

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI

AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ

TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ

LİSANS BİTİRME TEZİ

**Turist rehberinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısına
yönelik turist algılamaları: Azerbaycan örneği**

HAZIRLAYAN

Hemidulla Rzayev

1417.03012

BAKÜ-2018

AZERBAYCAN CUMHURİYETİ EĞİTİM BAKANLIĞI

AZERBAYCAN DEVLET İKTİSAT ÜNİVERSİTESİ

TÜRK DÜNYASI İŞLETME FAKÜLTESİ

LİSANS BİTİRME TEZİ

**TURİST REHBERİNİN TURİSTLERE AKTARILAN KÜLTÜREL
DEĞERLERE KATKISINA YÖNELİK TURİST
ALGILAMALARI: AZERBAYCAN ÖRNEĞİ**

DANIŞMAN

Öğr.Gör. Metanet MEMMEDOVA

HAZIRLAYAN

Hemidulla RZAYEV

BAKÜ-2018

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

Kafedra “İqtisadiyyat və İşlətmə

TƏSDİQ EDİRƏM

“ ” 2018

BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ VERİLMİŞ TAPŞIRIQ

“Türk Dünyası İşlətmə” fakültəsinin Turizm və Otelçilik ixtisası üzrə

təhsil alan tələbəsi

Həmidulla Rzayev Fuad

(adı, soyadı, atasının adı)

Diplom işinin rəhbəri

Öğr.Gör. Mətanət Məmmədova

(adı, soyadı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi)

1. İşin mövzusu Turist Rehberinin Turistlere Aktarıl an Kültürel Değ erl ere Katkı sına Yönel ik Turist Algı l amal arı:
Azərbaycan örn eği

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti tərəfindən təsdiqlənsin

“ _____ ” 2018 il No

2. Tələbənin sona yetirdiyi işin kafedraya təhvil müddəti: 8 ay

3. İşin məzmunu və həcmi (izahı, hesabı və eksperimental hissəsi, yeni təhlilə ehtiyacı olan müəssisələr) Özet, Giriş, Birinci bölüm, İkinci bölüm, Üçüncü bölüm, Sonuç, Kaynakça, Ek 1

4. Buraxılış işi üçün lazımi materiallar

ADİK, (2011). “Azerbaycan’ın İstatistik Göstericileri”, Statistikal Yearbook of Azerbaijan, Seda Basımevi, Baki.

AĞAKERİMOV, Malik (2006). ve S.Baba-Zade. Ekskursiya ve Ekskursiya Rehberi, Oskar Basımevi, Baki.

AHMEDOV , Azer (2010). Mejdunarodnıy Turizm, Seda Basımevi, Baki.

EFENDİZADE, Sebuhi (2005). Eko-turizm ve Onun Azerbaycanda Kalkınma Perspektifleri, Baki Yayın Evi, Baki.

ERGİN, Yıldırım (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. 7. Baskı. Sakarya: Sakarya.

GENÇ, Ömer (1992). *Rehberlik eğitime eleştirel bir yaklaşım*. Turizm Eğitim Konferans- Workshop, Ankara: Yorum Yayın, 215.

[Http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14521/profesyonel-turist-rehberli gi - yonetmeligi- rg-tarihi-251-.html](http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14521/profesyonel-turist-rehberligi-yanetmeligi-rg-tarihi-251-.html)). Erişim Tarihi 14.11.2014

KIZILIRMAK? Dinçer (1997). *Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık, Nevşehir.

KOÇEL, Tamer. (1998).*İşletme yöneticiliği, yönetim ve organizasyon, organizasyonlarda davranış, klasik-modern-çağdaş yaklaşımlar*. İstanbul

□ Bet
a, 397.

ÖZGÜÇ, Nazmiye (1998). *Turizm coğrafyası: özellikler, bölgeler*. İstanbul: Çantay.

RAHİMOV, Saleh (2004). *Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili*, Maarif Basımevi, Baki.

SUAV İ, Ahıpaşaoğlu (1997). *Seyahat işletmelerinde tur planlaması-yönetimi ve rehberliğin meslek olarak seçilmesinin nedenleri üzerine bir uygulama*. Ankara: Varol Matbaası, 145.

TETİK, Nuray (2006). *Türkiye’de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesi.

5. Qrafik materiallarının siyahısı dəqiq göstəricilərlə (vacib cədvəl, çertyojlar, yaxud qrafiklər, nümunələr və s.) 9

6. Buraxılış işi üzrə məsləhətçinin soyadı, adı, atasının adı, elmi adı və dərəcəsi (diplom işinin ona aid olan hissəsini göstərməklə)

Öğr.Gör. Gülnar Mirzəyeva İsmayıl

7. Buraxılış işinin təqdimi üzrə təqvim planı:

Sıra No	İşin hissələrinin adı	Qurtarma faizi (yerinə yetirilmə)	İşin yerinə yetirilməsi müddəti	
			plan üzrə	faktiki

1. Bölüm (Ekim 2017 – Ocak 2018)
2. Bölüm (Şubat 2018 – Nisan 2018)
3. Bölüm (Mayıs 2018)

Buraxılış işinin rəhbəri _____
imza

Məsləhətçi _____
imza

Tapşırığı imza üçün qəbul etdim _____

(tələbənin imzası)

Tapşırığın qaytarılması tarixi “ _____ ” _____ 2018-ci il

Qeyd 1. Buraxılış işi üzrə verilmiş tapşırıq 2 nüsxədən ibarətdir. Nüsxənin biri tələbəyə verilir, ikincisi kafedrada qalır.

2. Hazırlanmış buraxılış işini tapşırıqla birlikdə tələbə DAK təqdim edir.

BURAXILIŞ İŞİNİN PLANI

ÖZET

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

- 1.1. KÜLTÜR KAVRAMI VE UNSURLARI
- 1.2. KÜLTÜREL MİRAS TANIMI
- 1.3. KÜLTÜR TURİZMİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLER VE
UNSURLAR

İKİNCİ BÖLÜM

- 2.1. AZERBAYCAN TURİZM TARİHİ
- 2.2. TURİST REHBERİ TANIMI VE ROLLERİ

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

- a. ARAŞTIRMANIN AMACI
 - b. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ
- SONUC VE ÖNERİLER

KAYNAKLAR

EK 1

ÖZET

Kültür turizminin temellerini oluşturan unsurlardan biri kültürel miras, diğeri ise kültürel değerlerdir. Kültür turizmin ikamesi yoktur. Buna göre de kültür değerlerinin ve mirasının korunması onu gelecek nesillere ötürülmesi çok önemlidir. İşte turist rehberleri bu işte katkı yapacak en etkili kişilerden birisidir. Turist rehberi ziyaretçilerle iletişimde olan, onlara ülkenin arkeolojik ve tarihsel değerlerini onun anladığı dilde anlatan, ülkenin kültürel değerlerinin tanınmasında onun gelecek nesillere ötüren ve korunmasında büyük role sahip bir insandır. Turist rehberi başka ifadeyle kültür elçisi olan turistik hizmet elemandır. Bu araştırma da tur rehberlerinin ziyaretçilere aktarılan kültür değerlerine katkısının ve bu ziyaretçilerin buna ilişkin algılarının belirlenmesi üzerine odaklanmıştır.

Bu maksatla, araştırma tezi üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kültür ve turizm kavramı verilmiş, bunlar arasındaki ilişkiden bahis edilmiştir. İkinci bölümde ise profesyonel tur rehberi kavramı onun özellikleri ve Azerbaycan turizm geçmişi incelenmiştir. Üçüncü bölümde değişkenler arasındaki ilişkini ortaya konulması için frekans, faktör, t-testi, ANOVA testleri kullanılmış ve bazı öneriler sunulmuştur. En önemli bulgu, turist algılamaların en çok yaşa, eğitime bağlı olduğu olmuştur. Diğer bir bulgu ise, turist rehberlerinin turizm değerlerine çok büyük katkı yaptığının ziyaretçiler tarafından iyice algılandığı olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Azerbaycan’da Turizm, Turistik Arz, Bakü şehri.

İÇİNDEKİLER

TUTANAK.....	iii
ÖZET.....	ix
İÇİNDEKİLER.....	x
TABLolar LİSTESİ.	xiii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR KAVRAMI VE KÜLTÜR TURİZMİ

GİRİŞ	1
1.1. KÜLTÜR KAVRAMI.....	2
1.1.1. Ulusal Kültür	3
1.1.2. Alt Kültür	4
1.2. KÜLTÜR UNSURLARI.....	6
1.2.1. Dil	7
1.2.2. Din	7
1.2.3. Gelenek ve Görenek.....	7
1.2.4. Sanat.....	8
1.2.5. Dünya Görüşü	8
1.2.6. Tarih.....	8
1.3. KÜLTÜREL MİRAS	9
1.3.1. Kültürel Mirasın Önemi	10
1.4. KÜLTÜR TURİZMİ	10
1.4.1. Kültür Turizminin Gelişimine Etki Eden Faktörler	12
1.4.2. Kültür Turizminin Özellikleri	14

İKİNCİ BÖLÜM

AZERBAYCAN TURİST REHBERİ VE ONUN ROLLERİ

2.1. AZERBAYCAN TURİZMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER ...	15
2.1.1. Azerbaycan'da Turizmin Tarihsel Gelişimi	15
2.1.2. Azerbaycanda Kültür Turizmi	21
2.2. TURİST REHBERLİĞİNİN TANIMI VE GELİŞİMİ	22
2.2.1. Turist Rehberi Tarihsel Gelişimi	23
2.3. TURİST REHBERİ ROLLERİ	27
2.3.1. Lider Rolü	27
2.3.2 Öğretici (Eğitimci) Rolü	28
2.3.4 Yardımcı Rolü	29
2.3.5 Dost Rolü	29
2.3.6 Satış Elemanı Rolü	29
2.3.7 Diplomat/Büyükelçi Rolü	30
2.3.8 Ev Sahibi Rolü	30

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİST REHBERİNİN TURİSTLERE AKTARILAN KÜLTÜREL DEĞERLERE KATKISINA İLİŞKİN TURİST ALGILAMALARINA YÖNELİK ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI	31
3.2. ARAŞTIRMA EVRENİ VE ÖRNEKLEM	32
3.3. VERİ TOPLAMA ARACI	33
3.4. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN YORUMLANMASI	34
3.4.1. Faktör Analizi	35

3.4.2. Güvenilirlik Analizleri	37
3.4.3. Hipotezleri Test Etmek İçin ANOVA ve T-testi Analizi	38
SONUÇ	44
KAYNAKÇA	46
EK 1	48

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Farklı ülkelerden Bakünü ziyaret etmiş turist sayısı.....	33
Tablo 2: Örneklem Profiline Sayısal ve Yüzdesel Dağılımı.....	34
Tablo 3: Faktör Analizi.....	36
Tablo 4: Kmo and bartlett's test.....	37
Tablo 5: Cronbach Alpha Katsayıları.....	38
Tablo 6: PTR'in Kültürel Değerleri Korumaya Katkısına İlişkili Turist Algılamalarıyla Yaş Gruplarının Karşılaştırması (One Way)	39
Tablo 7: PTR'in Kültür Değerlerinin Korunması Katkısına İlişkili Turist Algılamalarıyla Eğitim Seviyesinin Karşılaştırılması.....	40
Tablo 8: PTR'in Kültür Değerlerinin Tanıtıma Katkısına İlişkili Turistin Algılamalarıyla Eğitim Seviyesinin Karşılaştırması.....	41
Tablo 9: PTR'nin Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkısına İlişkin Turistlerin Algılamaları ile Eğitim Seviyelerinin Karşılaştırılması.....	42

GİRİŞ

Günümüzde turizm tüm ülkeleri ilgilendiren sosyoekonomik açılarından çevresel bir olgu olan güncel bir konudur. Azerbaycan iklim koşulları ve doğal ve geçmiş tarihi açısından çok zengin turizm potansiyeline sahip ülkelerden birisidir. 1991 yılından başlayarak Azerbaycan bağımsızlığını kazandıktan sonra elindeki doğal kaynakları satmakla ayakta durmuş diğer turizm gibi önemli sektörlerle önem vermemiştir. Dolayısıyla bundan 30 yıl önceye kadar Sovyetler Birliği içerisinde olan en zengin devletlerinden olmuş, lakin tesislerinden kamplarından, dinlenme destinasyonlarından yeterince kullana bilmemiş ve zamanla bunlar kullanılamaz bir duruma gelmiştir.

