

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ BİLİM DALI

MESLEK ETİĞİ: TURİST REHBERLERİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Kamil Gökhan NEBİOĞLU

Ankara
Eylül, 2013

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ BİLİM DALI

MESLEK ETİĞİ: TURİST REHBERLERİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kamil Gökhan NEBİOĞLU

Danışman: Doç. Dr. Ali YAYLI

**Ankara
Eylül, 2013**

JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI

Kamil Gökhan NEBİOĞLU'nun "Meslek Etiği: Turist Rehberleri Üzerine Araştırma" başlıklı tezi 04/12/2013 tarihinde, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

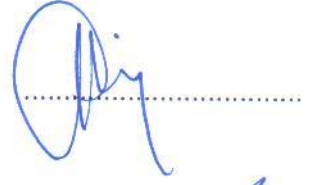
Adı Soyadı

İmza

Başkan:Prof.Dr. M. Hamil NAZİK



Üye (Tez Danışmanı):Doç.Dr. Ali YAYLI



Üye: .Doç.Dr. İrfan YAZICIOĞLU



Üye:

.....

Üye:

.....

ÖN SÖZ

Kamil Gökhan NEBİOĞLU

"Meslek Etiği: Turist Rehberleri Üzerine Araştırma" başlıklı bu araştırmaya pek çok kişinin emeği geçmiştir.

Araştırmanın konu seçiminden, tamamlanma aşamasına kadar desteğini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Ali YAYLI'ya, sağladığı veriler ile çalışmaya destekte bulunan çalışmakta olduğum kurum Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü'ne, veri analizlerini hazırlamama yardımcı olan Sayın Öğr. Gör. Sıddık ARSLAN'a, çalışmanın anket bölümünün doldurulmasında gösterdikleri yardımseverlik ve anlayıştan dolayı turist rehberlerine, çalışma süresince verdikleri destek, gösterdikleri sabır ve anlayıştan dolayı eşime ve oğlum Mehmet NEBİOĞLU'na teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

MESLEK ETİĞİ: TURİST REHBERLERİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA

NEBİOĞLU, Kamil Gökhan

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ali YAYLI
Eylül-2013, xiv + 143 Sayfa

Turist rehberleri, ülkeye belli önyargılarla gelen turistin önyargılarının kırılması, ülkenin olumlu veya olumsuz propagandasını yaparak ülke imajı oluşturulması bakımından önemli bir turizm çalışanıdır. Böylesine önemli bir görevi üstlenen meslek erbaplarının faaliyetlerini yürütürken tavır ve davranışlarına azami derecede dikkat etmesi, meslek etiğine uygun davranması beklenmektedir. Bundan dolayı bu araştırma ile turist rehberlerinin çalışma hayatında meslek etiğine uygun davranıp davranmadığı, hangi konularda etik dışı davranışlarda bulunduğu ve bu etik dışı davranışları tespit edip çözüm önerileri sunmak amaçlanmıştır.

Araştırmanın modeli olarak betimsel ve bağıntısal model seçilmiştir. Araştırmanın evrenini bir paket tur kapsamında tura katılan, milliyetlerine göre Türkiye'ye en fazla turist geldiği Alman, Rus, İngiliz turistler ile yerli turist grupları oluşturmaktadır. Bu kapsamda Türkiye'de en çok turist geldiği il olan Antalya ilini ziyaret eden Alman, Rus, İngiliz ile yerli turist grupları araştırmanın örnekleme olarak seçilmiştir.

Verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket, turistlerin demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular ile rehberlerin meslek etiğine uygun davranıp davranmadıklarını ölçmeye yönelik 5'li Likert Ölçeğinde sorular olmak üzere iki bölümden, toplam 60 sorudan oluşmuştur.

Uygulama 2013 yılı nisan, mayıs ve haziran ayları içerisinde Antalya'da 114 Alman, 105 Rus, 95 İngiliz ve 90 Türk olmak üzere toplam 404 turistin katılımıyla yürütülmüştür.

Araştırmada, rehberlere yönelik etik algısının turistlerin yaş, cinsiyet, milliyet, eğitim durumu, medeni durum gibi sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmış, elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler, Cronbach's Alpha Güvenilirlik Analizi, Frekans Dağılımı Testi, Faktör Analizi, ANOVA, t testi, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliği Ölçüsü Testi, Bartlett's Küresellik (sphericity) Testi ve Tukey Testine tabi tutulmuştur.

Turistlerin rehberlere yönelik etik algısı, genel etik ilkeler (boyut 1), bilgi güvenliği (boyut 2) ve maddi çıkar sağlama (boyut 3) olmak üzere toplam 3 boyutta ele alınmıştır.

Araştırmada, rehberlerin genel etik ilkeler, bilgi güvenliği ve maddi çıkar sağlama bağlamında turistlerin cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumuna göre anlamlı farklılık bulunmadığı; ancak milliyet ve yaş değişkeni bağlamında ise turistler arasında anlamlı farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Milliyet değişkeni, bilgi güvenliği (boyut 2) bağlamında farklılığın Türk – İngiliz turist, Alman – İngiliz turist ve Rus turistler ile diğer tüm milliyetten turistler arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Maddi çıkar sağlama (boyut 3) bağlamında ise farklılığın Türk – Rus turist ile İngiliz – Rus turist arasında olduğu görülmüştür.

Yaş değişkeni, genel etik ilkeler (boyut 1) bağlamında farklılığın 16-29 yaş grubu turistler ile 60 ve üstü yaş grubundaki turistler arasında olduğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan turistlerin büyük çoğunluğu rehberleri genel etik ilkeler, bilgi güvenliği ve maddi çıkar sağlama boyutunda etik bulmaktadırlar.

Anahtar Kelimeler: Etik, Meslek Etiği, Turizm, Turist Rehberi.

ABSTRACT

PROFESSIONAL ETHICS: A SURVEY ON TOURIST GUIDES

NEBİOĞLU, Kamil Gökhan

Post Graduate, Department of Tourism Management Education
Thesis Advisor: Assoc. Prof. Ali YAYLI
September-2013, xiv + 143 Pages

Tourist guides are those tourism workers who are influential in reversing the prejudices of comers and in building the negative or positive image of the country by doing propaganda. Such masters of the profession while performing their jobs are expected to be careful in their conducts and to behave in accordance with professional ethics. Thus in this survey it is aimed to determine whether tourist guides behave in compliance with professional ethics and how they violate ethical rules therefore their unethical conducts and to suggest solutions to these problems.

“Descriptive and relative model” was chosen as survey model. Survey space covers local tourist groups and those from the most frequent visiting countries German, English, Russian tourist groups who participated the package tour in Turkey. In this context, this survey was reduced to the subject groups chosen out of German, Russian, English and local tourist groups in the most visited city, Antalya instead.

In gathering data, questionnaire technique became helpful. Survey consists of 60 questions which are divided into two parts one of which is assigned to ascertain demographic qualities of the tourists and the other one of which includes questions in 5 Likert scale to enlight whether tourist guides behave ethical.

The survey was performed in April, May, June 2013 and given to 114 German, 105 Russian, 95 English and 90 Turkish total 404 tourists in Antalya.

By using SPSS program, demographic features of the tourists like their age, gender, nationality, education, marital status were analyzed to show whether professional ethics for tourist guides differentiate. Data was subject to Cronbach's Alpha Accountability Analysis, Frequency Variance Test, Factor Analysis, ANOVA, t test, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Sample Sufficiency Measurement Test, Bartlett's Sphericity Test and Tukey Test.

Tourists's perception of ethical integrity of tourist guides was piled up in three dimensions, general ethical principles (dimension 1), accountability of the information (dimension 2), material exploitation (dimension 3).

As far as tourist guides's conduct is concerned in line with these dimensions, it is pointed out that there is no remarkable difference as for gender, marital status, education of the tourists however such remarkable difference is observed in line with the variables like subjects's nationality and age.

It is concluded that nationality variable differs in accordance with information accountability (dimension 2) between Turkish - English tourists, German - English tourists, Russian tourists - tourists from other nationalities. The difference about material exploitation (dimension 3) is observed between pairs of Turkish-Russian and English-Russian.

Age variable in accordance with general ethical principles (dimension 1) differs between the pairs 16 - 29 ages and 60 - over 60 ages.

Majority of the tourists who participated to this survey finds tourist guides ethical in accordance with general ethical principles, information accountability and material exploitation.

Keywords: Ethics, Professional Ethics, Tourism, Tourist Guide.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI.....	i
ÖN SÖZ.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Problem.....	4
1.2. Amaç.....	5
1.3. Önem.....	6
1.4. Varsayımlar.....	7
1.5. Sınırlılıklar.....	7
2. KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	8
2.1. ETİK.....	8
2.2. ETİK TÜRLERİ.....	19
2.3. ETİK SİSTEMLERİ.....	23
2.4. TEMEL ETİK İLKELER.....	29
2.5. MESLEK ETİĞİ.....	32
2.6. TURİZM VE ETİK.....	40
2.7. TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİ.....	47
2.7.1. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TURİST REHBERLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	49
2.7.2. TURİZM SEKTÖRÜNDE TURİST REHBERİNİN YERİ VE ÖNEMİ	58
2.7.3. TURİSTLERİN REHBERLİ TURLARI TERCİH ETME NEDENLERİ ...	65
2.7.4. TURİST REHBERİNDE BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER	66
2.7.5. TURİST REHBERLİĞİNDE MESLEKİ ETİK VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	71
3. YÖNTEM.....	85
3.1. Araştırmanın Modeli.....	85
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme.....	86
3.3. Verilerin Toplanması.....	88
3.4. Verilerin Analizi.....	90
4. BULGULAR VE YORUM.....	91
4.1. Frekans Dağılımı Sonuçları.....	91
4.2 Rehberlerde Meslek Etiğine İlişkin Turistlerin Algılarına Yönelik İfadelerin Faktör Analizi.....	100
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	111
KAYNAKÇA.....	116
EK 1:.....	126

TURİZMDE GLOBAL ETİK İLKELER.....	126
EK 2.....	132
ANKET SORULARI.....	132

TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1 - Etik İlkeler ve Etik Dışı Davranışlar	32
Tablo 2 - Etik Konusunda En Fazla Yol Almış Sektörler	46
Tablo 3 - Etik Konusunda En Fazla Yol Alması Gereken Sektörler	47
Tablo 4 - Kayıtlı olduğu ile göre rehber sayıları	61
Tablo 5 - Bildiği dile göre rehber sayıları.....	61
Tablo 6 - 2001-2012 Yılları Arasında Disiplin Kurulunda Verilen Cezalara Göre Bilgiler	72
Tablo 7 - Güvenilirlik İstatistikleri (Reliability Statistics)	89
Tablo 8 - Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı.....	91
Tablo 9 - Turistlerin Türkiye'de Katıldıkları Turlardaki Rehberlik Hizmetinden Memnuniyet Düzeyleri	93
Tablo 10 - Etik Davranış Hizmet Alımında Memnuniyet Düzeyinizi Etkiler mi?.....	94
Tablo 11 - Turistin Tatil Kararını Vermesine Neden Olan Etken	94
Tablo 12 – Yabancı Turistlerin Türkiye'ye Tekrar Gelme Düşünceleri	94
Tablo 13 - Rehberlerde Meslek Etiğine İlişkin Turistlerin Algıları Frekans Dağılımı .	95
Tablo 14 - Rehberlerde Meslek Etiğine İlişkin Turistlerin Algıları İçin Uygulanan KMO ve Bartlett Testi.....	101
Tablo 15 - Meslek Etiği İfadelerine İlişkin Faktör Analizi İçin Uygulanan Bileşenler Matrisi.....	102
Tablo 16 - Güvenilirlik İstatistiği (Ölçeğin Tamamı İçin)	102
Tablo 17 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Milliyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi	103
Tablo 18 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Milliyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi	103
Tablo 19 - Milliyet Değişkenine Göre Boyut 2'ye (Bilgi Güvenliği) İlişkin Tukey Testi Tablosu.....	104
Tablo 20 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Milliyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi	104
Tablo 21 - Milliyet Değişkenine Göre Boyut 3'e (Maddi Çıkar Sağlama) İlişkin Tukey Testi Tablosu.....	105
Tablo 22 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi	105
Tablo 23 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi	105
Tablo 24 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi	106
Tablo 25 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Yaş Değişkeni Bakımından İncelenmesi...	106
Tablo 26 - Yaş Değişkenine Göre Boyut 1'e (Genel Etik İlkeler) İlişkin Tukey Testi Tablosu.....	107
Tablo 27 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Yaş Değişkeni Bakımından İncelenmesi	107

Tablo 28 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Yaş Değişkeni Bakımından İncelenmesi	108
Tablo 29 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi	108
Tablo 30 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi	108
Tablo 31 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi	109
Tablo 32 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	109
Tablo 33 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	110
Tablo 34 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi	110

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 - Meslek Etiğine Uygun Davranışları Etkileyen Faktörler	40
---	----

KISALTMALAR LİSTESİ

EDDÖ: Etik Dışı Davranışlar Ölçeği

FEG: Avrupa Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (European Federation of European Tourist Guide Associations)

İŞKUR: Türkiye İş Kurumu

KMO: Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği Ölçüsü Testi

MTTB: Milli Türk Talebe Birliği

SPSS: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi (Statistical Package For Social Science)

TC: Türkiye Cumhuriyeti

TEDMER: Türkiye Etik Değerler Merkezi

TMGT: Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı

TMTF: Türkiye Milli Talebe Federasyonu

TUREB: Turist Rehberleri Birliği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TÜSİAD: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği

WFTGA: Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (World Federation of Tourist Guide Associations)

WTO: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

1. GİRİŞ

Günümüzde toplumun büyük kesiminde ahlaki çöküntünün, yozlaşmanın giderek arttığı yönünde kaygılar olduğu görülmektedir. Bunun, insanların, makam mevki sahibi olma, yetersiz eğitim, ideolojik faktörler, dikkatsizlik, bilgisizlik, disiplinsizlik, çok para kazanma, çıkar sağlama ve başarıya hırsı gibi sosyal, ekonomik, maddi, manevi değişik nedenlerle etik dışı davranmalarından kaynaklandığı ileri sürülmektedir. Bu nedenlerden dolayı son yıllarda Türkiye'de ve dünyada etik konusuna olan ilginin arttığı görülmektedir. Bu kapsamda kamu kurumları ve meslek birlikleri etikle ilgili düzenlemeler yapmakta, çalışanlarını, üyelerini, meslektaşlarını bu konuda bilgilendirmektedir. Günümüzde felsefeden politikaya, hukuktan bilime, tıptan sanata insan unsurunun var olduğu her alanda etikten söz etmek mümkündür.

Etik, antik çağlardan günümüze üzerinde tartışılmakta olan bir konu olup, hangi eylemin etik hangisinin olmadığı konusunda filozoflar kesin bir karara varamamışlardır. Birçok filozofun etiğin ne olduğu konusunda verdiği cevap birey sayısı kadar cevap olduğu yönündedir. Bunun nedeni ise, etiğin basit bir tanımının olmayışı ve etiğin konusunun iki bin yıldan fazla zamandır tartışılıyor olması, hangi eylemin etik hangisinin olmadığına kişiden kişiye değişmesi, anlamının ve uygulamasının zaman içinde kültüre göre yeniden yorumlanması ve değişmesidir. Etik, insan tutum ve davranışlarının iyi-kötü ya da doğru-yanlış yönden değerlendirilmesi olarak tanımlanabilmekle birlikte, toplum veya meslek üyeleri arasında neyin doğru neyin yanlış olduğunu gösteren kural, standart ve prensipler bütünü olarak da tanımlanmaktadır.

Etik, günümüzde çeşitli mesleklerin yürütülmesinde uyulması gereken değerlerinde başında gelmektedir. Bir meslek grubuna ait olan bireylerin, mesleklerinin gerekliliklerini yerine getirirken adil, insana değer veren, insanı seven davranışlara

sahip olması ve bu davranışları göstermesi beklenmektedir. Bir meslek üyesinin yaptıkları, bir noktadan sonra diğer meslektaşlarını da yakından ilgilendirir. Yanlış bir davranış yalnızca bir kişiyi küçük düşürmekle kalmaz, mesleğe duyulan bütün güveni de yok edebilir. Toplum içinde var olan meslek grubu üyelerinin, mesleklerinin gerekliliklerini en iyi şekilde yerine getirmeleri ve mesleklerini yüceltecek davranış sergilemeleri, mesleğin toplum içindeki saygınlığını artıracaktır. Oysa bir mesleğin saygınlığını yitirmesi tüm toplum için bir kayıptır. Çünkü bütün meslekler toplumsal yaşam için vazgeçilmezdir. Onların açıklanmış amaçları doğrultusunda çalışmaları, insanların maddi ve manevi gereksinimlerinin karşılanması için yaşamsal önemdedir. Bu nedenle bir meslekte bilgi ve beceriler kadar o alana ilişkin doğru tutum ve davranışların sergilenmesi de son derece önemlidir. Bu noktada “mesleki etik” kavramı ortaya çıkmaktadır ve mesleki etik ilkelerin tanımlanmış olması gerekmektedir. Meslek ahlakı, her meslek üyesinin olabildiğince iyi olması ilkesine dayanır. Toplumun gözünden düşmüş bir meslek, gelişme potansiyelini de kaybederek meslek üyelerine yarar sağlayamaz hale gelir. Bir meslek alanındaki yeterlilik sadece o alana ait bilgi ve becerilere sahip olmakla değil, o alana ilişkin doğru tutum ve davranışlara sahip olmakla da ilişkilidir. Bu tutum ve davranışların evrensel boyutta kabul görmüş ve benimsenmiş değerlere uygun olması gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, meslek gruplarının evrensel değerler temelinde mesleki etik ilkelere sahip olmaları beklenir. Turist rehberliği mesleği de bunlardan biridir.

Turist rehberleri turistlerin ülkeye girişten, ülkeden ayrılıncaya kadar devamlı yanlarında olan turizm çalışanlarından biridir. Turist rehberinin turistlere ülkenin tarihi, doğası, kültürü gibi birçok konuda bilgi aktarma, yol gösterme, ülkeyi temsil etme gibi önemli bir görevi vardır. Rehber turistin gözünde her konuda ülkeyi en iyi tanıyan, ülke hakkında en kapsamlı ve doğru bilginin alınacağı, ülkeyi en iyi şekilde temsil eden turizm çalışanıdır. Turist rehberinin mesleğini icra ederken sergilediği her türlü eylem turistlere ülkeyle ilgili bilgi verir. Turist rehberinin ülke turizmi için önemi büyüktür bu yüzden her bir rehberin yaptığı her türlü eylemi dikkat ederek, meslek etik ilkelerine bağlı kalarak yapması gerekir.

Bir turizm çalışanı olarak turist rehberinin yapacağı önemsiz gibi kabul edilecek olumsuz bir davranış bile ülke tanıtımı açısından büyük olumsuz etkilere neden olabilecektir. Bu açıdan bu araştırmanın problemi, turistlerle en yoğun şekilde iletişim kuran bir turizm çalışanı olan turist rehberlerinin etik dışı davranışlarda bulunup

bulunmadığı, bulunuyorlarsa bunların neler olduğudur. Araştırmada, turist rehberlerinin çalışma hayatında meslek etiğine uygun davranıp davranmadıkları, rehberlerin hangi konularda etik dışı davranışlarda bulunduğu ve bu etik dışı davranışları tespit edip çözüm önerileri sunmak amaçlanmıştır. Çalışma, turistlerle en yoğun ve uzun süre iletişim kuran, onlara ülkenin tarihi doğası, kültürü gibi her türlü konuda bilgi veren, ülkenin olumlu veya olumsuz propagandasını yapma gücüne sahip olan, dolayısıyla ülkeye gelen turist sayısının artmasında veya eksilmesinde etkisi olan turist rehberlerinin meslek etiği ilkelerine uygun davranıp davranmadığını araştırması ve bu konuda daha önce yapılmış bir çalışma bulunmaması açısından önem arz etmektedir. Araştırma, Türkiye'ye en çok turist geldiği il olan Antalya bölgesini bir turist rehberi eşliğinde ziyaret eden Türk, Alman, Rus ve İngiliz turistlerle sınırlı tutulmuştur. Araştırmada rehberlere yönelik etik algısının turistlerin yaş, cinsiyet, milliyet, eğitim durumu, medeni durum gibi sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir.

1.1. Problem

Turizm, dünya ekonomisinin en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerinden birisidir. Ülkeler, böylesine büyük bir sektörden, farklı yönetim, tanıtım ve pazarlama teknikleri ile bütçelerinden her yıl milyonlarca dolar ayırıp ülkelerinin tanıtımını yaparak sektörden aldıkları payı artırma çabası içindedirler. Tanıtım faaliyetleri ve diğer arz faktörleri ne kadar iyi olursa olsun, turizmin emek yoğun bir sektör olması sebebiyle en önemli unsur olan çalışan insan faktörü yetersiz ise turizmden beklenen gelirin alınması mümkün değildir.

Ülkeyi ziyaret eden turistler turizm sektöründe çalışanlar ile değişik oranlarda iletişim kurmaktadır. Turistler, iletişim kurduğu turizm çalışanın hal ve hareketlerine göre o ülke hakkında olumlu ya da olumsuz fikirlere kapılabilmektedir.

Turist rehberleri ise turistlerin doğrudan ve en yoğun iletişim halinde olduğu turizm çalışanlarındandır. Turist rehberinin ana görevi, tanıtım ve bilgilendirme olduğundan, ülkeyle ilgili olumlu imaj oluşumu, ülkeye yönelik önyargıların kırılması ve ülke tanıtımı konusunda turist rehberine önemli görev düşmektedir. Dünyada imaj sorunu olan, kendisi hakkında önyargılı düşünceler ve tepkilerle mücadele eden bir ülke için turist rehberi, stratejik öneme sahiptir. Ülke tanıtımı için bütçelerinden her yıl milyonlarca dolar ayıran ülkeler için turizm çalışanları özellikle turist rehberleri büyük öneme sahiptir. Bundan dolayı bu meslek sahiplerinin yapacağı çok önemsiz olarak kabul edilebilecek etik dışı bir davranış bile ülke için döviz kaybı anlamına gelecektir.

T.C. Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kamu Görevlileri Etik Rehberi (2010: 11), etiği kişinin davranışlarına temel olan ahlak ilkelerinin tümü olarak tanımlanmaktadır. Etik başka bir ifade ile, insanlara “işlerin nasıl yapılması gerektiğini” belirlemede yardımcı olan kılavuz (rehber) değerler, ilkeler ve standartlardır. Aynı zamanda etik, bir süreçtir. Bu süreçte karar alırken ve uygulamayı yaparken, belirli değerlere bağlı kalınarak hareket edilir.

Etik günümüzde çeşitli mesleklerin yürütülmesinde uyulması gereken değerlerin başında gelmektedir. Bir meslek grubuna ait olan bireylerin, mesleklerinin gerekliliklerini yerine getirirken adil, insana değer veren, insanı seven davranışlara sahip olması ve bu davranışları göstermesi beklenir. Bir meslek alanındaki yeterlilik

sadece o alana ait bilgi ve becerilere sahip olmakla değil, o alana ilişkin doğru tutum ve davranışlara sahip olmakla da ilişkilidir. Bu tutum ve davranışların evrensel boyutta kabul görmüş ve benimsenmiş değerlere uygun olması gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, meslek gruplarının evrensel değerler temelinde mesleki etik ilkelere sahip olmaları beklenir. Turist rehberliği mesleği de bunlardan biridir.

Bu bağlamda, bu araştırmanın problemi, turistlerle en yoğun şekilde iletişim kuran turizm çalışanı olan turist rehberlerinin etik dışı davranışlarda bulunup bulunmadığı, bulunuyorlarsa bunların neler olduğudur.

1.2. Amaç

Bu çalışmanın amacı, ülke tanıtımında önemli rol üstlenerek, ülkeye gelen turist sayısının artması veya eksilmesinde önemli etkileri olan, dolayısıyla ülke turizmine etkileri büyük olan turist rehberlerinin çalışma hayatında meslek etiğine uygun davranıp davranmadıklarını araştırmak, rehberlerin hangi konularda etik dışı davranışlarda bulunduğunu tespit edip çözüm önerileri sunmaktır.

Bu çerçevede aşağıdaki hipotezler sınanacaktır:

H1: Rehberlere yönelik etik algısı turistlerin cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H2: Rehberlere yönelik etik algısı turistlerin yaşına göre farklılık göstermektedir.

H3: Rehberlere yönelik etik algısı turistlerin medeni durumuna göre farklılık göstermektedir.

H4: Rehberlere yönelik etik algısı turistlerin eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H5: Rehberlere yönelik etik algısı turistlerin milliyetlerine göre farklılık göstermektedir.

1.3. Önem

Akademik literatürde etik, iş etiği, meslek etiği gibi konularda yapılmış birçok çalışma mevcuttur. Etik, toplum veya meslek üyeleri arasında neyin doğru neyin yanlış olduğunu gösteren norm, ilke, değer, kural, standart ve prensipler bütünüdür. Etiğin amacı bireyler, insanlar arası ilişkileri düzenlemek ve yönlendirmektir. Meslek etiği; genel ahlaki ilkelerin söz konusu meslek özelinde yeniden yazılmasıdır. Bir meslek üyesinin yaptıkları, bir noktadan sonra diğer meslektaşlarını da yakından ilgilendirir. Yanlış bir davranış yalnızca bir kişiyi küçük düşürmekle kalmaz, mesleğe duyulan bütün güveni de yok edebilir. Oysa bir mesleğin saygınlığını yitirmesi tüm toplum için bir kayıptır. Çünkü bütün meslekler toplumsal yaşam için vazgeçilmezdir. Onların açıklanmış amaçları doğrultusunda çalışmaları, insanların maddi ve manevi gereksinimlerinin karşılanması için yaşamsal önemdedir. Meslek ahlakı, her meslek üyesinin olabildiğince iyi olması ilkesine dayanır. Toplumun gözünden düşmüş bir meslek, gelişme potansiyelini de kaybederek meslek üyelerine yarar sağlayamaz hale gelir. Turist rehberliği mesleği de bunlardan biridir. Turist rehberinin turistlere ülkenin tarihi, doğası, kültürü gibi birçok konuda bilgi aktarma, yol gösterme, ülkeyi temsil etme gibi önemli bir görevi vardır. Turist rehberinin mesleğini icra ederken sergilediği her türlü eylem turistlere ülkeyle ilgili bilgi verir. Turist rehberinin ülke turizmi için önemi büyüktür bu yüzden her bir rehberin yaptığı her türlü eylemi dikkat ederek, meslek etik ilkelerine bağlı kalarak yapması gerekir. Turizm sektöründe etik, özellikle mesleki etik konusunda sınırlı sayıda çalışma varken, turist rehberliği mesleğine ilişkin olarak Yarcan'ın (2007: 33-44) "Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme" başlıklı turist rehberliği mesleğinde mesleki etik ilkelerinin oluşturulması gerektiğini savunan makalesi dışında, turist rehberlerinin meslek etik ilkelerine uygun davranışta bulunup bulunmadığı konusunda yeterli araştırmaya rastlanmamıştır.

Çalışma, turistlerle en yoğun ve uzun süre iletişim kuran, onlara ülkenin tarihi doğası, kültürü gibi her türlü konuda bilgi veren, ülkenin olumlu veya olumsuz propagandasını yapma gücüne sahip olan, dolayısıyla ülkeye gelen turist sayısının artmasında veya eksilmesinde etkisi olan turist rehberlerinin meslek etiği ilkelerine uygun davranıp davranmadığını araştırması açısından önem arz etmektedir.

1.4. Varsayımlar

Araştırma varsayımları aşağıdaki gibidir;

- Araştırmanın tüm katılımcıları anket sorularını cevaplamada istekli olmuştur.
- Araştırmanın tüm katılımcıları anket sorularına içtenlikle ve doğru olarak cevap vermişlerdir.
- Araştırmada kullanılacak veri toplama aracının (anket formunun), araştırma amaçlarına uygun verilerin toplanmasında, aranan şartları taşımakta olduğu varsayılmıştır.

1.5. Sınırlılıklar

- Araştırma, Türkiye'ye en çok turist geldiği il olan Antalya bölgesini bir turist rehberi eşliğinde ziyaret eden Türk, Alman, Rus ve İngiliz turistlerle sınırlı tutulmuştur.

2. KURAMSAL VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. ETİK

Türkçe sözlükte (1998: 739) etik, "1. Töre bilimi, ahlak bilimi. 2. Ahlaki, ahlakla ilgili." olarak, tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre etik ve ahlak arasında sıkı bir ilişki vardır. Bundan dolayı ahlakın tanımının yapılmasında yarar vardır. Ahlak, "1. Bir toplum içinde kişilerin benimsedikleri, uymak zorunda buldukları davranış biçimleri ve kuralları, 2. Belli bir toplumun belli bir döneminde bireysel ve toplumsal davranış kurallarını tespit eden ve inceleyen bilim, 3. İyi nitelikler, güzel huylar" olarak, Ahlak bilimi ise "Yarar, iyi, kötü gibi sorunları inceleyen, törelere dayanan bir davranış yasası geliştiren, neyin uğruna savaşılmaya değer, neyin hayata anlam kazandırdığı, hangi davranışın iyi ve hangisinin kötü olduğu gibi sorunları kendine konu edinen bilim, etik" biçiminde tanımlanmaktadır.

Etik sözcüğü, Fransızcada "ethique", İngilizcede "ethics", Latince "ethike", Yunancada, karakter, töre, ahlak, alışkanlık ve gelenek anlamında kullanılan "ethos" kökünden gelmektedir. Ahlak ise, Yunanca "karakter" anlamına gelen "ethos" sözcüğünden, Türkçede ise Arapça "huy", "mizaç", "karakter" anlamına gelen "hulk" sözcüğünden türemiştir. Etik, insanın başka varlıklarla belirli normlara göre gerçekleşen ilişkiler toplamı, insanın söz konusu ilişkileriyle bu varlıklara yönelen eylemlerini toplayıp düzenleyip anlamlandıran norm, ilke, kural ve değerler bütünüdür. Etik, toplumda yaygın olan ahlak kurallarından daha özel ve felsefidir ve ilgi alanı insanın bütün davranış ve eylemlerinin temelini araştırılması olarak tanımlanmaktadır (Cevizci, 2002: 3; Aydın, 2010: 4-5).

Ahlak felsefesi adı da verilen etik, ahlakı konu edinen bir felsefe dalıdır ve takınılan ahlaki tutumların ardında yatan yargıları ele alır. Ahlak felsefesi, ahlaksal olanın özünü ve temellerini araştıran bilim, insanın kişisel ve toplumsal yaşamındaki

ahlaksal davranışları ile ilgili sorunları ele alıp inceleyen felsefe dalı olarak tanımlanmıştır. "İyi nedir?" ya da "ne yapmalıyız?" gibi soruları kendisine ödev olarak koyan felsefe dalı olarak ifade edilmiştir." (Akarsu, 1979: 72).

Ahlak kelimesi Latince "morale" sözcüğünden gelmekte olup, morale kelimesi ise yine Latince olan "moralis", "moeurs" kelimelerinden gelmektedir. Eski filozoflar "morale" kelimesi yerine, Yunanca "ethique" kelimesini kullanmaktaydılar. Daha sonraları "ethique" ve "morale" kelimeleri, biri felsefi ahlak diğeri pratik yani sosyal ahlak için kullanılan iki kavram oldu. Sosyal ahlak, ahlak, din, hukuk, örf ve adet gibi sosyal hadiselerden biri olarak düşünülmektedir. Morale, moeurs kelimesi huy, seciye, mizaç anlamına gelmekte olup, bundan bir varlığın kendisine has fiilleri anlaşılmaktadır. Ahlak kelimesi "moeurs" kelimesinin tam olarak karşılığıdır. Ahlak, huy, mizaç, seciye yani bir varlığın kendisine has, yaratılışı icabı yapmış olduğu hareket anlamına gelen "hulk" sözcüğünün çoğul şeklidir. Ancak günümüzde moeurs kelimesinin karşılığı olarak ahlak değil, "örf ve adet" sözleri kullanılmaktadır (Tanyol, 1960: 7-8).

Felsefe etik düşüncesinin tarihsel kökenleri milattan önce 5. - 6. yüzyıla, bu dönemin Hint ve Çin felsefelerine, özellikle de İlkçağ Yunan felsefesine kadar gitmektedir (Atayman, 2006: 19). Yunan filozof Sokrates (MÖ. 469-399), ahlakın felsefi-kuramsal araştırmasına kapsamlı olarak girişen ilk kişidir ve Platon (MÖ. 427-347) ve Aristoteles (MÖ. 384-322) üzerinde büyük etkisi olmuş bir düşünürdür. Yalnız Sokrates'in ahlaki görüşleri hakkında bütün bilinen, öğrencileri aracılığıyla elde edinilen iki düşünceden ibarettir. Bu düşüncelerden birincisi "erdemın bir bilgi olduğu ve öğretilebileceği" iken, ikincisi "kimsenin bilerek kötülük yapmayacağıdır". Sokrates'e göre ahlaksız insan bilgisiz insandır. Sokrates'in ahlak konusunda doğacı-olmayan, nesnelci entellektüalist bir bakış açısını savunduğu görülmektedir (Arslan, 2002: 131-132). Aristoteles etiği kuramsal felsefeden ayırarak kendi başına bir felsefe alanı olarak ele alan ilk filozoftur.

Pieper'e (1999: 16-17) göre etik, insan eylemlerini konu almaktadır ve etiğin konusu her türlü insan faaliyeti ya da eyleminden ziyade, öncelikle ahlakiliği vurgulayan, ahlaki eylemlerdir. Etik, bir eylemi ahlaki açıdan iyi bir eylem yapan niteliksel durumu sorgulamaktadır ve bu bağlamda ahlak: iyi, ödev, gereklilik, müsaade vb. gibi kavramları ele almaktadır.

Curi (2009: 83) etikle ilgili çok farklı tanım olduğunu, yapılan tanımlar farklı olsa da temel düşüncenin, "kendine yapılmasını istemediğini başkasına yapma" şeklinde olduğu şeklindedir. Etiğin amacı bireyler, insanlar arası ilişkileri düzenlemek ve yönlendirmektir.

Fennell'e (2005: 54) göre etik ve ahlak, felsefinin bir dalıdır ve etiğin 2500 yıldan beri yapılan tartışmalar üzerine temellenen bir uzmanlık alanını kapsadığını ifade etmektedir. Etik sözcüğü Yunanca, "alışılmış davranış şekli" demek olan "ethos"dan gelmektedir ve "İnsan iyi olmak için ne yapmalıdır?" sorusuna cevap aramaktadır.

Etik, toplum veya meslek üyeleri arasında neyin doğru neyin yanlış olduğunu gösteren kural, standart ve prensipler bütünüdür. Etik, ahlak değerleri üzerine oturur. Bir çok teorist etik ve ahlak kavramlarının birbirine karıştırmaktadır. Etik ve ahlak anlamdaş olmalarına karşın aralarında anlamlı fark vardır, etik kelimesi Yunancadan, ahlak ise Latince'den türemiştir. Etik, neyin doğru neyin yanlış olduğuyula ilgilenirken, ahlaki davranış kalıpları ve eylem kurallarını ifade eder. Etik, bizim sadece temel davranış ve eylemlere ulaşmamızı sağlayan bir ahlak felsefesi çalışmasıdır. Bu şekilde etik varlığını, insan eylemlerinin karşılaştırılması ve karşıtlığının yansıtıcı temeli üzerine kurar. Fennell'e (2005: 55-57) göre bireyin mükemmelliği ve bütünlüğü etik ile başlamaktadır.

Etik, ahlak düşünce ve eylemleri çalışmalarını sürdüren temel yapı olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, insani bir varlık olarak insan hayat düzenini görmemizi, anlamamızı ve deneyimlememizi sağlar. Etik, insanca nasıl yaşamamız gerektiğiyle ilgilenir. İnsan eylemlerinin bir bütün olarak bütün alanlarda insanın kendini tatmin etmesi üzerine ilişkilendiren bir bilimdir. İnsan eylemlerinin etki ve sonuçlarını tartışır (Garcia De Alba, 2010: 19).

İnsan nasıl yaşamalı? Bu soru yüzlerce yıldır felsefi etik tartışmasının temelini oluşturmaktadır. Etik öyle bir konudur ki; nesiller boyunca birçok ülkede birçok yazar tarafından tartışılmış, yazılmış ancak üzerinde herhangi bir fikir birliğine varılamamıştır. Antik Yunanda ahlaki doğruluk ilkeleri destanlarda anlatılırdı. Homer gibi yazarlar erdemli insan olmaya övgüler söylerlerdi. Bu durum panteondaki tanrıları doğru yaşam kaynağı olarak gören kahramanların anlatıldığı Homer'in Odesa destanında apaçık ortaya konmuştur. Antik Yunan'ın düşüşünden sonra bazı filozoflar muhalif bir tutum takınarak, ahlaklılık kavramının kişinin özelliğine göre göreceli bir kavram

olduğunu ve önceden belirlenmiş olan ahlaki kodların her şartta bütün kişilere uygulanamayacağı konusunda ısrarcı bir tutum takınmışlardır. Günümüzdeki olaylara verdiği cevaplar bakımından entellektüel olarak sosyal anlayışları ve sosyo-politik değişimlere verdiği tepkileri özetleyen etik felsefesinin yıllar içinde gösterdiği değişiklikler toplumdaki sosyolojik değişimi yansıtmaktadır. Fikirlerin devamlı olarak değişmesine rağmen etik, temelde uyum içinde yaşayan bir topluma ulaşmak için çaba göstermektedir (Downs ve Swienton, 2012: 1-2).

Günümüzde felsefeden politikaya, hukuktan bilime, tıptan sanata insan unsurunun var olduğu her alanda etikten söz etmek mümkündür. Etiğin ne olduğu konusunda birey sayısı kadar cevap vardır. Bunun nedeni etiğin basit bir tanımının olmayışı ve etiğin konusunun iki bin yıldan fazla zamandır tartışılıyor olması, anlamının ve uygulamasının zaman içinde kültüre göre yeniden yorumlanması ve değişmesidir. Kökü ahlaka dayanan insan davranışının bir yönü üzerinde kesin bir tanım asla dayatılamaz. Antik Yunan'da etik, iyi davranışlar olarak ele alınmıştır. Aristo, insanın bütün eyleminin iyiliğe ulaşmak olduğuna inanmıştır. Aristo iyi huydan gelen ahlak erdemini kastederek *ethike* kavramını kullanmıştır. Ünlü filozof Emmanuel Kant ise eylemlerimiz ve etik davranışlarımızın saf iyiyi istemekten kaynaklanmadığına inanmıştır. Kant'a göre etik davranış, genel bir ahlak yasası ve evrensel bir etik ilkeler kümesinden kaynaklanmaktadır. Pek çok kişi bu öneriyi ulaşılamaz bulduğundan etiğin tanımı konusundaki tartışmalar bitmek bilmemektedir. Etik ilkeler kesin tanımlanmış sabit kurallar bütünü olmadığından etiğe kesin bir tanım bulma ihtiyacı bulunmamaktadır. Etik ilkeler kişiye karar vermesinde ve bu kararların belirli eylemlere neden ve nasıl yol açtığı konusunda kişinin haklı çıkmasına yardım eden rehberlerdir. Temel ilkeler aynı kaldığı sürece kararlar ve eylemler duruma göre değişebilir. Etik uygulamalar, dikkatli düşünme, seçimlerin, kararların ve eylemlerin sorgulanması ve gerekçelendirilmesini gerektirir (Barbara, 2008: 1-2).

Kuçuradi'ye (2009: 27-29) göre "felsefenin bir alanı olarak etiğin soru ve sorunları, verdiğimiz kararlarla ve yaptığımız eylemlerle ilgili olmasına rağmen, yaşamda yüz yüze geldiklerimizden farklı türden soru ve sorunlardır: farklı ontolojik ve epistemolojik özelliktedirler; dolayısıyla, genellikle yapıldığı gibi bu iki tür soru ve sorunlar birbiriyle karıştırılmamalıdır. Örneğin "doğru eylem nedir?" sorusu ile "bu durumda ne yapmak doğru olur?" sorusu aynı şeyi sormazlar. Birincisinde kişi doğru eylemin ne demek olduğunu söyler, ikincisinde ise, kişinin içinde bulunduğu o anki

durumda ne yapması gerektiği ve ne yapabileceği ile ilgilidir. Yaşamın her alanında etik sorunlarla karşılaşılmasına rağmen, felsefe tarihinde etikle ilgilenme dalgalanmalar gösterir. Etiğin soruları; "iyi nedir?", "iyi yaşam nedir?", "nasıl yaşamalı?", "etik değerler nelerdir?" vb. gibi "iyi olan" ile ilgili sorular ve "insan özgür müdür?", "özgürlük nedir?", "insan nelerden sorumludur?" gibi özgürlükle ilgili sorulardır.

"Etik, kişinin eylemleri ve davranışlarından dolayı kendini mutlu hissetmesidir. Kişi, davranışlarıyla ve yaptıklarıyla vicdani sorumluluk duymaktadır. Etik, belirli amaçlarla bir araya gelmiş belli bir insan grubunun oluşturduğu normlar, ortak oluşturdukları değerler ve standartlar anlamında da kullanılmaktadır. Normlar belirli ve yazılı ahlak kodlarıdır. Yasalar ise ahlak ilkelerine dayandığından etik ilkeler hukuk kurallarıyla kısmen örtüşmektedir. Etik davranış yalnız yasal sorumluluklar ile ilgili değildir. Yasal açıdan suç olmayan bir konu etik olmayabileceği gibi etik bir konu da yasalarda yer almayabilir" (Kozak ve Güçlü, 2006: 2).

Etiğin amacı akılcı mutluluğu aramak, mutlu yaşama sanatını yaratmaktır. Etik dünyayı yaşanabilir kılmak için hal ve hareketler üzerinde düşünmektedir. Etik, mükemmel bir toplumun var olması için uğraş vermektedir. Etik bireyin yapacağı eylemlerde bireyi düşünmeye yönlendirerek eğitir. İnsan davranışları ve bu davranışların gerçekleştirildiği koşullar, yöneldiği amaç, davranışın doğruluğu ve yanlışlığı, davranışın sonuçları ve davranışın doğruluğunun temellendirilmesi gibi davranışlarla ilgili tüm etkenler etiğin konusudur (Usta, 2010: 164-165). Etik insan davranışlarının bilinç düzeyi ile ilgilenmekte, kişinin eylemlerinde ki tutum ve davranışı ortaya çıkaran iradeyi irdelemektedir. Etik; evrensele ulaşma ve yakınlaşma çabası içerisindedir (Mahmutoğlu, 2009: 226).

Pieper'e (1999: 18) göre etiğin amacı, ahlakileştirme, ideolojiye dönüştürme, dünya görüşü ortaya koyma gibi amaçlar gütmeyen temellendirilmiş sonuçlara ulaşmaktır. Etiğin nihai amacını ise bir dizi alt amaçlarla birlikte şöyle sıralamıştır:

- İnsan pratiğini ahlaki bakımdan aydınlatma,
- Eleştirel, ahlak tarafından belirlenmiş bir bilinci geliştirebilecek etik argümantasyon ve temellendirme süreçlerine girebilme,
- Ahlaki eylemin, insanın isterse gerçekleştirebileceği, istemezse vazgeçebileceği keyfi bir eylem olmadığını; aksine, insan olarak

varlığına ilişkin vazgeçilmez bir niteliğin ifadesi olduğunu gösterebilme, yani insanı sevmeyi öğrenebilme.

Etik bir pusulaya benzetilmektedir. Pusulanın gidilecek yeri tarif etmediği, sadece gidilecek yerin yönünü belirttiği gibi etik de kişiye belirli bir davranışı ya da eylemi değil, doğru olduğu kabul edilen davranışı gösterir ve izlenmesini ister. Etik bireyi belli bir şekilde davranmaya zorlamaz, ancak birey kendi iradesiyle bu davranışı uygular (Öztürk Başpınar ve Çakıroğlu, 2011: 4). Etik bilgiye sahip olunması ve bu birikimin varlığı tek başına bir değer ifade etmemektedir. Mahmutoğlu (2009: 227) etik bilgiye sahip olunmasını bilgisayarla örneklendirmiştir. Bilgisayarlar her türlü bilgiyi depolayabilmekte ve kullanabilmektedirler, ancak bu kullandıkları bilgiler konusunda herhangi bir değer yargısına sahip olmadıklarından, herhangi bir saygıyı hak etmezler. Bundan dolayı etik bilginin varlığı, uygulama veya pratik olmadan tek başına bir anlam ifade etmemektedir.

Etiğin kökeni ve gelişimi, etiğin ahlak temelli olduğunu göstermektedir. Kimi zamanlar etik ve ahlak kavramlarını birbirinin yerine kullanma veya etiği bir ahlak kuralı olarak tanımlama eğilimi olabilmektedir. Birçok kişi tarafından ahlakın neyin doğru neyin yanlış olduğu konusunda rehberlik ettiği inancı, etiğin anlaşılmasını basite indirgeyebilir. Etik problemlere cevap arayanlar rehber olması açısından ahlak kurallarına bakabilir ve 'doğru/yanlış' cevabı arayabilir. Ahlak neyin doğru neyin yanlış olduğu sorusundan daha fazla bir şeydir ve bireyin ahlakı yorumlaması ona bağlılık derecesine bağlıdır (Barbara, 2008: 9). Köknel'den aktaran Aydın'a (Aydın, 1) göre ahlakın etkisi, yaptırımı, zorlayıcı gücü, insanın vicdanıdır. İnsan, duygusunu, düşüncesini, davranışını, tutumunu, eylemini “vicdanının sesine” kulak vererek doğru-yanlış, iyi-kötü, olumlu-olumsuz olarak değerlendirir. Böylece birey, kendisi ile başkaları arasındaki ilişkilerde denge, düzen, denetim ve uyum sağlar.

