



Araştırma Makalesi (Research Article)

Turist rehberi performansı açık hava müze deneyimini nasıl şekillendirir?

How does tour guide performance shape the open-air museum experience?*

Pınar KIRMIZIÇİÇEK*¹ (orcid.org/ 0000-0001-5503-5954)

Gökçe YÜKSEK² (orcid.org/ 0000-0002-1010-8694)

¹İstanbul Topkapı Üniversitesi, Plato Meslek Yüksekokulu, İstanbul, Türkiye

²Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, Türkiye

Özet

Amaç: Bu çalışma, açık hava müzelerinde ziyaretçi deneyiminin şekillenmesinde turist rehberlerinin rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışma, kişilik, yetkinlik ve kişisel temsil boyutları üzerinden kavramsallaştırılan turist rehberi performansının ziyaretçilerin eğitim, eğlence, kaçış ve estetik deneyimleri üzerindeki etkisini araştırmaktadır. Rehberleri yalnızca bilgi aktarıcısı olarak ele alan çalışmalardan farklı olarak bu çalışma, turist rehberini açık hava müzesi bağlamında anlam oluşturma, etkileşim ve öğrenme süreçlerini yönlendiren bir deneyim tasarımcısı olarak ele almaktadır.

Tasarım/yöntem/yaklaşım: Çalışmada nicel araştırma tasarımı benimsenmiştir. Araştırma verileri, bir turist rehberi eşliğinde açık hava müzesini ziyaret etmiş ve çalışmaya gönüllü olarak katılmış 403 ziyaretçiden anket yöntemiyle toplanmıştır. Önerilen araştırma modeli yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak test edilmiştir. Bu yaklaşım, turist rehberi performansının farklı boyutlarının ziyaretçi deneyiminin alt boyutları üzerindeki etkilerinin incelenmesine olanak sağlamıştır.

Bulgular: Araştırma bulguları, turist rehberi performansının açık hava müzelerinde ziyaretçi deneyimi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Rehber performansının kişilik ve yetkinlik boyutları, ziyaretçilerin eğitim, eğlence, kaçış ve estetik deneyimlerini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca kişisel temsil boyutunun eğitim, eğlence ve estetik deneyimleri olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Ancak kişisel temsil boyutunun ziyaretçi deneyiminin kaçış boyutu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

Tartışma: Araştırma sonuçları, turist rehberlerinin açık hava müzesi ziyaretlerini anlamlı ve etkileşimli deneyimlere dönüştürmede kritik bir role sahip olduğunu göstermektedir. Bilgi açısından zengin ve geniş mekânsal yapıya sahip müze ortamlarında rehberler yalnızca tarihsel ya da kültürel bilgi aktaran kişiler değildir; ziyaretçilerin alanı nasıl yorumladığını, alanla nasıl etkileşim kurduğunu ve mekânla nasıl duygusal bağ geliştirdiğini de şekillendirmektedir. Rehberi bir deneyim tasarımcısı olarak konumlandırılan bu çalışma, turist rehberliği, müze deneyimi ve deneysel öğrenme literatürüne katkı sunmaktadır. Uygulama açısından ise bulgular, rehber eğitim programlarında yalnızca mesleki bilginin değil, iletişim becerilerinin, kişisel temsilin ve ziyaretçi odaklı yorumlama becerilerinin de geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Açık Hava Müzeleri, Turist Rehberi Performansı, Ziyaretçi Deneyimi, Deneysel Öğrenme, Deneyim Tasarımı, Turist Rehberliği

Abstract

Purpose: This study aims to examine the role of tour guides in shaping visitor experience in open-air museums. Specifically, it investigates how tour guide performance, conceptualized through the dimensions of personality, competence, and personal representation, influences visitors' educational, entertainment, escapism, and aesthetic experiences. Unlike studies that position guides mainly as information providers, this study approaches the tour guide as an experience designer who facilitates meaning-making, interaction, and learning in open-air museum settings.

Design/methodology/approach: A quantitative research design was adopted. Data were collected through a survey from 403 visitors who had experienced an open-air museum with the accompaniment of a tour guide and voluntarily participated in the study. The proposed research model was tested using structural equation modeling (SEM). This approach enabled the examination of the effects of different dimensions of tour guide performance on the sub-dimensions of visitor experience.

**Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim dalında hazırlanan 16/07/2024 tarihinde tamamlanan "Turist Rehberi Performansının Açık Hava Müze Ziyaretçilerinin Deneyimlerine Etkisi" başlıklı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

*Sorumlu yazar: pinarkirmizicicek@topkapi.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2026.667

Results: The findings indicate that tour guide performance has a positive effect on visitor experience in open-air museums. The personality and competence dimensions of guide performance positively affect visitors' educational, entertainment, escapism, and aesthetic experiences. In addition, the personal representation dimension positively influences educational, entertainment, and aesthetic experiences. However, personal representation does not have a statistically significant effect on the escapism dimension of visitor experience.

Discussion: The results suggest that tour guides play a critical role in transforming open-air museum visits into meaningful and interactive experiences. In information-rich and spatially extensive museum environments, guides do more than transmit historical or cultural knowledge; they shape how visitors interpret, engage with, and emotionally connect to the site. By positioning the guide as an experience designer, this study contributes to the literature on tourist guiding, museum experience, and experiential learning. Practically, the findings highlight the importance of developing guide training programs that strengthen not only professional knowledge but also communication skills, personal presentation, and visitor-oriented interpretation.

Keywords: Open-Air Museums, Tour Guide Performance, Visitor Experience, Experiential Learning, Experience Design, Tourist Guiding

Giriş

Tarihî, arkeolojik ve kültürel mirasın doğal ortamlarında sergilendiği açık hava müzeleri, ziyaretçilere geçmişî doğrudan deneyimleme imkânı sunan özel alanlardır. Bu müzelerde yer alan objeler ve yapılar yalnızca görsel bir deneyim sunmakla kalmaz; aynı zamanda ziyaretçilerin tarih ve kültürle daha derin ve anlamlı bir bağ kurmasına olanak tanır. Bu müzeler genellikle geniş fiziksel alanlara, dağınık sergileme düzenlerine ve karmaşık bilgi içeriklerine sahiptir. Fiziksel ve beşerî koşulları açısından açık hava müzeleri, ziyaretçilere yoğun, etkileşimli ve çok boyutlu deneyimler yaşama olanağı sunan elverişli alanlar olarak öne çıkmaktadır. 2025 yılı itibarıyla yalnızca Avrupa'da 636 açık hava müzesinin faaliyet gösterdiği bilinmektedir. Avrupa'daki önemli örnekler arasında İsveç Stockholm'de bulunan ve dünyanın ilk açık hava müzesi olma özelliğini taşıyan Skansen, Norveç'te geleneksel kırsal yaşamı sergileyen Norsk Folkemuseum, Almanya'nın Kara Orman bölgesinde tarihî köy yaşantısını canlandıran Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof, Macaristan'daki Szentendre Açık Hava Etnografya Müzesi, Hollanda'daki Netherlands Open Air Museum (Arnhem) ve Romanya'daki ASTRA Ulusal Açık Hava Müzesi ziyaretçilere interaktif deneyimler sunulmasına katkı sağlayan müzeler arasındadır. Türkiye'de ise Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Göreme Açık Hava Müzesi başta olmak üzere Efes, Hierapolis, Hattuşa, Afrodias ve Aspendos gibi alanlar, her yıl milyonlarca yerli ve yabancı turisti ağırlayan önemli açık hava müzeleri olarak öne çıkmaktadır. Örneğin, Göreme Açık Hava Müzesi yalnızca 2022 yılında 1 milyonu aşkın ziyaretçiye ev sahipliği yapmıştır.

Bu müzelerde sunulan rehberlik hizmeti yalnızca bilgi aktarımı değil, aynı zamanda ziyaretçi deneyimini yapılandırma ve yönlendirme işlevi de görmektedir. Profesyonel turist rehberleri, mekân ile ziyaretçi arasında kültürel bir köprü kurarak ziyaretçinin mekânla kurduğu bilişsel ve duygusal bağı şekillendiren temel aktörlerdir. Zaman yönetimi, yönlendirme, grup düzeni sağlama, pedagojik beceri, duygusal zekâ, liderlik ve kültürlerarası iletişim gibi çok boyutlu yetkinliklere sahip olan rehberler, bu özellikleriyle ziyaret sürecini daha verimli, anlamlı ve etkileşimli hale getirirler.