Turizmin gelişmesinde turist rehberlerin rolü büyüktür. Turist rehberleri ziyaretçilere onlara uygun dille, en uygun ve düzgün şekilde kültürel değerlerin ulaştırılmasından sorumludur. Araştırmanın temel amacı, rehberlerin kültürel değerlere katkılarının ve bu katkılarının algılarındaki farklılıkların turistlerin demografik özelliklerine nasıl dayandığını göstermektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR KAVRAMI VE KÜLTÜR TURİZMİ

1.1. KÜLTÜR KAVRAMI

Kültür, şimdiye kadar birçok tartışmanın yapıldığı ve gelecekte de yapılacağı bir kavramdır. Kavram, bugünkü halinin dışında kullanılır. Kültür kavramı, 18. yüzyıla kadar toprak hakkında ekip biçme işlemini tanımlamak için kullanılmıştır. 18. yüzyılda ilk kez, insan aklının yetiştirilmesi ve hasat edilmesinden yola koyularak “insanın zihinsel kapasitesinin yarattığı değer” anlamında kullanılmaya başlandı. Bu anlamda Kelimeyi Fransız yazar ve filozof Voltaire'i ilk kullanan kişi oldu. Etnikolog Gustav Klemm, 1843'te "İnsanların Genel Kültür Tarihi" adlı kitabında (Meydan-Uygur ve Baykan 2007) "bir halkın topluluğunun bir bütün olarak sanat ve gelenek olarak yaşadığı kolektif yeteneklerin" olduğunu yazmıştır. Kültür kavramının tanımı sadece kullanıldığı yere göre değişmez, aynı zamanda kavramın insan gelişimi anlamında kullanıldığı birçok tanım vardır. Ancak günümüzde en çok kabul edilen tanım, antropolog Eduard Tylor'un yaptığı tanımdır. O, kültürü “İnsanların sahip oldukları inanç, bilgi, ahlak ve geleneklerden, ve de tüm alışkanlık ve yeteneklerden oluşan karışık bütün” olarak tanımlamıştır (Gürsoy 1995). Marxın kültüre tanımı ise “insanların doğada var olanlara karşılık olarak yarattıkları şeyler” şeklindedir. (Ören 1998). Geçmişte, Türk kültürünü değişik sözcüklerle değiştirerek kullanmak önerilse de, bu öneri yaygınlaşmamış ve kültürün kullanışı bugüne kadar gelmiştir. Kültürün tarihten tarıma kadar farklı konularda bir çok anlamları var (Turan 1990). Kültürü aynı zamanda, insanın sanat, gelenek ve yaşam biçimini açıklayan kavram şeklinde kullanmaya devam ediyorlar (Öter ve Özdoğan

2005). Bu farklı anlamların sonuçlarını ifade edersek; kültürü yalnızca unsurları tanımlamak için değil, uygarlık anlamı da kullanılır (Turan 1990). Bundan dolayı, kültürü yalnız bir tanımla ifade etmek doğru olmaz ve yetersiz kalır (Richards 1996).

1.1.1. Ulusal Kültür

Sanayi devrimi ve ulusun gelişmesinden sonra “ulusal devlet” kavramının ortaya çıkmasına bağlı olarak kültürün, insanların politik sınırlarda yaşamının ve paylaşmanın ifade edildiği söylenebilir (Kongar, 2008: 14).

Kültürel unsurlar insanların geleneklerinden ve geleneklerinden gelmeleridir. Farklı kültürlerde ortaya çıkmıştır. Millet anlayışı kültürlerin benimsenmesi sonrası ortaya çıkmıştır. Milletlerin ve insanların gelişimi ulus tarafından sahip olunan kültür hesabına olmuştur. Aralarındaki bağlantının kurulması açısından kültürel varlıklar önem taşımaktadır. Ulus uzun tarihe sahiptir ve kültür ulusların yaşamlarını belirlemeye yardımcı olur. (Kongar, 2008)

Ulusun yapısını, yiyecek, giyim, eğlence, eğlence, menstruasyon şeklinde davranış ve teknikler açısından şekillendiren bir kültürdür.

Ulusal kültürü oluşturacak unsurlar:

- Ekonomi
- Sosyal Kurum
- Dil
- Ahlak
- Eğitim
- Sanatsal eserler

- Örf, Adet
- Değerler
- Din
- Sembol ve tabular

Bunlar insanın gelenek ve göreneklerinden gelmelerdir. Farklı kültürlerde ortaya çıkmıştır. Millet anlayışı kültürlerin benim senmesi sonrası ortaya çıkmıştır. Milletlerin ve insanların gelişimi ulus t arafından sahip olunan kültür hesabına olmuştur. Aralarında bağlantı kur ulması açısından kültürek değerler önem taşımaktadır. Ulus uzun tarihe dayanır ve de kültürler ulusların yaşamını belirler. (Kongar, 2008)

1.1.2. Alt Kültür

Alt kültürün tanımlaması karışıktır ve de hep çelişki içeren tanımlardan oluşur. Bundan dolayı, alt kültürlerce nesneye 'tarz' anlamı verilmesi dönemi tanımlamak önem içerir. İşlem, tabiatın düzenine karşılık suçlarla başlayıp saçların dik şekil taranmasına, küçük boy motosiklet, plak ya da alınan elbise gibi küçücük şeyde saklanır. Ve bunlar meydan okumak ya da hor görmek, gülümseme ve ya alaycılık şeklinde gülümseyiş tarzının oluşumu demektir ve bu da "redde" işaretdir (Dick Hebdige, Altkültür: Tarzın Anlamı, İstanbul, Babil Yayınları, 2004, ss. 10-11).

Alt kültürler, ortak düşünceler, ilgi alanları ve paylaşılan alışkanlıklar etrafında toplanan bireyler grubudur. Kavramdan önceki “alt” son ekinden, bu grupların kimliklerinin baskın kültüre karşıt olarak şekillendikleri anlaşılmalıdır. Erken alt kültür çalışmasında, bu muhalefetin çeşitli şekillerde gerçekleştiğine rağmen, ancak burada yalnızca 'tarz' söz edildiği vurgulanmaktadır. Bu alandaki son çalışmalar,

altkültürün geleneksel tanımlarının belirli tarihsel koşullara dayandığı tartışılarak, bu ilişkinin artık belirli olmadığını göstermektedir. 1979'da oyuncak uzunlukları, modları, rock'ları, punkları üzerine yayınlanan Hebdige kitabı, altkültürel incelemeler açısından temel metinlerden biridir. Alt kültürler, kimliklerini kendi yollarıyla görünür kıldığını iddia eder. Örneğin, punklar abartı kıyafetlere kanca takar. Bu, ne tür müzikler dinlediklerine ve bu bağlamdaki kimlikleri temsil ettiklerine işarettir. Hebdige'ye göre, alt kültür grupları kendi değerlerini baskın kültürün tarzları, kod ve sembolleriyle dolu toplumlarda görünür kılabilirler. (John Hartley, Communication, Culture and Media Studies: The Key Concepts, New York, Routledge, 2002, p. 220)

Toplumsal değerler tarafından yaratılan hegemonyaya karşı görünür meydan okuyuş ve bu yöndeki kendilerine özgün kimliklerinin yaratılması, alt kültürlerin ana hedefleridir. Hebdige tezi bazında, özellikle baskın kültüre veya kitle kültürüne karşı direnme kavramı yer almaktadır. Ama aynı zamanda alt kültürlerin farklılıkları ve tarzları ile ticari kültürler ile birleştiği durumda, onların direnişlerinin anlamlarını yitirmeye başlayacağını ve egemen kültür tarafından ele alınacaklarını da ifade eder. Medya aracılığıyla sergilenmek, bu sürecin başlangıcına giden en önemli faktördür. Punk'ın toplumdaki etkisi etik olarak sorgulanarak medyada eleştirildi. Ama yakında punk moda yayıldı. Londra kartpostallarındaki punkların başlangıcı, hebdige'nin bahsettiği sürecin başladığı en esas işarettir.

Altkültürde çalışan birçok kuramcı gibi, Thornton, topluluk oluşumlarının, aynı zamanda ortak ilgiler gibi direniş kadar etkili

olduğunu savunuyor. Parti ve kulüplerelere gidip dans müziklerini dinleyenlere 'haz kültürü' tanımı kullanılırken, bireyler arasında ortak unsurlar olmasına rağmen, Hebdige'nin öne sürmüş olduğu direniş modellerinden daha da az emin olduklarını vurgular. Bu yerde, tarzdan başka stil, uyuşturucu, dans eğlence (klüpler / partiler) yerine daha anlamlı olurken, popüler müziklere de karşıt olmak söz konusu durumudur. Haz kültürünü alt kültürlerden ayıran başlıca fark, sözkonusu marjinal topluluklara karşı direncin vacip olmamasıdır. Hebdige'ye göre, alt kültürlerin öneminin artık punk hareketi ile birlikte kaybolmaması gerektiğidir. Sonuncu çalışmalar doğrultusunda, stil ve de boş vakit, gençlik uygulamalarında halen kullanılmaktadır, aynı zamanda farklı haz kültürlerinde ayırteci faktörler şeklinde hizmet etmektedir. Direnç artık kullanılamaz. (Hartley, 2002, s.220-221)

1.2. KÜLTÜR UNSURLARI

Kültürü, “bu topluluğun parçası adlandırılan maddi nesnelerle ve de insanlara özgün tüm bilgi, inanç ve davranışlarla birlikte” olarak tanımlanır. Bu bahsi geçen nesnelerin ne oldukları hakkında yorumlamalar yapıla bilir. Ama bu yorumlarla aynı fikirlere ulaşmak istersek, kültür unsurları, birinci diller olmakla, dinler, gelenekler ve de görenekler, sanat, tarih ve dünya görüşleri olarak sıralaya biliriz. Bu unsur türleri milletde ortak kültürünü oluşturmalarına yardım eder. Örnek olarak Azerbaycan milletinde evlerde, televizyonlar, masalar ve başka şeylerin üzerine annelerin yaptığı dantel, oya serme şeklinde adetleri var. Ve bu adetler toplumun hisseleri, kültürün unsurlarıdır.

1.2.1. Dil

Diller kültürel unsurlar içerisinde başda yerini almaktadır. Çünkü dilimiz olmadan, diğer öğelerin oluşması mümkünsüzdür. Diller ulusların ses dünyasını oluşturur. Her bir millet kâinatı değişik şekilde algılamış ve yorumlamıştır. Ve de, dil tüm kültürel değerlerimizi içeren kültürel hazinemizdir. Her hangi bir dil, milletin zihin yapısının düşünme şeklini, mantığını anlatır.

1.2.2. Din

Öğeler içinde dinin önemli yere sahiptir. Özellikle eski çağlarda din kültürü esas planda bulunurken, diğer kültürel öğeler gölgelerde kalmıştır. Uluslar üzerinde olan din egemenliği, imparatorlukların ulusal toplumlara geçmesinedek devam etti. Milliyetçilik çağında, milletlerin imparatorluklar içerisinde ayrıldığı zaman din işlevi azaldı. Dinin ulus içinde kültüre etki etmesi ve kültürel etkilerin oluşumu ve de kültürlerin değişmesinde önemiye sürmektedir. Dini festivallerimiz ve seremonilerimiz bunlara açık örnekler olmakla dikkat çekiyor.

