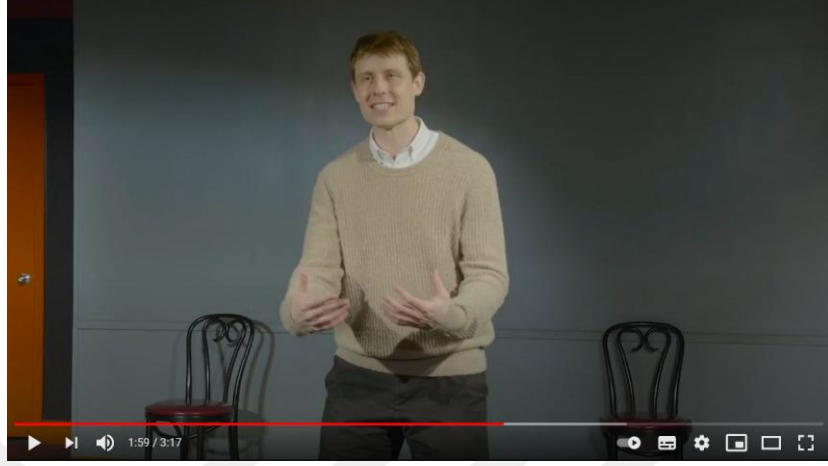
Video 4: *İsrail Lut Gölü'nde (Ölü Deniz) misafirlerine yan flüt çalan bir turist rehberi* (Keats, 2018)

Yukarıda yer alan videolarda (Video 3 ve 4), profesyonel turist rehberlerinin misafirlerine flüt çaldıkları görülmektedir. Müziğin kullanımıyla birlikte profesyonel turist rehberlerinin sadece görsel değil, işitme duyularına da hitap ettikleri anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberlerinin sadece kendi performanslarına yönelik değil, ambiyansa daldırmaya yönelik sahne yöneticileri olduğu da söylenebilir. Sahnelerin anlamlandırılması, kişilere ve kişiliklere bağlı olarak farklı olduğundan, insanlarda müziği kullanarak kolektif bilinç yaratmaya çalışan yöneticiler olduklarını söylemek de mümkün olabilir.

Sosyal medyada turist rehberlerine ilişkin yer alan videolarda flütün kullanılması ve katılımcı 17'nin de flütün tarihine atıf vererek flüt çalmayı tercih etmesi, oldukça dikkat çekmektedir. İleride yapılacak olan çalışmalarda, turizm kapsamında müziğin antropolojisi ve turist rehberleri konuları incelenebilir, turistik deneyim çalışmalarında müziğin etkisi araştırılabilir veya turist daldırma (tourist immersion) konularında müziğin kullanımı gibi özel konularda çalışmalar yapılabilir. Genel olarak, profesyonel turist rehberlerinin müzik aletleri kullanmaları, turizmin sahnelenen yerlerde gerçekleşmesi düşüncesi itibarıyla rehberlerin de sahne sanatçılarına benzediğini göstermektedir.

Bir başka performans ögesi olarak, turist rehberinin kendi bedenini performans ögesi olarak ifade etmesi, profesyonel turist rehberlerinin kendilerini de performans sanatçısı olarak gördüklerine işaret etmektedir.

“...Kendi bedenimi performans nesnesi olarak kullanıyorum. Daha önceden tiyatroculuğum olduğu için kendi bedenimi kullanıyorum ve yetiyor...” (2K)



Video 5: Müze sahnesinde anlatım yapan bir rehber (Whittington, 2017)

Yukarıda buna örnek olarak, müze sahnesinde anlatım yapan bir müze rehberi yer almaktadır. Katılımcıların (2K ve 4K) kendi bedenlerini performans ögesi olarak kullanması, katılımcıların kendilerini de bir “tiyatro sanatçısı” olarak gördüğüne işaret etmektedir.

“...Tiyatro oynarsınız, mesela rol yaparsınız. Gittiğiniz yere ait mutlaka her yer için bir Kral-Kraliçe bir Tanrı-Tanrıça veya mutlaka orayla ilgili bir efsane vardır, onu kullanırsınız...” (4K)

3.5.2.5. Oyunlar ve Etkinlikler

Performansa yönelik bulgularda ortaya çıkan bir alt tema ise oyunlar ve etkinlikler temasıdır. Yapılan görüşmeler sonucunda profesyonel turist rehberlerinin turistleri performanslarına katmak ve dahil etmek için performanslar sergiledikleri ortaya çıkmıştır.

“...Herkesin tahammül sınırları içinde ve fazla uzatmadan şarkı söyletiyorum, fıkra ya da hikâye anlattırıyorum ve müzik dinlettiriyorum...” (12K)

“...Turistleri performansına dahil etmek için örneğin fıkra anlattırıyorum kendilerine veya başlarından geçen konuyla alakalı bir anıları varsa onları anlatmalarını istiyorum, güzel şarkı söyleyen turistlerin şarkı söylemelerini istiyorum. Ayrıca tabii çekiliş ve hediye gibi etkinlikler de yapıyoruz...” (15K)

Profesyonel turist rehberleri, turistleri performanslarına dahil etmek için büyük bir çaba sergilemektedirler. Daha önce de belirtildiği gibi tur performansları etkileşimli bir performanstır. Performansın gerçekleşmesi önemli olduğu kadar, performansın yaratılması da önemlidir. Bu anlamda, profesyonel turist rehberleri oyunlar ve etkinlikler ile turistlerin de performanslara katılımını ve sergilemeleri sağlayarak turistik deneyim ve performans yaratırlar.

“...Antik Kent'in yanında oturup bir canlandırma yapmıştık. Masum bir şehir devletiyiz, Büyük İskender şehri almak istiyor, savaş kapıda bunun simülasyonunu yapmıştık... Ayrıca kemençe ve tulum eşliğinde dans yapıyoruz, samimiyeti artırdığı düşüncesindeyim. Özellikle Karadeniz türkülerini dinletmek çok hoşlarına gidiyor...” (20K)

Bu performansların çeşitliliği şarkı, fıkra ve canlandırma ile sınırlı kalmamış ve tavlâ, şiir okuma, ödüllü soru-cevap etkinlikleri ve imtihanları yapma gibi bulgular ortaya çıkmıştır.

“...Uzun yolculuklarda özellikle müşterinin dikkatini üzerinizde tutmak biraz daha zor oluyor. Ortadoğu ya da Uzak doğu ülkeleriyle tur yaptığınız zaman küçük şarap ödüllü ‘buradan soru soracağım bakın’ deyip soru falan soruyorum...” (8K)

“...İmtihan yaparım. ‘Hoş geldiniz benim okuluma’ derim. Turda sınav yapar ve akşam sorarım, bilene de şarap ısmarlarım. 7 günde başarılı olursa mesela sertifika veririm...” (13K)

Schechner (2013: 52; 2020: 166), oyunları “oynamanın da performansın merkezinde olduğunu ve aslında performansın oyun tarafından koşullandırılan ya da nüfuz eden ritüelleştirilmiş davranış” olarak tanımlamıştır. Ek olarak, sahne sanatlarının, spor ve oyunların ritüel ve oyun etkinliklerini birleşimi olduğunu ifade

etmektedir. Bir başka açıdan ise, bu performans bulguları, Adler'in (1989: 8), "turizm yapmanın, bedensel sanatların tarihsel olarak inşa edildiği ve biçimsel olarak bir uygulama ve aslında disiplinin bir ürünü olduğu şeklindeki" argümanını ve Goffman'ın (1959: 15-16) performansı tanımlarken, ilk olarak "benliğin sunumu" olması ve kişilerin katılımcılar önünde "bir rutini oynayan" kişiler olduğu ifadesini desteklemektedir. Ek olarak, Schechner'in (2013: 28), performansı, performansçının "belirli bir vesileyle" yaptığı ve diğer katılımcıları herhangi bir şekilde etkilemeye hizmet eden tüm faaliyetler olarak tanımlamasından hareketle, profesyonel turist rehberlerinin de bir "performans sanatçısı" olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır.

3.5.2.6. Turistik Deneyimi Artırmaya Yönelik Performanslar

Performansa yönelik bulgulara ortaya çıkan bir diğer alt tema ise turistik deneyimleri artırmaya yönelik performanslardır. Bulgular ışığında profesyonel turist rehberlerinin turistleri özel hissetmek ve turistlerin deneyimlerini artırmaya yönelik faaliyetler yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Aşağıdaki katılımcı, turistik deneyimi artırmaya yönelik olarak, misafirlerinin bölge halkı ile etkileşime girmesini sağlayarak turistik deneyimlerini artırmaya çalıştığını ifade etmiştir.

"...Benim konuklarım genellikle insanların içinde olmayı çok isterler yani... böyle izole edilmek istemezler. Mesela onları esnaf lokantasına götürdüğüm zaman orada yemek yiyen başka bir ağabeye de soru sormalarını sağlarım ve sosyal etkileşim sağlarım. Bizim işimiz genelde anı biriktirenlerle olduğu için biz de anı yaratmaya çalışıyoruz böyle yerel esnaf ve halkla..." (5K)

"...Ben farklı olarak şöyle bir şey yaptırıyorum Mardin'de uçurtma atölyesi var, hayatlarında hiç uçurtma uçurmayan misafirlerimiz oluyor ve içinde kalmış belli ki, genelde kimse uğramaz ama ben oraya gidiyorum ve onlara uçurtma uçurtuyorum. İnsanların hayatında yaşamadığı ya da yaşayamadığı bir deneyim oluyor, çok mutlu oluyorlar, çok farklı bir duygu olduğunu ve mutlu olduklarını söylüyorlar..." (9K)

Turizmi, seyahat edenler için rutinden kaçış olarak düşündüğümüzde, yukarıdaki katılımcının (9K) turistlere hayatlarında hiç yapmadığı bir etkinlik yaptırması, 5K'nın “*Bizim işimiz genelde anı biriktirenlerle...*” ifadesini doğrular niteliktedir. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberlerinin anılar yaratmak için performans sergilediklerini söylemek yanlış olmayacaktır. Turistler açısından ise elde edilen bu anıların pozitiflik veya negatiflik düzeyleri, turistik deneyimlerinin sonucunu belirler.