Toplumsal yaşamda ahlâk, genelde töre anlamında tutum ve davranışları ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Etik ise bir sürecin ve nasıl sorusunun anlatımıdır. Etik usul veya biçim, ahlâk ise esas ya da içerik ile ilgilenmektedir. Ahlâk yerel olmakla birlikte evrensel olan ilke ve kuralların ilk önce yaşandığı ve denendiği alandır. Evrensel nitelik taşıyan etik çerçevenin yapı taşları yerel ahlâkî kurallardan oluşmaktadır (Mahmutoğlu, 2009: 227).

Etik ve ahlâk arasında farklılık, benzerlik bağlamında ilişki bulunan iki kavramdır. Etik ve ahlak değişik ortamlarda birbirlerinin yerine kullanılabilirdiği gibi, aralarında bazı önemli farklılıklar da bulunmaktadır. Ahlak insan davranışlarını ele alırken, etik evrensel felsefi prensipler üzerinde çalışmaktadır (Mahmutoğlu, 2009: 225).

Ahlak, tek kişinin veya bir topluluğun belli bir dönemde, belli türden bir eğilim, düşünce, inanç, töre, alışkanlık, görenek vb. ve bunlardan içerilmiş olan değer, buyruk, norm ve yasaklara göre düzenlenmiş ve bu haliyle gelenekleşmiş, yerleşmiş yaşama biçimidir (Özlem, 2010: 21). Frankena'ya (2007: 23-26) göre ahlak toplumsal bir kurumdur ve bireyin kendine rehber alacağı basit bir keşif ya da buluş değildir. Kişinin dili, dini, devleti gibi bireyden önce var olur ve bireyden sonrada var olmaya devam eder, birey bunun içine doğar ve az ya da çok onun bir parçası olur. Ayrıca ahlak, sadece bireyin başka bireylerle ilişkilerini yöneten bir sistem olmak anlamında toplumsal değildir. Ahlak bireyin ilk defa karşı karşıya gelmiş olduğu, bir bütün olarak toplumun, bireylere ve küçük gruplara rehberlik yapacağı bir araçtır. Ahlak bireylerden isteklerde bulunur, bu istekler dışsal niteliktedir ve bireyler bunu belli ölçülerde içselleştirmektedirler. Toplumsal bir düzen olarak düşünüldüğünde ahlak, yasalara, geleneklere veya görgü kurallarına benzemektedir. Ancak; gelenekler yasa ve ahlakın ilgilendiği gibi toplumsal önemi olan sorunlarla ilgilenmez. Ahlak, yasama, yürütme veya yargı gücü gibi bir güç tarafından oluşturulamaz veya değiştirilemez ve fiziksel güç uygulamaz ya da bununla tehdit edemez. Daha ziyade, övme veya kınama gibi beğenmeyi veya yermeyi içeren çeşitli yaptırımlara sahiptir.

Ahlak, insanların kendisine göre yaşadıkları bir ilkeler topluluğu, kurallar toplamı anlamındadır. Ahlak felsefesi ise, insan davranışlarının doğru mu yanlış mı, iyi mi kötü mü olduğu sorularını sorarak, bu davranışlara ilişkin bir takım değerlendirmede bulunarak ilgilenir (Arslan, 2002: 119). Etik ve ahlak, birbirinden farklı kavramlardır. Fakat yazarların çoğu tarafından bu iki kavram aynı anlamda kullanılmaktadır. Etiğin ahlak felsefesi olması, ahlakın ise etiğin araştırma konusu olmasından dolayı etik ve ahlak kavramları özdeş değildir. Etik kuramlar, ahlakın özü, kökeni ve toplumsal yaşamdaki işlevinin yanı sıra, insanların bir arada yaşayabilmelerinin gerekleri, toplumsal yaşamın normları ve değerleri, kişilerle toplum arasındaki ilişkiler, bireysel yaşamın amacı ve anlamı üstüne görüşleri dile getirir. Ahlak ise, kültürel değerler ve ideallerle ilgili doğru ve yanlışları ve bunlara uygun olarak nasıl davranılması

gerektiğini belirler. Ahlak, geniş tabanlı ve nasıl davranılması gerektiğine ilişkin yazılı olmayan standartları içerirken, etik, hem daha soyut kavramlara dayalıdır hem de bu soyut kavramlardan ne anlaşılması gerektiğini tanımlamaya çalışır. Etik kuralların açık ve belirli bir alana ilişkin yazılı kuralları içermesi beklenir. Aslında birçok etik sorun aynı zamanda ahlaki sorunları da içerir. Ahlakla etik arasında genişlik-darlık, kuram ve uygulama açılarından bir farklılık vardır. Ahlak, etiğin günlük yaşam pratiğine yansıyan kurallar demetidir ve toplumda var olan davranış, tutum ve inançları yönlendiren bir değerler sistemidir. Ahlaki kavramlar ve değerler sistemleri bakımından insanlar birbirinden farklıdır. İnsanların neyin ahlaklı, neyin ahlak dışı olduğuna ilişkin değerlendirmeleri onların dinsel inançlarından, bireysel felsefelerinden ve güdülerinden kaynaklanır. Etik daha çok ahlak üzerinde konuşur, sorgular, tartışır, düşünür, yargılar. Ahlak yöresel, etik evrenseldir. Evrensel kabul gören kurallardır. (Aydın, 2010: 6-7).

"Etik ve ahlak arasındaki benzerlik ve farklılıklar şunlardır (Mahmutoğlu, 2009: 244-246):"

- 1) Etik; ahlak felsefesinin kavramsal boyutunu ve ahlakın teorik kısmını oluşturmakta, ilke ve kurallar oluşturmakta ve ahlak üzerinde felsefi çerçevede düşünmektedir.
- 2) İyi-kötü, doğru ve yanlışın ne olduğu, insan yaşamının amacının ne olması gerektiği, ahlaklı ve erdemli bir yaşamın içeriğinin nelerden oluştuğunu araştıran felsefenin bir dalı olarak etik, ahlaki kavramları analiz ederek, iyinin ve doğrunun ne anlama geldiğini, bir eylemi iyi ya da yanlış yapan unsurların ne olduğu gibi konuları araştırmaktadır.
- 3) Etik, iyi ve doğru kavramlarının ne olduğunu araştırmaktadır. Ahlak ise kişinin sonradan edindiği tutum ve davranışlar için kullanılırken, aynı zamanda toplumun benimsediği değer sistemlerinin de adı olarak kullanılmaktadır.
- 4) Etik, daha çok kurallara dayalı davranışları ifade ederken, ahlak kavramı ise duygusal boyutu içermektedir.
- 5) Etik, ahlakla, ahlaka ilişkin sorun ve yargılarla ya da ahlaki sorun ve yargılarla ilgili felsefe dalı olarak tanımlanabilmektedir. Ama etik sözcüğü her zaman bu felsefe dalına ilişkin olarak kullanılmamaktadır.

Bazen tam anlamıyla ahlak sözcüğü gibi kullanılırken, bazen de bir bireyin ya da grubun ahlaki kodunu ya da normatif teorisini göstermek için kullanılmaktadır. Ahlaki ve etik kavramları çoğunlukla doğru ya da iyi ile aynı anlamda ve ahlaka aykırı veya etiğe aykırı ile karşıt anlamlarda kullanılmaktadır.

- 6) Etik, ahlak üretmez ama ahlak üzerine konuşur. Etik ahlaksal olanla ilintili bütün sorunları çok genel, ilkesel ve soyut düzlemde tartışır. Etik iyi olana değil, bir şeyin iyi olduğu hükmüne nasıl varıldığını söyler. Etik, ahlak kavramından hareket ederek eylemlere ve davranışlara anlam kazandırır.
- 7) Ahlak, insanın değer ve tutumlarını içerirken, etik; insanların bireysel ve toplumsal anlamda kurdukları ilişkilerin temelinde var olan değerleri, kuralları, doğru-yanlış, iyi-kötü gibi kavramları ahlaksal açıdan araştıran felsefe disiplini.
- 8) Ahlak; toplumsal anlamda var olan davranış ve inançları yönlendiren bir değerler sistemidir. Etik soyut ve kuramsal bakarken, ahlak ise tersine bireylerin günlük yaşamı içerisinde nasıl yaşamaları gerektiğini ince ayrıntılar içinde pratik olarak düşünmektedir.
- 9) Ahlak; etiğin yaşam pratiğine yansıyan kurallar demetidir. Bir başka ifadeyle ahlak ben, etik ise biz anlamına gelmektedir.
- 10) Etik; pusulanın gidilecek yeri tarif etmediği, sadece gidilecek yerin yönünü belirttiği gibi; bir eylemi doğrudan buyurmaz veya yasaklamaz ancak bir eylemin veya davranışın ahlakiliğini gösterip bunu talep eder. Pusula da insana sadece gideceği yeri bulmasında yardımcı olur fakat doğrudan bunu göstermez veya fiilen izleme istemez.
- 11) Etik, insanı eylem yapmaya zorlamadan yalnızca eylem yapma düşüncesine ahlaki açıdan katkı yapar. Gerçek yaşamda bireyler ahlaki eylem ve davranışları yapmaktan kaçınabilecekleri gibi ona aykırı tutum ve davranış da sergileyebilirler.

- 12) Etik, eylem ve davranışları yapan kişileri aydınlatır, bilgilendirir ama doğrudan bu eylem ve davranışı belirlemede etkin değildir. Bu eylem ve davranışı sorgulayarak saydam bir yapıya kavuşturur.
- 13) Etik, ahlakilik konusunda çalışmakla birlikte, etik sorular ile ahlak soruları birbirlerinden farklılaşmaktadır. Ahlak bireysel ve somut sorgulamalar yapmakta iken etik, ahlak ilkesini ve ahlakiliği gösteren eylemleri ve davranışları sorgulamaktadır. Netice olarak etik, ahlak eylemini konu olarak etik alanı oluşturmaktadır.
- 14) Etik, ahlaki eylemin yerini tutmak yerine bu eylemlerin bilgiye dayalı olan yapısını ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Bir yandan ahlaki davranış modellerinin ve temel tutumların irdelenip anlaşılması, öte yandan da ahlaki gereksinimlerin yöntem olarak belirlenmesi amacıyla tutum ve davranışlar ile eylemlerin betimlenmesine dönük ölçütler ortaya koyar. Bu yönüyle karmaşık ahlaki eylemleri kavramsal olarak açıklayıp anlaşılmasına katkı yapar. Böylece etik; ahlak üzerinde sistemli bir düşünce, irdeleme, araştırma, soruşturma, tartışma aracılığı ile ahlaki problemlerle ilgilenmektedir.
- 15) Etik, bir eylemin içeriği ne olursa olsun, ahlaki olarak tanımlanabilmesi için uyulması gereken koşulları biçimsel yollardan yeniden kurarak, ahlakla ilgili bütün sorunları çok genel, ilkesel ve soyut düzlemde tartışmaktadır. Bu nedenle etik, hangi somut amaçların tek tek iyi ve herkes için ulaşılmaya değer amaçlar olduğunu belirlemez, daha çok ölçütleri belirler ve bu ölçütlere göre öncelikli ve iyi amacın hangisi olduğunun bağlayıcı bir şekilde kabul edilmesi gerektiğini göstermektedir. Özetle etik ilkeler, iyi olanı değil, bir şeyin iyi olduğuna nasıl hükmedildiğini ve varıldığını ifade etmektedir.
- 16) Ahlaki sorular daha çok emir ve bildirme kipindeki ifadelerdir. Örneğin; yalan söylemeyeceğine söz ver, sadık kalacağına söz ver, işini düzenli ve titiz yap, saygılı davran, yardım et gibi emir ifadeleri ile yardım etmek bir erdemdir, başarı için çok çalışmak gerekir gibi bildirme cümleleridir. Etik ise konu olarak daha temel ve genel soruları ele almaktadır.

- 17) Etik ahlaktan farklı olarak somut eylem talimatları ve kurallar ortaya çıkarmaz, daha çok iyi davranmak isteyenleri farklı durumlarda önem taşıyan normları sorunlaştırmaya ve özel bir durumda yapılması gerekenin ne olduğuna karar vermeye çağırır.
- 18) Etik insanları ahlaklı yapmaz, bir insan yalnızca kendiliğinden, kendi aracılığı ve kendi iradesiyle iyi ya da kötü insan olabilir.
- 19) Etik bir süper ahlak da değildir ve insanlığa bağlayıcı eylem normları içeren bir katalog sunmamaktadır. Etik bir olaylar koleksiyonu değildir. Elde bir katalog olmadığı için, önceden belirlenmiş ahlaki normlara bakarak belli bir durumda neyin yapılması gerektiğini bildiren en yüksek ahlaki merci de değildir. Böylelikle etik, eylemdeki öznelerin yerini tutan, ahlaken onların üstünde yetkin bir konum alan bir olgu değildir. Sadece eylemde bulunanların bizzat ahlaki yetkinlik kazanmalarını sağlamak ve onların uygulamalarını yönlendirmekle sınırlı bir fonksiyon üstlenebilir. Yapması gereken de yalnızca bundan ibaret olmalıdır."

Etik, tamamen spekülâtif bir bilim değildir. Etiğin amacı, insanoğlunun yaşamından ilham alarak bunları açıklığa kavuşturmak ve bunun için sağlam bir temel oluşturmaktır. Etik şu kriterleri sağlamalıdır (Garcia De Alba, 2010: 23):

- a) İnsanların yaşam ve davranışlarına belirli bir bakış açısından bakmaya ilişkin kriterler,
- b) İnsan hal ve davranışlarının değerlendirilmesi, eleştirilmesi ve dönüştürülmesine ilişkin kriterler,
- c) İnsan eylemlerinin analizi ve insanı niteleyen elementler,
- d) İnsan ve değer temelli, insani değerlerle bağlantılar,

2.2. ETİK TÜRLERİ

Bilimsel kuramlar, belli sorulara akla dayalı ikna edici cevaplar bulma çabasıdır. Bundan dolayı etiğin konusu olarak tanımlanan ahlak ve ahlakilik ilişkisinden ne kadar farklı soru çıkabilirse o kadar etik kuramın olabileceği kabul edilmektedir (Pieper, 1999: 204).

Etiğin ahlak felsefesinde üç ayrı araştırma düzeyi vardır (Cevizci, 2002: 6). Bunlar:

1) Betimleyici Etik:

Farklı toplumlarda davranış ve ahlaka farklı yaklaşımları karşılaştıran etikdir. (Barbara, 2008: 188). Betimleyici etik, tamamen insanların neye inandığı veya toplum ahlakı hakkında neye inandıkları ve bu inançların eyleme nasıl geçirildiği ile ilgilenen çalışma alanıdır. Değişik kültür gruplarının inançları ile ilgili olarak tamamen sosyoloji ve antropolojiye dayanan, kişinin gelecekteki davranışlarının tahmin edilebildiği bir disiplindir (Downs ve Swienton, 2012: 5).

Betimleyici etik, ahlak alanındaki bilimsel ya da materyalist yaklaşımı tanımlar veya bilimsel ya da tasviri yaklaşımın ahlak alanına uygulanmasını ifade eder. Bu etik anlayışı normlar veya kural koymak yerine, sadece insan eylemini gözlemleyerek eylemlerin sonuçlarını betimlediğinden, insanların ahlaki görüş ya da inançlarıyla ilgili olgusal önermelerden meydana gelen etik türünü ifade eder. Ahlak ve ahlaki eylem bağlamında, olması gereken ya da değer yerine, olan ya da olgularla ilgilenir, ahlaki inançlarımızla ilgili sosyolojik ya da psikolojik olguları açıklar. Bu yaklaşımda etik daha çok seyirci, gözlemci veya gözlemleyici durumundadır, ahlaki olgu ve olaylara dışarıdan bakar, onları bilimsel bir yaklaşımla gözlemleyip, tasvir eder, açıklar (Cevizci, 2002: 6).

Betimleyici etik, geleneklerin, etik standart veya ilkelerin gerekçelere dayandırmaya çalışır, belirli bir toplumun ya da geleneğin ahlaki ilkelerini inceler, aralarındaki mantıksal ilişkileri analiz eder ve uygulamadaki kapsamını gözlemler. Betimleyici etik, kişilerin, kültürlerin ve toplumların ahlakının tanımlanması ve incelenmesinden meydana gelir ve farklı ahlaki sistemleri, kuralları, uygulamaları,

inançları, ilkeleri ve değerleri karşılaştırarak benzemeyen noktaları ortaya çıkarır (Kozak ve Güçlü, 2006: 25).

Betimleyici etik özgürlüğe duyulan ilgiden doğar ve bu ilgiyi kendi ortaya attığı durumlar hakkındaki her türlü ahlaki yargıdan uzak durarak ve değerlendirmeyi kişinin özgür kararına bırakarak ortaya koyar. Kişiyi olumlu ya da olumsuz bir yargıya yöneltmek için ahlakileştiren ya da eleştiren sözcüklere gerek duymaz. Nesnel olguları aynen yansıtan bir açıklama ya da rapor, ahlaki bilinci tahrik etmek ve harekete geçirmekte çoğu zaman kişinin kendi yargısını daha oluşurken engelleyen hatta yönlendiren ve etkisi altına alma olarak algılanabilecek her türlü değerlendirmeden çok daha etkili bir araçtır. Bu anlamda betimleyici etik, kesinlikle tarafsız kalsa ve eleştiri yapmasa da insanın kendi eylemine eleştirel bakarak aydınlanmasına yardım eder (Pieper, 1999: 208).

2) Normatif Etik

Normatif etik, doğru ve yanlış davranışla, yapılan ahlaki seçimler ve doğru kuralların uygulanması ile ilgilenen etikdir (Barbara, 2008: 188). Yeni ahlaksal ilkeler ortaya koyan veya bilinen ilkeleri yeni bir form içinde işleyen teorilerdir. Kişilerin neyi yapması ya da neye inanması gerektiği ile ilgili bazı özgün ahlaki sorunların yanıtlarını araştıran etik grubudur. Doğru ve yanlış davranışları düzenleyen ahlak standartları ile ilgilenir. Temel varsayımı; ahlaki davranışın ölçütünün, yalnızca tek bir kurala ya da ilkeler grubuna bağlı olup olmadığını incelemektir. Normatif etik, yapılması gerekene uyma biçimlerini esas alan ahlak felsefesi sorununu ele alır; normlar, kurallar ve gerekler ayırımı yaparak bunları belirler. Normatif etik neyin yapılması gerektiğini bulmayı amaçlayan bir etik teorisidir (Kozak ve Güçlü, 2006: 25).

Normatif etik insanlara hayatları boyunca yol gösterir, bu şekilde onlara kullanacakları normları sağlar, nasıl yaşamamız gerektiğini bildiren ahlaki ilkeleri araştırır, hayatta nihai ve en yüksek değere sahip olan şeylerin neler olduğunu tartışır, adil bir toplumun hangi unsurları içermesi gerektiğini mütalaa eder, bir insanı ahlaken iyi kılan şeylerin neler olduğunu sorgular (Cevizci, 2002: 7).

Normatif etik, toplumun yaşaması gereken ahlaki mutlaklar kuran, etik davranış paradigmaları ile ilgilidir ve kuralcı bir şekilde faaliyet göstermektedir. Bu ilkenin bazı

versiyonları tarih boyunca birçok toplumda temsil edildiği gibi, "Altın Kural" olarak bilinen atasözü, normatif uygulamanın ideal bir temsilidir. Meta-etikin felsefenin bir dalı ile ilgili olarak tanımladığı nesnelcilik normatif etikdir. Burada değerlerin evrenselliğini kabul edilir ve bu değerler için rasyonel bir gerekçe aranır. Normatif etik, dört teoriye ayrılmaktadır (Downs ve Swienton, 2012: 3).

Geniş olarak bakıldığında, normatif etik eylemle ilgili olan (deontolojik) ve eylemin sonucu ile ilgili olan (teleolojik) olmak üzere alt teorilere ayrılmaktadır (Barbara, 2008: 188).

a) Erdem Etiği

Erdem etiği, dışsal meslek ahlakı kuralları uyumundan ziyade etik davranış kaynağı olarak bireyin ahlaki durumuna odaklanır. Bireyin ahlakı, aldığı kararlarda yansıdığı şekilde kendi içsel karakterinden gelmektedir. Bu nedenle yapmaya karar verdikleri eylemler davranışlarının gerekçelerinden daha az önemlidir. Bu yaklaşımın savunucuları, insanın nasıl biri olduğu veya nasıl birisi olmayı amaçladığı, bireyin eylemlerinin ötesinde hayattaki istekleri, hedefleri, sevdikleri ve sevmedikleri onun ahlak hayatında daha birleşik ve kapsamlı bir konsept oluşturduğunu iddia etmektedir (Downs ve Swienton, 2012: 3).

b) Deontolojik Etik

Yunanca "Görev" anlamına gelen "deon" kökünden gelen deontolojik etik, kurallara bağlılık temelli ahlakı tanımlamaktadır. Eylemlerin içsel ahlaki etkileri vardır ve bu tür eylemle ilişkili sonuçlara bakılmaksızın bireyin ahlaki yükümlülüğü ile uyusmalıdır. Deontoloji ile ilgili birçok teori vardır. Fakat bunların, doğrunun iyiden önce olduğu ve faydalı sonuçların kişinin ahlaki yükümlülüğünü belirlemediği ortak temel dayanak noktası vardır. Ayrıca bunlar, doğruluğun ilke ve serbestliğine bağlılığı vurgular ki bu ahlaki hayatın ana odak noktasıdır (Downs ve Swienton, 2012: 3).

Deontolojik etiğe göre, "insanların yapmak zorunda oldukları bazı görevleri olmalıdır. Deontolojik değerlendirme, bir eylemin kendi içindeki etiğine bakar, karşıt teori olan teleolojik etik gibi, eylemin sonucuna bakmaz. Deontolojide, eylemin ortaya çıkardığı sonuç ikinci planda olup, eylemin kendisinin doğru olup olmadığı önemlidir. Deontolojiye göre, borçlarımızı ödememiz, çocuklarımıza bakmamız, gerçekleri yansıtmamız bizim görevlerimizdir. Çünkü bunlar, yapılması doğru olan uygulamalar

arasında yer alır. Buna göre, etik olan bir eylem, farklı kültürler için de etik olacaktır" (Arslan ve Kozak, 2006: 50).

c) Teolojik Etik

Teoloji, deontolojinin zıttıdır ve Yunanca "hedef" anlamına gelen "telos" kelimesinden türemiştir. Buna göre neyin doğru olduğu, neyin iyi olduğuna göre belirlenir. Burada ahlak, eylemin sonuçlarına göre belirlenir. Modern teolojik etikle ilgili yazına göre, bir eylemin doğruluğu veya yanlışlığı daima özünde iyi veya kötü belli sonuçlar ortaya çıkaran eğilim tarafından belirlenir. En büyük sayıda en çok iyiyi veren, doğru eylem olarak belirlenebilir. Bu felsefe faydacılık, egoizm, hedonizm, entelektüalizm ve refah devletçiliği gibi çeşitli permütasyon uygulamalarında görülebilmektedir (Downs ve Swienton, 2012: 3).

Teleolojik etikte bir eylemin etik olup olmadığı eylemin sonucuna göre değerlendirilir. Modern felsefede, genellikle tartışılan iki teleolojik teori, "eylemlerin sonuçlarının sadece bireyler üzerindeki mi, yoksa toplum üzerindeki sonuçları mı değerlendirilmelidir?" sorusuyla açıklanabilir. Bu soruya "birey" yanıtını veren etik teori hazcılıktır. Soruyu, "toplum" şeklinde yanıtlayan teori ise faydacılıktır. Deontolojinin karşıtı olan teleoloji, eylemlerin sonuçlarıyla ilgilenir. Eylemin sonucunda, bireyler ya da toplumlar fayda sağlıyorsa, eylem etikdir. Eylemin nasıl gerçekleştirildiği, ikinci plandadır (Arslan ve Kozak, 2006: 51).

d) Pragmatik Etik

Normatif etiğin son dalı pragmatizmdir. Pragmatizm, ahlakın, bilimsel bilgiye benzer bir şekilde, sürekli evrim içinde olduğunu ileri sürmektedir. Nesiller boyunca yapılan ilerlemeler ve doğrunun ne olduğu konusunda ki anlayışımız yeni düşünce yollarının ifade edilmesinde değişmektedir. Bu teori karakteri deneyim yoluyla etkilenmiş ya da manipüle edilebilir aktif bir süreç olarak görür, bu nedenle anlamlı sosyal yaşamlar sağlamak için sosyal reformlar uygulamaya konmalıdır (Downs ve Swienton, 2012: 3-4).

3) Meta-etik

"Doğru" ve "Yanlış" gibi kelimelerin gerçek anlam ve işlevini araştıran etikdir (Barbara, 2008: 188). Metaetik insanlara nasıl davranmaları gerektiğini soyleyen, ahlaka ilişkin önermelerin anlamlarını, ahlak yargılarının ve normatif buyrukların dayanaklarını inceleyen bir zmlleme yöntemidir. Doğru ve yanlışın (iyi veya kötü) ne olduğu sorusu yerine, doğru veya yanlış (iyi veya kötü) olarak adlandırılanların anlamı ve önemi ile ilgilenir. Metaetik hem ahlaki terimlerin anlamını hem de ahlaki yargıların nesnel ya da öznel olmadığı gibi soruları kapsar. Ahlak terimlerinin anlamlarını ele alır, temelleri esas alarak, yapılması gerekene niçin uyulması gerektiğini araştırır (Kozak ve Güçlü, 2006: 25). Meta-etik, dolaylı sonuçları dışında eyleme ilişkin olarak hiçbir ahlaki ilke ya da hedef önermez; esas olarak, tamamen felsefi analizden oluşur. Son dönem ahlak felsefesi daha çok meta-etik analize yönelmiştir (Frankena, 2007: 173).

Meta-etik, etik ifadelerin kökeni ve sınırlarının belirlenmesinde kavramsal sorular soran ve ahlaki dayanak kullanımını zorlayan etik bilgi kuramı (epistemoloji) ile ilgilidir. Temelde meta-etik içsel varlıkla ve insanın iyilik anlayışı ile ilgili felsefenin bir dalıdır ve bu kavramı kavramsal ve epistemolojik sorularla ele alır. Meta-etik içindeki en önemli tartışma insani değerlerin kaynağı ve anlamıdır. Nesnelciler açısından, insanın mevcut kavrayışına bakılmaksızın değerler doğuştandır. Çünkü bu değerler dünyanın doğasında vardır, bilinebilir ve bu değerler insan davranışını evrensel olarak yönetmelidir (Downs ve Swienton, 2012: 2).

2.3. ETİK SİSTEMLERİ

Etik sistemlerin geliştirilmesinde temel alınan yaklaşımlar hakkaniyet ilkesi, insan hakları, faydacılık ve bireysellik ilkeleridir (Aydın, 2010: 23):

- *Hakkaniyet*, bütün kararların tutarlı, tarafsız ve gerçeklere dayalı olması üzerinde durur.
- *İnsan hakları*, bireylerin varlığı, bütünlüğü ve temel insan hakları üzerinde durur.

- *Faydacılık*, herkes için iyi olacak kararın verilmesini üstlenir.
- *Bireysellik*, bireylerin temel amaçlarının uzun dönemli olarak kişisel kazançlarını artırmak olduğunu savunur.

Farklı bakış açıları, farklı etik sistemini temsil etmektedir ve farklı bakış açıları, dört tür etik sistemini temsil etmektedir. Bu etik sistemleri amaçlanan sonuç etiği, kural etiği, toplumsal sözleşme etiği ve kişisel etikdir. Bu etik sistemleri farklı insan yaradılışlarını da temsil etmektedir (Öztürk Başpınar ve Çakıroğlu, 2011: 33; Aydın, 2010: 24).

a) Amaçlanan Sonuç Etiği

Amaçlanan sonuç etiği genellikle faydacılık olarak bilinir. Sorunlara pratik bir yaklaşımı getirir ve elde edilecek sonuçlara odaklanır. Bu etik, haz arama ve acıdan kaçma üzerine kurulmuştur ve karar ve davranışların sonuçlarına önem verir. En büyük yarar ve en az zarar ile sonuçlanan karar ve davranışlar etikdir. Sonuçlar önemli görüldüğü için davranışın neden ve nasıl yapıldığı göz ardı edilir. Davranışın niyeti amacı değil sonuçları önemlidir. Bu etik anlayışında amaçlanan sonuca ulaşmak önemlidir. İlkelerin fazla bir önemi yoktur. “Hedefe giden yolda her şey mubahtır” anlayışı hâkimdir denilebilir. Bu sistemi en iyi anlatanlardan biri olan Machiavelli (1469–1527)’nin ahlak anlayışı “Amaca ulaşmak için her şey mubahtır.” şeklindedir (Öztürk Başpınar ve Çakıroğlu, 2011: 33-34; Aydın, 2010: 25-27). Amaçlanan sonuç etiğinin güçlü yanları; pratik oluşu, sonuçlara dönük olması, ilgili pek çok kişiyi göz önüne alması ve bireylerin sağduyusuna dayalı olmasıdır. Bu konuya yapılan eleştiriler ise; mutluluk, haz ve faydanın tek bir tanımının nasıl yapılabileceği ve ölçülebileceği, belli bir eylemin sonuçlarının tam olarak nasıl kestirilemeyeceği, kısa ve uzun dönemli mutluluklar arasında nasıl seçim yapılacağı ve bir toplumun büyük çoğunluğu özgür, azınlığı köle ise en üst düzeyde mutluluğun nasıl sağlanabileceği yönündedir. İngiliz filozof ve politik ekonomist John Stuart Mill'e göre, davranışın ahlaklı olup olmadığını davranışın sonucu belirlemektedir. Amaç veya ilkeden çok sonuç önemlidir. Eğer bir eylem mutsuzluktan çok mutluluk veriyorsa o eylem doğrudur. Mill'in çalışmaları faydacılık üzerinedir ve on ilkeden oluşur. "Mill'in faydacılık ilkeleri şunlardır (Aydın, 2010: 25-40):

- 1) Bir eylemin doğru ya da yanlış olduğuna karar verebilmek için sonuçlarına yoğunlaşmak gerekir.
- 2) Eylem kuralları, onlara uyacak bireylerin karakterinden kaynaklanmalıdır.
- 3) Eylemlerin doğruluk oranı arttıkça, mutluluk da artar; azaldıkça mutluluk da azalır.
- 4) Mutluluk acının yokluğu ve hazzın varlığı olarak tanımlanabilir.
- 5) Her insan kendi mutluluğunu istediği sürece, bu onların en yüksek mutluluğa ulaşmaları için yeterli bir nedendir.
- 6) Mutluluk, insan eyleminin tek amacıdır ve onun ölçütü ahlaki oluşudur.
- 7) Mutluluk, bireyin kendi mutluluğunun değil, eylemin doğruluğunun belirleyicisidir. Ancak bunlar birbirleri ile ilişkilidir.
- 8) Eylemin fayda derecesi, mutluluğu yaratabilir ya da mutsuzluğu engeller.
- 9) Bir eylemin etik olarak doğru sayılması için, eylemin sağladığı toplam faydanın, bireyin yapacağı başka bir eylemin sağlayacağı toplam faydadan daha büyük olması gerekir.
- 10) Faydacılık birbirine zıt etik yükümlülükler arasından seçim yapmada, genel bir hakemlik fonksiyonu görür."

b) Kural Etiği

İnsanlar hayatları boyunca evde, işte, okulda, sosyal yaşamda birçok kuralla yaşamaktadır. İnsanların hayatları bu kurallarca (yasalar, gelenek ve görenekler, din kuralları) yönetilmektedir. Toplumlar da kuralların olması hayati ve vazgeçilmezdir. Ayıp, günah veya suç olarak kabul edilen eylemler etik dışıdır. Kural etiğine göre bir eylemin ahlaki doğruluğu, standartlar ve yasalar tarafından belirlenir. Bu yaklaşımda mutlak doğrular vardır, esneklik yoktur (Öztürk Başpınar ve Çakıroğlu, 2011: 34-35; Aydın, 2010: 28-31). Kural etiğine göre bir eylemin ahlaki doğruluğu, standartlar ve yasalar tarafından belirlenir. Kural etiğinin güçlü yanları, etik davranışlar için yapılandırılmış güçlü bir çerçeve önermesidir. Belli eylemlerin yanlışlığı ya da

doğruluğunu tespit etmede bu kurallar oldukça fonksiyoneldir. Kurallar kesinlik sağladığından, belirsizlikten hoşlanmayan bireyler için yol göstericidir. Bu teoriye yapılan eleştiriler ise, bireylere kabul ettirilecek ilkelerin ne olduğu ve bu ilkelerin nasıl bir otorite tarafından belirleneceği, aralarında çatışma olan kurallardan hangisinin tercih edileceği, belirlenen özel kuralların, özel durumlara nasıl uygulanabileceği, değişen şartlarla beraber bu kuralların nasıl değişeceği ve sonuçları kötü olucaksa bu kuralların uygulanmasında niçin ısrar edildiği yönündedir. "Kural etiği Immanuel Kant tarafından geliştirilmiştir ve ilkeleri şunlardır (Aydın, 2010: 28-39):

- 1) Bütün etik kavramlar tamamıyla öncüllere dayanır, bundan dolayı deneysel bilgiden soyutlanamaz.
- 2) Bireyler zorlamalar nedeniyle veya eylemin gerçekten iyi olması nedeniyle davranış gösterebilir.
- 3) Bireyin kendilerini sınırlayan ilke ve kuralları temel almaları gerekir.
- 4) Erdemli davranmak, ilkelere uygun davranmaktır.
- 5) Sonul mutluluk, haz dolu bir yaşam değil, erdem dolu bir yaşamdır.
- 6) Erdem bir idealdir, insanlar bu ideale olabildiğince ulaşmak için çalışmalıdırlar.
- 7) Bireyler kendilerini başkaları ile değil, kendi kusursuzluk ideali ile karşılaştırarak değerlendirme yapmalıdırlar.
- 8) Bireylerin ahlak kurallarını kendi davranışlarına uyarlaması değil, kendi davranışlarını ahlak kurallarına uyarlaması gerekir.
- 9) Eylemlerin temelinde yatan ilkeleri, tüm insanlık için geçerli genel kurallar olarak görmek ve davranmak gereklidir.
- 10) Bireylere karşı davranışlarda yalnız kendi amaçlarını değil, karşı tarafın amaçlarını da göz önünde tutmak ve bireyleri amaca ulaştıracak araçlar olarak görmemek gerekir."

c) Toplumsal Sözleşme Etiği

Toplumsal sözleşme etiğine göre bir eylemin ahlaki doğruluğu, toplumun normları ve gelenekleri tarafından belirlenir. Öncüsü Jean Jack Rousseau'dur. Rousseau için en önemli olgu otorite ve özgürlük arasındaki dengedir. İnsanlar toplumsal sözleşme adı verilen bir sözleşmeyle belirledikleri hukuk kurallarına uymak zorundadırlar. Hukuk kuralları özgür insanlar arasında eşit koşullar altında yapılan toplumsal sözleşmeye dayanır. Hukuk; toplumsal ilişkileri düzenleyen uyulması zorunlu kurallar topluluğudur. Hukuk kuralları, hapis, para cezası, uzaklaştırma, meslekten etme gibi yaptırımlarla pekiştirilmiştir (Öztürk Başpınar ve Çakıroğlu, 2011: 35-36; Aydın, 2010: 31). Toplumsal sözleşme etiğinin güçlü tarafı demokratik devletin kurulmasında felsefi bir temel oluşturmasıdır. Bu teoriye; toplum adına karar verecek temel politik organın nasıl seçileceği, kamu yararının anlamının ne olduğu, bağımsız düşününlerin ne olacağı, Hitler'in Nazi Almanya'sının ahlaki bir toplum olarak kabul edilebilirliği, toplumun genelinin her şeyin ölçütü olup olamayacağı konusunda eleştiriler yapılmaktadır. "Toplumsal sözleşme etiğinin temel ilkeleri şunlardır (Aydın, 2010: 32-40):

- 1) İnsanlar doğada ilkel ve yalnız yaşadıkları takdirde yok olurlar. Bundan dolayı, insanların toplum haline gelmeleri ve üzerinde birleşilen ilkelere yönetilmeleri gereklidir.
- 2) Doğal yaşamdan uygar yaşama geçiş, eylemlere ve içgüdülere daha önce gereksinim duyulmayan, ahlaki bir karakter kazandırır.
- 3) Kollektif ve ahlaki bir organ olarak, toplumun genel prosedürlerine uygun davranmak.
- 4) Toplumdaki bireylere, ödevler ve yararlar eşit olarak dağıtılır ve toplumun üyeleri birbirine yardım ederler.
- 5) Toplumun standartları, bireyin ne yapması gerektiğine karar vermesine yardım eder.
- 6) Toplumsal sözleşme, toplumun yönetimini, yine toplumca belirlenen üyelere verir.

- 7) Toplumun ahlak kuralları ve anlayışı, mihenk taşı olarak işlev görürken, yasalar yapı taşlarıdır.
- 8) Bireyler kendilerini geliştirmeli ve yasaları koyma hakkından dolayı hoşnut olmalıdır.
- 9) Toplumun bütün üyeleri yasaları benimsemeseler dahi kabul etmek ve uygun davranmak zorundadırlar.
- 10) Bireylerin toplumsal sözleşmeye karşı çıkması toplumsal sözleşmeyi geçersiz kılmaz, bireylerin topluma üyelikleri engellenir."

d) Kişisel Etik

Kişisel etikte bir eylemin ahlaki doğruluğu kişinin vicdanı tarafından belirlenir. Kişisel etik, bireylere kendini ifade etme olanağı tanır ve bireyleri çeşitli kural ve geleneklerle sınırlandırmaz. Kişisel etiğe yapılan eleştiriler; kişinin yapması gereken en doğru şeyi hissedebilmesi için nasıl bir yargılama yapması gerektiği, iki kişinin çatışan bakış açılarına nasıl bir çözüm getirileceği, kişisel etiği benimseyen grupların kamu sınırını nasıl belirleyecekleri, örgütlerde kişisel etiğin benimsenmesi durumunda işgörenler arasında eşörnekliliğin nasıl sağlanacağı yönündedir. Bu sistemin en önemli temsilcisi olan Martin Buber, kişisel etiğin kaynağının, bireyin içinden gelen ses olarak tanımlanan "vicdan" olduğunu savunmuştur. "Buber'in kişisel etikle ilgili on ilkesi şunlardır (Aydın, 2010: 34-40):

- 1) Gerçeğin yeri bilginin kapsamı değil, yalnızca insanın varlığıdır.
- 2) Vicdan, kişisel niyetleri gerçekleştirmek için girişilen eylemlerde, doğru ve yanlış ayırıp, doğru kararlar verebilmesine yardım eden, bireyin içinden gelen sestir.
- 3) Kişisel vicdan, bireyin nasıl davranması gerektiğine ilişkin karar vermesine yardım eden en üst düzeyde standartlar geliştirmeyi sağlar.
- 4) Birey, karşılaştığı durumlarda kendisiyle yüzleşmeli ve hangi standartları koruyacağına karar vermelidir.
- 5) Ulaşılmak istenen amaçlar, izlenecek yolu belirler, bu nedenle amaçlar gözden kaçırılmamalıdır.

- 6) Yaşamın belli bir formülü yoktur, yaşamda her şey olabilir
- 7) Birey bir grupta etkin bir üye olabilir, ancak bu durum bireyin haklı tarafı tutmasına engel olmamalıdır.
- 8) Birey özgürleştikçe daha çok şeyi reddeder ve daha kişisel ve yalnız davranma sorumluluğu artar.
- 9) Birey ancak kendi çabaları ile kusursuzluğa ulaşır, başkası bunu birey için yapmaz.
- 10) Yaşam boyunca bireylerin gelişimine koştur olarak inançları da gelişir."

2.4. TEMEL ETİK İLKELER

Etik davranış, firmaların itibarının yükseltilmesi ve ürünlerin marka değerinin artırılması, müşterilerin, yatırımcıların ve kamunun güvenini ve desteğini sağlaması bakımından önemlidir. Etik değer ve ilkelere göre işleyen bir ekonomik sistemde, özel sektör ve piyasa ekonomisi güçlenmekte, demokrasi sağlıklı işlemekte ve iş dünyasının toplumun gözünde saygınlığı artmaktadır. Bundan dolayı, firmaların, yöneticilerin ve çalışanların etik değerlere ve ilkelere göre hareket etmeleri hem kendilerinin hem de toplumun çıkarıdır. Temel etik ilkeler dört başlıkta toplanmaktadır (TÜSİAD, 2009: 32-119):

- Adalet (hakça davranma)
- Doğruluk - Dürüstlük (içi - dışı bir olma, "hilesiz olma")
- Tarafsızlık (nesnel davranma, liyakati esas alma)
- Sorumluluk (bencillik ve kişisel çıkarlardan uzak olma, sorumlu davranma)

Türk Kamu Yönetiminde de etik ile ilgili düzenlemeler yapılmış, 8/6/2004 tarih ve 25486 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 5176 sayılı "Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" yürürlüğe

girmiştir. Bu kanunla, kamu görevlilerinin uymaları gereken saydamlık, tarafsızlık, dürüstlük, hesap verebilirlik, kamu yararını gözetme gibi etik davranış ilkeleri belirlemek ve uygulamayı gözetmek üzere Kamu Görevlileri Etik Kurulunun kuruluş, görev ve çalışma usul ve esaslarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu kanuna dayanarak kamuda etik kültürünü yerleştirmek, kamu görevlilerinin görevlerini yürütürken uymaları gereken etik davranış ilkelerini belirlemek, bu ilkelere uygun davranış göstermeleri açısından onlara yardımcı olmak ve görevlerin yerine getirilmesinde adalet, dürüstlük, saydamlık ve tarafsızlık ilkelerine zarar veren ve toplumda güvensizlik yaratan durumları ortadan kaldırmak suretiyle kamu yönetimine halkın güvenini artırmak, toplumu kamu görevlilerinden beklemeye hakkı olduğu davranışlar konusunda bilgilendirmek ve Kurula başvuru usul ve esaslarını düzenlemek amacıyla 13.04.2005 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 25785 sayılı "Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri İle Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik" hazırlanmış ve yürürlüğe girmiştir.

Yine bu kanuna dayanarak kamu kurum ve kuruluşlarında görev yapan denetim görevlilerinin uyacakları meslekî etik davranış ilkelerini belirlemek amacıyla 14.09.2010 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 27699 sayılı "Denetim Görevlilerinin Uyacakları Meslekî Etik Davranış İlkeleri Hakkında Yönetmelik" hazırlanmış ve yürürlüğe girmiştir.

Ayrıca; 3/12/2010 tarih ve 6085 sayılı Sayıştay Kanununun 31 inci maddesinin ikinci fıkrasının (ç) bendine dayanılarak Sayıştay denetçilerinin uyacakları mesleki etik kurallarına ilişkin usul ve esasları belirlemek amacıyla "Sayıştay Denetçilerinin Mesleki Etik Kurallarına İlişkin Usul ve Esaslar" hazırlanmış ve 17.12.2011 tarih ve 28145 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri İle Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik'e (2005:1-3) göre etik davranış ilkeleri şunlardır:

- a) Görevin yerine getirilmesinde kamu hizmeti bilinci
- b) Halka hizmet bilinci
- c) Hizmet standartlarına uyma
- d) Amaç ve misyona bağlılık

- e) Dürüstlük ve tarafsızlık
- f) Saygınlık ve güven
- g) Nezaket ve saygı
- h) Yetkili makamlara bildirim
- i) Çıkar çatışmasından kaçınma
- j) Görev ve yetkilerin menfaat sağlamak amacıyla kullanılmaması
- k) Hediye alma ve menfaat sağlama yasağı
- l) Kamu malları ve kaynaklarının kullanımı
- m) Savurganlıktan kaçınma
- n) Bağlayıcı açıklamalar ve gerçek dışı beyan
- o) Bilgi verme, saydamlık ve katılımcılık
- p) Yöneticilerin hesap verme sorumluluğu
- q) Eski kamu görevlileriyle ilişkiler
- r) Mal bildiriminde bulunma

Kamu görevlileri, görevlerini yürütürken bu etik davranış ilkelerine uymakla yükümlüdürler. Kurum ve kuruluşların yetkili sicil amirleri, personelin sicil ve performansını, bu etik davranış ilkelerine uygunluk açısından da değerlendirirler.

Bazı etik ilkeler ve etik dışı davranışlar Tablo 1'de belirtilmiştir.

Tablo 1 - Etik İlkeler ve Etik Dışı Davranışlar

Etik İlkeler	Etik Dışı Davranışlar
Adaletli Olmak	Ayrımcılık Yapmak
Herkese Eşit Davranmak, Tarafsızlık	Adam Kayırmak
Dürüstlük, Doğruluk	Yıldıрма-korkutma politikası uygulamak
Sorumluluk Sahibi Olmak	Görevi ihmal etmek
İnsan Haklarına Riayet Etmek	Başkalarını sömürmek
İnsancıl Olmak	Bencillik etmek
İşine Bağlı Olmak	Yolsuzluk yapmak
Hukukun Üstünlüğüne İnanç	İşkence (Eziyet) yapmak
Sevgi Sahibi Olmak	Yaranma-dalkavukluk etmek
Hoşgörülü Olmak	Şiddet-baskı uygulamak, saldırganlık göstermek
Saygılı Olmak	İş ilişkilerine politika karıştırmak
Müsrif Olmamak	Hakaret ve küfür etmek
Demokrasiye inanmak	Bedensel ve cinsel tacizde bulunmak
Olumlu düşünmek	Kötü alışkanlıklar edinmek
Herkesin hakkına, kişisel özgürlüğüne saygılı olmak	Görev ve yetkiyi kötüye kullanmak
Verime göre ücret ödemek	Dedikodu yapmak
	Zimmetine para geçirmek
	Doğmatik davranış içinde bulunmak
	Yobazlık-bağnazlık yapmak

Kaynak: Uzunçarşılı vd. (2000: 38-39)

2.5. MESLEK ETİĞİ

Türkçe Sözlük (1998:1542) mesleği "1. Bir kimsenin geçimini sağlamak için yaptığı sürekli iş; 2. Uğraş..." olarak, Seyitoğlu, Demir ve Acar'dan aktaran Kısakürek ve Alpan ise (2010: 215) "bir kimsenin geçimini sağlamak için sürekli çalıştığı iş, belirli bir düzeyde beceri, teorik bilgi, eğitim ve diploma veya yaratıcı güç gerektiren, niteliği toplumdan topluma değişmekle beraber yüksek statü, prestij ve gelir kazandıran iş, aynı faaliyet grubundaki insanların oluşturdukları topluluk" olarak tanımlamıştır.