1.2.3. Gelenek ve Görenek

Bunları, hepsi ya da kısmen yazılmayan ulusun yasaları olarak ifade etmek mümkündür. Yazılı yasaların çokluğu, geleneklere göre hazırlanmıştır. Yasa insanların toplumdaki davranışlarına düzen verir. Bu düzen yüzyıllardır insanlar tarafından gelenek ve görenekler ile oluşturulmuştur. Ancak bugün bile yazılı anayasa sahibi olmayan ülkeler var. Onlar hala görenekler ve geleneklerle öz düzenlerini sürdürüyorlar. Reel bir kişinin tüm eylemlerini ve hallerini yazılmış olan yasalarla düzenlemek mümkünsüzdür. Çünkü, yasa genel olarak hak ve cezalar atar. Ama insanlar toplumda birkaç sosyal ilişkiye sahiptir-

özür dileme, selamlamak, davetlere gitmek, yazışmak vb. Burada yasalar değil, gelenekler ve de görenekler bu prosedürlerin usulünü belirler.

1.2.4. Sanat

Sanatı, herhangi ulusu başka uluslardan ayıran, ona ait duygu ve zevklerin oluşumu ve tezahürü olarak ifade edebiliriz. Bu, ulusun güzel şeyleri nasıl yarattıklarını bulmak tarzıdır. İnsanlar manevi ve sosyal koşullara karşı kendilerini savunur, sosyal ve ruhsal ihtiyaçları karşılamaya çalışırlar. Bu şeyleri yaparken oyalanmayı, ruhu sevmeyi, yakalamayı, yeni bir güzellikleri bulmayı isterler. Tüm bunlardan da sanat yararır. Her bir ulusal sanat akımının özel işlevleri vardır. Kelimeler, sesler ve renkler, zevkler ve anlayışlar farklılık içerir. Böylece sanatı, herhangi milletin ortaklaşa hazzlarının ifadesi olarak söyleyebiliriz. Resim, edebiyat, mimarlık, heykel vb. gibi kültürel unsurları bölümlere ayrılır.

1.2.5. Dünya Görüşü

Dünya görüşünü, toplumun diğer milletlerle kıyaslayan yaşam felsefesi olarak ifade etmek doğru olur. Her millet mensup insanlar ortak kültürler dolayısıyla zihniyetleri ve davranışlar açısından ortak özellikleri gösterirler. Ruhsal ve sosyal olaylarda, insanların ortaklaşa tutum ve davranışları ulusun dünyaya bakış açısını oluşturur. Bundan dolayı milliyet değerleri ve yargılar farklılık içerir. Kahramanlık, askerlik, ahlak, onur, ölüm vb. hadiseler her ulusta farklı davranışlar ile karşılanmaktadır.

1.2.6. Tarih

Ülkeleri kültürle bağlaştıran unsur olan tarihi, ulusların çağ içerisindeki yürüyüş ve görünüşleri olarak ifade edelim. Tarih açık değildir, ancak bu tarih, dün ve bugünün üyelerini millet içinde bir-

birine bağlayarak geleceye aparır. İnsanlar arasındaki kader birliğini sağlar. Tarihi, bir milletin nereden gelip nereye gittiğini göstere bilen kültürel unsur olarak anlamak gerekir.

1.3. KÜLTÜREL MİRAS

Bunu kültürel değer ile eş anlama sahip olarak kullanabiliriz. Genellikle götürürsek, Mirası geçmiş nesiller tarafından şimdiki nesillere aktarılan değerler şeklinde tanımlayabiliriz. Miras kelimesi, hem doğal hem de kültürel öğeleri içerisine alır. İri çaplı etkinliklerdeki kutlamalarda, tarihi kişiler, hayattaki değişik ve de folklor mirasa dahil ediliyor (Hamengkubowono, 1993). Tabii unsurlardaysa; parkları, dağları, adaları, bitki örtüsünü ve faunayı da mirasa dahil edebiliriz (Ratz ve Puczko 1999, s.1). Kültür mirası, bir topluma ortak geçmişini anlatmakta olup, aralarında olan birlik ve dayanışmayı güçlü kılan değerli hazine gibi algılanır. (www.cekulvakfi.org.tr).

Kültürel değerlerin içerisine çok sayıda konu ilave edilebilir. Aynı zamanda bunlar kültür sermayesi yerindedir. Bunların arasında; tarihi binalar (eğlenceler ve doğa parkı, kültür merkezi, alışveriş merkezi); gösteri (olay ve festivalleri) söylenebilir (Craik, 2004, s.41).

Kültürel Mirası; somut ve somut olmayan şekilde ikiye ayırabiliriz. Kültürel miras kavramının “somut” dan “somut” olduğunu teyit eder. Kültür miras anlamının somutdan somut olmayana kadar geçen süre önem taşır. Bugünlerdeki kültürel turizme katılmaya etki eden öğeleri dikkate aldığımızda öncelikle mimari, doğal güzellik ya da doğanın eylemi şeklinde gözle görülür ve el ile dokunulan somut eşyalar düşünülmüştür. UNESCO "Dünya Kültür ve Doğal Mirasını" bin dokuz yüz yetmiş iki yılında bir proje ile korumayı amaçladı. Bu

anlaşmada "İnsanlığın medeniyetlerin bir işareti olduğu yerlerde yapıları, yerleri ve doğal zenginlikleri korumak" esas alınmıştır (Özünel, 2011: 255-262).

1.3.1. Kültürel Mirasın Önemi

Kültür mirası yalnızca kültürel nesnelerden veya geçmişten gelen geleneklerden ibaret değildir. Bu hem de bir seçim yapma sürecidir: Kültürel ve siyasi nedenlerle, gelecek nesillere aktarılacak veya aktarılmayacak olan şeyleri sürekli olarak seçen her bir toplumu kendisi yapan bir hafızada tutma ve unutma sürecidir.

Tüm toplumlar dünya kültürüne katkıda bulunur. Bu sebeple tüm kültürel mirası ulusal yasalarla ve uluslararası anlaşmalarla korumak ve saygı göstermek oldukça önemlidir. Eser veya tarihi nesnelerin yasa dışı kaçakçılığı, arkeolojik alanların yağmalanması, tarihi yapı ve heykellerin tahrip edilmesi her ülkenin kültürel mirasına geri döndürülemez zararlar verir. 1954'te kurulan UNESCO, kültür mirasının korunması, kültürler arası anlayışın güçlendirilmesi ve uluslararası işbirliğinin öneminin vurgulanması için uluslararası sözleşmeler ortaya koymuştur.

Kültürel varlıkların korunamaması oldukça eski bir problemdir. Konuya dair en çok gündeme gelen meselelerden biri, birey ve toplum menfaatleri arasındaki zorlu ilişki ile özel ve kamusal haklar arasındaki dengedir.

1.4. KÜLTÜR TURİZMİ

İnsanlar farklı sebeplerden ötürü erken zamanlardan günümüze kadar seyahat gerçekleştirmişlerdir (Uygur ve Baykan, 2007: 30).

Bu seyahatlerin ilk nedenleri göç, savaş, dinsel meseleler, ticaret, sağlıktır. İnsanların kendi kültürlerinin dışında yeni kültürlerle tanışma isteği de en önemli sebeplerden birisidir. Dünya turları, küresel rekabet ortamlarında yoğunlaşmaktadır. Ve dolayısıyla meydana gelen ekonomik, teknolojik ve siyasal değişiklikler çerçevesinde, turizm sektörünün tüketiminde de değişimler olduğu görülmektedir (Uygur ve Baykan, 2007: 30). 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren turizm endüstrisinin gelişimi ve doyumlu hale gelmesi sonucunda özellikle gelişim döneminde olan devletlerin dünya pazarından elde ettikleri payları artırma isteği günden-güne artmıştır. Ülkelerin elde ettikleri payı ancak turistlere sundukları turizm ürün yelpazelerini çeşitlendirme, onların istek ve ihtiyaçlarına uygun ürün kalitelerini geliştirme ile ve onu sunması ile gerçekleştirilebilir.

Dünya turizm hareketleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, turistlerin tatillerinde deniz-kum-güneş bileşimindeki tatil çeşitlerini tercih etmeyip, tercihlerini alışlagelmiş faaliyetlerin dışındaki özgün ve farklı çekiciliklere doğru kaydardıkları sonucu çıkarılabilir. Bunun sonucunda sağlık, dinlenme, spor, eğlenme tipli turistik faaliyetlerin yanında macera turizmi, özel ilgi turizmi, eko-turizm ve de kültürel turizm türleri ortaya çıkmıştır. Özel olarak son yıllar içerisinde kültür etkeninin kişiler için seyahate çıkmalardaki en büyük etken olduğu söylenebilir.

Kültürel turizm, turistik faaliyetler sırasında herhangi bölgenin geçmişte sahip olduğu kültürü tanıyıp öğrenme amaçlı insanların yürüttüğü turizm faaliyetlerini kapsamaktadır. Turistlerin, deniz-kum-güneş-gezilerinde tatil turizmi dışındaki kültürel açıdan zengin yerleri görmeye, dünyada yok olan yaşam tarzlarını öğrenmeye ve gözlemlemeye ve bu değerleri hayatları boyunca anılar olarak

saklamaya gittikçe artan şekilde talep ettikleri söylenebilir. Gerçekten de kültür turizminin temeli farklı sebeplere dayanır. Bu nedenler böyle sıralanabilir; genel mimarlık ve özgün özellikleri, yerel mutfaklar, kütüphaneler, fuarlar, sanat, sinema ve tiyatro, tarihi binalar, eski uygarlıklar ve öngörü, anlam, müzik, dil ve edebiyat çalışmaları, alt kültürleri tanımak ve görgülerini geliştirmek amaçlı seyahatlerdir (Kızıllırmak ve Kurtuldu, 2005: 102).

Dünya Turizm Örgütü'nün istatistiklerine göre 2020 yılında, kültürel turizm Asya, Avrupa ve Ortadoğunun bölgesel sayısının artı bir oranında artıyor. Bundan başka, yine Dünya Turizm Örgütü'nün araştırmalarına göre, yapılan seyahatlerin %37'sinin kültürel seyahatler olmasını ve bu rakamın her yılda beş faiz oranlı artacağı söylenmektedir (Mckercher ve Cros, 2002: 135). Kültürel turizme katılanların sayısı 1990 yılına göre göre iki kat artmıştır. Yine yapılan bir araştırma sonucuna göre, gezi zamanı en önemli faktör nedir diye sorulduğundan kişiler 1980'de 48%, 1990'da ise 88% oranında kültür cevabını vermişlerdir (Silberberg, 1995:363).

Turistler değişik yerler görmek ve farklı şeyler tecrübe etmek için gittikçe daha çok seyahatler ederler. Bundan dolayı, ülke ve bölgeler için kültür turizminin önemi artıyor. Kültürel turizmle ilgili çalışmalar incelendiğinde, kültürel turizm pazarına olan talebin artacağı söyleyebiliriz. Dolayısıyla, esas alternatif turizm tipi olmuş kültürel turizmin gelişimi, ekonomi, sosyal ve kültürel açıdan önem taşır (Uygur ve Baykan, 2007:30).