“...Selçuk'ta çarşının içinden böyle yavaş yavaş yürürken... kıraathanelerin orada işte okey oynayan yaşlı amcaları gördükten sonra ya da tavla oynayanları gördükten sonra... kendi ülkelerinde olan bir oyun olmadığı için merak ediyorlardı bazen... imkân doğrultusunda tabii ilgili olanlarla tavla oynuyordum. İşte aynı tur içerisinde tekne turuna denk geldiysek orada da tavla oynuyordum. Tavla oynamayı öğretiyordum... hatta bir zaman sonra turnuva şekline bile geldi bu olay... tur bitimine kadar hani öyle bir lig yapmıştık...” (10K)

Yukarıda ifadesi verilen katılımcı (10K), turistlerin ilgilendikleri ve merak ettikleri bir masa oyununu onlara öğreterek bir lige dönüştürdüğünü ifade etmektedir. Bu durum, turistlerin daha önce deneyimlemedikleri ve farklı bir kültüre ait bir oyuna, turist rehberi sayesinde lig kuracak kadar kendilerini kaptırmaları açısından önemli bir bulgudur. Bu bağlamda profesyonel turist rehberi, aynı tur performansının içinde oyun kurucu, anı yapıcı, performans üretici ve performans sergileyici olarak yer aldığı anlaşılabilir.

“...Özellikle Çinliler ve Koreliler fotoğraf çekmeyi çok seviyor, onlar fotoğraf çekilirken yanlarında gidiyordum ve onları zıplatıp havadayken yakalıyordum. Çok hoşlarına gidiyor böyle yapınca...” (19K)

Bu faaliyetler, turistleri özel olarak fotoğraflamak, onları sosyal etkileşime teşvik etmek, doğum günlerine yönelik özel jestler yapmak, yeni ve otantik deneyimler kazandırmak için uçurtma uçurmaya götürmek, ikram ve hediyeler vermek gibi çeşitli eylemlerden oluşmaktadır.

“...Doğum günlerini unutmazsınız ve varsa çakışan ya da 1 gün geçmiş ya da 3 gün kalmış doğum günlerinde otele ‘akşama pasta yapın, benim misafirim var, doğum günü kutlayacağız’ diyebilirsiniz...” (4K)

“...Doğum tarihlerini acenteden alırım ve her zaman grup içerisinde, mutlaka otelden, gittiğimiz kafeden ya da bardan bunu karşılamaya çalışırım yoksa kendim ücretini öderim çam sakızı çoban armağanı mutlaka bir yaş pas alırım. Yani kişilerin birbirinden ayrı bir gün önce bir sonra ya da ortada olsa da onları birleştiririm çünkü bunların inanılmaz geri dönüşleri oluyor...” (17K)

Bu bulgular, Schechner’in (2013: 45-46; 2020: 19) çalışmalarında ele aldığı performans işlevlerinde, performansların “eğlendirme” ve “güzellik yaratma” işlevlerini destekler nitelikte olmakla birlikte, turist deneyimine yönelik anlamlı performanslar olarak değerlendirilebilir. Turist deneyimi, kendilerini kaptırma ya da bırakma seviyelerine göre “rolünü” oynayan ve “aktörler” olarak ele alınan turistler ile, deneyimin meydana geldiği ve ortaya çıktığı “tiyatro” sahnesi, yani destinasyonlar arasındaki etkileşimden ortaya çıkan ve doğan deneyimler olarak belirtilebilmektedir (Stamboullis ve Skayannis, 2003: 41). Bir başka tanımda ise, uzun dönemli bellekte yer edecek kadar güçlü, geçmiş bireysel seyahatler ile ilgi faaliyet ve etkinliklerdir (Larsen, 2007: 15). Bu bağlamda, profesyonel turist rehberleri, bu eylemleriyle bilinçli veya bilinçsiz olarak turistik deneyim yaratmaya çalışan performanslar sergilemektedirler. Nitekim, yaratılan deneyimlerinin başarısı, bu çalışmada belirlenmemekle birlikte, gelecekteki çalışmalarda bu eylemler, turistlerin bakış açısıyla incelenmek üzere ele alınabilir.

3.5.3. Performans Sonrasına Yönelik Bulgular

Bu bölümde, performans sonrası ortaya çıkan, profesyonel turist rehberlerinin turlarını ve performanslarını bitirdiği zamanki yaptıklarına dair ortaya çıkan bulgular ve temalar hakkında bilgiler verilecektir.

3.5.3.1. Şoför Alkışlatma ve Bahşiş Toplama

Performans sonrasına yönelik bulgulara ortaya çıkan bir alt tema ise şoför alkışlatma ve bahşiş toplama temasıdır. Yapılan görüşmeler sonucunda profesyonel turist rehberlerinin performansları sonrası ve tur bitirirken şoför alkışlatma ve bahşiş toplamalarına yönelik bulgular ortaya çıkmıştır.

“...Turistlere ‘bu insan her sabah arabasını bizim için tertemiz etti, klimasını açtı ve önden hazırladılar her şey’ diyerek genelde şoför ağabeylerimizi övüyorum ve alkış istiyorum onlara...” (10K)

Katılımcıların ifadeleri (10K ve 17K) doğrultusunda profesyonel turist rehberlerinin, otobüs şoförlerini önemsedikleri ortaya çıkmıştır.

“...Kesinlikle turun sonunda kaptan alkışlanır çünkü çok önemli bir partnerimizdir. 40 kişilik grup içerisinde birbirine saygı, sonra bana saygı ve sonra kaptana saygıdır, ancak her şeyden önce kaptanın sağlığı önemlidir. Onun sağlığı bizim sağlığımız, çünkü bir nevi ondan geçiyor bizim sağlıklı turu bitirebilmemiz...” (17K)

Profesyonel turist rehberlerinin, şoförleri partnerleri olarak görmeleri, turizm sahnesinde gerçekleşen performansların tek kişilik bir sahne olmadığına işaret etmektedir. Crang (1997: 143), performans ve aşamaları “*turistlerin tükettiği ve turizm çalışanlarının üretmeye yardımcı olduğu anlamlı ortamlar*” şeklinde ifade etmiştir. Buna göre, hangi alanların ve performansların neleri sembolize ettiği hakkında fikirler, farklı rollerin, senaryoların, koreografilerin, grup oluşumlarının, talimatların ve ipuçlarının takip edildiği tek bir aşamada bile sayısız performans formları oluşturabilmektedir. Bu bağlamda, partnerler olarak tur şoförlerini de anlamlı ortamlar yaratan aktörler olarak düşünmek yanlış olmayacaktır. Aşağıdaki ifadeler ise bahşiş toplama konusuna yönelik ifadelerdir.

“... Gruptan 1 ya da 2 kişiyi ilk 1-2 günde yakalamışsındır mutlaka ve onlar sana çok yakındır, muhtemelen bu bir çift olabilir evli olabilir veya beraber seyahat edenlerden birileri olabilir. Onlarla kuracağın yakınlıkta zaten onlara hissettirirsin 1-2 gün önceden kaptana bahşiş toplamak için varsa yeni doğmuş bir çocuğundan bahsedebilirsin, buna benzer bir şey, bir yol açarsın ona yardımcı olabilecek ve bahşiş alacak bunu söyleyebilirsin...” (4K)

“...Bahşışın Türkiye’de bir kültür olduğunu hatırlatmak yapılması gereken bir şey zaten...” (8K)

Araştırmacı, şoför alkışlatma ve özellikle bahşış konusunu katılımcılara sorduğunda katılımcıların çekinerek veya istemeyerek konuyu başka yönlendirmeye çalıştıkları gözlemlenmiştir.

“...Turizmde insanlar genelde kısa vadede çalıştığı için, hani sezonluk bazlı çalıştığı için genelde yazın kazandıklarını kışında değerlendiriyorlar, kışında harcıyorlar şeklinde ve aldıkları maaşın yeterli olduğunu düşünmüyorum... hani takdir amaçlı kimseyi de zorlamıyoruz ama naçizane turizm kültüründe diyorum bir bahşış söz konusudur...” (10K)

Bununla ilgili olarak, araştırmacı, bahşış üzerine güncel bilgilere ulaşmaya çalışırken, Türkiye’nin en büyük şikâyet paylaşımı sitesi Şikayet Var’da (Şikayetvar, 2018), müşterilerin yazdığı “bahşış ve şoför şikayetleri” dikkat çekmektedir. Dolayısıyla, “turizmde bahşış toplama” konusu, gelecekteki yapılacak çalışmalar için araştırılabilir bir konu olmaktadır.

3.5.3.2. Arşiv ve Yeni Performans Fırsatları

Performans sonrasına yönelik bulgularda arşiv ve yeni performans fırsatları teması ortaya çıkmıştır. Schechner (2013: 246), “performans sonrası” aşamasını, *“bir performansın devam eden ömrü onun sonucudur. Performans sürecinin bu aşaması yıllarca hatta yüzyıllarca uzayabilir - aslında, sonrasının süresi belirsizdir”* şeklinde ifade etmektedir.