Açık hava müzelerinde sunulan turist rehberliği hizmeti, ziyaret sürecinin düzenli, verimli ve bütüncül biçimde ilerlemesini sağlayan temel bir yapısal unsurdur. Zaman yönetimi, yönlendirme, ziyaretçi ihtiyaçlarının gözetilmesi ve grup içi uyumun sağlanması gibi operasyonel görevler, deneyimin kesintisiz, akıcı ve etkili biçimde gerçekleşmesine katkıda bulunur. Bu bağlamda rehberlik hizmeti; akademik bilgi aktarımı, pedagojik yaklaşımlar, iletişim becerileri, liderlik nitelikleri ve duygusal zekânın bir araya geldiği çok disiplinli ve karmaşık bir süreç olarak değerlendirilmektedir.

Rehber performansının yüksek olması, ziyaretçi memnuniyetinin, öğrenme düzeyinin ve kültürel bağ kurma deneyiminin temel belirleyicilerinden biridir. Zira açık hava müzeleri, diğer kapalı mekân müzelerine kıyasla kalabalık, ziyaret süresinin kısıtlı olduğu, bilgi yoğun ve mekânsal olarak dağınık ortamlardır. Bu koşullar altında ziyaretçiler kendi başına gezerken bilgiye erişimde güçlük çekebilir, alanın bütünsel anlamını kaçırabilir ya da zamanlarını verimsiz kullanabilirler. Buna karşılık rehberle gerçekleştirilen ziyaretler, turistlerin zamanlarını daha verimli kullanmalarına, bilgiyi yapılandırılmış biçimde edinmelerine ve öğrenme ile eğlence deneyimini bütünleştirmelerine imkân tanır; bu durum rehberin performansını ziyaretçi deneyiminin kalitesini doğrudan şekillendiren bir unsur haline getirir.

Literatürde rehber performansı çoğunlukla mesleki temsil bağlamında ele alınmış; turist memnuniyeti, tura yönelik algı ve tatmin, destinasyon imajı, tekrar ziyaret niyeti ve ağızdan ağıza pazarlama gibi unsurlar çerçevesinde incelenmiştir. Ancak bu çalışma, turist rehberliği hizmetini deneyimsel öğrenme ve etkileşim temelli iletişimin ön plana çıktığı açık hava müzelerinde ele almaktadır.

Bu tür ortamlarda ziyaretçiler, rehberi yalnızca programı yöneten bir kişi olarak değil, bilgiyi, duyguyu ve mekânı bütünleştiren bir temsilci olarak algılanmaktadır. Bu nedenle araştırmada rehber performansı, Düz (2016) tarafından geliştirilen ölçekte bulunan kişisel temsil (rehberin kendini ifade etme biçimi, özgüveni, kültürel aktarım tarzı) ve kişilik–yetenek (iletişim becerisi, empati, anlatım gücü) boyutları üzerinden ele alınmıştır. Buna karşılık, mesleki temsil boyutu; örneğin serbest zamanın planlanması, zaman yönetimi veya tur programına uyum gibi doğrudan deneyimsel etkiyle değil, daha çok operasyonel süreçlerle ilişkili olduğundan, bu araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

Bu çalışma açık hava müzelerinde turist rehberi performansının ziyaretçi deneyimi üzerindeki etkisini çok boyutlu biçimde inceleyerek literatüre katkı sunmayı amaçlamaktadır. Böylece hem akademik bilgi üretimine katkı sağlamak hem de rehber eğitimi, müze yönetimi ve turizm politikalarının geliştirilmesine yönelik somut öneriler sunmayı hedeflemektedir.

Alanyazın

Turist Rehberi Performansı

Turist rehberi performansı literatürde bilgi düzeyi, davranış biçimi, mesleki yeterlilik, kişilik özellikleri, iletişim, yorumlama, kültürel aktarım, problem çözme, sözsüz iletişim, duygusal zekâ ve hikâye anlatıcılığı gibi çok boyutlu göstergeler üzerinden ele alınmakta; bu göstergelerin turist memnuniyeti, deneyim kalitesi, destinasyon imajı, tekrar ziyaret niyeti, ağızdan ağıza iletişim, tur operatörü itibarı ve genel hizmet kalitesi üzerinde belirleyici olduğu vurgulanmaktadır (Geva ve Goldman, 1991; Mossberg, 1995; Zhang ve Chow, 2004; Heung, 2007; Huang vd., 2008; Mak vd., 2010; Brito, 2012; Chandralal ve Valenzuela, 2013; Chang, 2014; Sanz-Blas ve Buzova, 2016; Sezgin ve Düz, 2018; Bayram, 2019; Orabi ve Fadel, 2020; Özbek ve İskender, 2021; Dönbak, 2021). Rehberin bilgi sunmanın ötesinde destinasyonla ziyaretçi arasında anlam kuran, deneyimi yöneten ve duygusal-bilişsel katılımı güçlendiren bir aracı olduğu; özellikle müzeler ve açık hava müzeleri gibi kültürel öğrenme alanlarında anlatı gücü, yönlendirme ve kültürel arabuluculuk becerilerinin deneyimin niteliğini belirlediği ifade edilmektedir (Cohen, 1985; Weiler ve Davis, 1993; McDonnell, 2001; Rabotić, 2010; Mathisen, 2012; Çapar, 2020; Özdemir vd., 2018; Mossberg, Hanefors ve Hansen, 2014; Hurombo, 2016).

Rehber performansına ilişkin yapılan çalışmalar, bu değişkenin çok boyutlu bir yapı olduğunu ve ziyaretçi deneyiminin merkezinde yer aldığını açık biçimde ortaya koymaktadır. Rehberin performansı, yalnızca bireysel seyahat algısını değil; destinasyonun marka değeri, turistik ürünlerin rekabet gücü ve turizm sektörünün sürdürülebilirliği açısından da stratejik önem taşımaktadır.

Ziyaretçi Deneyimi ve Müze Bağlamı

Ziyaretçi deneyimi, turistlerin ürün, hizmet ve etkileşimlerden edindikleri bilişsel, duygusal ve hatırlanabilir çıktıları kapsayan çok boyutlu bir süreçtir (Ritchie ve Hudson, 2009). Bu süreç, otantik ve sıra dışı deneyim arayışı ile karar verme, ziyaret, değerlendirme ve anlamlandırma aşamaları üzerinden açıklanmakta; müzeler ise bilgi aktarımının ötesinde kültürel anlam, duygusal katılım ve estetik deneyim üreten özgün mekânlar olarak değerlendirilmektedir (MacCannell, 1973; Aho, 2001; Annis, 1974; Lin, 2006). Müze deneyimi; eğitim, estetik, eğlence, kaçış, duygusal uyarım, duygusal katılım ve sosyal etkileşim boyutlarıyla ele alınırken, ziyaretçinin bireysel özellikleri, kültürel altyapısı, müze türü ve sosyal bağlam tarafından da şekillenmektedir (Pine ve Gilmore, 1998; Schmitt, 1999; Antón vd., 2018; Brakus vd., 2009; Mehmetoğlu ve Engen, 2011; Radder ve Han, 2015; Vesci vd., 2021).

Turist Rehberi Performansı ve Ziyaretçi Deneyimi İlişkisi

Turist rehberi performansı, literatürde turist tatmini, memnuniyet, destinasyon imajı, destinasyon sadakati, satın alma niyeti, davranışsal niyet ve acente itibarı gibi çıktılarla ilişkilendirilen önemli bir değişken olarak ele alınmaktadır. Bu kapsamda yapılan çalışmalar, turist rehberlerinin rollerini, mesleki niteliklerini, yeterliliklerini ve performans düzeylerini ziyaretçi deneyimi bağlamında değerlendirmektedir (Cohen, 1985; Cohen, Ifergan ve Cohen, 2002; Dahles, 2002; Güzel, 2007; Hu, 2007; Köroğlu, 2011; Leclerc ve Martin, 2004; Lugosi ve Bray, 2008; Mak vd., 2010; Meged, 2010; Prakash ve Chowdhary, 2010; Randall ve Rollins, 2009; Zhang ve Chow, 2004).