1.4.1. Kültür Turizminin Gelişimine Etki Eden Faktörler

Kültür turizmin son kırk yıl içerisinde hem uluslararası turizm hareketleri hem de turizm ürünü ile önemli gelişmeler gösterdiğini belirtilmektedir. Özel olarak Avrupada, kamu kültürel

turizmini geliştirmek için fazla çaba harcıyor ve bu turizmin gelişiminde önemli rol oynuyor. Devletler kültür turizminin faydalarını hem bölgesel hem de merkezi düzeyde giderek daha fazla ele alıyorlar (Swarbrooke, 1997:232). Kültür turizmi gelişimini etkileyen faktörler aşağıdakilerdir (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005:103):

- Kültür turizmine katılanların yüksek eğitime sahip olması, insanların seyahatleri hakkında daha fazla bilgi edinmeye istekli oldukları anlamına gelir.
- Katılımcılara pozitif düşünce gücü sağlayan kültür turizmi,
- Yeni turizm türlerinin bulunduğu kültür,
- İnsanların medya vasıtasıyla kültürel turizm fırsatlarının farkına varmasının temin edilmesi,
- Doğu Avrupa'daki ekonomi ve politika sayesinde değişikliklerin turizmi etkilemesi,
-
- Devletlerin sahip olduğu kültürel değerlerin korunması,
- Geliri ve istihdamı artırılması ile bölgesel sosyoekonomik geriliği azaltılması,
- Turizmi 12 aya yayma olasılığı,
- Turizm ile işbirliği yapan firmaların gelirlerinin artması,
- Yerel yönetimler turizme daha ciddi bir yaklaşım göstererek ve kendi bölgeleri ile birlikte tüm ülkenin uluslararası alanda tanıtılmasına imkan olması,
- Turist deneyimlerine katma değer sağlanması ve kaliteli turistlerle kolay iletişim sağlanması,
- Daha çok evre dostu turizm faaliyetlerinin yapılabilmesi,
- Kültür varlıklarının stoklarının sağlıklı bir halde elde tutulması

1.4.2. Kültür Turizminin zellikleri

- Kültür turizmi ekonomi anlamında nadirdir. Bundan dolayı, kültür turizmi ekonomide "karşılaştırmalı avantajlara" sahip turizm türüdür.
- Bu “karşılaştırmalı stnlk”, Azerbaycan'ın eşsiz kültürel çeşitliliği, tarihsel derinliği, “eşsiz” olmasıyla kültür mirasının coğrafik yayılmasından ötrü kendine benzeyenlerinden de avantajlıdır.
- Kültürel turizme katılanların sosyal statüleri, standart kitlenin turizm müşterilerine oranla daha yüksektir.
- Kültürel gezilere daha fazla ilgi duyan, daha çok ilgilenen, fazla zgr, daha az hızlandırılmış, çok para ve zaman harcayan, kültür etkinliklerine sahip çevrelere daha iyi gidebilen, tanıma konusunda istekli olan insanlar gruplar halinde seyahat edenlerdir.
- Kültürel turizm, gelişen küresel sermaye ve sanal evre hareketlerinden G-D-K turizmiyle mukayesede daha az etkilenirler.
- Kültürel turizm turist aktivitesini on iki aya yaymak potansiyeli sahiptir.
- Kültürel turizm daha yaygın evre ve mirasa duyarlıdır.
- İyi idare edilirse kültürel turizm bitmez veya tüketilmez.
- Kültürel turizm, turizmde mevcut olmanın koşullarından biridir.
- Kültürel turizm G-D-K turizmin eksik ynlelerine ve dezavantajlarına çözümler sunar.

İKİNCİ BÖLÜM

AZERBAYCAN TURİST REHBERİ VE ONUN ROLLERİ

2.1. AZERBAYCAN TURİZMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Azerbaycan'ın zengin turizm potansiyeli var. Gerek iklimsel şartları, gerekse de tarihi ve doğal zenginlikleri buna zemin yaratır. Yeterli turistik tesislerin olmaması, yabancı ülkelerde tanıtma faaliyetleri zayıflığı ve süren Dağlık Karabağın işgal sorunu gibi engeller kaldırılmamakta, bu da Azerbaycanın tarihinin ve coğrafik konumunun şansını değerlendirmeyi imkânsız kılmaktadır (Memmedov ve Sabir, 2009, s. 7.).

2.1.1. Azerbaycan'da Turizmin Tarihsel Gelişimi

Yüzyıllardır Azerbaycandaki turistik potansiyel seyahat eden insanlardan fazla ilgi görmüştür ve Azerbaycanın bu alandaki çalışmaları yaklaşık 80 yıl önceden başlamıştır.

Azerbaycan'da yapılan ilk turistik faaliyet tarihi 1932'ye kadar çıkmaktadır. O dönemde Bakü'deki şube ile birlikte "Gönüllü Proleter Turizmi ve Seyahatleri Derneği" adı verilen turizm örgütü faaliyetini başlatmıştır. Şubeyi kurmadaki amaç, toplumun siyasi önderliğini güçlendirmekten ötrü köylüler ve işçiler aralarında turizmsel faaliyetleri geliştirmektir.

1934'te, Umutitak Inturist Sehimdar Cemiyetinin (AS) Baküdeki şubesi Bakü'deki “İnturist” otel faaliyetine geçti. Bahsi geçen şube yabancılardan oluşan misafirlerin kabulü, yerleştirme ve turist hizmetleri vermek türünden hizmetleri sunmuştur. Başka bir ifadeyle, geçmiş SSCB'ye (Sovet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği), gidip

Azerbaycan'I ziyaret etmek isteyenlere hitap edecek hizmetler içermektedir (Ilham Jafarov, 2001, s. 23.).

Yedi Nisan bin dokuz yüz otuz altı tarihli SSCB Merkez Yürütme Komitesinin kararlarına istinaden, ülkedeki seyahat ve turizm faaliyetleri "Umumittifak Hemkarlar İttifakı" nın Merkez Komitesine devredildi. Sonuçta, "Proleter Seyahat ve Turizm Gönüllüleri Derneği" sonlandı ve Azerbaycanın sisteminde Seyahat ve Turizm Bakanlığı'nı başlattı (Mammedov ve Rahimov, s.13.). Bu değişikliklere dayanarak Azerbaycanın Merkez Yürütme Komitesi Proleter Seyahat ve Turizm Ofisi 1936 da kuruldu.

1937'de Azerbaycanın Hemkarlar İttifakı Şurasının turizm ve seyahatlar dairesinin yerinde Umumittifak Hemkerlar İttifakı Merkez şuranın Azerbaycan temsilciliğinin yaranması onaylandı. Baküdeki bir turistlere ait kamp, Hacıkend'deki "Turist Evi", Göygöl kıyısında bulunan turist kampları temsilciye devredilmiştir (Mammedov ve Rahimov, s.13.).

Takip eden dönemde Azerbaycan'ın seyahat ve turizm alanında bazı değişimler ve yenilikler yaşandı. Turizm üssü aydan aya genişledi ve Hazar Denizi'nde turist trenleri, nehir botları ve yolcu gemileri şeklinde yeni hizmetler vatandaşların geri kalan ihtiyaçlarının karşılanması için oluşturuldu.

1963 yılı Baküdeki bir turistik kulüp, Nabranda'da "Hazar" isimli turistlere yönelik kamp; 2 yıldan sonra 1965'te Güzence, Sumgayıt, Lenkeran, Naftalan ve Bakü seyahet bürosu açıldı. 1970 yılı Zagatalada, 1972'de Şuşada, 1979 Gebele ve Haçmaz'da "Dostluk" turist kampları ve Baküde "Karabağ" isimli otel açıldı. Aynı yıllarda, Mingechevir ve Hankendinde seyahat ofisi açıldı.

Aynı yıllar içerisinde iç turizmi genişletmek de önemli konu olmaktadır. Yabancı turizme yönelik malzeme ve teknik üssü genişletmek için 1973 yılı Baküde, Azerbaycanın en çok odalı otel yönetimi, 1042 yataklı "Azerbaycan" otel işletmesi açıldı. 1978 yılı, Intourist Sehmdar Derneği iki yüz yatak ve konforlu odalar ile "Moskova" otelini ekledi.

1959'da farklı devletlerde bulunmuş genç örgütlerle turist alışverişini genişletmek amacıyla "Sputnik" adıyla Baküde Uluslararası Gençlik turistik ofisi kurulmuştur. Biraz sonra, Bakünün Zagulba kasabasındaki gençlik kampını yani "Sputnik"- i gençlik grubuna verdiler ve kampı "Modern Genç Turizm Merkezi"-ne dönüşerek modernleştirildi. Yabancı turistleri ağırlayabilmek için 1978'de Şeki'deki 17. yüzyıl kervansarayında çalışma yapılmış ve 100 yatak turistik tesislere dönüştürülmüştür. Bu çalışmalarla Azerbaycanda aktif dış turizm geliştirilmeye başlamış ve ülke sınırlarının içindeki uluslararası turistik rotaların sayısı artmıştır (Jafarov, s. 26)

1980 yılından bu yana Azerbaycanın itibarı yıl boyunca yaygınlaşmış ve turizm sektörü ülkedeki halkın hayatına dahil edilmiştir. Bu yıllar içerisinde, Azerbaycanın seyahat ve turizm organizasyonları aynı branşta çalışmakta olan 170 kuruluşla temas kurmuştur. Hemkarlar İttifaklarıyla Azerbaycana gelen yabancılardan oluşan turistlere kalite içeren hizmetler sunmak amacı ile "Bakü Dış Turizm Bürosu" kurulmuştur.

Kabul edilmiş program doğrultusunda, 1990 yılında turistik tesislerin sayısının 7700'e ve 2000'de 21300'e çıkarılması amaçlanılmıştır. Her saheyi kapsayan turistik programa göre, Hazarın sahillerindeki yeni turizm kampları ve tesisleri, Abşeronda bulunan Nardaran, Haçmazdaki Gilezi-Zarat, Nizoba bölgelerinde yeni turistik kampların kurulması amaçlardan sadece bazılarıdır (Mammedov ve Rahimov, s.10).

Bu hedeflere ulaşamaması, en yüksek gelişim 1987 yılında yaşandı (Fikret Nuriyev, 2005, s. 4.). Özel olarak 10 yılı aşkın savaş ortamlarında hedeflerin gerçekleştirilmesindeki esas engeldir. Turizm başka alanlardaki gibi Ermenistan ve Azerbaycan arasındaki dövüşlerden zarar gördü.

Uzmanlar açısından, Azerbaycandaki turizm 1987 yılı en yukarı seviyeye ulaştı (Fikret Nuriyev, s. 4.). O yılda, Sovyetler Birliğindeki çeşitli bölgelerden 250 bin, dış ülkelere ise 50 bin turist Azerbaycan'a geldi. Seyahat ve Turizm Büroları tarafından düzenlenen organizasyona

2.5 milyon kişi katılmıştı. O yılda, Azerbaycandan yurtdışına on bin, Sovyetler Birliğindeyse üç yüz bine yakın kişi turist olarak ülkeden çıkmıştır. Turizmin aşırı yoğunlaştığına göre Mingeçevir ve Lenkeranda her birinde 300, Şuşada ise 200 yataklı yeni otel işletmeleri inşa edilmeye başlamıştır.

Turizmin daha çok gelişmesini vurgulayan turistik organizasyonlara katılanlara daha kaliteli hizmet verebilmek amacıyla Ağdamda "Şah-Bulag" turizm kampı açıldı (Mammedov ve Rahimov, s. 10.).

1985-86'da Nahçıvan, Hankendi, Gence, Sumgayit, Mingechevir şehirlerindeki turist kulüplerinin çalışmaları çok gelişti. 1986 yılı Baküde 948 yataklı "Apşeron" oteli açıldı. Nabran ilçesi yakınlarında bulunan Hazar ve Dostluk turizm köylerinin altyapısı genişletildi ve güçlendirildi.

1987 yılı Azerbaycan'da 1837 turizmsel danışmanlık bürosu açıldı. Sözü geçen ofislerde 124'den çok kişi istihdam edildi, sadece 1987 yılı haftasonu turları ve Azerbaycan'da 375 bin insan turizm aktivitelerine katıldı. 1988 yılı Dağlık Karabağın Muhtarlığını

evreleyen olayların sonucu olarak, SSCB vatandaşlarının ve Azerbaycan'daki yabancılardan oluşan turistlerin ve bu bölgelerdeki turizm kuruluşlarının faaliyeti bir süredir dondurulmuştur. (Ziya Bünyadov, 1994, s.5)

1988 ve 1989 yılındaki olayların Azerbaycan'daki politik ve sosyal evre üzerindeki olumsuzluk içeren etkilerine bakmadan, Azerbaycanın seyahat ve turizm organizasyonları, SSCB-nin seyahat ve turizm organizasyonlarıyla var olan kişisel ilişkileri korumak ve sürdürmekten ötrü fazla çabalar sarf etmiştir. Özel olarak Kafkasya bölgesindeki siyasi durum turizme olumsuz etki göstermiştir. 1990 yılı ilk eyreklerden itibaren Azerbaycanın genel ittifakı, uluslararası turizm rotaları iptal olundu.