“...Şu an telefonumun içinde 40-50 bin fotoğraf var çoğu turlardan kalma, hatıra diye silmeye de kıyamıyorum açıkçası... misafirlerle yaptığımız videolar olsun, birlikte çektiğimiz fotoğraflar ve reelsler (Instagram paylaşımı) falan silmeye kıyamıyorum, biriktiriyorum, arşivliyorum, sosyal medyada durum olarak paylaşıyorum... sosyal medyamızda gören ya da çevremizdeki insanlar turda olduğumuzu görüyor, tura çıktığımızı görüyor gelecek turumuz var çıkar mısın diye soruyorlar...” (9K)

“...Günü özetleyen işte günlük gibi hazırlıyorum belli güzel fotoğrafları da kullanarak, bilgi verici şekilde tur sonunda pdf olarak atıyorum bunu misafirlere, bundan ayrı tur esnasında baştan da söylüyorum ‘ben kısa kısa videolar çekeceğim hani, bunu rehber buraya ilk defa geliyor gözüyle bakmayın, ben sizi gözüm kapalıda yönlendirebilirim burada ama tur sonunda ne demek istediğimi anlayacaksınız’ diyorum, o kısa kısa videoları kendimce derliyorum, birazcık altına müzik koyarak ve Youtube’da paylaşıyorum, misafirlerin hiçbirisini o videoya görüntü olarak almıyorum, sadece gezdiğimiz gördüğümüz alan, yaptığımız aktiviteler şeklinde... Etkileşim ve yeni fırsatlar doğuruyor bana, işte ‘6 ay sonra bir arkadaşım gelecek şuradan hani o zamanda yapar mısın turu?’ gibisinden sorular alıyorum...” (10K)

Performans sonrası, arşivler ve anılarda devam etmektedir Schechner (2013; 246-247; 2020: 57). Bunları performansa yönelik eleştiriler, geribildirimler, fotoğraflar, videolar ve dijital kayıtlar oluşturur. Bu kavramlar, performansçılar ve sanatçılar için yeni performans imkanları yaratabilmektedir.

“...Ben çok kullanırım. Benim bir Youtube kanalım var... hani çok yeni 8 videom vardı 3-4 tane videoyu hazırladım sürece göre koymayı tercih ediyorum ama sosyal medyayı da kullanıyorum... görselliğin çok çok önemli olduğuna inanıyorum, turu satarken de o görselleri kullanırım tablette dosyalarım vardır A dan Z’ye Anadolu coğrafyasında bütün ören yerlerini gösteren dosyalarım vardır, o dosyadan ağzından bir şey mi kaçırdı ‘Kapadokya mı dur şu Kapadokya’yı açayım’... Ben Fethiye’de yaşıyorum, denizde bir operasyon şeklim var, tekne misafirlerini motor yat misafirlerini karaya çıkarıyorum... yani orada yapmış olduğum olan bir paylaşım bir yerlerde görüldüğü ve inanılmaz talep geliyor...” (17K)

Teknoloji ve sosyal medyaların günden güne gelişmesi ve popülerleşmesinin, profesyonel turist rehberlerinin kişisel marka pazarlama aşamasında önemli bir rolü olduğunu ifade etmek mümkündür.

“...Sosyal medyada paylaşıyorum yani mutlaka. Yeni tur imkanları da sunuyor, arkadaşlar soruyor yani iletişim bilgilerimi istiyorlar...” (18K)

Bu bağlamda, profesyonel turist rehberlerinin sosyal medya paylaşımları onlara geribildirimler, etkileşimler, yeni tur ve performans fırsatları sunmaktadır. Bu durum, Schechner'in çalışmalarını (2013; 2020) doğrular niteliktedir. Ek olarak bu bulgular, gelecekte yapılabilecek profesyonel turist rehberlerinin sosyal medya performanslarına yönelik çalışmalar için bir alt yapı oluşturabilir.

3.5.3.3. Gündelik Yaşama Dönme

Schechner (2013: 245; 2020: 55), performansın ne olursa olsun, bir noktada biteceğini, “perdenin kapanacağını”, seyircilerin ayrılacağını, dansçıların soyunma odalarında gündelik kıyafetlerini giyeceğini ve işlerin “normale” döneceğini ifade etmektedir.

“Ben her turdan sonra kendimi yorgun ve bir şeyleri başarmış hissedirim. Yaşımla ve enerjimle alakası yok. Enerjim yerinde benim. Çok fazla verici davrandığım için gerçekten halsiz düşerim. Tur bitince bir an evvel ailemin yanına giderim. Ailemle beraber olayım isterim...” (2K)

Katılımcıların (2K ve 6K) ifadeleri doğrultusunda, profesyonel turist rehberliğinin, zihnen ve bedenen yorucu bir meslek olduğu söylemek mümkündür. Ancak, aşağıda yer alan 6K'nın ifadesi, bu yorucu mesleğin maddi tatminden öte duygusal tatmin boyutuna dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberliği mesleğinin yorucu ancak haz verici bir meslek olduğunu söylemek mümkündür.

“...Genelde gelip dinlenmek üzerine kurulu eve gelip dinlenmek veya işte balığa gitmek içmeye gitmek... genelde çok gezdiğimiz için dışarı çıkacak mecal olmuyor ben gitme taraftarı olmuyorum yeterince dışarıda zaman geçirmiş olmam dolayısıyla 'evim evim, güzel evim' gideyim yatağıma yatayım, istirahatime bakayım ama şu var araçtan inip evime doğru giderken o 1 haftalık 3 günlük 5 günlük gezinin şeyi manevi mutluluğu hep içimde oluyor. Sonuçta sen kendini bir sanatçı gibi hissediyorsun, mikrofon karşısında 1 hafta boyunca oyun oynamışsın, rol yapmışsın, anlatım, tanıtım yapmışsın... insanlar senin hakkında olumlu şeyler beslemişler, bunu da her fırsatta dile getirmişler, bunun insana kazandırdığı tatmin, maddi tatmininden öte oluyor, dolayısıyla turdan inip evime doğru gittiğim süre

içerisinde bunun manevi hazzını yaşaya yaşaya, mutluluğunu yaşaya yaşaya gidiyorum...”
(6K)

Schechner (2013: 246; 2020: 55), gösteri ve gösterinin bitişi arasında bu geçişin, genellikle gözden kaçan ancak son derece ilginç ve önemli bir aşama olduğunu ifade etmektedir. Bu aşama, genellikle ısınma kadar resmi değildir, ısınma performansları insanları “performansa atlamaya” hazırlarsa, soğuma süresi onları günlük hayata döndürür. Bunun nedenlerinden biri, “performans” sona erdiğinde, insanların basitçe gitmesine izin vermesidir. Nitekim, bu “bırakma” kavramını incelemek, belirli bir etkinliği ve performansı ortaya çıkarır. Aktif sanatçılar için gayri resmi bekleme süresi, rolü dinlendiren ve sıradan benliği yeniden uyandıran jestleri içerir. Bu performans sonrası aktivite, kendi başına bir performans olabilir, olayın önemli anlarını tekrar oynayarak ve tartışarak bir çeşit devamlılığa dönüşebilir (2013: 245; 2020: 55).

“...Ben genellikle grubumun içerisindeki 3-5 kişiyle çok güzel yakınlık kurmuşumdur, özlerim ben onları... iletişimin devam ettiği 20-25 senedir yazıştığım insanlar vardır, şimdi telefonlar çıkınca daha rahatladı her şey... yani üzüldüm tur bitti diye. Keyfini çıkarırsın mesela yorgunluğunu atarsın, ben zaten tur sırasında misafirlerimle akşam yemeklerinde olabildiğince beraber olmaya çalışırım. Sıkılmadan otururuz sohbet ederiz, kışsa kışlık mekanlarda, yazsa yazlık mekanlarda açık havada mesela yemek yiyebiliriz, aperatif bir şeyler yapabiliriz, 1-2 kadeh bir şeyler içeriz, birer bira patlatırız...” (4K)

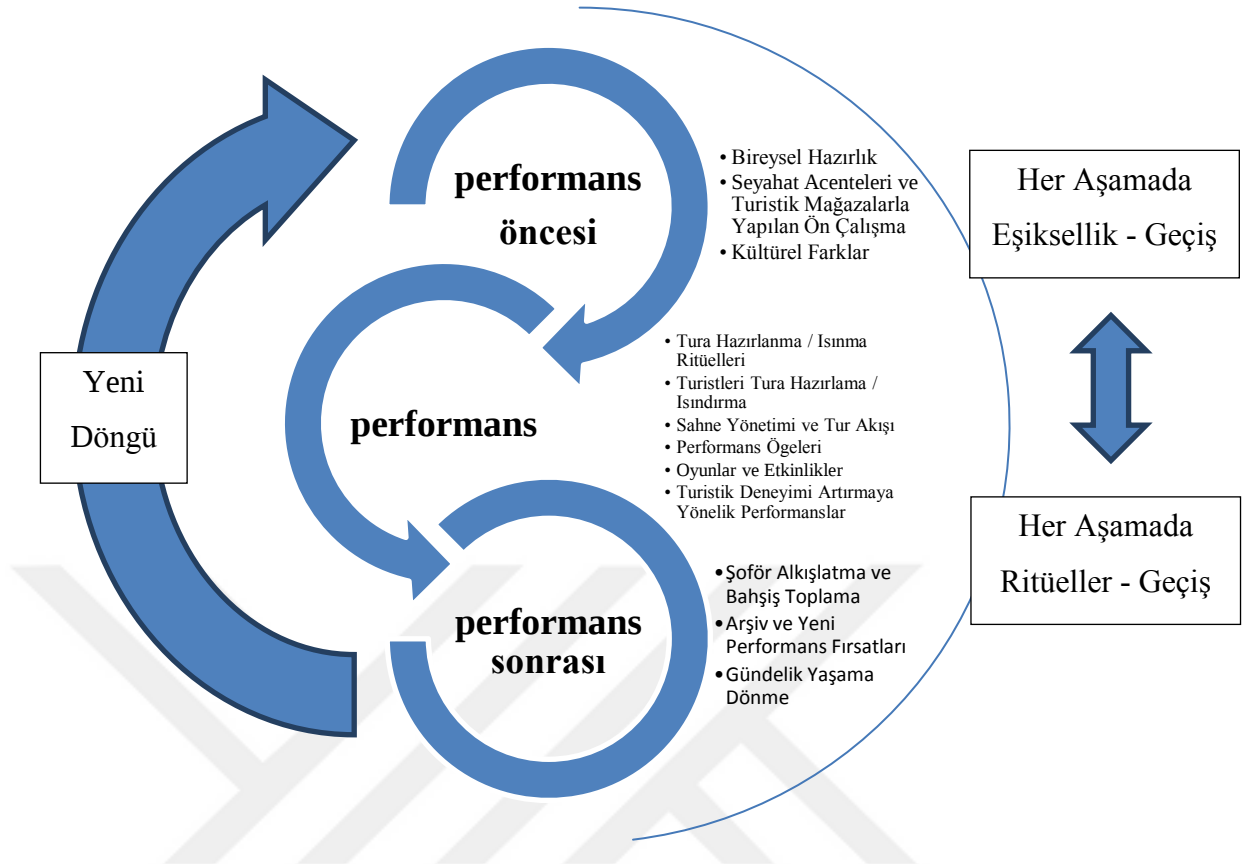
Katılımcıların (4K ve 18K) ifadeleri doğrultusunda her yeni turun, her yeni insanın ve her yeni performansın turist rehberlerine duygusal deneyimler kazandırdığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberliği mesleğinde, insanlarla birebir iletişim ve temas halinde olunması sonucu doğan arkadaşlıkların ve tur bitimi sonrası oluşan ayrılıkların ve hüznün olması, mesleğin insani yönünü temsil etmektedir.