Turizm deneyimi, gündelik yaşamdan farklılaşan, yenilik, anlam ve hatıra üretme süreçlerini içeren özgün bir deneyim alanı olarak değerlendirilmektedir. Destinasyonlar yalnızca fiziksel mekânlar değil, turistlerin deneyimlerini yapılandırdıkları ve kişisel anlamlar ürettikleri alanlardır (Rabotić, 2010; Stamboulis ve Skayannis, 2003; Şahin ve Güzel, 2018). Bu süreçte turist rehberleri; bilgi aktaran, yorumlayan, aracılık eden,

liderlik eden, organize eden ve deneyimi anlamlandıran aktörler olarak ziyaretçi deneyiminin niteliğini doğrudan etkilemektedir (Black vd., 2005; Brito, 2012; Cohen, 1985; Dahles, 2002; De Kadt, 1979; Watson, Roggenbuck ve Williams, 1991; Weiler ve Davis, 1993; Weiler ve Walker, 2014).

İlgili literatürde rehberlerin destinasyon bilgisi, iletişim becerisi, profesyonellik algısı, yorumlama yeteneği, kültürel aktarım gücü, hizmet odaklılığı, problem çözme becerisi, esneklik ve hikâye anlatıcılığı gibi özelliklerinin ziyaretçi deneyimini zenginleştirdiği vurgulanmaktadır (Chandralal ve Valenzuela, 2013; Hurombo, 2016; Mathisen, 2012; Mossberg, Hanefors ve Hansen, 2014). Bununla birlikte rehber performansı yalnızca bireysel ziyaretçi memnuniyetiyle sınırlı olmayıp yerel kaynakların korunması, yerel ekonominin desteklenmesi ve sürdürülebilir turizm hedefleriyle de ilişkilendirilmektedir (Hu, 2007).

Bu çerçevede turist rehberi performansı, ziyaretçi deneyiminin kalitesini, turist memnuniyetini ve gelecekteki davranışsal niyetleri etkileyen temel unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Başarılı rehberlik performansı turistik deneyimi güçlendirirken, yetersiz performans deneyimden alınan doyum olumsuz etkileyebilmektedir (McDonnell, 2001). Ulusal ve uluslararası çalışmalar da turist rehberlerinin olumlu ziyaretçi deneyiminin oluşumunda belirleyici bir role sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Arsenault ve Gale, 2004; Black ve Weiler, 2005; Chang, 2014; Cohen vd., 2002; Geva ve Goldman, 1991; Güzel, 2007; Hosany ve Gilbert, 2010; Mossberg, 1995; Müküs, 2009; Nebioğlu, 2013; Sanz-Blas ve Buzova, 2016; Şahin, 2012; Tetik, 2012; Wall ve Hu, 2007; Yarcın, 2007; Zhang ve Chow, 2004).

Bu bağlamda, turist rehberi performansının açık hava müzesi ziyaretçileri üzerindeki etkisini açıklamak amacıyla literatürde yer alan bilgiler ışığında kuramsal bir temel oluşturulmuş ve hipotezler geliştirilmiştir. Araştırmanın teorik modeline bağlı olarak, değişkenler arasındaki ilişkiler aşağıdaki hipotez ve alt hipotezler aracılığıyla test edilmiştir:

- **H1: Turist rehberi performansının açık hava müzesi ziyaretçilerinin deneyimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.**

H1a: Turist rehberlerinin kişilik ve yeteneklerinin açık hava müze ziyareti yapan ziyaretçilerin eğitim deneyimi üzerinde etkisi vardır.

H1b: Turist rehberlerinin kişilik ve yeteneklerinin açık hava müze ziyareti yapan ziyaretçilerin eğlence deneyimi üzerinde etkisi vardır.

H1c: Turist rehberlerinin kişilik ve yeteneklerinin açık hava müze ziyareti yapan ziyaretçilerin kaçış deneyimi üzerinde etkisi vardır.

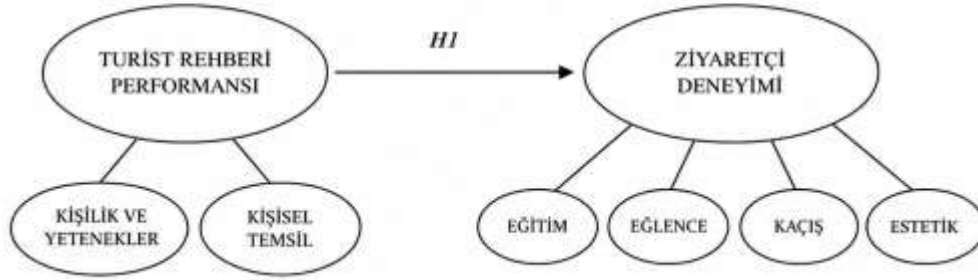
H1d: Turist rehberlerinin kişilik ve yeteneklerinin açık hava müze ziyareti yapan ziyaretçilerin estetik deneyimi üzerinde etkisi vardır.

H1e: Turist rehberlerinin kişisel temsilinin açık hava müze ziyareti yapan ziyaretçilerin eğitim deneyimi üzerinde etkisi vardır.

H1f: Turist rehberlerinin kişisel temsilinin açık hava müze ziyareti yapan ziyaretçilerin eğlence deneyimi üzerinde etkisi vardır.

H1g: Turist rehberlerinin kişisel temsilinin açık hava müze ziyareti yapan ziyaretçilerin kaçış deneyimi üzerinde etkisi vardır.

H1h: Turist rehberlerinin kişisel temsilinin açık hava müze ziyareti yapan ziyaretçilerin estetik deneyimi üzerinde etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Metodoloji

Bu araştırmada, veri toplamak amacıyla yapılandırılmış bir anket formu kullanılmıştır. Anket üç temel bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler elde etmek amacıyla cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, çalışma durumu ve aylık kişisel gelir gibi değişkenleri içeren altı kapalı uçlu soru yer almıştır.

İkinci bölümde, turist rehberlerinin performansına ilişkin algıları ölçmek amacıyla, Düz (2016) tarafından geliştirilen ve geçerlik-güvenirliliği kanıtlanmış Turist Rehberi Performansı Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek; "Kişilik ve Yetenekler" (8 madde), "Kişisel Temsil" (7 madde) ve "Mesleki Temsil" (3 madde) olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Ancak bu çalışmada, "Mesleki Temsil" boyutu dışlanmıştır. Söz konusu boyutun tur programının zaman yönetimine odaklanması ve ölçeğin gününbirlik şehir turlarına yönelik geliştirilmiş olması nedeniyle, açık hava müzesi ziyaretlerinin doğasıyla örtüşmediği tespit edilmiştir. Ayrıca, araştırmacının sahadaki gözlemleri doğrultusunda tüm müzelerde serbest zaman uygulamasının bulunmadığı belirlenmiştir. Bu gerekçelerle, analizlerde yalnızca rehberin bireysel performansını yansıtan "Kişilik ve Yetenekler" ile "Kişisel Temsil" boyutları dikkate alınmıştır. İlgili maddeler 7'li Likert tipi ölçekle değerlendirilmiştir (1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 7 = Kesinlikle Katılıyorum).

Anketin üçüncü bölümünde ise, katılımcıların açık hava müzesi ziyaretleri sırasında yaşadıkları deneyimlere ilişkin algılarını ölçmek amacıyla Radder ve Han (2015) ile Pine ve Gilmore'un (1998) çalışmaları temel alınarak geliştirilen Müze Ziyareti Deneyim Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek; "Eğitim" (4 madde), "Eğlence" (5 madde), "Kaçış" (6 madde) ve "Estetik" (5 madde) olmak üzere dört alt boyuttan oluşan 20 ifadeyi içermektedir. Değerlendirme, 5'li Likert tipi ölçek kullanılarak yapılmıştır (1 = Kesinlikle Katılmıyorum, 5 = Kesinlikle Katılıyorum). Ölçek, müze ziyaret deneyimini doğrudan ölçmeyi amaçlamakta olup, Mehmetoğlu ve Engen (2011) ile Erdoğan ve Kırcova (2017) tarafından Türkiye bağlamında uygulanarak geçerlik ve güvenirliği teyit edilmiştir. Bu nedenle araştırma öncesinde pilot uygulamaya ihtiyaç duyulmamıştır.