Tarihsel süreç içerisinde, insanoğlunun ihtiyaç duyduğu her türden mal ya da hizmet üretimi çeşitli meslek gruplarının doğmasına neden olmuştur. Yeryüzünde binlerce meslek bulunmaktadır. Günümüzde Türkiye'de 5314 adet meslek vardır (İŞKUR, 2012). Meslek sayıları toplumun ihtiyacına göre artmakta ve azalmaktadır. Geçmişte bazı mesleklere ihtiyaç duyulurken, değişen toplum ihtiyaçları ile günümüzde bu mesleklere duyulan ihtiyaç ortadan kalkmıştır. Nalbantlık, bakır işlemeciliği,

keçecilik, semercilik, yorgancılık, süpürgecilik, bileycilik, dokumacılık, yayık ustası günümüzde yok olmuş ya da yok olmak üzere olan mesleklerdendir.

Meslek grupları zamanla örgütlenip bir takım ilkeler belirlemiştir. Bu ilkelerin arasında, etik-ahlaki değerler önemli bir yer tutmuştur (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2006a: 23). Aydın (2010: 95) bir işin meslek olarak sayılabilmesi için uğraş alanının etik değer ve ilkelere yer vermesi gerektiğini ve bir meslek elemanının sahip olması beklenen üç temel unsurun bilgi-beceri, doğru iş alışkanlıkları ve tutumlar olduğunu, bir meslekte bilgi ve beceriler kadar mesleki değer ve etik ilkelerin de tanımlanması gerektiğini belirtmektedir.

Tepe (2009: 10) günümüzde etiğe olan ilginin artmasının nedenini, bazı mesleklerde karşılaşılan etik sorunların artmasının veya artan sorunların farkına varılmasının bir sonucu olarak görmektedir. Biyoetik, tıp etiği, çevre etiği, işletme etiği, siyaset etiği, yönetim etiği, gazetecilik etiği, kütüphanecilik etiği, muhasebecilik etiği, mühendislik etiği, hemşirelik etiği, polis etiği, jandarma etiği vs. günümüzde en fazla sözü edilen meslek etiklerinden olup, bu sayıyı var olan meslek sayısı kadar artırmak mümkündür. Meslek etiklerinde meslekten mesleğe kısmi farklılıklar görülse de, her meslekte kişiler, kişiler arası ilişkiler, kişilerin diğer kişilere karşı eylemleri söz konusudur. Farklı mesleklerde farklı rol ilişkileriyle, farklı toplumsal ilişkileriyle karşılaşılsa bile, kişiler arası ilişkilerde yaşanan etik sorunların meslekten mesleğe tümüyle değişmesi söz konusu değildir. Mesleklerde yaşanan etik sorunlar tek tek yaşanan durumlar değil, birçok durumda benzerlik taşıyan durumlardır.

İşlevsel (fonksiyonalist) yaklaşıma göre belli bir meslek topluluğunun üyesi olan kişiler kendilerini gruba ve grup dışındakilere o meslek topluluğunun bir üyesi olarak tanıtır. Grup üyeleri, üyeleri birbirine bağlayan uyulması gereken normları bilirler. Bu açıdan sahip olunan meslek, yapılan işin farklı bir çeşididir. Meslek topluluğunun üyeleri insan ihtiyaç ve sıkıntılarını giderecek uzmanlığa, teorik ve pratik bilgiye sahiptirler. İdealist bir bakış açısıyla mesleki topluluklar ve üyeleri fedakar bir yapıya ve sosyal sorumluluğa sahiptirler. Meslek üyesinin tek amacı sadece kendi çıkarlarını düşünerek hareket etmek değil, aynı zamanda müşterilerinin ve toplumun genelinin çıkarlarını düşünerek hareket etmektir. Mesleki topluluklar ve üyeleri misyon sahibi gruplardır. Mesleki bir topluluk bilgi ve tecrübelerini enstitüler ve okullar vasıtasıyla yeni nesillere aktarmalıdır. Mesleğe yeni başlayanların bu bilgi ve tecrübeleri

almaları faydalı olacaktır. Mesleğe giriş kriterleri, yasal uygulamalar ve uygun bir şekilde yürütülmesi büyük ölçüde meslek örgütü tarafından belirlenmeli ve kontrol edilmelidir. Bu şekilde meslekler kendi kendilerini düzenleyebilirler (Brien, 1998: 396). Mesleği ticari bir uğraştan veya bir işten ayıran birçok özellik vardır. Bir uğraşın meslek olarak kabul görmesi için aşağıdaki şartlar aranmaktadır (Barbara, 2008: 21; Aydın, 2010: 95-97):

- 1) Meslekler toplumun kaçınılmaz olan bir gereksinimini karşılar: Örneğin, sağlık, güvenlik, eğitim gibi toplumsal gereksinimler her toplumda bu hizmetleri sunacak meslekleri gerekli kılmaktadır.
- 2) Meslek, meslek erbabının sadece kendi doyumunu için yaptığı değil aynı zamanda diğer insanların veya varlıkların yararı için de yaptığı bir uğraştır: Örneğin bir doktor mesleğini sadece hizmetinin karşılığında aldığı para için değil, insanlara sağlıklarını kazandırmak için de yapar. Bir polis güvenli ve huzurlu bir toplum yaşamı için gösterdiği çabalardan dolayı insanların mutluluğuna katkıda bulunmuş olur.
- 3) Meslek sistemli bir eğitimle kazanılmış özel bilgi ve becerilere dayalıdır: Bir mesleğin meslek olabilmesi için mesleğe girmeden önce kişilerin bu mesleği icra edebilmeyi sağlayan bilgi, beceri ve tutumlar kazanmış olmaları gereklidir. Burada meslek elemanı toplum tarafından bir “uzman” olarak görülmekte ve o hizmette kişiye tam bir güven duymaktadır. Örneğin bir doktora gittiğimizde onun bu mesleğin gereklerini eksiksiz ve kusursuz bildiğini kabul ederiz.
- 4) Meslekler araştırma ve deneylerle geliştirilerek zamanla kendine özgü tekniklere sahip olur: Meslekler de insanlar gibi araştırma ve deneyler sonucu bir bilgi ve kültür birikimine sahip olur. Eğitim yolu ile kuşaktan kuşağa aktarılan bu bilgi birikimi zaman içinde mesleğe özgü tekniklerin gelişmesine ya da süreç içinde yeni tekniklerin keşfedilmesine yol açar.
- 5) Meslekler kazanç elde etmek için yapılan uğraşlardır: Meslek elemanları yaşamlarını mesleklerinden elde ettikleri yasal gelir ile sürdürürler. Ancak insanlar sadece para için çalışmazlar. Mesleki etkinlikler

içerisinde insanlar bir şeyler üreterek kapasitelerini kullanma ve geliştirme olanağı bulurlar ve bundan haz ve doyum duyarlar.

- 6) Mesleklerin toplumca kabul edilmiş etik değerleri ve ilkeleri vardır: Meslek olarak kabul edilecek bütün uğraş alanlarının kendine özgü değer ve etik ilkeleri vardır ve meslek üyeleri bu değer ve ilkeler doğrultusunda davranırlar. Bu ilkelere uygun davranmayan meslek mensupları meslektaşları tarafından bazı yaptırımlara maruz kalırlar."

Bir kişinin bir mesleği seçmesinde kişiyi motive eden üç unsur vardır (Barbara, 2008: 24-25). Bunlar:

- a. İdealist Güdüler
- b. Materyalist Güdüler
- c. Realist Güdüler

İdealist güdüde, insanlara yardım etme ve topluma hizmet etme isteği ön plandadır. Materyalist güdüde, mesleki faaliyetten statü kazanma, maddi kazanç elde etme ve mali güvence ön plandadır. Realist güdüde ise, makul bir kazancın yanında esnek, aileyi ihmal etmeyen çalışma önemlidir.

Günümüzde toplumlar “meslek” kavramına özel bir anlam ve önem vermekte, uzmanlık dalı ne olursa olsun meslek üyelerinden mesleğine yakışan, uygun özel davranış göstermelerini beklemektedir. Toplumun bir meslek üyesinden beklentisi, toplumun diğer fertlerinden farklı bir biçimde, herkes tarafından kabul gören yüksek seviyeli davranış sergilemeleridir. Meslek kavramı, toplum çıkarlarının tatmini ötesinde, toplum tarafından belirlenen düzenleme ve yasaların üzerinde bir davranış sergilemeyi ifade etmektedir (Güredin: 1).

Her mesleğe kamusal açıdan bir gereksinim vardır. Bu gereksinim mesleki etik ilkelere uyumla kurumlaşır. Mesleki kararların etik, sosyal, teknolojik, ekonomik ve politik yönleri olabilir. Böyle bir yelpazenin gücünü ve konumunu belirleyen temel öge etik yönüdür. Etik özelliği bulunmayan eylemler, dengeleri bozacağı gibi yapılan işe güveni ve saygıyı da azaltmaktadır (Seviğ: 1-2).

Birçok kişinin aynı mesleği yapması, bu meslek erbaplarının bir araya gelerek bir birlik haline gelmelerine yol açmıştır. Bu şekilde örgütlenen meslek mensupları birlik ve dayanışma ruhu içerisinde mesleklerini icra ederek kendilerine ihtiyaç duyanlara hizmet ederek mesleğin saygınlığının yükseltmek ve topluma daha iyi hizmet sunmak yani kamu yararı için çalışırlar. Mesleğin icrasından kaynaklanan maaş, gelir, güç, statü gibi kişisel faydalar meslek mensupları için ikinci plandadır. Geçmişten günümüze birçok meslek dalında bu tür birlikler kurulmuştur. Bu birliklerden en eskisi hekimliktir. Hekimlerin oluşturduğu mesleki birliğin en önemli ifadesi ise günümüzde de mezun olan her tıp öğrencisine yaptırılan Hipokrat Yemini'dir. Osmanlı dönemindeki Ahilik teşkilatı ile Batıdaki Lonca sistemi aynı mesleği yapanların bir araya gelerek kurdukları toplumsal yapılardır (Aydın, 2010: 97-98; Kozak ve Güçlü, 2006: 49).

Mesleki etik bir özdenetim düzeneği gibi çalışır fakat diğer denetim biçimlerinden farklı olarak içseldir ve manevi bir nitelik taşır. Meslek etiği; genel ahlaki ilkelerin söz konusu meslek özelinde yeniden yazılmasıdır. Mesleki ahlak ilkeleri, etik kurallar olarak "mesleki davranış ilkeleri" adıyla yazılan bir belgedir. Meslek etiği belirli bir meslek grubunun, mesleğe ilişkin olarak oluşturup, koruduğu; meslek üyelerine emreden, onları belli bir şekilde davranmaya zorlayan; kişisel eğilimlerini sınırlayan; yetersiz ve ilkesiz üyeleri meslekten dışlayan; meslek içi rekabeti düzenleyen ve hizmet ideallerini korumayı amaçlayan mesleki ilkeler bütünüdür. Bir meslek üyesinin yaptıkları, bir noktadan sonra diğer meslektaşlarını da yakından ilgilendirir. Yanlış bir davranış yalnızca bir kişiyi küçük düşürmekle kalmaz, mesleğe duyulan bütün güveni yok edebilir. Oysa bir mesleğin saygınlığını yitirmesi tüm toplum için bir kayıptır. Çünkü bütün meslekler toplumsal yaşam için vazgeçilmezdir. Onların açıklanmış amaçları doğrultusunda çalışmaları, insanların maddi ve manevi gereksinimlerinin karşılanması için yaşamsal önemdedir. Meslek ahlakı, her meslek üyesinin olabildiğince iyi olması ilkesine dayanır. Toplumun gözünden düşmüş bir meslek, gelişme potansiyelini de kaybederek meslek üyelerine yarar sağlayamaz hale gelir. Meslek etiğinin, genel ahlak kurallarından fazlası, mesleki bilgi ve uzmanlık nedeniyle meslek adamına yüklenen ek bir sorumluluktur. Verimliliğin artması, kalitenin yükselmesi için meslek etiği gereklidir. Mesleki etik kuralların amacı, kapsamına giren personelin ve birimlerin performansı, hareket ve davranışları ile ilgili merkeze ve birime özgü standartları belirlemektir. Bu kurallar görevlerini yerine getirirken iç denetim biriminin bütün mensuplarından beklenen davranış standardını

açıklığa kavuşturmayı hedeflemektedir. Bu kurallar, denetim standartlarına uyması gereken bütün personeli ve birimleri kapsamaktadır. Meslek etik ilkeleri yazılı olarak tanımlanabildiği gibi yazılı olmadan o mesleği yapan meslek mensupları tarafından örtülü biçimde de kabul edilmiş olabilir. Meslek etiği bu mesleği yapan grup içerisinde bir disiplin ruhu yaratır. Grubun devamı için meslek üyelerinin bazı ortak normlara uyması gerekir. Bu normlar meslekte disiplini yaratır. Mesleki disiplin grubun geleceğini ve toplum tarafından nasıl algılandığını belirler (Uzunçarşılı vd. 2000: 34; T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2006a: 24-25; Bedük ve Çiçek, 2003: 175).

Meslek etiği (professional ethics) iş etiğinin alt alanı olup, iş etiği (business ethics) ve çalışma etiği (work ethics) ile ilintilidir ve belirli ölçüde örtüşmektedir. İş etiği, etiğin bir alt kümesi olup, iş dünyasındaki etik sorunları inceler, davranışlara rehberlik etmek üzere kurallar geliştirmeye çalışır. İş etiği genel ahlak kurallarının iş hayatında uygulanması olup, iş hayatında çalışanlar arasında, çalışanlarla yöneticiler arasında işletmeyle alışverişte bulunan veya çevresel faktörler arasında olan ahlaki sorunları inceleyerek genel ilke ve kurallara ulaşmaya çalışan uygulamalı bir etikdir. İşletmelerin ürün ve hizmet üretme ve dağıtma aşamalarında gerek örgüt gerekse birey/çalışan düzeyinde davranışların etik boyutları ile ilgilenir ve bu davranışlara ilişkin yol gösteren kuralları kapsar. İş etiği zaman zaman işletme etiği, şirket etiği, firma etiği veya ticaret ahlakı olarak da adlandırılmıştır. Çalışma etiği ise bir toplumda işe ve çalışmaya ilişkin değerler ve tutumlardır. Çalışma etiği toplumun kültür ve değerlerinden etkilenir. Bu bakımdan bir toplumun işe yönelik tavrı bir başka toplumdan farklılıklar gösterebileceği gibi, toplumun çeşitli katmanları arasında da farklı yaklaşımlar söz konusu olabilmektedir. Çalışma etiği disiplini, verimliliği, kaliteyi ve etkinliği önemser ve kişilerin çalışkan, tutumlu, dakik, disiplinli ve dürüst olmalarını öngörür. Çalışma etiğinin yüksek olduğu toplumlarda gelişmişlik düzeyi de genellikle yüksektir. Meslek etiği ilkeleri genellikle toplumsal kültür ve değerlerden bağımsız olup, evrensellik arzederler. Meslek etiğinin en önemli yararlarından biri, dünyanın neresinde olursa olsun aynı mesleği yapanların meslek etik ilkelere uygun davranmalarınıdır. Örneğin, doktorların, avukatların, mühendislerin mesleki ilkeleri hemen hemen tüm dünyada aynıdır. Bir doktorun işine zamanında gelmesi çalışma etiği, yanında çalışanlara adil davranması iş etiği, hastalarına gereken ihtimamı göstermesi ise meslek etiği örnekleridir (TÜSİAD, 2009: 33-38; Kozak ve Güçlü, 2006: 44-49; Kuçuradi, 2009: 32).

Durkheim'a göre meslek sayısı kadar ahlak vardır. Ahlak her zaman bir grubun eseri olup, kişilere emreden, onları belli bir şekilde davranmaya zorlayan, kişisel eğilimlerine sınırlama getiren, daha ileri gitmelerine engel olan kurallar bütünüdür. Grup bu kuralları koruduğu sürece ahlak kuralları hayatta kalabilmektedir. Ahlak kuralları, kişiden üstün, kişiye emreden bir güce sahip olup, bu güç kamu gücüdür. Kişiler ne kadar kendi hallerine bırakılırsa yani toplum baskısından kurtulursa ahlak dışı eylemde bulunma ihtimali o kadar yüksek olmaktadır. Meslek ahlak kuralları da bunlardan biridir. Toplumun tamamı meslek ahlakı ile ilgilenmediğinden dolayı, toplum içinde meslek ahlakını tesis edecek bir takım özel gruplara ihtiyaç vardır. Bu gruplar aynı mesleği yapan kişilerin bir araya gelmesiyle kurulmaktadır. Meslek ahlakı belli bir meslek grubunun eseri olduğuna göre grup ne ise ahlakı da o olmaktadır. Bir grup ne kadar kuvvetli ise o gruba ait ahlak kurallarının gücünde o kadar kuvvetlidir. Meslek grupları ne kadar sağlam ve teşkilatlı ise meslek ahlakı da o kadar gelişir ve sayılır (Durkheim, 1986:8-13). Gruplar tarafından belirlenen mesleki etik ilkelerin üç temel işlevi vardır (Aydın, 2010: 100):

- 1- Yetersiz ve ilkesiz üyeleri ayırmak,
- 2- Meslek içi rekabeti düzenlemek,
- 3- Hizmet ideallerini korumak.

Etik ilkelerin saptanması ve meslek elemanlarının bu doğrultuda davranmalarının istenmesinde bazı beklentiler önemli rol oynamaktadır. Bunlar (Aydın, 2010: 101):

- Kabul edilebilir davranışların tanımlanması,
- Mesleğin uygulanmasında kalite standartlarının yükseltilmesi,
- Meslek elemanlarının kendi davranışlarının kıyaslayabilecekleri öz değerlendirme fırsatlarının sunulması,
- Mesleki davranış ve sorumlulukların çerçevesinin çizilmesi,
- Mesleki kimliği gelişiminde aracılık edilmesi,
- Mesleki olgunluğun işaretlerinin belirlenmesidir.

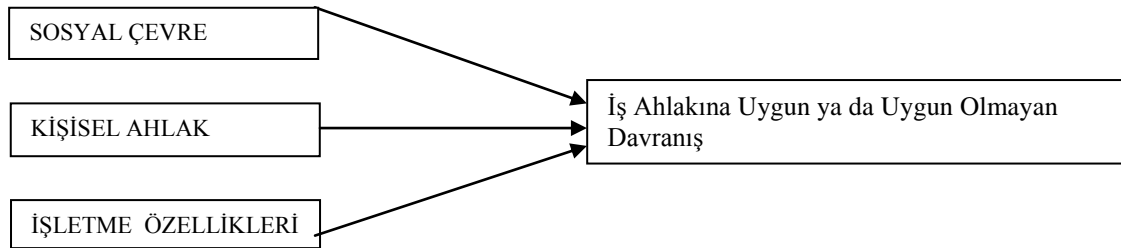
İşletmelerde meslek ahlakı sorunları ahlaki ikilem ve ahlaki sapma olarak iki kategoride toplanmaktadır. Meslek etiği, etik ikilemlerden ve etik sapmalardan olumsuz etkilenir. Ahlaki ikilem, bir konunun birbiriyle çatıştığı, ancak iki tarafın da tartışabilir doğru yanlarının olması durumunda ortaya çıkmaktadır. Ahlaki sapma ise, bireyin ahlaki olmayan bir karar alması durumunda ortaya çıkmaktadır. Kişilerin bencil davranmayı seçmesi veya toplumun ahlaki değerlerinden farklı kişisel ahlaki standartlara sahip olması ahlaki sapmayı ortaya çıkaran iki önemli neden olarak belirtilmektedir. Etik ikilemlerle günlük yaşamımız içinde çok sık karşılaşırız. Meslek ahlakı açısından ortaya çıkan ahlaki ikilemleri çözmek için çeşitli çözüm yolları bulunmakta olup, bu çözüm yolları şu şekildedir (Selimoğlu, 1-2; T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2006a: 23):

- Herkes bu davranışı yapıyorsa o halde kabul edilebilir bir davranıştır.
- Eğer bu davranış kanuni ise etik olduğu da kabul edilebilir.
- Herhangi bir şekilde meydana gelme ve sonuçlanma olasılığı varsa (Ortaya çıkarılma ve cezalandırılma ihtimalinin mevcudiyeti).

Ahlaki ikilemlerin çözümünde altı aşamalı bir süreç izlenmektedir. Bu süreç ile yapılmak ve ulaşılmak istenen, mesleki ahlak konularını belirlemek ve kişinin kendi değer yargılarını kullanarak davranışlarında uygun yön kararını vermesine yardımcı olmaktır. Ahlaki ikilemlerin çözümünde izlenecek olan bu süreçler şunlardır (Selimoğlu, 2):

1. İlgili olayların tespit edilmesi
2. Olaylardan mesleki ahlak konularının tanımlanması
3. İkilemin sonucundan kimin etkilendiğinin ve her kişinin ya da grubun nasıl etkilendiğinin belirlenmesi.
4. İkilemi çözmesi gereken kişinin uygun seçenekleri tanımlaması,
5. Her seçeneğin geçerli sonucunun tanımlanması
6. Uygun davranışa karar verilmesi

Selimoğlu (Tarihsiz, 1-2), meslek etiğini (ahlakı), mesleki davranışla ilgili neyin doğru, neyin yanlış, neyin haklı, neyin haksız olduğu hakkında inançlara dayalı ilkeler ve kurallar topluluğu olarak tanımlamaktadır. Selimoğlu'na göre meslek ahlakı, sosyal çevre, kişisel ahlak ve işletme özelliklerinin oluşturduğu bir bütündür (Şekil 1).



Şekil 1 - Meslek Etiğine Uygun Davranışları Etkileyen Faktörler

2.6. TURİZM VE ETİK

Turizm, insanların seyahat etmesi sonucu ortaya çıkan bir sektör olup, ilk insandan günümüze insanlar birçok farklı sebepten seyahat etmektedir. İlk insanların avcılık, yiyecek bulma, değişik yerleri görme vb. amaçlarla başlayan seyahatleri, insanın yerleşik hayata geçip toplayıcılıktan üretken bir yaşama geçmesi, özellikle seyahatlerinde kullanabileceği at vb. binek hayvanlarını evcilleştirmesi, yazıyı bulması, pusulanın, tekerleğin, matbaanın icadı, barutun bulunması, lokomotifin, otomobilin, uçağın icadı gibi insan hayatını büyük ölçüde etkileyen teknolojik, bilimsel, kültürel, siyasal vb. gelişmelere bağlı olarak turizm de gelişmiş ve gelişmeye devam etmektedir. Bu gelişmenin en belirgin göstergesi ise dünya çapında seyahat eden insan sayısının bir milyar kişiye, turizm gelirleri toplamının ise bir trilyon dolara ulaşmasıdır.

Kozak vd. (2001: 4) turizmi, “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve standart olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışındaki başka bir yere eğlence, tatil, kültür, arkadaş ve akraba ziyareti, aktif spor, toplantı, görev, iş, öğrenim, sağlık, transit vb. amaçlarla seyahat etmeleri ve buralardaki turizm işletmelerinin ürettiği mal

ve hizmetleri talep ederek geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” olarak tanımlamıştır.

Turizm endüstrisi, günümüzde ulaştığı boyut itibariyle birçok ülke için önemli bir sektördür. Turizm sektörü, yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz sağlayan, istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, toplumsal ve insancıl fonksiyonları başaran önemli bir sektör halini almıştır. (Usta, 1992: 13)

Turizm sektörünün başlıca özellikleri şunlardır (Ünlüöner vd, 2007: 40):

- Hizmetler sektörü içinde yer alır. Kapsadığı faaliyetlerin özelliği dolayısıyla diğer sektörlerden yararlanır ve bu sektörlerle sürekli ilişki halindedir. Yerli ve yabancı turistlere satılan mal ve hizmetler, diğer birçok sektör tarafından üretilmiştir. Üretilen mal ve hizmetin bir kısmı doğrudan turistlere satılırken, kalan kısmı nihai talebin diğer elemanlarına veya ara tüketime yönelmektedir.
- Ülkenin doğal, tarihi ve kültürel değerleri sektörün sürekli ihtiyaç duyduğu temel hammaddeleri olduğundan hammadde yönünden dışa bağımlılık azdır. Bölgesel kaynaklara dayalı gelişme imkanı sağlar.
- Diğer sektörlerle oranla makineleşme ve otomasyon daha az olduğundan emeğe duyulan ihtiyaç diğer sektörlerle göre daha fazladır. Bu yüzden emek yoğun bir sektördür.
- Firmalar eksik rekabet piyasası şartlarında faaliyet gösterir. Sektörün mevsimsel özelliği ve turistik mahallerdeki turist sayısının farklılık göstermesi, turistik mal ve hizmet üreticilerinin istedikleri fiyatları kabul ettirdikleri bir ortamın oluşmasına ve piyasanın monopolcü rekabet ve oligopol piyasa şartları altında çalışmasına neden olmaktadır.
- Hizmetler üretildiği yerde ve anda tüketilmesi gerektiğinden sektörde stoklamaz yapılamaz.
- Turizm sektörü, ülkenin sosyo-ekonomik gelişme düzeyine, politik istikrarına, dünya ekonomisindeki şartlara büyük ölçüde bağımlı ve duyarlı bir sektördür. Bunlardaki en ufak olumsuz bir değişim sektörü büyük ölçüde etkilediğinden sektörde risk yüksektir.

- Sektördeki verimlilik aynı zamanda sosyal bir verimliliğin de göstergesidir.
- Turizm, turistik tüketimin konusu olan lüks, konfor, boş zamanları değerlendirme ve kültür gibi zorunlu olmayan mal ve hizmetleri üreten ve bu tür ihtiyaçları gidermeye yönelik bir sektör değildir.
- Turizm talebinde meydana gelen sürekli değişme, sektörün bu gelişmeye ayak uydurma zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır.
- Sektörde tüketicilerin, gelenek-görenek, dünya görüşü, psiko-sosyal etkenler, sosyal yapı, moda, snobizm gibi rasyonel olmayan davranışları söz konusudur.
- Sektörün döviz arzını etkilemesi, yüksek miktarda istihdam sağlaması, yüksek oranda katma değer sağlaması ve bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını gidermesi, ödemeler dengesine ve milli gelire etkisi gibi nedenlerle ülke ekonomisi üzerinde önemli etkileri mevcuttur.

Turizm sektörü, dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen sektörlerindedir. Bu yüzden hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler bu sektörden daha fazla kazanç elde etme çabası içindedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (WTO, 2012: 2-15) verilerine göre geçtiğimiz 60 yıl boyunca turizm sektörü dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen ve gelişen sektörü olmuştur. Bazı yıllardaki olumsuz durumlara rağmen uluslararası turist sayısı 1950'de 25 milyondan, 1980'de 277 milyona, 1995'de 528 milyona, 2011'de ise bir önceki yıla göre %4,6 artarak 983 milyona ulaşmıştır. 2010 yılında 928 milyar \$ olan turizm gelirleri ise 2011 yılında % 3,9 artarak 1 trilyon 30 milyar \$'a ulaşmıştır. Turist sayısı ve turizm gelirlerinde genel eğilim artış yönlüdür. Dünya Turizm Örgütü (WTO, 2012) 2030 'a doğru turizm öngörüsüne göre 2030 yılında uluslararası turist sayısının 1 milyar 800 milyon kişiye ulaşacağı beklenmektedir. Örgütün turizm ve dünya ekonomisi başlıklı yazısına göre; uluslararası turizm gelirleri 2003 yılında dünya mal ve hizmet ihracatının yaklaşık %6'sı, turizmin hizmet ihracatı içindeki payı ise yaklaşık %30 olmuştur.

Türkiye’de de turizm, ekonominin lokomotif sektörlerinden biridir. Ülkeye gelen turist sayısı ve turizm geliri bazı yıllar düşse de genel eğilim artış yönündedir.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023’e göre (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 3), 2023 yılında 63 milyon turist, 86 milyar \$ dış turizm geliri ve turist başına 1350 \$ harcama hedeflenmektedir.

WTO 2012 yılı verilerine göre 2011 yılında Türkiye turist gelişlerinde ilk on ülke içinde 29.3 milyon turistle 6. turizm gelirlerinde ise 23.020 milyar \$ gelir ile 12. sırada yer almaktadır.

Turizm ülkelerin kalkınmasında önemli olan bir sektörlerden biridir. Ülkeler bu sektörden elde ettikleri geliri farklı pazarlama ve tanıtım teknikleriyle artırma çabası içindedirler. Turizmin emek yoğun ağırlıklı bir hizmet sektörü olması ve etiğin insan davranışları ve eylemlerini inceleyen bir dalı olmasından dolayı turizm de etik kavramı önem verilmesi gereken bir konudur. Ayrıca, turizm sektörünün, özelliklerinde de belirtildiği üzere birçok sektörle ilişkili olması, sektörde farklı çıkar gruplarının oluşmasına yol açmış, bu durum sektörün etik açısından incelenmesini gerekli kılmıştır.

Farklı ülke ve kültürlerden gelen insanların seyahat, konaklama, yeme-içme gibi bir takım aktiviteleri paylaşmaları, bu paylaşım sırasında ev sahibi ülkenin insanları ve işletmeleri ile karşılıklı ilişkilerin yaşanma zorunluluğu turizm sektöründe etik kavramının önemini ön plana çıkarmıştır (Ünusan ve Sezgin, 2004: 91-92). Farklı beklenti ve istekler içinde turizm hizmetini talep edenlerle, bu talebe yanıt verecek kesim arasındaki en önemli konulardan biri etik değerlerdir. Uluslar arası ve ulusal nitelikli yasa ve sözleşmelerle her iki tarafın hak ve sorumlukları belirlenmiş olsa da, hizmet alınan ortamın niteliği, birbirinden farklı bireysel davranışlar ve durumlarla karşılaşma olasılığı, turizm sektörünü besleyecek yeni yöntem, kural ve standartların gereğini ortaya çıkarmıştır (Kozak ve Güçlü, 2006: 2).

Turistin memnuniyet düzeyinin artırılmasında ve turizm faaliyetlerinin etkinliğinde, yöre halkının ve turistlerin olumlu etkileşimi önemlidir. Bunun sağlanması, doğru ve güvenilir hizmet anlayışı, turistleri aldatmamak, dürüst olmak ve ahlak kuralları çerçevesinde hizmet sunmakla mümkündür (Kozak ve Güçlü, 2006: 9).

Turizm sektörünün özellikleri dolayısıyla turizm ve etik arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bu özellikler şunlardır (Kozak ve Güçlü, 2006: 10-11):

- Turizmin emek yoğun bir sektör olması dolayısıyla turist ve hizmet sunanlar arasındaki ilişki diğer sektörlere göre daha fazladır. Bu açıdan, misafirperver, nazik, saygılı dürüst ve iyi davranma ve huzuru sağlama gibi temel etik değerler bu alanda önemlidir.
- Turizm sektörünün üretim özellikleri ve süreci dikkate alındığında etik ile hizmet süreci arasında sıkı bir ilişki vardır. Müşterilerin yalnızca, seyahat, konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarının değil; sosyal ihtiyaçlarının da karşılandığı göz önüne alındığında, bu ilişki daha açık bir hal alır. Sektörde üretilen ürünün önemli bir kısmının doğrudan doğruya müşterilerin önünde oluşturulması ve sunulması, müşteriler ve çalışanların gece gündüz aynı mekanda bulunması, ürünün sunumu yanında müşterilerin, can ve mal güvenliğinin de sağlanması, işlerin yürütülmesinde bazı ahlak kuralları ve standartlarını adeta bir zorunluluk haline getirmektedir.
- Kaliteli üretim, müşteri ihtiyaçları, müşteri şikayetleri, toplam kalite, verimlilik ve yönetim tarzı gibi konular günümüzde, hizmetlerin etkinliğinin sağlanmasında önemli değerler arasında sayılmaktadır. Bütün bunların etik kavramı ile ilişkisi olması dolayısıyla, etik kavramı turizm işletmeleri için önemli bir husus halini almaktadır.
- Turizm sektörünün bir hizmet sektörü olması ve üretilen ürünün üretildiği yerde tüketilmesi zorunluluğu çok farklı kültürlerden insanların, çalışan ya da müşteri olarak bir arada bulunmasını zorunluluk haline getirmektedir. Bu tür farklı kültürlerden oluşan çoklu ortamlar uluslar arası normlara göre hareket etmeyi gerektirdiğinden, farklı beklenti ve isteklerle hizmet talep edenlerle, bu talebi karşılayacak kesim arasındaki önemli köprülerden biri etik değerlerdir.
- Turizm endüstrisinde her konu, yapısı gereği ahlaki değerlerle yakından ilgilidir. Örneğin düzenlenen turlarda seyahat acentasının tur programında doğru ve gerçek bilgilerin yer alması önemlidir.
- İşgücü devir oranı, cinsel taciz, eşit hak ve fırsat özgürlüğü, terfi olanakları, ücret, eşitlik, yerel halkın turistlere karşı olumsuz tutumları

gibi bazı temel konular salt yasal açıdan değerlendirildiğinde, iç açıcı olmayan sonuçlarla karşılaşılabilir. Bu tür olumsuz gelişmelerin önlenmesinde bazen toplumsal değerler ve etik standartlar (kodlar) daha etkili olabilmektedir.

- Turizm sektöründe üretilen ürünün stoklanamaz olma özelliği; ürünün üretildiği anda ve yerde tüketilmesini zorunlu hale getirmektedir. Bu nedenle, bazı turizm işletmeleri kısa vadeli kar sağlamak için, uzun vadede kaliteye ve meslek etiğine zarar verebilmektedir. Bundan dolayı turizm endüstrisindeki faaliyetlerin yürütülmesinde toplum odaklı ve toplumsal değerler yönlü düşünmek zorunluluğu vardır.

Turizmde etikin önemi dolayısıyla, Dünya Turizm Örgütü (WTO) turizmde etik kodlar hazırlanması için çalışmalara başlamıştır. Örgüt hazırlanacak Turizmde Küresel Etik Kodların amacını, turizmin gelişmesinde, paydaşlara, merkezi ve yerel yönetimlere, yerel topluluklara, yerli ve yabancı ziyaretçilere ek olarak turizm endüstrisi ve profesyonellerine rehberlik etmek olan geniş kapsamlı bir ilkeler topluluğu olarak belirlemiştir. Bu amaçla, 1997 yılında İstanbul'da toplanan Dünya Turizm Örgütü Genel Kurulu, turizmde etik ilkeler hazırlanması konusunda karar almıştır. Özel bir komite tarafından iki yıl süren hazırlık çalışmalarından sonra Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu 1999 yılı Nisan ayında ilkelerin kabul edilmesini onaylamış ve Dünya Turizm Örgütü'nden özel sektörden, sivil toplum kuruluşlarından ve işçi örgütlerinden daha fazla katkı yapmalarını istenmiştir. Örgüt (WTO, 2012), kendisine üye olan 70 üye ve kuruluşun katkılarını aldıktan sonra, 1 Ekim 1999 tarihinde 13. Genel Kurulu'nu gerçekleştirdiği Şili'nin başkenti Santiago'da, turizmin toplum ve çevreye olumsuz etkilerini azaltmak, dünya turizminin sorumlu ve sürdürülebilir gelişimini bir dizi ilkeye bağlamak amacıyla, 10 bölümden oluşan Turizmde Global Etik İlkeler Bildirgesi'ni kabul etmiştir (EK:1).

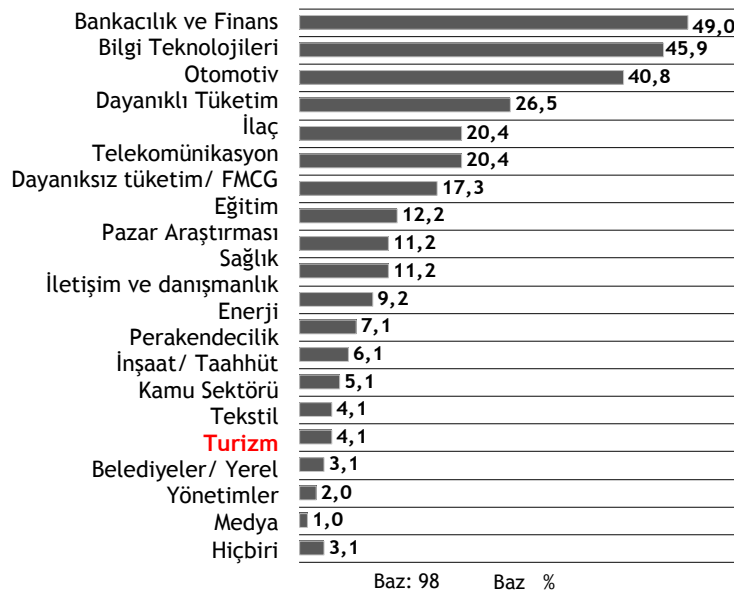
Turizm etik ilkeleri, turizm faaliyetlerine katılan tüm kesimlerin uymaları gereken tavsiye niteliğindeki temel kurallardır. Turizm Etik İlkeleri, her bireye görev ve sorumluluk yüklemektedir. Her kesimin, görev ve sorumluluklarını en iyi şekilde yerine getirmesi, turizmdeki hedeflere ulaşılmasında en büyük katkıyı yapacaktır.

Tavmergen (2000: 19), insan ilişkilerinin özellikle önemli olduğu turizm sektöründe etik konusunun önem kazandığını, etik dışı uygulamaların, turizm

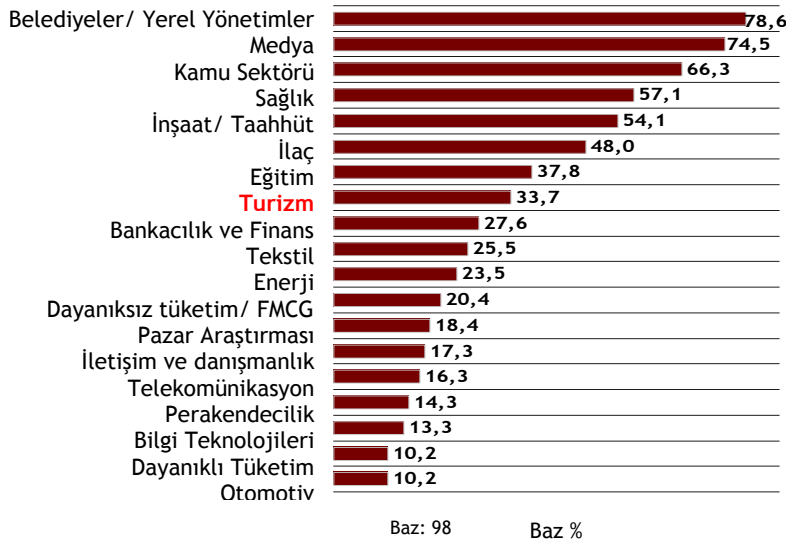
işletmelerine özellikle pazarlama, satış ve finans yönlerinden uzun vadeli ve kalıcı zararlar verebileceğini, müşteri odaklı hizmet sektöründe çalıştıkları için turizm işletmelerinin yöneticilerinin diğer sektör yöneticilerine göre daha fazla etik karar verme durumunda olduklarını ileri sürmektedir.

Türkiye Etik Değerler Merkezi'nin (TEDMER) 2007 yılında yapmış olduğu bir araştırmada etik konusunda en fazla yol almış ve yol alması gereken sektörler Tablo 2 ve Tablo 3'de verilmiştir:

Tablo 2 - Etik Konusunda En Fazla Yol Almış Sektörler



Kaynak: Türkiye Etik Değerler Merkezi (http://www.tedmer.org.tr/pdf/etik_barometre.pdf, 13.02.2013)

Tablo 3 - Etik Konusunda En Fazla Yol Alması Gereken Sektörler

Kaynak: Türkiye Etik Değerler Merkezi (http://www.tedmer.org.tr/pdf/etik_barometre.pdf, 13.02.2013)

Tablolarda görüldüğü üzere turizm sektörü etik konusunda en az ilerlemenin olduğu ve en fazla yol alması gereken sektörler arasında gelmektedir.

2.7. TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİ

Para kazanmak amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle devamlı olarak yaşadığı oturduğu yerlerden geçici olarak ayrılan ve tüketici olarak belirli süre seyahat edip devamlı kalış şekline dönüşmeyen, kaldığı yerden tekrar ikamet yerine dönen kimseye turist denmektedir (Sezgin, 1995: 5).

22.06.2012 tarih ve 28331 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nda turist rehberi "Bu kanun hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişi" turist rehberliği hizmeti ise "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" olarak tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 2012: 1).

Profesyonel Turist Rehberi (Seviye 5) Ulusal Meslek Standardında turist rehberi "Yerli veya yabancı turistlere, turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil ile uyumlu olmak üzere, rehberlik kimlik kartında belirtilen dillerde rehberlik eden, Türkiye’de tanıttığı bölgenin tarihi, kültürel ve doğal mirası hakkında bilimsel ve kapsamlı bilgi sahibi olan ve bu bilgileri iyi derecede bildiği en az bir yabancı dil ile turistlere aktarabilen, Türkiye’nin imajını en iyi şekilde yansıtabilen, seyahat acentaları tarafından düzenlenen tur programlarını seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürüten, gezi programının tüketiciye satıldığı şekilde yürütülmesini sağlayan veya müze ve ören yerlerinde organize olmuş grup/kişilere rehberlik eden kişidir." olarak tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 2010: 7).

Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (World Federation of Tourist Guide Associations - WFTGA) ve Avrupa Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (European Federation of European Tourist Guide Associations - FEG) ise turist rehberini, bir bölgenin kültürel ve doğal mirasını ziyaretçilere, ziyaretçilerin seçmiş oldukları dilde aktaran ve yol gösteren, genellikle yetkili bir kuruluş tarafından verilmiş veya tanınmış, belli bir alanda uzmanlığa sahip kişi olarak tanımlanmaktadır.

Ahipaşaoğlu (2001:2) turist rehberini turizm rehberi olarak ifade etmiş ve şu şekilde tanımlamıştır: “Seyahat acentaları veya tur operatörlerine bağlı olarak çalışan, bir yönelime ulaşmış turistlere yol gösteren, bilgi aktarımı yapan ve yönelimi tanıtan kişilerdir. Tanımları ve görevleri gereği turizm endüstrisinin turistle birebir temas eden, ürünü birlikte üreten, turistin mutluluklarını ve şikâyetlerini birlikte yaşayan; gözlemleri, deneyimleri ve geri bildirimleri ile hem kaliteyi sağlayan hem de turizmin geleceğinin şekillendiren elemanlardır.”

Bir başka tanıma göre turist rehberi, turistlerin seyahatleri sürecinde, turistlerle iletişim kuran, turistlerin seyahatin başlangıcından bitişine kadar olan seyahat organizasyonunu kolaylaştıran, ziyaret edilen mahalli tüm yönleriyle turistlere tanıtan, turistlerin turizm mahallinde hoş vakit geçirmesini sağlayan, olağandışı durumlarda turistlere yardımcı olan ve turistlerin seyahati sürecinde haklarını koruyan kimsedir (Yıldız, Kuşluvan ve Şenyurt, 1997: 10).

Turist Rehberi, tur operatörleriyle, seyahat acenteleriyle, tur liderleriyle, yerli ve yabancı turistlerle, konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleriyle, turistlerin alışveriş yaptıkları mağaza personeliyle, enformasyon memurlarıyla ve tur gereğince gezilen yerlerdeki sağlık personeli, kolluk kuvvetleri, sigortacılar, ulaştırma ve diğer hizmetleri veren kişilerle iletişim halinde olur. Her türlü iklim koşullarında, açık veya kapalı mekânlarda, uzun ve değişken çalışma saatlerinde seyahat etmeyi gerektiren, hareketli ve değişken ortamlarda çalışılabilen bir meslektir. Mesleğin icrası esnasında kaza ve yaralanma riskine karşı gerekli iş sağlığı ve güvenliği önlemleri alınmalıdır (Resmi Gazete, 2010:8).

2.7.1. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TURİST REHBERLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Rehberlik dünyanın en eski mesleklerinden biridir. Mesleğin nasıl başladığı konusunda kesin bir bilgi olmamasına rağmen, rehberlik hizmetinin ilk insanların yiyecek, içecek, barınak arama ve coğrafi yön bulma gibi işlemlerinden doğduğu çıkarılmaktadır. İnsanoğlu yaradılışındaki hareketlilik, her şeyin iç yüzünü öğrenme güdüsü, yeni şeyler arama ve heyecanlı olaylar peşinde koşma isteği ile yüzyıllar boyunca bireysel ve toplu olarak seyahat etme eğilimindedir. İlk insanlar seyahatlerini çalışma amacıyla yaptıklarından, İngilizce seyahat anlamına gelen “travel” kelimesi Latince “travail” yani çalışma kelimesinden türemiştir. (Ahipaşaoğlu, 2001: 4).