“...Tur bittikten sonra biraz üzüliyorum açıkçası çünkü güzel dostluklar kuruyoruz, arkadaşlıklar kuruyoruz yani ama akşam her şey bitiyor yani, üzüliyorum yani. Muhabbet sohbet ediyoruz mesela akşam olunca her şey bitiyor, ikinci yeni insanlarla başlıyoruz

mesela. Düzgün arkadaşlar dostlarla karşılaşıyorsun bir defa görüşüyorsun bir daha belki aradan 10 yıl geçiyor... 20 yıl geçiyor... belki bir daha görüşmüyorsun yani ömründe. O yönden yani biraz buruk hissediyorum kendimi. Akşama kadar geziyorsun mesela yani... akşam bitiyor herkes memleketine ya da otele dönüyor yani...” (18K)

Bu alt tema bağlamında, profesyonel turist rehberlerinin, tur bittikten ve “perdenin kapandıktan” sonraki hisleri ve eylemleri, performans çalışmalarında yer alan “bırakma” kavramı özelinde incelenmesine olanak sağlamaktadır. Genel olarak, profesyonel turist rehberlerinin sergiledikleri aşamalar, bir tiyatro sanatçısının sahne arkasında gündelik yaşama dönmek için hazırlanmasına, bir dansçının gündelik kıyafetlerini giymesine benzemekle birlikte, performans çalışmaları kapsamında ele alınan ve aktif sanatçılar için rolü dinlendiren ve sıradan benliği yeniden ortaya çıkan jestlerle benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberliği mesleğinin tanımlarına ek olarak, mesleğin birçok açıdan sahne ve sokak sanatlarına benzerlik göstermesi, profesyonel turist rehberlerinin de “performans sanatçıları” olarak değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır.

Schechner’in (2013; 2020) “bir zaman-uzay dizisi olarak performans süreçleri” boyutlarına göre hazırlanmış ve profesyonel turist rehberlerinin “performans öncesi”, “performans sırasında” ve “performans sonrasında” sergiledikleri performansları öğrenmeye yönelik üç boyut altında sorulan ve değerlendirilen bulguların özeti şekil 2’de verilmektedir.



Şekil 2: Profesyonel Turist Rehberlerinin Performans Süreçleri

Çalışma bulguları, Şekil 2’deki gibi döngüsel bir performans sürecine işaret etmektedir. Her aşamaya eşiksellik ve ritüeller hakimdir. Performans öncesi boyutunda bireysel hazırlık, seyahat acenteleri ve turistik mağazalarla yapılan ön çalışma ve kültürel farklar temaları ortaya çıkmıştır. Performansa yönelik bulgular boyutunda tura hazırlanma / ısınma ritüelleri, turistleri tura hazırlama / ısındırma, sahne yönetimi ve tur akışı, performans öğeleri, oyunlar ve etkinlikler ve turistik deneyimi artırmaya yönelik performanslar temalarıdır. Performans sonrasına yönelik bulgulara ise, şoför alkışlatma ve bahşiş toplama, arşiv ve yeni performans fırsatları ve gündelik yaşama dönme temaları ortaya çıkmaktadır.

SONUÇ

Performans teorisi bağlamında profesyonel turist rehberliğini sahnelenen bir performans olarak ele almayı ve performansı, profesyonel turist rehberlerinin bakış açısı üzerinden nitel bir araştırma deseniyle araştırmayı amaçlayan bu araştırmada, Mart – Mayıs (2021) ayları arasında 9 farklı turist rehberleri odasına bağlı 22 profesyonel turist rehberi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşme soruları, Schechner'in (2013; 2020) "*bir zaman-uzay dizisi olarak performans süreçleri*" boyutlarına göre hazırlanmış ve profesyonel turist rehberlerinin "performans öncesi", "performans sırasında" ve "performans sonrasında" sergiledikleri performansları öğrenmeye yönelik üç boyut altında sorulmuş ve değerlendirilmiştir.

Performans öncesi boyutuna yönelik bulguların sonucunda, profesyonel turist rehberlerinin sergiledikleri performanslarda, "bireysel hazırlık", "seyahat acenteleri ve turistik mağazalarla ön çalışma" ve "kültürel farklar" temaları ortaya çıkmıştır.

Bireysel hazırlık temasında ortaya çıkan bulgulara göre, profesyonel turist rehberlerinin sahne ve sokak sanatçılarının yaptığı kişisel hazırlıklara benzemektedir. Bireysel hazırlık süreci, profesyonel turist rehberleri açısından yoğun bir eğitsel süreç içermektedir. Bu eğitsel süreç ve hazırlıklar, esnek ve yaratıcıdır. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberlerinin sürekli kendilerini eğitmeleri ve hazırlıklar yapmaları, mesleğin barındırdığı "sürekli gelişim" ilkesini doğrulamaktadır.

Seyahat acenteleri ve turistik mağazalarla ön çalışma temasında ortaya çıkan bulguların sonucuna göre ise, ön çalışmalarda yapılan provaların sonucunda performansın gerçekleşeceği sahnenin düzenlenmesine olanak sağladığı anlaşılmaktadır. Bu aşamada, turizmin diğer aktörlerinden olan seyahat acenteleri ve turistik mağazaların rol oynadıkları görülmektedir. Bu prova performansları, iş birliği gerektirmektedir. Bu iş birlikleri, kazan – kazan durumuna iyi bir örnek olabilir. Hem bireysel performans hem de ticari kazanç için yapılan kolektif çalışmaların iki taraf içinde önemli olduğunu anlaşılmaktadır.

Performans esnasında boyutuna yönelik bulguların sonucunda ise, profesyonel turist rehberlerinin sergiledikleri performanslarda, "tura hazırlanma / ısınma ritüelleri", "turistleri tura hazırlama / ısındırma", "sahne yönetimi ve tur

akışı”, “performans öğeleri”, “oyunlar ve etkinlikler” ve “turistik deneyimi artırmaya yönelik performanslar” temaları ortaya çıkmıştır.

Tura hazırlanma / ısınma ritüelleri temasında ortaya çıkan bulgulara göre, profesyonel turist rehberlerinin “sahneye çıkmadan” önce zihinlerini yoğunlaştırdıkları, kendilerini motive ettikleri ve turu zihnen kurguladıkları anlaşılmaktadır. Bu durum sonucunda, profesyonel turist rehberlerinin, performatif eylemleri zihnen tamamladıktan sonra performanslarına başladıklarına işaret etmektedir.

Turistleri tura hazırlama / ısındırma temasında ortaya çıkan bulgulara göre ise, profesyonel turist rehberlerinin, turistleri sıradan yaşamlarından çıkararak turistik performanslara sokmak için performanslar sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Burada eşiksellik söz konusudur. Rehber, bir eşğin geçilmesine aracılık etmektedir. Bu geçiş sürecinde, profesyonel turist rehberlerinin, performans sırasında turistlerin dikkatlerini ve ilgilerini çekmek için yaptıkları bu performanslar, mesleğin iletişim becerileri niteliklerinin üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu durumda, bir profesyonel turist rehberinin iyi iletişim becerisinin olması, turistik performansın ortaya çıkmasında sıçrama tahtası görevi görmekte ve turun icrasına şekil vermektedir. İletişim, eşğin geçilmesinde kullanılan bir araçtır.

Sahne yönetimi ve tur akışında ortaya çıkan bulgulara göre, tur performanslarının etkileşimli performanslar oldukları sonucuna ulaşılmaktadır. Ritüeller kadar bu aşamada da eşikler ön plana çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle, performatif eylemler, profesyonel turist rehberleri ve turistlerle birlikte yaratılıp ve tüketilirler. Profesyonel turist rehberleri, mekânı ve objeleri performanslarına dahil ederek turistlerin duyularına hitap eder. Turist rehberleri tarafından yapılan tüm bu performanslar, turistleri, turistik deneyime daldırmaya olanak sağlar. Sonuç olarak, profesyonel turist rehberlerinin performansçılar oldukları kadar performans üretici oldukları da söylenebilir. Performans üreticisi olan rehber de bir eşikte / geçiş sürecinde yer almaktadır. Günlük yaşamdaki benliğin sunumu ile tur esnasındaki performansı / performatif eylemleri arasında geçiş söz konusudur.