Araştırmanın evrenini, Türkiye genelinde herhangi bir açık hava müzesini turist rehberi eşliğinde ziyaret etmiş olan yerli ziyaretçiler oluşturmaktadır. Zaman ve maliyet kısıtları dikkate alınarak, mümkün olan en geniş örnekleme ulaşabilmek amacıyla çevrimiçi anket yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmacı, anket formunu seyahat acentesi temsilcileri, turist rehberleri ve sektörde yer alan diğer paydaşlar aracılığıyla potansiyel katılımcılara iletmiştir. Bu kişiler de açık hava müzelerini ziyaret ettiğini bildikleri bireylere anketi yönlendirmiştir.

Veri toplama süreci, Mart 2024 ile Mayıs 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup, toplamda 403 geçerli anket formu toplanmıştır. Katılımcılar ankete gönüllülük esasına dayalı olarak katılmış ve yanıtlar çevrimiçi olarak anonim şekilde alınmıştır.

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde, SPSS 25.0 ve LISREL 8.8 paket programları kullanılmıştır. İlk aşamada, değişkenlerin geçerlik ve güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) gerçekleştirilmiştir. AFA sonuçlarına göre faktör yükleri, madde-toplam korelasyonları ve iç tutarlılık katsayıları (Cronbach's Alpha) hesaplanmıştır. Devamında, yapısal geçerliliğin sağlanması amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. DFA ile, ölçüm modellerinin faktör yapısı test edilmiş; birleşik güvenilirlik (CR) ve açıklanan ortalama varyans (AVE) değerleri analiz edilmiştir.

Son aşamada, hipotezlerin test edilmesi ve modelin genel uyumunun değerlendirilmesi amacıyla Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) uygulanmıştır. Modelde yer alan yapılar arasındaki ilişkilerin yönü ve gücü, t-değerleri ve uyum indeksleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Veri dağılımının normal dağılım varsayımlarını kısmen ihlal etmesi nedeniyle, analiz öncesinde kullanılan ölçeklerin puanları Z-puanlarına dönüştürülerek standardize edilmiştir.

Bu analiz süreci kapsamında, turist rehberi performansı ile müze deneyimi arasındaki ilişkiler test edilmiş ve çalışmada geliştirilen hem temel hem de alt hipotezlerin kabul veya reddedilme durumları belirlenmiştir.

Bulgular

Anket katılımcılarının profili

Katılımcıların %54,8'i kadın, %45,2'si ise erkektir. Yaş dağılımına bakıldığında, %14,4'ü 20 yaşından küçük, %26,6'sı 20-29 yaş aralığında, %22,1'i 30-39 yaş aralığında, %18,4'ü 40-49 yaş aralığında, %16,1'i 50-59 yaş aralığında ve %2,5'i 60 yaş ve üzerindedir.

Medeni durum açısından katılımcıların %53,3'ü bekar, %46,7'si evlidir. Eğitim durumu incelendiğinde, katılımcıların %36,2'si lisans mezunu, %20,8'i yüksek lisans mezunu ve %15,1'i doktora derecesine sahiptir.

Çalışma durumuna göre, %21,8'i herhangi bir işte çalışmamaktadır, %4,5'i öğrenci, %57,3'ü çalışan, %6,9'u işveren ve %5,5'i emeklidir.

Aylık gelir durumuna göre ise, katılımcıların %25,3'ü 15.000 TL'den az gelir elde etmekte, %19,6'sı 35.001–45.000 TL aralığında gelir sahibidir ve %31,8'i 45.001 TL'den fazla gelir elde etmektedir.

Ölçüm modelinin değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan hareketle yapılan geçerlilik ve güvenilirlik analizine ilişkin bulgular Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizine İlişkin Bulgular

İfadeler	Ortalama	Standart Hata	İfade Çıkartıldığında Cronbach's Alpha Değeri
İfade 1	4,32	1,074	0,933
İfade 2	4,54	0,979	0,932
İfade 3	4,57	0,875	0,932
İfade 4	4,47	0,988	0,932
İfade 5	4,57	0,922	0,933
İfade 6	4,38	1,040	0,932
İfade 7	4,37	1,010	0,932
İfade 8	4,60	0,861	0,932
İfade 9	4,75	0,642	0,933
İfade 10	4,76	0,611	0,933
İfade 11	4,78	0,598	0,933
İfade 12	4,74	0,635	0,933
İfade 13	4,77	0,625	0,934
İfade 14	4,72	0,701	0,933

İfade 15	4,81	0,545	0,934
İfade 16	4,50	0,820	0,934
İfade 17	4,52	0,838	0,933
İfade 18	4,36	0,900	0,933
İfade 19	4,51	0,808	0,933
İfade 20	4,34	0,967	0,934
İfade 21	4,27	1,001	0,933
İfade 22	4,33	0,990	0,933
İfade 23	4,44	0,888	0,933
İfade 24	4,15	1,082	0,934
İfade 25	3,61	1,363	0,934
İfade 26	3,90	1,256	0,934
İfade 27	2,97	1,511	0,936
İfade 28	3,24	1,411	0,935
İfade 29	3,46	1,351	0,934
İfade 30	3,92	1,183	0,934
İfade 31	4,41	0,739	0,933
İfade 32	4,50	0,706	0,933
İfade 33	4,53	0,691	0,933
İfade 34	4,55	0,729	0,933
İfade 35	4,58	0,715	0,933
Cronbach's Alpha		0,935	

Yapılan analizler sonucunda araştırmanın güvenilirliğini gösteren Cronbach's Alpha değerinin 0,935 çıktığı ve araştırmanın güvenilir olduğu görülmektedir.

Faktör Analizi Bulguları

Araştırmada faktör yapılarının belirlenmesi amacıyla toplanan verilere sırasıyla açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizler uygulanmıştır. Verilerin açıklayıcı faktör analizine uygun olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla KMO katsayısı ve Bartlett's testi bulguları incelenmiştir (KMO: 0,929 / Bartlett's: 0,00 ve $p < 0,01$). Her iki değerinde açıklayıcı faktör analizine uygun olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular

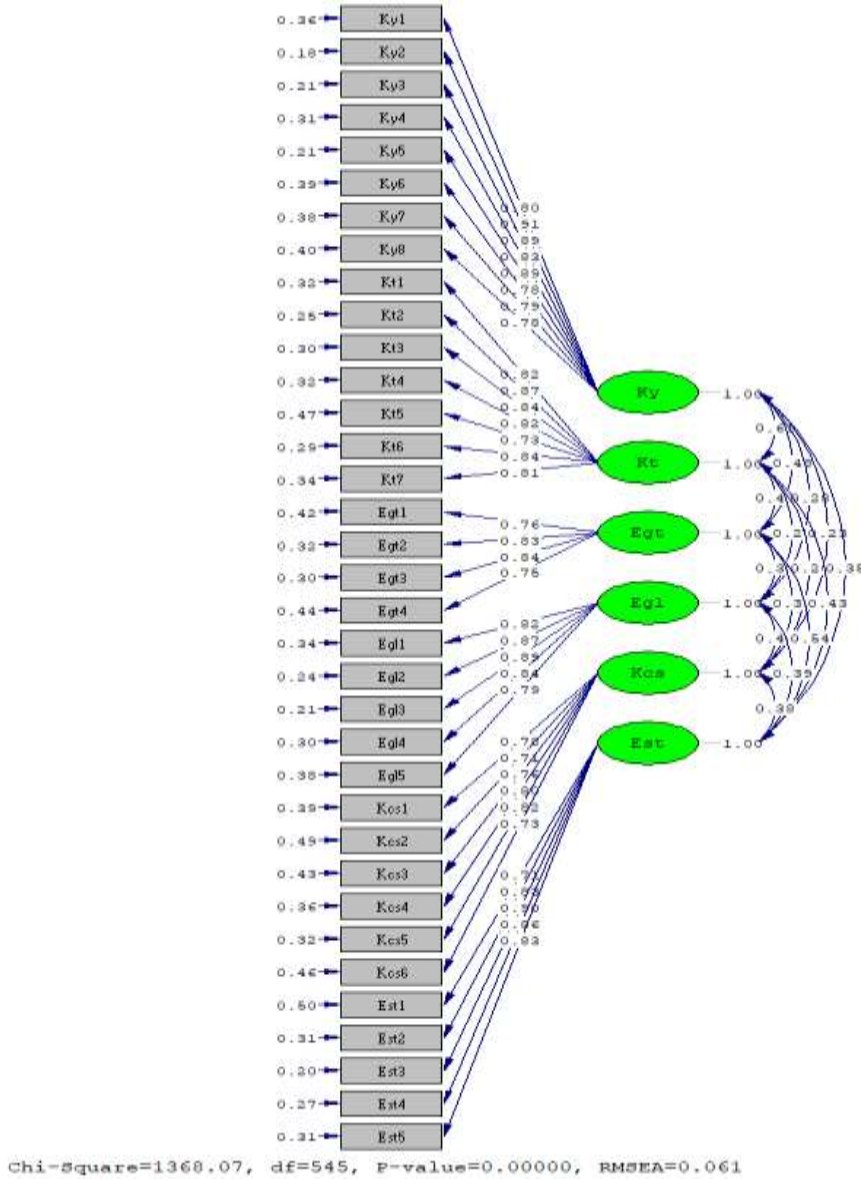
İfadeler	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Öz Değer
Kişilik ve Yetenekler			
Rehberimiz beden dilini etkili kullandı.	0,796	34,822	12,188
Rehberimiz pozitif enerjiye sahipti.	0,851		
Rehberimiz güler yüzlüydü.	0,828		
Rehberimiz alçakgönüllüydü.	0,779		
Rehberimiz bizlerle göz teması kurdu.	0,874		
Rehberimiz espriliydi.	0,767		
Rehberimizin şık bir görünümü vardı.	0,803		
Rehberimiz tarihi olayları sırasına göre anlattı.	0,720		
Kişisel Temsil			
Rehberimizin Türkçesi iyiydi.	0,781	13,384	4,685
Rehberimiz kibardı.	0,820		
Rehberimizin söyledikleri anlaşılırdı.	0,769		
Rehberimizin bilgileri günceldi.	0,787		
Rehberimizin grup üyeleriyle ilişkileri seviyeliydi.	0,718		

Rehberimizin hitabeti iyiydi.	0,780		
Rehberimiz saygılıydı.	0,829		
Eğitim			
Açık hava müze ziyaretim bende merak uyandırdı.	0,789	4,493	1,572
Açık hava müze ziyaretim bilgimi arttırdı.	0,774		
Açık hava müze ziyareti dünya görüşümü geliştirdi.	0,781		
Açık hava müze ziyaretim esnasında yaşadığım deneyimi ailem ve arkadaşlarımla paylaştım.	0,723		
Eğlence			
Açık hava müze ziyaretim esnasında başkaları ile etkileşimde bulundum.	0,851	6,596	2,309
Açık hava müze ziyaretim esnasında fiziksel olarak rahatladım.	0,845		
Açık hava müze ziyareti duygularımı harekete geçirdi.	0,856		
Açık hava müze ziyaretim esnasında eğlendim.	0,812		
Açık hava müze ziyaretim esnasında alışık olmadığım bir deneyim yaşadım.	0,769		
Kaçış			
Açık hava müze ziyaretim esnasında kendimi başka birisi gibi hissettim.	0,762	7,969	2,789
Açık hava müze ziyaretim esnasında başka bir zamanda ve yerde olduğumu hayal ettim.	0,704		
Açık hava müze ziyaretim esnasında başkaları ile etkileşime geçmekten kaçındım.	0,822		
Açık hava müze ziyaretim esnasında gerçeklikten uzaklaştım.	0,830		
Açık hava müzesi insan kalabalığından uzaklaşmamı sağladı.	0,829		
Açık hava müzesi beni stresli sosyal çevreden uzaklaştırdı.	0,724		
Estetik			
Açık hava müze ziyaretim esnasında çevremle aramda güzel bir uyum olduğunu hissettim.	0,726	6,111	2,139
Ziyaret ettiğim açık hava müzelerinin fiziksel görünümünü etkileyiciydi.	0,820		
Ziyaret ettiğim açık hava müzesinde sergilenen eserler oldukça güzeldi.	0,845		
Açık hava müze ziyaretim esnasında çeşitli kültürlerden zevk aldım.	0,817		
Ziyaret ettiğim açık hava müzelerinin bulunduğu ortamın güzel olduğunu düşündüm.	0,779		
Toplam açıklanan varyans		73,375	

Tablo 2’de yer alan açıklayıcı faktör analizinin bulguları incelendiğinde toplam varyansın %73,375’ini açıklayan altı faktörlü bir yapı tespit edilmiştir. Devamında bu altı faktörlü yapı araştırmanın amacına ve literatüre göre; kişilik ve yetenekler, kişisel temsil, eğitim, eğlence, kaçış ve estetik şeklinde adlandırılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinin devamında belirlenen altı faktörlü yapının kontrolünün yapılması amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Devamında da doğrulayıcı faktör analizi literatürde en çok kullanılan standart uyum ölçütlerine göre değerlendirilmeye alınmıştır.

Şekil 2’de Lisrel istatistik programı aracılığıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizi bulguları yer almaktadır. Analizin devamında önerilen model standart uyum ölçütlerine göre değerlendirilmiştir.

Şekil 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları



Ky: Kişilik ve yetenekler, Kt: Kişisel temsil, Egt: Eğitim, Egl: Eğlence, Kcs: Kaçış, Est: Estetik

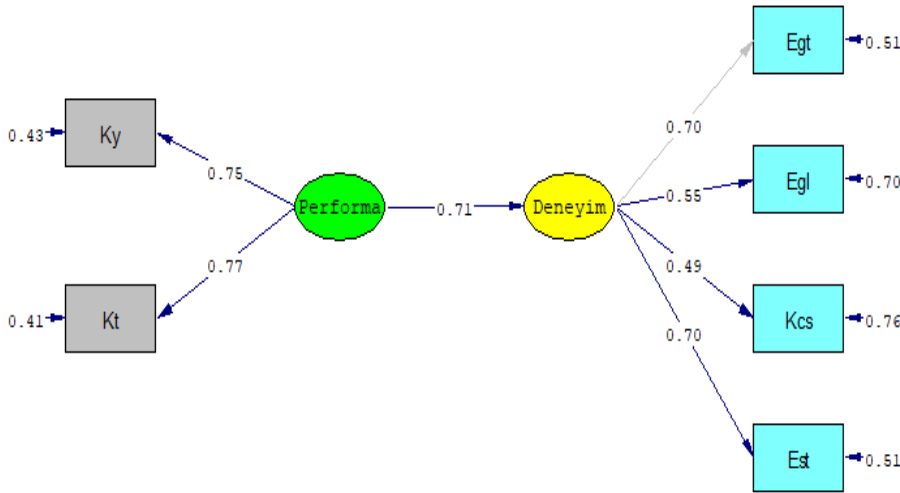
Tablo 3’de yer alan bulgular incelendiğinde araştırma kapsamında önerilen modelin geçerli bir model olduğu görülmektedir ve açıklayıcı faktör analizinden elde edilmiş olan altı yapı doğrulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinden elde edilen sonuçlar incelendiğinde ölçüm modelinin kabul edilebilir bir model olduğu ve uyum iyiliği değerlerinin de literatür doğrultusunda kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir ($\chi^2= 1368.07$, $df= 545$, $RMSEA= 0,061$, $NFI= 0,96$, $CFI=0,97$, $NNFI= 0,97$, $IFI= 0,97$, $RFI= 0,95$) (Schermelleh-Engel vd., 2003).