İnsanların yerleşik hayata geçip üretime başlaması ile insanoğlu önce yakın daha sonra uzak komşularıyla ticaret yapmaya başlamış, bu ticari faaliyetler sonucu insanlar seyahat etmeye başlamış, böylece ilk turizm hareketi doğmuştur. Yapılan seyahatlerde, güvenli yolları, gidilen ülkeyi veya bölgeyi iyi bilen kişilere ihtiyaç duyulmuştur. İnsanlar ilkçağlarda ticaret, spor, din gibi nedenler ile bilimsel merak ve araştırmalar amacıyla da seyahat etmekteydi. İlk çağlarda seyahat etmek birçok güçlüğü de beraberinde getiriyordu. Seyahate çıkanların (seyyahlar), yol güzergahı üzerindeki soyguncular, hırsızlar vb. için seyyahlar kolay hedefti. Bundan dolayı insanlar genelde gruplar ve kervanlar halinde seyahat ediyorlardı ve güvenlikleri için yanlarına güvenli yolları ve çevreyi bilen, güçlü, kuvvetli, iyi nişancı olan kişileri rehber olarak alıyorlardı. Böylece rehberlik mesleğinin insanoğlunun seyahat etmesi ile başladığı söylenebilir. Rehberin o dönemde birçok işlevi vardı. O dönemde rehberlere “yol

gösterici” ve “çiçerone (kılavuz)” gibi isimlerle hitap edilmekteydi. Antik dönemlerde ticaret kabilelerinin, savaşa giden orduların mutlaka bir yol göstericisi yani rehberi vardı. Antik kaynaklarda rehberlerin büyük ordulara yol gösterdikleri ve ticaret kabilelerini alıp dünyanın bir ucundan diğerine götürdükleri anlatılmaktadır. Büyük İskender’in Anadolu seferinde ordusuna yol gösteren Likyalı bir rehberden yardım aldığı bahsedilmektedir. Milattan sonra 600 yıllarında Anadolu’ya askeri, ticari ve dini sebeplerle yoğun bir seyahat başlamış ve bu durumda Anadolu’yu karış karış bilen rehberlerden yararlanılmıştır (Pond’dan aktaran Hu, 2007: 13).

Dünyada yazılı kaynaklarda bilinen ilk turist rehberi, Kızıldeniz’i ikiye yarıp yarım milyon insanı karşı kıyıya geçirmesinden dolayı Hazreti Musa olarak kabul edilmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı, 1983: 25). Feifer’den aktaran Ahipaşaoğlu’na (2001: 7) göre dünyanın yazılı kaynaklara geçmiş ilk rehberleri, Mısır’da Pkargoh Amenhotep III’ün kırılmış taş heykeli ile ünlü Thebes meydanını ziyaret eden Romalılara yol gösteren Mısırlı rahiplerdir.

Günümüz turizmine ilişkin ilk belirtileri eski Yunan ve Roma’da görmek mümkündür. Romalılar döneminde seyahat etmek önemli bir etkinlik ve prestijli bir işti. Romalılar zevk için seyahati ve yılın belirli zamanlarında tatili gelenek haline getirmiş bir toplumdur. Bundan dolayı rehberlikle ilgili ilk kaynaklara Roma İmparatorluğu dönemlerinde rastlanmaktadır. Milattan önce 700 yıllarında başlayan Olimpiyat oyunları, organize seyahatlerin başlangıcı ve spor turizminin temeli olarak kabul edilmektedir. Anadolu’da doğup büyüyen ve uygarlık tarihinde ilk eserleri veren tarihin babası sayılan Yunanlı tarihçi Herodot gezdiği yerlerin adetlerini ve geleneklerini öğrenip aktarmasından dolayı kültür turizmini başlatan ve ilk tercüman rehberlerden biri olarak kabul edilmektedir (Dinçer, 1997: 124).

Romalılar döneminde ticarete yaşanan artış ile refah düzeyinin yükselmesi, yol ağlarının gelişmesi ve güvenliğinin sağlanması, Roma parasının her yerde geçerli bir mübadele aracı olması, turistik amaçlı seyahatlerde artışa yol açmıştır. İlk zamanlarda turistler zenginler ve asiller arasından çıkmıştır. Zengin ve imtiyazlı insanlar zevk, dünyanın diğer yerlerini keşfetme merakı gibi sebeplerle seyahat etmeye başlamışlardır. Romalılar döneminde Anadolu, turizmden ciddi paylar almıştır. Truva önemli bir turizm merkezi haline gelmişti. Truva’da ayrıntıların gözden kaçmaması için turistlerin rehberli turlara katılması zorunlu tutulmuştur. Turistler İlyada’dan bölümler okuyan eğitimli

rehberler eşliğinde gezdirilmekteydi. Bunun yanı sıra bilimsel merak ve araştırmalar amacıyla da geziler yapılıyor ve bu gezilerde deneyimli rehberlerden yararlanılıyordu (Ahipaşaoğlu, 2001: 9).

Ortaçağ dini görüşlerin egemen olduğu bir dönemdir. Müslümanlar Mekke'yi, Hıristiyanlar ve Museviler Kudüs'ü ziyaret edip, hacı olmak amacıyla seyahat etmişlerdir. Bu seyahatler sırasında hacı adaylarına rehberler eşlik etmekteydi. Rehberler hacı adaylarına kutsal yerleri gezdirir, o yerlerle ilgili anlatımlarda bulunurlardı. Yunus Emre'nin "Ah Nice Bir Uyursun" şiirinde "Delilsiz gidilmez, yolar yamandır." mısrasında geçen "delil" Arapça bir kelime olup, yol gösteren, kılavuz; belge, şahit, tanık, kanıt anlamlarındadır. Bu mısradaki delil kelimesi rehber anlamında kullanılmıştır. Ayrıca günümüzde Diyarbakır'da bulunan, halk arasında "Deliller Hanı" olarak bilinen bir han bulunmaktadır. Bu hana "Deliller Hanı" denilmesinin nedeni, her yıl Hicaz'a gitmek üzere bu handa toplanan hacı adaylarını götürecek rehberlerin bu handa kalmalarıdır. Buda şunu göstermektedir ki; geçmişte Hıristiyan veya Müslümanlardan hacca gideceklere, yolların güvensiz olması nedeniyle daha güvenli yerlerden götürmek ve yol göstermek amacıyla rehberlerin eşlik ettiği bir uygulamadır. Avrupalı Hıristiyanların, kutsal sayılan Kudüs ve Filistin'i Müslümanlardan almak ve hacı olmak amacıyla başlattıkları hac seferleri turizmin ortaçağdaki biçimiydi. Kutsal yerleri ziyaret eden Avrupalılar yerli rehberler eşliğinde Hıristiyan efsanelerinde anlatılan yerleri ziyaret ederdi. Bu tür seyahat organizasyonlarında; ulaşım, konaklama, yeme-içme, sınır geçiş hizmetleri, güvenlik, rehberlik, giriş ücreti gibi çağımızın tur öğelerinin tümünü ilkel biçimde de olsa görmek mümkündür (Ahipaşaoğlu, 2001: 9). Günümüzde de milyonlarca Müslüman, Hıristiyan ve Musevi hacı olmak amacıyla kutsal saydıkları yerleri ziyaret etmekte, bu ziyaretleri esnasında kutsal yerlerin gezdirilip, anlatılması görevini rehberler yapmaktadır. Türkiye'de İzmir Selçuk'taki Meryem Ana Evi, Antalya Demre'de bulunan Noel Baba Kilisesi Hıristiyanlar tarafından ziyaret edilerek hacı olunmakta, bu ziyaretler sırasında rehberler hizmet vermektedir.

16. yüzyılda İngiliz soyluları arasında seyahate çıkmak bir moda haline gelmiş ve seyahatler eğitim amaçlı olmaya başlamıştır. Grand Tour (Büyük Tur) adıyla yeni bir kavram ortaya çıkmıştır. Büyük tur, İngiltere Kraliçesi Elizabeth tarafından yurt dışında diplomat olarak görevlendirilecek kişilerin eğitimlerini tamamlamaları için Avrupa'nın önemli şehirlerine üç yıl süreli yapılan ve ilk kez Sir Philip Sidney başkanlığında başlayan bir uygulama gezisidir. Bu gezide Fransa, İsviçre, İtalya, Almanya, Avusturya

ve Benelüks ülkeleri gezilmekteydi. Büyük tur ile birlikte Avrupa'da soylu, zengin üst sınıf ailelerin gençleri arasında eğitim için yurtdışı gezilere katılmak bir gereklilik haline gelmişti. Genellikle, gelecek vaat eden bu gençlere uzun seyahatleri boyunca onların ufkunu açacak, kişisel gelişimine katkıda bulunacak ve bilgilerini artıracak rehberler (çiçerone) eşlik ederdi. Çiçerone adı Avrupa'da saygı duyulan, engin bilgili Romalı ünlü devlet adamı ve hatip, Çiçero'dan gelmektedir. Rehberler hem öğretmen hem de dinsel danışman olarak görev yapmaktaydılar. Zengin ziyaretçilerin antik şehirleri, kültür merkezlerini, mimari yapıları gezmesi için rehberlere ihtiyaç duyulmuştur. O dönemde Venedik İtalya'da rehberi olmayan tek kenti. İsviçreli muhafız Hans Hoch 1606-1659 yılları arasında yaklaşık 1300 kişiyi Roma'ya götürmüş ve rehberlik yapmıştır (Dinçer, 1997: 126).

Sanayi devrimi ile geleneksel üretimin, yerini buhar gücüyle çalışan makineleşmiş fabrikaların alması, üretimin artmasına, Avrupalıların gelir ve boş zamanlarında artışa, böylece daha fazla seyahat etmelerine neden olmuştur. 1841 yılında İngiltere'nin Leicester kentine, 20 km. uzaklıktaki bir alanda düzenlenen festivale, 571 kişilik bir turist kafilesini götürerek, ilk organize turu gerçekleştirmesinden dolayı günümüzün çağdaş anlamdaki seyahat endüstrisinin kurucusu Thomas Cook olarak kabul edilmektedir. Bu hareketiyle modern anlamda ilk turizm hareketini başlatan ve ilk paket turu düzenleyen kişi olmuştur. Tur organizatörü olarak yeni bir meslek alanı yaratmıştır. 1856'da ilk seyahat acentasını kurmuş ve turist rehberi olarak müşterilerini Paris'e götürmüştür. Cook düzenlediği turları bizzat yöneterek günümüz rehberliğinin de öncülüğünü yapmıştır. Thomas Cook'un şirketinden başka 20. yüzyıldan önce organize turlarda rehberlikle ilgili hiçbir delil yoktur. Thomas Cook, bugünün rehberlerinin atası olarak kabul edilmektedir (Pond'dan aktaran Hu, 2007: 13).

Paket turlar ile seyahatlerin ucuz ve risksiz hale gelmesi, 20. yüzyılda ulaşım, konaklama ve diğer hizmetlerdeki konfor, sürat ve ucuzlamanın artması, maliyetlerde azalmalara neden olmuştur. Bu durum Büyük Tur'un artık sadece aristokrat kesim için değil herkes için yapılabilir olmasını mümkün kılmıştır. Kitle turizminin başlaması ile gezilen görülen yerlerde yapılan yorum ve aktarımlar profesyonel kişiler tarafından yapılan bir iş haline gelmiştir. Tarihi binalar, müzeler, antik kentler, sergiler ve kutsal emanetlerin ziyaretçiler için daha anlamlı hale getirilmesi için lisanslı turist rehberleri bu konuda eğitilmişlerdir. Geçmişte genç aristokratlar tarafından gezilen yerlerin

tanıtılıp, anlatılıp, yorumlanması konunun muhatapları tarafından yapılırken kitle turizminin başlaması ile bu işi rehberler yapmaya başlamıştır (Ahipaşaoğlu, 2001: 14).

Pusulunun icadı ve gelişen denizcilik becerilerinin, uzun deniz seyahatlerine çıkılmasını mümkün kılması, lokomotifin ve otomobilin keşfi ile ulaştırma araçlarının konfor, teknoloji ve sürat açısından gelişmesi seyahat endüstrisini daha da geliştirmiştir. İkinci dünya savaşından sonra uçakların sivil amaçlarla kullanılmaya başlaması seyahat eden kişi sayısında hızlı bir artışa neden olmuştur. Bu artış turist rehberlerine duyulan ihtiyacı da artırmıştır. Günümüzde dünya çapında gezme, görme, yeni yerler keşfetme, yeni kültürler tanıma, yeni şeyler öğrenme vb. amaçla seyahat eden turist sayısı her geçen yıl artmaktadır. Buna bağlı olarak da bu insanlara yol gösterecek, gezilen görülen yerleri anlatacak, her türlü konuda yardımcı olacak turist rehberlerine de ihtiyaç artmaktadır. Turist rehberlerine olan ihtiyacın artması bu mesleğe sahip insanların sayısında artışa neden olmuş ve zamanla rehberlerin haklarını koruyacak dernek, oda ve federasyon şeklinde örgütlenmesine yol açmıştır.

Günümüzde dünya çapında bir örgüt olan Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (World Federation of Tourist Guides Association) İsrail Rehberler Birliği'nin girişimiyle 1985 yılında, turist rehberlerini uluslararası alanda temsil etmek, rehberlerin çıkarlarını korumak, rehberlik mesleği ahlak ilkelerini geliştirmek, rehberlerin kişisel gelişimlerine katkısı olacak eğitim programları düzenlemek gibi amaçlarla kurulmuştur. Aynı şekilde, Avrupa çapında Avrupa Birliği üyesi devletlerin turist rehberlerini bir araya getirmek, üyeler arasındaki bağı kuvvetlendirmek, rehberlerin haklarını korumak, Avrupa ve dünya çapında rehberlik mesleğini temsil etmek ve rehberler tarafından sunulan hizmetin kalitesini arttırmak gibi amaçlarla 1986 yılında Avrupa Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (European Federation of Tourist Guides Association) kurulmuştur.

Türkiye'de ise turist rehberliğinin gelişimi Osmanlıya dayanmaktadır. 1699 Karlofça ve 1700 İstanbul Antlaşmalarından sonra, Osmanlı İmparatorluğunun önce askeri buna bağlı olarak ekonomik olarak gücünü kaybetmesi, Avrupa'nın gerisinde kalmasına neden olmuştur. Bu durumu fark eden devlet adamları devleti ve orduyu güçlendirmek için Avrupa'dan uzmanlar ve mühendisler getirmiş, Batı tarzında yenilikler yapmaya başlamışlardır. 1839'da Tanzimat Fermanı'nın ilanı ile herkese hukuki ve mali güvenceler getirilmesi ile bir yandan Avrupa'yla eğitim, güzel sanatlar,

ticaret alanındaki ilişkiler artmış öte yandan ulaşım sektöründeki gelişmeye bağlı olarak Avrupa'dan Osmanlı'ya gelen ve Osmanlı'dan özellikle Avrupa'ya eğitim amaçlı seyahatler artmıştır. 5 Haziran 1883'te Orient (Şark) Ekspres'in Paris – İstanbul tren seferlerine başlaması ve Kırım savaşında Osmanlının Batılı devletlerle Rusya'ya karşı işbirliğinde olması, Avrupalılarda Osmanlı'ya karşı merak ve sempati uyandırmıştır. Birçok Avrupalı, Bizans İmparatorluğu'na başkentlik yapmış, Hıristiyanlar için özel bir öneme sahip İstanbul'u görmek arzusuyla Osmanlı'ya seyahat etmeye başlamıştır. Sayıları gittikçe artan yabancı ziyaretçilere tarihi ve kültürel mekânları gezdirecek, ülkeyi tanıttak rehberlere ihtiyaç duyulmuştur. Rehberlik hizmetinin o dönemde yabancılara verilen bir hizmet olması en az bir yabancı dil bilinmesini zorunlu hale getirmiş, Müslüman Türk nüfusun yabancı dil konusundaki yetersizliği, mesleğinin o dillere vakıf olan çoğu Levanten veya Rum, Musevi, Ermeni gibi azınlıklar tarafından icra edilen bir meslek haline gelmesine yol açmıştır. O dönem konjonktüründen bakıldığında ulusçuluk akımlarının başladığı bir dönemde böyle bir mesleğin azınlıklar tarafından yapılmasının ne kadar sakıncalı olduğu aşikârdır. Hiçbir eğitimden geçmemiş, kulaktan dolma bilgilerle rehberlik yapan bu azınlık mensubu rehberler, ülkedeki azınlıkların ezildiği gibi bir takım yalan yanlış bilgilerle Osmanlı hakkında anti propaganda yapmaktaydılar. Durumun farkına varan Osmanlı Hükümeti 20 Ekim 1890 tarihinde “Seyyahına Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname”yi yayımlamıştır. Nizamname altı maddeden oluşmaktaydı ve o dönem için tercüman rehberlik mesleği ile ilgili yasal bir düzenleme getirmekteydi (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2006b: 6).

Osmanlı Hükümeti nizamnameyi yürürlüğe koymasına rağmen ülkenin içinde bulunduğu şartlardan dolayı uygulanmasıyla pek ilgilenememiştir. 1914'te I. Dünya Savaşı'nın çıkması ile rehberlik mesleği tamamen başıboş bırakılmış, azınlıkların yaptığı antipropaganda çalışmalarına engel olacak kontroller bile yapılamamıştır. 1914'ten 1923 yılına kadar İngiliz Kemal olarak bilinen ünlü casus Esat Tomruk ve Kıbrıslı Hayri Bey gibi yabancı dil bilen birçok vatansever gönüllü rehberlik hizmeti vermiştir (Çimrin, 1995: 12).

Yabancıların gayrimüslim kişiler eşliğinde ülkeyi ziyaret etmelerinin Türkiye ve Türk imajını olumsuz etkilediğini gören Atatürk, 1923 yılında “Türk Seyyahın Cemiyeti” adıyla bir dernek kurulması talimatını vermiştir. Dernek, gelen turistleri karşılıyor, onlara tarihi ve turistik yerleri gezdiriyor, ülke hakkında bilinen yalan yanlış

bilgileri düzeltmeye çalışıyordu. Dernek 1926 yılında “Türkiye Turing Kulübü”, 1930 yılından itibaren ise “Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu” adını almıştır. Dernek, Atatürk’ün destek ve himayesiyle kamu yararına çalışan bir kurum olarak kabul edilmiştir. Kurum önemli bir boşluğu doldurmuş, önemli bir ihtiyaca cevap vererek uzun yıllar turizm, kültür ve teknik alanlarda bir devlet organı gibi görev yapmıştır. Turing Kurumu ilk olarak İstanbul’a gelen yabancı turistlerin ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışmış ve tercüman konusuna el atmıştır. Azınlıkların elinde olan bu mesleğe ciddi bir düzen verilmiş, belediyeden alınan yetki ile tercümanlar kurumun arkeoloji uzmanları tarafından kurstan geçirilip, sınava tabi tutularak başarılı olanlara belge verilmiş, diğerleri ise tasfiye edilmiştir. Türkiye’yi ve Türkleri dünyaya doğru tanıtacak turist rehberleri ile ilgili ilk düzenlemeler gerçekleştirilmiş, ilk yabancı dil kursları açılmış ve ilk tercüman rehber sınavları yapılmıştır (Gülersoy, 1996: 6).

Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasından sonra 8 Kasım 1925’te Bakanlar Kurulunun 2730 sayılı Kararı ile “Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık Edecekler Hakkında Talimatname” yayımlanmıştır. 10 maddelik talimatnamenin 1. maddesinde “Rehber” kavramına yer verilmesi rehberlik mesleği için büyük önem arz etmektedir. Zira 20 Ekim 1890 tarihinde yayımlanan Seyyahına Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname, ülkeyi ziyaret eden yabancılara tercümanlık yapacaklar için düzenleme getirmiştir. Bu düzenleme ülkeye gelen yabancılara çevirmenlik yapmak olarak algılanmaktadır. Oysaki rehberin fonksiyonu tercümanlıktan çok farklıdır. Böyle bir ayrıma talimatnamede yer verilmesi rehberliğin tercümanlıktan farklı bir meslek olarak kabul edildiği anlamına gelmektedir. Bunun dışında talimatnamede, 20 Ekim 1890 tarihinde yayımlanan Seyyahına Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname’ye göre değişen pek fazla bir şey yoktur. Talimatnamenin yayınlandığı yıllarda turistik faaliyetlerle ilgilenen resmi bir kurum olmamasından dolayı rehber eğitimi diye bir durum söz konusu değildi. Rehberlerin eğitimi ile Seyyahın Cemiyeti ilgilenmekteydi. 2730 sayılı Karar Türkçeyi iyi konuşup yazma koşuluyla rehberlik yapma imkânı verdiği için yabancı uyruklularda bu imkânlardan faydalanmaktaydı. Bunun sakıncalarının görülmesi üzerine 11 Haziran 1932’de 2007 sayılı Kanun ile, bazı sanat ve hizmetler ile seyyahlara tercümanlık ve rehberlik mesleklerine Türk vatandaşı olma şartı getirilmiştir (Dinçer, 1997: 147).

1928 yılı Aralık ayında İstanbul Vilayeti İktisat Müdürlüğü tarafından ilk kez tercüman rehberlik kursu açılacağı ilan edilmiş, kurs sonucu 50 kişi belge almıştır. 1930

yılından itibaren rehberlerin vergiye tabi tutulması ile rehberlik ilk kez meslek olarak kabul edilmiştir. 1935 yılında belediyelerde turizm şubeleri kurulmuş, o yıl içinde tekrar tercüman rehberlik kursu açılmış ve 53 kişi kurstan mezun olmuştur. Rehberlik o dönemde “dilmaç” olarak anılmış ve bir değişikliğe uğramadan 1950’ye kadar gelinmiştir. 1949 yılında Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Turizm Dairesi kurulmuştur. 1950 yılında yapılan “İkinci Turizm Danışma Kurulu”na Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürü Halim Alyot tarafından kurula sunulan rapor, tercüman rehberliğin önemini vurgulamaktadır. 1951 yılında Türkiye Milli Talebe Federasyonu (TMTF) yabancı dil bilen üniversite öğrencilerine rehberlik kursu açmış, bu kurslardan 129 kişi mezun olmuştur (Çimrin, 1995: 14).

İstanbul Belediyesi ve Basın-Yayın İl Müdürlüğü tarafından 1955, 1958 ve 1960 yıllarında tercüman rehberlik kursları açılmış, toplam 128 kişi mezun olmuştur (Dinçer, 1997: 147). 1960’lı yıllarda TMTF’den sonra Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı (TMGT) ve Milli Türk Talebe Birliği (MTTB) ayrı ayrı rehberlik kursları açmışlardır (Ahipaşaoğlu, 2001: 23).

20 Ağustos 1963’te 265 sayılı Kanun’la kurulan Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nın 26. maddesinde “Bakanlık, çalışma alanına giren konularda personel yetiştirmek için kurslar ve uzman okullar açabilir.” denilmektedir. Yine 6083 sayılı Kanun’un 36. maddesi uyarınca çıkarılan 5643 sayılı Turizm İşbirliği Nizamnamesi’nin 5. maddesinin “m” fıkrasına göre “Rehber ve Tercümanların yetiştirilmesi, bunların kontrolü ve ücretlerinin tespiti” Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nın görev ve sorumluluk alanı içine alınmıştır. Bu kapsamda 1965 yılından itibaren başta İstanbul, İzmir ve Antalya olmak üzere değişik zamanlarda ilk kapsamlı tercüman rehberlik kursları açılmaya başlanmıştır. 1964-1968 yılları arasında açılan kurslar bir yönetmelik çerçevesinde esaslara bağlanmadan, 1925 tarihli talimatname kapsamında ancak hizmet içi talimat ve genelgeler ile düzenlenerek yürütülmekteydi. Böylece ilk “Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği” 3 Eylül 1971 tarih ve 13945 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girdi (Bilgin, 1984:178). Bu yönetmelik 21 Mart 1974 tarihinde değiştirilerek “Profesyonel Turist Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adını almıştır. 1981’de yönetmelikte bazı değişiklikler yapılmıştır. 8 Eylül 1983 tarih ve 18159 sayılı Resmi Gazete’de yeni bir “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” yürürlüğe girmiştir. 2 Temmuz 1986 tarih ve 19152 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” ile

yönetmelik tekrar değiştirilmiştir. Bu yönetmelik ile Bakanlık öğrenci birliklerinden alınan belgeleri Bakanlıktan alınan belgelerle değiştirmek suretiyle iptal yoluna gitmiş, rehberlik kursu açma yetkisini sadece Bakanlıkta toplamıştır. Bu yönetmelikte de 15 Temmuz 1988 ve 09 Aralık 1988 tarihlerinde değişiklik yapılmıştır (Dinçer, 1997: 148). Yönetmeliğin 49. maddesinde yapılan değişiklik ile özel kurum ve kuruluşlara Bakanlıktan izin almak koşuluyla rehberlik kursu açma yetkisi verilmiş, ancak bu yetki, mesleğin stratejik öneme sahip olmasından dolayı 5 Mayıs 1990 tarihinde yapılan değişiklikle yeniden Bakanlığa verilmiştir. 1992 yılında Milli Eğitim Bakanlığı denetiminde olan özel kurslar tarafından rehberlik kursları açılmış, bu durum iki bakanlık arasında yetki çatışması doğurduğundan özel kursların kapatılması ile çözülmüştür. Üniversitelerde turist rehberliği bölümlerin açılmasıyla 9 Ağustos 1995 tarih ve 22369 sayılı Resmi Gazete’de yapılan düzenlemeyle 1986 tarihli yönetmelikte değişikliğe gidilmiş, üniversitelerin turist rehberliği bölümlerini bitirenlere Kamu Personeli Yabancı Dil Sınavından en az 70 puan (C) almak veya Bakanlığın açtığı dil sınavında başarılı olmak ve uygulama gezisine katılmak koşuluyla rehberlik belgesi verilmeye başlanmıştır (Ahipaşaoğlu, 2001: 25). 1986 tarihli yönetmelik, 25 Kasım 2005 tarih ve 26004 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan yeni “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” ile yürürlükten kaldırılmıştır. 2005 yılında çıkan yönetmelik, 22.06.2012 tarih ve 6326 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve bu kanuna dayanılarak hazırlanan ve 23.02.2013 tarih ve 28568 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği ile iptal olmuştur. Bu kanun ile birçok yetki ve görev kurulacak olan meslek birliklerine devredilmiş ve meslek hukuki bir statüye kavuşmuştur.

Rehberlik mesleğinde ulusal standartların sağlanması hususunda, Profesyonel Turist Rehberi Mesleği Ulusal Meslek Standardı (Seviye 5) hazırlanmış, 16.07.2010 tarih ve 27643 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Turist rehberliğinin sektörel bazda temsili açısından ilk olarak 1955 yılında İstanbul Tercüman Rehberler Derneği kurulmuş, dernek 1980 yılında İstanbul Rehber Esnaf Odası vasfını kazanmıştır. İstanbul Rehberler Odası’nı takiben 1962 yılında İzmir Tercüman Rehberler Derneği kurulmuş, dernek 30.05.1984 tarihinde İzmir Turist Rehberleri Esnaf Derneği olarak değişmiş, 17.05.1991 tarihinden itibaren 3741 sayılı yasaya göre İzmir Turist Rehberleri Esnaf Odası olmuştur. Son olarak 25.12.2003

tarihinde Antalya Turist Rehberleri Esnaf Odası kurulmuştur. Bunların dışında değişik zamanlarda birçok ilde ve dilde turist rehberleri derneği kurulmuştur.

2.7.2. TURİZM SEKTÖRÜNDE TURİST REHBERİNİN YERİ VE ÖNEMİ

Turizm sektörü, birbiriyle etkileşim halinde olan ve birbirini tamamlayan bir hizmetler bütünüdür. Sektörde var olan her bir kurum bir diğ erinin tamamlayıcısı olmasından dolayı diğ eri olmadan hareket yeteneğini yitirir. Bu hizmetler turizm endüstrisini oluşturmaktadır. Turizm endüstrisi, turistlerin seyahatleri sırasında ihtiyaç duydukları, ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğ lence ve diğ er ihtiyaçlarını karşılayan faaliyet alanlarının tümüdür (Kozak vd, 2001: 41).

Turizm endüstrisi, turizm talebi, turizm arzı ve aracı kurum ve kuruluşlar olmak üzere üç ana temel üzerine oturmuştur. Turizm talebini, turizmin ana unsuru olan insan yani turist meydana getirir. Turizm arzını, turist çekim alanları, konaklama, yeme-içme, ulaştırma, eğ lence ve hizmet kurumları, kamu ve sivil toplum örgütleri, yerel topluluklar meydana getirmektedir. Aracı kurum ve kuruluşlar ise arz ve talebi buluşturan, turistler için seyahatleri planlayan ve pazarlayan seyahat acentası ve tur operatörleridir. Turist rehberi, seyahat acentaları veya tur operatörlerinin düzenledikleri turlarda görev alan, talep ve arz taraflarının buluşmasına aracılık eden turizm elemanıdır (Hu, 2007: 18).

Turist rehberleri, genelde bağımsız çalışan ancak işlerini seyahat acentaları veya tur operatörlerinden alan turizm çalışanlarıdır. Seyahat acentaları veya tur operatörleri tarafından hazırlanan tur veya paket turların planlanıp, programlanıp satılmasından sonra uygulama aşamasında görev alırlar. Acentanın tur yönetimi bölümü, tasarlanan turun ayrıntılarını gösteren tur dosyasını rehberlere teslim ettikten sonra bütün sorumluluk rehberdedir.

Türkiye’de turist rehberlerinin, turist rehberliği mesleğine kabulü, mesleğin icrası ve turist rehberliği meslek kuruluşlarının kuruluş ve işleyişine ilişkin usul ve esaslar 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve bu kanuna dayanılarak hazırlanmış olan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği ile düzenlenmiştir. Türkiye’de turist rehberi olabilmek için aranan şartlar Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun

"Mesleğe Kabul" başlıklı 3. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre, mesleğe kabul için aşağıdaki koşullar aranmaktadır:

a) Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak.

b) Başvuru tarihi itibarıyla onsekiz yaşını doldurmuş olmak.

c) Üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin önlisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olmak veya üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans düzeyinde mezun olduktan sonra, birliklerin ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliğinin ortak önerileri ve Bakanlığın onayıyla turizm sektörünün ihtiyaçları da dikkate alınarak belirlenen dillerde, gerektiği hâllerde belirlenen bölgelerde, yönetmelikle kurs ve sınavlara ilişkin belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında birlikler tarafından düzenlenen ülkesel veya bölgesel turist rehberliği sertifika programını başarıyla tamamlamak.

ç) 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 yaptıracığı yabancı dil sınavında başarılı olmak veya yönetmelikle belirlenen yabancı dil yeterlik belgelerinden birine sahip olmak.

d) Birlikler tarafından Bakanlığın gözetim ve denetimi altında düzenlenen uygulama gezisini tamamlamak ve gezi sonunda yapılan sınavda başarılı olmak.

e) 26/9/2004 tarihli ve 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun 53 üncü maddesinde belirtilen süreler geçmiş olsa bile kasten işlenen bir suçtan dolayı bir yıl veya daha fazla süreyle hapis cezasına ya da affa uğramış olsa bile Devletin güvenliğine karşı suçlar, Anayasal düzene ve bu düzenin işleyişine karşı suçlar, milli savunmaya karşı suçlar, Devlet sırlarına karşı suçlar ve casusluk, zimmet, irtikap, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, güveni kötüye kullanma, hileli iflas, ihaleye fesat karıştırma, edimin ifasına fesat karıştırma, suçtan kaynaklanan malvarlığı değerlerini aklama veya kaçakçılık suçlarından; bu Kanuna veya 21/7/1983 tarihli ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanununa muhalefetten mahkûm olmamak.

f) Daha önce meslekten çıkarılmamış olmak.

Türkiye'de turist rehberliği çalışma usul ve esasları kanunla düzenlenmiştir. Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nin 23. maddesinde "(1) Turist rehberliği hizmetleri sadece eylemli turist rehberleri tarafından Kanun ve bu Yönetmelik hükümlerine uygun olarak sunulur. (2) Başka sıfat veya unvanlarla icra edilen ancak, Kanun ve bu Yönetmelik uyarınca turist rehberliği niteliği taşıyan her türlü hizmetin yürütülmesinde, mesleği icra etme koşullarını taşıyan kişilerin çalıştırılması zorunludur.", 25. maddesinde ise "(1) Ruhsatname sahibi olanlar turist rehberi sıfatını kazanırlar ve çalışma kartı alabilirler. (2) Ruhsatname sahibi olmadan turist rehberliği yapılamaz. Yapanlar hakkında Kanun ile 14/9/1972 tarihli ve 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu ve diğer ilgili mevzuat uyarınca gerekli işlemler yapılır." denilmektedir. 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nun "seyahat acentalarının yükümlülükleri" başlıklı 10. maddesinde ise "Turlarda veya sadece tek bir otelde konaklamayı ve konaklanacak otele ulaşımı içerenler hariç olmak üzere paket turlarda; paket tur veya tur başına kırkbeş kişiye kadar en az bir rehber bulundurmak; tek araç kapasitesi kırkbeş kişiyi aşan araçlarda bir rehber bulundurmak; turistlere rehberler dışında herhangi bir kimse vasıtasıyla Türkiye'nin tarihi, doğası, kültürü ve turizmi ile ilgili rehberlik faaliyeti niteliğinde bilgi vermemek" ifadesi yer almaktadır. Bu kanun ve yönetmelik hükümleri uyarınca Türkiye'de düzenlenen tur ve paket turlarda rehber bulundurulması zorunludur; bu hükme uymayanlar hakkında uygulanacak cezalar Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nun 27. ve 30. maddelerinde hüküm altına alınmıştır.

2013 yılı verilerine göre Türkiye'de illere ve dillere göre rehber sayıları Tablo 4 ve Tablo 5'de verilmektedir:

Tablo 4 - Kayıtlı olduğu ile göre rehber sayıları

Sıra No.	İl Adı	Ülkesel Aktif	Ülkesel Pasif	Bölgesel Aktif	Bölgesel Pasif	Bay	Bayan	Toplam
1	Adana	75	12	7	47	84	57	141
2	Ankara	1033	950	0	2	1265	720	1985
3	Antalya	1492	308	24	100	1431	493	1924
4	Aydın	224	15	2	0	143	98	241
5	Balıkesir	37	2	0	0	26	13	39
6	Bursa	134	20	13	86	170	83	253
7	Çanakkale	69	7	21	51	88	60	148
8	Denizli	21	0	0	0	16	5	21
9	Diyarbakır	10	2	2	10	17	7	24
10	Erzurum	13	1	0	0	8	6	14
11	Gaziantep	67	13	19	67	118	48	166
12	Hatay	52	5	0	0	32	25	57
13	İstanbul	3587	1189	49	102	3164	1763	4927
14	İzmir	1420	650	28	80	1304	874	2178
15	Konya	81	8	2	16	79	28	107
16	Mersin	93	41	1	10	77	68	145
17	Muğla	318	66	0	0	257	127	384
18	Nevşehir	489	99	17	67	497	175	672
19	Samsun	20	0	0	0	11	9	20
20	Sivas	3	1	0	0	4	0	4
21	Şanlıurfa	28	28	0	0	45	11	56
22	Trabzon	46	13	5	37	63	38	101
23	Van	21	1	0	0	15	7	22
	TOPLAM	9333	3431	190	675	8914	4715	13629

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü (28.01.2013)

Tablo 5 - Bildiği dile göre rehber sayıları

Sıra No.	Dil Adı	Bay	Bayan	Ülkesel Aktif	Ülkesel Pasif	Bölgesel Aktif	Bölgesel Pasif	Aktif	Pasif	Toplam
1	İngilizce	4604	2929	5428	1631	104	370	5532	2001	7533
2	Almanca	1944	598	1552	757	51	182	1603	939	2542
3	İtalyanca	379	330	512	176	9	12	521	188	709
4	İspanyolca	422	274	591	88	12	5	603	93	696
5	Fransızca	1336	429	1022	571	51	121	1073	692	1765
6	Japonca	412	242	535	105	2	12	537	117	654
7	Hollandaca	201	74	227	47	0	1	227	48	275
8	Macarca	13	11	16	7	0	1	16	8	24
9	Lehçe	37	12	40	9	0	0	40	9	49
10	Norveççe	20	9	25	4	0	0	25	4	29
11	İskandinavca	1	1	0	2	0	0	0	2	2
12	Bulgarca	166	114	219	60	0	1	219	61	280
13	Sırpça	45	16	45	15	0	1	45	16	61
14	İsveççe	32	9	28	10	0	3	28	13	41
15	Çekçe	1	4	5	0	0	0	5	0	5
16	Korece	24	11	25	10	0	0	25	10	35
17	Portekizce	113	69	179	2	1	0	180	2	182
18	Romence	10	9	16	2	0	1	16	3	19
19	Çince	60	60	100	20	0	0	100	20	120

20	İbranice	27	6	24	8	0	1	24	9	33
21	Fince	7	0	5	2	0	0	5	2	7
22	Rusça	515	200	610	100	2	3	612	103	715
23	Yunanca	93	69	137	25	0	0	137	25	162
24	Arapça	228	58	206	78	0	2	206	80	286
25	Danimarkaca	7	4	9	2	0	0	9	2	11
26	Hintçe	4	2	1	5	0	0	1	5	6
27	Farsça	25	15	34	6	0	0	34	6	40
28	Urduca	6	7	9	4	0	0	9	4	13
29	Makedonca	3	4	7	0	0	0	7	0	7
30	Ermenice	3	6	8	1	0	0	8	1	9
31	Slovençe	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	Slovakça	3	1	3	1	0	0	3	1	4
33	Hırvatça	25	4	22	6	0	1	22	7	29
34	Arnavutça	1	0	0	1	0	0	0	1	1
35	İzlandaca	1	0	1	0	0	0	1	0	1
36	Malayca	1	0	1	0	0	0	1	0	1
37	Gürcüce	1	0	1	0	0	0	1	0	1
38	Boşnakça	4	3	6	1	0	0	6	1	7

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü (28.01.2013)

Dahles'ten aktaran Yarcan'a (2007: 35) göre rehber, temelde seyahat işletmesi adına çalışan ve çekim ülkesinde sunulan turizm hizmetlerinin tüketiminde vazgeçilmez bir araçtır. Destinasyon hakkında olumlu veya olumsuz bir izlenim ve imgenin oluşumundan, ülkenin ve ülke halkının imgesinin oluşmasından birinci derecede sorumludur; bu konuda belirleyici rolü vardır.

Rehber, tur programının gerçekleştirilmesinde öncü rol oynar. Tur programında yazılan taahhütlerin yerine getirilmesini sağlar. Konaklama, yeme-içme ve diğer işletmeler tarafından sunulacak hizmetlerin tur programında yazıldığı şekilde sağlanıp sağlanmadığını kontrol eder. Bu açıdan turist rehberi acenta için büyük öneme sahiptir. Çünkü çok emek, zaman ve para harcanarak hazırlanan tur programının beklenen standarda ulaşması ve turistin ülkeden memnun ayrılmasında rehberin yapacağı görev çok önemlidir. Rehberin tur esnasında alacağı kararlar turun seyrini, ziyaretçilerin memnuniyetini yakından etkileyecektir. Tur esnasında çözüme ulaşmayan ve turiste yansıyan her türlü sorun turun kalitesinin düşmesi anlamına gelmektedir.

Turizmin lüks bir tüketim olması, tur esnasında yaşanan olumsuz durumlar için dilenecek özür ya da ödenecek tazminat ancak turistin egosunu ve maddi kaybını telafi edecek ama turistin mutsuzluğunu gidermeyecektir (Ahipaşaoğlu, 2001: 102). Turist

rehberi ülkeye gelen turistin havaalanından karşılanıp, uğurlanmasına kadar ziyareti esnasında en uzun süre beraber olduğu turizm elemanıdır. Onun davranışları turiste, toplum ve ülke hakkında bilgi verecektir. Turistin elinde rehber kitaplar, haritalar, tanıtıcı broşürler bulunsa da gideceği ülkenin dilini, gelenek ve göreneklerini bilmediği için turist rehberlerine ihtiyaç duymaktadırlar (Çimrin, 1995: 41).

Günümüzde bilgiye ulaşmadaki kolaylıkla, insanlar seyahatlerine başlamadan önce kitap, dergi, ansiklopedi ve internet gibi birçok değişik kaynaktan gideceği yerle ilgili araştırma yapıp doğru yanlış birçok bilgi sahibi olmaktadır. Turistler bir ülkeye değişik önyargılarla gelmektedir. Hepsinin kafasında farklı ülke imajları vardır. Genelkurmay Başkanlığı'nın yapmış olduğu bir araştırmada, içinde AB üyesi ülkelerin de bulunduğu 27 ülkenin ders kitaplarında Türklere yönelik öfke ve önyargı dolu ifadeler bulunduğu saptanmıştır (Sabah Gazetesi Web Sayfası, 2007). Bu kitapları okuyarak yetişen nesillerin kafalarında hep kendilerine öğretilen Türk imajı bulunacaktır. Bu gibi yanlış bilgilerin düzeltilmesi, önyargıların bertaraf edilmesi ve olumlu ülke imajı yaratma görevi, ülkeyi ziyaret eden yabancılar ile en uzun süre ve birebir ilişkide bulunan, öğreticilik, temsilcilik, grup üyeliği ve liderlik gibi çeşitli roller üstlenen turist rehberlerine düşmektedir. Bu açıdan turist rehberi imaj sorunu olan ülkeler için stratejik bir öneme sahiptir. Turistin gözünde rehber ülkeyi temsil eden bir kişidir.

Turizmde ekonomik kazanç, sahip olunan imaja bağlıdır. Ülkenin imajı olumsuz ise sahip olunan turizm potansiyelinin en iyi şekilde kullanıma açılması halinde bile hak edilen sayıda ve nitelikte turistin ülkeye gelmesi konusunda zorluk çekilecektir (Tosun ve Temizkan, 2004: 346). Rehberler faaliyetleri ile turistlerin ülke hakkında sahip oldukları fikirlerinde olumlu ya da olumsuz değişmelere sebep olarak turizmi yönlendirme gücüne sahiptir. Ülkeye gelen ziyaretçilere ülkenin tarihi ve turistik yerlerini gezdiren, ülkeyi ve halkı tanıtan, ülke hakkında bilinen yanlış bilgileri düzeltenler turist rehberleridir.

Modern turist rehberinin iki önemli işi vardır ki; bunlar yol göstericilik ve anlatım (öğretmenlik) yapmaktır. Bu iki öge turist rehberinin liderlik ve anlatım yapma (öğretmenlik) özelliğinden gelmektedir. Turist rehberinin enstrümental (yararlı), sosyal, etkileşimsel ve dilbaz (konuşkan) olmak üzere dört ana rolü daha vardır. Enstrümental rol, turu başarılı bir şekilde yönetme, yönlendirme, yöngüdüm, bir bölgeye güvenli bir

şekilde giriş ve güvenlik üzerine odaklanır. Sosyal rol, grubu espri yaparak, eğlendirerek grup moralini artırıp kaynaşmasını sağlayacak, grubun sosyal yönden uyumunu, entegrasyonunu sağlayarak stres yönetimi üzerine odaklanır. Etkileşimsel rol, yerli halk, tesisler, kuruluşlar ve turistik işletmeler ile aracı rolü üstlenerek, ziyaretçilere destinasyonu korkutup endişeye düşürmeyecek bir şekilde iyi bir biçimde sunma üzerine odaklanır. Dilbaz rol ise, gezilip görülen yerlerde grubun ilgisini çekecek önemli noktaları seçip, doğru bilgiler vererek olumlu propaganda yapma ve önyargıları yıkmak üzerine odaklanır (Huang, Hsu ve Chan, 2010: 6; Randall ve Rollins, 2009: 358).

Cohen modeline göre modern turist rehberinin Özgün Rehber (Yol Gösterici), Profesyonel Rehber (Akıl Hocası, Öğretmen), Animatör ve Tur Lideri olmak üzere dört ana unsuru vardır. Turist rehberlerinin bu rolleri sadece turist ihtiyaçları temel alınarak düşünülmüştür. Rehberler sadece turistlerle temas halinde olan kişiler değil, tur esnasında birçok kesimle temas halinde olmasından dolayı daha başka dışsal rolleri de olan kişilerdir. Örneğin; tur operatörleri için turist rehberi anlatım yapan, ülkenin ve firmanın imajını iyi yansıtan ve bir sonraki turu satan kişidir. Turist ağırlayan bölge açısından, turist rehberi turist ağırlayan bölge ile turistler arasında bağ kuran ve bölgenin kültürünü ve değerlerini turistlere aktaran kişidir. Daha geniş kapsamlı olarak, turist rehberi ülkenin halkla ilişkiler misyonu ile görevlendirilmiş bir nevi büyükelçisi gibidir (Mak, Wong ve Chang, 2010: 206-207).

İyi yetişmiş bir rehber vasat bir turdan ziyaretçilerin çok memnun ayrılmasını sağlayabileceği gibi, en ince ayrıntısına kadar düşünülerek hazırlanan bir tur programını yöneten yetersiz bir rehber ziyaretçilerin ülkeden olumsuz fikirlerle ayrılmasına sebep olabilir. Tur esnasında yaşanacak olumsuz durumlarla ilk muhatap rehber olacağından seyahat acentaları rehber seçimi konusunda çok titiz davranırlar. Çünkü seyahat acentaları kendilerine görev verdikleri turist rehberinin başarısı oranında başarı sağlarlar ve kendilerine yeni iş olanakları bulurlar. Rehberler tur sonrasında verdikleri raporlarda çalışılan işletmelerle ilgili gözlemlerini bildirerek acenta veya tur operatörü için önemli bir geri bildirim sağlamış olur. Bu raporlar, tur operatörü veya acenta için gelecekte yapılacak turlarda aksaklıklar yaşanmaması için önemli bir yol gösterici olacaktır.