Performans öğeleri temasında ortaya çıkan bulgulara göre ise, profesyonel turist rehberlerinin performanslarını zenginleştirmek için bayrak, müzik ve müzik aletleri ve bir performans ögesi olarak kendi bedenlerini kullandıkları ortaya

çıkmiştir. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberlerinin sadece bir yol gösterici ve anlatıcı değil, tiyatro sahneleyen bir sanatçı ve konser veren bir müzisyen ya da DJ olarak düşünmek mümkündür.

Oyunlar ve etkinlikler temasında ortaya çıkan bulgular sonucunda ise, profesyonel turist rehberlerinin, turistleri performanslarına dahil etmek için şarkı, fıkra, canlandırma ve ödüllü soru-cevap etkinlikleri yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma, tur performanslarının etkileşimli olması sonucunda, profesyonel turist rehberlerinin sadece klasik bir anlatımcı olarak değil, oyun kurucu/yapıcı özelliğini de ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberlerinin oyun kurucu/yapıcı kimseler oldukları söylenebilir. Performanslarda oyunlar, *“oyynamanın da performansın merkezinde olduğunu ve aslında performansın oyun tarafından koşullandırılan ya da nüfuz eden ritüelleştirilmiş davranış”* olarak ifade edilmektedir (Schechner, 2013: 52; 2020: 166).

Turistik deneyimi artırmaya yönelik performanslar temasında ortaya çıkan bulgularda ise, profesyonel turist rehberlerinin, turistlere daha önce hiç yapmadığı bir etkinlik yaptırması, onlara dair özel günleri hatırlamaları, fotoğraflarını çekmek gibi özel ilgiler göstermeleri, hediye ve ikram faaliyetleri yapmaları ve onları sosyal etkileşimlere teşvik etmeleri performansın *“güzellik yaratma”* işlevini desteklemektedir. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberlerinin anı yaratan kişiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Profesyonel turist rehberlerinin anı yaratıcı olmaları, performans sonrası aşamayla ilgili olarak performansların anılarda da sürmesi sebebiyle performansın sürekliliğini de sağlamaktadır. Ek olarak, etkinlikler ve festivaller içeren turların temsilinde, profesyonel turist rehberlerinin yerel halk ile çalışmalar yapması ve onları performanslarına *“performans ögesi”* veya sosyal etkileşim olarak dahil etmesi destinasyon tanıtımına ve turistik deneyime büyük katkılar sağlayacaktır.

Işıldar ve Yıldız (2019: 945), yaptıkları çalışmada yerel halkın da etkinliklere katılımıyla birlikte destinasyon imajının geliştiğini düşündüklerini ve motive olduklarını ortaya koymuştur. Bu bağlamda, profesyonel turist rehberlerinin, özellikle performans öncesi aşamada yerel halkla bir araya gelerek ön hazırlıklar yapmalarının, hem bireysel performanslarına hem de destinasyon ve yerel halka katkı sağlayacaktır.

Performans sırasında ulaşılan bir diğer sonuç ise, turist rehberlerinin entelektüel donanımlarıdır. Turun başlangıcından sonuna kadar performans sergileyen profesyonel turist rehberlerinin en önemli malzemeleri entelektüel birikimleridir. Bir profesyonel turist rehberlerinin sahip olması gereken özellikler, tez çalışmasının ilk bölümünde verilmişti. Çalışmanın bulguları, özelliklerin öneminin vurgulanmasını gerektirmiştir. Profesyonel turist rehberliği, icrasına bağlı olarak dönüştürücü ve değiştirici bir meslektir. Rehberler, turistlerin turistik deneyim esnasındaki duyusal, ruhsal ve bedensel geçişlerine liderlik etmektedirler. Eşiksellik, geçiş (liminality) turizmin gündelik yaşam ile gündelik olmayan yaşam arasında, adeta eşikte bulunan konumunu ifade etmektedir. Turist rehberi eylemleriyle turu davranışa dökerken, turla ilgili performatif davranışları anlamlı kılan, tanıttığı kültürel miras öğesine ait kültürel kodlardır. Rehber tanıttığı döneme ve miras öğesine özgü eylemlerle bu kültürel kodları davranışa dökerken, eylemlerin anlamı sadece eyleme değil; davranışın nasıl algılandığına da bağlıdır. Burada da performansın turistler ile birlikte etkileşim içinde üretilmesi ön plana çıkmaktadır.

Rehber, performans sürecinde turun başlangıcından bitişine kadar geçiş sürecine de rehberlik etmektedir. Bu geçiş süreci, turun turistler üzerindeki değiştirici, dönüştürücü etkisi ile ilgilidir. Bu etkinin yaratılabilmesi ve uygulanabilmesinin, entelektüel donanımının derecesine bağlıdır.

Performans sonrası boyutuna yönelik bulguların sonucunda ise, “şoför alkışlatma ve bahşiş toplama”, “arşiv ve yeni performans fırsatları”, ve “gündelik yaşama dönme” temaları ortaya çıkmıştır.

şoför alkışlatma ve bahşiş toplama temasındaki bulgulara göre, profesyonel turist rehberlerinin performansları sonrası bir ritüel olarak şoför alkışlatma yaptığı görülmüştür. Bununla birlikte, bazı rehberlerin bahşiş toplatmadığı ve bazı turist rehberlerinin ise çekinerek ve istemeyerek konuyu başka yere yönlendirmeye çalıştıkları örneğin şikâyet sitelerine yansıttığı gözlemlenmiştir.

Araştırmaya katılan profesyonel turist rehberlerinden sosyal medyayı hiç kullanmayan 7 kişi haricindeki sosyal medyayı kullanan ve paylaşım yapan profesyonel turist rehberlerinin etkileşimler, geribildirimler, yeni tur ve performans fırsatları yakaladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar neticesinde yeni imkanlar elde etmeleri Schechner’in (2003; 2013; 2020) alışmalarını destekler niteliktedir.

Teknoloji ve sosyal medyaların günden güne gelişmesi ve popülerleşmesinin, profesyonel turist rehberlerinin kişisel marka pazarlamalarında önemli bir rolü olduğunu ifade etmek mümkündür. Sosyal medya paylaşımlarıyla ilgili olarak, gelecekte yapılacak çalışmalarda, profesyonel turist rehberlerinin sosyal medya performansları üzerine çalışmalar yapılması, profesyonel turist rehberliği mesleğine ve ilgili alan yazına yeni kazanımlar ve bakış açıları getirme imkânı sunacaktır.

Performans sonrası boyutunda ortaya çıkan “gündelik yaşama dönme” temasında da bir “geçiş” söz konusudur. Bu geçiş, Schechner (2013: 245; 2020: 55-56) tarafından “genellikle gözden kaçan ancak son derece ilginç ve önemli bir aşama” olduğu ifade edilmektedir. Bu ortaya çıkan geçiş performansının, “kendi başına bir performans olabileceği, olayın önemli anlarını tekrar oynayarak ve tartışarak bir çeşit devamlılığa dönüşebileceği” şeklinde ifade edilmektedir (Schechner, 2013: 245; 2020: 55-56). Profesyonel turist rehberlerinin tur esnasında geçtiği bu aşamalar, bir tiyatro sanatçısının sahne arkasında gündelik yaşama dönmek için hazırlanmasına ve bir dansçının gündelik kıyafetlerini giymesine benzemekle birlikte, performans çalışmaları kapsamında ele alınan ve aktif sanatçılar için rolü dinlendiren ve sıradan benliği yeniden ortaya çıkan jestlerle benzerlik göstermektedir. Ek olarak, ortaya çıkan bulgular sonucunda profesyonel turist rehberliği mesleğinin duygusal tatmin yarattığına ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, alan yazında (Holloway, 1981; Cohen, 1985; Hughes, 1991; Pond, 1993; Mancini, 2001; McDonell, 2001; Zhang ve Chow, 2004; Salazar, 2005; Çetin ve Yarkan, 2017), profesyonel turist rehberlerine yönelik diplomat, eğitimci, psikolog, misyoner, eğitmen, ev sahibi, öğretmen, bilgi kaynağı, bilgi veren, yol bulucu, hikâye anlatıcı, arabulucu vb. gibi birçok tanımlamalar olmakla birlikte, bu çalışma sonucunda, profesyonel turist rehberliği literatürüne ve tanımlarına yeni bir kavram olarak, “performans sanatçısı” tanımını eklemek yanlış olmayacaktır.

Her bilimsel çalışmada ve araştırmada olduğu gibi, gerçekleştirilen bu çalışmada da birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu araştırma, 2021 Mart – Mayıs tarihleri arasında 9 farklı turist rehberleri odasına bağlı 22 profesyonel turist rehberleri ile yapılmıştır. Dolayısıyla, elde edilen veriler ve bulgular, 22 katılımcının görüşleri ve deneyimleri ile sınırlıdır. Bu çalışmada, araştırmacının kişisel bağlantıları ile temas kurulan profesyonel turist rehberleri arasında, görüşme

yapmayı reddedenler ve araştırmacıyı tüm iletişim kanallarından engelleyenler (4) olmuştur. Gelecekte yapılacak olan çalışmalarda, farklı bölge turist rehberleri odalarına bağlı ve daha fazla katılımcı ile gerçekleştirilecek görüşmeler, daha farklı sonuçlar ve bulgular açığa çıkarabilir.

Kültürel farklar temasında ortaya çıkan bulgulara göre, profesyonel turist rehberleri, sergiledikleri performanslarda turistlerin milliyet ve kültürlerini dikkate aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, turist rehberliği mesleğine yeni hazırlanan öğrenciler için hazırlanan müfredatlara, kültürler özelinde dersler konması, gelecekte yapılacak hataların ve yanlış anlaşılmanın önüne geçebilecektir.