Tablo 3. Önerilen Modelin Standart Uyum Ölçütlerine Göre Değerlendirilmesi

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model Değeri	Uyum
χ^2/sd	$0 \leq \chi^2 / sd < 2$	$2 \leq \chi^2 / sd \leq 5$	2,510	Kabul Edilebilir
RMSEA	$0 \leq RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,061	Kabul Edilebilir
SRMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	0,051	Kabul Edilebilir
NFI	$0,95 < NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,96	İyi Uyum
CFI	$0,97 < CFI \leq 1,00$	$0,95 \leq CFI \leq 0,97$	0,97	Kabul Edilebilir
NNFI	$0,97 < NNFI \leq 1,00$	$0,95 \leq NNFI \leq 0,97$	0,97	Kabul Edilebilir
IFI	$0,95 < IFI \leq 1,00$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,97	İyi Uyum
RFI	$0,95 < RFI \leq 1,00$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,95	Kabul Edilebilir

Yapısal modelin değerlendirilmesi

Şekil 3. Yapısal Eşitlik Modellemesi 1



Chi-Square=39.56, df=8, P-value=0.00000, RMSEA=0.099

Ky: Kişilik ve yetenekler, Kt: Kişisel temsil, Egt: Eğitim, Egl: Eğlence, Kcs: Kaçış, Est: Estetik

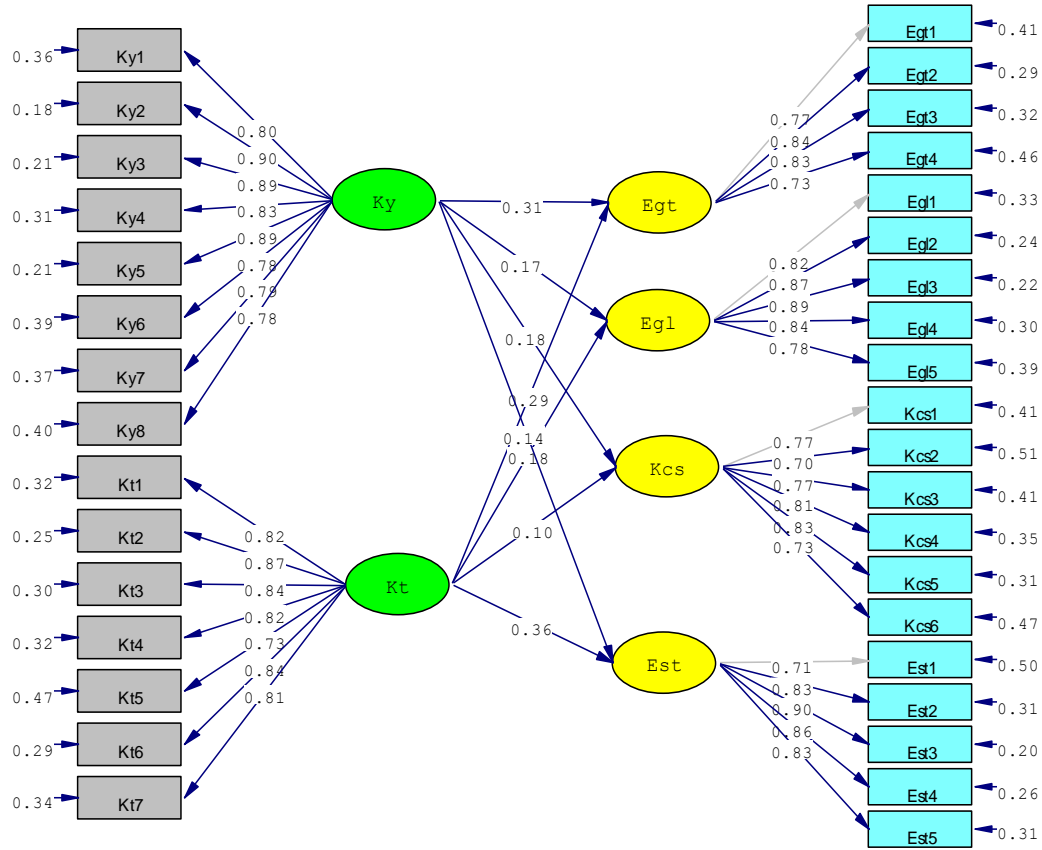
Tablo 4. incelendiğinde H1 hipotezinin desteklendiği görülmektedir. Yani turist rehberi performansının açık hava müze ziyaretçilerinin üzerinde istatistiksel olarak ($t > 2,58$; $p < 0,010$) anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır.

Tablo 4. Araştırma Ana Hipotezinin Değerlendirmesi

Hipotez	Standart Yükler	T- değeri	Sonuç
H1: P→D	0.71	9.91***	Desteklendi

***p < 0,010 ($t > 2,58$); **p < 0,050 ($t > 1,96$); *p < 0,100 ($t > 1,65$)

Şekil 4. Yapısal Eşitlik Modellemesi 2



Chi-Square=1602.54, df=551, P-value=0.00000, RMSEA=0.069

Ky: Kişilik ve yetenekler, Kt: Kişisel temsil, Egt: Eğitim, Egl: Eğlence, Kcs: Kaçış, Est: Estetik

Tablo 5. incelendiğinde CR (birleşik güvenilirlik) değerlerinin 0,87 ile 0,95 arasında olduğu ve AVE (açıklanan ortalama varyans) değerinin tamamının 0,50'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Elde edilen bulguların yüksek yakınsak geçerliliğini sağladığı söylenebilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Ayrıca araştırma kapsamında kurulan H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} , H_{1e} , H_{1f} ve H_{1h} hipotezlerin $p < 0,010$ ($t > 2,58$) düzeyinde anlamlı ve pozitif yönlü desteklendiği görülmektedir. H_{1d} hipotezinin $p < 0,050$ ($t > 1,96$) düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü desteklendiği görülmektedir. H_{1g} hipotezi incelendiğinde ise hipotezin istatistiksel olarak anlamlı bulunmadığı ve reddildiği görülmektedir. Bu kapsamda turist rehberi performansının açık hava müze ziyaretçilerinin üzerinde istatistiksel olarak etkisinin olduğu, kişilik ve yeteneklerin başta eğitim olmak üzere eğlence, kaçış ve estetik üzerinde istatistiksel olarak etkisinin bulunduğu görülmektedir. Kişisel temsilen ise estetik, eğitim ve eğlence üzerinde oldukça önemli etkilerinin olduğu fakat kaçış üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 5. Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi

Faktörler	Standart Yükler	T değeri	R ²	C.R.	A.V.E.
Kişilik ve Yetenekler				0.95	0.70
	0.80	19.20***	0.6400		
	0.90	23.40***	0.8100		
	0.89	22.78***	0.7921		
	0.83	20.38***	0.6889		
	0.89	22.61***	0.7921		
	0.78	18.56***	0.6084		
	0.79	18.83***	0.6241		
	0.78	18.35***	0.6084		
Kişisel Temsil				0.93	0.67
	0.82	19.95***	0.6724		
	0.87	21.68***	0.7569		
	0.84	20.48***	0.7056		
	0.82	19.92***	0.6724		
	0.73	16.59***	0.5329		
	0.84	20.56***	0.7056		
	0.81	19.55***	0.6561		
Eğitim				0.87	0.63
	0.77	17.27***	0.5929		
	0.84	19.38***	0.7056		
	0.83	19.76***	0.6889		
	0.73	16.85***	0.5329		
Eğlence				0.92	0.71
	0.82	19.52***	0.6724		
	0.87	21.60***	0.7569		
	0.89	22.31***	0.7921		
	0.84	20.38***	0.7056		
	0.78	18.52***	0.6084		
Kaçış				0.90	0.59
	0.77	18.14***	0.5929		
	0.70	15.91***	0.4900		
	0.77	17.29***	0.5929		
	0.81	18.77***	0.6561		
	0.83	19.54***	0.6889		
	0.73	16.46***	0.5329		
Estetik				0.91	0.68
	0.71	16.01***	0.5041		
	0.83	20.17***	0.6889		
	0.90	22.71***	0.8100		
	0.86	21.04***	0.7396		
	0.83	20.14***	0.6889		
Hipotezler	Standart Yükler	T değeri	Sonuç		
H_{1a}:KY→EGT	0.31	4.89***	Desteklendi		
H_{1b}:KY→EGL	0.17	2.63***	Desteklendi		