Savaşsal durum turizm sistemi içerisinde başka sorunlara da neden oldu. Hemkarlar İttifak sistemi içerisinde var olan on turistik mekandan ikisi işgal olunan topraklar içerisinde kalırken, diğerleri mültecilere yerleştirildi.

Azerbaycan bu dönem içerisinde dünyanın turizm pazarında küçücük de olsa pay almıştır, Azerbaycan devletinin Avrupanın ve Asyanın kesiştiği bölgesinde yerleşmesine rağmen. Ülken payına düşen turistlerin sayısı 1995 yılı dünya turizminin %0,007, 1996'da %0,003, 1997'de %0,004, 1998'de %0,003 ve 1999'da %0,002 olmuştur (www.photius .com / rütbe / turizm_2001.pdf. (08.05.2008)).

Turizmin büyümesini engelleyici faktörler erişim ve konaklamaya fazla zarar vermiş ve de yaraları halen gözükmektedir. Dolayısıyla, 1999 yılı Azerbaycan'ın "Azerbaycan" otelindeki 1042 odalık kapasitenin sadece %8'i ve "Cenub" otelin 948 odalık kapasitenin yalnızca %4,5'i doldurulmuştur (İbrahim Şenel, 2007, s.52).

1992'den başlamakla Azerbaycan, Türkiye, Büyük Britanya ve diğer Avrupa ülkeleri, Pakistan, Çin ve diğer Asya ülkeleri, Bağımsız Devletler Topluluğunun ülkeleriyle turizm alanındaki işbirliği hakkında anlaşmışlardı. Bu ortak işbirlikleri projeler, personelin eğitimi, kongre, konferanslar ve diğer etkinlikler içermektedir.

Kafkas Dağları, Azerbaycan , ova, nehir, göl, Hazar Denizi'nin 825 km kıyı seridi, zengin maden suyu, bir çok iklim türü ve zengin tarihi hazineleriyle turizm potansiyeli olan devlettir. Azerbaycan Kafkasyanın güney doğusundaki 38°24'-41°54 'kuzey enlemleriyle 44°46'-50°50' doğu boylamlarının arasında 86.600 kilometrelik bölgede bulunmaktadır. Doğu, kuzey Rusya Federasyonu, kuzeybatı Gürcistan, batı Ermenistan, Türkiye ve İran, güneybatıda Azerbaycan'ın Hazar Denizi'dir.

Şekil 1: Azerbaycan'ın İdari Bilimler Haritası



Kaynak: Z. Eminov, Azərbaycan'ın Fiziki və İqtisadi Coğrafiyası, Azərbaycan Elmlər Akademiyası Coğrafiya İnstitutu Basımevi, Bakü, 2002

Azərbaycanda dünyanın fərqli yerlərində görülmüş 11 iklimdən 9'u, sağlq ve dinlenme turizmiyçin en güzel koşulları sunuyor.

Bu ölkü, ayrıca yıl içerisinde güneş ışığı süresiyle Kafkasya bölgesinin en çok uzunluğa sahip ölkesidir. Bununla birlikte, Azərbaycanın yüzey morfolojisi çok farklıdır ve yükseklik basamağı -28 ila 4466 metre arasındadır. Böylelikle, ölkə farklı kabartma şekillerine sahip olmasıyla, turizmsel açıdan fazla çeşitsel tabii rezervlere sahiptir. Örnekler palentolojik olarak vacip fosil yatakları, nadir ağaç türleri, yüksek şelaleler, relikt, endemik bitkilerin türleri ve göçebe kuşların kışlama alanlarını içerir. Bundan başka Azərbaycanda yaklaşık bin maden suyu kaynağı bulunmaktadır. O şifalı suların yanı sıra volkanik çamurlar, tuzlu gölleri arıtma çamuru, tedavisel yağlar, tedaviler, sağlq koruma ve ya relaksasyon da bu imkanı sunuyor. Öteki açıdan, Azərbaycanın yüksek kabartma alanları (Büyük ve Küçük Kafkaslar ve Tırman Dağları) vardır ve dağ, av turizmiyçin yüksek potansiyel sahibidir. Kısaca söylersek, Azərbaycan'daki turizm faaliyetleri çok çeşitlidir, ama o çeşitliliğin ölkenin ekonomisi için katkıda bulunabilecek sektör olarak etkili bir şekilde kullanılması beklenmektedir (Sabir Rahimov, 2009, s.5- 6.).

2.1.2. Azərbaycanda Kültür Turizmi

Kültürel turizm, bölgelerin kültürel mirasını, nüfusun yaşam tarzını, tarihini, sanatını, mimarisini, dinini vb. içermektedir. Kültürel turizm şehirlerde, ayrıca kırsal alanlarda tarihi mekanlara, kültür nesneleri olan

korur, abidelere, müzelere, tiyatrolara, eski ve yeni mimari örneklerini, aynı zamanda yerel halkın yaşam tarzını ve milli değerlerini yansıtan festivallere ve bayramlara ziyareti öngören turizm türüdür. Bilindiği üzere, kültür turizmi için ülkeye seyahat eden kişiler, paralarının çoğunu sıradan turistlere kıyasla hizmetlere harcıyorlar. Bu tür turizm, tüm dünyada popüler hale gelmiştir. Ülkenin kültürel turizm potansiyeline Bakü'de sanat galerileri, ulusal müzik türü- muğam, iyi gelişmiş dünya caz müziği, ulusal ve yabancı danslar, leziz tada sahip zengin mutfak, tüm farklı dini ve dünyevi görüşlere hoşgörülü yaklaşım örnek olarak gösterilebilir. Tarihi yollar (örneğin Büyük İpek Yolu, popüler askeri yürüyüşler, tarihi savaş alanları, vb.) Farklı alanları kapsayan kültürel turizmin bir parçasıdır. Turistlerin zevkine uygun ek özelliklerin dikkate alındığı tarihi ve kültür turizm rotaları dünyada daha iyi kabul edilir ve dolayısıyla Azerbaycan Cumhuriyeti için de potansiyel turizm ürünü olarak kabul edilebilir. (Stratejik Yol Haritası, Turizm Sektörü Gelişimi için Stratejik Yol Haritası)

2.2. TURİST REHBERLİĞİNİN TANIMI VE GELİŞİMİ

Yaz aylarında turist rehberlik araştırması sonucu, bu kavramın hakkında bir çok tanım yapılmıştır. Ahipaşaoğlu'na (2001: 90) göre, profesyonel turistiki rehberler belli bir program göre yerel ve yabancılardan oluşan ziyaret edenlere rehberlik eder, ziyaret edilmeli yerler, mevcut bölge ve ülke hakkında kesin bilgi verir, izlenim yaratmaya yardım eder. Köroğlu turist rehberliğini seyahat endüstrisinde çalışan, sınırlı süre içerisinde ziyaretçileri turist turlarına çıkaran kişi şeklinde tanımlamaktadır. Yarcın ise konunun kapsamlı bir tanımını yapmış ve rehberi “yabancı ve yerli turistlerin gerekçesiyle müzelerin ve harabelerin etrafında dolaşan, turistik yerleri ve anıtları yorumlamakla

yükümlü profesyonel turizm işçisi" şeklinde tanımlamıştır. Yarcan'ın turist rehberliği konusundaki tanımına yakın tanım San Antonio'daki Profesyonel Turizm Rehberleri Derneği'ne mensupdur. Bu derneklerin yapmış olduğu tanımda, rehber kişiler bir taraftan açıklayacak ve yorumlayacak, şehirde bulunan önemli yerlerdeki gruplara liderlik edecek, onları yönlendirecek; (Ap ve Wong, 2001). Başka deyişle, arzu, bilgi, kişisel nitelikler ve liderliği etkili bir şekilde yüksek düzeyde birleştiren insanlar olarak tanımlanır. Diğeriyse Pondla ilgilidir. Ponda göre (Ap ve Wong, 2001); Sorumlulukları üstlenebilecek lider, turistleri nereye ziyaret ettiklerini anlamalarına yardım eden eğitmen, misafirperverliği gösteren ve misafirperverliği tanıtacak büyükelçi, ziyaretçiler için rahat ortam yaratabilecek ev sahibidir. Pondun tanımını turistlerin rehberini özetleyici en kapsamlı tanımlardan başlıcası olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Rehber, ülkesini tanıtan lider, öğretmen ve elçidir. 2005 yılı yürürlüğe girmiş Mesleki Turist Rehberlik Yönetmeliği 4-cü maddesinde, turist rehberleri bu yönetmelikte belirtilen usul ve esasa göre rehberlik mesleklerini icra etmek yetkisi kazanmış ve de rehberlik etmek hakkına sahiptir. Bir rehber, bir yeri tanıtan, onları bilgi veren, ülkeyi kırlara köprüleyen, ziyaretçilere rehberlik eden bir kişidir.

2.2.1. Turist Rehberi Tarihsel Gelişimi

Rehberlik mesleği, grup seyahatlerinin başlangıcından tarihsel süreçte yer almaya başladı. Çimrin (1995: 9), eski çağlardan beri rehberlerin var olduğunu ve mesleğin içeriğinin zaman içinde farklılaştığını belirtmektedir. Sanayi Devrimi öncesinde yolculuk yapmak tehlikeli ve

zordu. Göçler, savaşlar, kutsal yerlere ziyaretler rehberlerle kolaylaştırıldı. Şimdi rehberler gezgin, gezici yer ve seyahat organizatörü arasında birleştirilmiştir ve asıl amaç, turistlerin ihtiyaçları ve seyahat acentesinin idari amaçları ile uyumlu bir seyahat yapmaktır. Bugün temel rehberin rolü geçmişten çok farklı değil. Rehberin temel rolü seyahat etmeyi kolaylaştırmaktır. 1840'dan sonra kolektif yolculuğun başından beri ortaya çıkan seyahat acenteleri, rehberlerin vazgeçilmez iş ortakları haline gelmiştir.

Erken asırlarda, Romalılar yılın belirli zamanlarında zevk ve tatil için seyahat yapıyorlardı. Romalılar, Yunan tapınakları, Anadolu ve Nil nehri boyunca seyahat ederek Mısır heykellerini görmek için gelmiştir (Dinçer ve Kızılırmak, 1997: 121-173). Bu ve diğer yürüyüşler, dünya yazılı kaynaklarına yönelik ilk rehberlerinin Mısır rahipleri olduğunu gösteriyor. MÖ 7. yy'da başlamış olimpiyat oyunları, gezilerin de başlangıç noktası oldu. Tarihçi Herodot, coğrafyacı Strabon ve şair Homer Anadolu'yu gezmiş ve ayrıntılı bir şekilde açıklamışlardı. Halikarnass balıkçılarına göre, bunlar ilk yorumlayıcı rehberlerden olmuşlardır. Bu yönlerle kültürel turizmin öncüsü de olmaktadır. Antik dönemde, Anadolu kıyıları ticaretin artması, karayolu ağlarının genişletilmesi ve güvenilirliğin artması nedeniyle önem sayılacak derecede bir paya sahip olmuştur. Bununla birlikte, genellikle rehberlik, insanın yaşayabileceği iş değil ve rehberlerin ifadeleri sadece gerçekler hakkında değil, aynı zamanda da kelimelerle ilgili bilgilere dayandırılmıştır. Orta çağda, hac yollarında, keşiflerde, ipek yolundaki ticaret bu dönemin önemli gelişmeleridir. Kutsal şehirlere gidenlerin çoğu macera peşindeydi. Bu tip seyahat organizasyonları kapsamında, ulaşma, ev sahipliği, yemek-içmek, sınır geçişi hizmetleri, rehberlik, güvenlik, giriş ücreti gibi

modern tur unsurların tümünü ilkel biçimde bile görmek mümkündür. 17. yüzyıla geldiğinde, seyahat statüsü adını almak isteyenlerin ve zenginlerin katılabileceği bir yaşam tarzıydı. 17. yüzyılda Grand Tours, Avrupa kıtasının büyük şehirlerini kapsıyordu ve bu yolculuğa çıkanlar rehberliğe ihtiyaç duyuyorlardı (Çolakoglu, Epik, Efendi, 2007: 128-130).