Araştırmacı, bahşiş üzerine güncel bilgilere ulaşmaya çalışırken, Türkiye'nin en büyük şikâyet paylaşımı sitesi Şikayet Var'da (Şikayetvarcom, 2018), müşterilerin ve turist rehberlerinin yazdığı "bahşiş ve şoför şikayetleri" dikkat çekmektedir. Buna örnek olarak, bir kullanıcının yazdığı *"tur sonunda kişi başı 5 euro şoför için zorla bahşiş alındı"* yorumu dikkat çekmektedir (Şikayetvarcom, 2018). Bu sebeple, "turizmde bahşiş toplama" konusu, gelecekteki yapılacak çalışmalar için araştırılabilir bir konu olmaktadır. Ayrıca, çalışma turist rehberlerinin tur performansında müzik öğesinin kullanmalarının yaygın ve önemli olduğunu ortaya koymuştur. Bu açıdan gelecekteki çalışmalarda müzik ve turistik deneyim arasındaki ilişkinin araştırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Acar, V, Karaosmanoğlu, K, Şenbahar, Y. (2020). *Turistik Halı ve Deri Mağazaları ile Seyahat Acentaları Arasındaki Güncel Sorunları Belirlemeye Yönelik Nitel Bir Araştırma: Kuşadası ve Selçuk Örneği*, Öneri Dergisi, 15 (54), 610-643.

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.

Adler, J. (1989). "Travel as Performed Art". *American Journal of Sociology*, 94:1366–1391.

Ahipaşaoğlu, H. S. (1997). *Seyahat işletmelerinde tur planlaması-yönetimi ve rehberliğin meslek olarak seçilmesinin nedenleri üzerine bir uygulama*. Varol Matbaası'dan aktaran Polat, T. (2001). *Seyahat işletmelerinde profesyonel turist rehberliği, rehberlik mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir alan araştırması* (Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi).

Ahipaşaoğlu, H. S. (2001). *Turizmde rehberlik*, Detay Yayıncılık.

Ahipaşaoğlu, S. (2002). Türkiye'de Turist Rehberliği Eğitiminin Rehber Gereksinimine Uygun Olarak Planlanması. *Bildiri] Turizm Eğitimi Konferansı*, 11 13.

Akbulut, O. (2006). Ege bölgesindeki turist rehberlerinin mesleki sorunları ve çözüm önerilerine yönelik bir araştırma.Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.

Akgöz, E. ve Sezgin, M. (2009). Genel İletişim. Ankara: Gazi Kitabevi.

Akköz, H. (2015). Profesyonel turist rehberlerinin sahip olması beklenen nitelikleri ile sergiledikleri performansın yerli turistler tarafından değerlendirilmesi. Yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Gaziantep

Aksaray, M., ve Ateş, A. (2019). Turist rehberlerinin hizmet kalitesinin destinasyon imajına etkisi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22(1), 112-132.

AmericanFoodAbroadcom. (2017). Staged Authenticity. <https://americanfoodieabroad.wordpress.com/2017/09/13/staged-authenticity/>. (Erişim tarihi: 28.04.2021)

Angela Cummings. (2020, Temmuz 17). *Frank the Ephesus Tour guide, Footsteps of Apostle Paul Ephesus Turkey* [Video 2]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jniJ0BGYICs>

Ap, J., ve Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems, *Tourism management*, 22(5), 551-563.

Arslanturk, Y., Altunöz, Ö., ve Çalık, A. Ö. (2013). Turist Rehberliği Hizmet Kalitesi Ölçümü: Servqual Yaklaşımı. *Journal of International Social Research*, 6(27).

Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bærenholdt, J. O., Haldrup, M., Larsen, J., ve Urry, J. (2004). *Performing Tourist Places*. Aldershot: Ashgate.

BajaBeachClubCom. (2019). *What Makes A Good Tour Guide?* [Görsel 2]. <https://baja-beachclub.com/what-makes-a-good-tour-guide/>

Bak, E. (2015). Turist rehberlerinin performansının turist tatminine etkisi: kapadokya'yı ziyaret eden yabancı turistler üzerine bir araştırma.Yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin

Batman, O., Yıldırğan, R.ve Demirtaş, N.(2001).Turizm Rehberliği, Adapazarı: Değişim Yayınları

Bell, C. (1997). *Ritual: Perspectives and Dimensions*. New York: Oxford University Press

Bowie, D., ve Chang, J. C. (2005). Tourist satisfaction: A view from a mixed international guidedpackage tour.Journal of Vacation Marketing,11, 303–322.

Caillois, R. (2001). *Man, play, and games*. University of Illinois Press.

Campbell, J. P., McHenry, J. J., ve Wise, L. L. (1990). Modeling job performance in a population of jobs. *Personnel psychology*, 43(2), 313-575.

Candan, A. (1997). 20.Yüzyılda Öncü Tiyatro. (2.Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Carlson, M. (2017). *Performance: A critical introduction*. Routledge.

Center For Creative Leadership. (2020). “What Are the Characteristics of a Good Leader?”. <https://www.ccl.org/articles/leading-effectively-articles/characteristics-good-leader/>. (Erişim Tarihi: 1.05.2021)

Chang, K. C. (2014). Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction, and flow experience on tourists' shopping behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 219-247.

Chen, C. M., Chen, S. H., ve Lee, H. T. (2011). The destination competitiveness of Kinmen's tourism industry: exploring the interrelationships between tourist perceptions, service performance, customer satisfaction and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 247-264.

Cohen, E. (1985) The tourist guide: the origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research* 12(1), 5–29.

Cohen, E. H., Ifergan, M., ve Cohen, E. (2002). A new paradigm in guiding: The Madrich as a role model. *Annals of tourism research*, 29(4), 919-932.

Coleman, S. ve Crang, M. (2002a). “Grounded Tourists, Travelling Theory”, in Simon Coleman and Mike Crang (eds.): *Tourism: Between Place and Performance*. Oxford: Berghahn Books.

Coleman, S. and Crang, M. (2002b). *Tourism Between Place and Performance*. Oxford: Berghahn Books.

Colin John Keats. (2018, Mart 25). Israel tour guide plays Bedouin song overlooking the Dead Sea [Video 4]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1BypJ6bIUPY>

CommunicationTheoryorg. (2013) Speech Act Theory. <https://www.communicationtheory.org/speech-act-theory/>. Erişim tarihi: 28.04.2021

Chaney, D. (1993). *Fictions of Collective Life*. London: Routledge.

Crang, P. (1997). Performing the tourist product. In C. Rojek, ve J. Urry (Eds.), *Touring Cultures* (pp. 137-154). Routledge.

Crick, M. (ed.). (1992). Life in the informal sector: Street guides in Kandy. London: Belhaven Press.

Çakır, A. (2010). Profesyonel turist rehberlerinin çalışma biçimi ve mesleki eğitim süreleri ile iş tatminleri arasındaki ilişki. Yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Erzurum.

Çatır, O. (2009). Modern Lider Tipleri ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Ankara

Çelikçapa, E. (2014). Richard Schechner'in Performans Anlayışı. İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çetin, G. ve Yarcın, Ş. (2017). The professional relationship between tour guides and tour operators, Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 17(4), 345-357.

Çetin, G., ve Kızıllırmak, İ. (2012). Türk turizmde kokartlı turist rehberlerin mevcut durumunun analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 307-318.

Çiçek, B. (2013). Profesyonel turist rehberlerinin performans kriterleri ile çalışma koşulları arasındaki ilişki: Antalya örneği. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.

Çimrin H. (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si*, Antalya: Akdeniz Kitabevi.

Çokal, Z., ve Aslan, Z. (2015). *Bir kültür elçisi olarak profesyonel turist rehberinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısına yönelik turist algılamaları, Kapadokya örneği* (Master's thesis, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi).

Çolakoğlu, O. E., Epik, F., ve Efendi, E. (2007). *Tur yönetimi ve turist rehberliği*. Detay yayıncılık.

Çolakoğlu, O.E., Epik, F., Efendi E. (2010). *Tur yönetimi ve turist rehberliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding: Image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800.

Dann, G. (Ed.). (2002). *The tourist as a metaphor of the social world*. cabi.

Değirmencioğlu, A. Ö.(1998). Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitimine Bir Yaklaşım. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm Eğitimi Anabilim Dalı. Ankara.

Değirmencioğlu, D. (2003). “Rehberlik Mesleğinin Dünyü, Bugünü ve Meslek Yasası”, *Rehber Dünyası*, Sayı:34, s.22.

Demirbulat, Ö., Saatcı, G., ve Özdemir Güzel, S., (2017). Turizm Rehberliğinde İlk Yardım Eğitiminin Gerekliğinin Kavramsal Olarak İncelenmesi . Uluslararası Sosyal Araştırmalar Kongresi (Pp.516-520). İstanbul, Turkey

Dictionary Cambridge. (2021). Performance art. Dictionary Cambridge. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/performance-art>. (Erişim tarihi: 27.04.2021)

Dinçer , İ. F. ve Kızılırmak, İ. (1997) Turizm Rehberliğinin Gelişimi ve Türkiye'deki Konumu, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu. Türkiye’de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberinin Rolü, Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık, Nevşehir.

Durkheim, E. (1965). *The Elementary Forms of the Religious Life*. New York: Free Press, 1965'ten aktaran Schechner, R. (2013). *Performance Studies: An Introduction 3rd Ed.* Basım Yeri: Routledge, NY ve London

Edensor, T. (1998): *Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site*. London: Routledge.

Edensor, T. (2000): "Staging Tourism: Tourists as Performers". *Annals of Tourism Research*, 27:322-344.