H_{1c}:KY→KCS	0.18	2.61***	Desteklendi
H_{1d}:KY→EST	0.14	2.17**	Desteklendi
H_{1e}:KT→EGT	0.29	4.55***	Desteklendi
H_{1f}:KT→EGL	0.18	2.70***	Desteklendi
H_{1g}:KT→KCS	0.10	1.49	Ret
H_{1h}:KT→EST	0.36	5.38***	Desteklendi

***p <0,010 (t> 2,58); **p <0,050 (t>1,96); *p <0,100 (t>1,65)

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırma, açık hava müzelerinde turist rehberlerinin performanslarının ziyaretçi deneyimlerine olan etkisini çok boyutlu bir çerçevede ele alarak önemli bulgular sunmuştur. Elde edilen veriler, özellikle rehberin “kişilik ve yetenek” ile “kişisel temsil” boyutlarının, ziyaretçilerin eğitim, eğlence ve estetik deneyimleri üzerinde doğrudan ve anlamlı etkiler yarattığını; buna karşın kaçış deneyimi üzerinde sınırlı etkiler sağladığını göstermektedir. Bu durum, turist rehberlerinin yalnızca bilgi aktaran figürler olmadığını kişisel temsil boyutunda bulunan konuşma dili, kibarlık, anlaşılabilirlik, güncellik, grup ilişkileri, hitabet ve saygı gibi rehberin sosyal iletişim becerileri sayesinde ziyaretçi memnuniyeti ve deneyim kalitesi üzerinde belirleyici rol oynadığını bir kez daha ortaya koymaktadır (Mossberg, 1995; Yu, Weiler & Ham, 2001). Bu unsurlar ziyaretçilerin bilgiye erişimini kolaylaştırmakta, sosyal etkileşimi teşvik etmekte ve genel memnuniyeti artırmaktadır.

Araştırmanın genelinde, turist rehberlerinin duygusal zekâ, hikâyeleştirme becerisi, iletişim yetkinliği ve mesleki temsil yeterliliği, ziyaretçilerin müze deneyimini şekillendirmede oldukça etkili olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, deneyim temelli turizm anlayışının yükselişte olduğu günümüzde, turist rehberlerinin performansı sadece yönlendirme işleviyle sınırlı kalmayıp, ziyaretin anlamlandırılmasında ve derinleştirilmesinde kritik bir rol üstlenmektedir. Literatür de Şahin (2012), Hurombo (2016) gibi araştırmalar, rehberin kültürel temsil yetkinliğinin ve iletişim becerilerinin turist deneyimlerinin kalitesi üzerindeki önemini doğrulamaktadır. Araştırma sonuçları, mevcut literatürle örtüşmekle birlikte, turist rehberi performansının kişisel temsil boyutunun "kaçış deneyimi" üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmaması, çalışmanın en dikkat çekici bulgularından biri olmuştur.

Kişisel temsil boyutunun kaçış deneyimi üzerinde anlamlı bir etki yaratmaması, bu deneyim boyutunun doğası gereği bireyin içsel psikolojik yapısı, çevresel koşullar ve hayal gücüyle daha fazla ilişkili olduğunu göstermektedir. Açık hava müzeleri gibi kolektif ziyaret yapılan ortamlarda grup etkileşimi, anlatı yoğunluğu ve fiziksel çevrenin sınırlamaları, bireysel kaçış deneyiminin ortaya çıkmasını zorlaştırmaktadır. Rehberli turlarda anlatı sürekliliği ve dikkat odaklı etkileşim, bireyin gerçeklikten uzaklaşmasını sınırlayabilir. Bu durum, deneyimin bazı boyutlarının yalnızca içerik ve sunumla değil, bağlamsal ve psikolojik koşullarla da şekillendiğini göstermektedir.

Kaçış deneyimi genellikle bireyin hayal gücü, ruhsal durumu, çevresel koşullar ve bireysel beklentileriyle şekillenen içsel bir süreçtir. Bu bağlamda rehberin kişisel temsili bu deneyimi destekleyici olabilir, ancak doğrudan bir belirleyici unsur olarak işlev görmeyebilir.

Sonuç olarak, rehberin kişilik ve yetenekleri ziyaretçi deneyiminin her boyutunu olumlu etkilerken, kişisel temsil becerileri daha çok bilişsel ve estetik deneyimlerde etkili olmakta, kaçış deneyimi ise çevresel ve bireysel faktörlerin bir kombinasyonu ile şekillenmektedir.

Bu çalışma, metodolojik ve bağlamsal olarak belirli sınırlılıklar çerçevesinde gerçekleştirilmiş olup, yalnızca turist rehberi eşliğinde açık hava müzelerini ziyaret eden yerli ziyaretçilerle sınırlı bir örneklem üzerinden çevrimiçi anket yoluyla veri toplanmıştır. Bu yöntem, hedef grubun deneyimlerine dair derinlemesine bilgi sunarken, katılımcı çeşitliliğini sınırlamıştır.

Gelecek araştırmalarda, farklı turistik bağlamlar (ör. tarihî kent merkezleri, arkeolojik alanlar, doğal parklar) ve daha çeşitli örneklem grupları (ör. yabancı turistler, farklı yaş grupları, farklı müze türleri) ile daha geniş kapsamlı çalışmalar yürütülmesi önerilmektedir. Nitel ve nicel yöntemlerin bir arada kullanıldığı karşılaştırmalı araştırmaların, bağlamsal çeşitliliğin etkisini ortaya koymada literatüre önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Mevcut çalışma, rehber performansının ziyaretçi deneyimi üzerindeki genel etkilerini ortaya koysa da özellikle kaçış deneyimi gibi öznel boyutlara ilişkin bireysel deneyimleri şekillendiren içsel süreçleri daha derinlemesine anlamak adına psikolojik ve davranışsal analizleri içeren disiplinlerarası araştırmalar yapılması önerilmektedir. Bu tür yaklaşımlar, ziyaretçi deneyimi çeşitliliğini anlamaya önemli katkılar sağlayarak hem akademik araştırmalar hem de kültürel miras turizmine yönelik uygulamalar açısından yol gösterici olabilir.

Bu çalışmanın verileri, turist rehberi eşliğinde açık hava müzesi ziyaret eden katılımcılardan elde edilmiştir. Çalışmanın bulguları, turizm profesyonelleri ve turist rehberleri için önemli pratik sonuçlar sunmaktadır. Turist rehberlerinin performansının ziyaretçi deneyimlerini olumlu yönde etkilediği dikkate alındığında, rehberlerin hizmet kalitesini artırmak amacıyla eğitim programları ve geliştirme uygulamaları hayata geçirilmelidir. Bu tür yatırımlar, ziyaretçi deneyimlerinin kalitesini yükseltmekle kalmayıp, aynı zamanda sektördeki genel hizmet standartlarının da artmasına katkı sağlayacaktır.