Sonuç olarak, iyi yetişmiş bir turist rehberi, olumlu ülke imajı oluşturulmasında, “en iyi tanıtım turistin yaptığı tanıtım” ilkesi doğrultusunda ülkeden mutlu ayrılan

turistin yapacağı propagandalarla ülkeye gelen turist sayısının artmasında, dolayısıyla turizm gelirlerinin artmasında büyük öneme sahiptir.

2.7.3. TURİSTLERİN REHBERLİ TURLARI TERCİH ETME NEDENLERİ

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ulaşım araçlarındaki büyük ilerleme ile turizm hızla gelişmeye başlamıştır. Kitle turizminin gelişmesiyle seyahat acentaları ve tur operatörlerine olan talep artmıştır. Seyahat acentası veya tur operatörü aracılığı ile tatil yapanların sayısı yıllar itibariyle artış göstermektedir. Türkiye'ye 2003 yılında paket tur kapsamında seyahat acentası vasıtası ile gelenlerin sayısı 7.449.110 iken, bu rakam 2012 yılı için 14.720.154'e ulaşmıştır (Türkiye İstatistik Kurumu).

İnsanlar, yeni yerler görmek, yeni kişilerle tanışmak, yeni kültürler tanımak, tarihi ve turistik yerleri görmek gibi nedenlerle seyahat etmektedirler. Hiç görmedikleri bir yere seyahat eden kişiler bu yerler hakkında merak içerisindedir. Seyahatleri sırasında can ve mal güvenliklerinin sağlandığını bilmek, gezilecek yerler hakkında ayrıntılı bilgi edinmek, belirli bir zaman süreci ve belirli bir bütçe ile seyahat ettikleri bölgede görülebilecek tüm turistik ziyaret noktalarını gezmek ve en iyi hizmeti almak isterler. Enformasyon ihtiyacı, çıkılan turda en önemli ihtiyaçtır. Turistlerin rehberli turlara katılma nedenlerini şöyle sıralanabilir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1983: 44; Tetik, 2006: 87-92; T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2006: 10):

- Arkadaş bulmak.
- Enformasyon (Bilgilenme İsteği); Gezilen yerlerle ilgili bilgi edinme isteği.
- Yabancı dil sorunu; Gidilen ülkenin dilini bilmemekten dolayı yerli halkla iletişim kurmada yaşanan yabancı dil sorunları.
- Can ve mal güvenliğinin sağlanması; Gidilen ülkeden biriyle beraber ülkeyi gezmenin kişiye verdiği güven duygusu.
- Seyahat ve sigorta formalitelerinin en aza indirilmesi.
- Sınırlı bir zaman ve bütçenin en iyi şekilde kullanılmasının planlanması.

- Kendilerine yöreyi bilen biri tarafından eşlik edilmesi ve yol gösterilmesi ihtiyacı.
- Sıkıcı ayrıntıların halledilmesi ve seyahatten keyif almak isteği.
- Alışveriş yaparken doğru yerden ve uygun fiyattan almak.
- Gezilip görülmesi gereken ziyaret noktalarının tam olarak bilinmemesi.
- Gezilen ülkenin kültürü, örf ve adetleri hakkında yeterli bilgi sahibi olunmaması.
- Tatilleri sırasında yiyecek ve içecek ihtiyaçlarının uygun yerlerde karşılanması ihtiyacı.
- Eğlence, sağlık ve diğer tüm ihtiyaçları için danışıp bilgi alabilecekleri bir kişiye ihtiyaç duyulması.

Ayrıca rehberin önemli görevlerinden birisi de tura katılan kişilerin birbirleriyle kaynaşmasını sağlamak ve onlara belirli bir grubun üyeleri oldukları hissini yaşatmaktır. Yeni insanlar tanımak amacıyla tura katılan kişilerin bu ihtiyacı rehber sayesinde karşılanabilecektir. Çekingen yapıya sahip insanlar rehberli turlara daha çok rağbet etmektedir. Tura katılan kişileri yönlendirmek ve onları aktivitelere katılmaya ikna etmek, rehberin görevleri arasındadır. Tura katılanların kaynaşmalarının sağlanması tur sırasında verilecek kararların ortak olarak alınmasında çok önemlidir.

2.7.4. TURİST REHBERİNDE BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

Rehberler ülkelerini yabancılara karşı, kendi kişilikleriyle temsil etmelerinden dolayı turizm sektöründe çok önemli görevleri, katkıları ve aynı oranda da sorumlulukları vardır. Rehberlik, çok büyük bir bilgi birikimi onun da ötesinde çok yönlü bir eğitim gerektirir. Rehberler, birer küçük bilgi devi olmanın yanı sıra, iyi bir yönetici, iyi bir kültür adamı, iyi bir psikolog, iyi bir sosyolog olmak durumundadır (Çimrin, 1995: 42).

Bir ülkeye gelen yabancı turistler daha çok rehberli turları tercih etmektedirler. Turist, ülkeyi temsil eden ve en çok temas halinde bulunduğu ülke vatandaşı olan

rehberden ziyaret ettiği ülke hakkında, ülkenin ekonomik durumu, tarihi, hukuk düzeni, siyasal yapısı, sosyal yaşamı, eğitim sistemi, dini inanç, müzik, resim, edebiyat gibi birçok değişik alanda, bilgi almak ister. Bu sebepten rehber içinde yaşadığı toplumun dinamiklerini iyi izlemeli, yeni akımlar, gelenek ve göreneklerdeki değişimler, yakın gelecekte olabilecekler hakkında da fikir sahibi olabilmelidir. Bu durum geçmişe yönelik olarak da geçerlidir. Mevcut toplumsal kuralların kökenlerini, geçmişteki hallerini, konulma nedenlerini, uğradıkları değişimleri de bilmelidir. Bir ülkeye gelen yabancı, elinde rehber kitaplar, haritalar, broşürler bulunsa bile, o ülkenin dilini, gelenek ve göreneklerini bilen bir rehber ihtiyacı duyar. İyi yetişmiş bilgili rehber, yabancı turistlere kendi milleti ve ülkesi hakkında devamlı ve olumlu propaganda yapmalıdır. Hiç şüphesiz, en etkili propaganda türü de bu şekilde yapılan canlı propagandadır. Bu nedenle, turist rehberlerinin seçiminde ülkelerin oldukça titiz davranması ve eğitimlerine özel bir titizlik göstermesi gerektiğinden rehberlerde bazı özellikler aranır. Bu özelliklerden bazıları şunlardır (Ahipaşaoğlu, 1994: 135-144; Batman, 2000: 24-37, 50-52; Yıldız, Kuşluyan ve Şenyurt, 1997: 10-14; Oral, Değirmencioğlu ve Çiçek, 1994: 121-128; T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2006: 10; Resmi Gazete, 2010: 20-22):

- Rehber, temel görevi olan tanıtma ve doğru bilgi aktarımı görevlerini yerine getirebilmek için birçok konuda bilgi sahibi olması gerektiğini bilmelidir.
- Çalışmalarında disiplinli olmalıdır.
- Çevreye karşı duyarlı olmalıdır.
- Rehberin arkeoloji, sanat tarihi, tarih, coğrafya, mitoloji gibi olmazsa olmaz konularda gerekli eğitimleri almış olması gerekir.
- Kültürlü, tüm disiplinler hakkında bilgi sahibi ve reel bir dünya görüşüne sahip olmalıdır. Kültür sahibi olmanın en temel kuralı olan çok kitap okuma, araştırmacı ruha sahip olma ve neyi nerede bulacağını bilme iyi bir rehberin özelliklerindedir.
- En az bir yabancı dili, çok iyi derecede bilmelidir. Çünkü ülke tanıtımında üstlendiği önemli görevi, yabancı dile olan hâkimiyetiyle yerine getirebilecektir.

- İletişim kurduğu kişilerle etkili ve güzel konuşmalı, hitap etme sanatını iyi bilmeli ve diksiyonu düzgün olmalıdır. Grup karşısında konuşurken, grubun ilgisini çekebilecek vurgulu bir ses tonu ile konuşan, espritüel anlayışa sahip ve gerektiği yerde espri yapabilen bir kişi olmalıdır. İletişim kurduğu kişilere karşı güler yüzlü ve nazik davranmalıdır.
- Anlatım sırasında insanların dikkatinin dağılmasını önlemek ve daha etkili bir anlatım için olayları hikâyesel bir dille aktarabilmelidir.
- Beden dilini iyi bilmeli, grup üyeleri ile konuşurken onların gözlerinin içine bakmalıdır. El kol hareketleri yaparken aşırıya kaçmamalı, jest ve mimikleri yerli yerinde kullanmalıdır.
- Gezirdiği yerler ve gruplar hakkında araştırmacı olmalı, grup üyelerinin farklı milliyet, din, dil, ırk ve cinsiyetten olabileceklerini bilmeli ve konuşmasında bu faktörleri göz ardı etmemeli, saygılı olmalıdır. Din, dil, ırk, cinsiyet, siyasi düşünce vb. konularda ayrımcılık yapmamalı.
- Bir rehber iyi görünümlü ve hoş giyimli olmalıdır. Turun gereklerine uygun giyinmelidir. Etkileyici tavır ve davranışlara ve her şeyden de önemlisi pozitif bir kişiliğe sahip olması, müşterileri etkileyen en önemli etkendir.
- Mizah anlayışı gelişmiş olmalıdır. Tur sırasında müşterileri eğlendirebilmeli ve grup üyelerinin birbirleriyle kaynaşmasını sağlayabilmelidir.
- Müşterileri ciddiye almalı ve onlara önemli olduklarını hissettirmelidir. Turun yöneticisi olarak müşteri memnuniyeti için birçok değişik role girmeli, olumsuz durumlarda sükûnetini korumalıdır. Sabırlı ve anlayışlı olmalıdır.
- Rehber lider olmalıdır. Tur sırasında daima grubun ve otobüsün en önünde olmalı ve grup üyelerini gerektiği gibi yönlendirebilmelidir. Grup üyelerinin isimlerini en kısa zamanda öğrenerek onlara isimleri ile hitap etmelidir.

- Protokol kurallarını iyi bilmelidir. Yemek, toplantı, saygı duruşu, milli törenler ve olaylarda nerde ve nasıl davranılması gerektiğini iyi bilmelidir.
- Rehber ülkesini ve milletini seven bir kişi olmalıdır. Ülkesinin tanıtımında görev alan bir kişi olarak daima ülkesi hakkında olumlu tanıtım faaliyetleri içerisinde olmalı, ağızdan ağıza reklamın yani turistin yaptığı tanıtımın en iyi tanıtım olduğunun önemi bilerek ziyaretçilerin ülkeden en iyi dilek ve duygularla ayrılmasını sağlamalıdır.
- Kendisinin de grubun bir parçası olduğunu müşterilere hissettirmeli. Tura katılanların birbirleri ile kaynaşmalarını, birbirleriyle işbirliği yapmalarını, birbirlerinin istek ve beklentilerini hoşgörü ile karşılamalarını sağlamalı, herkesin tek bir amaç için bir araya toplanmış olduğunu müşterilere hissettirmelidir. Turistlerin ihtiyaç ve beklentilerini hissedebilmelidir.
- Grubun tüm üyeleriyle yakın ilişkiler kurabilmeli ve herkese eşit davranabilmelidir. Grubun yapısına uygun söylem ve davranışlarda bulunmalıdır.
- Grupla ilk karşılaşma ve tanışma biçiminin önemini bilmeli, ilk izlenim önemlidir felsefesiyle hareket etmelidir. Aksi takdirde kendisini gruba kabul ettirmekte zorlanacaktır.
- İlk yardım eğitimi almış olmalıdır. Tur sırasında olabilecek kaza ve yaralanmalar karşısında ne yapacağını bilmeli ve gerektiğinde ilk yardım kurallarını uygulayabilmelidir.
- Olağandışı olay ve durumlar karşısında, soğukkanlılığını koruyabilmeli; doğru ve hızlı karar verebilme yeteneğine sahip olmalıdır.
- Tur programında yer alan tüm noktaların zamanında ve en iyi bir biçimde gezilebilmesi için zamanı iyi kullanabilmelidir.

- Yasalara ve hukuka saygılı, temiz bir çevre anlayışına sahip, kendini devamlı olarak yenileyebilen ve teknolojik gelişmelerden haberdar bir kişi olmalıdır.
- Kaçak rehberlik faaliyetinde bulunan yerli ve yabancı kişilerin yasak faaliyetlerde bulunmalarına göz yummamalı, derhal yasal mercileri haberdar etmelidir.
- Müşterilerin kandırılmasına, aldatılmasına engel olmalıdır.
- Bağlı bulunduğu seyahat acentası veya tur operatörünün çıkarlarını en iyi şekilde korumalı, işletmeye ait araç, gereç ve ekipmanın kullanımına özen göstermeli ve korumalıdır.
- Rehber grupta karar veren durumunda olduğundan, kararlılığında daima açıklık fark edilmelidir. Verdiği kararlar, anlaşılır olmalıdır.
- Rehber her yönden objektif olabilme özelliğini korumalıdır. Kararları mantıklı olmalı, duygulara yer vermemeye çalışmalıdır. Ayrıca, sadece grubun belli bir kesimi ile ilgilenmeyip, grubun tümüyle sözle olmasa da gözle iletişim kurabilmelidir.
- Karşılaşılabilecek ve karşılaşılan sorunlar karşısında soğukkanlı olmalı ve sorunlara çözüm üretebilmeli, sorunları yöntemli ve mantıklı yollarla ele alabilmelidir.
- Grupla ilk karşılaşma ve tanışmanın yeri biçimi ve zamanı, rehberin kendini kabul ettirmesinde rol oynar, bu nedenle rehber, bunlara da dikkat etmelidir.
- Rehber herşeyden önce meslek ahlakına sahip olmalıdır.

Kısacası rehber, tur sırasında acenta ve ülkeyi temsil eden tek yetkili kişi olmasından dolayı, ülkeyi gezen yerli ve yabancı ziyaretçilere ihtiyaç duydukları her konuda yardımcı olmalıdır. Rehber iyi bir yol gösterici, insan ilişkilerinden anlayan iyi bir psikolog, tur sırasında olabilecek yaralanmalarda temel ilk yardım tekniklerini bilen iyi bir sağlıkçı, ülkenin tarihi, coğrafyası, siyasi ve politik durumu, ekonomisi gibi akla gelebilecek her türlü konuda bilgi sahibi olan bir öğretmen olmalıdır.

2.7.5. TURİST REHBERLİĞİNDE MESLEKİ ETİK VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Günümüzde diğer mesleklerde olduğu gibi turist rehberliği mesleğinde de meslek etiğine ihtiyaç duyulmaktadır. Tüm mesleklerde gerekli olan bilgi, beceri ve kişisel özellikler rehberlik mesleği içinde geçerlidir. Turist rehberliği mesleğinin özelliğinden ve öneminden dolayı bu meslekte mesleki etik ilkelerin oluşturulması dünyada ve Türkiye'de zorunlu hale gelmiştir. Turist rehberliği meslek yönetmeliğinin (2013) 29. maddesinde turist rehberleri mesleğin icrasında şu mesleki etik ilkelere uymak zorundadır.

- a) Kültür, tarih ve turizm bilincine sahip olmak,
- b) Yasal kurallara ve hizmet standartlarına uygun davranmak,
- c) Dürüst, tarafsız, insan ve toplum değerlerine saygılı ve nezaketli olmak,
- ç) Güvenilir ve sorumluluk sahibi olmak,
- d) Görev ve yetkilerini haksız çıkar sağlamak amacıyla kullanmamak,
- e) Tarihi, kültürel, doğal varlıkları ve çevreyi korumak,
- f) Görev ve yetkisi dışında veya gerçek dışı beyanda bulunmamak, kişilere ve gruplara karşı her türlü ayrımcılıktan kaçınmak,
- g) Mesleğin güven ve saygınlığını zedeleyici tutum ve davranışlardan özenle sakınmak.

Türkiye'de, meslek etik ilkelerine uymayan turist rehberlerine 2005 tarihli mülga yönetmelikte üç aydan altı aya kadar meslekten men cezası verilmekte iken, 2012 yılında yürürlüğe giren 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanununa göre kınama cezası verilmektedir.

Bu kapsamda turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken 2001-2012 yılları arasında rehberlerle ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'na yapılan 857 adet şikayet sonucu toplam 355 turist rehberine Tablo 6'daki suçlardan disiplin cezaları verilmiştir.

Tablo 6 - 2001-2012 Yılları Arasında Disiplin Kurulunda Verilen Cezalara Göre Bilgiler

İsnat Edilen Suç	Ceza Alan Rehber Sayısı
Rehberlik Kimlik Kartını Görünür Şekilde Takmamak ve Rehbere Yakışmayacak Tutum ve Davranışlarda Bulunmak	93
Rehberin Kusurlu Eylemiyle Tur Programını Aksatması ve Uyarma Cezası Aldığı Halde Altı Ay İçerisinde Aynı Fiili Tekrar Etmesi	3
Yetkililerce Yapılan Denetimlerde Bilgi Vermekten Kaçınmak ve Gerçeği Gizlemek	11
Bölgesi Dışında Çalışmak	43
Rehberlik Kimlik Kartında Belirtilen Dilin Dışında Bir Dilde Rehberlik Yapmak	37
Mesleğin Güven ve İtibarını Zedeleyici veya Meslek Etiğine Aykırı Davranışta Bulunmak	45
Turizme Zarar Verecek Söz ve Davranışlarda Bulunmak	10
Vizesiz Çalışmak	82
Devlet Memuru Olmasına Rağmen Rehberlik Yapmak	22
Meslekten Men Cezası Aldığı Süre İçinde Rehberlik Faaliyetinde Bulunmak	9
TOPLAM	355

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü (28.01.2013)

Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu ve Avrupa Turist Rehberleri Birliği Federasyonu tarafından belirlenen meslek etik ilkeleri ise şunlardır:

- Turistlere ziyaret edilen yer hakkında propaganda ve önyargılarından uzak objektif bir biçimde anlatım yapmak, hizmet taahhütlerine bağlı kalarak, ilgili ve profesyonel bir hizmet sunmak,
- Doğru gibi anlatılan hikayeler, efsaneler, gelenekler ve fikirlerle gerçekler arasındaki bariz farkı mümkün olduğunca ortaya koymak,
- Turizm sektöründe çalışan tüm kesimlerle, meslektaşlarıyla ve rehberlerle temas halinde olan herkesle tüm ilişkilerinde adil ve makul davranmak,
- Rehber eşliğinde yapılan turların çevreye, doğal hayata, tarihi ve turistik yerlere ve yerel gelenek ve göreneklere karşı saygılı olduğunu her şart altında temin ederek, ülkenin turizmdeki itibarını korumak,
- Turist ağırlayan ülkenin bir temsilcisi olarak ziyaretçilerin hoş vakit geçirmelerini sağlamak ve ülkenin turistik bir destinasyon olarak kabul görmesini sağlamak.

6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile kurulan Turist Rehberleri Birliği (TUREB), rehberlik etiğini, Genel Etik İlkeler, Meslek İle İlgili İlkeler, Konuklarla İlgili İlkeler, Meslektaşlarla İlgili İlkeler, İşverenle İlgili İlkeler ve evre ile İlgili İlkeler olmak üzere 6 başlık altında şu şekilde sıralanmıştır.

"Genel Etik İlkeler

- Profesyonel turist rehberi hukuka, yasalara, kurallara, geleneklere ve toplumca kabul gormüş uygulamalara saygılıdır.
- Rehber konuklara, işverene, birlikte çalıştığı kişilere ve yore halkına karşı durüst, saygılı, hoşgorlu ve tarafsızdır. Kişilerin rengi, cinsiyeti, etnik kimliği, milliyeti, dini inançları ve diğer farklılıkları konusunda duyarlı ve tarafsızdır.
- İnsan onuruna saygı gosterir; çocukları istismardan korur. Hiçbir şekilde cinsellik konusunda aracılık ve cinsel amaçlı geziler yapmaz, yapılmasını engellemeye çalışır.
- Ahlak anlayışını, değer yargılarını konuklara aktarmaz; din, politika, cinsellik, ırk, milliyet, etnik koken, renk ve benzeri tartışmalı konularda kişisel gorşlerini yansıtmaz.
- Tüm iş ilişkilerinde gizlilik ilkesine uyar. Mesleği gereği öğrendiği işletme ve işveren bilgisi ile konuklar hakkındaki bilgileri ve her trlu sırrı saklar. Çalıştığı işletmelerin ve ilişkide bulunduğu turizm kuruluşlarının bilgilerini başkalarıyla paylaşmaz.
- Kişisel çıkarlarını nde tutarak haksız edim ve kazanç sağlamaz; bireysel nedenlerle yetkisini kötüye kullanmaz.
- İçinde sorumlu, güvenilir, tedbirli ve dakiktir. İş ortamında ilişkide bulunduğu kişilere karşı durüst, nesnel, adil, tarafsız ve naziktir.
- Kişisel görünümüne zen gösterir. Düzenli ve bakımlı olmayı, işinin bir gereği olarak görür.

Meslek İle İlgili İlkeler

- Profesyonel turist rehberi meslek sorumluluklarını ve rehberlik görevlerini yetenekleri doğrultusunda, işine sadık olarak yerine getirir. Yükümlülüklerini yerine getirirken, mesleğin algılanışına ve imajına zarar verecek davranışlardan kaçınır.
- Ülkesinin turizm elçisidir; mesleğini iyi uygulayarak turizme katkıda bulunur.
- Mesleğini ilgilendiren yasal ve yönetsel konuları bilir; Meslek Kurallarını uygular; Rehberlik Etik İlkelerini özümser, benimser ve bunlara uyar.
- Rehberlik meslek örgütlerinin standartlarını korur ve yükseltir.

Konuklarla İlgili İlkeler

- Rehber, işveren adına, konuğa söz verilen hizmetlerin en iyi şekilde sunulmasını sağlar, olası sorunları çözer. Çözemediği sorunlarla karşılaştığında seyahat işletmesini bilgilendirir ve onların desteğini alır.

Meslektaşlarla İlgili İlkeler

- Rehber, meslektaşlarıyla ve meslek kuruluşlarıyla iyi ilişkiler kurar, etkin iletişim sağlar ve işbirliği yapar.
- Diğer rehberlerin kişiliğine, gelişimine ve itibarına zarar vermez.

İşverenle İlgili İlkeler

- Rehber; adına çalıştığı işletmenin, işverenin kurallarına uyar.
- İşverene olan yükümlülüklerini yerine getirirken, kamu yararını zedeleyebilecek davranışlardan kaçınır.
- Yükümlülüklerini işletmenin istekleri doğrultusunda dürüstlikle ve dikkatle yerine getirir. Gerekli değişiklikleri işletmenin bilgisi içinde ve onayı ile yapar. İstenmeyen nedenlerle yükümlülüklerini yerine

getiremediği durumlarda, üstlenmiş olduğu işleri yürütebilecek yetkin kişileri bulur ve önerir.

- Talep edilse de konuğa doğrudan hizmet verme yoluna gitmez; gelecekte de konuğun hizmet talebinin kendisini istihdam eden işletme aracılığı ile karşılanmasını sağlar.

Çevre İle İlgili İlkeler

- Rehberliğini ve tanıtımını yaptığı ülke, bölge, şehir ve gezi yerinin tarihi, arkeolojisi, kültürel yaşamı, politik ve ekonomik hayatı ve yerel özellikleri konularında bilgi sahibidir.
- Rehber turist çekim öğelerinin, anıtların, müze ve ören yerlerinin korunmasına çalışır.
- Sürdürülebilir turizme önem verir ve doğal, tarihsel, arkeolojik çevreyi korur. Konukların da turistik değerlere duyarlı ve saygılı olmalarına; turistik çevre ile ilgili kuralları anlamaları ve bunlara uymaları konusunda gayret gösterir."

Bunlar dışında Austin Tour Guides Association (Austin Turist Rehberleri Birliği), Department of Environmental Affairs and Tourism of Republic South of Africa (Güney Afrika Cumhuriyeti Turizm ve Çevre İşleri Departmanı), The Guide Association of Bhutan (Butan Rehberler Birliği) gibi dünyanın birçok ülkesindeki rehber örgütleri rehberlik mesleğine ilişkin meslek etik ilkeler saptamıştır.

Akademik literatürde etik, iş etiği, meslek etiği gibi konularda makale, tez gibi birçok çalışma mevcuttur. Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde "ethics" kelimesi girilerek etik konusunda yapılan aramada 351 adet yüksek lisans/doktora tezi olduğu, meslek etiği ile ilgili olarak "professional ethic" kelimesi girilerek yapılan aramada ise 24 adet tez olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turizm sektöründe etik, özellikle mesleki etik konusunda sınırlı sayıda çalışma varken, turist rehberliği mesleğine ilişkin olarak sadece Yarcan'ın (2007: 33-44) "Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme" başlıklı makalesine ulaşılmıştır. Bu makalede turist rehberliği mesleğinde etik üzerine bir çalışma yapılmış; ancak bu çalışma turist rehberlerinin meslek etiğine uygun

davranışlarını ölçmemiş sadece rehberlik mesleğinde etik ilkeler oluşturulması gerekliliğini savunmuştur.

Varinli (2004), otel çalışanlarının etik olmayan uygulamalara ve davranışlara ilişkin kanaatlerini ortaya koymaya çalışmak amacıyla yaptığı araştırmada, otel çalışanının işletmedeki pozisyonuna ve işletmenin ölçeğine göre etik olmayan uygulamalara ve davranışlara ilişkin kanaatleri arasında farklılık olup olmadığını belirlemek de çalışmanın alt amaçları olarak belirlenmiştir. Araştırmada, anket yöntemi kullanılmış, katılımcılara demografik özelliklerine ve etik olmayan davranışlara ilişkin likert tipi sorular sorulmuştur. Araştırma Kapadokya bölgesindeki üç ve dört yıldızlı otel işletmelerinin müşteri ile devamlı ilişki halinde olan kat hizmetleri, yiyecek içecek ve ön büro departmanlarında çalışanlara yapılmış olup, 120 adet kullanılabilir anket elde edilmiştir. Veriler, SPSS programından yararlanılarak değerlendirilmiş ve analiz edilmiş, analizlerde aritmetik ortalamalar ve t-testinden yararlanılmıştır. Araştırmada, çalışanlara örnek olması gereken yöneticilerin üstlendikleri etiksel açıdan rehberlik rolünde başarılı oldukları ve bu rolün gereği olarak da, çalışanları etik konusunda eğitime ve bilgilendirme görevlerini de yerine getirmesi gerekliliğinin ortaya çıktığı, yıldızlarına göre otel işletmelerinde çalışanların etik olmayan uygulamalara ilişkin kanaatleri arasında fark olduğu, dört yıldızlı otel çalışanlarının üç yıldızlı otel çalışanlarına göre biraz daha esnek oldukları sonucu ortaya çıkmıştır.

Özbek vd.nin (2011) seyahat acentalarının ürünlerini yanlış, eksik ya da nötr (olması gereken) bilgi kullanarak sunmalarının tüketicilerin etik problem algılama düzeyini değiştirip değiştirmediğini belirlemek; eksik, yanlış ya da nötr bilgi sunumunda tüketicilerin firmaya ilişkin genel tutumlarının ve firma ürünlerini satın alma niyetlerinin değişip değişmediğini belirlemek ve algılanan etik problemin, firmaya ilişkin genel tutum ve etik niyetler arasındaki olası doğrusal ilişkileri tespit etmek amaçlarıyla yaptığı araştırmada, algılanan etik problem, etik niyetler ve firmaya ilişkin genel tutum değişkenlerini ölçmek amacıyla senaryo tekniği kullanılmıştır. Araştırma 263 seyahat acentası müşterisi üzerinde kolayda örnekleme yöntemi ile senaryo tekniğine dayalı yüz yüze anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Senaryoda, seyahat acentasının bu sözleşmeye uyup uymadığını gösteren yanlış bilgi sunumu (etik dışı), eksik bilgi sunumu (etik dışı) ve nötr sunum (olması gereken-doğru) olmak üzere üç farklı kısa hikaye (senaryo) kurgulanmıştır. Senaryonun yanlış bilgi versiyonunda, sözleşmede var olan bir hizmetin tüketicilere sunulmaması durumu söz konusu olup,

burada vaat edilen hizmet gerçekleştirilmeyerek tüketici tamamen kandırılmaktadır. Eksik bilgi versiyonunda, sözleşmede belirtilen hizmetin tüketicinin bilinçli olarak eksik bilgilendirilmesi sonucu beklendiği şekilde gerçekleşmemesi durumu söz konusudur. Burada ise, sözleşmede yer alan hizmet tüketicisi sunulmuş; ancak hizmetin kapsamı tam olarak belirtilmediği için tüketici beklediği hizmeti tam olarak alamayarak mağdur olmuştur. Nötr versiyonunda ise, hizmetin sözleşmede belirtildiği şekilde, yani olması gerektiği gibi sunumu betimlenmektedir. Araştırmanın amacına ulaşmak için altı hipotez geliştirilmiş, bu hipotezlerin analizi için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, araştırmanın ilk iki amacına ilişkin olarak, cevaplayıcıların sözleşmede eksik ya da yanlış bilgi sunulması arasında etik problem algılama, acentaya ilişkin genel tutum ve acentanın hizmetlerini satın alma niyeti düzeylerinde farklılık bulunamamış, cevaplayıcılar her iki durumu da aynı düzeyde etik dışı olarak algılamıştır. Sözleşmeye uyan acentalarla, yanlış ya da eksik bilgi sunarak uymayan acentalar arasında tüketicilerin etik algıları, genel tutumları ve etik niyetleri bakımından fark bulunmuştur. Araştırma da, seyahat acentalarının, müşterileri ile yaptıkları sözleşmelerde ve sözleşmenin uygulama sürecinde etik dışı eylemlerden sakınmaları gerekliliği önerilmiştir.

Mesleki etiği konusunda yazılan araştırmalar incelendiğinde bu araştırmaların özellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren mesleklerde yoğun olduğu görülmektedir. Bunlar arasında muhasebe ve öğretmenlik (eğitim hizmetleri) mesleği ile yapılan araştırmalar ön sıralarda gelmekte olup, bunu jandarma, polislik (emniyet hizmetleri) antrenörlük, avukatlık, doktorluk (sağlık hizmetleri) gibi meslekler izlemektedir.

İşgüden ve Çabuk (2006) tarafından yapılan “Meslek Etiği ve Meslek Etiğinin Meslek Yaşamı Üzerindeki Etkileri” başlıklı çalışmanın amacı, meslek etiği anlayışının ve kurallarının meslek yaşamına olan etkisini araştırmak olarak belirtilmiş, bu amaca yönelik olarak, Balıkesir ilinde bulunan muhasebe meslek mensupları üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada, anket yöntemi kullanılarak veriler toplanmıştır. 140 muhasebe meslek mensubuna ulaşılmış, değerlendirme geri dönen 103 anket üzerinden yapılmıştır. Meslek mensuplarına demografik özelliklerine, meslek etiği ilkelerine ilişkin sıralama soruları ve likert tipi sorular sorulmuştur. Araştırmada, anket sonuçlarından elde edilen analizler meslek mensuplarının meslek etiği ilkelerine verdikleri önemi açıkça göstermektedir. Meslek mensupları, meslek etiği ilkelerine uygun davranışlar sergiledikleri takdirde, hem maddi hem de manevi açıdan kazançlı

çıkacaklarının farkındadırlar. Ayrıca, meslek mensuplarının meslek etiği ilkelerine uygun hareket etme düşüncesi, onların toplumun ve kuruluşların/işletmelerin ortak refahını; yani, kamu yararını dikkate aldıklarını göstermektedir. Araştırmada meslek mensupları yaptıkları işlerde baskı altında kalmadan karar almalarının pek de mümkün olmadığını düşünmektedirler. Bu konuda meslek örgütlerinin gereken çabayı gösterdiği, fakat bazı meslek mensuplarının kişisel çıkarlarını ön planda tutularak, yasal yetkilerden ve mesleki sorumluluklardan bu şekilde kaçtıkları düşünülmektedir. Mali denetimin yeterli olmaması veya yasal boşlukların olması da mükelleflerin yaptıkları baskıların artmasına ve meslek mensupları arasında çatışma yaşanmasına neden olmaktadır. Meslek mensuplarının bazıları kendi meslektaşlarına olan güvenlerini yitirmişlerdir ve bu kişilerin meslek etiğine uygun olmayan davranışlarıyla toplumun mesleğe olan bakış açısını da olumsuz etkilediklerini düşünmektedirler. Meslek mensupları, etik ilkelere gerekli özeni göstermedikleri takdirde, bundan olumsuz etkileneceklerini düşünmektedirler. Bu nedenle de meslek mensuplarının etik ilkelere ve etik ilkelere aykırı davranışlara karşı duyarlı oldukları, fakat bu konuda yeterince titiz davranmadıkları söylenebilir. Meslek etiğine her meslek mensubunun aynı önemi vermesi gerekmektedir. Meslek yaşamında maddi ve kişisel çıkarların etikten önce gelmesi, meslek mensuplarında sorumluluk bilincinin eksik oluşmasına neden olmaktadır. Meslek etiği ilkelerine uygun davranılmadığı takdirde, meslektaşlar arasında birlik ve düzen sağlanamamakta ve meslek yaşamı da bundan olumsuz yönde etkilenmektedir.

Ergün ve Gül'ün (2005) "Muhasebe Mesleği Etik Kuralları ve Bu Kuralların Meslek Mensuplarınca Algılanışı" başlıklı makalesinde araştırmanın amacı, Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan meslek üyelerinin meslek etiği kurallarına ilişkin bilgi, düşünce ve algılamalarını ortaya çıkarmak olarak saptanmıştır. Araştırma yöntemi iki aşamalı olarak belirlenmiştir. İlk aşamada Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan ve meslek odasına kayıtlı 187 muhasebeci arasından rastlantısal olarak seçilen 63, ikinci aşaması ise 70 meslek üyesini kapsamaktadır. Araştırmada veriler iki aşamada elde edilmiştir. Birinci aşamada, muhasebecilerden meslek etiğine duyarlı bir meslek mensubunda olması gereken meslek etiği kurallarını önem derecesine göre sıralamaları istenmiş, ikinci aşamada ise, meslek üyelerinden sıraladıkları bu kuralları tanımlamaları istenmiştir. Böylece, meslek üyelerinin etik kuralları nasıl algıladıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın hipotezi Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan meslek

üyelerinin, uluslararası ve ulusal meslek örgütlerince belirlenen meslek etiği kuralları hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları ve dolayısıyla bu kurallarla uyuşmayan faaliyetlerde bulduklarıdır. Araştırmanın ilk aşamasında meslek mensuplarından mesleki açıdan önemli gördükleri etik kuralları sıralamaları istenmiş, bu konuda elde edilen verilerden, meslek mensuplarınca sıralanan meslek etiği kuralları 24 başlık altında toplanmıştır. Sıralanan bu 24 etik kuraldan %72'sinin kabul edilebilir, %28'inin de kabul edilmesi güç etik kurallardan oluştuğu belirlenmiştir. Kabul edilebilir etik kurallar önem sırasına göre; dürüstlük, mesleki bilgi ve yeterlilik, güvenilirlik, yasalara bağlılık, sır saklama, tarafsızlık, haksız rekabet yapmama, şeffaflık, bilgi verme, mesleki sorumluluk ve bağımsızlıktır. Meslek mensuplarının en önemli gördüğü etik kural olan dürüstlüğü; mükellef ve kamu çıkarlarını eşit şekilde korumak, ilkeli olmak, mesleki saygınlığı korumak ve güven vermek olarak algıladıkları ortaya çıkmıştır. İkinci derecede önemli etik kural olarak görülen mesleki bilgi ve yeterliliğin ise; kendini yenilemek ve geliştirmek ile mesleki bilgileri takip etmek olarak algılandığı ortaya çıkmıştır. Meslek mensupları arasında üçüncü derecede önemli etik kural olarak görülen güvenilirlik ile ilgili algılamaların da; müşterinin muhasebecisine, meslek mensubunun kendine ve mesleki bilgisine güvenmesi ile karşılıklı güven üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Yasalara bağlılık konusundaki düşünceler; yasalara uymak, yasal yetkileri aşmamak, hukukun üstünlüğüne bağlı kalmak, yasalar izin verdiği oranda mükellefi korumak ve yurttaşlık bilincine sahip olmak üzerinde yoğunlaşmaktadır. Meslek mensuplarının sır saklama konusundaki algılamaları ise; bilgilerin üçüncü kişilere aktarılmaması, mesleki bilgilerin saklanması ve mükellefe sırdaş olunması konularında yoğunlaşmaktadır. Bazı meslek mensupları sır saklamanın, sadece mükellef ile ilgili bilgilerle sınırlandırılması gerektiğini ileri sürerken, bazıları da bu sınırın mesleki bilgi, deneyim ve işlerle ilgili alanlara doğru genişletilmesi gerektiğini ileri sürmektedirler. Şeffaflık konusundaki düşünceler de; muhasebe kayıtlarının anlaşılabilirliği, müşteriye ve kamuya karşı açıklık üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bilgi verme konusundaki genel eğilimin de; sadece yasalarca belirlenen kişi ve kuruluşlara bilgi verme, ilgili taraflara doğru bilgi verme ile mükellefe ve kamuya bilgi verme noktalarında yoğunlaştığı görülmektedir. Meslek mensuplarının mesleki sorumluluk konusundaki düşünceleri, kamuya ve mükellefe karşı sorumluluk; bağımsızlık konusundaki düşünceleri de, özgür irade ile mesleği icra etmek noktalarında yoğunlaşmaktadır. Araştırma bulgularının da ortaya koyduğu gibi, meslek mensuplarının önemli bir kısmının meslek etiği kuralları hakkında bilgi eksikliği içinde

oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca, meslek etiği kurallarının algılanması ve tanımlanmasındaki sorunlar da ciddi boyutlardadır.

Kısakürek ve Alpan (2010) tarafından " Muhasebe meslek etiği ve Sivas ilinde bir uygulama" başlıklı makale ile Sivas ilindeki muhasebe meslek mensuplarının muhasebe etik kurallara/ilkelere uymalarındaki etkili faktörlerin ne olduğu ve etik dışı davranış nedenleri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmanın amacı, Sivas İlinde muhasebe meslek mensuplarının demografik verilere göre meslek etiğine ilişkin yargılara, katılım düzeyleri arasında farklılık olup olmadığı, fark yoksa ortak görüşlerin ne olduğu, fark varsa farkın yönünün belirlenmesi olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede, araştırmanın evreni olarak Sivas ilinde çalışan serbest muhasebeci ve serbest muhasebeci-mali müşavir unvanlarına sahip meslek mensupları seçilmiş olup, 112 meslek mensubuna anket yapılmıştır. Anket demografik özellikler ile meslek mensuplarının etik anlayışına ilişkin yargılara katılım düzeyinin belirlenmeye çalışıldığı iki bölümden oluşmuş ve likert ölçeğinden yararlanılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup, anketler Mann-Whitney U testi ve Kruskal-Wallis testleri ile analiz edilmiştir. Araştırmada, Sivas ilindeki muhasebe meslek mensuplarının; Mesleki etik kurallarına uymalarında etkili olan faktörler, etik dışı davranmalarının nedenleri ve muhasebe mensuplarının etikle ilgili konular hakkındaki görüşleri ölçülmüştür. Araştırma sonucunda meslek mensuplarının bu konular hakkındaki görüşleri şu şekilde çıkmıştır:

Etik kurallara uyulmasında:

Çevresel baskıların, alınan eğitimlerin, meslek örgütünün denetimlerinin, cezai ve vicdani yaptırımların etkili olduğu,

Etik dışı davranılmasının nedenleri:

Meslek mensubunun daha fazla para kazanma tutkusunun, ahlaki zayıflığının sebep olduğu ve etik dışı davranışa karşı eğitim kurumlarında meslek etiği derslerinin zorunlu olması gerektiği,

Muhasebe meslek mensuplarının etikle ilgili konular hakkındaki fikirleri:

Gelecek birkaç yıl içinde ülkemizde etik değerlerde iyiye doğru değişim yaşanacağı, AB uyum sürecinin meslek etiğinin gelişmesine katkı sağlayacağı, bürokratik engellerin meslek etiğinin gelişmesini yavaşlatacağı, müşteriye kaybetme

kaygısıyla tarifenin altında ücret alan meslektaşların olduğu, meslekle ilgili yasal olmayan teklifler daha çok büyük işletme sahiplerinden (1. sınıf defter) geldiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yılmaz ve Altinkurt (2009) tarafından yazılan "Öğretmen Adaylarının Mesleki Etik Dışı Davranışlar ile İlgili Görüşleri" başlıklı makalenin amacı, öğretmen adaylarının mesleki etik dışı davranışlar ile ilgili görüşlerini belirlemek olarak saptanmıştır. Öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleği ile ilgili etik dışı davranışlar hakkındaki görüşleri geçmişte ve halen var olduğu hali ile betimlenmeye çalışıldığından araştırma tarama modelinde yapılmıştır. Araştırmanın evreni olarak, 2009-2010 öğretim yılı Güz döneminde Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Fakültesinde kayıtlı olan ve derslere devam eden 866 öğretmen adayı seçilmiştir. Araştırmada evrene ulaşma güçlüğü olmaması, yöntemin tarama modeli olması ve daha güvenilir verilerin elde edilmesi amacı ile örneklem alma yoluna gidilmemiştir. 525 anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak "Etik Dışı Davranışlar Ölçeği (EDDÖ)" kullanılmış, ölçek araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin geliştirilmesi sürecinde alanyazın taranmış ve daha önce kullanılmış olan ölçeklere ulaşılmıştır. Daha önce yapılmış araştırmalarda kullanılan ölçeklerdeki etik ilkeler ve etik dışı davranışlar belirlenmiş, belirlenen etik dışı davranışlardan oluşan bir ölçek hazırlanmıştır. Araştırmada katılımcıların görüşlerinin belirlenmesinde aritmetik ortalama, standart sapma, yüzde, frekans gibi betimsel istatistikler kullanılmış, katılımcıların görüşlerinin karşılaştırmalarında ise, t testi ve ANOVA analizleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgularda, katılımcıların, etik dışı davranışları yüksek düzeyde etik dışı davranış olarak algıladığı, "Öğrenciler arasında ekonomik düzeye göre ayrımcılık yapmak" davranışını %90 oranında etik dışı davranış olarak gördükleri, "Kendi öğrencilerine okul dışında ücretli ders verme" davranışını en düşük düzeyde etik dışı davranış olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, katılımcıların, eğitim düzeyi, okuduğu sınıf, cinsiyet gibi faktörler arasında farklılıklar gözlemlenmiştir.

"Meslek etiği çerçevesinde akademisyenlerin etik sorunlara karşı tutumları üzerine bir araştırma" başlıklı araştırmada, akademisyenlerin faaliyetleri; araştırma faaliyetleri, seyahat faaliyetleri, üniversite dışı çalışma, yayıncılarla ve öğrencilerle ilişkiler olmak üzere beş başlık altında toplanmış ve bu faaliyetler kapsamında akademisyenlerin etik bakımdan sorumlu olarak değerlendirilebilecek davranışlara karşı tutumlarını belirlemek araştırmanın temel amacı olarak belirlenmiştir. Yaş, cinsiyet ve

unvan değişkenleri bakımından akademisyenlerin tutumları arasında farklılık olup olmadığı belirlenmesi amaçlardan biri olduğu belirtilmektedir. Buna göre akademisyenlerin etik değerler bakımından hangi sorunları daha fazla etik dışı buldukları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesinde görevli öğretim üyelerine beőli likert ölçeği kullanılarak anket yöntemi ile yapılmıştır. Veriler SPSS programı ile yorumlanmıştır. Araştırma sonucuna göre, akademisyenlerin etik sorunlara karşı tutumları sırasıyla; not karşılığı maddi çıkar sağlamak, araştırma verilerini tahrif ederek sonuçları bozmak, özel seyahatlerini bilimsel çalışma gibi gösterip üniversiteden maddi destek sağlamak, maddi destekle yürütölen çalışmalarda dokümanları tahrif ederek yüksek mali destek sağlamak, çalıntı eser yazmak ve üniversite desteğiyle yapılan seyahatlerde harcamaları aşırı göstermek etik dıőılık sıralamasında başta gelen konular olarak sayılmıştır (Pınar, 2003).

Yoğun bakım hemşirelerinin etik duyarlılıklarının incelenmesi amacıyla yapılan araştırmada, araştırmanın örneklemini Ankara’da bir eğitim hastanesinin yoğun bakım ünitelerinde görev yapan 90 hemőire oluşturmuştur. Veri toplanması sürecinde, hemşirelerin sosyodemografik ve çalışma özelliklerini içeren 15 soru ve otuz ifadeden oluşun yedili likert tipte bir kağıt kalem ölçeği olan ‘Ahlaki Duyarlılık Anketi veri toplama formu olarak uygulanmıştır. Veriler, SPSS programı kullanılarak, tanımlayıcı istatistikler (frekans, ortalama, minimum ve maksimum değerler, standart sapma) Mann Whitney U testi ve Kruskal-Wallis varyans analizi kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmada; yoğun bakım hemşirelerin yarısından fazlasının genç olması ve mesleki çalışma sürelerinin az olmasının karşılaştıkları etik sorunları ayırt etme ve çözümünde sıkıntı yaşayabilecekleri, öğrenim durumu ile etik duyarlılıkları arasında bir ilişki saptanmadığı, hemşirelerin %51,7’sinin mezuniyet sonrası etik konusunda eğitim almadığı, %46,7’sinin yoğun bakımda çalıştıkları süre boyunca etik sorun yaşadıkları, etik sorun yaşayanların önemli bir bölümünün ise (%35,7’si) bu sorunu çözemedikleri, bundan dolayı etik konusunda verilecek eğitimin teorik ve uygulamayı içerecek şekilde düzenlenmesi gerektiği, hemşirelerinin, yaş, çalışma süreleri, medeni durumu ve eğitim düzeyi ile etik duyarlılıkları açısından bir farklılık bulunmadığı, hemşirelerin, ahlaki duyarlılık anketinden aldıkları toplam puan ortalamasının hemşirelerin etik duyarlılığının orta düzeyde olduğu, hemşirelerin yaklaşık yarısının etik sorun yaşadığı, etik sorun yaşayanların önemli bir kısmının ise, bu sorunu çözemediği, hemşirelerin yaş ve mesleki deneyim süresi özelliklerinin etik duyarlılığı etkilediği, genç hemşirelerin

daha az etik çatışma ile karşılaştığı ve etik sorunlar karşısında eyleme karar verme ve uygulamada etik düşünme boyutunun daha düşük olduğu sonucuna varılmış olup, hemşirelerin etik duyarlılığının artırılması, dolayısıyla etik sorunları tanıma ve çözümünün sağlanabilmesi için, mezuniyet sonrası ve sürekli eğitim programlarının düzenlenmesi gerektiği önerilmektedir (Başak vd. 2010).