Sanayi devrimi ile zenginleşen Avrupa ülkelerinde seyahatçilerin sayısı artmış, ulaşım ve konaklama imkânlarıyla birlikte seyahat acenteleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Sanayi Devrimi'nden sonra, turizm ve turist rehberliğinin günümüzdekine benzer bir içeriği olabileceği düşünülmektedir (Ahipaşaoğlu, 2006: 13). 18. ve 19. Yüzyıllarda Avrupa'ya yayılmış turlar başlamış ve rehber kitapları çoğaltılmıştır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra motorlu araçlar, sivil havacılığın gelişmesi, kitle turizminin yaygınlaşmasına ve tur operatörlerinin seyahat acentelerini artırmasına neden olmuştur. Yerel rehberlerin eğitimi ve organizasyonu 1930'lardan sonra gerçekleştirilmiştir (Dinçer ve Kızılırmak, 1997: 121-173).

2.2.2. Azerbaycan Turist Rehberliğinin Tarihi Gelişimi

Rus İmparatorluğuna girdikten sonra, Azerbaycan'da tur rehberlerinin geliştirilmesi Rusya'ya bağlandı. Azerbaycan'da örgütlü turizm tarihi 1908'e tarihlendirilebilir. Böylece 1908'de Kırım-Kafkas dağ kulübünün şubelerinden biri Bakü'de açıldı. Bakü departmanı hem uzun hem de kısa mesafe tur rehberleri olan turlar düzenliyordu. XIX yüzyılın başlangıcında, XX yüzyılın başlangıcı, bilimsel ve amatör topluluklar (coğrafya toplumu, doğa severler topluluğu, kamu üniversitesi topluluğu ve b.) turizmin gelişmesine dikkat etmeye başladı.

1922'de Bakü'de ilk tur organizasyonları kuruldu. Tur rehberi esas olarak Bakü'deki fabrikaların, petrol işçilerini diğer üretim alanlarıyla buluşturmaktı. Yaz aylarında Merdekan, Şüvelan, Buzovna, Türkan, Zığ, Pirallahı Adası ve Şıh Şeridi'ye geziler düzenlendi. 1927 yılında 450 gezi turu düzenlendi. Bu yıllarda Azerbaycan, turizm en aktif Hemkerlar İttifakları olmuştur.

Azerbaycan'da 1929'da PTEC-inin ("Proleterya Turizm ve Turcəmiyyəti") bir parçası olarak faaliyete geçen Azerbaycan PTEC, 1935 yılında SSR Azerbaycan Merkez Yönetim Kurulu bünyesi faaliyetine geçmiştir. Turizm tur rehberliği işini daha da geliştirmek amacıyla, 11 Mayıs 1935 tarihinde Azerbaycan SSC Halk Komiserleri Konseyi kararı ile bir dizi önlem alınmıştır. Kirovabad'da (şimdi Ganja), Azerbaycan'ın PTEC Kirovabad ilçesinin Sovyet üssü kuruldu. Hacigand'da türbin üzerinde üç ev kiralandı. Goygol kıyılarında 20 yıllık bir çadır kampı düzenlendi.

İkinci Dünya Savaşı ve SSCB'de Azerbaycan'da turizm turu faaliyetleri askıya alındı.

Cumhuriyetin farklı bölgelerinde sonraki yıllarda; İlk turizm organizasyonu (Seyahat ve Turist Rehberleri Bürosu) 1978 yılında Nahçıvan'da kuruldu.

Turist rehberleri turizm sektöründe çok önemli bir işleve sahiptir ve turist rehberlerinin iş hayatında yerine getirmeleri gereken birçok rol vardır. Turist rehberliği ile ilgili çalışmalarda, turist rehberinin rolü ve işlevleri vurgulanmakta ve rehberlerin rolleri hakkında farklı tanımlamalar yapılmaktadır (Zhang ve Chow, 2004, s.82).

2.3. TURİST REHBERİ ROLLERİ

Turist rehberleri turizm sektöründe çok önemli bir işleve sahiptir ve turist rehberlerinin iş hayatında yerine getirmeleri gereken birçok rol vardır. Turist rehberliği ile ilgili çalışmalarda, turist rehberinin rolü ve işlevleri vurgulanmakta ve rehberlerin rolleri hakkında farklı tanımlamalar yapılmaktadır (Zhang ve Chow, 2004, s.82).

2.3.1. Lider Rolü

Bireyleri belli bir hedef ya da hedefler yönünde bir araya getiren ve onları bu hedefler doğrultusunda inandıran kişiye lider, bu etkinliğe ise liderlik denir (Usal ve Kuşluvan, 1998: 294-95). Rehber ise bu becerilere sahip olan, içinde olduğu grupta insanlar arası iletişimi iyileştiren bir liderdir. Rehber grubun iyi ve problemsiz yürümeğini isterse grubu iyi yönlendirmeli ve en önemlisi grup bireyleriyle işbirliği içinde olmalıdır. Bazı insanlar lider olarak doğsa da, iyi birlik liderlik yolu becerilerin ve sahip olunan özelliklerin geliştirilmesinden geçer. Lider grubu idare ederken, tur zamanlamasına ve uygulamasına önem vermelidir (Phillips ve Webster, 1983).

Rehber sorumluluk üstlenmeden çekinmemeli, sağduyulu kararları verme yeteneğine sahip olmalı, acil durumlarda soğukkanlı hususiyetine sahip olmalı ve buna benzer birçok özelliği bünyesinde bulundurmalıdır (Tangüler, 2002:11).

Pond bir turist rehberinin liderlik özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamıştır:

İstekli olmalı: Mesleğine karşı istekli olması grup üzerinde olumlu bir etki yaratacaktır.

Cana yakın ve nazik bir mizaç olmalı: Grup liderinin bu hussusiyyeti grup bireyleri tarafından hoş karşılanacak ve liderlik daha çok kolay gerçekleşecektir.

Kendine güvenmeli: Bu özellik rehberlik vazifesini daha etkin hale getirecektir

İyi iletişim becerilerine sahip olmalı: Grup rehberi grup üyeleri ile ne kadar çok iyi iletişim kurarsa grup o derece etkin idare edilecek ve rehberin görevi kolaylaşacaktır.

Karar verme becerisine sahip olmalı: Bazen rehberler işletmenin bütçesinden para kullanmak veya destinasyon planında değişiklik yapmak gibi zor karar seçimleri ile yüz yüze gelebilir. Grup rehberi çok zor kararlar karşısında kalsa bile, o kararlar karşısında kendi sabrını göstermeli ve endişe etmemelidir.

Grupların beklenti ve eğilimlerine cevap vermek, memnun etmek rehberin niteliğine, iletişimine ve liderlik özelliğine bağlıdır. Turist grubuyla direkt ilişkisi olan rehber, grupuyla tanışmalı ve kendini gruba kabul ettire bilmelidir. Rehber ülkeyi, grubu, işletmeyi temsil etme, referansları yürütmek ve yönlendirmek görevlerine sahiptir (Dinçer ve Kızılırmak, 1997:121-173).

2.3.2 Öğretici (Eğitimci) Rolü

Turist rehberi bir öğretmen, turist ise onun öğrencisidir. Turistler kısa sürede olsa bile seyahat ettiği yerin yemeğini yiyerek, onları analiz ederek o bölgenin bir parçasına çevrilir ve oranın yerli insanları ile kaynaşır. Bu durum öğretim ve öğrenmeni eğlenceli, kolay ve kalıcı hale sokmaktadır.

Turist seyahat ettiği yerlerin kültürünü, tarihini, coğrafyasını ve politikasını rehberlerin aracı yardımlarıyla birçok Şeyler ğrenirler (Pond,1993, s. 78). Rehberler yalnızca bunlar hakkında bilgi vermezler, hem de topluma saygı göstermeyi, çevreyi koruma bilincini, toplum arasında nasıl davranacağını, yani önemli kurallar hakkında bilgiler verirler. Turistlerin tek amacı öğrenmek değildir ve bundan dolayı grup rehberleri nesne veya bir yeri yorumlayarak turistlerin merakını artırırılar (Tangüler, 2000:14).

2.3.4 Yardımcı Rolü

Grup bireyleri grup rehberlerinden onlara saygılı ve pozitif ilişkide olmalarını beklerler. Bu zellik rehberliğin bir hizmet olduğu anlaŐılmasından ortaya çıkmasıdır. Grup rehberi grup bireylerine değer vermeli, onları her zaman dinlemeye önem göstermelidir (Mancini, 1996, s.7). Turistin her karŐılaŐtıđı probleme turist rehberi yardımcı olmalıdır. Bu problem basit ankesörlü telefon kullanılmasından sağlık problemlerine kadar kapsamlı olabilir.

2.3.5 Dost Rolü

Rehberlerle turistler arasında dostluk ilişkileri tur boyunca başlayıp tur sonundan sonraki hayatdada devam edebilmektedir.

2.3.6 Satış Elemanı Rolü

Turist rehberleri tur zamanı alışveriş yapmak isteyen turistleri yönlendirir ve dolayısıyla hem Şirketin gelirlerini hem de acentanın diğer hizmetlerinin satıŐını yapar. Bir sonraki turda da turist rehberi satıŐa katkı yapar.

2.3.7 Diplomat/Büyükelçi Rolü

Bilindiği üzere rehber ülkenin siyasi, ekonomi, sosyokültürel ve politikası hakkında bilgi vermektedir. Ve bundan dolayı rehber tıpkı bir diplomat gibi davranmalı ve ülkenin imajını en iyi şekilde tanıtmaya çalışmalıdır. Turist rehberleri ülke hakkında kapsamlı bilgileri turistin anlayacağı dilde anlattığından, seçilmiş olan rehberler rahatlıkla uluslararası düzenlenen tanıtım fuarları gibi faaliyetlerde faydalı olabilirler (Pond, 1993:110).

2.3.8 Ev Sahibi Rolü

İyi bir ev sahibi denildiği zaman, onların rahat etmesi için her tür uygun ortamları hazırlayabilen ve ihtiyaçları olduğunda en iyi şekilde karşılayabilen anlamına gelmektedir. Rehberlerden misafirperverlik özelliği talep edildiğinden, onlar ev sahibi gibi davranmak zorundadırlar. Rehberler tustilere iyi bir hizmet gösterttiği zaman ev sahipliği rolünü yerine getirmiş olurlar (Pond,1993.s.119). Bazen turist rehberinden uluslararası bir kültüre sahip olması talep edilse de, rehber yerli toplumu temsil eden, misafirleri en iyi şekilde ağırlayan ve kendi ülkesini, evini o şahıslara tanıtan insan olarak görölmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİST REHBERİNİN TURİSTLERE AKTARILAN KÜLTÜREL DEĞERLERE KATKISINA İLİŞKİN TURİST ALGILAMALARINA YÖNELİK ARAŞTIRMA

Dünyadaki birçok değişiklikle birlikte turizm sektörü de değişiyor ve geliyor. Sanayi devrimi, daha kısa çalışma saatlerinden nüfus artışına kadar birçok faktörle birlikte turizm sektörünün gelişmesine yol açmıştır. Boş zaman artması, insanların kendilerini dinlemelerine ve eğlenmelerine neden oldu. Bu ise turizm sektörünün gelişmesine yol açmıştır. Turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte, profesyonel turist rehberi mesleği turizm sektörünün temellerinden biri haline gelmiştir. Turizm rehberi mesleklerini profesyonelce yaparlarsa ülke turizmi daha iyi durumda olur. Turist rehberi mesleğinin en iyi yolu, ülkenin tanıtımına ve imajına büyük ölçüde katkıda bulunmaktır, ancak profesyonel tur rehberleri, ülkedeki mevcut en iyi kültürel değerlerin geliştirilmesinden de sorumludur. Bu, turist yöneticisinin kültürel elçi olarak rolünü yerine getirmesiyle mümkündür.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Tarihsel olarak, rehberlik en eski insan faaliyetlerinden biri olarak kabul edilebilir. Rehberlerin varlığı iki buçuk bin yıl önce bile başladı ve şimdiki geniş ve karmaşık halini aldı (Rabotic, 2008). Yetenekli bir rehber, bir turizm şirketinin sahip olabileceği en değerli varlıklardan biridir. Birçok yönden, bir rehber bir işletmenin veya şirketin “cephesi” dir. Birçok yabancı ziyaretçi tur rehberlerini bölge veya ülke temsilcileri olarak görmeye eğilimlidir. Oxford sözlüğü bir rehberi 'başkalarının yolunu gösteren bir kişi' olarak tanımlasa da, araştırmacılar tur rehberinin rolünü çok daha geniş bulmuşlardır (Köroğlu, 2009). Odak noktası tur

rehberlerinin ilk aşamalarında. Cohen'e (1985) göre, tur rehberinin iki satırı “yol haritası” ve “akıl hocası” idi.

Bu çalışmanın amacı, profesyonel turist rehberlerinin kültürel büyükelçilik rolünün turistlere aktarılan kültürel değerlere ne derecede katkıda bulunduğunu tespit etmektir. Çalışmanın uygulanma aşamasında turistlerin turist rehberini nasıl algıladıklarını ve onların aktardıkları değer etkisini bulman amaçlanmaktadır. Turist rehberlerini medeni değerlerin aktarılmasında ne kadar etkili olduklarını turistlerin algılanması açısından araştırılmaktadır.

3.2. ARAŞTIRMA EVRENİ VE ÖRNEKLEM

Araştırma alanı Bakü şehri seçilmiştir. Bakü kendi yeni ve eski kültürel binaları ile bütün dünyada tanınmaktadır. Baküdeki Kız Kalesi, İçeri Şehir, Flame Towers ve Haydar Aliyev merkezi, Haydar Aliyev camisi, albanlar devrinden kalmış tarihsel kiliseler bunların bir kaçıdır. Bakü geçmişten bu yana insanların ticaret bölgesi olmuş ve bu da onun İpek Yolu üzerinde yerleşmesinden kaynaklanmaktadır. Bakü hem de dünyada en önemli kültürel merkezlerinden birisidir. Medeni değerler açısından çok zengin olan bu bölge yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Bu araştırma Baküye ziyaret etmiş yerli ve yabancı ziyaretçiler arasında yapılmıştır. Araştırma Bakünü kültürel değerler açısından ziyaret etmiş yerli ve yabancı ziyaretçiler ayırımı yapmadan her iki gruba uygulanarak sonuçlar elde edilmiştir. Bu çalışmada dikkat edilmesi noktalardan biri ise bu yabancı ve yerel grupların turist rehberi eşliğinde kültürel yerleri ziyaret etmiş insanlardan oluşmasıdır.

Araştırmanın kapsamı son bir yılda Bakünü ziyaret etmiş turistlerdir. Bilindiği üzere Bakü Abşeron, Binagadi, Hatai, Nasimi, Yasamal gibi illere bölünmüştür ve araştırmanın evreni bu bölgelerde ziyaretde bulunmuş insanlardır. Azerbaycanın İstatistik Komitesinden verilen rapora göre son 1 yıl içerisinde Azerbaycanı ziyaret etmiş yabancı insanlar aşağıdaki milletlerdendir

Tablo 1: Farklı ülkelerden Bakünü ziyaret etmiş turist sayısı

Ülkeler	2017/2018 turist sayısı
Rusya	853082
Gürcüstan	537710
Birleşmiş Arab	102360
Arabistan	33273
İran	362597

Bakünü ziyaret etmiş 210 turist araştırmanın örneklemini teşkil etmektedir. Bu çalışmada 300'e yakın anket formu oluşturulmuş ve bunun 210u geriye dönmüştür ve bu da olası sonuç cevap çıkarmamıza olanak sağlıyor. 210 doldurulmuş anketden 57'si yabancı, kalanları ise yerel turistler tarafından yapılmıştır. Anketler ingilizceye çevrilerek yabancı turistlere ulaşılmıştır ki, bu da onların soruları kolayca anlamasına ve dürüst cevap vermesine olanak sağlamıştır. Araştırma verileri 2018 Şubat, Mart ve Nisan aylarında toplanmıştır.

3.3. VERİ TOPLAMA ARACI

Veri Toplama aracı olarak Toker (2011)'in tezinde kullandığı turist rehberlerin faaliyetlerine ilişkin turistlerin rehberlerinin algısını ölçen sorulardan yararlanılmıştır. Anketin birinci bölümünde sosyodemografik, yaş, cinsiyet gibi sorular sorulmuş ve soruların cevapları maksimum derecede dürüst belirlenmeye çalışılmıştır. İkinci bölümünde ise turistlerin turist rehberlerine tutumu ile ilgili 15 soru sorulmuştur. Yalnız likert sorulardan istifade edilmiştir- 1.Kesinlikle Katılıyorum, 2. Katılıyorum, 3. Fikrim yok, 4. Katılmıyotum, 5. Kesinlikle katılmıyorum gibi her soruya 5'li cevap seçeneği koyulmuştur. Elde edile veriler SPSS programında analiz edilmiş ve uygun bulgular elde edilerek belirli öneriler geliştirilmiştir.

3.4. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN YORUMLANMASI

Ankete katılan 210 kişiden 110'ü erkek, 100 tanesi kadındır. Katılımcılardan 23'ü orta okul mezunudur ve 33'ü yalnız lise mezunuyken, 109'u Lisans, 37'si yüksek lisans, 8'i ise doktora mezunudur. Ankete katılanların çoğu gençler teşkil etmişlerdir. Şöyle ki, 16 yaş ve daha az olan 25 (11,9%), 17-25 yaş arası 130 (61,90%), 26-45 yaş arası 44 (20,95%), 46 yaş ve üzeri olan insanların sayısı 11'dir (5,24%).

Tablo 2: Örneklem Profilinin Sayısal ve Yüzdesel Dağılımı

Yaş		
	Sayı	Yüzde %
16 yaş ve altı	25	11,9%
17-25 yaş arası	130	61,90%
26-45 yaş arası	44	20,95%

46 yaş ve üstü	11	5,24%
Toplam	210	100%

Cinsiyet		
	Sayı	Yüzde %
Erkek	110	52,38%
Kadın	100	47,62%
Toplam	210	100%

Eğitim durumu		
	Sayı	Yüzde %
Orta okul	23	10,95%
Lise	33	15,71%
Lisans	109	51,90%
Yüksek Lisans	37	17,62%
Doktora	8	3,81%
Toplam	210	100%

3.4.1. Faktör Analizi

Araştırma güvenirliğinin ortaya konulması, yığın olan verilerin azatılması ve bağımsız değişkenlere verilen cevaplar esasında araştırmanın oluşturulması için faktör analizi uygulanmıştır. Aşağıdaki tabloda ölçeğe ilişkin faktör analiz sonuçları ortaya konulmağa çalışılmıştır. Görüldüğü üzere faktör analizi sonucunda 3 faktörün ortaya çıkmıştır.

İlk faktör görüldüğü üzere fark 47,65’dir ve 5 değişken ile görülmektedir. Bu değişkenlerin “turist rehberlerinin kültürel değerlerin korunmasında katkısı vardır” faktörü ile ilişkide oldukları bilinmektedir.

İkinci faktör ise fark yüzde olarak 10,9’dır ve 6 değişkeni vardır.

Üçüncü faktör ise faiz derecesi 6,70’dir ve 3 değişkenden ibaretdir. Bu faktör “Kültürlerarası etkileşmeye katkısı” olarak adı geçmektedir.

Tablo 3: Faktör Analizi

	Faktör yükü	Özdeğer	Tanımlanan fark yüzdesi
PTR’in Kültür Değerlerinin Korunmasına Katkısı		15,31	47,65%
Korunmaya katkı 1	,523		
Korunmaya katkı 2	,586		
Korunmaya katkı 3	,531		
Korunmaya katkı 4	,405		
Korunmaya katkı 5	,540		
	Faktör yükü	Özdeğer	Tanımlanan fark yüzdesi
PTR’nin Kültürel değerlerin Tanıtımına katkısı		3,50	10,90
Tanıtıma katkı 1	,725		
Tanıtıma katkı 2	,702		
Tanıtıma katkı 3	,643		
Tanıtıma katkı 4	,623		

Tanıtıma katkı 5	,456		
Tanıtıma katkı 6	,430		
	Faktör yükü	Özdeğer	Tanımlanan fark yüzdesi
PTR'nin Kültürlerarası etkileşme katkısı		2,15	6,70
Etkileşme 1	,699		
Etkileşme 2	,560		
Etkileşme 3	,720		

Tablo 4: Kmo and bartlett's test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling adequacy.		,81
Bartlett's test of Spchericity	Approxi .Chi-square	4387,712
	Df	300
	Sig.	,000

Araştırmanın yapısal geçerliğini yoklamak için toplanan bulgular faktör analizinde analiz edilmiştir. Faktörsel analiz boyunca Kaser-Mayer-Olkin satırı 0,81 bulunmuştur ki, buda doğru örneklem üzerinde araştırma yapıldığının göstergesidir. Buna bağlı olarak, Barlett Test's of Sphericity sonuç değeri anlamlı ve 4387,712 olarak sonuçlanmıştır ki, bu değerler kabul edilebilendir. Tablo 4'de analiz sonuçları yer almaktadır.

3.4.2. Güvenilirlik Analizleri

Burada her bir faktörü oluşturan değişkenlerin o faktörlerle ne derece doğru ilişkide olduklarını belirlemek amacıyla güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Tablo 5’de güvenilirlik analizi gösterilmektedir.

Tablo 5: Cronbach Alpha Katsayıları

	N	Cronbach's Alpha
PTR’nin Kültürel Değerlerin Korunmasına Katkısı	210	,725
PTR’nin Kültürel Değerlerin Tanıtımına Katkısı	210	,715
PTR’nin Kültürlerarası Etkileşime Katkısı	210	,756
Genel	210	,744

Yapılan analizde görüldüğü üzere değişkenlerin hepsi ,70’den yukarı değer aldığı için güvenilir ve değerlendirilebilir aşamasındadır.

3.4.3. Hipotezleri Test Etmek İçin ANOVA ve T-testi Analizi

Bu çalışmada hipotezlerin doğru olup-olmadığını analiz etmek için analiz türlerinden biri olan T-testi ve ANOVA testlerinden yararlanılmıştır. Yalnızca iki grubu karşılaştırmak için T-testi, çoklu sayda karşılaştırmalarda ise ANOVA analiz tekniği uygulanmıştır.

H1- Turitler yaş özellikleri ile turist rehberlerin kültür değerlerinin korunmasındaki katkıya yönelik anlamlı algı farkları göstermektedirler.

Tablo 6: PTR'in Kültürel Değerleri Korumaya Katkısına İlişkili Turist Algılamalarıyla Yaş Gruplarının Karşılaştırması (One Way)

	Sum of Squares	df	Mean square	F	p
Between groups	6,411	3	2,920	3,110	0,012
Within groups	203,589	207	,970		
Total	210,000	210			

Burada turistlerin yaş özelliklerine göre turist rehberlerin kültürel değerlerin korunmasındaki katkısına göre algı farkının anlamlı olup-olmadığı ortakaya konulmağa çalışılmıştır. Analiz sonucuna göre bu iki grup arasında anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür ($p<0.05$). Bu analiz sonuçlarına göre genç ve orta yaş grubundaki (17-25, 26-45) ziyaretçilerin daha yüksek algı ortalaması ile tur rehberinin kültürün korunmasında yardımcı olduğunu düşündüklerini söylemişlerdir.

H2- Turitler eğitim özellikleri ile turist rehberlerin kültürel değerlerin korunmasındaki katkısına yönelik anlamlı algı farkları göstermektedirler.

Tablo 7: PTR'in Kültür Değerlerinin Korunması Katkısına İlişkili Turist Algılamalarıyla Eğitim Seviyesinin Karşılaştırması (ANOVA)

	Sum of Squares	df	Mean square	F	p
Between groups	8400	5	3,125	3,186	0,035
Within groups	201,600	205	,980		
Total	210,000	210			

H2-hipotezini test etmek için ölçeğin kültürel değerlere katkıya ilişkin cevapların turistlerin eğitim düzeylerine göre ortalamaları arasındaki fark olup-olmadığı elde edilmeğe çalışılmıştır. Analiz sonucuna göre bu iki grup arasında anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür ($p<0.05$). Ve bu farkın lise ve lisans eğitimi alan gruplarla diğer eğitim grupları arasında var olduğu görülmüştür. Diğer bir bulguda eğitim düzeyinin artmasıyla turizme olan olumlu tutumun artmasına neden olması görülmüştür.

Araştırma sonuçlarında da görüldüğü gibi arkeolojik ve tarihi mekanların korunmasında turizmin katkısı büyüktür. Eğer yardımı olmasaydı, bu arkeolojik ve tarihi mekanlar bakımsızlıktan yok olup giderdi (Avcıkurt, 2015, s.56). Ve analiz teknikleri sonucunda görülmüştür ki, H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmiş, yani turist rehberlerin kültürel değerlerin korunmasına katkı sağladığı ve bunun yaş ve eğitim düzeyi ile anlamlı bir ilişkide olduğu belirlenmiştir.

H3-Turistlerin eğitim seviyeleri ile turist rehberlerin kültürel değerlerin

tanıtım katkısına yönelik algılamaları arasında anlamlı fark mevcuttur.

Tablo 8: PTR'in Kültür Değerlerinin Tanıtıma Katkısına İlişkili Turistin Algılamalarıyla Eğitim Seviyelesinin Karşılaştırması

	Sum of Squares	df	Mean square	F	P
Between groups	10,500	4	4,125	4230	0,002
Within groups	199,500	206	,970		
Total	210,000	210			

H3-hipotezini test etmek için ölçeğin kültürün tanıtımına ilişkin cevapların turistlerin eğitim düzeylerine göre ortalamaları arasındaki fark olup-olmadığı elde edilmeğe çalışılmıştır. Analiz sonucuna göre bu iki grup arasında anlamlı bir farkın olduğu görülmüştür ($p<0.05$). Bulguda eğitim düzeyinin artmasıyla turizme olan olumlu tutumun artmasına neden olması görülmüştür. Dolayısıyla, cevaplayan insanların büyük çoğunluğu lisans aldığından turist rehberlerin kültürel değerlerin tanıtımında önemli bir faktör olduğuna inanmışlardır.

Ülkenin tanıtımında en önemli kişilerden birisi turist rehberleridir. Turist rehberlerinin etmeli olduğu en önemli görevlerden birisi ülkede hiç olmamış grup veya insana onun anlayacağı dilde ülkenin tarihini anlatmak, onu arkeolojik ve tarihi mekanlara götürüp tanıştırmak, yani kısa anlamıyla ülkeni tanıtmaktır (Güzel, 2007, s.36). Ve analiz teknikleri sonucunda görülmüştür ki, H3 hipotezi kabul edilmiş, yani turist rehberlerin kültürel değerlerin tanıtılmasına katkı sağladığı ve bunun

eğitim düzeyi ile anlamlı bir ilişkide olduğu belirlenmiştir.

H4-Turistlerin cinsleri ile turist rehberlerin kültürlerarası etkileşime katkısına yönelik algılamaları arasında anlamlı fark mevcuttur.

Tablo 9'dan görüldüğü üzere "sig." sütununda değer 0.05'den büyük olduğuna göre "sig (2-tailed)" sütununa bakacağız. Ve buradaki rakamın 0,05'den küçük olduğunu görmekteyiz (0,772). Buradan şu sonucu çıkarıyoruz ki, turistler cinsleri ile turist rehberlerinin kültürlerarası etkileşime katkısına yönelik algılamalar arasında anlamlı fark yoktur. Ve H4 hipotezi reddedilir.

Tablo 9: Turist rehberlerinin kültürler arası etkileşime katkısına yönelik turistlerin algılamaları ile onların cinslerinin karşılaştırılması (T-testi)

Independent Sample Test										
		Levane's Test for Equality of variances		t-Test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Means Difference	Std. Error Diference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kültürler arası etkil eşim	Equal variance assumed	1,615	,205	-,290	208	,772	-,028	,097	-,219	,163
	Equal variance not assumed			-,292	207,998	,771	-,028	,097	-,219	,162

Turist rehberleri seyahatin başlangıcından sonuna kadar katılımcılara

destinasyonları göstermekle yanında bulunmaktan sorumludurlar. Turist rehberleri iyi bir iletişim sağlamalı, yerel ve yabancı turistlerin anlayacağı dilden konuşmalıdır. (Zengin ve Eker, 2014, s.13).

H4-hipotezi test edildikten sonra turistlerin cinsleri ile turist rehberlerinin kültürlerarası etkileşime katkısına ilişkin algılamalar arasında farklılık göstermediğinden redd edilir.

SONUÇ

Azerbaycan doğal zenglikler, tarihi ve iklim koşulları açısından zengin bir ülkedir. Uyumlu turistik tesis eksikliği, ülke dışı reklamçılık, lobbicilik faaliyetlerin yetersizliği, hala devam eden Karabağ problemi ve buna benzer sorunların aradan kaldırılmaması, Azerbaycanın layık olduğu potansiyelini ortaya çıkara bilmemesi ile sonuçlanmaktadır.

Araştırma alanı Bakü şehri seçilmiştir. Bakü kendi yeni ve eski kültürel binaları ile bütün dünyada tanınmaktadır. Bakü'deki Kız Kalesi, İçeri Şehir, Flame Towers ve Haydar Aliyev merkezi, Haydar Aliyev camisi, albanlar devrinden kalmış tarihsel kiliseler bunların bir kaçıdır. Bakü geçmişten bu yana insanların ticaret bölgesi olmuş ve bu da onun İpek Yolu üzerinde yerleşmesinden kaynaklanmaktadır. Bakü hem de dünyada en önemli kültürel merkezlerinden birisidir. Araştırma Bakü'nü kültürel değerler açısından ziyaret etmiş yerli ve yabancı ziyaretçiler ayrımı yapmadan her iki gruba uygulanarak sonuçlar elde edilmiştir. Bu araştırmada dikkat edilmesi noktalardan biri ise bu yabancı ve yerel grupların turist rehberi eşliğinde kültürel yerleri ziyaret etmiş insanlardan oluşmasıdır.

Bakünü ziyaret etmiş 210 turist araştırmanın örneklemini teşkil etmektedir. Bu araştırmada 300'e yakın anket formu oluşturulmuş ve bunun 210u geriye dönmüştür. Ankete katılan 210 kişiden 110ui erkek, 100 tanesi kadındır. Katılımcılardan 23'ü orta okul mezunudur ve 33'ü yalnız lise mezunuyken, 109'u Lisans, 37'si yüksek lisans, 8'i ise doktora mezunudur. Ankete katılanların çoğu gençler teşkil etmişlerdir. Şöyle ki, 16 yaş ve daha az olan 25 (11,9%), 17-25 yaş arası 130 (61,90%), 26-45 yaş arası 44 (20,95%), 46 yaş ve üzeri olan insanların sayısı 11'dir (5,24%).

Araştırmanın temel amacı, rehberlerin kültürel değerlere katkılarının ve bu katkıların algılarındaki farklılıkların turistlerin demografik özelliklerine nasıl dayandığını göstermektir. Bu amaçla verilen ifadeler, analiz aşamasında belirli başlıklar altında gruplandırılmıştır.

Araştırma sonuçlarının ışığında, profesyonel turist rehberlerinin, kültürel bir elçi olarak turistlere geçirdikleri kültürel değerlere birçok yönden katkıda bulundukları görülmüştür. Bu nedenle rehberler, kültürel değerlerin korunması, tanıtımı ve kültürlerarası etkileşiminde en önemli kişiler olduklarının bilincinde olmalıdır. Rehberler, ülkelerinin bir kültür elçisi olduğu bilinciyle hareket etmelidir. Yönetmenler sadece tur sırasında bilgi sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda ülkelerin her yönden kültürel değerlerine katkıda bulunmakla yükümlüdürler. Profesyonel turist rehberi, ülkenin kültürel değerlerini tanıtmak için örnek olabilecek kişidir. Kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılması ancak iyi korunma ile mümkündür. Turist rehberlerinin turistlere iletmeye çalıştıkları kültürel değerlere nasıl katkıda bulunduğunu ve turistlerin bu konudaki algılarını ortaya çıkardıklarını belirlemek için turistlerle özel temas halinde olan turist rehberleri ile ilgili olarak yürütülen bu araştırma gerçekleştirildi. Rehberlik mesleği üzerine birçok çalışma yapılmıştır, ancak turist rehberinin kültürel değere katkısı konusunda ulusal bir çalışma bulunamamıştır.

KAYNAKÇA

ADİK, (2011). “Azerbaycan’ın İstatistik Göstergileri”, Statistikal Yearbook of Azerbaijan, Seda Basımevi, Baki.

AĞAKERİMOV, Malik (2006). ve S.Baba-Zade. Ekskursiya ve Ekskursiya Rehberi, Oskar Basımevi, Baki.

AHMEDOV , Azer (2010). Mejdunarodnıy Turizm, Seda Basımevi, Baki.

ÇULHA, Osman. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan araştırması. *Journal Of Yasar University*, 3(12), 815–840.

EFENDİZADE, Sebuhi (2005). Eko-turizm ve Onun Azerbaycanda Kalkınma Perspektifleri, Baki Yayın Evi, Baki.

ERGİN, Yıldırım. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. 7. Baskı. Sakarya: Sakarya.

GENÇ, Ömer. (1992). *Rehberlik eğitime eleştirel bir yaklaşım*. Turizm Eğitim Konferans- Workshop, Ankara: Yorum Yayın, 215.

[Http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14521/profesyonel-turist-rehberligi - yonetmeligi- rg-tarihi-251-.html](http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14521/profesyonel-turist-rehberligi-yonetmeligi-rg-tarihi-251-.html)). Erişim Tarihi 14.11.2014

KİRKPINAR, Lale. (2006). Türk devrimi’nin kültür kuramı açısından bir değerlendirmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri Ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü Çttad(Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları) Dergisi*, 5(13), 51–58.

KIZILIRMAK Dinçer, (1997). *Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık, Nevşehir.

KOÇEL, Tamer. (1998).*İşletme yöneticiliği, yönetim ve organizasyon, organizasyonlarda davranış, klasik-modern-çağdaş yaklaşımlar*. İstanbul

□ Bet
a, 397.

KÖROĞLU, Özlem. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması*, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını. Oschell, C. M. (2009). *The development and testing of a relational model of competence in the context of guided nature-based tourism*. (Doktora Tezi),

MELİH, Ersoy (2002). *Pamukkale arkeolojik ve doğal sit alanında toplum katılım projesi*. II. Turizm Ulusal Bildirileri, T.C. Turizm Bakanlığı, III: Cilt, Ankara.

ÖZGÜÇ, Nazmiye. (1998). *Turizm coğrafyası: özellikler, bölgeler*. İstanbul: Çantay.

RAHİMOV, Saleh (2004). *Turizm-Ekskursiya İşinin Teşkili*, Maarif Basımevi, Baki.

SUAV İ, Ahıpaşaoğlu,. (1997). *Seyahat işletmelerinde tur planlaması-yönetimi ve rehberliğin meslek olarak seçilmesinin nedenleri üzerine bir uygulama*. Ankara: Varol Matbaası, 145.

TETİK, Nuray. (2006). *Türkiye’de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesi.

EK1