Etik Beyan: Bu çalışmada kullanılan ölçek için Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 28/12/2023 tarihli ve 666562 nolu protokol kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT) Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar (lar) ına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: 1. Yazarın katkı oranı %60, 2. Yazarın katkı oranı ise %40'tır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Aho, S. K. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: Modelling experience process in tourism. *Tourism Review*, 56(3/4), 33–37.
- Annis, S. (1974). *The museum as symbolic experience*. Unpublished manuscript. Chicago.
- Antón, C., Camarero, C., & Garrido, M.-J. (2018). Exploring the experience value of museum visitors as a co-creation process. *Current Issues in Tourism*, 21(12), 1406–1425.
- Arsenault, N., & Gale, T. (2004). *Defining tomorrow's tourism product: Packaging experiences* (Research Report No. 2004-7). Canada: Canadian Tourism Commission.
- Bayram, G. E. (2019). Turist rehberlerinde duygusal zekâ, motivasyon, performans ilişkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 43–59.
- Black, R., & Weiler, B. (2005). Quality assurance and regulatory mechanisms in the tour guiding industry: A systematic review. *The Journal of Tourism Studies*, 16(1).
- Brakus, J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68.
- Brito, M. (2012). Cultural tourists requests from their tourist guides. *International Journal of Management Cases*, 14(1), 266–282.
- Çapar, G. (2020). *Turist rehberlerinin yorumlama performansının hatırlanır tur deneyimi ve davranışsal niyetlere etkisi: Yerli turistler üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış doktora tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Chandralal, L., & Valenzuela, F. R. (2013). Exploring memorable tourism experiences: Antecedents and behavioural outcomes. *Journal of Economics, Business and Management*, 1(2), 177–181.
- Chang, K. C. (2014). Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction, and flow experience on tourists' shopping behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 219–247.
- Cohen, E. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589–603.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 378–398.
- Cohen, E., Ifergan, M., & Cohen, E. (2002). A new paradigm in guiding: The Madrich as a role model. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 919–932.

- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783–800.
- De Kadt, E. (1979). *Tourism: Passport to development?* New York: Oxford University Press.
- Dönbak, E. R. (2021). Tur rehberi performansı ve turist memnuniyeti arasındaki ilişkinin meta analizi: Uluslararası literatür örneği. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 1–16.
- Düz, B. (2016). *Turist rehberlerinin performans kriterlerini belirlemeye yönelik bir çalışma: Turist rehberliği performans ölçüğü geliştirilmesi* (Yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Erdoğan, H. H., & Kırcova, İ. (2017). Müze deneyimi boyutları: İstanbul Oyuncak Müzesi örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 16, 649–664.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Geva, A., & Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 177–185.
- Güzel, F. Ö. (2007). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü: Alman turistler üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Heung, V. C. S. (2007). Effects of tour leader's service quality on agency's reputation and customers' word of mouth. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 305–315.
- Hosany, S., & Gilbert, D. (2010). Measuring tourists' emotional experiences toward hedonic holiday destinations. *Journal of Travel Research*, 49(4), 513–526.
- Hu, W. (2007). *Tour guides and sustainable development: The case study of Hainan, China* (Unpublished Ph.D. thesis). University of Waterloo, Canada.
- Hu, W., & Wall, G. (2012). Interpretative guiding and sustainable development: A framework. *Tourism Management Perspectives*, 4, 80–85.
- Hurombo, B. (2016). *Assessing key tour guide competences to co-create memorable tourism experiences* (Doctoral dissertation). North-West University, Potchefstroom Campus, South Africa.
- Kao, Y. F., Huang, L. S., & Wu, C. H. (2008). Effects of theatrical elements on experiential quality and loyalty intentions for theme parks. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(2), 163–174.
- Köroğlu, Ö. (2011). *İş doyumunu ve motivasyon seviyelerinin bireysel performansla ilişkisi: Turist rehberleri üzerine bir araştırma* (Doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Leclerc, D., & Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(3–4), 181–200.
- Lin, K. (2006). *An examination of the relationship between experiential marketing strategy and guests' leisure behaviour in Taiwan hot-spring hotels* (Doctoral dissertation). United States Sports Academy, Alabama.
- Lugosi, P., & Bray, J. (2008). Tour guiding, organizational culture and learning: Lessons from an entrepreneurial company. *International Journal of Tourism Research*, 10(5), 467–479.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589–603.
- Mak, H. N. A., Wong, K. K. F., & Chang, R. C. Y. (2010). Factors affecting the service quality of the tour guiding profession in Macau. *International Journal of Tourism Research*, 12, 205–218.
- Mathisen, L. (2012). The exploration of the memorable tourist experience. In J. S. Chen (Ed.), *Advances in hospitality and leisure* (pp. 21–41). Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- McDonnell, I. (2001). *The role of the tour guide in transferring cultural understanding* (Working Paper No. 3).

- Meged, J. W. (2010). *The guided tour: A co-produced tourism performance* (PhD thesis). Roskilde University, Denmark.
- Mehmetoglu, M., & Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 12*(4), 237–255.
- Mossberg, L. (1995). Tour leaders and their importance in charter tours. *Tourism Management, 16*(6), 437–445.
- Mossberg, L., Hanefors, M., & Hansen, A. H. (2014). Guide performance: Co-created experiences for tourist immersion.
- Müküs, C. (2009). *Doğu Anadolu Bölgesi'nde çalışan turist rehberlerinin yeterliliği ve turist memnuniyetinin analizi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yüzüncüyıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Nebioğlu, K. G. (2013). *Meslek etiği: Turist rehberleri üzerine araştırma* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Orabi, R., & Fadel, D. (2020). The role of tour guide performance in creating responsible tourist behavior: An empirical study: Archaeological sites in Alexandria. *International Journal of Heritage, Tourism, and Hospitality, 14*, 325–346.
- Özbek, Ö., & İskender, A. (2021). Turist rehberlerinin anlatım performanslarının tur memnuniyetine etkisi: Kapadokya üzerinde bir uygulama. *Journal of Applied Tourism Research, 2*(2), 159–168.
- Özdemir, M., Çetin, G., Dinçer, F. İ., & Akagün, T. (2018). Turist deneyiminde profesyonel turist rehberlerin rolü. In N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç, & H. U. Yıldırım (Eds.), *Turist rehberliği üzerine güncel araştırmalar* (pp. 360–370). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review, 76*, 97–105.
- Prakash, M., & Chowdhary, N. (2010). Tour guides: Roles, challenges and desired competences—A review of literature. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems, 3*(1), 1–12.
- Rabotic, B. (2010). Professional tourist guiding: The importance of interpretation for tourist experiences. *20th Biennial International Congress: New Trends in Tourism and Hotel Management*, 6–8 May 2010, Opatija, Croatia.
- Radder, L., & Han, X. (2015). An examination of the museum experience based on Pine and Gilmore's experience economy realms. *The Journal of Applied Business Research, 31*(2), 455–470.
- Randall, C., & Rollins, R. B. (2009). Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas. *Journal of Sustainable Tourism, 17*(3), 357–374.
- Ritchie, J. B., & Hudson, S. (2009). Understanding and meeting the challenges of consumer/tourist experience research. *International Journal of Tourism Research, 11*(2), 111–126.
- Sanz-Blas, S., & Buzova, D. (2016). Guided tour influence on cruise tourist experience in a port of call: An eWOM and questionnaire-based approach. *International Journal of Tourism Research, 18*(6), 558–566.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management, 15*(1–3), 53–67.
- Sezgin, E., & Düz, B. (2018). Testing the proposed “GuidePerf” scale for tourism: Performances of tour guides in relation to various tour guiding diplomas. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 23*(2), 170–182.
- Şahin, İ., & Güzel, F. Ö. (2018). Destinasyon deneyimi bileşenleri: Antalya ve İstanbul destinasyonları üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 29*(1), 1–13.
- Şahin, S. (2012). *Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri: Alman, İngiliz ve Rus turistlerin algılamaları* (Yayınlanmamış doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience based tourism. *Tourism Management, 24*, 35–43.
- Tetik, N. (2012). *Turist rehberlerinin ekoturizm alanındaki yeterlilikleri: Doğu Karadeniz örneği* (Yayınlanmamış doktora tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Vesci, M., Conti, E., Rossato, C., & Castellani, P. (2021). The mediating role of visitor satisfaction in the relationship between museum experience and word of mouth: Evidence from Italy. *The TQM Journal*, 33(1), 141–162.
- Watson, A. E., Roggenbuck, J. W., & Williams, D. R. (1991). The influence of past experience on wilderness choice. *Journal of Leisure Research*, 23(1), 21–36.
- Weiler, B., & Davis, D. (1993). An exploratory investigation into the role of nature-based tour leader. *Tourism Management*, 14(2), 91–99.
- Weiler, B., & Walker, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 90–99.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33–44.
- Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2001). Intercultural communication and mediation: A framework for analysing. *Journal of Vacation Marketing*, 8(1), 75–87.
- Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: Evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25, 81–91.