Chen ve Liu (1998) tarafından yazılan Tayvan'da ki reklam ajanslarının mesleki etik algıları başlıklı makalenin amacı, Tayvan'da ki reklam ajanslarının günlük işlerinde karşılaştıkları etik sorunlarla ilgili bilgi toplamak ve araştırmadan elde edilen bulgularla Birleşik Devletlerde daha önce yapılan çalışmaları karşılaştırarak uluslararası reklam firmalarının yöneticilerine günlük yaşantılarında etik değerlerin seçilip uygulanmasında bazı öneriler sunmak olarak belirlenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi seçilmiştir. 3 bölümden oluşan anket, Tayvan'da 100 milyon Tayvan Dolar'ından fazla reklam geliri olan 30 firmada çalışan 350 kişiye mail yoluyla gönderilmiş, 120 adet anket dönüşü sağlanmıştır. Veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların %32,5'i herhangi bir etik sorunla karşılaşmadıklarını, %67,5'i ise işyerinde etik sorunlarla sıklıkla karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Araştırmada Birleşik Devletler ve Tayvan'daki reklam ajanslarını karşılaştırırken, bu ülkelerin farklı ekonomik ve sosyal yapılarda ve değişik demografik ve sosyal değişkenlerle yüzyüze olduğu gerçeklerinin gözönünde bulundurulması gerektiği ifade edilmektedir. Etik olmayan ürün ve hizmetler sunma, doğru reklam mesajı üretme, ajans ve müşteri arasındaki uyuşmazlık, ücretlendirme uygulamaları Tayvan ve Birleşik Devletlerin her ikisinde karşılaşılan etik problemler olarak sayılmıştır. Diğer taraftan güvenilir araştırma sonuçları, düşük hizmet kalitesi ve tedarikçilerden alınan ıskontolar Tayvan'daki reklam firmalarındaki diğer etik olmayan davranışlardır. Amerika'da işletme etiği üzerine en az otuz adet kitap, iki dergi ve yarım düzine akademik araştırma varken ve buna ilaveten son on yılda etik sorunlarla ilgili workshoplara katılım, eğitim seminerleri ve akademik araştırmalarda ve derslerde iş etiği eğitiminde artış yaşanırken; aksine Tayvan'da akademik anlamda reklam etiği ile ilgili sadece bir veya iki ders vardır. Bundan dolayı gelişen bir ülke olarak Tayvan'da okullarda etik ile ilgili daha fazla ders verilmesi önerilmektedir.

Petrick ve Scherer (2005), İdari Akademi gibi meslek birliklerinin, bilimi geliştirmek ve güçlendirmek, fakülte içinde bilgi alışverişini sağlamak ve mesleki etiğin gelişmesi konusunda üyeler arasında bir iklim oluşturulmasına yardım etmek gibi

nedenler için var olduğunu; ancak sayılanlar arasında etik iklimin oluşturulmasının en az öneme sahip olduğunu, önceki araştırmalarda da kadrolu ve kadrolu olmayan eğitimciler arasında meslek etiğinin geliştirilmesinde farklılıklar olduğundan hareketle, araştırmanın amacını İdari Akademide görev yapan kadrolu ve kadrosuz eğitimcilerin mesleki etik kodlarla ilgili etik eğitim ve araştırma yapılması hususundaki algılarının araştırılması olarak belirlemiştir. Araştırmaya Birleşik Devletlerde İdari Akademide lisans ve yüksek lisansta idare dersi veren 260 kişi katılmıştır. Katılımcıların 69'u bayan 191'i erkek olup, katılımcılar Amerika'daki beş bölgesel akademiden seçilmiştir ve büyük çoğunluğu kamuya ait okullarda yedi yıldan fazla süredir çalışmaktadır. Katılımcıların 155 tanesi kadrolu, 105 ise kadrosuzdur. Araştırmada kullanılmak üzere 10 maddelik 6'lı Likert ölçeğinden oluşan sorular hazırlanmıştır. Kadrolu ve kadrosuz gruplar arasındaki mesleki etik algı farklılıklarını ölçmek için değişkenlerin çok değişkenli analizi (MANOVA) yöntemi ile kadrolu olanların mesleki etik değişkenlik algılarını ölçmek için tek değişkenli F testi kullanılmıştır. Araştırmada, idare akademisinde kadrolu statüde bulunanların mesleki etiğin geliştirilmesi konusunda daha fazla ilgili oldukları, kadrolu ve kadrosuz akademisyenlerin İdare Akademisi Etik Kod İlkeleri ile ilgili olarak daha fazla eğitim verilmesi konusunda hemfikir oldukları, kadrosuz olan akademisyenlerin kadrolulara göre mesleki etik eğitim verilmesi ve mesleki etik araştırmaları konusunda İdare Akademisinden daha fazla beklenti içinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Meslek etiği konusunda, Tepe (2009), Türkiye Felsefe Kurumu'nun Ankara Alman Kültür Merkezi'yle birlikte 1996 yılı sonbaharında Ankara'da düzenlediği "Felsefi Etik ve Meslek Etikleri" seminerine sunulmuş bildirileri bir araya getirerek hazırladığı "Etik ve Meslek Etikleri" başlıklı kitabı yayımlamıştır. Kitap dört bölümden oluşmakta olup, her bölümde farklı bir konu ile etik ilişkisi incelenmektedir.

Yukarıda değinildiği gibi çeşitli mesleklere ilişkin meslek etiği konusunda çalışmalar olmasına rağmen turist rehberliği meslek etiği konusunda çalışmalar oldukça sınırlı düzeydedir. Bu çalışmada turistlerin turist rehberliği mesleğine ilişkin etik algılarının hangi düzeyde olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, evren örnekleme, verilerin toplanması ve verilerin analizi konularına yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli olarak betimsel ve bağıntısal model seçilmiştir. Betimsel modelle, bir konudaki halihazırdaki durum araştırılır. Betimsel araştırmalar; özaktarım araştırmaları ve gözlem araştırmaları olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilebilir. Özaktarım araştırmalarının verileri, örnekleme de yer alan bireylerin kendilerinden bilgi alınarak toplanır. Katılımcılardan, anketler aracılığıyla yazılı olarak bilgi alınabileceği gibi, görüşmeler yoluyla sözlü olarak da bilgi toplanabilir. Gözlem araştırmalarında ise veriler, katılımcıların araştırmacı tarafından gözlenmeleriyle toplanır. Betimsel araştırma verileri, betimsel istatistikler kullanılarak (frekans, yüzde vb. gibi) analiz edilir. Bağıntısal modelle gerçekleştirilen bir araştırmada ise, araştırma probleminde yer alan iki ya da daha fazla değişkene ilişkin olarak örnekleme deki katılımcılardan veri toplanır. Toplanan verilerin istatistiksel tekniklerle incelenmesi sonucunda, değişkenler arasında bir bağıntı olup olmadığı belirlenir (Kırcacalı-İftar, 1999: 7-8).

Bu kapsamda, araştırmanın uygulanması için bir anket hazırlanmıştır. Anketin hazırlanması safhasında, etik, meslek etiği ve turist rehberliği ile ilgili yazılmış kitap, makale gibi alan taraması yapılmış, Dolaşır (2005), Özbek (2003), Örenel (2005) vb. tarafından yapılmış çalışmalarda ölçekler incelenmiş ve çalışmanın amaç ve kapsamına uygun olarak Profesyonel Turist Rehberliği Ulusal Meslek Standardı, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nin Meslek Etik İlkeleri başlıklı 29. Maddesi, Türkiye

ve diğ er ÷lkelerdeki meslek birlikleri tarafından benimsenen meslek etik ilkeleri ile turist rehberinde bulunması gereken özelliklerden de yararlanılarak yeni bir ölçek geliştirilmiştir. Oluşturulan anket, paket tur kapsamında en çok turistin ziyaret ettiği destinasyonlardan biri olan Antalya ilinde uygulanmıştır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini bir paket tur kapsamında tura katılan, milliyetlerine göre Türkiye'ye en fazla turist geldiği Alman, Rus, İngiliz turistler ile yerli turist grupları oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2012 yılında Türkiye'ye toplam 31.782.832 yabancı turist gelmiştir. Gelen turistlerden 5.028.745 turist sayısı ile Almanlar birinci sırada, Ruslar 3.599.925 turist sayısı ile ikinci sırada, İngilizler ise 2.456.519 turist sayısı ile üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye'de ikamet eden vatandaş ziyaretçi sayısı ise 5.802.950'dir (TÜİK, 2012: 30-31).

Araştırmada amaç çok veri toplamak değil, geçerli ve güvenilir veriler toplamak olduğundan denetimi daha kolay olan küçük kümeler tercih edilmiştir. Bunun için araştırma evrenini en iyi temsil edecek şekilde örnekleme yoluna gidilmiştir. Tüm turistler üzerine anket çalışması uygulanmasının ekonomik koşullar, zaman faktörü ve ulaşım bakımından güç olması nedeniyle Antalya ilini en çok ziyaret eden turist grupları olan Alman, Rus, İngiliz ile bir ülkeyi en iyi tanıyan kişilerin o ülkede yaşayanlar olduğu gerçeğinden hareketle yerli turist grupları araştırmanın örnekleme olarak seçilmiştir.

Araştırma örnekleminin Antalya olarak seçilmesinin nedeni; gelen turist sayısında Antalya'nın 10.299.366 turist ile (Türkiye'ye gelen toplam turist sayısının %32,4'ü) ile birinci sırada yer almasıdır. 2012 yılında Antalya'ya milliyetlerine göre gelen turist sayısında Almanlar 2.884.277 turist ile birinci (Antalya'ya gelen toplam turist sayısının %28'i), Ruslar 2.761.145 (Antalya'ya gelen toplam turist sayısının %26,81'i) ise ikinci, İngilizler ise 463.647 turist ile (Antalya'ya gelen toplam turist sayısının %4,43'ü) dördüncü sıradadır. Antalya'yı ziyaret eden yerli ziyaretçi sayısı ise 426.770'dir (T.C. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Örneklem büyüklüğünün tespit edilmesinde Yamane'nin (2001: 116-117) aşağıdaki formülünden yararlanılmış, örneklem büyüklüğü 384 olarak bulunmuştur.

$$n = \frac{Nz^2 pq}{Nd^2 + z^2 pq}$$

n: Örneklem büyüklüğü

N: Araştırmaya konu evren/yığın

p: Yığında istenilen özelliği taşıyan bireylerin oranı (p+q=1)

q: 1- P (örnek çapını maksimum yapmak için p=q=0,50 alınabilir)

z: Güvenilirlik düzeyini

d: Duyarlılık

Bu formüle göre örneklem büyüklüğü aşağıda hesaplanmıştır.

n: Örneklem büyüklüğü

N: 16.888.139

p: 0,5

q: 0,5

z: 1,96

d: 0,05

$$n = \frac{16.888.139 \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{16.888.139 \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)} = 384$$

3.3. Verilerin Toplanması

Araştırma sürecinde ilk olarak daha önce yapılmış yerli-yabancı araştırma, tez, makale, kitap gibi yazılı kaynaklar ve internet gibi kaynaklardan yararlanılmış, elde edilen veriler derlenerek araştırmanın literatür kısmı tamamlanmıştır.

Verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket, turistlerin demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular ve rehberlerin meslek etiğine uygun davranıp davranmadıklarını ölçmeye yönelik sorular olmak üzere iki bölümden oluşmuştur. Anket sorularının oluşturulmasında etik ve meslek etiği ile ilgili kitap, makale gibi yayınlar ve konu ile ilgili ölçekler incelenmiş, profesyonel turist rehberliği ulusal meslek standardı, turist rehberinde bulunması gereken özellikler, turist rehberliği meslek etik ilkeleri ile ilgili ulusal ve uluslararası belgeler incelenmiş ve geliştirilen 45 önerme ile rehberlere yönelik etik davranış algıları ölçülmeye çalışılmıştır.

Anketin ilk beş sorusu turistlerin demografik özelliklerini ölçmeye, sonraki altı soru, turistlerin Türkiye'ye geliş sayısını, daha önce Türkiye'de rehber eşliğinde tura katıldıysa sayısını, rehberli turlardan memnuniyet düzeyini, etik davranışın hizmet satın alımında memnuniyet düzeyini etkileyip etkilemediğini, tatil tercihini Türkiye'de geçirmeye neden olan etkeni ve Türkiye'ye tekrar gelip gelmeme düşüncesini ölçmeye yöneliktir. Anketin 46, 47 ve 48. soruları rehberlerin ülke hakkındaki önyargıların kırılmasında etkin bir unsur olup olmadığını, rehberlerin ülke tanıtımında önemli rol oynayıp oynamadığını ve turistin Türkiye'yi tekrar ziyaret etmesinde veya etmeyi düşünmesinde rehberin etkisinin olup olmadığını ölçmeye yöneliktir. 49. soru ise turistlerin Türkiye'de katıldıkları turlarda turist rehberlerinde etik olmayan ne gibi davranışlarla karşılaştıklarını ölçmeye yönelik olarak açık uçlu olarak sorulmuştur. Diğer 45 önerme ise, "Kesinlikle Katılıyorum", "Katılıyorum", "Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum", "Katılmıyorum" ve "Kesinlikle Katılmıyorum" şeklinde 5'li Likert Ölçeğinde turistlerin Türkiye'de katıldığı turlarda turist rehberlerinin mesleki etik davranışlarına katılma derecelerini ölçen sorulardan oluşmuştur.

Anket uygulaması Alman, Rus, İngiliz ve yerli turist gruplarına uygulandığından anket Türkçe, Almanca, Rusça ve İngilizce, olmak üzere 4 dilde hazırlanmış (EK 2), 2012 yılı ekim ayı içerisinde Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nde 8 Türk, 9 Amerikalı, 2 Alman, 2 Fransız, 2 Japon, 2 Avustralyalı, 2 Çek, 4 Hollandalı ve 5 İngiliz

olmak üzere toplam 36 turist üzerinde pilot çalışma yapılmıştır. Yapılan pilot çalışmada ankette demografik özellikler arasında bulunan gelir durumuna ilişkin soru turistlerin çoğu tarafında hoş karşılanmadığından ankette çıkarılmıştır. Anket nisan, mayıs ve haziran ayları içerisinde Antalya'da uygulanmıştır.

Anket soruları SPSS (Statistical Package For Social Science) programı kullanılarak, analiz edilmiş, anlaşılmayan, yanlış anlaşılan ve anketin güvenilirliğini düşüren soru olup olmadığı kontrol edilmiştir. Anket Alpha (Cronbach's) yöntemi kullanılarak güvenilirlik testine tabi tutulmuştur (Tablo:7).

Tablo 7 - Güvenilirlik İstatistikleri (Reliability Statistics)

Cronbach's Alpha	Standart Maddelere Göre Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
,947	,961	47

Güvenilirlik analizi, her hangi bir konuda örnekleme oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacı ile kullanılır.

Ölçme aracını oluşturan ifadelerin birbirleriyle tutarlılık gösterip göstermediği, aralarındaki ilişkinin ölçülmesi ile ortaya çıkar. Güvenilirlik katsayısı, 0 ile 1 arasında değerler alır ve bu değer 1'e yaklaşıncaya güvenilirlik artar. Güvenilirlik analizi için kullanılan yöntemlerden biri de Alpha (Cronbach) yöntemidir.

Ölçeğin genel güvenilirliği Tablo 7'ye göre Alpha= 0,947 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuca göre ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir.

Ankette yer alan turistlerin ekonomik durumuna ilişkin soru, turistler tarafından hoş karşılanmadığı için ankette çıkarılmış, araştırma turistlere yönelik 60 soru üzerinden yürütülmüştür.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler SPSS (Statistical Package For Social Science) programı kullanılarak veri girişi yapılmış, araştırmanın amacı doğrultusunda çeşitli istatistiki çözümler yapılmıştır.

Bu bağlamda, veriler, Cronbach's Alpha Güvenilirlik Analizi, Frekans Dağılımı Testi, Faktör Analizi, ANOVA, t testi, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliği Ölçüsü Testi, Bartlett's Küresellik (sphericity) Testi ve Tukey Testine tabi tutulmuştur. Anova ve t testleri sonuçları 0,05 anlamlılık düzeyine göre değerlendirilmiş, elde edilen bulgular bu doğrultuda yorumlanmıştır.

4. BULGULAR VE YORUM

Araştırmanın anketinden elde edilen veriler istatistiksel açıdan analiz edildikten sonra tablolar haline getirilmiş ve aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

4.1. Frekans Dağılımı Sonuçları

Tablo 8 - Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

	Sosyo-Demografik Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Bay	185	45,9
	Bayan	218	54,1
Yaş	16-29	56	14,1
	30-39	90	22,5
	40-49	101	25,4
	50-59	92	23,0
	60+	61	15,0
Medeni Durum	Evli	210	55,0
	Bekar	119	31,1
	Boşanmış	53	13,9
Eğitim Durumu	İlköğretim	119	30,6
	Lise	159	41,0
	Önlisans	22	5,7
	Lisans	48	12,4
	Yüksek Lisans +	40	10,3
Uyruk	T.C.	90	22,3
	Alman	114	28,2
	Rus	105	26,0
	İngiliz	95	23,5
Türkiye'yi Ziyaret Sayısı	1	85	27,7
	2	68	22,1
	3	50	16,3
	4	31	10,1
	5 +	73	23,8
Türkiye'de Daha Önce Rehber Eşliğinde Tura Katılma Durumu	Evet	319	82,6
	Hayır	67	17,4
Daha Önce Türkiye'de Rehber Eşliğinde Tura Katılma Sayısı	1	36	15,7
	2	52	22,7
	3	43	18,8
	4	23	10,0
	5 +	75	32,8

Tablo 8'e göre araştırmaya katılan katılımcıların %54,1'ini oluşturan 218 kişi bayan, %45,9'unu oluşturan 185 kişi erkektir. Özbek, Akkılıç ve İlban (2011) tarafından tüketicilerin seyahat acentalarına ilişkin etik algıları ve niyetlerini belirlemeye yönelik yapılan araştırmada cevaplayıcıların %57,8'i bayan, %42,2'si erkek olup yakın bir sonuç alınmıştır. Örenel (2005) tarafından yapılan "Öğretmenlerin Mesleki Etik İlkeleri Kapsamındaki Davranışlarının İlköğretim ve Orta Öğretim Öğrencilerinin Algılarıyla Değerlendirilmesi" başlıklı yüksek lisans tezinde ise cevaplayıcıların %46,6'sı bayan, %53,4'ü erkektir.

Katılımcılar yaş gruplarına göre incelendiğinde araştırmaya katılanların %14,1'ini oluşturan 56 kişi 16-29 yaş, %22,5'ini oluşturan 90 kişi 30-39 yaş, %25,4'ünü oluşturan 101 kişi 40-49 yaş, %23'ünü oluşturan 92 kişi 50-59 yaş, %15'ini oluşturan 61 kişi ise 60 ve üstü yaş grubundadır. Buna göre katılımcıların %63,4'lük kısmının orta ve üzeri (40-49+) yaş grubunda olduğu görülmektedir. Özbek, Akkılıç ve İlban (2011) tarafından yapılan araştırmada ise katılımcıların yaş ortalaması 42,93 bulunmuştur. Bu araştırmada ise katılımcıların yaş ortalaması benzer şekilde 40-49 yaş grubu arasında çıkmıştır.

Araştırmaya katılan katılımcılar medeni durumu açısından incelendiğinde, cevaplayıcıların %55'ini oluşturan 210 kişi evli, %31,1'ini oluşturan 119 kişi bekar, %13,9'unu oluşturan 53 kişi ise boşanmıştır. Özbek, Akkılıç ve İlban (2011) tarafından yapılan araştırmada katılımcıların 52,5'u evlidir.

Katılımcılar eğitim durumuna göre değerlendirildiğinde, katılımcıların %30,6'sına denk gelen 119 kişi ilköğretim, %41'ine denk gelen 159 kişi lise, %5,7'sine denk gelen 22 kişi önlisans, %12,4'üne denk gelen 48 kişi lisans, %10,3'üne denk gelen 40 kişi ise yüksek lisans ve üstü eğitim mezunudur. Buna göre katılımcıların %28,4'ü en az üniversite mezunudur. Özbek, Akkılıç ve İlban (2011) tarafından yapılan araştırmada ise katılımcıların %44,1'i üniversite ve üzeri, %37,6'sı ise lise düzeyinde eğitime sahiptir.

Katılımcılar uyruğuna göre değerlendirildiğinde, katılımcıların %22,3'ünü oluşturan 90 kişi Türk, %28,2'sini oluşturan 114 kişi Alman, %26'sını oluşturan 105 kişi Rus, %23,5'ini oluşturan 95 kişi ise İngiliz'dir.

Yabancı turistlerin Türkiye'ye yaptıkları ziyaret sayısına göre değerlendirildiğinde katılımcıların %27,7'sine denk gelen 85 kişi ülkeyi ilk kez ziyaret etmiş, %22,1'ine denk gelen 68 kişi ülkeyi ikinci kez ziyaret etmiş, %16,3'üne denk gelen 50 kişi ülkeyi üçüncü kez ziyaret etmiş, %10,1'ine denk gelen 31 kişi ülkeyi dördüncü kez ziyaret etmiş, %23,8'ine denk gelen 73 kişi ise ülkeyi beş ve üstü sayıda ziyaret etmiştir. Buna göre katılımcıların %72,3'ü ülkeyi birden fazla sayıda ziyaret etmiştir.

Katılımcıların %82,6'sına denk gelen 319 kişi Türkiye'de daha önce rehber eşliğinde bir tura katılmıştır. %17,4'üne denk gelen 67 kişi ise Türkiye'de daha önce rehber eşliğinde bir tura katılmamıştır.

Türkiye'de daha önce rehber eşliğinde tura katılma sayısına bakıldığında ise, katılımcıların %15,7'sine tekabül eden 36 kişi bir kez, %22,7'sine tekabül eden 52 kişi iki kez, %18,8'ine tekabül eden 43 kişi üç kez, %10'una tekabül eden 23 kişi dört kez, %32,8'ine tekabül eden 75 kişi ise beş kez ve üstü sayıda tura katılmıştır. Buna göre katılımcıların yaklaşık %84,3'ü Türkiye'de birden fazla sayıda rehber eşliğinde bir tura daha önce katılmıştır.

Tablo 9 - Turistlerin Türkiye'de Katıldıkları Turlardaki Rehberlik Hizmetinden Memnuniyet Düzeyleri

İfadeler	n	%
Memnunum	184	46,5
Çok Memnunum	160	40,4
Kararsızım	32	8,1
Memnun Değilim	9	2,2
Hiç Memnun Değilim	11	2,8

Tablo 9'a göre katılımcıların Türkiye'de ki rehberlik hizmetinden memnuniyet düzeyine bakıldığında, katılımcıların %46,5'ine denk gelen 184 kişi Türkiye'de ki rehberlik hizmetinden memnun, %40,4'üne denk gelen 160 kişi Türkiye'de ki rehberlik hizmetinden çok memnun, %8,1'ine denk gelen 32 kişi Türkiye'de ki rehberlik hizmetinden ne memnun ne memnun değil, %2,2'sine denk gelen 9 kişi Türkiye'de ki rehberlik hizmetinden memnun değil, %2,8'sine denk gelen 11 kişi ise Türkiye'de ki rehberlik hizmetinden hiç memnun değildir. Buna göre katılımcıların yaklaşık %87'si Türkiye'de ki rehberlik hizmetinden memnundur.

Tablo 10 - Etik Davranış Hizmet Alımında Memnuniyet Düzeyinizi Etkiler mi?

İfadeler	n	%
Evet	258	67,9
Hayır	122	32,1

Tablo 10'a göre katılımcıların %67,9'una tekabül eden 258 kişi etik davranışın hizmet alımında memnuniyet düzeylerini etkilediğini, %32,1'ine tekabül eden 122 kişi ise etik davranışın hizmet alımında memnuniyet düzeylerini etkilemediğini ifade etmiştir.

Tablo 11 - Turistin Tatil Kararını Vermesine Neden Olan Etken

Turistlerin Tatillerini Türkiye'de Geçirmesine Neden Olan Etken	En Önemli Etken		Önemli Etken		Az Önemli Etken		Daha Az Önemli Etken		En Az Önemli Etken	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Arkadaş Tavsiyesi	78	44,3	36	20,5	44	25,0	12	6,8	6	3,4
İlgi / Merak	53	32,7	54	33,3	29	17,9	21	13,0	5	3,1
Ekonomik Oluşu	76	44,2	43	25,0	25	14,5	15	8,7	13	7,6
Seyahat Acentasının Yönlendirmesi	35	24,5	18	12,7	12	8,5	39	27,5	38	26,8
Daha Önceki Türkiye Ziyareti	74	43,3	27	15,8	21	12,3	19	11,1	30	17,5

Tablo 11'e göre yabancı turistlerin tatillerini Türkiye'de geçirmesine neden olan etkenler incelendiğinde, 78 kişiye tekabül eden %44,3'lük kesim arkadaş tavsiyesi ile, 76 kişiye tekabül eden %44,2'lik kesim ülkenin ekonomik oluşundan dolayı, 74 kişiye tekabül eden %43,3'lük kesim daha önceki Türkiye seyahati nedeni ile, 53 kişiye tekabül eden %32,7'lik kesim ilgi/merak ile, 35 kişiye tekabül eden %24,5'lik kesim seyahat acentasının yönlendirmesini ülkeyi ziyaret etmelerinde en önemli etken olarak belirtmişlerdir. Tabloya göre ülkeye gelen turistler en çok arkadaş tavsiyesi, ülkenin ekonomik oluşu ve daha önceki Türkiye ziyareti nedeni ile ülkeyi ziyaret etmektedir. Ağızdan ağıza reklamın önemi dolayısı ile ülkeyi ziyaret eden turistlerin yakın çevresine ülkeyi tavsiye etmeleri önemli bir unsurdur. Bu ise ancak turistin ülkeden mutlu bir şekilde ayrılması ile mümkün olabilmektedir.

Tablo 12 – Yabancı Turistlerin Türkiye'ye Tekrar Gelme Düşünceleri

İfadeler	n	%
Evet	302	99,0
Hayır	3	1,0

Tablo 12'de katılımcıların Türkiye'ye tekrar gelme düşünceleri incelendiğinde, katılımcıların %99'una denk gelen 302 kişi Türkiye'ye tekrar gelmeyi düşündüğünü, %1'ine denk gelen 3 kişi ise Türkiye'ye tekrar gelmeyi düşünmediğini belirtmiştir. Buna göre Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin neredeyse tamamı ülkeye tekrar gelmeyi düşünmektedir.

Tablo 13 - Rehberlerde Meslek Etiğine İlişkin Turistlerin Algıları Frekans Dağılımı

Meslek Etiğine ilişkin ifadeler	Kesinlikle Katılmıyorum (5)		Katılmıyorum (4)		Ne Katılıyorum, Ne Katılmıyorum (3)		Katılıyorum (2)		Kesinlikle Katılıyorum (1)		N	\bar{X}
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
1. Hukuka, kurallara, gelenek, görenek ve toplumca kabul görmüş uygulamalara saygılıdır.	3	0,8	8	2,0	27	6,7	172	42,9	191	47,6	401	1,6534
2. Mesleki faaliyetlerinde, yasalara ve ahlaki değerlere bağlıdır.	4	1,0	12	3,0	39	9,7	170	42,3	177	44,0	402	1,7463
3. Mesleki faaliyetlerinde görevin gerektirdiği bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olduğu işleri üstlenirler.	5	1,3	12	3,0	37	9,2	160	39,9	187	46,6	401	1,7232
4. Konuklara karşı saygılı, güler yüzlü, nazik, dürüst, hoşgörülü ve tarafsızdır.	4	1,0	15	3,7	36	8,9	160	39,7	188	46,7	403	1,7270
5. Yöre halkına ve iletişim kurduğu kişilere karşı saygılı, güler yüzlü, nazik, dürüst, hoşgörülü ve tarafsızdır.	6	1,5	9	2,2	49	12,1	159	39,4	181	44,8	404	1,7624
6. Turda bulunan herkese eşit şekilde davranırlar.	9	2,3	18	4,5	57	14,3	163	41,0	151	37,9	398	1,9221
7. Kişilere ve gruplara karşı din, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, mezhep, vb., etnik ve sosyal duruma dayalı ayırım yapmazlar.	6	1,5	20	5,0	52	13,0	148	37,1	173	43,4	399	1,8421
8. Turda bulunan karşı cinsten kişilere daha fazla ilgi gösterirler.	66	16,9	123	31,5	84	21,5	69	17,7	48	12,4	390	3,2308
9. Ahlak anlayışını, değer yargılarını konuklara aktarmazlar.	33	8,4	52	13,3	105	26,8	137	34,9	62	16,6	392	2,6199
10. Kişisel, politik, ekonomik ve sosyal görüşlerini genel görüş olarak aktarmazlar.	11	2,7	35	8,7	98	24,4	162	40,3	96	23,9	402	2,2612
11. Davranışlarında, gelenek, görenek, dini inançlar ve ideolojik söylemler etkilidir.	40	10,1	95	23,9	118	29,7	91	22,9	53	13,4	397	2,9446
12. Rehberlik yaptığı grubu rahatsız edecek, tartışma yaratacak konulardan kaçınır.	8	2,0	19	4,7	72	17,9	159	39,6	144	35,8	402	1,9751

13. Gezirdiği gruba ülke ile ilgili gerekli olabilecek önem arz eden bilgileri tur başlangıcında verir.	3	0,7	18	4,5	29	7,2	156	38,6	198	49,0	404	1,6931
14. Tur programında vaat edilen hizmetlerin en iyi şekilde yerine getirilmesini sağlar.	4	1,0	13	3,3	34	8,5	169	42,1	181	45,1	401	1,7282
15. Tur programına sıkı sıkıya uyarlar.	6	1,5	8	2,0	47	11,6	174	43,1	169	41,8	404	1,7822
16. Tur boyunca her an gruba eşlik ederler.	5	1,2	24	6,0	57	14,2	169	42,0	147	36,6	402	1,9328
17. Turda zaman yönetimi konusunda hassas davranırlar.	3	0,8	7	1,7	52	13,0	178	44,4	161	40,1	401	1,7855
18. İşlerini ciddiye alır ve gereken önemi verirler.	6	1,4	17	4,3	57	14,3	162	40,5	158	39,5	400	1,8775
19. Müşteri memnuniyetini her zaman ön planda tutarlar.	7	1,8	12	3,0	70	17,5	136	34,1	174	43,6	399	1,8521
20. Otel, restaurant, müze gibi hizmet alınan işletmelerde müşteri memnuniyeti açısından verilen hizmetin kalitesini denetlerler.	6	1,4	19	4,8	93	23,3	167	41,9	114	28,6	399	2,0877
21. Tarihi ve turistik yerleri anlatma konusunda çok özverili davranırlar.	5	1,3	19	4,8	51	12,9	158	40,0	162	41,0	395	1,8532
22. Temizliğine, kılık kıyafetine, görünüşüne önem verirler.	9	2,2	30	7,5	58	14,4	160	39,8	145	36,1	402	2,0000
23. Tur süresince hijyen kurallarına riayet ederler.	11	2,7	29	7,3	98	24,6	131	32,8	130	32,6	399	2,1479
24. Tur esnasında ziyaretçileri rahatsız edecek maddeler (alkol, sigara, uyuşturucu vb...) kullanmazlar.	19	4,8	38	9,5	82	20,6	125	31,4	134	33,7	398	2,2035
25. Dini mekanlar gibi özel hassasiyet gerektiren mekanlarda anlatım ve davranışlarına dikkat eder ve konukları mekanın gerektirdiği kurallar konusunda uyarır.	7	1,7	5	1,2	54	13,5	147	36,7	188	46,9	401	1,7431
26. Tur boyunca güvenliğimizi gözetecek tedbirleri alır ve istenmeyen olaylara anında müdahale eder.	4	1,0	5	1,2	53	13,4	158	39,8	177	44,6	397	1,7431
27. Tur süresince bütün şikayet, ihtiyaç ve sorunlarımızla yakından ilgilenir.	6	1,5	17	4,2	52	12,9	158	39,2	170	42,2	403	1,8362
28. Turda bulunan hasta, yaşlı, engelli, vejetaryenlik gibi özel durumu olanlara gereken ilgiyi gösterirler.	7	1,7	9	2,2	63	15,8	160	40,0	161	40,3	400	1,8525
29. Gezilen yerler ve ülkesi ile ilgili tam ve doğru bilgiye sahiptirler.	4	1,0	18	4,5	39	9,7	171	42,4	171	42,4	403	1,7916
30. Rehberlik yaptığı grubun dilini çok iyi düzeyde bilirler.	5	1,2	15	3,8	43	10,8	171	43,1	163	41,1	397	1,8111

31. Tur sırasında gerekli olacak araç, gereç ve ekipmanı kullanmasını bilir ve hasar görmemesine özen gösterir.	3	0,7	13	3,3	64	16,3	170	43,3	143	36,4	393	1,8880
32. Görev ve yetkilerini menfaat sağlamak amacıyla kullanmazlar.	8	2,0	24	6,0	103	25,6	147	36,7	119	29,7	401	2,1397
33. Kişisel çıkarlarını ön planda tutarak haksız kazanç sağlamazlar.	7	1,8	22	5,6	127	32,2	147	37,3	91	23,1	394	2,2563
34. Bazı durumlarda ekstra rehberlik ücreti isterler.	67	16,8	146	36,6	118	29,6	52	13,0	16	4,0	399	3,4912
35. Alışverişlerden komisyon alabilmek için grubu kendi istediği işletmelere götürme eğilimindedirler.	45	11,2	125	31,3	132	33,0	79	19,8	19	4,7	400	3,2450
36. Daha fazla bahşış alabileceği kişilerle daha yakından ilgilenirler.	54	13,5	130	32,4	130	32,4	55	13,7	32	8,0	401	3,2968
37. Aynı anda birden fazla gruba rehberlik hizmeti sunmaz.	9	2,3	17	4,3	107	27,0	138	34,8	125	31,6	396	2,1086
38. Mesleklerini icra ederken elde ettiği bilgi ve belgeleri kötüye kullanmazlar.	8	2,0	18	4,6	104	26,3	152	38,5	113	28,6	395	2,1291
39. İşveren ve turistlerle ilgili bilgi ve belgeleri başkaları ile paylaşmaz.	7	1,7	24	6,0	108	27,0	147	36,8	114	28,5	400	2,1575
40. Mesleğin güven ve itibarını zedeleyici görünüş, tutum ve davranışlar sergilemekten kaçınırlar.	4	1,0	10	2,5	63	15,6	196	48,5	131	32,4	404	1,9109
41. Diğer meslektaşlarına karşı saygılıdır ve haksız rekabet içinde değildir.	5	1,2	15	3,7	137	34,3	144	36,0	99	24,8	400	2,2075
42. Tarihi ve turistik yerlere ve doğaya zarar verilmemesi konusunda çok hassas davranırlar.	3	0,7	14	3,5	54	13,4	184	45,7	148	36,7	403	1,8586
43. Çevreyi, doğal hayatı, tarihi eserleri ve yerel kültürü korumak için azami gayret gösterirler.	4	1,0	13	3,2	54	13,5	160	39,9	170	42,4	401	1,8055
44. Turistlerin, turistik yerlerden (sikke, bitki, böcek vs. gibi) doğal, tarihi eserler almamaları yönünde çok hassastırlar.	4	1,0	14	3,5	61	15,2	141	35,2	181	45,1	401	1,8005
45. Turda seyahat acentasının menfaatini ön planda tutarlar.	26	6,5	55	13,7	147	36,7	85	21,2	88	21,9	401	2,6160
46. Ülke hakkındaki önyargıların kırılmasında etkin bir unsurdur.	7	1,8	18	4,5	51	12,7	140	34,9	185	46,1	401	1,8080
47. Ülke tanımında önemli rol oynarlar.	5	1,2	9	2,2	26	6,5	129	32,0	234	58,1	403	1,5658
48. Türkiye'yi tekrar ziyaret etmemde veya etmeyi düşünmemde turist rehberinin etkisi çoktur.	13	4,1	35	11,1	33	10,5	122	38,7	112	35,6	315	2,0952

Tablo 13'de rehberlerde meslek etiğine ilişkin turistlerin algıları görülmektedir. Bu ölçekte turistlerin rehberlerdeki meslek etiğine ilişkin ifadelere katılma dereceleri 1 ile 5 arasında puanlanmıştır. Buna göre kesinlikle katılıyorum 1 puan, katılıyorum 2 puan, ne katılıyorum ne katılmıyorum 3 puan, katılmıyorum 4 puan, kesinlikle katılmıyorum 5 puan olarak derecelendirilmiştir. Tabloda en yüksek değeri 1. soru almıştır. Bu soruya göre "turist rehberleri hukuka, kurallara, gelenek, görenek ve toplumca kabul görmüş uygulamalara saygılıdır." ifadesine katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin toplamı %90,5 çıkmıştır.

Turistlerin turist rehberlerine yönelik etik algılarını ölçmeye yönelik sorulan sorularda, 11, 35 ve 45. sorular hariç, katılımcıların büyük çoğunluğunun Türkiye'de faaliyette bulunan turist rehberlerinden memnun oldukları görülmektedir. Ayrıca, rehberlerin ülke hakkındaki önyargıların kırılmasında etkin bir unsur olup olmadığını ölçen 46. soruda katılımcıların %81'i, rehberlerin ülke tanıtımında önemli rol oynayıp oynamadığını ölçen 47. soruda katılımcıların yaklaşık %90'ı bu ifadeye katılıyorum ve üstü olarak cevap vermişlerdir. Katılımcıların Türkiye'yi tekrar ziyaret etmelerinde veya etmeyi düşünmelerinde turist rehberinin etkisinin çok olup olmadığını ölçen 48. soruda, katılımcıların %74,3'ü bu ifadeye katılıyorum ve üstü şeklinde cevap vermişlerdir. Bu veriler de turistlerin Türkiye'de faaliyet yürüten turist rehberlerinden memnun olduklarını destekler niteliktedir.

Yukarıda bahsedilen, 11, 35 ve 45. sorularda ise katılımcıların büyük çoğunluğu kararsız (ne katılıyor, ne katılmıyor) kalmışlardır.

Rehberlerin davranışlarında, gelenek, görenek, dini inançlar ve ideolojik söylemlerin etkili olup olmadığını ölçen 11. soruda katılımcıların yaklaşık %30'u kararsız kalmıştır. Katılımcıların bu soruda kararsız kalmalarının nedeni olarak, rehberlerin davranışlarında gelenek, görenek, dini inançlar ve ideolojik söylemlerin etkili olup olmadığının farkında olmadığı söylenebilir. Zira, yaşadığı kültürden farklı bir kültüre gelen ziyaretçi, geldiği kültürdeki kişinin davranışlarında o ülkenin gelenek, görenek, dini inanç ve ideolojik söylemlerinin etkili olup olmadığının farkında olmayabilir. Dolayısıyla katılımcıların büyük çoğunluğunun kararsız kalması normal görülebilir. Ancak bu soruya katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum diyenlerin toplamı % 34, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin toplamı yaklaşık % 36'dır. Buna göre bu soruda oranlar birbirine yakın çıktığından rehberlerin

davranışlarında gelenek, görenek, dini inançlar ve ideolojik söylemlerin etkili olup olmadığı konusunda net bir şey söylenememektedir.

35. soruda rehberlerin alışverişlerden komisyon alabilmek için turistleri kendi istediği işletmelere götürme eğiliminde olup olmadığı analiz edilmiştir. Bu soruda katılımcıların %33'ü kararsız kalmıştır. Bu durumun ise turistlerin, rehberin turistleri komisyon alacağı işletmeye götürdüğünün farkında olmadığından, tur programının bir parçası olarak görmelerinden kaynaklandığı söylenebilir. Ancak katılımcılardan bu soruya katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum diyenlerin toplamı % 42,5 katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin toplamı % 24,5'tir. Buna göre katılımcıların büyük çoğunluğu, rehberlerin grubu komisyon alabilecekleri işletmelere götürme eğiliminde olmadığını ifade etmektedir. Ancak bu soruya katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin toplam oranı %24,5 gibi azımsanmayacak bir rakamdır. Zira, ülkeye gelen turistler büyük oranda arkadaş tavsiyesi ile ülkeyi ziyaret ettiğinden, %24,5'lik memnun olmayan kesimin arkadaşlarına ülke hakkında olumsuz söylemlerde bulunması ülkeye gelecek turist sayısını etkileyebilecektir. Bundan dolayı turistin ülkeden maksimum memnuniyetle ayrılması ülke turizmi yararına olacaktır.

Tur esnasında rehberlerin seyahat acentasının menfaatini ön planda tutup tutmadığını araştıran 45. soruda katılımcıların yaklaşık %37'si kararsız kalmıştır. Bu durum katılımcıların turda, rehberin grubun mu yoksa seyahat acentasının mı çıkarlarını ön planda tutup tutmadığının farkında olmadığından kaynaklandığı söylenebilir. Buna karşılık katılımcılardan bu soruya katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum diyenlerin toplamı yaklaşık % 20, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin toplamı yaklaşık % 43'tür. Buna göre katılımcıların büyük çoğunluğu turda, rehberin seyahat acentasının menfaatini ön planda tuttuğunu ifade etmektedir. Turist rehberi acenta adına turu yöneten, acentaya bağlı çalışan bir tur elemanı olarak düzenlenen turlarda acentanın menfaatini gözetmesi gayet normaldir.

Bu sorular dışında turist rehberlerin mesleki faaliyetlerinde etik dışı davranıp davranmadığını ölçen tüm sorularda, katılımcıların yarısından fazlasının verdikleri cevaplar rehberlerin faaliyetlerinde etik dışı faaliyette bulunmadığı yönündedir.

Bu veriler ışığında katılımcılar Türkiye'de faaliyet yürüten rehberleri hiçbir konuda etik dışı bulmamışlardır.

4.2 Rehberlerde Meslek Etiğine İlişkin Turistlerin Algılarına Yönelik İfadelerin Faktör Analizi

Faktör analizi hakkında Alpar'ın (2011: 261) yaptığı tanım ve açıklamalar şu şekildedir:

Faktör analizi genel anlamda; aralarında ilişki bulunan p sayıdaki değişkenle (boyutla) açıklanan bir yapıyı, kendi içlerinde ilişkili; ancak aralarında ilişki bulunmayan daha az sayıdaki ($k < p$) yeni değişkenle (faktörle) açıklamaya yarayan bir yöntemler bütünüdür.

Faktör analizi yorumlaması güç, birbiri ile ilişkili çok sayıda değişkenden, en az bilgi kaybı ile bağımsız, kavramsal açıdan anlamlı az sayıda yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı, ortaya çıkarmayı amaçlayan çok değişkenli yöntemler bütünüdür. Bu çerçevede faktör analizi, birçok değişkenin birkaç başlık altında toplanıp toplanmadığı hakkında bilgi veren bir yöntemler bütünü olarak da tanımlanabilmektedir. Faktör analizi, sıklıkla çok sayıdaki değişkenin aslında birkaç temel değişkenle ifade edilip edilemeyeceğinin merak edildiği durumlarda kullanılan bir yöntemdir.

Faktör analizi, tüm veri yapıları için uygun olmayabilir. Verilerin, faktör analizi için uygunluğu Keiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliği Ölçüsü ve Bartlett's küresellik (sphericity) testiyle incelenebilir.

KMO katsayısı, veri matrisinin faktör analizi ve veri yapısının faktör çıkarma için uygun olup olmadığı hakkında bilgi verir. KMO değeri 0 ile 1 arasında değişir. KMO =1 olduğunda, her bir değişkenin diğer değişkenler tarafından hatasız olarak mükemmel bir biçimde kestirildiği anlaşılmaktadır. İyi bir faktör analizi için KMO ölçüsünün 0,80'den büyük olması beklenir. Ancak, KMO değerinin 0,60'ın üzerinde olması çoğu zaman yeterli görülmektedir.

Bunun yanında, incelenen değişkenler arasında dikkate değer bir ilişki (bağımlılık) olmadığında, faktör analizinin amaçlarından olan bağımsızlaştırma bir amaç olamayacak ve boyut indirgemekten bir kazanç sağlanamayacaktır. Bu çerçevede, en azından bazı değişkenler arasındaki anlamlı korelasyonların varlığının istatistiksel açıdan tümel olarak ortaya konması gerekir. Bu amaçla Bartlett testi veya Bartlett küresellik testinden (Bartlett's test of sphericity) yararlanılmaktadır. Bartlett testi, değişkenler arasında ilişki olup olmadığını kısmi korelasyonlar temelinde inceler.

Bartlett testi ki-kare dağılımı gösterir. Ki kare değeri ne kadar büyük olursa faktörleşebilme değeri de o kadar yükselmektedir (Alpar, 2011: 251-286).