Edensor, T. (2001): "Performing Tourism, Staging Tourism – (Re)producing Tourist Space and Practice". *Tourist Studies*, 1:59-81.

Franklin, A. ve Crang, M. (2001). "The Trouble with Tourism and Travel Theory?". *Tourist Studies*, 1 (1):5-22.

Gennep, v., A. (1960). *The Rites of Passage*. University of Chicago press.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday

Gümüş, P. ve Gündoğan, S. (2010). "Richard Schechner ve Performans Kuramı". *Mimesis*. 17, 15.26.

Gürsoy, H. ve Karaman, S. (2019). Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişisel Gelişimi ve Mesleki Donanımı Üzerine Bir Araştırma, *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(2), 88-103.

Güven, U. Z. (2018). Kùltür, Gündelik Hayat ve Teatrallık İlişkisi Açısından Performans Antropolojisi. *Antropoloji*, (36), 103-123.

Güzel, Ö. (2007). Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü (Almanturistler üzerine bir araştırma). Yüksek lisans tezi, Balıkesir

Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Haber7.com. (2015). “Turizm rehberlerine "Sigorta primlerinizi takip edin" çağrısı”.
<https://www.haber7.com/guncel/haber/1285050-turizm-rehberlerine-sigorta-primlerinizi-takip-edin-cagrisi>. (Erişim Tarihi: 1.01.2021)

Haldrup, M. ve Larsen, J. (2009). *Tourism, Performance and the Everyday: Consuming the Orient*. London: Routledge.

Handelman, D. ve Kapferer, B. (1997). *God Inside Out: Siva's Game of Dice*. New York: Oxford University Press.

Hansen, A. H., ve Mossberg, L. (2017). Tour guides' performance and tourists' immersion: Facilitating consumer immersion by performing a guide plus role. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(3), 259-278.

Heidi Dahle (2002) The Politics of Tour Guiding Image Management in Indonesia, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 3, pp. 783–800.

Holloway, J.C. (1981) The guided tour. A sociological approach. *Annals of Tourism Research* 8(3), 377–402.

Huang, S., Hsu, C. H., ve Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality ve Tourism Research*, 34(1), 3-33.

Hueng, V. C. S. (2008). Effects of tour leader's service quality on agency's reputation and customers' word-of-mouth. *Journal of Vacation Marketing*, 14, 305–315.

Hughes, K. (1991) Tourist satisfaction: a guided ‘cultural’ tour in North Queensland. *Australian Psychologist* 26(3), 166–134.

Ilgen, D. R., ve Schneider, J. (1991). Performance measurement: A multi-discipline view. *International review of industrial and organizational psychology*, 6(1), 71-108.

Işıldar, P., ve Yıldız, Özay. (2021). Festivaller ve Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri: Urla Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 931–948.

İro.org. (2017). “Rehberliği Tarihçesi”. <https://iro.org.tr/tr/53-page-rehberligin-tarihcesi.aspx#:~:text=Dünyada%20Turist%20Rehberliği%20Mesleğinin%20Tarihçe si,beraberinde%20turist%20rehberliğini%20de%20getirmiştir.> (Erişim Tarihi: 19.04.2021)

Kanfer, R., ve Kanfer, F. H. (1991). Goals and self-regulation: Applications of theory to work settings. In M. L. Maehr ve P. R. Pintrich (Eds.), *Advances in motivation* (Vol. 7, pp. 287–326). Greenwich, CT: JAI Press.

Kennedy, L.E. (1999). Seasonality in Irish Tourism: 1973–1995, *Tourism Economics*, 5 (1): 25-47.

Komitee, S. (2006). A student’s guide to performance studies. *Harvard University iSites*, 1-19.
https://writingproject.fas.harvard.edu/files/hwp/files/peformance_studies.pdf. (Erişim Tarihi: 13.06.20219)

Krystlejo42. (2010, Mart 20). *Best Tour Guide Ever* [Video 1]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=NdBy1PJRQSM>

Larsen, J (2009). Goffman and the Tourist Gaze: A Performative Perspective on Tourism Mobilities. İçinde *The Contemporary Goffman* Ed. Michael Hviid Jacobsen, New York: Routledge

Larsen, J. ve Jacobsen, H., M. (2009). “Metaphors of Mobility – Inequality on the Move”, in Max Bergman, Timo Ohnmacht et al. (eds.): *Mobilities and Inequality*. Aldershot: Ashgate.

Larsen, J., ve Urry, J. (2011). Gazing and performing. *Environment and Planning D: Society and Space*, 29(6), 1110-1125.

Larsen, S. (2007), „Aspects of a Psychology of the Tourist Experience“, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), ss. 7-18

Lin, Y. C., Lin, M. L., ve Chen, Y. C. (2017). How tour guides’ professional competencies influence on service quality of tour guiding and tourist satisfaction: An exploratory research. *International Journal of Human Resource Studies*, 7(1), 1-19.

Lopez, E. M. (1980). The effect of leadership style on satisfaction levels of tour quality. *Journal of Travel Research*, 18, 20–23

Lundberg, E. D. (1990) *The Tourist Business. "The Travel Agent"*, Sixth Edition, van Nostrand Reinhold, Newyork’dan aktaran Polat, T. (2001). *Seyahat işletmelerinde profesyonel turist rehberliği, rehberlik mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir alan araştırması* (Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi).

MacCannell, D. (1976/1999). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.

MacDonald, A. (1997). The New Beauty of a Sum of Possibilities. *Law and Critique*’ten aktaran Edensor, T. (2000): “Staging Tourism: Tourists as Performers”. *Annals of Tourism Research*, 27:322-344.

Mancini, M. (2001) *Conducting Tours*, 3rd edn. Delmar Thomson Learning, Clifton Park, New York.

McDonnell, I. (2001) The Role of the Tour Guide in Transferring Cultural Understanding. School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology, Sydney.

Merriam-Webster. (2021). Performance art. In *Merriam-Webster.com dictionary*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/performance%20art>. (Erişim tarihi: 27.04 2021)

Motowidlo, S. J., Packard, J. S., ve Manning, M. R. (1986). Occupational stress: Its causes and consequences on job performance. *Journal of Applied Psychology*, **71**, 618–629.

Nguyen, H. L. (2015). The impacts of tour guide performance on foreign tourist satisfaction and destination loyalty in Vietnam.

Noy, C. (2008). Pages as stages: A performance approach to visitor books. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 509-528.

Olçay, A., Bozgeyik, Y., Akküz, H. ve Sürme, M. (2015). Profesyonel turist rehberlerinin performanslarının yerli turistler tarafından değeriendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 349-374.

Oxford Reference. (2007). “Performance art”. *The Oxford Dictionary of American Art and Artists* 1st Ed. <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780195373219.001.0001/acref-9780195373219>. (Erişim tarihi: 27.04.2021)

Ozdil, N. (2016). “Tutum nedir?”. <https://golcukhaber.com.tr/2016/06/tutum-nedir/>. (Erişim Tarihi: 1.05.2021)

Özbudun, S., ve Uysal, G. (2012). 50 soruda antropoloji. İstanbul: Bilim ve Gelecek Kitaplığı.

Özdemir M. (2010). “Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma”. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (1): 323-343.

Özsoy, A., ve Tayfun, A. (2020). Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişilik Özellikleri İle Sundukları Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(2), 1101-1116.

Peake, S., Innes, P., ve Dyer, P. (2009). Ecotourism and conservation: Factors influencing effective con-servation messages. Journal of Sustainable Tourism, 17, 107–127.

Perkin, C. H. ve Thorns, C. D. (2001). “Gazing or Performing? Reflections on Urry’s Tourist Gaze in the Context of Contemporary Experience in the Antipodes”. *International Sociology*, 16:185-204.

Polat, T. (2001). *Seyahat işletmelerinde profesyonel turist rehberliği, rehberlik mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir alan araştırması* (Master's thesis, Anadolu Üniversitesi).

Pond, K. (1993). The professional guide: Dynamics of tour guiding’den aktaran Ap, J., ve Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems, *Tourism management*, 22(5), 551-563.

Poushali Datta. (2016, Kasım 29). *Tour guide playing flute before entering Lower Antelope Canyon* [Video 3]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=U02tKV3PuBg>

Rosemary B. & Sam H. (2005) Improving the Quality of Tour Guiding: Towards a Model for Tour Guide Certification, *Journal of Ecotourism*, 4:3, 178-195.

Salazar, N.B. (2005) Tourism and glocalization. ‘Local’ tour guiding. *Annals of Tourism Research* 32(3), 628–646.

Scarles, C. (2010). Where words fail, visuals ignite: Opportunities for visual autoethnography in tourism research. *Annals of tourism research*, 37(4), 905-926.

Schechner, R. (2002). *Performance Studies: An Introduction*. 3rd Ed. Basım Yeri: Routledge, Oxon

Schechner, R. (2003). *Performance Theory* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203426630>

Schechner, R. (2013). *Performance Studies: An Introduction 3rd Ed*. Basım Yeri: Routledge, NY ve London

Schechner, R. (2020). *Performance Studies: An Introduction 4th Ed*. Basım Yeri: Routledge, NY ve London

ShemzTour1WeeblyCom. (2014). *What is a Tour Guide?* [Görsel 1]. <https://shemztour1.weebly.com/what-is-a-tourist-guide.html>

ShemzTour1WeeblyCom. (2014). *What is a Tour Guide?* [Görsel 3]. <https://shemztour1.weebly.com/what-is-a-tourist-guide.html>

Sikayetvar.com. (2018). “*ETS Tur Şoföre Alınan Bahşiş!*”. <https://www.sikayetvar.com/etstur/ets-tur-sofore-alinan-bahsis>. (Erişim Tarihi: 14.05.2021).

Sonnentag, S., Volmer, J., ve Spychala, A. (2008). Job performance. *The Sage handbook of organizational behavior*, 1, 427-447.

Stamboulis, Y. ve Skayannis, P. (2003), „Innovation Strategies and Technology for Experience-Based Tourism“, *Tourism Management*, 24(1), ss. 35-43.

Şahin, S. (2012). Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri: alman, ingiliz ve rus turistlerin algılamaları. Doktora tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Şenel, G. (2011). Stres faktörlerinin iş motivasyonuna etkisi: turist rehberleri üzerine bir uygulama. Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir

Tangüler, A. (2002). Profesyonel turist rehberliği ve turist rehberlerinin seyahat acentası ve müşteri ilişkileri (Kapadokya örneği). *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.*

TDK (2021). “*Performans*”. <https://sozluk.gov.tr>. (Erişim Tarihi: 13.06.2021).

TDK. (2021). “*Entelektüel*”. <https://sozluk.gov.tr>. (Erişim Tarihi: 13.06.2021)

Tetik, N. (2006). Türkiye’de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinden analizi (Kuşadası örneği). Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Tetik, N. (2012). Turist rehberlerinin ekoturizm alanındaki yeterlilikleri: Doğu Karadeniz örneği.

Thomas Whittington. (2017, Mart 23). *Museum Tour Guide from “Super Professional”* [Video 5]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Czz-0JVKJZ4>

TourismTeachercom.(2020). Is what you are seeing ‘real’? Examples of staged authenticity in tourism. <https://tourismteacher.com/staged-authenticity-examples/#:~:text=Staged%20authenticity%20is%20essentially%20a,for%20the%20purpose%20of%20tourism>. (Erişim tarihi: 28.04.2021)

Tsai, C. Y., Wang, M. T., ve Tseng, H. T. (2016). The impact of tour guides’ physical attractiveness, sense of humor, and seniority on guide attention and efficiency. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 33(6), 824-836.

Tu, H., Guo, W., Xiao, X., ve Yan, M. (2020). The relationship between tour guide humor and tourists’ behavior intention: A cross-level analysis. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1478-1492.

Tureb.org. (2021). “Hakkımızda”. <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/50>. (Erişim Tarihi: 19.04.2021)

Tureb.org. (2021). “Rehber İstatistik”. <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>. (Erişim Tarihi: 19.04.2021)

Turist Rehberliği Meslek Kanunu. (2012). T.C. Resmi Gazete (28331, 7 Haziran 2012).

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği. (2014). T.C. Resmi Gazete (29217, 26 Aralık 2014).

Turner, V. (1969). Liminality and communitas. *The ritual process: Structure and anti-structure*, 94(113), 125-30.

Turner, V. (1980). Social dramas and stories about them. *Critical inquiry*, 7(1), 141-168.

Turner, V. (1982). *From Ritual to Theatre: the human seriousness of play* (New York, Performing Arts Journal). *Turner From Ritual to Theatre: the human seriousness of play, 1982.*

Turner, V. (1985). *On the Edge of the Bush: Anthropology as Experience*. Edith L. B. Turner (Ed). Tucson, AZ: The University of Arizona Press.

Turner, V. (1988). “The Anthropology of Performance”. PAJ Publications, New York

Tussyadiah, I. P., ve Zach, F. J. (2012). The role of geo-based technology in place experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 780-800.

Tutar, H., ve Yılmaz, K. (2010). *Genel iletişim, kavramla ve modeller.7.Baskı*.Ankara: Seçkin Yayıncılık.

UNWTO. (2020). *World Tourism Barometer N18 January 2020*. <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>. (Erişim Tarihi: 14.06.2021)

UNWTO. (2021). *Tourist Arrivals Down 87% In January 2021 As Unwto Calls For Stronger Coordination To Restart Tourism*. <https://www.unwto.org/news/tourist-arrivals-down-87-in-january-2021-as-unwto-calls-for-stronger-coordination-to-restart-tourism>. (Erişim Tarihi: 14.06.2021)

Weaver, A. (2005). “Interactive Service Work and Performative Metaphors: The Case of the Cruise Industry”. *Tourist Studies*, 5 (1):5-27.

Weiler, B., ve Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: one-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378.

Weiler, B., ve Black, R. (2015). *Tour guiding research: Insights, issues and implications* (Vol. 62). Channel View Publications.

Whipple, T. W., ve Thach, S. V. (1988). Group tour management: Does good service produce satisfied customers? *Journal of Travel Research*, 27, 16–21

Wong, A. (2001). Satisfaction with local tour guides in Hong Kong. *Pacific Tourism Review*, 5, 59–67.

Yenen, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberlerinin el kitabı. 1. Baskı. İstanbul: Turist Rehberleri Birliği.

Yenipınar, U. ve Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi, *Cag University Journal of Social Sciences*, 10(2), December 2013, 111-136.

Yıldız, R., Kuşluyan, S., Şenyurt, S.Y. (1997). Turist rehberliği öğretiminde yeni bir model: Nevşehir turist rehberliği bölümü programı ve değerlendirilmesi, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu. Türkiye’de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberinin Rolü. Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık, Nevşehir.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları

Zhang, H.Q. and 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.



EKLER

EK 1: 16.07.2010 Tarih ve 27643 Sayılı Resmî Gazete’de Ulusal Meslek Standardı “*Profesyonel Turist Rehberi Seviye 5*” İsimli ve 10UMS0076-5 Referans Kodlu Yayında Geçen, Profesyonel Turist Rehberliğinde Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipman Listesi :

- *Acenta plakası*
- *Adaptör*
- *Afiş*
- *Ajanda*
- *Anket formu*
- *Bilgisayar*
- *Broşür*
- *CD*
- *Çakmak*
- *Çanta*
- *Çok amaçlı çakı*
- *Düdük*
- *Dürbün*
- *El feneri*
- *Fotoğraf makinesi*
- *Gerekli telefonlar rehberi*
- *GPS cihazı*
- *Harita*
- *Hesap makinesi*
- *İletişim araçları (Telsiz, telefon vb.)*
- *İlk yardım çantası*
- *İp*
- *Kamera*
- *Kapalı devre konuşma cihazı*
- *Kırtasiye malzemeleri*
- *Kişisel koruyucu donanım*
- *Megafon*
- *Mikrofon*
- *Otel konaklama formu*
- *Özel ilgi gruplarında (avcılık, dağcılık, dalış, doğa yürüyüşü) kullanılan ekipman*
- *Pusula*
- *Rehber kitap*
- *Rehberlik kimlik kartı*
- *Satış kuponu*
- *Sigorta belgesi*
- *Şapka*
- *Şemsiye*
- *Sözlük*
- *Takip levhası (Lolipop)*
- *Tur harcama formu*
- *TÜRSAB belgesi ve turla ilgili gerekli diğer belgeleri içeren acentaya ait dosya*
- *TÜRSAB bandrolü*
- *Yağmurluk*

EK 2: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

- 1-Turist rehberi olarak turun gerçekleşeceği yere özel olarak hazırlıklarınız oluyor mu? Oluyorsa, nasıl hazırlıklar yapıyorsunuz? (Destinasyonla ilgili bir ön çalışma yapıyor musunuz? Mekânı inceliyor musunuz?)
- 2- Tur öncesi seyahat acentesi ya da turistik mağazalarla ön çalışma yapıyor musunuz? Yapıyorsanız neler yapıyorsunuz?
- 3- Tur öncesi turistlerin milliyetlerine ve kültürlerine göre özel bir hazırlık yapıyor musunuz? Kültürel farkları dikkate alıyor musunuz?
- 4- Turistleri ve kendinizi tura ısındırmak ve hazırlamak için neler yapıyorsunuz? Nasıl etkileşime giriyorsunuz? Turistlerle ilk tanışma öncesindeki hazırlık süreci (ilk etkileşim, selamlaşma, özel bir selamlama vb.)
- 5- Turun hareket akışına nasıl karar veriyorsunuz ve neleri dikkate alıyorsunuz? Nelerin önce nelerin sonra olacağına nasıl karar veriyorsunuz?
- 6- Turist rehberi olarak performansınızı etkileyebilecek, destek verecek öğeler ya da nesneler kullanıyor musunuz? (Müzik aleti, bayrak ve akla gelebilecek herhangi bir alet, nesne vb. şeyler)
- 7- Tur esnasında, bulunduğunuz alanı ya da mekânı nasıl yönetiyorsunuz?
- 8- Turun gerçekleştiği mekân ve yerde bulunan nesneleri (heykel, antik tiyatro, sütun vb.) performansınızı desteklemek için kullanıyor musunuz? Diğer bir ifade ile Bulunduğunuz alan, mekân, dükkân, tur otobüsü vb. alanlarda bulunan nesneleri (halı, çanak, çömlek, heykel) performansınıza katıyor musunuz?
- 9- Tur performansınızın bir parçası olarak belirli bir sırayla ve düzenli olarak yaptığınız şeyler var mıdır? Varsa nelerdir?
- 10- Turistleri tur sırasında performanslarınıza dahil etmek için herhangi bir uygulama, oyun ya da etkinlik yapıyor musunuz? Evet ise neler yapıyorsunuz?
- 11- Tur esnasında turistlerin kendilerini özel hissetmesi ve turistik deneyimlerini artırmak için neler yapıyorsunuz?
- 12- Turu bitirirken ve noktalarken turistlerle nasıl iletişime giriyorsunuz? Neler yapıyorsunuz? (Şoför alkışlatma, bahşiş toplama, yeni tur satma vb.)
- 13- Tur bittikten sonra neler hissediyor ve neler yapıyorsunuz?

14- Tur bittikten sonra videolar ve fotoğraflar arşivliyor musunuz? Sosyal medyada paylaşıyor musunuz? Bu paylaşımlara etkileşim alıyor musunuz?