Bu çalışmada da turist rehberlerinde meslek etiğine ilişkin 45 adet değişken faktör analizine tabi tutularak birkaç başlık altında toplanmaya çalışılmış, verilerin, faktör analizi için uygunluğu Tablo 14'de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliği Ölçüsü ve Bartlett's küresellik (sphericity) testiyle test edilmiştir.

Tablo 14 - Rehberlerde Meslek Etiğine İlişkin Turistlerin Algıları İçin Uygulanan KMO ve Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği Ölçüsü.		,956
Bartlett's Küresellik Testi	Ki-Kare	10995,412
	s.d.	820
	p	,000

Tablo 14'de örneklem uygunluk testi sonucunda KMO değerinin 0,956 olduğu görülmektedir. KMO değeri 0 ile 1 arasında değişmektedir. KMO =1 olduğunda ise, her bir değişkenin diğer değişkenler tarafından hatasız olarak mükemmel bir biçimde kestirildiği anlaşılmaktadır. KMO değerinin 0,60'ın üzerinde olması çoğu zaman yeterli görüldüğünden bulunan sonuç örneklem büyüklüğünün mükemmel düzeyde olduğunu göstermektedir. Tabloda 0,956 olan KMO değeri faktör analizinin mükemmel bir biçimde kullanılabileceğini göstermektedir. Bartlett Küresellik Testinde $p = 0,000$ ($p < 0,001$) çıkması ile, faktör analizi yapılmasında bir mahzur olmadığı görülmüştür.

Meslek etiğine ilişkin yapılan faktör analizi sonucu, 45 adet önermede yer alan 8, 10, 11 ve 33. soruların faktör yükü 0,50'nin altında olduğu için analizden çıkarılmış, kalan 41 önerme tekrar faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi sonucunda 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 40, 41, 42, 43, 44 ve 45 no.lu önermeler 1. boyut, 19, 37, 38, 39 ve 45 no.lu önermeler 2. boyut, 34, 35 ve 36 no.lu önermeler ise 3. boyut olarak Tablo 14'deki şekilde 3 boyuta indirgenmiştir. Her bir boyuta uygun bir ad verilmiştir. Buna göre 1. boyut genel etik ilkeler başlığı altında, 2. boyut bilgi güvenliği başlığı altında, 3. boyut ise maddi çıkar sağlama başlığı altında toplanmıştır.

Tablo 15 - Meslek Etiği İfadelerine İlişkin Faktör Analizi İçin Uygulanan Bileşenler Matrisi

	Bileşenler		
	Boyut 1 Genel Etik İlkeler	Boyut 2 Bilgi Güvenliği	Boyut 3 Maddi Çıkar Sağlama
Sr1	,731		
Sr2	,796		
Sr3	,783		
Sr4	,776		
Sr5	,771		
Sr6	,772		
Sr7	,776		
Sr9		,600	
Sr12	,607		
Sr13	,714		
Sr14	,822		
Sr15	,639		
Sr16	,710		
Sr17	,718		
Sr18	,759		
Sr19	,790		
Sr20	,741		
Sr21	,799		
Sr22	,749		
Sr23	,755		
Sr24	,518		
Sr25	,726		
Sr26	,804		
Sr27	,800		
Sr28	,788		
Sr29	,838		
Sr30	,780		
Sr31	,754		
Sr32	,607		
Sr34			,806
Sr35			,771
Sr36			,767
Sr37		,610	
Sr38		,709	
Sr39		,669	
Sr40	,751		
Sr41	,583		
Sr42	,765		
Sr43	,772		
Sr44	,780		
Sr45		,531	

Güvenirlilik katsayısının (Cronbach's Alpha), 0 ile 1 arasında değerler aldığı ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenirliliğin arttığı yukarıda bahsedilmiştir. Tablo 16'da faktör analizi sonucu kalan 41 önermenin güvenirlilik katsayısı 0,954 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Tablo 16 - Güvenirlilik İstatistiği (Ölçeğin Tamamı İçin)

Cronbach's Alpha	Maddes Sayısı
,954	41

Araştırma 5 hipotez üzerine kurulmuştur. Bu hipotezlere göre rehberlere yönelik etik algısı turistlerin, milliyeti, cinsiyeti, yaşı, medeni durumu ve eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir. Aşağıda elde edilen bulgulara göre bu hipotezlerin geçerliliği test edilmiştir.

Tablo 17 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Milliyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Milliyet	N	\bar{X}	ss	F	p
T.C.	90	1,9588	,69379	1,821	,143
Alman	114	1,7987	,71986		
Rus	105	1,9395	,58245		
İngiliz	95	1,7948	,60295		
Total	404	1,8701	,65555		

Boyut 1'in milliyet değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 17'de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,143 bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı genel etik ilkeler (boyut 1) bakımından milliyet değişkenine göre turistler arasında anlamlı fark yoktur. Tabloya göre Türkiye'de tatil yapan Türk, Alman, Rus ve İngiliz turistlerin ($N=404$, $\bar{X}=1,8701$) milliyet değişkenine göre turist rehberlerini genel etik ilkeler (boyut 1) bakımından etik buldukları söylenebilir.

Tablo 18 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Milliyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Milliyet	N	\bar{X}	ss	F	p
T.C.	90	2,3100	,68827	10,725	,000
Alman	114	2,3341	,72368		
Rus	105	2,5951	,66177		
İngiliz	95	2,0446	,66461		
Total	404	2,3285	,71072		

Boyut 2'in milliyet değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 18'de verilmiştir. Tabloya göre bütün milliyetten turistler turist rehberlerini bilgi güvenliği (boyut 2) bakımından ($N=404$, $\bar{X}=2,3$) etik bulmaktadırlar. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,000 bulunmuştur. $p < 0,05$ olduğundan dolayı bilgi güvenliği (boyut 2) bakımından milliyet değişkenine göre milliyetler arasında anlamlı fark vardır. Farkların hangi milliyetler arasında olduğunu görmek için Tukey Testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 19'da verilmiştir.

Tablo 19 - Milliyet Değişkenine Göre Boyut 2'ye (Bilgi Güvenliği) İlişkin Tukey Testi Tablosu

	Milliyetler	Ortalama Farkı	p
T.C.	Alman	-,02406	,995
	Rus	-,28508*	,021
	İngiliz	,26544*	,044
Alman	T.C.	,02406	,995
	Rus	-,26102*	,026
	İngiliz	,28950*	,014
Rus	T.C.	,28508*	,021
	Alman	,26102*	,026
	İngiliz	,55052*	,000
İngiliz	T.C.	-,26544*	,044
	Alman	-,28950*	,014
	Rus	-,55052*	,000

Tablo 19'a göre Türk ve İngiliz turist, Alman ve İngiliz turist, Rus ile diğer tüm milliyetteki turistler arasında anlamlı fark bulunmaktadır. Bu sonuca göre, Türk turistler ile İngiliz turistler, Alman turistler ile İngiliz turistler, Rus turistler ile diğer milliyetten turistler arasında anlamlı farklılık vardır. Buna göre Türkler İngilizlere göre, Almanlar İngilizlere göre, Ruslar ise diğer milliyetlere göre rehberleri boyut 2 (bilgi güvenliği) açısından daha etik bulmaktadırlar.

Tablo 20 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Milliyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Milliyet	N	\bar{X}	ss	F	p
T.C.	90	3,4593	,84294	3,643	,013
Alman	114	3,3567	1,04139		
Rus	105	3,1095	,94276		
İngiliz	95	3,5105	,88152		
Total	404	3,3515	,94628		

Boyut 3'ün milliyet değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 20'de verilmiştir. Tabloya göre bütün milliyetten turistlerin, turist rehberlerini maddi çıkar sağlama (boyut 3) bakımından etik bulma konusunda ($N=404$, $\bar{X} = 3,3$) kararsız kaldıkları söylenebilir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,013 olarak bulunmuştur. $p < 0,05$ olduğundan dolayı boyut 3'de milliyet değişkenine göre anlamlı fark bulunmuştur. Farkların hangi milliyetler arasında olduğunu görmek için Tukey Testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 21'de verilmiştir.

Tablo 21 - Milliyet Değişkenine Göre Boyut 3'e (Maddi Çıkar Sağlama) İlişkin Tukey Testi Tablosu

	Milliyetler	Ortalama Farkı	p
T.C.	Alman	,10253	,865
	Rus	,34974*	,048
	İngiliz	-,05127	,982
Alman	T.C.	-,10253	,865
	Rus	,24720	,209
	İngiliz	-,15380	,639
Rus	T.C.	-,34974*	,048
	Alman	-,24720	,209
	İngiliz	-,40100*	,014
İngiliz	T.C.	,05127	,982
	Alman	,15380	,639
	Rus	,40100*	,014

Tablo 21'e göre Türk ve Rus turist ile İngiliz ve Rus turist arasında anlamlı fark bulunmaktadır. Bu sonuca göre, Türk ve İngiliz turistler Rus turistlere göre rehberleri boyut 3 (maddi çıkar sağlama) açısından daha etik bulmuşlardır.

Tablo 22 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Cinsiyet	N	\bar{X}	ss	t	p
Bayan	218	1,8571	,62575	-,471	,638
Bay	185	1,8880	,69114		

Boyut 1'in cinsiyet değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 22'de verilmiştir. Yapılan t testine göre p değeri 0,638 bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı genel etik ilkeler bakımından cinsiyet değişkenine göre anlamlı fark bulunamamıştır. Bu sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan Türk, Alman, Rus ve İngiliz turistlerin ($N=403$, $\bar{X} = 1,8$) cinsiyet değişkenine göre turist rehberlerini genel etik ilkeler (boyut 1) bakımından etik buldukları söylenebilir.

Tablo 23 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Cinsiyet	N	\bar{X}	ss	t	p
Bayan	218	2,2751	,64760	-1,748	,081
Bay	185	2,3986	,77059		

Boyut 2'in cinsiyet değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 23'de verilmiştir. Yapılan t testine göre p değeri 0,081 bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı bilgi güvenliği (boyut 2) bakımından cinsiyet değişkenine göre anlamlı fark yoktur. Bu

sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan turistlerin (N=403, $\bar{X} = 2,2$) cinsiyet değişkenine göre turist rehberlerini bilgi güvenliği (boyut 2) bakımından etik buldukları söylenebilir.

Tablo 24 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Cinsiyet	N	\bar{X}	ss	t	p
Bayan	218	3,3777	,95015	,639	,523
Bay	185	3,3171	,94459		

Boyut 3'ün cinsiyet değişkeni bakımından incelenmesi tablo 24'de verilmiştir. Yapılan t testine göre p değeri 0,0523 bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı maddi çıkar sağlama (boyut 3) bakımından cinsiyet değişkenine göre anlamlı fark yoktur. Bu sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan Türk, Alman, Rus ve İngiliz turistlerin cinsiyet değişkenine göre turist rehberlerini maddi çıkar sağlama (boyut 3) bakımından etik bulma konusunda (N=403, $\bar{X} = 3,3$) kararsız kaldıkları söylenebilir.

Tablo 25 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Yaş Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Yaş	N	\bar{X}	ss	F	p
16-29	56	2,1132	,89503	2,671	,032
30-39	90	1,8545	,55120		
40-49	101	1,8756	,57672		
50-59	92	1,8343	,64418		
60+	61	1,7373	,64703		
Total	400	1,8735	,65611		

Boyut 1'in yaş değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 25'de verilmiştir. Tabloya göre bütün yaş gruplarından turistler turist rehberlerini genel etik ilkeler (boyut 1) bakımından (N=400, $\bar{X} = 1,8$) etik bulmaktadırlar. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,032 bulunmuştur. $p < 0,05$ olduğundan boyut 1'de yaş değişkenine göre anlamlı fark bulunmuştur. Farkların hangi yaş grupları arasında olduğunu görmek için Tukey Testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 26'da verilmiştir.

Tablo 26 - Yaş Değişkenine Göre Boyut 1'e (Genel Etik İlkeler) İlişkin Tukey Testi Tablosu

	Yaş Grupları	Ortalama Farkı	p
16-29	30-39	,25868	,136
	40-49	,23763	,185
	50-59	,27893	,086
	60+	,37591*	,016
30-39	16-29	-,25868	,136
	40-49	-,02105	,999
	50-59	,02024	1,000
	60+	,11723	,814
40-49	16-29	-,23763	,185
	30-39	,02105	,999
	50-59	,04130	,992
	60+	,13828	,685
50-59	16-29	-,27893	,086
	30-39	-,02024	1,000
	40-49	-,04130	,992
	60+	,09699	,896
60+	16-29	-,37591*	,016
	30-39	-,11723	,814
	40-49	-,13828	,685
	50-59	-,09699	,896

Tablo 26'ya göre 16-29 yaş grubu turistler ile 60 ve üstü yaş grubundaki turistler arasında anlamlı fark bulunmaktadır. Bu sonuca göre, 16-29 yaş grubu aralığındaki turistler 60 yaş ve üstü yaş grubundaki turistlere göre rehberleri boyut 1 (genel etik ilkeler) açısından daha etik bulmuşlardır.

Tablo 27 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Yaş Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Yaş	N	\bar{X}	ss	F	p
16-29	56	2,4000	,80182	1,193	,313
30-39	90	2,4137	,69356		
40-49	101	2,3668	,75783		
50-59	92	2,2152	,68131		
60+	61	2,2790	,59811		
Total	400	2,3338	,71102		

Boyut 2'nin yaş değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 27'de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,313 olarak bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı bilgi güvenliği (boyut 2) bakımından yaş değişkenine göre turistler arasında anlamlı fark yoktur. Bu sonuca göre Türkiye'de tatil yapan tüm yaş grubundaki turistlerin rehberleri bilgi güvenliği (boyut 2) bakımından ($N=400$, $\bar{X} = 2,3$) etik buldukları söylenebilir.

Tablo 28 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Yaş Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Yaş	N	\bar{X}	ss	F	p
16-29	56	3,1280	1,01603	1,116	,349
30-39	90	3,4315	,85492		
40-49	101	3,3333	,82462		
50-59	92	3,3605	,98129		
60+	61	3,4508	1,13991		
Total	400	3,3508	,94912		

Boyut 3'ün yaş değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 28'de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,349 olarak bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı maddi çıkar sağlama (boyut 3) bakımından yaş değişkenine göre turistler arasında anlamlı fark yoktur. Bu sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan tüm yaş grubundaki turistlerin maddi çıkar sağlama (boyut 3) bakımından turist rehberlerini etik bulma hususunda ($N=400$, $\bar{X}=3,3$) kararsız kaldıkları söylenebilir.

Tablo 29 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Medeni Durum	N	\bar{X}	ss	F	p
Evli	210	1,8446	,62086	,182	,833
Bekar	119	1,8868	,73460		
Boşanmış	53	1,8821	,61427		
Total	382	1,8629	,65612		

Boyut 1'in medeni durum değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 29'da verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,833 olarak bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı genel etik ilkeler (boyut 1) bakımından medeni durum değişkenine göre turistler arasında anlamlı fark yoktur. Bu sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan turistlerin ($N=382$, $\bar{X}=1,8$) medeni durum değişkenine göre turist rehberlerini genel etik ilkeler (boyut 1) bakımından etik buldukları söylenebilir.

Tablo 30 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Medeni Durum	N	\bar{X}	ss	F	p
Evli	210	2,3487	,64669	1,701	,184
Bekar	119	2,3706	,84576		
Boşanmış	53	2,1632	,65590		
Total	382	2,3298	,71711		

Boyut 2'in medeni durum değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 30'da verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,184 olarak bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı boyut 2 (bilgi güvenliği) bakımından medeni durum değişkenine göre turistler arasında anlamlı fark yoktur. Bu sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan turistlerin ($N=382$, $\bar{X}=2,3$) medeni durum değişkenine göre turist rehberlerini boyut 2 (bilgi güvenliği) bakımından etik buldukları söylenebilir.

Tablo 31 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Medeni Durum	N	\bar{X}	ss	F	p
Evli	210	3,4587	,90447	2,837	,060
Bekar	119	3,3011	1,01409		
Boşanmış	53	3,1321	1,03226		
Total	382	3,3643	,96247		

Boyut 3'ün medeni durum değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 31'de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,060 olarak bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı boyut 3 (maddi çıkar sağlama) bakımından medeni durum değişkenine göre turistler arasında anlamlı fark yoktur. Bu sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan turistlerin ($N=382$, $\bar{X}=3,3$) medeni durum değişkenine göre turist rehberlerini boyut 3 (maddi çıkar sağlama) bakımından etik bulma hususunda kararsız oldukları söylenebilir.

Tablo 32 - Boyut 1'in (Genel Etik İlkeler) Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Eğitim Durumu	N	\bar{X}	ss	F	p
İlköğretim	119	1,9200	,63892	1,250	,289
Lise	159	1,7817	,58330		
Önlisans	22	1,9063	,93769		
Lisans	48	1,9696	,77028		
Yüksek Lisans +	40	1,9151	,60419		
Total	388	1,8682	,65224		

Boyut 1'in eğitim düzeyi değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 32'de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,289 olarak bulunmuştur. $p > 0,05$ olduğundan dolayı genel etik ilkeler (boyut 1) bakımından eğitim düzeyi değişkenine göre turistler arasında anlamlı fark yoktur. Bu sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan

turistlerin (N=388, $\bar{X}=1,8$) eğitim düzeyi değişkenine göre turist rehberlerini genel etik ilkeler (boyut 1) bakımından etik buldukları söylenebilir.

Tablo 33 - Boyut 2'nin (Bilgi Güvenliği) Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Eğitim Durumu	N	\bar{X}	ss	F	p
İlköğretim	119	2,2541	,67501	1,209	,306
Lise	159	2,4214	,76149		
Önlisans	22	2,4000	,81416		
Lisans	48	2,2583	,64835		
Yüksek Lisans +	40	2,2817	,62592		
Total	388	2,3343	,71310		

Boyut 2'nin eğitim düzeyi değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 33'de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,306 olarak bulunmuştur. $p>0,05$ olduğundan dolayı bilgi güvenliği (boyut 2) bakımından eğitim düzeyi değişkenine göre turistler arasında anlamlı fark yoktur. Bu sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan turistlerin (N=388, $\bar{X}=2,3$) eğitim düzeyi değişkenine göre turist rehberlerini bilgi güvenliği (boyut 2) bakımından etik buldukları söylenebilir.

Tablo 34 - Boyut 3'ün (Maddi Çıkar Sağlama) Eğitim Düzeyi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

Eğitim Durumu	N	\bar{X}	ss	F	p
İlköğretim	119	3,2801	1,00187	,580	,678
Lise	159	3,3470	,88171		
Önlisans	22	3,3182	,90546		
Lisans	48	3,3889	,97567		
Yüksek Lisans +	40	3,5375	1,02566		
Total	388	3,3497	,94601		

Boyut 3'ün eğitim düzeyi değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 34'de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre p değeri 0,678 olarak bulunmuştur. $p>0,05$ olduğundan dolayı boyut 3 (maddi çıkar sağlama) bakımından eğitim düzeyi değişkenine göre turistler arasında anlamlı fark yoktur. Bu sonuca göre, Türkiye'de tatil yapan turistlerin (N=388, $\bar{X}=3,3$) eğitim düzeyi değişkenine göre turist rehberlerini boyut 3 (maddi çıkar sağlama) bakımından etik bulma konusunda kararsız oldukları söylenebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, dünyada ikinci dünya savaşıdan sonra, Türkiye'de ise son 30 yılda hızla gelişen bir sektör olmuş ve gelişmeye devam etmektedir. Turist sayısı ve turizm geliri her geçen yıl artış göstermektedir. Günümüzde dünyada turist sayısı bir milyar kişiye, turizm gelirleri ise 1 trilyon dolara yaklaşmıştır. Türkiye ekonomisi için de turizm, ülkenin önemli sektörlerinden biridir. Dünya turizm pazarında turist sayısı ve turizm geliri bakımından Türkiye ilk 10 ülke arasında yer almaktadır.

Turizmin ülke ekonomileri için önemli bir sektör olmasından dolayı rekabet oldukça fazladır. Rakiplerle rekabet edebilmek için sunulan hizmetin ve ürünün kaliteli olması gerekmektedir. Bu bahsedilenlerden birinin eksik olması durumunda turizm talebi farklı destinasyonlara yönelebilmektedir. Turizmin emek yoğun bir sektör olması ve çalışanların hizmet alanlarla doğrudan iletişim halinde olması dolayısı ile sektörde çalışanların niteliği önemli bir unsurdur. Çalışanların turistlere, işletmeye, birbirlerine ve çevresine karşı olumlu tutum, davranış ve sorumlulukları olumlu ülke imajı oluşturulmasında önemli bir etkidir. Bu bağlamda meslek etiği kavramı ön plana çıkmaktadır.

Son yıllarda dünyada ve Türkiye'de etik konusuna olan ilginin arttığı görülmektedir. Türkiye'de kamu kurum ve kuruluşları ile meslek birlikleri etikle ilgili düzenlemeler yapmakta, çalışanlarını, üyelerini ve meslektaşlarını bu konuda bilgilendirmektedirler. Günümüzde felefededen politikaya, hukuktan bilime, tıptan sanata birçok alanda etikten bahsetmek mümkündür. Buna turizm sektörü de dahildir. Zira insan unsurunun var olduğu her alanda etikten bahsetmek mümkündür. Turizm sektöründe etik konusu birçok çalışmada değişik açılardan ele alınmıştır; ancak turist rehberlerine yönelik kapsamlı bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Meslek etiği, belirli bir meslek grubunun, mesleğe ilişkin olarak oluşturup, koruduğu; meslek üyelerine emreden, onları belli bir şekilde davranmaya zorlayan; kişisel eğilimlerini sınırlayan; yetersiz ve ilkesiz üyeleri meslekten dışlayan; meslek içi rekabeti düzenleyen ve hizmet ideallerini korumayı amaçlayan mesleki ilkeler bütünüdür. Bir meslek grubuna ait olan bireylerin, mesleklerinin gerekliliklerini yerine getirirken adil, insana değer veren, insanı seven davranışlara sahip olması ve bu davranışları göstermesi beklenmektedir. Bir meslek üyesinin yaptıkları, diğer meslektaşlarını da yakından ilgilendirir. Yanlış bir davranış yalnızca bir kişiyi küçük düşürmekle kalmaz, mesleğe duyulan bütün güveni de yok edebilir. Bir mesleğin saygınlığını yitirmesi tüm toplum içi bir kayıptır. Turist rehberliği mesleği de bunlardan biridir.

Turist rehberleri turistlerle en çok iletişim kuran, turun başlangıcından bitimine kadar her an turistlerle beraber olan turizm çalışanıdır. Turist rehberleri görevi gereği ülke tanıtımında büyük rol oynarlar. Rehberlerin ülke turizminde önemli rol oynamalarından dolayı her türlü eylemlerinde mesleki etik ilkelere bağlı kalması gerekir.

Bu açıdan bu araştırmanın problemi, turistlerle en yoğun şekilde iletişim kuran bir turizm çalışanı olan turist rehberlerinin mesleki faaliyetlerinde etik dışı davranışlarda bulunup bulunmadığı, bulunuyorlarsa bunların neler olduğudur.

Araştırmada, turist rehberlerinin çalışma hayatında meslek etiğine uygun davranıp davranmadıkları, rehberlerin hangi konularda etik dışı davranışlarda bulunduğu ve bu etik dışı davranışları tespit edip çözümler önerileri sunmak amaçlanmıştır.

Çalışma, turistlerle en yoğun ve uzun süre iletişim kuran, onlara ülkenin tarihi doğası, kültürü gibi her türlü konuda bilgi veren, ülkenin olumlu veya olumsuz propagandasını yapma gücüne sahip olan, dolayısıyla ülkeye gelen turist sayısının artmasında veya eksilmesinde etkisi olan turist rehberlerinin meslek etiği ilkelerine uygun davranıp davranmadığını araştırması ve bu konuda daha önce yapılmış yeterli çalışma bulunmaması açısından önem arz etmektedir.

Araştırma, Türkiye'ye en çok turistin geldiği il olan Antalya bölgesini bir turist rehberi eşliğinde ziyaret eden Türk, Alman, Rus ve İngiliz turistlerle sınırlı tutulmuştur.

Bu kapsamda 114 Alman, 105 Rus, 95 İngiliz ve 90 Türk olmak üzere toplam 404 turistle anket yapılmıştır.

Araştırmada rehberlere yönelik etik algısının turistlerin yaş, cinsiyet, milliyet, eğitim durumu, medeni durum gibi sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir.

Araştırmada elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiş, araştırmanın amacı doğrultusunda veriler, Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi, frekans dağılımı testi, faktör analizi, ANOVA, t testi, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliği Ölçüsü Testi, Bartlett's küresellik (sphericity) testi ve Tukey Testine tabi tutulmuştur.

Turistlerin rehberlere yönelik etik algısı, rehberlerin genel etik ilkeler (boyut 1), bilgi güvenliği (boyut 2) ve maddi çıkar sağlama (boyut 3) bağlamında ele alınmış, araştırmanın amacında belirtilen 5 adet hipoteze göre değerlendirilmiştir. Bu çerçevede Antalya ilini paket tur kapsamında bir turist rehberi eşliğinde ziyaret eden turistlere yönelik yapılan araştırmada şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Rehberlerin genel etik ilkeler, bilgi güvenliği ve maddi çıkar sağlama bağlamında turistlerin cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumuna göre farklılık bulunmamaktadır. Turistlerin büyük çoğunluğu rehberleri genel etik ilkeler, bilgi güvenliği ve maddi çıkar sağlama boyutunda etik bulmaktadırlar.

Ancak; yapılan ANOVA testine göre milliyetlerine göre turistler, rehberleri bilgi güvenliği (boyut 2) ve maddi çıkar sağlama (boyut 3) bağlamında etik bulma konusunda farklılık sergilemektedir. Yapılan Tukey Testi ile bilgi güvenliği (boyut 2) bağlamında farklılığın Türk – İngiliz turist, Alman – İngiliz turist ve Rus turistler ile diğer tüm milliyetten turistler arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre, Türkler İngilizlere, Almanlar İngilizlere, Ruslar ise diğer milliyetlere göre rehberleri boyut 2 (bilgi güvenliği) açısından daha etik bulmuşlardır. Buradan rehberlerin boyut 2 bağlamında etik dışı davrandıkları anlamı çıkarılmamalıdır. Aksine tüm milliyetler boyut 2 bağlamında (N=404, $\bar{X} = 2,3$) rehberleri etik bulmaktadırlar. Burada sadece yukarıda bahsedilen milliyetler arasında rehberlerin bilgi güvenliği boyutunda etik bulma konusunda görece farklılık bulunmaktadır.

Maddi çıkar sağlama (boyut 3) bağlamında ise tüm milliyetler rehberleri etik bulma hususunda ($N=404$, $\bar{X} = 3,3$) kararsız kalmışlardır. Ancak bazı milliyetler arasında anlamlı fark olduğu yapılan ANOVA testi ile anlaşılmıştır. Farkların hangi milliyetler arasında olduğunu görmek için yapılan Tukey Testine göre, farklılığın Türk – Rus turist ile İngiliz – Rus turist arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre ise, Türk ve İngiliz turistler Rus turistlere göre rehberleri maddi çıkar sağlama (boyut 3) bağlamında daha etik bulmaktadırlar. Buradan rehberlerin etik dışı davranışta bulunduğu anlamı çıkarılmamalıdır. Sadece milliyetler arasında rehberleri maddi çıkar sağlama boyutunda kısmi farklılık bulunmaktadır.

Ayrıca, yapılan ANOVA testine göre yaş değişkenine göre turistler rehberleri genel etik ilkeler (boyut 1) bağlamında etik bulma konusunda farklılık göstermektedir. Farklılığın hangi yaş grupları arasında olduğunu görmek için Tukey Testi yapılmış ve farklılığın 16-29 yaş grubu turistler ile 60 ve üstü yaş grubundaki turistler arasında olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre, 16-29 yaş grubu aralığındaki turistler 60 yaş ve üstü yaş grubundaki turistlere göre rehberleri boyut 1 (genel etik ilkeler) açısından daha etik bulmaktadırlar. Ancak buradan, rehberlerin genel etik ilkeler boyutu bakımında etik dışı davrandıkları anlamı çıkarılmamalıdır. Aksine bütün yaş gruplarından turistler rehberleri genel etik ilkeler (boyut 1) bakımından ($N=400$, $\bar{X} = 1,8$) etik bulmaktadırlar.

Ayrıca bu çalışmada, turistlerin %87'sinin Türkiye'deki rehberlik hizmetlerinden memnun olduğu, yabancı turistlerin %99'unun tekrar Türkiye'ye gelmeyi düşündüğü, %81'inin turist rehberlerinin ülke hakkındaki önyargıların kırılmasında etkin bir unsur olduğu, %90,1'inin rehberlerin ülke tanıtımında önemli rol oynadıkları ve %74,3'ünün Türkiye'yi ziyaret etmesinde veya etmeyi düşünmesinde turist rehberlerinin etkisinin çok olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu veriler de rehberlerin ülke tanımı ve turizmi için ne kadar önemli olduğunu ve Türkiye'de faaliyette bulunan turist rehberlerinin etik dışı davranışta bulunmadığını destekler niteliktedir.

Türkiye'de faaliyette bulunan turist rehberlerinin etik dışı davranışta bulunup bulunmadığını araştıran bu çalışmaya katılan turistlerin büyük çoğunluğu turist rehberlerinin etik dışı faaliyette bulunmadığı yönünde görüş bildirmiştir. Ancak; az da olsa bazı katılımcılar bazı konularda rehberleri etik dışı bulduğundan ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü tarafından 2001-2012 yılları arasında verilen disiplin cezaları da dikkate alındığında (Tablo 6), rehberlere ve

üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinde eğitim gören öğrencilere meslek etiği konusunda eğitim verilmesinin faydalı olacağı önerilmektedir. Ülke turizmine dolayısıyla ekonomisine etkisi yüksek olan bu tür meslek mensuplarının mesleki faaliyetlerinde hata yapmamaya özen göstermesi meslek grubunun ve ülkenin menfaatine olacaktır.

Bu çalışma sadece Antalya bölgesini ziyaret eden Türk, Alman, Rus ve İngiliz turistler üzerinde yapıldığından, bundan sonraki çalışmaların ülkenin farklı destinasyonlarında ve farklı milliyetten turistlere yapılması önerilebilir. Ayrıca bu çalışmada turist rehberlerinde meslek etiği konusu sadece hizmet alan kesim olan turistler üzerinden değerlendirmiştir. Rehberlik mesleğinin yapısı gereği turist rehberleri işverenleri olan seyahat acentaları, diğer konaklama ve yeme-içme işletmeleri, diğer işletmeler ve meslektaşları gibi kişi ve kurumlarla iletişim halinde olduğundan turist rehberlerinde meslek etiği bu boyutlardan biri veya birkaçı ile değerlendirilebilir veya turist rehberlerine yönelik meslek etiği algısı üzerine bir çalışma yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. (2001). *Turizmde Rehberlik*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Akarsu, B. (1979). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. (II. Baskı). Türk Dil Kurumu Yayınları. Ankara.
- Alpar, R. (2011). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. (Üçüncü Baskı). Detay Yayıncılık. Ankara
- Arslan, A. (2002). *Felsefeye Giriş*. (7. Baskı). Vadi Yayınları. Ankara.
- Arslan, A. ve Kozak, M. (2006). "Turizmde Gelişme Ve Etik Sorunları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma." *Ege Akademik Bakış Dergisi*. Sayı:1. Cilt:6. Sayfa: 49-61.
- Atayman, V. (2006). *Etik*. Donkişot Güncel Yayınlar. İstanbul.
- Aydın, İ. (2010). *Yönelisel, mesleki ve örgütsel etik*. (4. Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık. Ankara.
- Aydın, İ. (Tarihsiz). "Kamuda Etik." http://www.tbmm.gov.tr/etik_komisyonu/belgeler/makale_KamudaEtik-InayetAydin.pdf adresinden 07.02.2013 tarihinde alınmıştır.
- Başak, T., Uzun, Ş. ve Arslan, F. (2010). "Yoğun Bakım Hemşirelerinin Etik Duyarlılıklarının İncelenmesi." *Gülhane Tıp Dergisi*. Sayı:52. Cilt:2. Sayfa: 76-81
- Bilgin, Ö. (1984). "Profesyonel Tercüman Rehberlik Eğitimi." M. Korzay ve başk. (Ed.) *Turizm Eğitimi Kongresi. Tebliğ ve Tartışmalar*. Boğaziçi Üniversitesi MYO Turizm İşletmeciliği Programı. 178-181. İstanbul.

- Brien, A. (1998). "Professional Ethics and Culture of Trust." *Journal of Business Ethics*. Cilt: 17. Sayı: 4. Mart 1998. Sayfa: 391– 409.
- Barbara, K. P. (2008). *Law & Ethics for the Eye Care Professional*, UK: Elsevier Limited.
- Bedük, A. ve Çiçek, E. (2003). "Güvenlik Hizmetlerinde Eğitim ve Meslek Etiği." *Etik* 2003. 1. Türkiye Uluslararası İş ve Meslek Ahlakı Kongresi. 17-19 Eylül 2003. Hacettepe Üniversitesi Kültür Merkezi. Hacettepe Üniversitesi İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi. Ankara.
- Cevizci, A. (2002). *Etiğe Giriş*. Paradigma Yayınları. İstanbul.
- Chen, A. W. ve Liu, J. M-C. (1998). "Agency Practitioners' Perceptions of Professional Ethics in Taiwan." *Journal of Business Ethics*. January 1998. Volume: 17. Issue:1. pp:15-23.
- Curi, K. (2009). *Etik ve Meslek Etikleri*. (İkinci Baskı). Editör: Harun Tepe. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Çimrin, H. (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si*. Akdeniz Kitabevi. Antalya.
- Diñer, F. İ. ve Kızılırmak, İ. (1997). "Turizm Rehberliğinin Gelişimi ve Türkiye'deki Konumu." "Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü." Hafta Sonu Semineri IV. T.C. Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. Erciyes Üniversitesi Matbaası. Kayseri.
- Dolaşır, S. (2005). *Antrenörlerin Mesleki Etik İlkelerine Uyma Düzeylerine İlişkin Antrenör ve Sporcu Görüşleri*. Basılmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Downs, J. C. U. ve Swienton, A. R. (2012). *Ethics in Forensic Science*. UK: Elsevier Inc.
- Durkheim, E. (1986). *Meslek Ahlakı (La Morale Professionnelle)*. (Üçüncü Basılış). (Çeviren: Mehmet Karasan). Milli Eğitim Basımevi. İstanbul.

- Erdem, B. (2004). "Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Planlamasının Yeri ve Önemi." Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Mayıs 2004. Cilt: 7. Sayı:11. ss:35-54.
- Ergün, H. ve Gül, K. (2005). "Muhasebe mesleği etik kuralları ve bu kuralların meslek mensuplarınınca algılanışı." Mufad Muhasebe ve Finansman Dergisi. Ocak 2005. Sayı: 25. Sayfa: 143-154.
- European Federation of European Tourist Guide Associations (FEG). (Tarihsiz). "CEN Definitions." <http://www.feg-touristguides.com/cen-definitions.html> adresinden 15.04.2013 tarihinde alınmıştır.
- European Federation of European Tourist Guide Associations (FEG). (Tarihsiz). "The Code of Tourist Guidance Practice." <http://www.feg-touristguides.com/the-code-of-tg.html> adresinden 15.04.2013 tarihinde alınmıştır.
- Fennell, D. A. (2005). *Tourism Ethics*. Cleventon: Multilingual Matters Limited. <http://site.ebrary.com/lib/gazi/Doc?id=10170588&ppg=72> sitesinden 15.04.2012 tarihinde alınmıştır.
- Frankena, W. (2007). *Etik*. (1. Baskı). (Çeviren: Azmi Aydın). İmge Kitabevi. Ankara.
- Garcia De Alba, J. M. (2010). *Professional Ethics*. (Çeviren: William QUINN) Fundamental Part. <http://site.ebrary.com/lib/gazi/Doc?id=10379974&ppg=21> sitesinden 15.04.2012 tarihinde alınmıştır.
- Gülersoy, Ç. (1996). "Turizm Elçilerimiz: Tercüman Rehberler." Rehber Dünyası Dergisi. Kasım 1996. İstanbul.
- Güredin, E. (Tarihsiz). "Denetçinin Meslek Ahlakı Standartlar ve Uygulamadan Örnekler." <http://www.istanbulsmmmodasi.org.tr/googlesearch.asp?cx=001011403387213313453%3Ajix0iy-6pbq&cof=FORID%3A9&ie=UTF-8&q=Denet%C3%A7inin+Meslek+Ahlak%C4%B1+&siteurl=http%3A%2F%2Fwww.ismmmo.org.tr%2F> adresinden 18.12.2012 tarihinde alınmıştır.
- Hu, W. (2007). *Tour Guides and Sustainable Development: the Case of Hainan, China*. Waterloo, Ontario, Canada: Waterloo Üniversitesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi.

<https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/10012/2732/1/thesis-wei.pdf> , adresinden 18.12.2012 tarihinde alınmıştır.

Huang, S., Hsu, C. H. C. ve Chan, A. (2010). "Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai." *Journal of Hospitality & Tourism Research*. Vol. 34. No. 1, February 2010. Sayfa: 3-33 <http://jht.sagepub.com/content/34/1/3> adresinden 09.09.2012 tarihinde alınmıştır.

İşgüden, B. ve Çabuk, A. (2006). "Meslek etiği ve meslek etiğinin meslek yaşamı üzerindeki etkileri" *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*. Aralık 2006. 9 (16). 59-85.

Kırcaali-İftar, G. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Editör: Ali Atıf Bir. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081. Açıköğretim Fakültesi Yayınları No: 601.

Kısakürek, M. M. ve Aplan, N. (2010). "Muhasebe Meslek Etiği ve Sivas İlinde Bir Uygulama" *Mufad Journal*. Sayı 47. Temmuz 2010. Sayfa: 213-228.

Kozak, M. A. ve Güçlü H. (2006). *Turizmde Etik [Kavramlar, İlkeler, Standartlar]*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara, Detay Yayıncılık.

Kuçuradi, İ. (2009). *Etik ve Meslek Etikleri*. (İkinci Baskı). Editör: Harun Tepe. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.

Kuçuradi, İ. (2009). *Uludağ Konuşmaları Özgürlük Ahlak Kültür Kavramları*. (Dördüncü Baskı). Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları. Ankara.

Mahmutoğlu, A. (2009). "Etik ve Ahlak: Benzerlikler, Farklılıklar ve İlişkiler", *Türk İdare Dergisi*. Sayı: 463-464. Haziran-Eylül 2009. Sayfa: 225-249.

Mak, A. H. N., Wong, K. K. F. ve Chang, R. C. Y. (2010). "Factors Affecting the Service Quality of the Tour Guiding Profession in Macau". *International Journal of Tourism Research*. Cilt: 12. Sayfa: 205–218.

- Oral, S., Değirmencioğlu, A. Ö. ve Çiçek, O. (1994). "Turizm Eğitimi Veren Okullarda Rehberlik Bölümü Açılmasının Gerekliliği ve Ön Koşulları." "Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim-Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları." Hafta Sonu Semineri I. T.C. Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. Erciyes Üniversitesi Matbaası. 121-134. Kayseri.
- Örenel, S. (2005). Öğretmenlerin Mesleki Etik İlkeleri Kapsamındaki Davranışlarının İlköğretim ve Orta Öğretim Öğrencilerinin Algılarıyla Değerlendirilmesi. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Özbek, V., Akkılıç, M. E. ve İlban, M. O. (2011). "Tüketicilerin Seyahat Acentalarına İlişkin Etik Algıları ve Niyetlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma." Ege Akademik Bakış Dergisi. Cilt:11. Sayı:2. Nisan 2011. Sayfa: 325-338
- Özbek, O. (2003). Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Mesleki Etik İlkeleri ve Bu İlkelere Uyuma Düzeyleri. Basılmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Özlem, D. (2010). *Etik -Ahlak Felsefesi-*. (İkinci Baskı). Say Yayınları. İstanbul.
- Öztürk Başpınar, N. ve Çakıroğlu, D. (2011). *Meslek Etiği*. (1. Basım). Nobel Yayın. Ankara.
- Petrick, J. A. ve Scherer, R. F. (2005). "Management Educators' Expectations for Professional Ethics Development." *Journal of Business Ethics*. November 2005. Volume: 61. Issue:4. pp:301-314.
- Pınar, İ. (2003). "Meslek Etiği Çerçevesinde Akademisyenlerin Etik Sorunlara Karşı Tutumları Üzerine Bir Araştırma." *Etik 2003*. 1. Türkiye Uluslararası İş ve Meslek Ahlakı Kongresi. 17-19 Eylül 2003. Hacettepe Üniversitesi Kültür Merkezi. Hacettepe Üniversitesi İşletmecilik Meslek Etiği Uygulama ve Araştırma Merkezi. Ankara.

- Pieper, A. (1999). *Etiğe Giriş*. (Çevirenler: Veysel Atayman, Gönül Sezer). Ayrıntı Yayınları. İstanbul.
- Randall. C. ve Rollins R. B. (2009). "Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas." *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 17, No. 3, May 2009, 357–374.
- Sabah Gazetesi Web Sayfası. (2007). "Asker Araştırdı: 27 Ülke Türkleri Kötü Öğretiyor." <http://arsiv.sabah.com.tr/2007/09/07/haber,9D317B8C77DF43F49EAFOA76EBB1949D.html> adresinden 07.09.2007 tarihinde alınmıştır.
- Selimoğlu, S. K. (Tarihsiz). "Muhasebede Meslek Ahlakı (Etik) Yaklaşımı." <http://www.istanbulsmmmmodasi.org.tr/googlesearch.asp?cx=001011403387213313453%3Ajix0iy-6pbq&cof=FORID%3A9&ie=UTF-8&q=Muhasebede+Meslek+Ahlak%C4%B1+%28Etik%29+Yakla%C5%9F%C4%B1m%C4%B1> adresinden 18.12.2012 tarihinde alınmıştır.
- Seviğ, V. (Tarihsiz). "Meslek Etiği." <http://www.istanbulsmmmmodasi.org.tr/googlesearch.asp?cx=001011403387213313453%3Ajix0iy-6pbq&cof=FORID%3A9&i=UTF-8&q=meslek+eti%C4%9Fi&siteurl=http%3A%2F%2Fwww.ismmmo.org.tr%2F> adresinden 18.12.2012 tarihinde alınmıştır.
- Sezgin, O. M. (1995). *Genel Turizm (Turistik Kavramlar-Ekonomi-Pazarlama-Turizm Mevzuatı)*. Tutibay Ltd. Şti. Ankara.
- T.C. Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (Tarihsiz). Kültür-Turizm İstatistikleri. <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/belge/1-101205/aralik.html> adresinden 15.05.2013 tarihinde alınmıştır.
- T.C. Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu. (2010). *Kamu Görevlileri Etik Rehberi*. T.C Başbakanlık Kamu Görevlileri Etik Kurulu. Ankara.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (1983). *Tur Yönetiminin İlke ve Süreçleri*. Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları:52. Şafak Matbaası. Ankara.

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 - Eylem Planı 2007 - 2013*. Ankara: Yayın No: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları-3085.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (Tarihsiz). "Turizm İstatistikleri." <http://www.ktb yatirim isletmeler.gov.tr/TR,9869/turizm-gelir-gider-ve-ortalama-harcama.html>, adresinden 25.04.2013 tarihinde alınmıştır.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2006a). *Meslek Etiği*. Ankara.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2006b). *Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Turizmde Rehberlik*. Ankara.
- T.C. Resmi Gazete. (2005). "Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği." 25.11.2005 tarih ve 26004 Sayılı Resmi Gazete.
- T.C. Resmi Gazete. (2005). "5176 Sayılı Kamu Görevlileri Etik Kurulu Kurulması ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun." 08.06.2004 tarih ve 25486 Sayılı Resmi Gazete.
- T.C. Resmi Gazete. (2005). "Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri İle Başvuru Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik." 13.04.2005 tarih ve 25785 Sayılı Resmi Gazete.
- T.C. Resmi Gazete. (2010). "Mesleki Yeterlilik Kurumu. Ulusal Meslek Standardı. Profesyonel Turist Rehberi. Seviye 5." Referans Kodu / 10UMS0076-5. 16.07.2010 tarih ve 27643 sayılı Resmi Gazete.
- T.C. Resmi Gazete. (2010). "Denetim Görevlilerinin Uyacakları Meslekî Etik Davranış İlkeleri Hakkında Yönetmelik." 14.09.2010 tarih ve 27699 sayılı Resmi Gazete.
- T.C. Resmi Gazete. (2011). "Sayıştay Denetçilerinin Mesleki Etik Kurallarına İlişkin Usul ve Esaslar." 17.12.2011 tarih ve 28145 sayılı Resmi Gazete.
- T.C. Resmi Gazete. (2012). "6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu." 22.06.2012 tarih ve 28331 sayılı Resmi Gazete.

- T.C. Resmi Gazete. (2013). "Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği" 23.02.2013 tarih ve 28568 sayılı Resmi Gazete.
- Tanyol, C. (1960). *Sosyal Ahlak Laik Ahlak Giriş*. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınlarından No: 848. İstanbul.
- Tavmergen, İ. P. (2000). "Yönetimde Etik ve Turizm Uygulamaları." Turizmde Seçme Makaleler. Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını No:51. Mayıs 2000. Sayfa: 19 - 32. İstanbul.
- Tepe, H. (2009). *Etik ve Meslek Etikleri*. (İkinci Baskı). Editör: Harun Tepe. Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları. Ankara.
- Tosun, C. ve Temizkan R. (2004). "Türkiye'nin Dış Tanıtım ve Ülke İmajında Turist Rehberlerinin Rolü." 1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi. Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. Sayfa: 345-365. Balıkesir.
- Turist Rehberleri Birliği (TUREB). (Tarihsiz). "Etik Kurallar ve Meslek Standartları." http://www.tureb.net/?page_id=1298 , adresinden 28.05.2013 tarihinde alınmıştır.
- Türk Dil Kurumu. (1998). *Türkçe Sözlük*. Türk Dil Kurumu Basımevi. 9. Baskı. Ankara.
- Türkiye Etik Değerler Merkezi (TEDMER). (2007). "Etik Barometre Araştırması." http://www.tedmer.org.tr/pdf/etik_barometre.pdf adresinden 13.02.2013 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (Tarihsiz). "Turizm İstatistikleri." <http://tuikapp.tuik.gov.tr/turizmapp/cikic.zul> adresinden 15.04.2013 tarihinde alınmıştır.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2012). İstatistiklerle Türkiye 2012. Türkiye İstatistik Kurumu Yayınları. Yayın No: 3942.
- Türkiye İş Kurumu (İŞKUR). (Tarihsiz). "Türk Meslekler Sözlüğü." <http://esube.iskur.gov.tr/Meslek/meslek.aspx> adresinden 04.04.2013 tarihinde alınmıştır.
- Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD). (2009). "Dünyada ve Türkiye'de İş Etiği ve Etik Yönetimi." Yayın No: TÜSİAD/T-2009-06-492. Haziran 2009.

Usta, A. (2010). "Kamu Görevlisinin Etik Amaç ve Ahlaki Yükümlülüğüne Yönelik Bir Değerlendirme." *Türk İdare Dergisi*. Sayı: 468. Eylül 2010. Sayfa: 159-181.

Usta, Ö. (1992). *Turizm*. Altın Kitaplar Matbaası. İstanbul.

Uzunçayırılı, Ü., Toprak, M. ve Ersun, O. (2010). *Şirket Kültürü ve İş Prensipleri*. İstanbul Ticaret Odası. Yayın No: 2000-4. İstanbul.

Ünlüöner, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*. (1. Basım). Nobel Yayın. Ankara.

Ünüsün, Ç. ve Sezgin, M. (2004). *Turizm Pazarlaması*. Atlas Kitabevi. Konya.

Varinli İ. (2004). "Hizmet İşletmelerinde Çalışanların Etik Olmayan Davranışlara İlişkin Değerlendirmeleri: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama." *Ege Akademik Bakış Dergisi*. Cilt:4. Sayı:1-2, Ocak-Temmuz 2004, ss.44-53.

World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA). (Tarihsiz). "What is a Tourist Guide?" <http://wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> adresinden 15.04.2013 tarihinde alınmıştır.

World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA). (Tarihsiz). "The Code of Guiding Practice." <http://www.wftga.org/tourist-guiding/code-guiding-practice> adresinden 15.04.2013 tarihinde alınmıştır.

World Tourism Organization. (2012). "UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition." http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr_1.pdf adresinden 20.11.2012 tarihinde alınmıştır.

World Tourism Organization. (2012). "UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition." <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition> , adresinden 25.06.2012 tarihinde alınmıştır.

World Tourism Organization. (Tarihsiz). "Tourism and the world economy" <http://www.unwto.org/facts/eng/economy.htm> , sitesinden 25.06.2012 tarihinde alınmıştır.

- World Tourism Organization. (Tarihsiz). "Background of the Global Code of Ethics for Tourism." <http://ethics.unwto.org/en/content/background-global-code-ethics-tourism> , sitesinden 25.06.2012 tarihinde alınmıştır.
- World Tourism Organization. (Tarihsiz). "Turizmde Global Etik İlkeler." <http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turkey.pdf> , sitesinden 25.06.2012 tarihinde alınmıştır.
- World Tourism Organization. (Tarihsiz). "Tourism and the world economy." <http://www.unwto.org/facts/eng/economy.htm> , sitesinden 25.06.2012 tarihinde alınmıştır.
- Yamane, T. (2001). Temel Örneklem Yöntemleri. (1. Baskı). (Çevirenler: E. Alptekin ve Diğerleri). Literatür Yayıncılık. İstanbul.
- Yarcan, Ş. (2007). "Profesyonel Turist Rehberlerinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme." *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*. Cilt:XVIII. Sayı:I. Bahar:33-44.
- Yıldız, R., Kuşluyan S. ve Şenyurt, S.Y. (1997). "Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi." "Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü." Hafta Sonu Semineri IV, T.C. Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Erciyes Üniversitesi Matbaası. Kayseri.
- Yılmaz, K. ve Altinkurt, Y. (2009). "Öğretmen Adaylarının Mesleki Etik Dışı Davranışlar ile İlgili Görüşleri." *İş Ahlakı Dergisi (Turkish Journal of Business Ethics)*. Kasım 2009. Cilt: 2. Sayı. 4. Sayfa: 71-88.
- Yükseköğretim Kurulu. (Tarihsiz). Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> sitesinden 05.06.2013 tarihinde alınmıştır.

EK 1:

TURİZMDE GLOBAL ETİK İLKELER

Bölüm 1: Turizmin Toplumlararası Karşılıklı Anlayışa Katkısı

1. Felsefi ve ahlaki değerler ile kültürel ve dini değerlerin çeşitliliğini kavramak ve bunlara saygı göstermek, sorumlu turizmin temeli ve sonucudur. Turizmin gelişmesinde etkili olan taraflar ve bizatihi turistler, ulusal azınlıklar ve yerli halk da dahil tüm insanların sosyal ve kültürel değerlerine önem vermelidir.

2. Turizm faaliyetleri, ev sahibi bölge ve ülkenin özellik ve gelenekleriyle uyum içinde, alışkanlık ve yasalarına saygı gösterilerek gerçekleştirilmelidir.

3. Ev sahibi topluluk ve yerel profesyoneller, bölgelerine gelecek turistlerin yaşam şekli, beklentileri ve damak zevklerine saygı göstermelidir.

4. Turist ve beraberindeki eşyanın güvenliğinden kamu görevlileri sorumludur. Turistin her türlü zarardan korunması için kamu görevlileri gerekli önlemleri almalıdır. Turistik tesislerin ve kültürel/doğal mirasın korunması milli yasalarla güvence altına alınmalıdır.

5. Başka yöreleri ziyaret eden turistler, her türlü suç, yanlış davranış ya da yerel halkı incitici veya küçük düşürücü veya çevreye zarar verici davranışlardan, ülkeye uyuşturucu maddeler, silah, antika, koruma altında bulunan türler ve ulusal düzenlemeler tarafından tehlikeli sayılan ürün ve maddeleri yanlarında getirmekten kaçınmalıdır.

6. Turist, hangi destinasyonu ziyaret ediyorsa orayla ilgili sağlık, güvenlik başta olmak üzere asgari bilgileri edinmekle yükümlüdür.

Bölüm 2: Turizmin Bireysel ve Kollektif Yönleri

1. Genelde dinlenme, spor ve kültürle ilgili bir faaliyet olan turizm, bireysel ve kollektif organizasyonun bir unsuru olarak açık görüşlülükle gerçekleştirildiğinde, kendini eğitime ve toplum/kültürler arası farkları öğrenmek açısından önemli fırsattır.

2. Turizm faaliyeti insan haklarının, özellikle de çocuk, yaşlı, engelli, etnik azınlıklar gibi daha savunmasız grupların bireysel haklarının gelişmesine katkı sağlamalıdır.

3. Hangi şekilde olursa olsun insan sömürüsü, özellikle cinsel açıdan ve çocuklara uygulandığında, turizmin temel amaçlarına karşıdır. Bu turizmin bir eksikliğidir. Tüm ülkeler tarafından gerekli yasal önlemler alınarak, yasaklanmalı ve cezalandırılmalıdır.

4. Din, sağlık, eğitim, kültür, dil öğrenme amaçlı seyahatler, turizmin yararlı türleridir ve teşvik edilmelidir.

5. Turizmin ekonomik, sosyal, kültürel faydalarının ve getirdiği risklerin ülkelerin eğitim programlarına alınması desteklenmelidir.

Bölüm 3: Sürdürülebilir Gelişmenin Unsuru Olarak Turizm

1. Turizmin gelişmesinde bütün taraflar, sağlam, sürekli ve sürdürülebilir ekonomik büyüme perspektifinde doğal çevreyi korumakla yükümlüdür. İhtiyaçların giderilmesinde gelecek nesiller dikkate alınmalıdır.

2. Kaynak tasarrufu, özellikle de su ve enerji tasarrufu sağlayan ve atık azaltan yöntemlere öncelik tanıyan turizm türleri, ulusal/bölgesel/yerel kamu yetkililerince teşvik edilmelidir.

3. Okul tatilleri gibi turist akışının arttığı dönemler, turizmin çevre üzerindeki etkisini azaltacak şekilde düzenlenmelidir.

4. Turizm altyapısı ve faaliyetleri, ekosistem, bioçeşitlilik ve vahşi yaşamın korunmasını sağlayacak şekilde hazırlanmalıdır.

5. Doğa turizmi ve ekoturizm, turizmin gelişmesi ve zenginleşmesinde rol oynayan temel unsurlar olarak kabul edilmelidir.

Bölüm 4: Kültürel Mirası Kullanan ve Zenginleştiren Unsur Olarak Turizm

1. Turizm eserleri, insanoğlunun ortak mirasıdır.

2. Turizm politikası ve turizm faaliyetleri, sanatsal/arkeolojik/kültürel mirasa saygı içinde gelecek nesiller dikkate alınarak yürütülmelidir. Müzeler, anıtlar, tarihi kalıntılar özel korumaya alınmalıdır. Özel mülke ait kültürel mirasın halka açılması, sahiplerinin izniyle, desteklenmelidir.

3. Kültürel alanların ziyaretinden elde edilen gelirin en azından bir bölümü, bu alanların korunması ve geliştirilmesi için kullanılmalıdır.

4. Turizm faaliyetleri, geleneksel kültürel ürünlerin bozulması ya da standardize edilmesi yerine, yaşaması ve gelişmesine olanak verecek şekilde programlanmalıdır.

Bölüm 5: Ülke ve Toplumların Refahını Artıran Bir Faaliyet Olarak Turizm

1. Yerel nüfus, turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyal ve kültürel faydalarından, özellikle de turizmin yarattığı doğrudan ve dolaylı istihdamdan yararlanmalıdır.

2. Turizm politikaları, ziyaret edilen bölgedeki yaşam standardının yükseltilmesine katkıda bulunacak şekilde uygulanmalıdır. Turizm tesislerinin planlanması, mimarisi ve işletilmesi yerel ekonomik ve sosyal dokuya entegre olacak şekilde yürütülmelidir. Yetenekler eşit olduğunda, yerel işgücü tercih edilmelidir.

3. Sorunlu kıyı bölgeleri, adalar, kırsal alanlar gibi ekonomik faaliyetlerin yeterince gelişmediği bölgelerde turizm, refah yaratan bir araç olarak dikkate alınmalıdır.

4. Turizm yöneticileri, özellikle yatırımcılar, gerçekleştirecekleri projelerin çevre ve doğal yaşama etkisini inceleyen araştırmalar yapmalıdırlar. Şeffaflık ve

nesnellik içinde, yapmayı planladıklarını yerel halkla paylaşmalı, projelerin olası sonuçları hakkında halkı bilgilendirmelidirler.

Bölüm 6: Turizmin Geliştirilmesinde Tarafların Yükümlülükleri

1. Turizm yöneticileri, turistlere gidecekleri yer, seyahat koşulları, konaklama tesisi hakkında gerçekçi bilgiler sağlamakla yükümlüdür. Kontratta taahhüt edilen doğa, fiyat ve hizmet kalitesiyle ilgili herhangi bir ihlal durumunda, ödenecek tazminatla ilgili açık ve anlaşılır hükümler bulunmalıdır.

2. Turizm yöneticileri, kamu görevlileriyle işbirliği yaparak, turistlerin güvenliği ve sağlığını güvence altına almakla yükümlüdür. Bu amaçla bir sigorta ve acil yardım sistemi kurulmasına ihtiyaç vardır. Bu konulardaki eksiklikler maddi tazminat ödenmesini gerektirir.

3. Turizm yöneticileri, turistlerin kültürel ve dini vecibelerini yerini getirmesine yardımcı olmalıdırlar.

4. Turist gönderen ve ağırlayan ülkelerin kamu görevlileri, turizm yöneticileri ve onların üye oldukları organizasyonlarla işbirliği içinde, tur düzenleyen firmanın iflası durumunda turistlerin ülkelerine dönmelerini sağlamalıdır.

5. Hükümetler, vatandaşlarını dünyanın değişik bölgelerinde meydana gelen olaylar hakkında bilgilendirmek, uyarmak hakkına/görevine sahiptir. Ancak bu bilgilendirme önyargı ve abartmadan uzak olmalı, destinasyon ülkelerine ya da kendi tur operatörlerine zarar verecek nitelik taşımamalıdır. Seyahat danışmanları ilgili ülkenin yetkilileriyle görüşerek, (varsa) tehlikenin gerçek boyutları hakkında uyarılarda bulunmalı veya normal şartlara dönüldüğü açıklanmalıdır.

6. Basın, özellikle de turizm basını, dünyadaki turizm hareketlerini değiştirecek olaylar hakkında doğru ve dengeli bilgi vermelidir. Sürekli gelişen iletişim teknolojisi ve elektronik ticaret de, bu doğruluk ve güvenilirlik ilkesine sadık olmalıdır.

Bölüm 7: Turizme Katılma Hakkı

1. Dünyanın sahip olduğu değerler, tüm insanlara açıktır. Yerel ve uluslararası turizm hareketine katılmak boş zaman değerlendirmesinin en iyi şekli olarak görülmeli ve her türlü engelleyici unsur ortadan kaldırılmalıdır.

2. Turizm hareketine katılmak, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nde belirtilen dinlenme, çalışma saatlerinin sınırlandırılması ve ücretli izin hakkının bir sonucu olarak değerlendirilmelidir.

3. Sosyal turizm, özellikle de gruplar halinde yapılan turizm, kamu görevlilerinin desteğiyle geliştirilmelidir.

4. Aile, gençlik, öğrenci, 3. yaş ve özürülülerin turizm hareketine katılması kolaylaştırılmalı ve teşvik edilmelidir.

Bölüm 8: Turist Hareketinde Özgürlük

1. Turist, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi uyarınca kendi ülkelerinde ya da ülkelerarası seyahat etme özgürlüğüne sahiptir. Transit geçiş, konaklama ve kültürel alanları ziyaret sırasında gereksiz formalite ve farklı muamele görmemeleri gerekir.

2. Turist, yerel ya da uluslararası iletişim kurma, idari, adli, sağlık hizmetlerinden yararlanma, diplomatik kurallar gereği kendi ülkesinin dış temsilcilikleriyle bağlantı kurma haklarına sahiptir.

3. Turiste, ziyaret ettiği ülkede, kendisiyle ilgili özel bilgilerin gizliliği konusunda güvence verilmelidir.

4. Sınır geçişlerinde uygulanan vize, sağlık, gümrük işlemleri, uluslararası anlaşmalar dikkate alınarak mümkün olduğunca basitleştirilmeli; bu konuda ülkeler arasında ortak bir yöntem geliştirilmelidir. Turizm, sektördeki rekabeti baltalayan vergi ve harçlardan arındırılmalıdır.

5. Turist, uluslararası konvertibiliteye sahip para birimini kullanma hakkına sahip olmalıdır.

Bölüm 9: Turizm Sektöründe Çalışanların ve Girişimcilerin Hakları

1. Turizm sektöründe ücretli veya kendi adına çalışanların temel hakları, sektörün mevsimsel, esnek ve uluslararası olma özellikleri de dikkate alınarak, yerel ve ulusal yönetim birimlerinin gözetiminde garanti altına alınmalıdır.

2. Turizmde ücretli ve kendi adına çalışanlar, eğitim, sosyal güvenlik, iş güvencesi, yaşam koşullarını iyileştirme gibi haklara sahip olmalıdır.

3. Gerekli yetenek ve donanıma sahip kişiler, ulusal yasal çerçeve dahilinde profesyonel anlamda turizmde faaliyet gösterme hakkına sahiptirler. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin sektöre girişinde yasal ve idari sınırlamalar asgariye indirilmelidir.

4. Turizmde çalışanlar arasında bilgi/deneyim alışverişi, sektörün gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Ulusal ve uluslararası yasa ve anlaşmalarla söz konusu alışveriş kolaylaştırılmalı ve yaygınlaştırılmalıdır.

5. Turizmde faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerin sektörü kontrol etmesi önlenmeli, bu şirketlerin bölgesel turizmin kalkınmasına yönelik yatırımlara yönelmeleri sağlanmalıdır.

6. Turist gönderen ve alan ülkelerde faaliyet gösteren firmaların ortaklıkları veya dengeli ilişkileri, sektörün sürdürülebilir gelişimine ve kazancın hakça dağılımına önemli katkı sağlamaktadır.

Bölüm 10: Turizmde Küresel Etik İlkelerin Uygulanması

1. Etik ilkelerin uygulanmasında kamu ve özel sektör işbirliği içinde olmalıdır.

2. Turizm sektöründeki tüm taraflar, turizmin geliştirilmesi, insan hakları, çevre, sağlık gibi konularda, uluslararası hukukun prensipleri dahilinde, başta Dünya Turizm Örgütü olmak üzere, uluslararası örgütleri ve sivil toplum kuruluşlarını tanımaları ve izlemeleri gerekir.

3. Aynı taraflar, Turizmde Küresel Etik İlkelerin yorumlanması ve uygulanmasında ortaya çıkacak sorunların giderilmesinde bağımsız bir organ olan Turizmde Etik İlkeler Dünya Komitesi'ni tanımalıdır.

EK 2

ANKET SORULARI

Sayın Ziyaretçi,

"Meslek Etiği: Turist Rehberleri Üzerine Araştırma" konulu bu çalışmada, turist rehberlerinin mesleki faaliyetlerini yerine getirirken mesleki etik ilkelere ne düzeyde uygun davrandıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle anket sorularını içten ve eksiksiz yanıtlamanız araştırmanın amacına ulaşmasını sağlayacaktır. Elde edilen bilgiler araştırma kapsamı dışında herhangi bir amaçla kullanılmayacaktır. Vakit ayırıp, katkıda bulunduğunuz için şimdiden teşekkür ederim.

K. Gökhan NEBİOĞLU

İletişim: kgnebioglu@hotmail.com

- 1) Cinsiyetiniz: Bayan Bay
- 2) Yaşınız: 16 – 29 30 – 39 40 – 49 50 – 59 60 +
- 3) Medeni Durumunuz: Evli Bekar Boşanmış
- 4) Eğitim Durumunuz: İlköğretim Lise Önlisans
 Lisans Yüksek Lisans +
- 5) Uyuşunuz (Lütfen yazınız): (Bu soruya T.C. cevabını verdiyseniz lütfen 6. - 10. - 11. ve 48. soruları cevaplamayınız)
- 6) Türkiye'yi kaçınıcı ziyaretiniz? 1. 2. 3. 4. 5 +
- 7) Türkiye'de daha önce rehber eşliğinde bir tura katıldınız mı?
 Evet (Cevabınız evet ise kaç kez:.....) Hayır
- 8) Türkiye'de katıldığınız turlardaki rehberlik hizmetinden memnuniyet düzeyini belirtiniz.
 Memnunum Çok Memnunum Kararsızım
 Memnun Değilim Hiç Memnun Değilim
- 9) Etik davranış, hizmet alımında memnuniyet düzeyinizi etkiler mi?
 Evet Hayır
- 10) Tatil kararınızı Türkiye'de geçirmenize neden olan etkenleri 1 - 5 arası puanlayınız. (Karar verme aşamasında: En önemli etken = 1 ; En az etkili neden = 5)
- Arkadaş tavsiyesi
 İlgi / Merak
 Ekonomik oluşu
 Seyahat acentasının yönlendirmesi
 Daha önceki Türkiye ziyaretim

Diğer (Lütfen yazınız):

11) Türkiye'ye tekrar gelmeyi düşünüyor musunuz? Evet () Hayır ()

Türkiye'de katıldığınız turlardaki turist rehberlerinin mesleki etik davranışlarına katılma derecenizi işaretleyiniz (X)

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1- Turist rehberleri, hukuka, kurallara, gelenek, görenek ve toplumca kabul görmüş uygulamalara saygılıdır.					
2- Turist rehberleri mesleki faaliyetlerinde, yasalara ve ahlaki değerlere bağlıdır.					
3- Turist rehberleri mesleki faaliyetlerinde görevin gerektirdiği bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olduğu işleri üstlenirler.					
4- Turist rehberleri, konuklara karşı saygılı, güler yüzlü, nazik, dürüst, hoşgörülü ve tarafsızdır.					
5- Rehberler, yöre halkına ve iletişim kurduğu kişilere karşı saygılı, güler yüzlü, nazik, dürüst, hoşgörülü ve tarafsızdır.					
6- Turist rehberleri turda bulunan herkese eşit şekilde davranırlar.					
7- Turist rehberleri, kişilere ve gruplara karşı din, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, mezhep, vb., etnik ve sosyal duruma dayalı ayırım yapmazlar.					
8- Turist rehberleri, turda bulunan karşı cinsten kişilere daha fazla ilgi gösterirler.					
9- Turist rehberleri, ahlak anlayışını, değer yargılarını konuklara aktarmazlar.					
10- Turist rehberleri kişisel, politik, ekonomik ve sosyal görüşlerini genel görüş olarak aktarmazlar.					
11- Turist rehberlerinin davranışlarında, gelenek, görenek, dini inançlar ve ideolojik söylemler etkilidir.					
12- Turist rehberleri rehberlik yaptığı grubu rahatsız edecek, tartışma yaratacak konulardan kaçınır.					
13- Turist rehberleri gezdirdiği gruba ülke ile ilgili gerekli olabilecek önem arz eden bilgileri tur başlangıcında verir.					
14- Turist rehberleri tur programında vaat edilen hizmetlerin en iyi şekilde yerine getirilmesini sağlar.					
15- Turist rehberleri tur programına sıkı sıkıya uyarlar.					
16- Rehberler, tur boyunca her an gruba eşlik ederler.					
17- Rehberler turda zaman yönetimi konusunda hassas davranırlar.					
18- Turist rehberleri işlerini ciddiye alır ve gereken önemi verirler.					
19- Rehberler müşteri memnuniyetini her zaman ön planda tutarlar.					
20- Rehberler, otel, restaurant, müze gibi hizmet alınan işletmelerde müşteri memnuniyeti açısından verilen hizmetin kalitesini denetlerler.					
21- Turist rehberleri tarihi ve turistik yerleri anlatma konusunda çok özverili davranırlar.					
22- Turist rehberleri, temizliğine, kılık kıyafetine, görünüşüne önem verirler.					
23- Turist rehberleri tur süresince hijyen kurallarına riayet ederler.					
24- Turist rehberleri tur esnasında ziyaretçileri rahatsız edecek maddeler (alkol, sigara, uyuşturucu vb...) kullanmazlar.					
25- Turist rehberleri, dini mekanlar gibi özel hassasiyet gerektiren mekanlarda anlatım ve davranışlarına dikkat eder ve konukları mekanın gerektirdiği kurallar konusunda uyarır.					

26- Turist rehberleri tur boyunca güvenliğini gözetecek tedbirleri alır ve istenmeyen olaylara anında müdahale eder.					
27- Turist rehberleri tur süresince bütün şikayet, ihtiyaç ve sorunlarımızla yakından ilgilenir.					
	Kesinlikle Katılıyor	Katılıyor	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
28- Turist rehberleri turda bulunan hasta, yaşlı, engelli, vejetaryenlik gibi özel durumu olanlara gereken ilgiyi gösterirler.					
29- Turist rehberleri, gezilen yerler ve ülkesi ile ilgili tam ve doğru bilgiye sahiptirler.					
30- Turist rehberleri, rehberlik yaptığı grubun dilini çok iyi düzeyde bilirler.					
31- Turist rehberleri tur sırasında gerekli olacak araç, gereç ve ekipmanı kullanmasını bilir ve hasar görmemesine özen gösterir.					
32- Turist rehberleri görev ve yetkilerini menfaat sağlamak amacıyla kullanmazlar.					
33- Turist rehberleri, kişisel çıkarlarını ön planda tutarak haksız kazanç sağlamazlar.					
34- Turist rehberleri bazı durumlarda ekstra rehberlik ücreti isterler.					
35- Turist rehberleri alışverişlerden komisyon alabilmek için grubu kendi istediği işletmelere götürme eğilimindedirler.					
36- Rehberler daha fazla bahşiş alabileceği kişilerle daha yakından ilgilenirler.					
37- Turist rehberleri aynı anda birden fazla gruba rehberlik hizmeti sunmaz.					
38- Turist rehberleri mesleklerini icra ederken elde ettiği bilgi ve belgeleri kötüye kullanmazlar.					
39- Turist rehberleri işveren ve turistlerle ilgili bilgi ve belgeleri başkaları ile paylaşmaz.					
40- Turist rehberleri, mesleğin güven ve itibarını zedeleyici görünüş, tutum ve davranışlar sergilemekten kaçınırlar.					
41- Turist rehberleri diğer meslektaşlarına karşı saygılıdır ve haksız rekabet içinde değildir.					
42- Rehberler, tarihi ve turistik yerlere ve doğaya zarar verilmemesi konusunda çok hassas davranırlar.					
43- Turist rehberleri çevreyi, doğal hayatı, tarihi eserleri ve yerel kültürü korumak için azami gayret gösterirler.					
44- Rehberler, turistlerin, turistik yerlerden (sikke, bitki, böcek vs. gibi) doğal, tarihi eserler almamaları yönünde çok hassastırlar.					
45- Rehberler turda seyahat acentasının menfaatini ön planda tutarlar.					
46- Turist rehberleri, ülke hakkındaki önyargıların kırılmasında etkin bir unsurdur.					
47- Turist rehberleri ülke tanıtımında önemli rol oynarlar.					
48- Türkiye'yi tekrar ziyaret etmemde veya etmeyi düşünmemde turist rehberinin etkisi çoktur.					

49) Türkiye'de katıldığınız turlarda, turist rehberlerinin etik olmayan ne gibi davranışlarıyla karşılaştınız? Kısaca Açıklayınız:

Please indicate the degree of your participation in professional ethical behavior of tourist guides at the tours that you participated in Turkey (X)

	Absolutely Agree	Agree	Don't Know	Disagree	Absolutely Disagree
1- Tourist guides respect for the laws, customs and local culture.					
2- During their professional activities, tourist guides are loyal to laws and moral values.					
3- Tourist guides undertake the duties requiring professional specialty, talent and experience.					
4- Tourist guides are respectful, friendly, kind, honest and impartial towards visitors.					
5- Guides are respectful, friendly, kind, honest and impartial towards the local people and with those with whom they build contact.					
6- Tourist guides treat everyone equally in the tour group.					
7- Tourist guides do not make any discrimination of faith, race, gender, political choice, philosophical thought, sect, ethnicity and social status etc. towards individuals and groups.					
8- Tourist guides show too much attention to those of opposite gender.					
9- Tourist guides do not impose on visitors their moral conducts and relative values.					
10- Tourist guides do not impose on visitors their own personal, political, economic and social views.					
11- Personal religious beliefs and ideologies are common in the behaviors of the tourist guides.					
12- Tourist guides avoid discussion causing unease among the members of group.					
13- Tourist guides give the required information about the country to the groups at the very beginning of the tour.					
14- Tourist guides try their best to fulfill whatever services promised in tour program.					
15- Tourist guides strictly follow the tour program.					
16- Guides always accompany to their groups during the tour.					
17- Guides are quite careful in managing the time.					
18- Tourist guides take their jobs seriously and pay importance to it.					
19- Tourist guides always give priority to customer satisfaction.					
20- Tourist guides supervise the quality of the services purchased of the places like hotel, restaurant and museum for the good terms of customers.					
21- Tourist guides devote themselves to narrate the historical and touristic places to the visitors.					
22- Tourist guides give importance to their appearance, hygiene and costume suit.					
23- Tourist guides always care about hygiene.					
24- Tourist guides never use substances such as alcohol, cigarette, drugs etc. during the tour which will disturb visitors.					
25- Tourist guides pay attention to their narration and behavior at places such as religious sites which require to be sensitive and warn visitors about the specialty and rules of the place.					
26- Tourist guides always take necessary precautions for our security and intervene to the undesired cases throughout the tour.					
27- Tourist guides always give appropriate attention to our complaints, needs, and our problems throughout our tour.					
28- Tourist guides show the required interest to those who have special states like being old, ill, vegetarian and handicapped etc.					

	Absolutely Agree	Agree	Don't Know	Disagree	Absolutely Disagree
29- Tourist guides have a complete and accurate knowledge about the places visited and the country.					
30- Tourist guides speak fluently the language of the group they accompany.					
31- Tourist guides know how to use necessary devices or equipment which will be used during the tour and protect them against any defects.					
32- Tourist guides never abuse their job and authority to obtain personal advantage.					
33- Tourist guides never get unfair profit.					
34- Tourist guides demand in some cases extra guidance fee.					
35- Tourist guides lead the groups to the stores which they want to get commission.					
36- Guides get closer relation with those from whom they procure more tip.					
37- Tourist guides do not present guidance service to more than one group at the same time.					
38- Tourist guides do not use obtained documents and information maliciously about visitors, other people and employers.					
39- Tourist guides never share information and documents about their customers or employers with others.					
40- Tourist guides avoid exhibiting presentation, behavior, and attitudes which harm the dignity and reliability of their profession.					
41- Tourist guides are respectful towards their colleagues and never get into unfair competition with them.					
42- Guides are very sensitive about not to give any damage to historical, touristic and natural places.					
43- Tourist guides do their best to protect environment, natural life, historical places and local culture.					
44- Guides are quite careful about the tourists not to take any natural living beings like plants, insects and historical pieces like coins.					
45- The benefit of the travel agency is at the forefront for tourist guides.					
46- Tourist guides have influence on altering the prejudices about the country.					
47- Tourist guides play an important role in introducing the country.					
48- Tourist guides have a huge influence over me for my revisiting Turkey or my intention to visit again.					

49) The tours that you participated in Turkey, what kind of behaviors of the tourist guides did you feel as unethical? If any, please explain in a few words:

Liebe Gaeste,

Die Forschungsarbeit, "Berufsethik: Eine Forschungsarbeit über Reiseführer", möchte herausfinden, inwieweit Reiseführer auf die ethischen Prinzipien dieses Berufes beachten während sie ihre Arbeit ausüben. Damit wir zu einem Ergebnis und zum Ziel kommen können, bitte ich Sie sehr darum, die Fragen herzlich und vollstaendig auszufüllen. Die aus dem Fragebogen entnommenen Informationen werden für keine anderen Zwecke benutzt. Vielen Dank im Voraus, dass Sie sich für uns Zeit nehmen und für unsere Forschungsarbeit was dazubeitragen.

K. Gökhan NEBİOĞLU

Kontakt: kgnebioglu@hotmail.com

- 1) Geschlecht: Weiblich Maennlich
- 2) Alter: 16 – 29 30 – 39 40 – 49 50 – 59 60 +
- 3) Familienstand : Verheiratet Ledig Geschieden
- 4) Schulische Ausbildung :
- Hauptschule/Realschulabschluss Abitur Vordiplom
- Diplom Master +
- 5) Nationalitaet (bitte füllen Sie aus): (Wenn Sie Türkische Staatsangehörigkeit besitzen, beantworten Sie die Fragen nummer 6. - 10. - 11 und 48. nicht.)
- 6) Zum wievielten mal sind Sie in der Türkei ?
1. 2. 3. 4. 5 +
- 7) Haben Sie schon einmal in der Türkei an einer durch eines Reiseführers begleitende Tour teilgenommen? Ja (Wenn Ihre Frage "Ja" ist, wie oft:.....) Nein
- 8) Bitte geben Sie Ihren Zufriedenheitsstand an, über die von Ihnen in der Türkei teilgenommenen Reisetourführungen.
- Zufrieden Sehr Zufrieden Unentschlossen
- Nicht Zufrieden Überhaupt nicht Zufrieden
- 9) Beeinflusst das ethische Verhalten, den Status Ihrer Zufriedenheit an den teilgenommenen Reisetourführungen? Ja Nein
- 10) Nummerisieren Sie bitte den Grund weshalb Sie die Türkei als Urlaubziel ausgewaehlt haben zwischen 1 – 5. (Waehrend der Entscheidung: der wichtigste Faktor = 1 ; am wenigsten beeinflussend = 5)
- Empfehlung von Freunden
- Interesse / Neugier
- Günstiger Urlaub
- Empfehlung vom Reisebüro
- Durch vorherige Türkeibesuche
- Andere (Bitte erlaeutern Sie):
- 11) Überlegen Sie erneut in die Türkei zu kommen? Ja () Nein ()

Bitte kreuzen (X) Sie die Teilnahmestufe an, inwieweit die Reiseführer an den von Ihnen teilgenommenen Touren sich an die Berufsethik eingehalten haben.(X)

	Ich stimme voll zu	Stimme zu	Bin unsicher	Stimme nicht zu	Keineswegs stimme ich zu
1- Die Reiseführer achten auf die Gesetze, Regeln, Traditionen, Braeuche und Gemeingut.					
2- Reiseführer sind gegenüber Ihren beruflichen Taetigkeiten, Gesetze und ethischen Werte treu.					
3- Reiseführer verpflichten sich, die Aufgaben und Taetigkeiten auszuüben, die zu ihren Gebiet und Wissen gehören.					
4- Reiseführer sind gegenüber Besucher rücksichtsvoll, nett, ehrlich, freundlich, tolerant und neutral.					
5- Reiseführer sind gegenüber das ansaessige Volk und mit den Menschen mit denen sie Kontakt aufnehmen, freundlich, rücksichtsvoll, nett, ehrlich, freundlich, tolerant und neutral.					
6- Reiseführer behandeln alle Tourteilnehmer gleich.					
7- Reiseführer machen keine Diskriminierungen gegenüber Menschen unterschiedlicher Religion, Sprache, Nationalitaet, Geschlecht, Hautfarbe, politische Einstellung, philosophischer Glaube, ethnische und soziale Lage, etc...					
8- Reiseführer zeigen gegenüber das andere Geschlecht, waehrend einer Tour mehr Interesse.					
9- Reiseführer praesentieren gegenüber Besuchern, ihr ethisches Verstaendnis nicht.					
10- Reiseführer praesentieren, ihre persönlichen, politischen, ökonomischen und sozialen Einstellungen nicht als allgemeine Ansicht.					
11- Unter den Handlungen der Reiseführer sind Tradition, religiöser Glaube und ideologische Redeweisen wirksam.					
12- Reiseführer halten sich von Themen fern, die zur Diskussionen führen und die Gruppe stören können.					
13- Reiseführer geben Anfang einer Tour, die nötigen Informationen über das Land.					
14- Reiseführer halten ihr Versprechen, die Dienstleistungen so gut wie möglich auszuführen.					
15- Reiseführer halten sich fest an das Tourprogramm.					
16- Reiseführer sind waehrend der Tour stets mit der Gruppe dabei.					
17- Reiseführer verwalten die Zeit waehrend der Tour sorgfaelltig.					
18- Reiseführer nehmen ihre Arbeit ernst und legen Wert darauf.					
19- Reiseführer legen immer sehr grossen Wert auf Kundenzufriedenheit.					
20- Reiseführer achten auf die Kundenzufriedenheit bei Hotels, Restaurant und Museen.					
21- Bei der Nacherzaehlung von historischen und touristischen Orten verhalten sich Reiseführer sehr hingabevoll und interessiert.					
22- Reiseführer achten auf ihre Sauberkeit, Klamotten und Erscheinung.					
23- Reiseführer achten auf Hygieneregel.					
24- Reiseführer konsumieren waehrend den Touren keine störende Konsumgüter wie (Alkohol, Zigaretten, Drogen etc...)					
25- Bei Führungen die besondere Sorgfalt undEmpfindsamkeit benötigen, achten die Reiseführer auf ihr Verhalten und Erzaehlweise und erklaren den Touristen die Verhaltensregeln an diesen Orten.					
26- Reiseführer achten waehrend den Führungen auf die Sicherheit der Teilnehmer und greifen bei ungewollten Situationen sofort ein.					
27- Waehrend der ganzen Tour nehmen sich Reiseführer bei Anregungen, Bedürfnissen und Problemen Zeit und kümmern sich darum.					

	Ich stimme voll zu	Stimme zu	Bin unsicher	Stimme nicht zu	Keineswegs stimme ich zu
28- Reiseführer haben Verstaendnis für Kranke, Alten, Behinderten, Vegetarier und anderen Personen mit besonderen Bedürfnissen.					
29- Reiseführer haben das nötige und genaue Wissen über die geführten Orte des Landes.					
30- Reiseführer sprechen die Sprache der Touristen, die an seiner/ihrer Tour teilnehmen perfekt.					
31- Reiseführer kennen sich mit den nötigen Ausrüstungen sehr gut aus und behandeln diese sorgfaelltig.					
32- Reiseführer nutzen ihre Befugnis nicht für ihre eigenen Interessen.					
33- Reiseführer würden zum eigenen Vorteil kein unrechtmäßig erworbenen Gewinne erhalten.					
34- In manchen Faellen verlangen Reiseführer/Innen extra Geld.					
35- Um Provision zu erhalten, veranlassen die Reiseführer die Gruppe bei den Geschaeften zu kaufen, die er/ sie möchten.					
36- Reiseführer kümmern sich um die Personen mehr, die in der Lage sind mehr Trinkgeld geben zu können.					
37- Reiseführer führen nicht mehr als eine Gruppe aus.					
38- Reiseführer würden für illegale Zwecke keine Unterlagen oder Informationen der Touristen nutzen.					
39- Reiseführer würden Unterlagen und Informationen von seinem Arbeitgeber oder der Touristen nicht an dritte weitergeben.					
40- Reiseführer halten sich von Verhalten fern, die die Sicherheit und Ansehen ihres Berufes gefaehrden könnten.					
41- Reiseführer sind ihren Kollegen gegenüber respektvoll und unterstützen keinen ungerechten Konkurrenzkampf.					
42- Reiseführer sind sensibel was das Thema angeht die historischen und touristischen Orte Sauber zu halten und zu schützen.					
43- Reiseführer geben sich sehr viel Mühe, die Atmosphaere, das natürliche Leben, die historischen Altertümer und die Kultur zu schützen.					
44- Reiseführer achten darauf, dass Touristen an den touristischen Orten (wie Dukaten, Pflanzen, Insekten etc..) natürliche, historische Erzeugnisse nicht mitnehmen.					
45- Reiseführer halten waehrend den Reiseführungen den Gewinn des Reisebüros im Vordergrund.					
46- Reiseführer beeinflussen effektiv den Abbau von Vorurteilen des jeweiligen Landes.					
47- Reiseführer spielen eine sehr wichtige Rolle bei der Praesentierung des Landes.					
48- Bei der Überlegung, ob ich die Türkei erneut besuchen würde, spielt der Reiseführer eine sehr grosse Rolle.					

49) Welche unethische Verhalten haben Sie von den Reiseführern waehrend den Reiseführungen in der Türkei erlebt, an denen Sie teilgenommen haben. Können Sie diese Verhalten einwenig beschreiben:

Уважаемый Гость,

В работе под названием «Профессиональная этика. Исследование в рамках специальности гид-экскурсовод» рассматривается, каким образом принципы профессиональной этики соблюдаются среди гидов, проводящих экскурсии в Турции. Просим Вас ответить на вопросы анкеты максимально подробно и правдиво, чтобы помочь вышеназванному исследованию. Полученная информация не будет использована для каких-либо целей за рамками исследования. Заранее благодарим Вас за затраченное время и помощь.

K. Gökhan NEBİOĞLU

Контакты: kgnebioglu@hotmail.com

- 1) Пол: Женский Мужской
- 2) Возраст: 16 – 29 30 – 39 40 – 49 50 – 59 60 +
- 3) Семейное положение: В браке Не женат/не замужем Разведен(а)
- 4) Образование:
- Начальное Средняя школа Училище/техникум/колледж
- Высшее Кандидат наук +
- 5) Гражданство (Пожалуйста, напишите): (Если Вы являетесь гражданином Турецкой Республики, пожалуйста, не отвечайте на вопросы 6, 10, 11, 48)
- 6) В какой по счету раз Вы посещаете Турцию ?
1. 2. 3. 4. 5 +
- 7) Посещали ли Вы экскурсии в сопровождении гида, когда бывали в Турции?
- Да (Сколько раз:.....) Нет
- 8) Как Вы оцениваете работу гида на экскурсии в Турции?
- Отлично Хорошо Не знаю
- Плохо Очень плохо
- 9) Влияет ли поведение гида на качество оказываемых туристских услуг?
- Да Нет
- 10) Каковы причины того, что Вы выбрали Турцию для отдыха? Оцените по пятибалльной шкале по степени важности (Самое важное – 1, не важное – 5).
- Совет друзей
- Интерес/любопытство
- Доступность по цене
- Совет турагента
- Собственный опыт
- Другое (Пожалуйста, напишите):
- 11) Собираетесь ли Вы приехать в Турцию снова? Да () Нет ()

Оцените нижеприведенные высказывания, характеризующие поведение гида во время экскурсии в Турции: (X)

	Полностью согласен	Частично согласен	Не знаю	Частично не согласен	Совершенно не согласен
1- Гид уважает закон, правила, обычаи и традиции, общественные порядки.					
2- Обязанности гида напрямую определяются как законом, так и нравственными ценностями.					
3- Гид использует свои знания, навыки и опыт в профессиональной деятельности.					
4- Гид относится к туристам с уважением, доброжелателен и вежлив, толерантен и нейтрален.					
5- Гид относится к местному населению с уважением, доброжелателен и вежлив, толерантен и нейтрален.					
6- Гид обращается одинаково со всеми туристами.					
7- Гид не разделяет людей (группы людей) по следующим признакам: религия, язык, раса, цвет кожи, пол, политические взгляды, философские убеждения.					
8- Гид проявляет больший интерес к туристам противоположного пола.					
9- Гид, согласно этическим нормам, не производит оценочных суждений о туристах.					
10- Гид не производит оценочных суждений, опираясь на свои взгляды на темы личности, экономики, общественного устройства.					
11- На поведение гида влияют обычаи, традиции, религия и идеология.					
12- Гид избегает спорных и неприятных для членов туристической группы тем.					
13- Гид дает туристам информацию, дающую основное представление о стране, в начале экскурсии.					
14- Гид старается сделать так, чтобы экскурсия прошла согласно заявленной программе.					
15- Гид четко следует программе экскурсии.					
16- Во время экскурсии гид всегда находится с группой.					
17- Гид придает большое значение вопросу правильной организации времени на экскурсии.					
18- Гид относится к своей работе серьезно и придает ей большое значение.					
19- Главное в работе для гида – сделать так, чтобы туристы остались довольны.					
20- Гид осуществляет контроль качества услуг при посещении отеля, ресторана, музея.					
21- Гид очень подробно рассказывает об истории и туристских достопримечательностях.					
22- Гид придает большое значение своему внешнему виду во время экскурсии.					
23- Гид соблюдает правила гигиены во время экскурсии.					
24- Во время экскурсии гид не употребляет такие вещества как алкоголь, табак, наркотики.					
25- Гид заранее предупреждает туристов о правилах и особенностях поведения в особенных местах, таких, как религиозные объекты.					
26- Во время экскурсии гид принимает меры по обеспечению безопасности, а также немедленно реагирует в случае неблагоприятных событий.					
27- Во время экскурсии гид обращает внимание на каждую жалобу, пожелание и требование туристов.					

	Полностью согласен	Согласен частично	Не знаю	Частично не согласен	Совершенно не согласен
28- На экскурсии гид уделяет особое внимание больным, пожилым людям, людям с ограниченными возможностями здоровья, вегетарианцам и людям в подобных особых положениях.					
29- Гид обладает полной и достоверной информацией о стране и местах посещения.					
30- Гид очень хорошо говорит на языке туристической группы.					
31- Во время экскурсии гид обладает необходимыми знаниями о транспорте, материале, экипировке, их применении, а также делает все, чтобы не допустить повреждения или ущерба применяемому оборудованию.					
32- Гид не использует свои права и полномочия ради личной выгоды.					
33- Личная выгода не является главным для гида, он не стремится к недобросовестному заработку.					
34- В некоторых случаях гид просит дополнительную плату за свои услуги.					
35- Гид не приводит туристическую группу в места, не обозначенные в программе экскурсии, с целью получения комиссии с продаж.					
36- Гид проявляет больший интерес к туристам, оставившим большие чаевые.					
37- Гид должен проводить экскурсию только для одной группы.					
38- Во время работы гид не преподносит информацию в негативном свете.					
39- Гид не делится с другими людьми информацией о работодателе и туристах.					
40- Гид избегает действий и поведения, наносящих ущерб репутации профессии.					
41- Гид относится с уважением к коллегам и не соперничает с ними.					
42- Гид обращает особое внимание на то, чтобы в исторических местах и достопримечательностях природе и окружающей среде не причиняли ущерб.					
43- Гид прикладывает все усилия, чтобы сохранить местную природу, окружающую среду и исторические места.					
44- Гид обращает особое внимание на то, чтобы туристы не присваивали себе творения человека и природы (монеты, растения, и др.) в местах посещения и достопримечательностях.					
45- На экскурсии гид учитывает в первую очередь интересы турагентства.					
46- Гид помогает туристам преодолеть стереотипы о стране.					
47- Гид играет важную роль в ознакомлении туристов со страной.					
48- Работа гида на экскурсии сильно повлияла на желание туриста посетить страну вновь.					

49) Приходилось ли Вам сталкиваться с неэтичным поведением гидов на экскурсии в Турции? Кратко поясните: