

T.C
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**MACERA TURİST REHBERLİĞİ SEÇİM NEDENLERİ:
ÖZ BELİRLEME TEORİSİ BAĞLAMINDA BİR
ARAŞTIRMA**

SEMRA KILINÇOĞLU

TEZ DANIŞMANI:
DOÇ. DR. SEÇKİN ESER

TEMMUZ - 2023

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde bizzat elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada özgün olmayan tüm kaynaklara eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.

Semra KILINÇOĞLU

24/07/2023

ÖZ

MACERA TURİST REHBERLİĞİ SEÇİM NEDENLERİ: ÖZ BELİRLEME TEORİSİ BAĞLAMINDA BİR ARAŞTIRMA

Kılınçoğlu, Semra

Yüksek Lisans, Turizm Rehberliği

Tez Yöneticisi: Doç. Dr. Seçkin Eser

2023

Temel psikolojik ihtiyaçlar bireylerin doğuştan sahip olduğu temel ihtiyaçlar olarak bilinmektedir ve bu ihtiyaçların giderilmesi birçok psikolojik faktörü etkileyebilmektedir. Turist rehberleri turizm sektörünün en önemli bileşenleri olarak görülmektedir. Macera turlarında hizmet veren turist rehberlerinin, temel psikolojik ihtiyaçlarının belirlenmesi ve karşılanma düzeylerinin ortaya konması, rehberlerin meslekleri için gerekli görülen gelişim ve iyi olma halinin sağlanmasına etki edebilmektedir. Bu araştırma, macera turist rehberliği hizmeti veren bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın verileri, çevrim içi olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Veri analizi için içerik analizi kullanılarak, kodlama ve sınıflandırma yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; macera rehberlerinin macera aktiviteleri esnasında temel psikolojik ihtiyaçlarını karşıladıkları belirlenmiştir. Macera turist rehberlerin özerk motivasyona sahip bireyler oldukları ve etkinliklere katılma kararlarında irade ve özdenetim sahibi oldukları görülmüştür. Ayrıca rehberlerin başarılı bir şekilde yaptıkları işlerin üstesinden gelebilen bireyler oldukları ve yeterli ihtiyacı karşıladıkları belirlenmiştir. Macera turlarında geçirilen uzun sürelerin rehber ve misafir arası ilişkilerin derinleşmesine zemin hazırladığı ve kurulan yakın dostluklar ile rehberlerin ilişkili olma ihtiyaçlarını giderdikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Macera Turizmi, Macera Turist Rehberi, Macera Turları, Temel Psikolojik İhtiyaçlar

ABSTRACT

REASONS FOR CHOOSING ADVENTURE TOURIST GUIDANCE: A RESEARCH IN THE CONTEXT OF SELF-DETERMINATION THEORY

Kılınçoğlu, Semra

Master's Degree, Tourism Guidance

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Seçkin Eser

2023

Basic psychological needs are known as the basic needs that individuals have from birth and satisfying these needs can affect many psychological factors. Tourist guides are seen as the most important component of the tourism industry. Specifying the basic psychological needs of the tourist guides serving in adventure tours and presenting the level of their satisfaction can affect the improvement and well being of the guides as necessary for their profession. This research was carried out to determine the basic psychological needs of individuals who perform adventure tourist guide services. In this study qualitative research methos was used. The data of the research were collected online with semi-structures interview form. For data analysis, coding and classification were made by using concent analysis. According to the research results; It has been determined that adventure guides meet their basic psychological needs during adventure activities. It has been seen that adventure tourist guides are individuals with autonomous motivation and have will and self-control in their decisions to participate in activities. In addition, it has been determined that the guides are individuals who can overcome the work they do successfully and meet the need for competence. It has been seen that the long periods spent on adventure tours pave the way for the deepening of the relations between the guide and the guest, and the close friendships established and the guides meet the need for relatedness.

Key Words: Adventure Tourism, Adventure Tourist Guide, Basic Psychological Needs, Adventure Tours

ÖNSÖZ

Çalışma sürecimiz boyunca her an bana destek olan, bilgi ve birikimiyle yol gösterici olan, gerekli sabır ve özveriyi gösteren ve çalışmalarını takdir ettiğim sayın hocam Doç. Dr. Seçkin ESER'e destekleri için çok teşekkür ederim.

Tez savunma jürimde yer alan ve pozitif bakış açısıyla bana ilham veren Dr. Öğr. Üyesi Sibel SÜ ERÖZ ve Prof. Dr. Şimal AYMANKUY'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca anket süreci boyunca ulaştığım tüm macera rehberine değerli vakitlerini bana ayırdıkları ve birbirinden güzel anket cevapları için çok teşekkür ederim.

Her daim desteğini hissettiğim ve tezin yazım aşamasında her an yanımda olan eşim Ünal KILINÇOĞLU'na ve yaklaşık 9 aydır yanımdan hiç ayrılmayan benimle tüm stresli ve mutlu anlarımı paylaşan, çok yakında aramızda olacak oğluma teşekkür ederim.

Semra KILINÇOĞLU

Temmuz, 2023

Kırklareli

İÇİNDEKİLER

BEYAN	iii
ÖZ	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	xi
TABLolar	xii
ŞEKİLLER	xiii

GİRİŞ	1
PROBLEMİN TANIMI.....	1
ARAŞTIRMANIN AMACI.....	2
ARAŞTIRMANIN SORULARI.....	2
ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	3

1. BÖLÜM

TURİZM VE TURİST REHBERLİĞİ.....	5
1.1. TURİZMİN TANIMI.....	5
1.2. TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİ.....	6
1.3. TURİZMDE TURİST REHBERLİĞİNİN ÖNEMİ.....	7

2. BÖLÜM

ALTERNATİF TURİZM.....	9
2.1. ALTERNATİF TURİZM ve ÖZELLİKLERİ.....	9
2.2. ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ.....	13
2.2.1. Kültür Turizmi.....	14
2.2.2. İnanç Turizmi.....	15
2.2.3. Gastronomi Turizmi.....	16

2.2.4. Kongre Turizmi.....	17
2.2.5. Yat Turizmi.....	18
2.2.6. Mağara Turizmi.....	18
2.2.7. Av Turizmi.....	19
2.2.8. Yayla Turizmi.....	20
2.2.9. Akarsu Turizmi.....	21
2.2.10. Kuş Gözlemciliği Turizmi.....	21
2.2.11. Botanik Turizm.....	22
2.2.12. Ekoturizm.....	23
2.2.13. Golf Turizmi.....	24
2.2.14. Hava Sporları Turizmi.....	25
2.2.15. Su Altı Dalış Turizmi.....	26
2.2.16. Kamp ve Karavan Turizmi.....	27
2.2.17. Dağ ve Kış Turizmi.....	28
2.2.18. Macera Turizmi.....	29
2.2.18.1. Macera Turizminin Özellikleri.....	31
2.2.18.2. Macera Turizmi Çeşitleri.....	34
2.2.18.3. Macera Turistinin Özellikleri	39
2.3. ALTERNATİF TURİZMDE TURİST REHBERLİĞİ.....	41
2.4. MACERA TURİST REHBERLİĞİ ÖZELLİKLERİ ve GEREKLERİ.....	43

3. BÖLÜM

ÖZ BELİRLEME TEORİSİ.....	49
3.1. TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLAR.....	50

3.1.1. Özerklik.....	52
3.1.2. Yeterlik.....	53
3.1.3. İlişkili Olma.....	54

4. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	57
4.1. ARAŞTIRMANIN DESENİ.....	57
4.2. ARAŞTIRMANIN ÇALIŞMA GRUBU.....	58
4.3. VERİLERİN TOPLANMASI.....	59
4.4. VERİLERİN ANALİZİ.....	60
4.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	61

5. BÖLÜM

BULGULAR.....	63
5.1. KATILIMCILARA AİT DEMOGRAFİK BİLGİLER.....	63
5.2. KATILIMCILARA AİT MESLEKİ BİLGİLER.....	64
5.3. KATILIMCILARIN MACERA TURİZMİ FAALİYET TERCİHLERİ.....	66
5.4. ARAŞTIRMA SORULARINA İLİŞKİN BULGULAR.....	68
5.4.1. ÖZERKLİK İHTİYACINA İLİŞKİN BULGULAR.....	68
5.4.1.1. Kendini Yönetebilme.....	69
5.4.1.2. Aktiviteleri Yönetebilme.....	71
5.4.1.3. Yaşamdan Keyif Alma.....	72
5.4.1.4. Pozitif Duygulanım.....	73
5.4.1.5. Özgürlük Hissi.....	75

5.4.2. YETERLİK İHTİYACINA İLİŞKİN BULGULAR.....	76
5.4.2.1.Kendini Geliştirme.....	76
5.4.2.2. Kendini Yeterli Hissetme.....	77
5.4.2.3. Çevre ile Kurulan Pozitif İlişkiler.....	79
5.4.2.4. Problem Çözme Becerisi.....	80
5.4.3. İLİŞKİLİ OLMA İHTİYACINA İLİŞKİN BULGULAR.....	81
5.4.3.1. Yakın İlişkiler Kurabilme.....	82
5.4.3.2. Ortak İlgi Alanlarına Sahip Olma.....	82
5.4.3.3. Bağlantılı Olma.....	83
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	85
KAYNAKÇA.....	95
EKLER.....	125
EK 1: DAVET MESAJI.....	125
EK 2: MACERA TURİST REHBERLİĞİ SEÇİM NEDENLERİ ANKET FORMU.....	126
EK 3: ETİK KURUL İZNİ.....	128

KISALTMALAR

ATDI: Adventure Tourism Development Index (Macera Turizmi Gelişim İndeksi)

ATTA: Adventure Travel Trade Association (Macera Turizmi Ticaret Odası)

KTB: Kültür ve Turizm Bakanlığı

 rn: Örneğin

STK: Sivil Toplum Kuruluşları

TDK: Türk Dil Kurumu

TUİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TUREB: Turist Rehberleri Birliği

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

UN: United Nations (Birleşmiş Milletler)

UNWTO: World Tourism Organization (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm  rg t )

vb: Ve benzeri

vs: Vesaire

WWF: World Wide Fund for Nature (Doğa İçin Dünya Fonu)

TABLÖLAR

Tablo 1: Macera Turizmi Çeşitleri.....	37
Tablo 2: Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler.....	63
Tablo 3: Katılımcılara Ait Mesleki Bilgiler.....	65
Tablo 4: Katılımcıların Macera Turizmi Faaliyet Tercihleri.....	66
Tablo 5: Temel Psikolojik İhtiyaçlar Kavramına Dair Yapılan Tematik ve Kavramsal Kodlamalar.....	68



ŞEKİLLER

Şekil 1: Geliş Amaçlarına Göre Ziyaretçiler, IV. Çeyrek, 2022.....13



GİRİŞ

Bu çalışma macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmektedir. Araştırma bu çerçevede giriş, sonuç ve öneriler kısmı dışında toplam 5 bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın giriş kısmında, öncelikle problemin tanımı yapılarak araştırmanın amacı, araştırmanın soruları ve araştırmanın önemi yer almaktadır.

Birinci, ikinci ve üçüncü bölüm tez konusu kapsamında yer alan kavramlara ilişkin bilgilerin verildiği bölümdür.

Dördüncü bölüm araştırmanın yöntemi kısmında araştırmanın çalışma grubu, verilerin toplanması, analizi ve araştırmanın sınırlılıklarına ilişkin bilgilerin yer aldığı bölümdür.

Beşinci bölümde araştırma sonucu elde edilen bulgular yer almaktadır.

Sonuç ve öneriler kısmında, elde edilen bulgulardan hareketle varılan sonuç ve sonuca bağlı olarak geliştirilen öneriler bulunmaktadır.

Problemin Tanımı

Temel psikolojik ihtiyaçlar bireylerin temel ihtiyaçlarıdır. Bu ihtiyaçların tatmini birçok psikolojik faktörü etkileyebilmektedir. Doğaya dayalı turizmin en ilgi çekici alanlarından biri haline gelen macera turlarında rehberlik hizmeti veren rehberlerin tur katılımcılarına göre daha tecrübeli olması beklenmektedir. Rehberlerin macera turlarında öz yönetime sahip olmaları, kendi kurallarını koyabilmeleri ve inisiyatif alabilmeleri önemli noktalardandır. Rehberlerin turlarda sergiledikleri davranışlar aracılığıyla kendini yetkin hissetmesi, bu turlardaki koşullara uyum sağlayabilme kapasitesi, zorlayıcı durumlarla başa çıkabilmesinde etkili olacak unsurlardır. Macera turist rehberlerinin turistlerle güçlü bir ilişki düzeyinin olması, aidiyet duygusuna sahip olması sosyal beceriler açısından kendisini geliştirmesine, duygusal açıdan zorlu durumların üstesinden gelmesine ve daha olumlu

tutumlar sergilemesine yol açabilecektir. Macera turist rehberleri özerlik, yeterlik, ilişkili olma gereksinimleri karşılandıkça hizmetlerine verdikleri değer ve düzenlemeyi içselleştirebilme olanağına sahip olmaktadır. Turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının karşılanması meslekleri için gerekli olan gelişimin, bütünlüğün ve iyi olma halinin sağlanması için gereklidir. Bu koşullar sağlandığında daha mutlu rehberler ve memnun turistler ortaya çıkacaktır. Temel ihtiyaçlar karşılanmadığı takdirde daha zayıf bir işlevsellik ve macera turunun ortaya çıkması olasıdır. Bu nedenle, macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının belirlenmesi gerekmektedir. Turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının tatmini sağlandıkça gerçekleştirdikleri aktiviteden alacakları haz ve aktiviteye katılım gösterme eğilimleri artabilecek, böylece rehberler kendi davranışını sosyal bağlama uyarlayarak kontrol edebilecektir.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı macera turist rehberliği hizmeti veren bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının belirlenmesidir. Araştırma kapsamında macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarının “özerklik, ilişkili olma ve yeterlik” olarak belirlenen temel ihtiyaçlar üzerinden karşılanma düzeylerinin ortaya konması amaçlanmıştır.

Bu çalışmada öncelikle macera turist rehberlerinin profilleri belirlenerek, temel psikolojik ihtiyaçları ortaya konulacaktır. Macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçları incelenerek, turist rehberlerine ve seyahat acentalarına yönelik öneriler geliştirilmek hedeflenmiştir. Macera turist rehberleri ve macera turlarına yönelik yapılacak diğer çalışmalar için bir bakış açısı sunacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Soruları

Macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla, araştırmada yanıtları aranan sorular aşağıda ifade edilmiştir.

AS1: Macera turist rehberlerinin demografik özellikleri nelerdir?

AS2: Macera turist rehberlerinin tur esnasında karar alma sürecindeki etkileri nasıldır?

AS3: Macera turist rehberlerinin bilgi, beceri ve yetenekleri nelerdir?

AS4: Macera turlarına katılan turistler ve macera turist rehberinin ilişki düzeyleri nasıldır?

Araştırmanın Önemi

Araştırmanın temel amacı macera turist rehberliği hizmeti veren bireylerin temel psikolojik ihtiyaçlarının belirlenmesidir. Literatürde macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik az sayıda çalışma (Mackenzie ve Raymond; 2020; Mackenzi, Boudreau ve Raymond, 2020) yapıldığı görülmektedir.

Mackenzie ve Raymond (2020), macera rehberlerinin psikolojik iyi oluşlarını temel psikolojik ihtiyaçlar üzerinden incelemiştir. Mackenzi, Boudreau ve Raymond (2020) ise kadın macera turist rehberlerinin deneyimleri ve temel psikolojik ihtiyaçları üzerine bir çalışma yapmıştır.

Macera turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken yaşadıkları stres ve duygular (Mackenzi ve Kerr, 2013), dağcılık turlarında yer alan turist rehberlerinin doğaya dayalı macera aktivitelerine sağladıkları katkılar (Beedie, 2013), macera turlarında görev alan rehberlerin psikolojik deneyimleri (Mackenzi ve Kerr, 2014), doğa temelli macera aktivitelerinde yer alan rehberlerin katılımcılar üzerindeki etkisini (Rokenes, Schumann ve Jeff, 2015) inceleyen sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir.

Yerli alan yazında macera turlarında rehberlik hizmeti veren rehberlerin temel psikolojik ihtiyaçlarının belirlenmesine yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanılmadığı için araştırmanın önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Doğaya dayalı turizm faaliyetlerinde turist rehberlerinin rollerini (Köroğlu, Köroğlu ve Alper, 2012), macera turist rehberlerinin mesleki kişilikleri çerçevesinde gösterdikleri duygusal emeğin iş tatminine etkisini (Asan, 2020), mağara tur düzenlemesi ve mağara rehberlerinin görevlerini (Yozcu, 2020), inceleyen az sayıda çalışma yer almaktadır.

Araştırmanın macera turist rehberleri açısından faydaları şu şekilde özetlenebilir: Araştırma macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirildiği için rehberlerin ruh halini anlamaya yardımcı olacak ve rehberlerin psikolojilerini desteklemek için yapılması gerekenleri ortaya çıkaracaktır. Karşılanan temel psikolojik ihtiyaçlar rehberler ile turistler arasında güçlü bir bağ oluşmasına ortam hazırlayacak, kendini gerçekleştirmiş olan rehberler ile turistler daha olumlu ilişkiler geliştirecek bu durumlar kişiler arası karşılıklı güven, sıcaklık, duygusal yakınlık ve empati hislerinin oluşmasına ortam hazırlayacaktır. Öte yandan rehberler karşılanan temel psikolojik gereksinimleri sonucu duygu düzenlenmelerini sağlayabilecek böylelikle daha iyi bir yaşam kalitesine sahip olabilecektir. Aynı zamanda olumlu yaşam dönüşümleri, sosyal bağlantılar ve zevk olarak adlandırılan faydalara erişim imkanı bulacaklardır.

Araştırmanın seyahat acentaları açısından faydaları: Seyahat acentalarına bağlı çalışan rehberlerin temel psikolojik ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçlara cevap verebilecek alanlar oluşturmaya yardımcı olması açısından turizm paydaşları için çift yönlü bir gelişim sağlayacaktır.

Araştırmanın turistler açısından faydaları; karşılanan temel psikolojik ihtiyaçlar sonucu gerekli mesleki gelişimini ve iyi olma halleri sağlanan rehberlerin alanlarında verdikleri hizmet kalitesi artacaktır. Rehberin mutlu olması, aldığı hizmetten memnun olarak ayrılan turist profilinin oluşmasına ortam hazırlayacaktır.

1. BÖLÜM

TURİZM VE TURİST REHBERLİĞİ

1.1. Turizmin Tanımı

Turizm kelimesinin kökeni ile ilgili farklı yaklaşımlar olduğu bilinmektedir. Oxford İngilizce sözlüğüne göre turizm kelimesinin kökeni Antik Yunan'a dayanmaktadır (Leiper, 1983: 277). Terimin köken olarak “tornus” sözcüğünden türediği ve hacıların dairesel şekil çizmek amacıyla kullandıkları alete verilen isimden geldiği düşünülmektedir (Wictionary, 2018). İngilizcedeki “tour” ve “touring” kelimeleri de bu sözcükten türemiştir (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar 2007: 16-17). İngilizcedeki “tour” kelimesi zaman, başlanılan yere geri dönmek ve gezinti anlamlarında kullanılmaktadır (Gligorijević, Stefanović 2012: 274). Turizm eyleminde önemli olan yer değiştirme ve yolculuk durumundan sonra geri dönme hususudur. Böylelikle bir olayın turizm içerisinde ele alınabilmesi için ilk dönemlerden beri yer değiştirme olayının olması ve sonra geri dönüş ile eylemi ile sonlanması gerekmektedir (Mill, 1992: 2-3).

Turizm ile ilgili yapılan tanımlardan en bilinenleri, Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve Birleşmiş Milletler tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre; “Çalışma amacı güdülmeden; eğlence, iş veya diğer kişisel amaçlar doğrultusunda, ikamet edilen alanın dışında bir yılı aşmayacak süre boyunca seyahat edilmesidir” (UN ve UNWTO, 2008: 10).

Diğer bir tanıma göre; insanların kendi yaşadıkları yer dışında, sürekli yerleşim sağlamaksızın, ticari veya politik kaygılara girmeden; iş, merak, din, sağlık, istirahat veya kültürel amaçlı yaptıkları aile ziyaretleri, kongre, seminer gibi etkinliklere kişisel veya gruplar halinde katıldıkları ve gidilen yerde bir günü aşan konaklamalar olarak tanımlanır (Sağcan, 1986: 80).

Turizmin genel tanımına göre; daimi ikamet adresi dışında ziyaretçi ve tüketici konumunda tatil, dinlence ve kültür gibi ihtiyaçların karşılanması amacıyla yapılan yolculuk veya geçici olarak barınma hareketleridir (Gürbüz, 2002: 49-59).

Yapılan tanımlara göre turizmde ortak hedef, insanların boş vakitlerinde geçici olarak ve kâr amacı gütmeyen, sürekli yaşadıkları yerlerin dışında vakit geçirerek tek başlarına veya toplu olarak yaptıkları konaklama ve seyahat faaliyetlerin tümüdür. Turizmin tanımı yapılırken göz önünde bulundurulması gereken hususlar; yapılan seyahat sürekli ikamet edilen, çalışılan ve rutin ihtiyaçların giderildiği alanının dışında olmalı, seyahat esnasında turistik mal ve hizmet talebi olmalı ve gelir elde etme amacı güdülmeden geçici konaklamaları içermelidir (Mak, 2004: 3; Kozak, 2012: 17).

1.2. Turist Rehberliği Mesleği

26.12.2014 tarihinde çıkan Meslek Yönetmeliği ve 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanununa göre turist rehberliği hizmeti; “seyahat acentası faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup halindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal vb. değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi” şeklinde ifade edilmektedir. Bölgesel turist rehberi: “Ruhsatnamesinde ve çalışma kartında coğrafi bölge veya bölgelerde çalışma hak ve yetkisine sahip olan turist rehberleri” olarak ifade edilirken, ülkesel turist rehberi ise “Ruhsatnamesinde ve çalışma kartında ülke genelinde çalışma hak ve yetkisine sahip olduğu belirtilen turist rehberlerini” ifade eder (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Turizm sektöründe rehberlik mesleği oldukça önemlidir. Rehberler ülke turizmine katkısı olan, çeşitli kültürlerden ülke insanlarına bölgede eşlik eden, ülkeyi temsil eden, tur deneyimine donanım ve tutum ve davranışlarıyla doğrudan etkisi olan kişilerdir (Hacıoğlu ve Güdü Demirbulat, 2014: 181). Sadece turistler ile değil aynı zamanda sektördeki kurum ve kuruluşlar ve yerel halk ile iletişim halinde oldukları için köprü görevi görmek ve

dolayısıyla turizm faaliyetlerinde önemli bir yere sahip kişiler olarak kabul edilmektedirler (Tang ve Chang, 2006: 19; Eser, 2018: 26).

Turist rehberi yönetmeliğe uygun mesleklerini icra etme yetkisine sahip, ülkeye gelen gerek yerli gerek yabancı turistlere bölgeyi en iyi şekilde tanıtmaya gayret eden, gezi süresince turiste önderlik eden ve doğru bilgi aktarımı sağlayan, tur programını seyahat acentası adına yöneten Kültür ve Turizm Bakanlığı yetki belgesi olan kişiler turist rehberi olarak tanımlanmaktadır (Tosun ve Temizkan, 2004: 345-356; Köroğlu, 2013: 92).

Profesyonel anlamda rehberlik tanımı yapılırken rehberlerin çok yönlü olmasına Ahipaşaoğlu (2001: 91) vurgu yapmaktadır. Çünkü rehberler gerektiğinde yaylacılık, doğa yürüyüşleri, bisiklet, çeşitli sporlar, mağaracılık, paraşütçülük, at biniciliği ve ornitoloji içeren çeşitli alternatif turizm çeşitlerinin uygulanmasına kılavuzluk eden kişilerdir. Ayrıca rehberler bilgi saylayıcı, arabulucu, sağlık ve güvenlik personeli, lider ve organizatör rollerini üstlenen kişilerdir (Tetik, 2012: 207).

Ülke turizmine olan katkıları sebebiyle ve turizm işletmelerini yansıtan turist rehberleri, misafirler ile yerel halk arasında kurulan iletişime aracı olan, yabancı kültürlerin tanınmasına katkıda bulunan ve kültürler arası bilgilerin aktarımı açısından önemli katkılar sağlayan kişilerdir (Cohen, 1985: 1; Batman ve öte., 2000: 27; Güzel, 2007: 8; Yenipınar ve öte., 2014: 87).

1.3. Turizmde Turist Rehberliğinin Önemi

Turist rehberleri turistlere ziyaretleri süresince eşlik ederek seyahatlerin sorunsuz olarak sürdürülmesini sağlayan kişilerdir. Rehberler tutum ve davranışlarıyla ülke insanının imajını yansıtmaktadırlar. Ülkeye gelen turistin tekrar gelme niyetine doğrudan etki etmektedirler (Kuşluvan ve Çeşmeci, 2002: 235-242; Tosun ve Temizkan, 2004: 359). Diğer bir deyişle, “ülke imajı oluşum ve gelişiminde, ülke ile ön yargıların giderilmesi veya pekiştirilmesinde, kültürel yapı ve değerlerin doğru bir şekilde aktarılmasında, rehberlerin rolleri yadsınamaz öneme sahiptir.” (Demirbulat, 2014: 21; Bowie ve Chang, 2005: 305). Turist rehberleri yerel kültür ve

ziyaretçiler arasında kültür aracısı olarak bir rol üstlenmektedir ve yerel halk ile turistler arasında iletişimi sağlayan kişilerdir (Yu ve öte; 2001: 77; Leclerc ve Martin, 2004: 181). Geçmişte tur operasyonların gerçekleşmesinde ana rolden ziyade yardımcı rolde olan rehberlerin zamanla misyonları genişlemiş olup arabuluculuk, deneyim yaşatma, sürdürülebilirlik gibi çok çeşitli görevleri olduğu bilinmektedir (Weiler ve Black, 2015: 42).

Rehberlerin turistlerle sıcak bir diyalog yakalayabilmesi, turistlerin rehberlere olan güvenini arttırmaktadır. Turistlerin yaptıkları ziyaret sonrası ülke ve ülke insanlarıyla ilgili izlenimlerinde rehberin etkisi oldukça büyüktür (Akmel, 1992: 219). Rehberlerin kurdukları diyalog, turistlere yaklaşım tarzları, olaylara karşı anlayış düzeyleri ve farklı ruh hallerine karşı duyarlı davranması rehber turist ilişkisini oldukça etkilemektedir. Samimi ve arkadaşça sohbetler katkısıyla turistler turdan aldıkları hizmetten memnun ayrılmaktadır (Tetik, 2006: 67).

Turizm çoğu ülkede ekonomik anlamda büyük öneme sahiptir, turist rehberleri de kendilerini sadece coğrafi ve kültürel açıdan değil sosyolojik ve psikolojik anlamda da kendilerini iyi eğitmiş kişilerdir. Turist rehberlerin turistik deneyimler konusunda anahtar bir role sahiptir (Cohen, Ifergan ve Cohen, 2002: 919-932).

Değişen ilgi ve ihtiyaçlar ile birlikte turistlerin büyük çoğunluğu tatillerini yalnızca doğal güzelliklerle bezenmiş turistik bir tesiste kalarak veya deniz-kum-güneş odaklı geçirmek istememektedir. Bu bağlamda turiste beklentilerine yönelik çeşitli olanakların sunulmasında onlarla birebir iletişim halinde olan, yönlendirme sağlayan ve sorunlarının giderilmesinde yardımcı olan turist rehberleri oldukça önemlidir (Güngüz, 2002: 243-255).

2. BÖLÜM

ALTERNATİF TURİZM

2.1. Alternatif Turizm Tanımı ve Özellikleri

Turizm alanında özel ilgilerin doğuşu insanların boş zaman ve seyahat eğilimlerini belirlemede uluslararası turizm pazarında önemli değişikliklere gidilmesine sebep olmuş ve ortaya çıkan bu durum geçmişten günümüze turizm kategorilerinin çeşitlenmesiyle sonuçlanmıştır (Hall ve Weiler, 1992). Toplumun yapısında meydana gelen değişiklikler turizm faaliyetlerine yönelimi de değiştirmiştir. 1950 ve 1960lı yıllar kitle turizmine dayalı gelişirken, 1970li yıllara gelindiğinde kitle turizminin sebep olduğu olumsuz çevresel, ekonomik ve sosyokültürel etkilerden dolayı 1980li yıllarda daha kabul edilebilir alternatifleri içeren seçenekler ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda kavram olarak alternatif turizm yazında yer bulmaya başlamıştır (Weaver, 2001: 108).

1990'lı yılların ikinci yarısına kadar süren klasik turizm anlayışı, tüketici talebinde meydana gelen değişiklikler sonucu işletmeleri değişen talebe uygun ürünler geliştirmeye zorlamıştır. Ülkeler dünya turizminden daha fazla pay elde edebilmek için stratejiler üretme yoluna gitmiş ve alternatif turizm de bunun bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Aymankuy ve Aymankuy, 2003: 2).

Mevcut turizm işletmelerinin kitle turizmi odaklı hizmetleri önceliklendirmesi, farklı beklentileri olan turistlerin isteklerini karşılamada yetersiz kalmıştır. Turistlerin farklı beklentileri, yeni turizm türlerinin oluşmasına zemin hazırlamış, beklentileri karşılamaya çalışan turizm türü olarak alternatif turizm kavramı ortaya çıkmıştır (Çelik Uğuz, 2011).

Alternatif turizm, kitle turizminin yol açtığı sorunlara yönelik bir çözüm arayışı niteliğinde ortaya çıkmış bir turizm alanıdır (Wearing ve Neil, 2009: 2). Temel çıkış nedeni, turizmden gelir elde eden paydaşların sağladıkları faydanın eşit olmaması, dengesiz gelişim göstermesidir. Ayrıca alternatif turizm fenomeni kitle turizmine karşı bir görüş olarak ortaya çıkarılmıştır

(Baytok ve öte., 2017: 3). Alternatif turizm “Kitle turizminin yol açtığı zararları azaltan, turizmden elde edilen geliri yerel halk öncelikli dağıtan, halkın refah seviyesine katkısı olan ve turizmden elde edilen geliri geniş zaman ve kesime yayan turistik hizmetler içeren bir turizm türü” olarak tanımlanmıştır (Kozak ve Bahçe, 2012: 96).

Lauria ve Long (2017), “Yumuşak turizm, yeşil turizm, sürdürülebilir turizm” gibi tanımlarla da anılan alternatif turizm, kitle turizminin ortaya çıkardığı olumsuzluklardan uzak, bitki ve hayvan çeşitliliğinin yüksek oranda olduğu alanlarda yürütülen, yerel kültüre saygı duyulmasını hedef alan bir turizm çeşididir (Brohman, 1996: 64).

Kitle turizminin ortaya çıkardığı sonuçlar ve değişen tüketici arzusuyla birlikte, doğal ve kültürel çevreye saygılı, daha alternatif olan, daha sürdürülebilir turizme yönelim talebinde artış olmuştur (Kiper, 2006: 46). İlk zamanlarda toplumda belirli bir zümreye hitap eden bir faaliyet olan turizm, sonraki zaman diliminde toplumun gelir seviyesinde meydana gelen artış, çalışma koşullarında yapılan iyileşmeler, teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler sonucu hız ve kalite farklılıklarının belirginleşmesi ve kişilerin yeniliklerden haberdar olması, eğitim seviyelerinde yaşanan yükselme, sadece belirli bir kesime hitap eden alan olmak yerine, çeşitli istek ve ihtiyaç ve isteklere hitap edecek konuma gelmiştir (Emiroğlu, 2013: 1).

Bu bağlamda alternatif turizm kitle turizmine karşı ortaya çıkan, olumlu etkileri olan ya da çok az olumsuz etkiye sahip olan ideal bir turizm formu olarak değerlendirilmiştir (Erdoğan, 2003). Kitle turizminin tersi niteliğinde değerlendirilen alternatif turizm kavramı, sürdürülebilir ve doğaya duyarlı ilkeler doğrultusunda geliştirilmesi gereken bir turizm türüdür. Geleneksel turizm anlayışından farklılık gösteren, turizmi mevsimsellikten kurtarıp tüm yıla yayan ve farklı bölgelerde turizmin gelişmesine katkı sağlayan turizm çeşididir. Ayrıca kitle turizminin plansız olması nedeniyle ortaya çıkardığı olumsuz etkileri azaltmak amacıyla ortaya çıkan bir turizm türüdür (Boz, 2014: 85). Böylelikle turizmin yeni formu, turizmin en istenmeyen türü olan

kitle turizmine veya geleneksel/ticari turizme alternatif bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır (Triarchi, 2017).

Kitle turizmine yönelim daha çok gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkelerde görülmektedir. Bu ülkelerde doğaya ve kültürel mirasa verilen zararın maksimum düzeyde olduğu ifade edilmiştir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009: 115-116). Bu turizm türünün yaygın olarak görüldüğü bölgelerde çevre kirliliğinin artması, kültürel ve doğal alanların tahribi gibi olumsuz etmenler doğaya ve sosyal ve kültürel hayata daha duyarlı turizm hedeflerinin olması gerektiği fikrini meydana getirmiştir. Bu görüşler sonucu ortaya çıkan alternatif turizmin amacı, doğa ve kültürel yapıya karşı daha duyarlı ve saygılı olmak görüşünü destekler (Brohman, 1996: 64). Buna ek olarak, alternatif turizm yoğun olmayan ve küçük ölçekli bir turizm olarak düşünülmelidir. Mülkiyet hakkı yerel halkın yararına yabancı yatırımcılardan küçük ölçekli işletmelerle yürütülür. Bu turizm türüne katılan kişiler bireysel ya da az sayıda gruplar şeklinde seyahat etmeyi tercih ederler, doğaya duyarlı ve eğitilmiş kişiler, yöre halkıyla ilişki kurmak isterler. Alternatif turizm türünü tercih eden kişiler, sosyal, eğitilmiş, araştırmacı bir ruha sahip, bağımsız hareket eden, doğal, tarihi ve kültürel mirası koruma konusunda hassas ruha sahip, yerel halk ile ilgili kişilerdir. Bu turizm türüne katılan ziyaretçiler toplumsal statü bakımından, diğer turizm alanlarında faaliyet gösteren kişilere göre daha yüksek seviyededir (Uygur ve Baykan, 2007: 39).

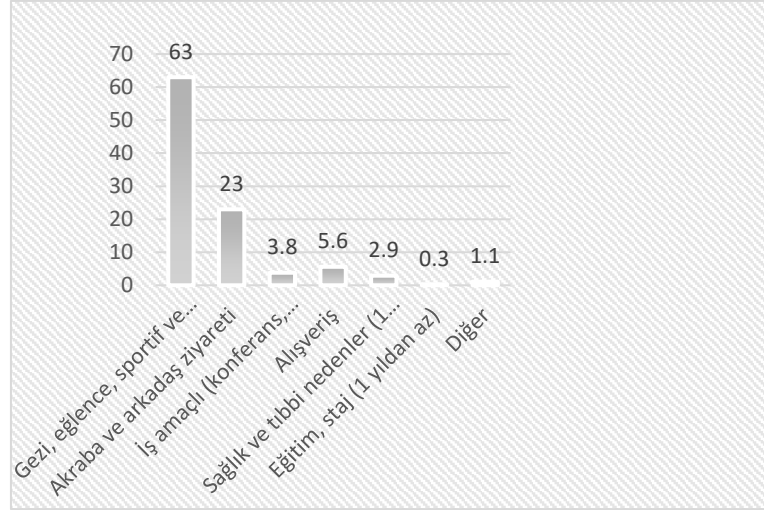
Alanyazınında alternatif turizmin özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009: 98-101; Triarchi ve öte., 2017; Baytok ve öte., 2017: 5; Wearing ve Neil, 2009: 5).

- Genel olarak küçük ölçekli bir turizm türüdür,
- Yerel halk odaklıdır ve önceliği yerel halka verir,
- Sürdürülebilir turizm kapsamında doğal, tarihi ve kültürel yapıyı korumayı amaçlar,
- Gelişim sürecinde tüm paydaşların katılımını esas alır,

- Sürdürülebilir yaşam anlayışında halkın ve tüketicinin yaşam kalitesini iyileştirmeye yönelik çalışır, yerel halk öncelikli olarak turizm paydaşlarının turizmden elde ettiği faydaları eşit dağıtmak hedefindedir,
- Sürdürülebilirlik anlayışıyla sosyal ve fiziksel kapasiteyi aşmamaya dikkat eder,
- Bu turizm kapsamında büyük gruplardan ziyade küçük gruplarla yapılan etkinlikler ve bu faaliyetlerde bireysellik söz konusudur.

Alternatif turizmde çevrecilik boyutu büyük öneme sahiptir, bu nedenle doğal ve kırsal alanların korunması önemli görülür. Bu anlayışa göre, doğanın var olan doğal dokusuna zarar vermeden ve kaynakları tüketmeden kullanma anlayışı esastır. Böylelikle sürdürülebilir bir turizm faaliyeti oluşmaktadır (Erdoğan ve Erdoğan, 2005: 15).

Vurguladığı temalar bakımından gün geçtikçe daha da önem kazanan bu turizm türü geliştikçe turizm kalitesi artacak ve ülkemizin dünya turizminde hak ettiği konuma ulaşma hedefinde bir araç halini alacaktır. Eğitim amaçlı, doğa temelli, hobilere ve kültüre dayalı turizm çeşidi olan alternatif turizmin temel amacı bireylerin çeşitli güdülerini, sosyal, kültürel ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılayabilmeyi doğal kaynaklarını koruyarak sürdürülebilirliği arttırmak hedefiyle gelişmektedir (Kahraman, 2010: 67).



Grafik 1: Geliş Amaçlarına Göre Ziyaretçiler, IV. Çeyrek, 2022

Kaynak: TÜİK Turizm İstatistikleri (2023)

TÜİK (2023), verilerine göre, yabancı turistlerin % 63'ü gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amacıyla ülkemizi ziyaret etmiş, turistler ikinci sırada, % 23 ile akraba ve arkadaş ziyaretinde bulunurken, üçüncü sırada % 5,6 ile alışveriş amaçlı turistik seyahatlere katılım göstermişlerdir. Ardından turistlerin % 3,8'i iş amaçlı seyahatlere katılım sağlarken, % 3,2'si sağlık ve tıbbi nedenler, % 0,3'ü eğitim ve staj geri kalan %1,1'lik kısmın ise diğer amaçlarla ülkemizi ziyaret ettiği yukarıdaki grafikte görülmektedir.

2.2. Alternatif Turizm Türleri

Uzun süreler ve sınırlı bir alanda yapılan geleneksel turizm anlayışının tersine, senenin tümünde ve mekân sınırı olmaksızın geniş alanlara yayılma olanağı sağlayan alternatif turizm, zengin olanaklar sunarak hızla yayılan bir turizm türüdür (Kozak ve Bahçe, 2009: 121).

Kavramsal açıdan tek bir turizm türü gibi algılansa da aslında kapsamlı ve karmaşık bir fenomen olarak ekoturizm, sürdürülebilirlik, toplum temelli turizm, fuar turizmi, gönüllü turizm, eğitim turizmi gibi farklı turizm şekillerini ifade etmektedir (Weaver, 1991; Leksakundilik, 2004; Higgins-Desbiolles, 2008).

Alan yazınında, alternatif turizm çeşitlerinden bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz, Kültür Turizmi, İnanç Turizmi, Gastronomi Turizmi, Kongre

Turizmi, Yat Turizmi, Mağara Turizmi, Av turizmi, Yayla Turizmi, Akarsu Turizmi, Kuş Gözlemciliği Turizmi, Botanik Turizm, Ekoturizm, Golf Turizmi, Hava Sporları Turizmi, Su Altı Dalış Turizmi, Kamp ve Karavan Turizmi, Dağ ve Kış Turizmi, Macera turizmi başlıcalarıdır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008; Düşmezkalender ve Metin, 2019; Arslan, 2019; Jovicic, 2016; Nunkoo ve Gürsoy, 2017; Prince ve Ioannides, 2017; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

2.2.1. Kültür Turizmi

Çoğu turist çeşitli toplumlara ait kültürleri tanıma amacıyla seyahat etmektedir. Farklı kültürleri deneyimlemek ve öğrenmek için turistlerin gerçekleştirdiği seyahatler ve konaklamalar “kültür turizmi” kapsamında değerlendirilir. İnsanlar kendi kültürlerinin dışında eski medeniyet ve kültürlerin izlerini görmek istemektedir (Arınç, 2002: 101).

Dünyadaki turizm anlayışındaki yaşanan değişimle birlikte, doğa ile bütünleşme, geçmiş kültürlerin izlerini yerinde deneyimleme, kültürel etkileşimler, yaşam şekilleri, el sanatları, inanç sistemleri, alışveriş mekanları, eğlence biçimleri ilgi çekici unsurlar haline gelmeye başlamıştır (Garrod, 2001). Kültür turizmi, bireylerin kültürel doyum sağlamak amacıyla, kültürel açıdan zengin alanları görmek istemesi, yok olmaya yüz tutmuş veya farklılaşan hayatları görmek ve öğrenmek, kültürel değerleri korumak amacıyla gerçekleştirilen turistik faaliyetlerdir (Avcıkurt, 2003: 10).

Kültürel turizm alanında yapılan çalışmalarda, kültür turizmi, miras turizmi, kültürel turizm, tarihi turizm şeklinde çeşitli kavramlar kullanılmaktadır (Doğaner, 2003: 3). Bu kavramlar arasında ayırım yapmak oldukça zordur, tarihsel kaynaklar ve miras kültürel turizmi doğurur, geliştirir (Doğaner, 2001: 135).

İnsanların kendi kültürel değerlerinin dışına çıkarak yeni birikimler oluşturmaları turizme olumlu yönde katkı sağlar. Bireyler eğitim düzeylerinde kendilerini ileri taşıdıklarında turistik faaliyetlerinde de artış olması olası bir sonuç olarak görülmektedir. Yapılan literatür taramalarında,

kişilerin eğitim düzeyi ve kültür turizmine katılım arasında yakın ilişki olduğu; kişilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe daha çok turistik faaliyetlere katılım gösterdikleri bilinmektedir. Eğitim düzeyi artan kişiler dünyadaki farklı destinasyonları, tarihi ve kültürel eserleri bizzat görmek ve yerinde incelemek amacıyla turistik faaliyette bulunmaktadır (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2001: 39).

2.2.2. İnanç Turizmi

Kutsal yerlerin çeşitli dinlere inananlar tarafından ziyaret edilmesi “inanç turizmi” olarak tanımlanır. Dini binalar, dini festival, ritüeller ve dini törenlerle ilgili olaylar önemli turist çekiciliklerindedir (Henderson, 2002).

İnanç turizmi, dinlerce kutsal görülen yerlere ziyaretler gerçekleştirmek, dinsel görevlerini yerine getirmek amacıyla ayinlere katılmak ve izlemek ve hac gibi dini vazifeleri yerine gerçekleştirmek hedefiyle yapılan seyahat ve konaklamaları içeren olaydır (Usta, 2002). Dini motifle yapılan seyahatlerin (hac, dini organizasyonlara katılma, dua etme, v.b.) geçmişi eski çağlara dayanmaktadır. Alternatif turizm çeşitlerinden biri olan inanç turizmi, insanların dini görevlerini yerine getirmek amacıyla kutsal alanları ziyaret etmesi ile ortaya çıkmıştır. Bu turizm türü dünyanın en eski turizm hareketlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Özpay, 2017: 938). Eski dönemlerden beri milyonlarca Müslüman hac görevini yerine getirmek amacıyla Mekke'yi, Hristiyanlar, hac görevini yerine getirmek amacıyla Kudüs'ü ve Anadolu'daki pek çok dini mekanı ziyaret etmektedirler.

Türk halkının Anadolu'da uzun yıllardır sürdürmüş olduğu yaşam tarzı, değişen dönemin dini inanç, gelenek ve görenekleri, mimari ve sanat eserleri günümüz turizmine önemli katkı sağlamaktadır. Çeşitli ulusların kendi ülkelerinde yaşadıkları olumsuz politikalar ve zorbalıklar sebebiyle Anadolu topraklarına sığınmaları, Anadolu'nun üç büyük dine (Müslümanlık, Hristiyanlık, Musevilik) ev sahipliği yapmasına ortam hazırlamıştır (Kozak ve öte., 2010). Birçok dine ev sahipliği yapan Anadolu üç büyük dinin (Musevilik, Hristiyanlık, Müslümanlık) yayılmasında önemli bir role sahiptir. Anadolu'da çok tanrılı dini inançlarda gelişmiştir bu inançlara ait izler

günümüzde hala görülmektedir ve bu coğrafya üç büyük ilahi din için önemli bir turizm potansiyeli olarak görülmektedir (Sargın, 2006: 4; Özgen, 2012: 257).

Dünya genelinde çeşitli dinlere inanan (ya da inanmayan) 7,4 milyar insan yaşamaktadır. Dini vecibeleri yerine getirmek için seyahat edebilecek insan sayısına bakıldığında inanç turizminin gelişme potansiyelinin büyüklüğü anlaşılabacaktır. Dünya Dini Seyahat Birliği'ne göre (The World Religious Travel Association) inanç turizmine katılan kişi sayısının yıllık ortalama 300 milyon kişi olduğu bilinmektedir (Henama ve Sifolo, 2018).

2.2.3. Gastronomi Turizmi

Gastronomi, gıdaların hijyen ve sanitasyon kuralları içerisinde belirli bir düzende hazırlanma aşamasından sonra göz ve damağa hitap edecek şekilde sunulduğu yemek kültürü veya yemek sanatı olarak ifade edilen bir kavramdır (Dilsiz, 2010: 3).

Gastronomi turizmi herhangi bir yöreye özgü lezzetleri keşfetmek, farklı yeme-içme deneyimi yaşamak için yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Gastronomi turizminde faaliyet gösteren otellerde veya restoranlarda, turistlere yeme-içme hizmeti dışında, aynı zamanda farklı tatlar ve görsel şovlarda sunulur (Rand ve Heath, 2006; Kyriakaki ve öte., 2013). Farklı deneyim yaşamak isteyen gastronomi turistleri son dönemde klasik yöntemler yerine teknolojiyi kullanarak gastronomi rotalarını oluşturmakta, turistik deneyimlerini sosyal medya aracılığıyla çok geniş kitlelere ulaştırmaktadırlar (Arslan, 2020).

Gastronomi turizmi yaşanılan bölgenin iklimine ve coğrafi koşullarına uygun olarak bölgede yaşayan kişilerin ürettikleri günlük ve mevsimlik gıdaları, bu gıda maddelerinin tüketimini, ürünlerinin ortaya çıkmasında kullanılan hammaddelerin teminini, bu aşamalardan sonra tüm bu ürünlerin üretilip tüketildiği alanları kapsayan bir kavram olarak nitelendirilmektedir (Ataberk, 2017). Gastronomi turizmi sayesinde bölgeye has yöresel ürünler markalaşma olanağı bulmaktadır. Bazı ünlü tur operatörleri çeşitli gastronomi

turları düzenleyerek turistler için çeşitli destinasyon tercihleri sunmaktadır. Bu alanlar; bazı önemli gastronomi merkezlerindeki aşçılık okulları, gıda pazarları, yerel mutfak ile ünlü olan gastronomi merkezleri, çikolata ve şarap turları, çay, kahve, ekim ve hasat turları olabilmektedir. Dünyada ise İspanya, İtalya ve Fransa gibi ülkelerde gastronomi turları düzenlenmektedir (Aslan ve Aktaş, 2010).

2.2.4. Kongre Turizmi

Kongre turizminde bireyler bilgi alışverişinde bulunmak üzere bir araya gelir ve bu türizm türü konaklama, toplantı, yiyecek-içecek ve eğlence faaliyetlerini kapsayan bir turizm türü olarak tanımlanabilir (Eker, 2005: 435). Kongre turizmine katılan kişilerin temel amaçları ortak bir konu kapsamında bilgi sahibi olmak; ikinci amaçları ise gezip görmek, dinlenmek, yeni kültür ve insanları tanımak olarak tanımlanır (Aydın, 1997).

Turizm sektöründe kongre ve toplantılar önemli görülmektedir. Kongrelerin ve toplantıların tüm yıl boyunca yapılabilmesi kongrenin organize edildiği ülkeye ve bölgeye turizm yönünden önemli katkılar sağlamaktadır. Kongre etkinlikleri, turizm sektörünün daha az yoğunluk gösterdiği sezonlarda da gerçekleştirildiğinden, sezonun dışında da turizme gelir getirmektedir (Bailey, 1991: 64-66; Aymankuy, 2006: 7).

Kongreler kişilerin yaptıkları günlük harcamalar uluslararası turizm harcamaları standardından daha yüksektir. Ayrıca kongreler gerçekleştirildiği bölgenin tanıtılmasına katkı sağlamakta ve kişilerin bölgeye yönelik turistik satın alma faaliyetlerini etkilemektedir. Kongre katılımcıları aynı zamanda potansiyel turist olarak değerlendirilmektedir. Uluslararası bir kongrenin yapıldığı yer tüm dünyanın dikkatini çekmektedir ve katılımcılar sonraki zaman dilimlerinde kongre yerine tekrar gelmekte ve çok sayıda ziyaretçinin kongrenin düzenlendiği yerlere gelmesinde vesile olmaktadır (Tosun, 1994).

Turizmin gelişmesini sağlayan farklı unsurlar; kişilerin boş zamanlarının çoğalması, kişilerin ve ülkelerin gelirlerinin artması, kitle iletişim ve ulaşım araçlarının iyileşmesi ve konforlu ve hızlı ulaşım imkanına erişim kongre

amaçlı seyahatlerin artmasına yol açmıştır. Bilim ve teknoloji alanında hızlı gelişim ve uzmanlaşma ihtiyacı, kişilerin bu yeni teknolojileri öğrenmesi ve kendi bilimsel çalışmalarını başkalarına tanıtmak için kişilerin bir araya gelmesini gerekli kılmıştır. Buna ek olarak toplantıya katılan kişilerin seyahat, konaklama ve katılım gibi ücretlerinin kuruluşlarca karşılanması kongre turizminin gelişimine katkıda bulunur (Aymankuy, 2010: 25).

2.2.5. Yat Turizmi

Kişilerin yatla seyahate çıktıkları gezme, dinlenme ve eğlenme amacıyla doğal, tarihi, turistik değerleri içeren ve farklı destinasyonları kapsayan rotalar boyunca yaptıkları geziye “yat turizmi” denilmektedir (Çağlayan, 1992). Yat turizminde birden çok unsur bir araya gelerek bir deniz gezisi hizmeti turistlere ekonomik bir aktivite olarak sunulur. Yat turizmi marina, barınaklar, catering hizmetleri, inşaa sanayi, personeller ve idari işlemler gibi geniş kitleye iş alanı yaratan bir sektördür (Kozan, 2014).

Kıyılarımızda yat turizmi alanında hizmete hazır durumda fazlaca yat limanı bulunmaktadır. Bu limanlar çoğunlukla Akdeniz ve Ege kıyılarında yoğunlaşmıştır. Türkiye’de başlıca yat limanları, rıhtım ve iskeleler Antalya, Kemer, Finike, Alanya, Fethiye, Göcek, Marmaris, Bodrum, Milas, Datça, Bozburun, Kuşadası ve İzmir kıyılarında yer almaktadır (Çelik, 2018: 201-202).

2.2.6. Mağara Turizmi

Mağara turizmi hobiye dayalı olarak geliştirilen alternatif turizm çeşitlerinden biridir (Arpacı ve öte., 2012). Mağara turizmine katılan kişiler, genellikle mağara sporu ile ilgili ve bu sporla içli dışlı olan kişiler olduğu bilinmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012).

Turizm çeşitliliği açısından Türkiye’de bulunan mağaralar, önemli görülmektedir. Mağara oluşumunda önemli bir oluşum olan karstlaşma (karstik taşların sular etkisiyle çözünmesi), ülkemizde Toroslar, Orta Anadolu, Güneydoğu Anadolu, Trakya ve Kuzeybatı Anadolu bölgelerinde yüzlerce mağaranın oluşumuna zemin hazırlamıştır. Önceki dönemlerde

bilimsel ve sportif etkinliklere hizmet eden olan mağaralar, mağara içinde ve çevresinde yapılan düzenlemelerle günümüzde turizmin hizmetine sunulmaktadır (Bakırcı, 2002: 246).

Ülkemiz mağara sayısı ve çeşitliliği bakımından oldukça zengindir. Ülkemizdeki mağara sayısının 40.000 civarında olduğu ileri sürülen bir görüş (Ertek, 1989: 143; Sür, 1994: 16-17; Zeybek, 2001: 239; Ceylan ve Demirkaya, 2006: 201; Sever, 2008: 254) olmakla birlikte bazı mağaraların turizme kazandırılması adına çeşitli çalışmalar yürütülmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan (2022), sağlanan verilerine göre; Türkiye'nin en uzun mağarası, Isparta'daki Pınargözü Mağarası'dır ve uzunluğu 15 km'den fazladır; en derin mağara ise 1429 m ile Mersin Anamur ilçesi Sugözü köyündeki Peynirlikönü Mağarasıdır. Türkiye'de 30'u aşkın mağarada turizm faaliyetleri gerçekleştirilmekte ve bunların dışında kalan mağaralar uygun ekipman sağlanarak rehber eşliğinde ziyaret edilebilmektedir. Bakanlıkça 13 mağara turizme açılmıştır. Bazı önemli turistik mağalarımız; Damlataş Mağarası (Antalya), İnsuyu Mağarası (Burdur), Ballica Mağarası (Tokat), Dupnisa Mağarası (Tokat), Yarım Burgaz Mağarası (İstanbul) olarak bilinmektedir (Keleş, 2022).

2.2.7. Av Turizmi

Av turizmi, avcılarının ikamet ettikleri alan dışında bir bölgede veya ülkede avlanma, spor yapma ve dinlenme amacıyla gerçekleştirmiş oldukları geçici seyahat ve konaklamaları kapsayan, ayrıca gidilen ülke ve bölgenin ekonomisine önemli katkı sağlayan bir turizm türüdür (Küçükaslan, 2007: 234). Başka bir ifade ile doğal ortamlarında sayıları fazla ya da yeterli olan türlerin ekolojik ve bölgenin değerlerine öncelik tanınarak, kontrollü bir şekilde avlanmasına izin verilmesi ile gerçekleştirilen turizm biçimidir (Kozak ve Bahçe, 2009: 242).

Türkiye'de av turizmi için bir tanım yapılacak olursa; av sezonunda izin verilen avlaklarda, bir av planı çerçevesinde, avcılarının ya da av organizatörlerinin düzenlediği av organizasyonlarında av kılavuzu ya da avcı

başının yardımıyla avlanma için verilen izin süresinde, avlanmasına izin verilen av hayvanlarını, av ücretlerini yatırıp izin belgeleri alındıktan sonra devlet veya özel avlaklarda belirli kurallarda yapılan etkinlik av turizmi olarak adlandırılır (Özer, 2015). Bu turizm türü lüks turizm çeşitleri içerisinde yer almaktadır (Serez, 1985).

Türkiye'de yılın hangi zaman diliminde avlanma yapılacağı ve hangi yaban hayvanlarının avlanılacağı her yıl değişmektedir. Avlanacak av hayvanları Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü tarafından belirlenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

Ayrıca ülkemizde av turizmi kapsamındaki kişilerin yerli turist avcı sayılabilmeleri için; Orman ve Su İşleri Bakanlığı'na bağlı Orman Bölge Müdürlüklerinin Halk Eğitim Merkezlerinde düzenlediği avcılık kurslarına katılmaları, oradan yeterlilik ve kurs bitirme belgesi aldıktan sonra bu belgelerle beraber avlanma izin kartı alması gerekmektedir (Şafak, 2009: 327-344). Bu alınan Avlanma izin Kartlarıyla yerli turist avcılarının istatistikleri tutulabilmektedir.

2.2.8. Yayla Turizmi

Alternatif turizm etkinliklerinden bir başkası da yayla turizmidir. Yayla turizmi sunduğu geleneksel yaşam kültürü, sessiz ortamları ve doğal yapılarıyla gittikçe turist çeken bir turizm etkinliği haline gelmektedir. Yaz mevsiminde orta yükseklikteki dağlarda oluşan ılıman havanın geleneksel yaylacılık faaliyetlerinin rekreatif hale gelmesine destek olduğu bilinmektedir. Uygun coğrafi koşulları nedeniyle Türkiye yayla turizminin gelişimi için önemli güce sahiptir ve yaylacılık faaliyetleri denilince akla el değmemiş doğal yapısı, geleneksel yaşam tarzı, kültürel değerleri, her coğrafyanın kendine has farklı yaşam alanları, sessiz ortamı, özellikle yazın serin ve temiz havasıyla Doğu Karadeniz kıyı dağları gelir (Doğanay, 2001; Zaman, 2001; Bekdemir ve Özdemir, 2002; Zaman, 2007: 213-427).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turizmi çeşitlendirme faaliyetleri arasında yayla turizmi de bulunmaktadır. Yaylaların eşsiz manzaraları, sahip

oldukları temiz hava, piknik ve spor aktiviteleri, trekking ve kamping gibi imkanlar sunması yayla turizm faaliyetlerinin çok çeşitli olanaklar sunmasına imkan tanımıştır. Bakanlık çokça alanı yayla turizm alanı ilan ederek, yaylaların turistik aktivitelerde kullanılabilirliğini sağlayacak projeler yapmıştır. Yürütülen çalışmalar sonucu başta yerli turistler yayla turizmine yönelmiş, bu turizm dalına olan ilgi artmaya başlamıştır (Yücel, 2004: 3-4; Zengin, 2008: 137).

2.2.9. Akarsu Turizmi

Akarsu turizmi, spor amaçlı akarsularda yapılan turizm aktiviteleridir. Akarsu turizminde, akarsularda yapılan akarsu kayağı, kano, rafting gibi spor türleri meydana gelmiş ve bu spor türleri arasında ön plana çıkan ise rafting olmuştur (Kozak ve Bahçe, 2009: 174). Akarsu turizmi doğal alanlarda, kırsal bölgelerde faaliyet gösteren, çevreye saygılı, betonlaşmadan ziyade çevrenin doğal güzelliklerini ortaya çıkaran bir turizm dalıdır (Tunç ve Saç, 1998: 34-35).

Ülkemizdeki akarsuların büyük kısmı "akarsu turizmi" olarak değerlendirilen kano, rafting, ve nehir kayağı gibi spor aktiviteleri için oldukça elverişlidir. Doğa turizmi içerisinde gelişen alanlardan biri olan akarsu turizmine yönelik ülkemizin sahip olduğu potansiyelin geliştirilmesi ve bu turizm dalının tanıtılması önem taşımaktadır. Büyük yatırımlara ihtiyaç duymayan akarsu turizmi, çevrenin kültürel, tarihi, arkeolojik değerleri ve diğer turizm çeşitleriyle bir bütünlük kurmaktadır

Ülkemizde raftinge uygun akarsular: Çoruh Nehri, Köprüçay, Manavgat Çayı, Dim Çayı, Adana-Feke-Göksu Nehri, Zamatı Irmağı ve Fırat Nehri'nin bir kısmıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

2.2.10. Kuş Gözlemciliği Turizmi

Özel ilgi turizmi içerisinde değerlendirilen kuş gözlemciliği faaliyetleri kuşları doğal habitatlarında gözlemleme ve tanımlama amacıyla yapılan aktivitelerdir. Kuş gözlemcilerinin katıldıkları faaliyetlerde farklı beklentilere sahip olması sebebiyle bu faaliyete katılım gösteren kişiler tarafından farklı

şekilde tanımlanabilmektedir. Kuş gözlemciliğinde mevsim veya süre sınırı olmadığı için yılın neredeyse her günü faaliyet yapılabilmesi turizmin yılın tamamına yayılmasını sağlamaktadır (Şekercioğlu, 2002: 287-288).

Kuş gözlemciliğinin çıkış sebebi; kuşları tanımak ve göç hareketlerini seyretmektir. Aynı zamanda turistlerin seyahat, konaklama ve diğer ihtiyaçları düşünüldüğünde, kuş gözlemciliği ekonomik açısından turizme katkı sağlayan bir tuzim alanıdır. Kuş gözlemciliğinin evrimsel gelişimi ile kuş gözlemciliği yapan kişileri etken ya da edilgen pozisyonda doğal alanların korunmasında yer almalarını sağlamıştır (Tırtıl, 2005: 64).

Kuş gözlemcileri yüksek gelir seviyesinde ve eğitilmiş kişilerdir, en büyük eko-turist grubunu oluşturur. Kuş gözlemcilerinin istek ve heveslerinden ve bu aktiviteye yatırım yapmalarından dolayı bu alan hızla gelişmekte, dünya genelinde tehlike altında olan birçok doğal habitat için bir umut olmaktadır (Cordell ve Herbert 2002). Türkiye özel konumu sebebiyle kuş göç hareketlerinin merkezi bir konumdadır. Ülkemizin kara ve su habitatları; göç eden kuşlar için yıl içerisinde en az iki kez konaklama ve birçok tür için de üreme alanı haline gelmektedir (Bakırcı, 2002).

2.2.11. Botanik Turizmi

Botanik turizm, bir alternatif turizm çeşidi olarak doğaseverlerin tüm sene boyunca gerçekleştirebildikleri, tabiata zarar vermeme esasına dayalı, özünü doğanın flora zenginliğinden alan bir turizm türü olarak bilinmektedir (Akkuş ve Akkuş, 2016: 110).

“Botanik” kavramı Fransızca kökenli “botanique” kelimesinden türemiştir ve bitki bilimi anlamına gelmektedir (TDK, 2022). Botanik bahçeleri çeşitli türde bilimsel, estetik, eğitim amaçlı hizmet eden bitkilerin toplanma, yetiştirilme ve çalışılması amacıyla ayrılan alan olarak bilinmektedir (Bennet, 2014). Bilimsel teknikler kullanılarak canlı bitkilerin yetiştirilmesi ve teşhiri için botanik bahçeleri kurulmaktadır. İlk zamanlarda süsleme amaçlı kurulan botanik bahçeleri sonra ki zamanlarda bilim ve eğitim amaçlı kullanılmaya başlanmıştır. Bu yöntemle botanik bahçelerinde insanlar

bitki yetiştirme ile ilgili uygulamaları sergilemekte bu durum kişilere rekreasyon alanı oluşmasını sağlamaktadır. Ayrıca botanik bahçeleri dünyada çok geniş bir alanı kaplamakta ve çok fazla miktarda bitki türünü içerdii bilinmektedir (Çelik ve öte., 2018: 689-690).

Kişilerin botanik bahçelerini istirahat etmek, yürüyüş ve koşu yapmak, doğayı tanımak, gördüğü bitkileri incelemek ve yeşil alanlarla bütünleşerek doğadan alacağı bitkiyi kendi yaşamına katma etkinliklerini gerçekteşirme alanı olarak kullandıkları ifade edilmektedir (Özçelik ve öte., 2006: 373).

2.2.12. Ekoturizm

Uluslararası Eko-Turizm Topluluğı tarafından eko-turizm kavramı; “çevreyi koruyan, yöre halkının refahını sürdüren, yorumlama ve eğitim içeren doğal alanlara karşı sorumlu seyahat” olarak tanımlamaktadır (TIES, 2015). Diğer taraftan eko-turizm kavramsal anlamda; doğa temelli turizm, korumayı destekleyen turizm, çevresel olarak eğitimi turizm ve sürdürülebilir olarak yönetilen turizm olarak ifade edilebilir (Buckley, 1994: 662).

Eko-turizmin genel anlamda biyo-çeşitliliğın korunmasına ve yerel halkın refahına katkıda bulunan, yorumlama ve öğrenme deneyim imkanı sunan, turistlerin ve turizm endüstrisinin sorumlu eylemi olarak kabul edildiğı ve küçük ölçekli işletmeler tarafından öncelikli olarak küçük gruplara verilen bir hizmet olduğı söylenebilir. Bunlara ek olarak eko-turizm kapsamında, yenilenemeyen kaynakların mümkün olduğunca az tüketimi ve özellikle kırsal kesimler için yerel katılım, mülkiyet ve iş fırsatları yarattığını söylemek mümkündür (Wood, 2002: 10).

Eko-turizm; eğer amacına uygun şekilde gerçekteştirilirse, ekosistemlerin korunmasına ve bulunduğı ortama ve yakın çevresinde yaşayan halkın ekonomik ve sosyo-kültürel gelişimine olumlu katkısı olabilecek önemli bir alternatif turizm uygulamasıdır (Kuter ve Ünal, 2009: 149).

Eko-turizm kavramını çeşitli kriterlere göre sınıflara ayırmak mümkündür. Söz konusu kriterleri aktivite türüne göre (bisiklet, balon, rafting, at biniciliği), ziyaret edilen yerin tabiatı ile ilgili olarak (dağ, yayla, mağara), yapılan aktivitenin özelliği bakımından (akarsu, av, bilim, doğa yürüyüşü) olarak belirtmek mümkündür. Eko-turizm kapsamında gerçekleştirilen turizm türleri ise; trekking, kuş gözlemciliği, yayla turizmi, akarsu turizmi, mağara turizmi, av turizmi, hava sporları turizmi, sualtı dalış turizmi, sportif olta balıkçılığı, atlı doğa yürüyüşü, bisiklet turizmi, botanik turizmi, yaban hayatı (fauna) gözlemciliği, foto safari, tarım ve çiftlik (agro) turizmi ve kamp karavan turizmi olarak belirtilebilir (Akpınar ve Bulut, 2010).

2.2.13. Golf Turizmi

Turizm olgusu içerisinde en hızlı gelişen alanlardan bir tanesi olan golf turizmi, spor turizmi faaliyetleri arasında değerlendirilir (Hudson ve Hudson, 2014). Günümüzde golfün, yıllık 20 milyar dolar civarında ekonomik etki yarattığı bilinir ve dünya genelinde hemen hemen 56 milyon civarında insanın katılımıyla gelişen bir spor olduğu bilinmektedir (Tourism Review, 2013). Dolayısıyla, golf turizmi etkinliğini gerçekleştirmek amacıyla seyahat eden bireyler yerel ekonomiye, diğer ziyaretçilere oranla daha fazla katkı sağlar (Hutchinson, Lai ve Wang, 2009).

Türkiye ilk kez golf sporu ile 1800'li yılların sonunda tanışmıştır, ilk kulüpleşme oluşumu, 1985 yılında başta İstanbul Golf Kulübü ardından, İzmir Bornova Golf Kulübü (1905) ve Boğaziçi Bebek Golf Kulübü (1911) yıllarında kurulmuştur. Golfün tanınması kulüpler aracılığıyla eski tarihlerde başlasa da, Türkiye Golf Federasyonu 1996 tarihinde kurulmuştur (Türkiye Golf Federasyonu, 2023).

Türkiye'e 24 golf kulübü 35 golf sahası bulunmaktadır ve en fazla golf sahası Antalya'dadır (Atar ve Dindar, 2022: 213). Antalya, Türkiye'nin en büyük golf destinasyonu konumundadır ve Belek bölgesi golf turistleri tarafından tercih edilen bir turizm destinasyonudur. Bölgede ikliminin yaklaşık olarak 12 ay golf oynamak için uygun olması, ulaşım kolaylıkları,

konaklama olanaklarının niteliklerinin iyi olması, sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal zenginlikler bunun nedeni olarak gösterilmektedir (Çuhadar, 2013: 162).

2.2.14. Hava Sporları Turizmi

Spor turizmi sporun ve turizmin ekonomik ve sosyal bir aktivite olarak kesişmesi, spor ile alakalı turizm alanlarına yönelik insanların ticari bir amaç gütmeksizin yaptıkları seyahatler olarak tanımlanır (Pigeassou, 2004: 287). Spor turisti, spor ile ilişkili aktivitelere katılmak ya da izlemek amacıyla seyahat eden kişileri ifade eder (Ross, 2001: 3).

Spor turizmi türlerinden olan hava sporları turizmi gün geçtikçe önemli hale gelen bir turizm türüdür ve hava sporları turizm türünün temeli, bu faaliyetlere katılım sağlayan kişilerin çeşitli teknik malzemeleri kullanarak ve havada meydana gelen değişimlerden yararlanarak gökyüzünde hareket etmesine dayanmaktadır (Albayrak, 2013: 190).

Hava sporları turizmi alanında ülkemizin coğrafi şartları ve doğal güzellikleriyle önemli kaynaklara sahip olduğu bilinmekte ve bu alanda oldukça fazla turist çekmektedir. Özellikle yamaç paraşütü sporunda Fethiye bölgesi ve sıcak hava balonu turizminde Nevşehir bölgesi turistler tarafından oldukça yoğun ilgi gören bölgelerdir (Şebin, 2018: 114).

Hava sporları alanında faaliyette bulunacak kişiler ilgi ve tercihlerine göre farklı araçlarla bu sporu yapabilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığının resmî sitesindeki verilere göre hava sporları turizminin yapılabilmesini sağlayan vasıtalar; yamaç paraşütü, balon, planör, yelken (delta) kanat, mikrolayt, paraşüt ve model uçak olarak belirtilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

2.2.15. Su Altı Dalış Turizmi

Dalış, sportif ve turistik bir rekreasyon faaliyeti olarak, doğal güzelliklere sahip sualtında gruplar halinde gerçekleştirilebilen su temelli bir macera türü olarak ifade edilir (Weber, 2001; Pomfret, 2006; Hazar, 2014; Garda, 2014; ATDI, 2015).

Alternatif turizm türlerinden biri olan sualtı dalış turizmi alanyazında “dalış yapan kişinin sualtında nefes almak için kullandığı bağımsız bir nefes alma aparatı ile gerçekleştirilen sualtı dalış aktivitesi” olarak tanımlanmaktadır (Fuchs, Reichel ve Shani, 2016). Macera turizmi kapsamında nitelendirilen su altı dalış aktiviteleri dünya genelindeki uluslararası ve yerel seyahat endüstrisinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır ve günden güne gelişim gösteren bir niş pazar olarak bilinmektedir (Maccarthy, O’neill ve Williams, 2006).

Dalış turizminde faaliyette bulunan kişiler, farklı ve güzel su altı manzaralarını deneyimleme fırsatı yakalamakta ve bu turizm türüne katılan bireyleri motive eden faktörlerin arasında deniz flora ve faunasını görme heyecanı yatmaktadır. Turistler deniz altındaki türlerin özellikle büyük, çeşitli ve bol olduğu zamanlarda sualtı manzaralarını deneyimlemek istemektedirler (Dimmock ve Musa, 2015).

Türkiye’de yapay olarak batırılmış yapılar ve su altı parkı şeklinde korunan deniz alanları yapay resif alanları oluşturmak için planlanmıştır. Batık alan oluşturma çalışmaları 2006 yılından sonra hız kazanmıştır. Düzce Akçakoca, Saros Körfezi, Bodrum Karaada, Kemer Üçadalar, Mersin Silifke, Samsun Kurupelit ve birçok kıyı bölgelerinde gemi ve uçak batıklarının yapay resif alanları oluşturmak için batırıldığı bilinmektedir (Genç, Özgül ve Lök, 2017: 31).

Türkiye’de su altı sporlarına ilgi duyanlar için Kemer, Kalkan, B-24 Amerikan Savaş Uçağı Batığı, Uluburun Antik Batığı, Gelidonya Antik Batığı, Fransız (Sosyete) Batığı, Falezler, Sıçan Adası, Kaş Uçak Batığı, Gök Mağarası, Paris Batığı, Suluin Mağarası, Ayvalık, Marmaris, Bodrum, Saros, Gökçeada ve Bozcaada, Mersin gibi eşsiz dalış bölgeleri yer almaktadır. Bu

dalış alanları, sahip oldukları su altı çeşitliliklerinin yanı sıra, çekiciliklerini hâlen korumakta ve keşfedilmeyi bekleyen yerler olarak nitelendirilmektedir (Sofular, 1989).

Dalış turizmi çeşitli ekonomik, sosyal, sürdürülebilir yararlar sağlar ve bu sebeple Avrupa'da dalış bölgelerini ve dalış için güvenli rotaları belirlemek önemli hale gelmiştir. Bu kapsamda, TSSF (Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu), PADI (Profesyonel Dalış Eğitmenleri Birliği-Professional Association of Diving Instructors), CMAS (Dünya Sualtı Aktiviteleri Konfederasyonu-Confédération Mondiale des Activités Subaquatiques), SSI (Uluslararası Tüplü Dalış Okulları-Scuba Scholl International) ve dalış okulları, dalış aktivitelerinin gelişmesi için rotalar belirlemekte ve turlar düzenlemektedir. Sayısı hızla artan bu etkinliklerin artması bulunduğu ülkeye büyük ekonomik kar sağlamaktadır (Dinçer ve Özdemir Güzel, 2016; Sevinç ve Güzel, 2016; Pforr ve öte., 2006).

2.2.16. Kamp ve Karavan Turizmi

İnsanların doğa ile iç içe, sosyalleşebildikleri en eski açık hava aktivitelerinden birisi kamping faaliyetleri olarak bilinmektedir. Kökeni Antik Yunan'a uzanan kamping faaliyetleri, günümüzün önemli tatil öğelerinden birisidir (Birdir, Unur ve Dalgıç, 2015: 168-177).

Kamp ve karavan turizmi aslında iç içe geçmiş iki farklı turizm türüdür fakat iki kavram birlikte tek bir turizm türü gibi ifade edilmektedir. Kamp alanı olmadan karavan turizmi, karavan turizmi olmadan kamp alanı tek başına kullanıldıklarında eksik kavram olarak nitelendirilir (Şenol, 2011).

Karavan turizmi; insanların, ulaşım, konaklama, yeme-içme gibi gereksinimlerini kendileri çözerek, farklı yerleri tanımak hedefiyle karavanlarıyla yaptıkları ziyaretleri kapsayan faaliyetleri içerir (Aktaş, 2002). Ülkemizde, gününbirlik yapılan faaliyetler için birçok alan bulunmakta bunun yanı sıra karavan ve çadır ile kamp yapma olanağına imkan tanıyan birçok yer bulunmaktadır. Bu tarz alanlar gözlerden uzak doğa ile baş başa vakit geçirmek isteyen insanlar için oldukça büyük imkanlar sunmaktadır (Akpınar, 2010: 1575-1594).

Profesyonel anlamda kamp turizmi, turizme karavanlarıyla katılan ya da çadır kurma tutkunu kişilere yönelik park ve konaklama imkânı sunmak amacıyla oluşturulmuş özel donanımlı ve işletme belgesiyle çalışan merkezlerdir. Bunu ifade etmek içinde “kamping” sözcüğü kullanılmaktadır (Şenol, 2008: 481-499).

Kamp alanları ve karavan parkları, çok çeşitli turizm kitlelerine hitap etmektedir, farklı demografik özelliklere sahip kişiler tarafından deneyimlenen, farklı seviyelerde çok yönlü bir rekreasyon deneyimi şeklini almıştır. Katılan kişilerin temel hedefleri sosyalleşmek, özgürlük ve keşif amaçlı kişisel ihtiyaçlar ve kaçış olarak bilinmektedir (Brooker ve Joppe, 2013: 1-6).

2.2.17. Dağ ve Kış Turizmi

Kış turizmi, dağların kar alabilen noktalarında yapılan bir turizm çeşididir (Doğaner, 2001: 178). Dağ ve kış turizmi, dağlık bölgelerde gerçekleştirilen, dinlenme ve tatil ile birlikte dağ sporları faaliyetlerini de gerçekleştirme amacıyla yapılan bir turizm çeşididir. Bu turizm türü genellikle yüksek ve orta dağlık bölgelerde planlanmakta ve uygulanmaktadır (Ülker, 1999: 11). Kış turizmi bölgenin kar yağışı potansiyeli göz önünde bulundurularak ve dağların yüksek noktalarından başlayarak aşağı kesimlere doğru uzanan alanlarda yapılan spor faaliyetlerini kapsar. Bölgedeki karın yağışı, karın yağdığı alanda kalma süresi ve dağların yapısı gibi unsurların etkin rol oynadığı kış turizmi sonbahar sonundan, ilkbahar başlangıcına kadar yapılabilen bir turizm çeşididir. Son yıllarda insanların dağlık bölgelere olan ilgilerinin artması sonucu kış turizm faaliyetleri çeşitlenmiş ve dağlık bölgeler insanlar için çekici hale gelmeye başlamıştır (Ceylan ve Demirkaya, 2009: 82).

Kış turizmi sayesinde turizm sektörü sadece yaz dönemi faaliyeti olmanın dışında yılın her ayında gerçekleştirilebilen bir turizm alanı olmuştur (Walter, 2001: 15).

Türkiye kış turizmine uygun altyapısı olmasına rağmen, uzun yıllar mevcut olan bu potansiyeli değerlendirememiştir (Doğanay, H., ve öte., 2013: 130). Ancak son yıllarda yapılan yatırımlarla önemli ilerlemeler kaydedilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığının verilerine göre ülkemizde 2022 yılında 29'a varan kış turizm merkezi bulunmaktadır. Aktif kış turizm merkezi sayısı dokuz iken, bir kısmı aktif merkezlerin sayısı yedidir ve diğer merkezler plan aşamasındadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

2.2.18. Macera Turizmi

Priest (1992: 112), macera kavramını “Aktivitenin barındırdığı riskler ile bireyin aktivite öncesi ve aktivite sırasında hissettiği belirsizlik duygusunu yok etmek için kişisel yeterliliğini uyguladığı zorlu deneyimler.” olarak tanımlamıştır.

Maceranın kelime anlamı “Kişinin yaşadığı ilginç bir olay ya da olaylar zinciri, serüven, sergüzeşt, avantür” ve mecazi anlamı, “Olmayacakmış gibi görüntüsü olan iş” (<https://sozluk.gov.tr/>) şeklindedir.

Macera turizminin tanımı ve sınırları oldukça tartışmalıdır. Bazı akademisyenler macera turizm endüstrisini, macera turizmi, kültür turizmi ve ekoturizm olarak genişleterek tanımlar. Buckley (2006), macera turizmi kavramını doğa, çevre ve macerayı içeren bir turizm türü olarak ifade eder. Macera turizminin kapsamını tanımlamaya yönelik ilk açıklama Hall (1992), “katılımcıların evlerinden uzakta doğal çevre ile etkileşim ve risk unsurlarını içeren açık hava turistik aktiviteleri” şeklinde ifade etmiştir.

Ewert (1989), macera turizmi katılımcı ve doğal çevre ile etkileşimini içeren, gerçek anlamda veya görünürde fiziksel risk unsurları içeren her türlü boş zaman etkinliği ayrıca turistlerin özgür bir şekilde seçmiş oldukları, fiziksel ve duygusal durumlarını rahatça sergileyebilecekleri bir alanda gerçekleştirdikleri bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Doğal çevreyi odağına alan macera turizmi, bu alana ilgi duyan turistler için deneyim, bilgi ve özel ekipmanlara ihtiyaç duyulan ve hızlı bir şekilde büyüyen bir turizm çeşididir (Buckley, 2010: Fabrizio, 2014).

Hudson (2003: 8) “Macera turizminin gün geçtikçe kendi başına bir disiplin olarak kabul edildiğini” savunur. “ Olağandışı, egzotik, uzak veya vahşi destinasyonlarda gerçekleşen, alışlagelmişin dışında çeşitli formlar içeren ve yüksek veya düşük zorluk dereceli aktiviteleri kapsayan bir açık hava boş zaman aktivitesi olarak tanımlanır (Kanada Turizm Komisyonu, 2001).

Kişilerin yaşam koşullarındaki değişim sonucu, şehir hayatından uzaklaşmak isteyen bireylerin turizm istekleri değişmiş ve kişiler dinlenme, farklı yerlere seyahat etme ve eğlenme gibi amaçlarla yeni destinasyonları görme isteğine girmiştir. Böylelikle macera turizmi önemli bir turizm türü olarak turizm endüstrisi içerisinde yer bulmaya başlamıştır (Çetinkaya, 2014, 83-100).

Macera turizmi tarihsel süreç içerisinde, kaşifler ve maceracılar, paralı askerler, hac ziyaretinde bulunanlar, mevsimsel göçmenler, misyonerler, doğa tarihçileri, avcılık, yardım gönüllüleri, öğrenci değişimine katılım gösterenler ve gezgin yazarlar olarak farklı türlerde görülmüştür (Swarbrooke ve öte.,2003: 39). Eskiden din, savaş, ticaret ya da sömürü yapmak amacıyla bilinmeyen yerlere yapılan, yeni şeyler keşfetme amaçlı seyahatlerken, bu durumdan dolayı kaşifler okyanus ötesi seyahatlerinde hedefe ulaşma konusunda bir araç olmaktan öteye ilerlememiş ve gelişim gösterememiştir (Walle, 1997). Zamanla araç olmaktan öte bir amaç haline gelmiş, kişilerin özellikle gerçekleştirdikleri ilgi alanları olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Günümüzde ise turizm endüstrisinin oldukça hızlı gelişen alanlarından birisi haline gelmiş ve macera kavramı, sağlık, din, spor, dinlenme gibi seyahatin temel unsurlarından birine dönüşmüştür (Gülcan, 2004).

ATTA (Adventure Travel Trade Association), 2017’de yapılan son Macera Turizmi Gelişim Endeksi raporuna göre, Türkiye geliştirmekte olan 163 ülkeden bu kategoride 23’üncü sırada yer almıştır. İlk sırada Çekya, son 3 raporlamada yerini korurken Türkiye 18, 19 ve son olarakta 23’üncü sırada yer almıştır. STK, seyahat acentaları ve uzman puanlamasıyla oluşturulan raporda, 10 ölçüte göre sıralama yapılmaktadır. Bu kriterler; kültürel

kaynaklara, doğal kaynaklara, macera etkinliklerine yönelik kaynaklara sahip olma, sürdürülebilir gelişim stratejileri, sağlık, güvenlik, gelişmişlik düzeyi, girişimcilik, turizm altyapısı ve ülke imajıdır (Adventure Travel, 2020).

Macera turizmi gelişim raporuna göre gelişmekte olan ülkeler içerisinde ilk 25’te bulunan Türkiye, alternatif turizmin devamı niteliğinde olan macera turizmi açısından önemli güce sahiptir (TÜRSAB, 2014).

TÜRSAB’ın Doğa ve Macera Turizmi Raporunda, Türkiye’nin bulunduğu coğrafi konum sebebiyle şanslı görüldüğü, bu avantajın değerlendirilmesi gerektiği ve acilen macera ve doğa turizmi alanında stratejik planlar yapılmasının gerekliliği vurgulanmıştır (TÜRSAB, 2020).

2.2.18.1. Macera Turizminin Özellikleri

Macera aktivitelerine katılan kişiler genellikle zorlu ortamlarda risk içeren faaliyetlerde bulunur ve aktivitelere katılan kişiler, kendini gerçekleştirme ve daha iyi yaşam kalitesi fırsatlarına erişebilme imkanıyla gündelik hayatlarından kaçmak isteyen kişilerden oluşmaktadır (Mullins, 2014). Macera turizminde macera eylemi kişisel kontrol, odaklanma, farkındalık durumu, yoğun düzeyde yaşanan haz, benlik hissi, etkinlik doğası gereği zorluklar ve bu zorlukları aşma becerisini içermektedir (Ewert ve öte., 2013). Aşağıda macera turizminin genel özellikleriyle ilgili bazı tanımlamalarına yer verilmiştir.

“Kişilerin fiziksel ve duygusal yeteneklerini sergileyebilecekleri bir çevrede gerçekleştirdikleri aktiviteler sonucunda, farklı ve uç bir deneyim yaşanmasına olanak yaratan, özgürce seçilmiş rekreasyonel faaliyettir.” (Haddock ve Wisheard, 1993: 8).

“Macera turizmi, aktiviteye katılan turiste yüksek oranda duysal uyarılma imkanı vermesi sebebiyle, fiziksel anlamda zorlu deneyim bileşenleri ile turist deneyimini oluşturur.” (Muller ve Cleaver, 2000: 156).

“Macera turizmi, olağan dışı, egzotik, ve az bilinen ortamlarda gerçekleştirilen rekreasyonel bir faaliyettir. Katılımcılar açık hava aktiviteleri esnasında yüksek düzeyde zorluklarla bağlantı halindedir. Macerayı deneyimleyen kişiler, farklı düzeylerde risk, yenilik yaşama isteği, heyecan ve kişisel meydan okuma duygularını tatmak istemektedirler. Özellikle keşfedilmemiş, egzotik yerler macera turistlerine heyecan vermektedir.” (Millington, ve öte., 2001: 68).

“Aktiviteler, doğa ve kültürün birleşmesi, macera turizminin meydan okuma faaliyeti olduğunu ifade etmektedir.” (Addison, 1999: 416).

“Macera turizmini diğer turizm çeşitlerinden ayıran önemli faktörlerden biri maceraya planlama ve hazırlık aşamalarıdır. Bu faktörler diğer turizm türlerinde de olmasına karşın, macera turizminde oldukça önemlidir. Katılımcılar bu tür seyahatlerde bir zihin yolculuğuna çıkar ve seyahatin maddi ve idari yönünden çok yaşayabilecekleri tutku, korku ve heyecanı tatmak isterler. Herkesin zihin yolculuğu eşsizdir...”(Grant, 2001: 167).

Macera etkinlikleri katılımcıların tehlikeli durumlar hissettikleri ya da eylemlerinin sonucunda zarar ya da hoşnutsuzluk durumlarına yol açacağını hissettikçe macera deneyimlerinin yaşanabileceğini Little (2022), tarafından belirtilmiştir. İnsanlar duyguları ve hayal güçleri ile hareket etmektedir ve macera deneyimi bu hislere ait bir parçadır. Aşağıda yer alan kavramlar, macera ve macera turizminin temel özelliklerini özetler niteliktedir. Bu kavramlar; maceranın sonucunun belirsizliği, tehlike ve risk, meydan okuma, beklenen ödül, uyarılma ve heyecan, yenilik, keşif ve heyecan ve özümseme ve odaklanma olarak belirtilmektedir (Bingöl, 2020: 24-26 ve Fennel, 2008: 35).

Sonucun belirsizliği: Maceranın bilinen özelliklerinden en temel olanı, sonucun belirsiz olmasıdır. Sonucun bilinmezliği katılımcıyı aktiviteyi yapmaya teşvik eden bir unsur olarak bilinir.

Tehlike ve Risk: Bu iki unsur belirsizlik durumuyla ilişkilidir ve belirsizlik risk duygusunu, risk ise belirsizlik durumunu arttırmaktadır.

Meydan Okuma: Maceranın sonucunun belirsiz olması, ortaya çıkabilecek tehlikeler ve zor şartlarla mücadele etmek zorunda olmak birer meydan okumadır. Bu meydan okumalar farklı niteliklerde olabilmektedir. Fiziksel macera aktivitelerinde bilinen meydan okuma faktörleri fiziksel, duyuşsal ve başarı olarak bilinmektedir. Meydan okumanın seviyesi macera deneyiminin içerdığı yoğunluğu etkileyen bir unsur olarak bilinmektedir.

Beklenen Ödül: Maceraperest kişiler, yüksek oranda içsel motivasyonlarıyla bir aktiviteye katılmakta ve yaşadıkları macera deneyimlerinden birtakım içsel ödüller elde edeceklerini düşünmektedirler.

Yenilik: Belirsizlik unsurunun başlıca rol oynadığı macera aktivitelerinde katılımı etkileyen önemli bir faktör olan yenilik, katılımcıların yaşamlarında yeni şeyler tatmak için adım atması ile ilgilidir. Yani daha önceki deneyimin benzer tekrarı asla bir macera olarak nitelendirilmemekte ve yeni bir deneyim elde etmek isteyen kişilerin kesinlikle bir yenilik yaşadığı bilinmektedir.

Uyarılma ve Heyecan: Macera aktiviteleri, kişiyi teşvik edici ve yoğunluğu olan deneyimlerdir ve maceraperestlerin kendilerinde bir farkındalık oluşturmalarını, yaşama duygusunu hissetmesini sağlamaktadır. Yüksek düzey uyarılma duygusu, heyecan ve adrenalin yaratmaktadır. Muller ve Cleaver (2000: 156), macera aktivitelerinin katılımcılara yüksek düzeyde uyarılma imkanı sunduğunu ifade etmektedir.

Keşif ve araştırma: Kişinin artan bilgi birikimi ve öz farkındalığının yükselmesi ve becerilerini keşfetmesiyle yeni arayışlara yönelmesi macera aktivitesinin özünü oluşturmaktadır. Yeni ortamlardan bilgi elde edebilmek için açık fikirli olmanın seyahat ve macera için temel motivasyon olduğu görüşü Addison (1999,) tarafından savunulmaktadır.

Özümseme ve Odaklanma: Yoğun macera aktiviteleri faaliyetleri gerçekleştirilirken, güçlü bir odaklanma durumu oluşmaktadır.

2.2.18.2. Macera Turizmi Çeşitleri

Klasikleşen turizm anlayışının dışına çıkmak isteyen kişiler farklı etkinlikler aramaktadır. Değişen ilgi ve taleplere yönelik turist isteklerinin karşılanması amacıyla turizm faaliyetlerinde çeşitlilik arttırılmalı (Öztaş, 2002: 28) ve macera turizminde yapılan etkinlikler belirli bir gruba veya kişiye özgü tasarlanmalıdır. Macera Turizmi aktivitelerinin çok çeşitli olması sebebiyle bu aktiviteler “sert ve yumuşak” macera turizmi olarak 2’ye ayrılmaktadır. Aktiviteler genellikle yapıldıkları ortamlara göre sınıflandırılır ve içerdikleri risk, belirsizlik, korku ve heyecan duyguları bu ayrımların yapılmasında etkili unsurlar olarak bilinmektedir.

• Yumuşak Macera Turizmi

Macera turizminin ilk kategorisi, “adrenalin bağımlısı olmayanları ve ailelerini” hedef alan “yumuşak macera turizmi” kategorisidir (Hudson, 2003: 8). Yumuşak macera turlarına, yürüyüş, bisiklet, dalış turları; sert macera turlarına ise rafting, dağcılık ve benzer turlar olarak örnek verilebilir (Pomfret, 2006). Yumuşak macera turizmi, maceranın bazı unsurlarını kapsar ancak yüksek düzeyde güvenlik ile karakterize edilir (Patterson ve Pan, 2002). Örneğin; kuş gözlemciliği yapmak için Galapagos Adaları'na gitmek, Kanada Vancouver Adası'nda balinaları izlemek veya ticari amaçla düzenlenen Picos de Europa adıyla bilinen İspanya yürüyüş gezisi yumuşak macera turizmine örneklerdendir (Swarbrooke ve öte., 2003: 63-64).

Türkiye’de de macera turizmi aktiviteleri için birçok cazibe merkezi bulunmaktadır. Yedi coğrafi bölgenin tümünde macera turizmine yönelik aktiviteler yapılmaktadır. Kanca ve Ertaş (2019: 37-38), çoğunlukla yamaç paraşütü, trekking, kayak, dalış, rafting ve kampçılık gibi aktivitelerin tercih edildiğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda, bazı nehirler, Likya Yolu, Ağrı Dağı,

Karadeniz Yaylaları, Antalya, Muğla, İzmir gibi bölgelerin ve bazı önemli kayak merkezlerinin öne çıktığına dikkat çekmektedirler.

Türkiye'nin en bilinen yürüyüş rotalarından olan Likya Yolu, kültür ve doğa rotası olarak bilinmektedir (Akgündüz ve Kızılcıoğlu, 2016). 23 etaptan oluşan bu rota Muğla'nın Fethiye ilçesinden, Antalya'ya kadar süren yaklaşık 509 km olan bir yürüyüş yolu olarak dikkat çekmektedir (Turgut ve Clow, 2010).

Antalya-Geyikbayırı, Eskişehir-Karakayalar, Niğde-Aladağlar, İzmir-Kaynaklar, Muğla-Bafa Gölü, Rize-Kaçkarlar, Antalya-Çitdibi, Erzurum-Uzundere, Muğla-Datça, Kocaeli-Ballıkayalar Kanyonu, ve Hakkâri-Cilo Dağı, ülkemizde kaya tırmanış faaliyetlerinin gerçekleştirildiği alanlardır. Tırmanış yapan kişiler tarafından en çok Antalya Geyikbayırı ve İzmir-Kaynaklar tırmanış alanları tercih edilmekte ve bu bölgeler turistik hareketlerin olduğu yerlerdir (Climbingaway, 2022).

Uludağ ise pistlerinin özellikleri, gerçekleştirilen festivaller ve bölgeyi ziyaret eden kişi sayısı bakımından Türkiye'de ön plana çıkan kayak merkezlerindendir. Pist uzunlukları ve macera aktivitelerine elverişli olması açısından Palandöken ve Sarıkamış Kayak Merkezleri de diğer öne çıkan kayak merkezlerimizdendir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

- **Sert Macera Turizmi**

Sert macera turizmi ise genellikle ağır fiziksel efor gerektiren, yaşam ve uzuv için potansiyel bir risk oluşturan ve aşırı derecede zorlu macera aktiviteleri içeren turizm çeşididir. Zorlu macera aktiviteleri daha yüksek bir risk unsuru içerir ve yumuşak macera kategorisindekilerden daha aşırdır. Butler ve Waldbrook (1991), "Sert macera turizmi" yüksek derecede risk ve aktif katılım ayrıca katılımcılar için meydan okuma, fiziksel olarak hazır olma durumlarını gerekli kılmaktadır.

Sert macera turizmi aktiviteleri arasında nehir rafting, kayak, snowboard, kano, bungee jumping, dağcılık, tüplü dalış, paraşütle atlama, buzul tırmanışı, binicilik ve sörf yer almaktadır (Buckley 2007; Lawrey 2010).

Pomfret (2006), macera turizmini kara, su, hava ve karma olmak üzere 4 katagoriye ayırır, ATTA (2016), macera turizmi ayrımını sert ve yumuşak macera aktiviteleri olarak belirlemiştir. Tablo 1. macera turizmi çeşitleri açısından fikir verici niteliktedir.



Tablo 1: Macera Turizmi Çeşitleri

Kara Tabanlı	Su Tabanlı	Hava Tabanlı	Karışık (kara/su/hava)	Sert(hard) Macera Aktiviteleri	Yumuşak(soft) Macera Aktiviteleri
Halatla Kaya İnişi	Dalga Sörfü	Balon Turu	Macera Yarışları	Yamaç Paraşütü	Kamp
Sırt Çantalı Seyahat	Kano	Bungee Jumping	Gönüllü Turlar	Mağaracılık	Kano
Bisiklet Seyahati	Kanyon Geçisi	Kaya Atlayışı	Koruma Gezileri	Tırmanış (dağ veya kaya)	Sırt çantalı geziler
Mağaracılık	Yelken	Planörcülük	Kültür Turları	Kayak	Kültürel seyahatler
Dağ Tırmanışı	Tüplü Dalış	Yelken Uçuşu	Hedonizm Deneyimi	Sörf	Bisiklet
Köpek Kızağı	Şinorkel	Mikro Kanatlı Uçuş	Kendini Bulma Turları	Trekking	Eko turizm
Doğa Yürüyüşü/ Trekking	Sörf	Yamaç Paraşütü	Vahşi Yaşam İzleme	Bungee Jumping	Hiking
Avcılık	Su Kayağı	Paraşütle Atlama		Rafting	Vahşi yaşam izleme
At Biniciliği	Rafting				
Motosikletcilik	Rüzgâr Sörfü				
Dağ Bisikleti					
Dağcılık					
Yön Bulma					
ATV Turu					
Kayak (Skiing)					
Snowboard					
Kaya Tırmanışı					
Vahşi Doğa Gözlemciliği					

Kaynak: Pomfret, 2006: 114, ATTA, 2015

Macera turizmi aktivitelerinde kara tabanlı olanlar ‘kamp, atlı safari, doğa fotoğrafı çekme, bisiklet, kuş gözlemciliği, okçuluk, hiking, avcılık, ATV safari ‘**yumuşak macera**’ türleri olarak sınıflandırılırken, ‘mağaracılık,

tırmanış (dağ veya kaya), dağ bisikleti, off road faaliyetleri ise daha fazla risk ve beceri unsurları barındırdığı için ‘**sert macera**’ türleri olarak sınıflandırılmaktadır.

Su tabanlı macera turizmi aktivitelerinden; ‘yelken, dalış, su kayağı, kano, balık avı, kürek çekme, rafting ve sörf’ ‘**yumuşak macera**’ türleri sınıfındayken, ‘sualtı dalış, derin dalış, motorbot sürüşü, nehir raftingi,’ gibi aktiviteler ise ‘**sert macera**’ sınıfına dahil olmaktadır.

Hava tabanlı macera turizmi aktivitelerinden ‘helikopter gezisi, mikro kanatlı uçuş, sıcak hava balonu, **yumuşak macera** sınıfındayken ‘bungee jumping, paraşütlü atlama, kaya atlayışı, rüzgâr sörfü’ gibi etkinlikler **sert macera** kategorisinde yer almaktadır.

Karışık aktivitelerden ‘yön bulma, kültür turları, gönüllü turlar, **yumuşak macera**, ‘vahşi yaşam izleme, çöl yürüyüşü ve zorlu arazi yürüyüşleri’ ise **sert macera** etkinlikleri arasındadır.

Sert ve yumuşak macera turizmi kesin çizgilerle birbirinden ayrılmaz bunun yerine bu kavramlar arası bir geçiş, süregelen bir bağ mevcuttur. Bu kavramlar arası ayırt edici temel fark risk ve fiziksel uğraş gereksiniminin derecesine bağlıdır. Yumuşak macera turizmi hafif fiziksel aktivite ve düşük risk içerir. Bunun tersi olarak sert macera turizm türü ise ağır fiziksel zorlanma ve genellikle katılımcıların deneyimleri için hazırlanmalarını, antrenman yapmalarını gerektirir (Pomfret, 2006). Ayrıca turistlerin değişim gösteren yapıları ve macerayı algılama şekilleri yumuşak ve sert macera çeşitlerini belirlemede rol oynamaktadır. Örn. eğlence ve turizm endüstrileri sıcak hava balonu ile yapılan seyahati yumuşak macera kategorisine koyarken, bunu hiç deneyimlememiş, ilk kez yapan bir kişinin gergin olması deneyimi zorlu hale getirecektir. Sonuç olarak deneyim, beceri, kişilik unsurları ve yeterlik gibi faktörler insanların sert ve yumuşak macera aktivitelerine katılma durumunu etkiler (Swarbrooke, 2003: 66).

Günümüzde macera turistleri bilinenin ötesinde, sıradışı aktiviteler yapmak istemektedir. Dünyanın birçok bölgesinde extrem macera arayışı içerisinde olan maceraseverler sürekli yeni macera aktivitelerinin doğmasına neden olmaktadır. Çalışmada bahsedilen aktivitelere ek olarak, heliskiing, yer altında yapılan akarsu rafting, buzul tırmanışı, yanardağ sörfü, zorbing ve köpekbalığı kafes dalışı gibi macera aktiviteleri, dünya genelinde son dönemlerde ortaya çıkmaya başlayan aktivitelerdendir (Aydın ve Boz, 2018:157).

Macera turizminde içerisinde aktiviteye dayalı macera etkinlikleri ve hedef odaklı etkinlikler olmak üzere iki görüşün olduğu (Millington ve öte., 2001) tarafından desteklenmiştir. Macera turizminin kendi içinde sınıflanan bu türleri arasında temel bir farklılığın olduğu belirtilirken, bu temel farklılıkların her birinin alt bölümlere ayrıldığı bilinmektedir. Hedef odaklı macera turizminde turistler ziyaret ettikleri alanın manzarası, ekosistemi, insanları, tarihi alanları ile ilgilenir ve destinasyon turist için yenilik, keşif, tatmin ve meydan okuma sağlarken, alışılmadık ve sıradışı bir ortam sunmaktadır. Aktiviteye dayalı faaliyetlerde ise macera turistlerinin temel hedefi fiziksel manada bu aktivitelere katılım sağlamaktır.

2.2.18.2 Macera Turistinin Özellikleri

Toplumda meydana gelen toplumsal ve psikolojik değişimlerle birlikte kitle turizmine talepte azalma yaşanırken turist davranışları da değişmeye başlamıştır (ATTA, 2015). Destinasyon odaklı seyahatlerin yanında aktivite odaklı seyahatlerde tercih edilmeye başlamıştır. Macera turizminin doğuşuna sebep olan bu gibi hareketler özellikle macera turistlerinin motivasyonlarına katkıda bulunmaktadır. Bu turizm türüne katılan turistlerin çeşitli motivasyon unsurları yüksektir. Özellikle, kendini gerçekleştirme, uyarılma ve sıradanlıktan uzaklaşma gibi unsurlarının önemli olduğu ve macera turizminin büyümesine etkili olduğu görüşü Swarbrooke ve öte., (2003), tarafından savunulmuştur.

Macera turistleri bir miktar fiziksel aktivitenin ve genellikle özel ekipmanın gerekli olacağı bir açık hava ortamında, turistleri rehberli macera turuna çıkaracak olan ticari operatörlerle bağlantı halindeki turistler olarak tanımlanır (Buckley, 2006). Macera turizmi turistlerin genellikle egzotik, sıradışı ortamlarda ya da açık hava destinasyonlarında adrenalin içeren aktiviteler barındırması bakımından kendisini diğer turizm türlerinden ayırır (Beedie, 2005; Williams ve Soutar, 2005). Çoğu macera turisti seyahat etme amacını “aynılıktan ve sıradanlıktan uzaklaşma” olarak belirtmektedir. Macera turistleri için öne çıkan destinasyonlar “egzotik, olağandışı, uzak, otantik” terimleri ile eşleşen destinasyonlardır (Litvin, 2008).

Macera turizmi kişiler için iş yoğunluğu ve şehir hayatının stresinden kaçış, doğa ile bütünleşme, bir aktivite gerçekleştirme ve daha basit bir yaşam için turistlere imkanlar sunmaktadır. Macera aktivitelerine katılan turistler, meydan okuyucu, özgür, risk alıcı gibi özellikleriyle “zor” veya “kolay” maceracı davranışları gösterebilmektedirler.

Alanyazın incelendiğinde macera turizm faaliyetlerine katılan bireylerin, turizm türlerine göre “kolay veya zor maceracılar” olarak tanımlandığı görülmektedir (Lipscombe, 1999).

Kolay maceracılar şehir hayatının rutininden kaçma, yeni yerler keşfetme (Lipscombe, 1999) gibi davranışlar sergiler ve kitle turistine benzer yönleri mevcuttur fakat seyahatlerini ilk kez deneyimliyor olmaları ve aktivite temelli seyahatler gerçekleştirmeleri aralarındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır.

Zor maceracılar ise daha önce deneyimlenmemiş aktiviteleri yüksek düzey risk olarak ileri düzey kabiliyetleriyle gerçekleştiren kişilerdir. Zor aktivitelerde macera turistleri tehlike, risk ve meydan okuma duygularını tadararak başarılı olmak istemektedirler (Lipscombe, 1999). Bu başarıyı elde edebilmek için uzun süredir macera aktivitelerine katılım sağlamaları ve beceri düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir. Başlangıç seviyesinde olan macera turisti ve orta düzey veya profesyonel anlamda aktivitelere katılan bir macera turisti arasında farklılıklar mevcuttur (Hsieh, 2007).

Pizam (2004) ve Hsieh (2007), farklı kültürlerde yaptıkları çalışmalarda; bazı demografik bilgiler; yaş, gelir durumu, eğitim ve medeni durum başta olmak üzere kişilerin duyuşal arayışlarını, boş zaman aktivite seçimlerini ve uyarılma düzeylerini belirler ayrıca kişinin fiziksel durumu ve zinde olması seçeceği macera aktivitesinin belirleyici unsurları olduğu gerçeğini ortaya çıkarmıştır.

Macera aktivitelerine katılımda cinsiyetler arası farklı motivasyon unsurları ve beklentilerin olduğu Gilbertson ve Ewert (2015) tarafından belirtilmiştir. Beceri seviyelerine göre aktivitelere katılımın cinsiyetler arası bir farklılık yaratmadığı, ancak kadın katılımcıların yüksek duyuşal faaliyetlere karşı daha az motivasyonları olduğu, örn. kaya tırmanışının ağırlıklı olarak erkekler tarafından tercih edildiğini ifade etmişlerdir.

Yeni Zelanda’da yapılan bir araştırma bulgularına göre, kişinin yaşının macera etkinliklerine katılımıyla önemli ölçüde ilişkili olduğu sonucu tespit edilmiştir (Berno, 1996). 20-34 yaş grubundaki kişilerin, jet botlar, bungee jumping, rafting, helikopter uçuşu, parasailing, skydiving, sörf ve kayak gibi bir dizi macera aktivitesine daha yüksek katılım gösterirken, 45 yaşın üzerindeki katılımcılar macera aktivitelerinin bazılarında katılmak için yaşlarının çok yüksek olduğunu belirtmişlerdir.

2.3. Alternatif Turizmde Turist Rehberliği

Günümüzde turistler klasik turizm anlayışından çıkıp farklı alternatif turizm türlerine; örn. macera, kültür, çiftlik, kırsal, gastronomi, sağlık, inanç ve av turizmine yönelmişlerdir. Değişen turizm talepleri doğrultusunda, bu turizm çeşitlerinin turistlere sunulmasında turist rehberliği hizmetleri ön plana çıkmaktadır (Kaya ve Özhan, 2012: 110; Kozan, Özdemir ve Günlü, 2014: 116).

İnsanların refah artışıyla beraber kültür, inanç, gastronomi, eko-turizm ve özel ilgi turizmi gibi turizm çeşitlerine olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Bu artış rehberlerin uzmanlaşması gereken alan sayısını da arttırmaktadır. Turizmde değişen ve gelişen eğilimler turist rehberlerinin bilgilerini güncel tutmaları ve turizm turuna göre alternatif tur kategorilerinde

uzmanlaşmalarını gerekli kılmakta, uzmanlaşma ve rehberlerin genel bilgi düzeyleri turist tatminini doğrudan etkilemektedir (Billett, 2009: 42; Kızılırmak, 2012: 313). Sektörde mesleğe yeni atanan turist rehberleri tecrübeli rehberlere kıyasla seyahat acentaları tarafından daha az tanınmaktadır, bunun sebebi mesleğe yeni başlayan rehberlerin sınırlı sayıda uzmanlık bilgisine sahip olduklarının düşünülmesidir (Ferguson ve Hasan, 2013: 236).

Turist rehberlerine yönelik uzmanlaşma alanlarında eğitimlerin düzenlenmesi, duyurulması, yürütülmesi ve denetlenmesi yetkileri TUREB'e aittir. Turist rehberliği hizmetinde uzmanlaşma farklı turizm faaliyetlerine göre çeşitlilik göstermektedir. Bu alanlar kültür, inanç, gastronomi, ekoturizm ve özel ilgi turlarında uzmanlık eğitimleri şeklindedir (Arslan ve öte., 2018). Türkiye'de rehberlerin genel olarak arkeoloji, inanç, mimari, gastronomi, trekking, jogging, sanat tarihi gibi konularda ve etkinliklerde uzmanlaştıkları belirtilmektedir (Çetin ve Kızılırmak, 2012: 313).

Turist rehberlerine yönelik uzmanlık eğitimleri meslek odaları tarafından yürütülmektedir. İlk uzmanlık eğitimleri, 2003 yılında başlamıştır. Uzmanlık eğitimleri farklı turizm alanlarına yönelik olarak günümüzde de devam etmektedir. İRO tarafından gerçekleştirilen “Çanakkale Savaşları (ANZAK)” ve “Çatalhöyük”, “Trakya Bölgesindeki Mimar Sinan Eserleri Uzmanlık Eğitimi” (İRO-2016), “Gurme ve Gastronomi Uzmanlık Eğitimi” (2016-GARO), “Yedi Kiliseler Uzmanlık Eğitimi” (İZRO-2016), “Doğu Roma Mirası” Uzmanlık Eğitimi (İRO-2017), “Afyon Frigyası ve Savaş Alanları Uzmanlık Eğitimi” (ANRO-2021), “Mezopotamya Uzmanlık Eğitimi” (ŞURO-2022), “Troia ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitimi Programı” (ÇARO-2022) ve “Efes ve Yakın Çevresi Uzmanlık Programı (ATRO-2023) düzenlenenen eğitimlerdir (Güven ve öte., 2018 ve Arslan, 2021).

Macera turizm faaliyetleri kapsamında yer alan uzmanlık eğitim programları ise şu şekilde özetlenebilir: “İstanbul'da Kuş Gözlemciliği” (İRO-2013), “Likya Yolu Uzmanlık Eğitimi” (ARO-2013, 2014), “Akseki-

İbradi Bölgesi Uzmanlaşma Eğitimi” (ARO-2015), “Bisiklet Rehberliği Uzmanlaşma Programı” (ARO ve TUREB-2016), ATRO, “Doğa Yürüyüş Grupları Uzmanlaşma Eğitimi” (ATRO-2017) (Güven ve öte., 2018 ve Arslan, 2021).

Rehberlerin sahip olduğu üst düzey mesleki bilgi performanslarına doğrudan etki etmekte, kendi alanlarında uzman olan turist rehberleri ülkeye yönelik turistik talebin artmasında başrol oynamaktadır. Kentin yerel tarihi, kültürü ve yerel halk hakkında derinlemesine bilgi sahibi olan rehberler ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini belirleyici unsurlardandır (Nguyen, 2015: 32).

2.4. Macera Turist Rehberliği Özellikleri ve Gereklere

Macera turizmini birkaç kelimeyle tanımlamak zordur, fakat içerdiği fiziksel ve psikolojik zorluk, tehlike ve risk, belirsiz sonuçlar bakımından diğer turizm türlerinden ayrılır (Swarbroke ve öte; 2003). Dağcılık, kaya tırmanışı veya macera seyahati gibi macera rekreasyon deneyimlerinden türetilmiştir. Macera turizmi, daha yüksek derecede güvenlik düzenlemeleri, planlama ve deneyim koreografisi ile bunun ticarileştirilmiş bir versiyonudur (Buckley, 2010; Weber, 2001). Macera rehberliği genellikle yüksek düzeyde teknik beceri ve kişisel sorumluluk (örneğin; turistler için, güvenlik, seyahat planlaması, lojistik) gerektirir. Becerilerin öğrenilmesi ve güvenlik yeterliliğinin sağlanması macera turizminin unsurlarıdır (Beedie ve Hudson, 2003). Bu bağlamda, rehberlerin macera turizminde önemli rol oynadığı bilinmektedir.

Macera rehberleri her zaman turistlerin ve kendisinin güvenliğini düşünmek zorundadır ve doğada meydana gelen olayların genellikle ön görülemeyen nitelikte olması sebebiyle bir macera turist rehberi için danışanlarını bilinmeyen durumlara sokmak her zaman büyük risk içerir. Bu sebeple rehberlerin, olası riskleri nasıl değerlendirecekleri ve felaketi önleyecek kararları nasıl alacaklarını bilmeleri oldukça önemlidir. Örneğin, dağcılık rehberleri çığ eğitimi konusunda eğitim almalı, irtifa hastalığını bilmeli ve bunlarla baş edebilecek yetkinlikte olmalıdır. Macera rehberleri ilk

yardım ve CPR (kardiyopulmoner resüsitasyon), nefes almayı bırakan birine yardım etmek neler yapılması gerektiği konusunda eğitilmelidir. Ayrıca ileri düzey macera rehberlerinin (WFR) Wilderness First Responder (Vahşi Yaşamda İlk Yardım) ve (WEMT) Wilderness Emergency Medical Technician (Vahşi Doğa Acil Medikal Teknisyenliği) gibi dış mekana özel bir dizi acil tıbbi sertifikalara sahip olmaları gerekmektedir (Turner, 2003c: 8).

Beedie (2003)'e göre, macera rehberleri, aktivitelerde deneyimledikleri tecrübelerini turistlere aktarmada aracı olan kişilerdir. Bu nedenle macera rehberleri, danışanlarına olağanüstü bir şey gösterebilen profesyoneller ve aynı zamanda turist güvenliğini sağlayıcı kişiler (Arnould ve Price, 1993) olarak işlev görürler. Eşzamanlı olarak, rehberlerin turistleri cesaretlendirmesi ve teşvik etmesi ve onları maceranın sadece alıcıları değil, bir parçası yapmaları gerekmektedir (Priest ve Gass, 2005). Yüklendikleri çok fazla sorumluluk sebebiyle macera turist rehberleri uzun süreli ve zorlayıcı etkinlikler boyunca, çeşitli acemi grupları yönetirken fiziksel ve zihinsel olarak zorlu ortamlarda uygun duyguları sergilerken kendisini bir baskı içerisinde hisseder (Arnould ve öte., 1999). Macera turizmi genellikle fiziksel olarak zorlayıcı aktiviteleri kapsayan nispeten yüksek seviyelerde duyuşsal uyarım ile karakterize edilir (Muller ve Cleaver, 2000: 156). Bu sebeple macera turizm rehberliğinin doğası gereği benzersiz stres ve duygu kaynaklarını sunması muhtemeldir.

Macera rehberleri genellikle mevsimsel olarak farklı kültürel ortamlarda çalışır. Örneğin; nehir rehberleri, Nisan ve Eylül'e kadar Avrupa veya Kuzey Amerika'da çalışabilir, ardından Ekim'den Nisan'a kadar yaz sezonu için Güney Amerika'ya veya Avusturalya'ya seyahat edebilir. Bunun ters modeli olarak kayak veya snowboard rehberleri için geçerlidir. Dağ rehberleri de doğal olarak sık sık seyahat eder ve sıklıkla farklı kültürler, yerel operatör veya yetkililerle iletişime geçmek durumunda kalabilir. Tanıdık olmayan kültürel bağlamlarda çalışmak strese ve psikolojik uyum sorunlarına sebep olduğu (Babiker, Cox ve Miller, 1980; Berno ve Ward, 2005)'ın yaptıkları çalışmalarda görülmektedir.

Ayrıca macera rehberlerinin yaşadığı özel nitelik ve eğitim gereksinimleri; turistlere ve diğer rehberlere uzun süre maruz kalma (örneğin; ortak yaşam alanlarında beraber bulunmayı gerektiren kampçılık faaliyetleri) ve yeni ortamlara ve operasyonel sistemlere hızlı bir şekilde uyum sağlamayı zorunlu kılmaktadır.

Rehberler mevsime, yapılan aktiviteye ve destinasyona göre farklı rehberlerle birlikte çalışabilir. Örneğin, dağcılık rehberleri, her yolculukta farklı yardımcı rehberler ile birlikte farklı birçok yerde çalışmak için mevsimsel olarak seyahat ederler. Valkonen (2009), rehberler etkinliğin tamamından, işleyişinden, hedeflerinden, müşteri güvenliği ve eğlencesinden sorumludur.

Macera turist rehberliği doğası gereği diğer rehberlik türlerinden daha fazla risk ve belirsizlik gerektirir ve macera rehberlerinin duygusal tepkileri de diğer farklı çalışma ortamlarına göre farklı olabilir. Rehberler riski yönetmek için genellikle iki veya daha fazla yardımcı kılavuzla hızlı bir şekilde iletişim kurar. Zamana duyarlı etkileşimleri rehberlerin duygusal tepkilerini şiddetlendirebilir. Holyfield ve Jonas (2003)'a göre, rafting rehberleri tehlikenin inşasında ve yönetiminde, rehberlere göre daha az bilgiye sahip turistlerin tabi kılınmasında da öncü bir rol oynamaktadır. Bu duygusal rol; doğal çevreyi kontrol edebilen ve insanları talihsizliklere karşı koruyabilen unsurlar olan rehberlerin kimlik oluşturma sürecinin bir parçası olarak görülmektedir (Holyfield ve Jonas, 2003). Rehberler tarafından oluşturulan risk algısı, kendi statülerini geliştirmek, “otantik” bir kimlik yaratmak ve turistler için bir macera algısı sağlamak için bir tekniktir (Holyfield ve Jonas, 2003; Palmer, 2002; Sharpe, 2005).

Özel ilgi turlarında rehberlerin turistlerle aynı ilgi alanını paylaşmaları önemli görülmektedir. Bu turlarda katılımcılar dört farklı kategoride ele alınmaktadır (Brotherton ve Himmetoğlu, 1997: 19). Örneğin ‘yeni başlayanlar’ sınıfına kılavuzluk eden bir rehberin tur boyunca aktiviteyle ilgili eğitici ve yol gösterici rol üstlenmesi ve destekleyici olması beklenmektedir. İkinci kategori olan ‘Meraklılar’ sınıfında ise turistler yeni başlayanlara oranla biraz daha fazla bilgi sahibidir. ‘Meraklılar’ rehberin

ilgisine ve yol göstericiliğine oldukça ihtiyaç duymaktadır. Özellikle risk içeren aktivitelerde (örneğin; avcılık, dalış vb.) rehberin, yeni başlayanlar ve meraklılara ayrıntılı açıklama yapması beklenmektedir. ‘Uzmanlar’ ise oldukça tecrübeli olan aynı aktiviteyi birkaç kez hatta birkaç farklı destinasyonda deneyimlemiş olan kişilerdir. Bu katagoride olan turistler genellikle kendini tanıma ve kendilerini gerçekleştirme ihtiyaçlarını giderme niyetiyle hareket eder ve rehberin turistlerin kendini gerçekleştirme ihtiyacını anlaması ve turistleri bu amaçla motive etmesi beklenmektedir. Fanatikler ise özel ilgi alanlarını yaşam tarzı haline getirmiş, tecrübeli turistler olarak bilinmektedir. Özel ilgi alanlarında uzmanlaşmış kişiler gruptaki daha az tecrübeli turistlere yardımcı oldukları takdirde rehberin iş yükünün azalmasına yardımcı olabilir. Rehberlerin turist deneyimini iyi bir şekilde yönetebilmesi için bu turlarda en az ‘uzman’ sınıfındaki turistler kadar bilgi, tecrübe ve donanımına sahip olmaları beklenmektedir (Arslan, 2018).

Rehberler öncelikle alanında uzman olmalı ve özellikle spor alanında çok fazla kişisel deneyime sahip olmalıdır. Örneğin, kaya tırmanışı alanında bir aktivitede görev alan rehber, kaya tırmanışı konusunda deneyim sahibi olmalı ve gerekli ekipmanları nasıl kullanacağı hususunda bilgi sahibi olması gerekmektedir (Turner, 2003a: 11).

Uzmanlığa ek olarak, macera rehberleri fiziksel olarak formda olmalıdır. Açık hava macera aktiviteleri oldukça yorucu olabilir ve rehberler gidilecek rotayı rehberin kendisi tamamlamakla kalmayıp, katılımcılara yardım etmek durumuyla karşı karşıya kalabilmektedirler. Örneğin bir macera turist rehberi, rafting aktivitesinde katılımcıyı sala geri çekebilir ya da dağcılık deneyiminde, kendi gücüyle kamp alanına ulaşamayan bir katılımcıya yardım etmek zorunda kalabilir. Rehberler genellikle ekipmanı taşımaktan, kamp kurmaktan, seyahatin sorunsuz devam etmesi için fiziksel olarak çaba gerektiren tüm durumlardan sorumludur. Bu bağlamda, macera tur rehberlerinin kariyerleri için fiziksel uygunluk oldukça önemlidir (Turner, 2003b: 6).

Rokenes ve öte. (2015)'e göre macera turist rehberleri hizmetleri gereği kendilerine sorumluluk alırlar. Bu açıdan bakıldığında fiziksel çevre ile ilgili turistleri bilgilendirme süreçlerine katkı sağlayan ve turist güvenliğine önem veren kişilerdir.

Tur esnasında sahip oldukları tecrübe ve katılımcıları tehlikeden korumak amacıyla verdikleri anlık kararlar ile rehberler heyecan verici deneyimleri katılımcılara yaşatırken iyi bir denge kurarlar (Edensor, 2000; Morgan, Moore ve Mansell, 2005).

Macera rehberlerinin üstlendiği rollerden bir diğeri de rehberlerin eğitici rolüdür. Macera turizminde dağcılık, tırmanma veya rafting gibi alanlarda temel amacın öğrenme olduğu bölümlerde vardır (Beedie, 2003; Curtin, 2009; Ewert, 1985; Lowenstein, 1999; Lugosi ve Bray, 2008; Pomfret, 2006). Açık hava ve macera temelli eğitim araştırmalarından elde edilen bulgulara göre, bir eğitmenin (veya rehberin) davranışlarının doğrudan öğrencinin öğrenmesine katkıda bulunduğunu göstermektedir (Schumann ve öte., 2009). Eğitmenlerin öğrenmeyle sonuçlanan eylemleri arasında doğrudan öğretim, geri bildirim sağlama, resmi müfredat sunma ve risk yönetimi öğeleri yer alır (Sibthorp ve öte., 2011). Bu bağlamda diğer rehberlik alanları ile kıyaslandığında riski yönetmek denilince akla macera turist rehberleri gelmektedir. Schumann ve öte., (2009)'a göre, bazı öğrencilerin, öğretmenleri tarafından güvenli hissettikleri bir ortam yaratması hatta (güvenli bir şekilde) etkinlikte başarısız olmaları durumunda öğrenmenin gerçekleştiğini belirtmektedir. Bu uygulama, öğrencilerin (veya katılımcıların) başarısızlığın sonuçlarından (örn. fiziksel zarar veya yaralanma) kaçınırken yeteneklerinin sınırlarını keşfetmelerini sağlar. Macera eğitimi ortamlarından elde edilen bu veriler cesaret vericidir.

Macera turları gerçekleştiği ortamla ilişkilendirildiğinde rehberin anlatımı ve açıklamaları da doğal ortamla ilgili olmaktadır. Rehber yabancı hayvan ve bitki türleriyle ilgili bilgi vermenin yanı sıra, tur esnasında katılımcıların zarar görmemesi için uyarılarda bulunmalıdır (Arslan, 2018). Bu turlarda uzman olarak görülen rehberler aktiviteye yönelik ayrıntılı bilgi

ve beceri sahibi olarak görülen kişilerdir (Maurice, 2004). Ayrıca dağcılık ve rafting gibi uzun süreli macera turlarında rehber veya rehberler, kamp yeri bulma, kamp kurma ve grup üyeleri için yemek hazırlama gibi görevleri de üstlenebilmektedirler (Arnould, 1993).

Rokenes, Schumann ve Rose (2015), macera rehberleri farklı gruplarda çalıştığı için, grup içerisindeki ilişkiler boyutunda önemli bir göreve sahiptir. Macera turizmi deneyimleri genellikle talepkar, zorlayıcıdır ve tehlikeler bilinmeyebilir; bu faktörler grup içinde çatışmalara ve işlev bozukluklarına neden olabilir. Rehberlerin eylemleri, bu tür sorunları çözmeyi ve bunu gruptaki tüm tarafları memnun edecek şekilde yapmayı içerebilir.

Beddie (2003), dağcılık faaliyetine katılım gösteren turistler ileri seviyedeki deneyimleri yaşamayı güvenli bir çevrede tatmak isterler. Dağcılık rehberleri de bazen danışanları fantastik bir gün doğumu için en iyi konumda olabilmeleri hedefiyle normalden daha ileri ve daha sert ittiğine dikkat çeker.

Rokenes, Schumann ve Rose (2015), macera rehberlerinin çevre konusunda önemli rol oynadıklarını ifade etmektedir. Rehberlerin temel geçim kaynağı doğadır ve doğanın gelecekte bozulması rehberler için endişe verici bir durumdur (Schaller, 2016). Yamada (2011), çevreyi koruma ve çevre eğitiminin yaygınlaştırılması kapsamında doğa rehberliğinin bir araç olduğunu ifade eder ve doğa rehberlerinin temel rollerinden birinin doğal kaynakların korunması konusunda farkındalık oluşturmak olduğunu altını çizer.

Turistler genellikle doğa üzerindeki etkilerinin farkındadır ve bunu en aza indirmek isterler (Curtin, 2009). Ayrıca rehberlerin farklı türlerin nasıl tepki verdiği ve çevreye verilen rahatsızlığın nasıl en aza indirileceği konusunda bilgi sahibi olması beklenmektedir (Knight ve Cole, 1998). Rehberler çevresel yorumlamalarıyla yerel flora, fauna, jeoloji, coğrafya ve diğer doğal sistemlerin önemine dikkat çeker ve katılımcıların nasıl sürdürülebilir şekilde davranacaklarını anlamalarına yardımcı olur (Pereira, 2005; Pereira ve Mykletun, 2012).

3. BÖLÜM

ÖZ BELİRLEME TEORİSİ

Öz belirleme bireyin davranışlarını dış etkenler yerine kendi kişisel inançları ve değer yargılarıyla belirlemesi, kararlarını kendi başına alması olarak tanımlanır (Budak, 2000). Kurama ilişkin ayrıntılı çalışmalar, 1970 yılında Edward Deci önceliğinde başlamıştır. Kuramın bilinen diğer temsilcisi, Richard Ryan'dır. Bu kuramın içeriğinde birey kendi seçimlerini yapar ve davranışlarının sorumluluğunu üstlenir (Deci, Connell ve Ryan, 1989). Öz belirleme teorisi, insanların içsel olarak kişisel gelişim, öz-yönelim ve bağlılık arzuları tarafından motive edildiğini ve kendi kaderini tayin eden motivasyonun harici ödüller olmaksızın doğrudan bir davranışın veya davranışın tatmininden kaynaklandığını öne sürer (Deci ve Ryan, 2002).

Öz belirleme kuramı kapsamında kişinin dışarıdan müdahale ve baskı görmesi, özgür bir şekilde karar vermesine engel bir durumdur. Birey kendi davranışının sorumluluğunu üstlenme kapasitesine sahip olmalıdır (Deci, 1992).

Öz belirleme kuramı kapsamında son 30 yılda farklı kuramlar geliştirilmiş, öz belirleme teorisi, öz belirleme kuramına kaynak oluşturarak kendi içerisinde dört mini kuram geliştirmiştir. Bu kuramlar; bilişsel değerlendirme kuramı, organizmik bütünleşme kuramı, nedensellik yönelimi kuramı ve temel ihtiyaçlar kuramıdır (Deci ve Ryan, 1985).

Öz belirleme kuramında, kişiler tutarlı bir benlik sahibi, psikolojik anlamda gelişime eğilimli, yaşamda varolan engelleri aşmak için çabalayan aktif bir organizmadır. Öz belirleme kuramı, insanların doğası gereği, psikolojik gelişmeye ve entegrasyona dolayısıyla öğrenmeye, yetkinliğini artırmaya ve başkalarıyla ilişkiler kurmaya eğilimli olduklarını varsayar. Ancak bu eğilimler kendiliğinden ortaya çıkmayıp, uygun koşullar gerektirir ve kuram özellikle bireylerin gelişimlerinin sağlıklı olması için psikolojik ihtiyaçlara destek verilmesinin gerekliliğini savunur (Ryan ve Deci, 2000; Deci ve Ryan, 2002).

Öz belirleme teorisi, temel psikolojik ihtiyaçları özerklik, yeterlik ve ilişkili olma olarak kavramsallaştırır ve bu ihtiyaçların evrensel olduğu fikrini savunur (Chen ve öte., 2015). İnsanın yaşam döngüsünde, kişiler arası sosyal ilişkilerinde kişinin bireysel gelişimini anlamak için bireyin psikolojik ihtiyaçların anlaşılmasına odaklanır (Sheldon ve Bettencourt, 2002). Aynı zamanda bu ihtiyaçların doyumu ve dengede tutulması öznel iyi oluşu etkilediği bilinmektedir (Sheldon ve Niemiec, 2006).

Macera rehberliği deneyimleri ele alındığında macera rehberlerinin deneyimleri ve psikolojik iyi oluşlarını etkileyen temel faktörleri daha iyi anlamak gerekmektedir. Bu çalışma kapsamında öz belirleme teorisinin bir alt kuramı olan temel psikolojik ihtiyaçlar kuramı ele alınacaktır. Bu alt kuram kişinin temel ihtiyaçlarının, ruh sağlığı ve öznel iyi oluşuna etkisi üzerine çalışır (Cihangir-Çankaya, 2005).

3.1. Temel Psikolojik İhtiyaçlar

Öz belirleme kuramının özünü oluşturan “temel psikolojik ihtiyaçlar” bireylerin ulaşmak istedikleri hedefler uğruna doyurulması gereken yapılarıdır (Hennessey, 2000). İhtiyaç kavramı denilince genel olarak akla kişinin fizyolojik ya da psikolojik eksikliği düşünülse de öz belirleme kuramında ki ihtiyaç kavramı psikolojik ihtiyaçları vurgular ve ihtiyaç doyumunun önemine dikkat çekmektedir. Sosyal çevresi tarafından özerklik destekleyici şartlar içerisinde yaşayan ve temel psikolojik ihtiyaçları karşılanan bireylerin gelişimi daha sağlıklı olmaktadır (Cihangir-Çankaya, 2005). Kuramda temel psikolojik ihtiyaçların evrensel olduğu kabul edilir (Deci ve Ryan, 1985b).

Kuram üç temel psikolojik ihtiyaçtan oluşmaktadır. Bunlar; özerklik (autonomy), yeterlik (competence) ve ilişkili olma (relatedness) kavramlarıdır. Bu ihtiyaçların doyumunun sağlanması bireylerin psikolojik gelişimleri için gerekli bir durumdur (Ryan ve Deci, 2000; Andersen, 2000).

Bireyin davranışlarında seçim yetkisine sahip olduğunu hissettikçe, yaptıkları işlerde yeterli oldukları hissine dair kanaatlerinde ve sosyal ilişkilerinde diğer bireylerle pozitif ilişkiler kurması durumunda ve

davranışlarına dair düzenlemenin içselleştirilmesi ve özerk motivasyonun ortaya çıkması için gerekli koşul niteliğindedir. Kişi özgür iradesini kullanarak yaşamını sürdürürken zorlayıcı koşulları aşmaya çalışırken kapasitesini kullanır ve sosyal varlık olarak bireylerle etkileşime girer ve olumlu ilişkiler geliştirir, böylelikle içsel motivasyonunun sürekliliği sağlanır (Tatlı, 2019).

Temel psikolojik ihtiyaçlar, kişinin davranışlarını sürdürmesi ve başarıyla sonuçlandırması için önemlidir (Deci ve Ryan, 2000). Dolayısıyla kişinin içerisinde bulunduğu çevrenin koşulları, bu çevrenin özerkliği destekleyici nitelikte olması gerekir. Özerkliği destekleyici ortamda yaşayan birey seçin duygusunu yaşar ve bireyin temel psikolojik ihtiyaçlarının doyumu sağlanır (Deci ve Ryan, 1985b; Williams, Frankel, Campbell ve Deci, 2000; Deci, Ryan, Gagne, Lronr, Usunov ve Kornazheva, 2001).

Kurama göre bireylerin ruh sağlığının iyi olması, büyümeleri ve gelişimleri için temel psikolojik ihtiyaçların doyurulması gereklidir. Psikolojik ihtiyaçlar sosyal ortam ve ilişkilere bağımlı unsurlardır ve doyurulmayan psikolojik ihtiyaçlar ruhsal rahatsızlıklara sebebiyet vermektedir (Ryan ve Deci, 2000).

Temel psikolojik ihtiyaçları karşılamak psikolojik büyüme, refah (yaşam doyumu, psikolojik sağlık) ve öznel canlılık için hayati unsurdur. Bu bulgular psikolojik iyi oluşun önde gelen teorilerinden öz belirleme teorisinin temelini oluşturmaktadır (Ryan ve Deci, 2017).

Macera turizminin diğer turizm türleriyle kıyaslandığında daha zorlu bir turizm türü olması sebebiyle rehberler uzun süreli ve zorlayıcı etkinliklere katılım sağlarken, psikolojik anlamda zorlu süreçlerden geçebilmektedir. Mutz ve Müller (2016), açık hava aktivitelerine katılım sağlayan kişilerin yaşam doyumu, mutluluk, farkındalık ve öz yeterlik hususlarında olumlu kazanımlar sağladıklarını ayrıca stres düzeylerinin azaldığını belirtmişlerdir. Glasser (1992), bireylerin doğuştan yaşamını sürdürme eğilimleri olduğunu, sevgi ihtiyacını karşılama, güç, eğlence ve özgürlük ihtiyaçlarına sahip olduklarını, farkındalıkla ya da farkında olmayarak, ihtiyaçlarını karşılayacak

davranışa yönelebildiklerini ifade eder. Macera turist rehberleri de seçmiş oldukları meslekleri vasıtasıyla temel psikolojik ihtiyaçlarını doyurabilmektedirler.

3.1.1. Özerklik

Özerklik ihtiyacında birey kendisini eylemlerinin merkez noktasına koymaktadır (Kowal ve Fortier, 1999). Başka bir ifadeyle, bireyin davranışlarını olduğu gibi kabullenmesi, onaylaması ve davranışlarının arkasında durmasıdır (Deci, Ryan, 1985a; 2000). Özerklik, kişinin eylemlerindeki inisiyatif ve sahiplenme duygusuyla ilgilidir. Özerk birey eylemlerinin temelinde kendisinin bulunduğunu dikkate alma ihtiyacı duyar ve kendi seçimlerini kendisi yapar (Ryan ve Deci, 2020). Özerklik dışarıdan kontrol edilmek yerine otantik bir öz yönlendirme kapasitesine ve iradesine sahip olmak ve kişinin kendi davranışının algılanan kaynağı olması anlamına gelmektedir (Ryan ve Deci, 2017).

Özerklikte kişi bir davranış gösterirken sosyal çevreden bağımsız bir şekilde değerlendirilmek yerine, sosyal bağlamlar içerisinde kendi davranışları üzerinde kontrol hissine sahip bir birey olarak ifade edilir (Ryan ve Deci, 2000a). Bireyler günlük hayatlarında kendilerini özerk hissedebilmeleri için dışarıdan gelen motivasyonları içselleştirir ve böylece davranışları üzerinde öz düzenlemeyi sağlar (Ryan ve Deci, 2000; Deci ve Ryan, 2002).

Bireyin davranış düzenlemesindeki motivasyonunu belirlemede özerklik anahtar bir kavramdır (Ryan ve Deci, 2006). Özerkliğin diğer iki psikolojik ihtiyaçtan daha önemli olduğu fikrinin savunan çalışmalar mevcuttur (Deci ve Ryan, 1985b; Ryan, 1995). Bu bağlamda özerklik ihtiyacının giderilmesi, diğer temel psikolojik ihtiyaçların karşılanabilmesi için gerekli koşulların oluşmasını sağlamaktadır.

Özerklik kavramı, sosyal bir çevrede aktif olarak yaşayan bireyin, eylemlerinde seçim yapabilmesi ve kendi özgür iradesini ortaya koyabilmesidir. Macera turist rehberlerinin de gerçekleştirdikleri turlarda

özerk karar verebilmesi, turun tüm sorumluluğunu üstlenmesi gereklidir. Özellikle turlarda ani gelişen durumlarda rehberin profesyonelce davranması tur katılımcılarına güven vermektedir. Macera turlarında rehberin özerk hareket edebilmesi, hem turun kalitesini hem de turistlerin memnuniyet düzeyini arttırabilmektedir.

3.1.2. Yeterlik

Kuramda geçen psikolojik ihtiyaçlardan diğer bir tanesi de yeterlik ihtiyacıdır. Kowal ve Fortier (1999), bu ihtiyacı bireyin çevresiyle yeterli ya da etkili olarak iletişimde olma isteği olarak tanımlar. Deci ve Ryan (1985), yeterliğin kişinin çevreye uyum sağlama kapasitesi yani çevreyle etkili bir biçimde etkileşimde bulunması olarak tanımlamaktadır.

Bireyler yaşadığı çevreyi keşfetme sürecinde, organizmanın sürekliliğini sağlayabilmesi için çevresiyle birtakım etkileşimlere girmektedir. Yeterlik bu etkileşimlerdeki yeterli olma düzeyi ve çeşitli koşullara uyum sağlama kapasitesi yani bireyin çevreyle etkileşiminin, öğrenmelerinin ve gösterdiği uyumun toplamıdır (Deci ve Ryan, 1985a; Deci ve Vansteenkiste, 2004). Bireylerin doğuştan sahip oldukları yeterlik ihtiyacı onları kapasitelerine göre zorlukları aramaya yöneltir ve zorlayıcı durumlarda elde ettikleri başarı sonucu yeterli hissetmeleri sağlanır (Deci, 1975). Bireylerin kendileriyle ilgili hissettiği yeterlik duygusu, kişinin davranışlarını, kararlarını, öğrenmesini, çaba düzeyini ve sonuç olarakta başarısını etkileyen unsurdur (Ormrod, 1999; Cihangir-Çankaya, 2005). Yeterlik duygusunu yaşayan ve bu ihtiyacını gideren bireyler, hedeflerine başarılı bir şekilde ulaşacaklarına inanmaktadırlar (Williams, Gagne, Ryan ve Deci, 2002).

Yeterlik kişinin çevresiyle etkileşiminde kendini yetkili hissetmesi ve kişinin yeteneklerini kullanma fırsatlarına sahip olması anlamına gelmektedir. Macera turist rehberleri verdikleri hizmet sırasında başarılı bir şekilde yaptıkları işin üstesinden gelen ve yaptıkları işler takdir edilerek yeterliği fark edilen kişilerdir. Bireyin göstermiş olduğu başarılar, liderlik ettiği grubun başarıları ve kendisinin başarıma inancı ile ‘yeterlik kaygısını’ ortadan kaldırır. Kişisel yeterlik ihtiyacı bireyin güdülenmesi için önemli

kaynaklardandır ve bağılı bulunduğu gruba hâkim olan istenilen sonuçlara ulaşmada kendini yeterli hisseden kişi süreç içerisinde yaptıkları işlerde yetkin hissetmektedir (Ryan ve Deci, 2017). Macera turist rehberleride alanında uzman olan bireyler olarak turlarda turistleri yönlendirme, liderlik etme ve bilgilendirme süreçlerini yönetebilmektedirler.

Rehberin tecrübe sahibi olması macera turlarında kilit noktadır ve rehberin turun başlangıcında rehberlik ettiği gruba deneyim sahibi olduğunu hissettirmesi, katılımcıların karşılaştıkları sorunlara karşı bireysel çözüm yolları aramalarına engel olmakta, katılımcılar için güven duygusunun oluşmasını sağlamaktadır. Rehber turda liderlik ettiği grubun başarıları ve kendisinin başarma inancı ile ‘yeterlik kaygısını’ ortadan kaldırır. Turistlerin eşsiz bir deneyim yaşamalarına ve korkularını aşmalarına yardımcı olduklarında yani zorlayıcı durumlar karşısında başarı elde etmelerine tanık olduklarında rehberlerin elde edeceği olumlu dönütler yeterlik ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

3.1.3. İlişkili Olma

İlişkili olma ihtiyacında birey diğer kişiler ile bağlantılı olma, bağılı olduğu sosyal çevrede aidiyet hissini yaşama isteğindedir (Kowal ve Fortier, 1999). İlişkili olma ihtiyacı, bireylerin birbirlerine olan saygısını, samimiyeti, duyarlılığı, özeni, duygusal kabulü gerektirmektedir (Andersen, 2000). Bu ihtiyaç bireyin yaşamında değer verdiği kişilerle bağlantılı olmasını (Reis ve öte., 2000) ve kurduğu ilişkilerde destek ve doyumu hissetmesini sağlamaktadır (Ingledew, Markland ve Sheppard, 2004).

İlişkili olma ihtiyacının kökleri, Bağlanma Teorisi’ne (Attachment Theory) dayanmaktadır (Bowlby, 1979; Lopez ve Brennan, 2000). Bağlanma Teorisi, çevresindeki insanlarla güvenli bir ilişki kuran bireylerin daha olumlu tutumlar, uyumlu bilişsel değerlendirmeler, başına gelen aksiliklerde duygusal başa çıkma mücadelesi, daha fazla öz-farkındalık ve daha iyi sosyal beceriler sergileme eğiliminde oldukları görüşünü savunmaktadır (Lopez ve Brennan, 2000). Diğer bireyler ile güçlü bağlar kurabilen bireyler, çevresiyle

güvenli ilişkiler geliştiremeyen bireylere göre, stresin üstesinden gelme konusunda yüksek yeterlik sergilemektedirler (Lopez ve Brennan, 2000).

Ryff (1989: 1071), diğer insanlar ile olan olumlu ilişkiler, kişiler arası ilişkilere duyulan güven, sıcaklık, duygusal yakınlık kurma ve empati hisleri olarak tanımlamaktadır. Birçok teorisyen kişiler arası sıcaklığın önemine dikkat çekmiştir. Örneğin, Maslow (1968) kendini gerçekleştiren bireylerin ve öz kabul konusunda yetersiz olan bireylere kıyasla daha arkadaş canlısı, daha sevgi dolu olabilmeyi başardıklarından ve güçlü empati ve duygulanım yeteneğine sahip olduklarından bahsetmiştir. Herhangi bir yaş aralığında zihinsel olarak sağlıklı bir birey olmanın, diğer bireylerle sevmek ve sevilme ihtiyaçlarını gidermek, vermek ve almak ilişkisi ile bağlantılı olduğu bilinmektedir (Birren ve Renner, 1980: 29).

İlişkili olma ihtiyacında, bireyler kendilerini bazı kişi veya gruba ait hissettiği ölçüde bağlılık durumlarında artış yaşatabilmektedirler. Macera turist rehberlerinin bulunduğu sosyal ortam içerisinde ilişkili olma ihtiyacını karşılayabilmesi mümkün olmaktadır. Ayrıca macera turist rehberleri ve turistler, karşılıklı yardımlaşma, güven ve saygı gibi duygusal ihtiyaçlarını karşılayarak, ilişkili olma ihtiyacında katkı sağlarlar (Deci ve Ryan, 2001; Vlachopoulos, S. P., 2006).

Macera turist rehberleri yerel sakinler ve turistler arasında iletişimi sağlayan kişilerdir (Prebensen ve Foss, 2011). Ayrıca rehberler, ev sahibi toplum ile turistler arasında sosyal aracılar olarak önemli bir rol oynamakta ve bu süreçte rehberler genel deneyimlerini zenginleştirme imkanına sahip olmaktadır (Jensen, 2010). Macera turist rehberleri gruptaki bireylerin aktif pozitif duygular yaşamasına yol açar ve birey daha öz farkında, daha sosyal beceri sahibi konumunda olur. Böylelikle ilişkili olma ihtiyacı çerçevesinde rehberler ve turistler bu durumdan karşılıklı fayda sağlamaktadırlar. Macera turist rehberleri, macera turlarında yer alan turistler ile sürekli bir etkileşim ve bağlantı içindedir. Katılım sağladıkları tur, sosyal alanları olarak aidiyetlik hissi yaşamalarına sebep olur.

Kuramda adı geçen temel psikolojik ihtiyaçların karşılanmasına engel olunması ya da kişinin bu ihtiyaçlarını giderememesi durumunda, Deci ve Ryan (2000) bireyin içsel motivasyon ve iyi oluşunda azalma meydana gelmekte ve performans dūřukluęu yaşamaktadır. Ayrıca araştırmalar bu temel psikolojik ihtiyaçların doyurulma veya engellenme derecesinin yaşam alanlarında psikolojik iyi oluř ve performansı önemli ölçüde etkilediğini göstermiş, bu psikolojik ihtiyaçların karşılanmasının günlük iyi oluř halini (Reis ve öte., ve Ryan, 2000) ve yaşam doyumunu (Ryan ve Martela, 2016), etkilediğini ortaya çıkarmıştır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Nitel araştırmalar gözlem, görüşme, doküman analizi gibi yöntemler kullanılarak, olay ve olguların doğal ortamlarında gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konulması esasıyla hareket eden araştırma türleri olarak adlandırılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:45). Nitel araştırmalar araştırmacının belirli bir alandaki tanımlayıcı kalıpları keşfetmesi amacıyla yapılır ve devamında metinlerin analiz edilmesi ve yorumlanması gerekmektedir (Auerbach ve Silverstein, 2003). Nicel araştırmalarda sayısal analizlere yer verilirken, nitel araştırmalarda temel hedef okuyuculara betimsel ve gerçekçi bir çerçevede olguyu aktarmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:54). Bu araştırma kapsamında amaç araştırmaya konu olan kişilerin olay, deneyim ve problemlere yükledikleri anlamları ortaya çıkarmaktır (Güler, Halıcıoğlu ve Taşkın, 2015). Nitel araştırmalarda araştırmacı incelenen olguyu ölçmekten ziyade, olguyu derinlemesine inceleme amacıyla hareket etmektedir. Geniş bir örneklem kitlesi yerine, küçük bir örneklem grubu ile çalışılmasının araştırmacı için faydalı olacağı bilinmektedir (Akıncı ve Sönmez, 2015).

4.1. Araştırmanın Deseni

Bu çalışmada, araştırma sorularına derinlemesine yanıt aramak, verileri elde etmek ve analiz etmek yönetmek için nitel araştırma yaklaşımlarından olgubilim deseni benimsenmiştir. Olgu bilim yaklaşımında bir konunun özünü deneyimlemiş kişilerin o olguya ilişkin yaşantıları, olguyu algılama şekilleri ve olguya yükledikleri anlamlar belirlenmeye çalışılmaktadır (Dönmez, 2017).

Öktem (2015), olgubilimi ‘özü görüleme’ ifadesini kullanarak tanımlamış ve ‘fenomenin’ in ne olduğu, nasıl kavranabileceğinin sorgulanıp incelenebileceğini ifade etmiştir. Olgubilim yaklaşımıyla elde edilen bilgiler gerek odaklanılan olgunun tanımı ve boyutları ile gerekse katılımcıların bu olgu karşısında ne hissettikleri, ne yaşadıkları ve onlar için bu olgunun ne

anlam ifade ettiği bakımında teori oluştururken zengin bilgi kaynağı sunmaktadır (Özmen ve Karamustafaoğlu, 2019).

Nitel araştırmalarda araştırma desenine karar verilmeden önce “ daha iyi anlamak ve tanımlamak istediğim belirli bir olgu (fonomen) var mı?” sorusunu sormak gereklidir (Teherani ve öte., 2015:270). Buna göre çalışmanın olgusu “macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçları” olarak belirlenmiştir. Rehberlerin temel psikolojik ihtiyaçlarını anlamak araştırmanın temel amacıdır. Araştırma konusu kapsamında genel olarak “Macera turist rehberleri mesleklerini icra ederken temel psikolojik ihtiyaçlarını ne ölçüde karşılıyor?” sorusunun cevabı üzerinde durulmuştur.

4.2. Araştırmanın alışma Grubu

Araştırmanın alışma grubunu macera turlarında aktif olarak görev alan, profesyonel anlamda rehberlik mesleğini icra eden ve çalışma kartına sahip macera turist rehberleri oluşturmaktadır. Fenomenolojik bir çalışma yürütölürken ele alınan fenomeni deneyimlemiş birden fazla kişiden oluşması gerekir (Crestwell, 2007: 122). Bu sebeple çalışma grubu seçilirken çeşitli macera aktivitelerinde faaliyet göstermiş olan ya da aktif olarak görev alan turist rehberleri seçilmiştir.

Ekim, 2022 döneminde macera turist rehberlerine ulaşabilmek için öncelikle seyahat acentalarının web siteleri araştırılmış ve macera turları düzenleyen seyahat acentaları belirlenmiştir. Acentalarının bünyesinde macera turlarında aktif olarak görev alan rehberlerin bulunup bulunmadığı bilgisi alınmıştır. Çeşitli bölgelerden farklı macera turlarında görev alan rehberlerin mail adresleri rica edilmiş, kurulan iletişimler sonucu görüşme formlarına cevap verebilecek rehberlerin Rehberlik Bilgi Sistemine kaydı olup olmadığı araştırılmıştır. Sonraki aşamada görüşme soruları rehberlere mail adresleri aracılığıyla ulaştırılmış, görüşmeyi kabul eden turist rehberleri ile iletişime geçilmiştir ve görüşme soruları mail adresleri aracılığıyla iletilmiştir. İRO, TRO, MUTRO, NERO, ARO’ya kayıtlı 20 turist rehberi ile görüşölmüştür.

4.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama araçlarından görüşme tekniği kullanılmıştır. Olgubilim araştırmalarında görüşme, veri toplama aşamasında öne çıkan en önemli araçlardan bir tanesidir (Creswell, 2016; Englander, 2012) ve diğer veri toplama araçları destekleyici araçlar olarak görülmektedir. Görüşme, görüşme yapan kişinin bilgi almak amacıyla görüşülen kişiye sorular yönelttiği bir veri toplama yöntemi olarak bilinmekte (Christensen, Johnson ve Turner, 2015; Türnüklü, 2000) ve güçlü bir veri toplama aracı olarak kabul görmektedir (Teddlie ve Tashakkori, 2015).

Bu araştırmada verilerin toplanması çevrim içi (online) olarak Google Forms üzerinden yarı yapılandırılmış bir görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış veri toplama araçları belirli bir konuda derinlemesine bilgi toplamak ve belli bir düzeyde standartlığa ve esnekliğe sahip olması sebebiyle araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılan bir veri toplama tekniğidir (Birol ve Aydın, 2019:492). Yarı yapılandırılmış görüşmelerde araştırmacı sormak istediği soruları içeren bir görüşme formatı hazırlar (Türnüklü, 2000). Görüşme yapan kişi önceden hazırlık yaptığı konu ve alana sadık kalarak ayrıntılı bilgi elde etmek için ek sorular sorabilme imkanına sahiptir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Çalışma grubundaki macera turist rehberleri, nitel araştırmalarda tercih edilen başlıca örnekleme yöntemi olan amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Belli amaçlara dayalı bir şekilde araştırma sorularının cevaplanmasıyla konuyla alakalı olan grupların ve bireylerin seçilmesi amaçlı örnekleme olarak tanımlanmaktadır (Teddlie ve Yu, 2007).

Görüşme sorularının ve katılımcıların belirlenmesi gibi süreçlerle birlikte kaç kişi ile görüşme yapılacağı da önemli bir nokta olarak bilinmektedir. Creswell (2016: 189) belirlenen nitel desene göre araştırmaya katılacak kişi sayısının belirlenebileceğini ileri sürmüştür ve katılımcıların üç ile on kişi arasında yeterli olacağını belirtmiştir. Olgubilim araştırmalarında örnekleme büyüklüğü konusunda farklı fikirlerin olduğu bilinmektedir. Güler ve öte (2013: 44) ise olgubilim çalışmasının amacını gerçekleştirebilmesi için beş

ile yirmi beş katılımcıyla yapılacak olan görüşmelerin yeterli olacağı fikrini savunmuşlardır. Bu çalışmada ise toplam 20 macera turist rehberi ile görüşülmüştür. Çalışma grubunun büyüklüğünün belirlenmesinde verilerin doygunluğa ulaşması (Bengtsson, 2016: 10) ilkesi benimsenmiş, yani elde edilen veriler sonucu artık yeni veriye ulaşılamamış olup katılımcılardan benzer cevaplar gelmeye başladığı anda verilerin doygunluğa ulaştığı gözlemlenmiştir.

Mackenzie ve Raymond'ın (2020), "A Conceptual Model of Adventure Tour Guide Well-being" çalışmasında yer alan görüşme soruları araştırmanın amacına uygun olarak uyumlaştırılarak görüşme formu oluşturulmuştur. Orijinal hali İngilizce olan ve aşağıda yer alan görüşme soruları çalışmanın amacına uygun bir çerçevede, yazar ve danışman tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. Sonraki aşamada, iki İngilizce okutmanın sorular hakkında görüş ve önerileri alınmıştır. Uzmanların dönütleri neticesinde önerileri dikkate alınarak görüşme formu tekrar düzenlenmiş ve forma son şekli verilmiştir (Ek 2). Görüşme formunun son şeklinde, ilk 6 soru katılımcıların demografik bilgileri, 7. 8. 9. 10. sorular katılımcılara ait mesleki bilgileri, 11 ve 12. ve 13. sorular katılımcıların macera turist rehberliği seçim nedenleri olmak üzere toplam 13 adet soru yer almaktadır.

Çalışma grubundaki macera turizmi rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik aşağıdaki sorular yöneltilmiştir.

- Macera rehberliği yaparken kendinizi özgür hissediyor musunuz?
- Bir macera rehberi olarak kendinizi ne ölçüde yetkin ve yetenekli hissediyorsunuz?
- Macera rehberliği yaparken turlarda yer alan katılımcılar ile yakınlığınız, kurduğunuz bağ, ilişki düzeyiniz nasıldır?

4.4. Verilerin Analizi

Bu çalışmada veri analizi için içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi verileri kodlamanın ve tanımlamanın sistematik bir sınıflandırma içerisinde yapıldığı ve elde edilen verilerin öznel olarak yorumlandığı bir

araştırma sürecidir. Verilerin nasıl elde edildiğine bakılmaksızın yazılı metinler için kullanılabilecek bir yöntemdir (Elo ve Kynäs, 2008: 107).

İçerik analizi yaygın kullanımı olan ve araştırmalarda tercih edilen bir yöntemdir (Stemler, 2001). İçerik analizinde amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavram ve ilişkilere ulaşmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 259). Veriler içerik analizinde 4 aşamada analiz edilir. Bu aşamalar; verilerin kodlanması, temaların bulunması, verilerin temalara ve kodlara göre tanımlanması ve son olarak bulguların yorumlanması aşamalarıdır (Severinsson, 2003: 60; Karataş, 2015; Yıldırım ve Şimşek, 2013).

“Verilerin kodlanması” aşamasında elde edilen bilgiler incelenir ve anlamlı bölümlere ayrılır ve her bölümün kavramsal olarak ne ifade ettiği belirlenir. Bu aşamada araştırma sonucu elde edilen veriler kendi içerisinde anlamlı bölümlere bölünür, yani araştırmacı verileri kodlar. Verilerin kodlanmasında araştırmacı, verilerin anlamlı bölümlere ayrılması, bu bölümlerin kodlandırılması ve farklı bölümlerde bulunan verilerin benzer kodlarla düzenlenip düzenlenmeyeceğini konusunu dikkate alınmak zorundadır. “Temaların bulunması” aşamasında ortaya çıkan kodlardan yola çıkılarak verileri genel düzeyde açıklayabilen kodlar kategoriler altında toplanır. “Elde edilen verilerin kod ve temalara göre düzenlenmesi, tanımlanması” aşamasında veriler okuyucunun anlayacağı şekilde kod ve temalara göre düzenlenir ve son olarak “bulguların yorumlanması” aşamasında araştırmacının hedefi toplanan veriler arasındaki ilişkilerin açıklanması, toplanan verilere anlam kazandırmak, sonuçlar çıkarmak ve araştırma sonucu çıkan sonuçların önemine değinmektir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma her çalışma gibi çeşitli sınırlılıklara sahiptir. Araştırmanın evreni Türkiye’de aktif olarak macera aktivitelerinde görev alan macera turist rehberleridir, her ne kadar çeşitli rehber odalarından rehber seçimine dikkat edilmiş olsa da rehberlerin hepsine ulaşmak mümkün olmadığı için örneklem büyüklüğünün kısıtlı olduğu söylenebilir. Bulgular tüm macera rehberleri için

geçerli olmayabilir. Bu nedenle araştırma sonuçlarını tüm macera rehberlerine genellemek doğru olmayacaktır. Katılımcıların yer aldıkları macera turizmi türleri, deneyimleri, cinsiyetleri farklılık gösterse de daha geniş bir katılımcı ve faaliyet yelpazesiyle yapılan araştırmalar önerilen modeli geliştirebilir nitelikte olacaktır. Ayrıca hem Türkiye’de henüz macera turist rehberliği kavramının yaygınlaşmamasından hem de macera aktivitelerinde görev alan rehberlerin düzenli bir listesine ulaşmak mümkün olmadığı için rehberlere çeşitli seyahat acentaları vasıtasıyla ulaşmak oldukça zor olmuştur.



BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR

5.1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcıların temel psikolojik ihtiyaçlarını belirlemeye yönelik düşüncelerini öğrenebilmek için 20 turist rehberi ile görüşülmüş ve katılımcılara R1, R2... R20 şeklinde kodlar verilmiştir. Ayrıca araştırmacı yanıtlarına yer verilirken bu kodlardan yararlanılmıştır.

Tablo 2: Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Aylık gelir	Çalışma şekli	Çalışma kartı edinim şekli
R1	Kadın	42	Bekar	15.501TL üzeri	Acentaya bağlı	Lisans Turizm Rehberliği
R2	Erkek	42	Bekar	15.501TL üzeri	Her ikisi de	Lisans Turizm Rehberliği
R3	Erkek	42	Bekar	15.501TL üzeri	Serbest	K.T.B Kursları
R4	Erkek	46	Evli	15.501TL üzeri	Serbest	K.T.B Kursları
R5	Erkek	39	Bekar	10.501-15.501 TL	Her ikisi de	Lisans Turizm Rehberliği
R6	Kadın	37	Evli	15.501TL üzeri	Her ikisi de	K.T.B Kursları
R7	Erkek	40	Bekar	10.501-15.501 TL	Serbest	K.T.B Kursları
R8	Erkek	42	Evli	10.501-15.501 TL	Her ikisi de	K.T.B Kursları
R9	Erkek	45	Evli	10.501-15.501 TL	Serbest	Önlisans Turizm Rehberliği
R10	Kadın	48	Bekar	10.501-15.501 TL	Serbest	K.T.B Kursları
R11	Kadın	32	Bekar	10.501-15.501 TL	Her ikisi de	Lisans Turizm
R12	Kadın	40	Bekar	15.501TL üzeri	Serbest	K.T.B Kursları
R13	Kadın	44	Evli	10.501-15.501 TL	Her ikisi de	K.T.B Kursları
R14	Erkek	45	Bekar	15.501TL üzeri	Her ikisi de	K.T.B Kursları
R15	Erkek	52	Evli	15.501TL üzeri	Serbest	K.T.B Kursları
R16	Kadın	52	Bekar	15.501 üzeri	Serbest	K.T.B Kursları
R17	Erkek	46	Evli	15.501TL üzeri	Her ikisi de	K.T.B Kursları
R18	Kadın	56	Evli	15.501TL üzeri	Her ikisi de	Lisans Turizm Rehberliği
R19	Kadın	43	Bekar	10.501-15.501 TL	Serbest	K.T.B Kursları
R20	Erkek	50	Bekar	15.501TL üzeri	Serbest	K.T.B Kursları

Tablo 2’ de ki bilgilere göre araştırmaya katılan turist rehberlerinin 11’i kadın, 9’u ise erkek rehberden oluşmaktadır. Katılımcıların yaş dağılımı 32-56 arasında değişkenlik göstermektedir ve en sık tekrarlanan yaş aralığı 42 olarak belirlenmiştir. Bu bilgilere göre; araştırmaya katılım sağlayan rehberlerin orta yaş aralığında olduğu söylenebilir. Katılımcıların 12’si bekar, 8’i evlidir, dolayısıyla araştırmaya katılan bireylerin çoğunluğunun bekar olduğu görülmektedir. Katılımcıların 12’sinin gelir düzeyi 15.000 TL üzerindeyken kalan 8’inin gelir düzeyi ise 10.501 ile 15.501 TL arasında değişkenlik göstermektedir. Ayrıca katılımcıların 10’u serbest olarak çalışırken, 1 kişi seyahat acentasına bağlı çalışmakta ve kalan katılımcıların 9’u ise hem serbest olarak hem de seyahat acentasına bağlı olarak çalıştığı görülmektedir.

5.2. Katılımcılara Ait Mesleki Bilgiler

Görüşme sonucu elde edilen bilgilere göre araştırmaya katılım gösteren macera turist rehberlerinin 17’sinin sektörde çalışma süresi 16 yıl ve zeriyken geri kalan 3 rehberin sektörde 11-16 yıldır hizmet verdiği görülmektedir. Bu bilgilere göre araştırmaya katılan rehberlerin büyük çoğunluğunun sektörde çalışma süresinin 16 yıl ve üzeri olduğu söylenebilir. “Ne sıklıkta macera turlarında rehberlik hizmeti veriyorsunuz?” sorusuna ise rehberlerin 7’sinin yılda 1-5 kez, 4’ünün yılda 5-10 kez ve 9’unun ise yılda 10 kez ve üzeri görev aldıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda araştırmaya katılım sağlayan rehberlerin neredeyse yarıya yakınının yılda 10 kez ve üzeri macera aktivitelerinde görev aldıkları görülmektedir. Rehberlerin macera turizmi faaliyetlerini yılın hangi mevsiminde gerçekleştirdiklerine dair edinilen bilgilere göre rehberlerin 15’i ilkbahar mevsimi cevabını vermiş, kış ve sonbahar mevsimini ise 11’er rehberin seçtiği görülmüştür. Yaz mevsiminde görev alan rehber sayısı ise 13 olarak tespit edilmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda rehberlerin çalışmayı en çok tercih ettiği mevsimler sırasıyla ilkbahar, yaz, kış ve sonbahar şeklinde ifade edilebilir.

Tablo 3:Katılımcılara Ait Mesleki Bilgiler

Macera faaliyetleri	Kategori	n	%
Macera turist rehberlerinin sektörde çalışma süreleri	1-5 yıl arası	-	-
	6-10 yıl arası	-	-
	11-16 yıl arası	3	14,3
	16 ve üstü	17	85
Macera turist rehberlerinin macera turlarına çıkma sıklıkları	Yılda 1-5 defa	7	35
	Yılda 5-10 defa	4	19
	Yılda 10 ve üzeri	9	42,9
Rehberlerin macera turizmi faaliyetlerini gerçekleştirdikleri mevsimler	İlkbahar	15	71,4
	Kış	11	52,4
	Sonbahar	11	52,4
	Yaz	13	65

5.3. Katılımcıların Macera Turizmi Faaliyet Tercihleri

Tablo 4: Katılımcıların Macera Turizmi Faaliyet Tercihleri

R1	Yamaç Paraşütü, Trekking, Rafting, Ekoturizm
R2	Trekking, Hiking, Off Road
R3	Dağ bisikleti, Trekking, Tur Kayağı, Deniz Kanosu, Dağcılık
R4	Trekking, Dağcılık
R5	Trekking, Hiking, Heliski
R6	Gemi Turları, Trekking, Hiking, At Turu
R7	Rafting, Sörf, Deniz Kanosu, Dağ Bisikleti, Kanyon Geçişi, Kampçılık, Trekking, Hiking, Kayak, Snowboard
R8	Dağcılık, Dağ Tırmanışı
R9	Trekking, Kayak, At Turu, Deve Turu, ATV Turu
R10	Trekking, Dağcılık, Kayak, Bisiklet Seyahati
R11	Deniz Kayağı, Kampçılık, Trekking, Dağ Bisikleti
R12	Trekking
R13	Snowboard, Snowkite (Freeride), Kitesurf, Trekking
R14	Trekking
R15	Trekking
R16	Trekking, Jeep Safari, Balon Uçuşu, Rafting, Kayak
R17	Trekking
R18	Trekking
R19	Rafting, Trekking
R20	Trekking

Tablo 4'e göre, macera turist rehberlerinin çeşitli macera aktivitelerinde görev aldıkları görülmektedir.

Kara tabanlı macera aktivitelerine katılım gösteren rehber sayıları; Trekking (19), Hiking (4), Dağcılık (4), Dağ bisikleti (3), Snowboard (2), Kampçılık (2), At Turu (2), Bisiklet Seyahati (1), Tur Kayağı (1), Ekoturizm (1), ATV Turu (1), Deve Turu (1), Jeep Safari (1), Off Road (1), Snowkite (1) şeklindedir. Su tabanlı macera aktivitelerine katılım gösteren rehber sayısı ise; Rafting (4), Deniz Kanosu (2), Deniz Kayağı (1), Sörf (1), Kitesurf (1),

kanyon geçişi (1)'dir. Hava tabanlı macera aktivitelerine katılım gösteren rehber sayıları ise; Yamaç Paraşütü (1), Balon Uuğu (1) şeklinedir.

Tablo 4'e göre bir rehber dışında kalan rehberlerin tamamına yakınının trekking aktivitelerinde yer aldığı söylenbilir. Dolayısıyla araştırmaya katılım gösteren macera rehberlerinin büyük çoğunluğunun kara tabanlı macera aktivitelerine katılım gösterdiği görülmektedir. Ayrıca kara tabanlı macera aktiviteleri içerisinde en çok tercih edilen aktivite trekking olarak tespit edilmiştir. Kara tabanlı macera aktivitelerinin ardından rehberlerin en çok tercih ettiği macera aktivite çeşidi su tabanlı macera aktiviteleridir. Su tabanlı macera aktiviteleri içerisinde rehberlerin en çok tercih ettiği aktivite rafting olarak tespit edilmiştir. Rafting aktivitelerine katılım sağlayan rehber sayısı 4'tür. Araştırmaya katılım gösteren macera rehberlerinin en az katılım gösterdiği macera aktivitesi ise hava tabanlı macera aktivitelerinden yamaç paraştdr.

5.4. ARAŞTIRMA SORULARINA İLİŞKİN BULGULAR

Tablo 5: Temel Psikolojik İhtiyaçlar Kavramına Dair Yapılan Tematik ve Kavramsal Kodlamalar

Tema	Alt temalar	Kavramsal Kodlamalar/Kavramlar Alt Kavramlar
TEMEL PSİKOLOJİK İHTİYAÇLAR	Özerklik	Kendini Yönetebilme
		Aktiviteleri Yönetebilme
		Yaşamdan Keyif Alma
		Özgürlük Hissi
		Pozitif Duygulanım
	Yeterlik	Kendini Geliştirme
		Kendini Yeterli Hissetme
		Çevre ile Pozitif İlişkiler Kurabilme
		Problem Çözme Becerisi
	İlişkili olma	Yakın İlişkiler Kurabilme
		Ortak İlgi Alanlarına Sahip Olma
		Bağlantılı olma

Tablo 5’te görüldüğü üzere, macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçları, “ özerklik, yeterlik, ilişkili olma” alt temalarından oluşmaktadır.

5.4.1. ÖZERKLİK İHTİYACINA İLİŞKİN BULGULAR

Katılımcıların özerklik ihtiyacına yönelik sorulan sorulara verdikleri yanıtlara göre yapılan kodlamalar sonucu (1) Kendini Yönetebilme, (2) Aktiviteleri Yönetebilme, (3) Yaşamdan Keyif Alma, (4) Özgürlük Hissi, (5) Pozitif

Duygulanım temaları ortaya çıkmıştır. Bu kodlara ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir.

5.4.1.1. Kendini Yönetebilme

Özerklik ihtiyacı diğer psikolojik ihtiyaçların karşılanabilmesi için uygun şartları oluşturur. Bu yüzden bu ihtiyacın karşılanması kişi için olmazsa olmazdır. Özerk birey eylemlerinin temelinde kendisinin bulunduğunu dikkate alma ihtiyacı duyar ve kendi seçimlerini kendisi yapar (Ryan ve Deci, 2020). Bu ihtiyaç bağlamında birey kendini sosyal çevreden soyutlamak yerine sosyal bağlamlar içerisinde davranışları üzerinde kontrol hissine sahip olmak ister. Macera rehberliği de doğası gereği rehberin özerk bir birey olarak hareket etmesini gerektiren bir rehberlik çeşididir. Çünkü rehberler doğada katılımcılarla baş başa kalır ve tüm sorumluluk rehberin üzerindedir. R11, R16 ve R20 kodlu macera turist rehberleri özerklik kavramına yönelik soruda kendilerini özgür hissettiklerini ve turlarda tüm sorumluluğun rehberle bırakılmasının uygun olacağını aşağıdaki cümlelerle ifade etmiştir.

“Doğada tüm kurallar ve kararlar bana aittir. Sorumluluk bende. İstişare yaptığımız muhakkak olur ama karar yine bendedir. ” R2

“Evet, uzun yıllara dayanan tecrübeme dayanarak çoğunlukla inisiyatif sahibi olduğumu söyleyebilirim ve turlarımda karar alan benimdir. Eğer karar alan ben değilsem ve bu önemli bir konu ise acenta veya diğer karar mekanizmalarını bunu değiştirmek için zorlarım. Çünkü tur esnasında alanda katılımcılar ile biz bire bir kalıyoruz ve olası sorun ile biz yüzleşiyoruz. Bu nedenle karar veren de rehber olmalı diye düşünüyorum. Acentalar buna itiraz etmemeliler.” R11

“Karar yetisine sahip olmak zorundayız. İnsanların sorumluluğu üzerimizde. ” R16

“Genelde özgür hissetmediğim acentada çalışmam, inisiyatif sahibi olduğumu düşünüyorum. ” R20

Özerk birey eylemlerinde kendi seçimini kendisi yapar. Macera rehberliği de doğası gereği zorlu ortamlarda bulunmayı gerektirir, zorlu ortamlarda ani gelişen durumlara karşı rehber her zaman tedbirli olmalı ve kendi kurallarını koyabilme yetisine sahip olmalıdır. Eğer rehber tur şirketine

bağlı hizmet veriyorsa bu inisiyatife sahip olabileceği tur şirketi tarafından teyit edilmelidir. Rehberle koşulsuz güven ortamının oluşturulması özerklik ihtiyacının karşılanması için önemli bir faktördür. Rehber seçim hakkına sahip olduğunu hissettiğinde özgür iradesini ortaya koyma imkanına sahip olmaktadır. Buna ek olarak, rehberin deneyim sahibi olması alınacak kararlar hususunda söz sahibi olmasını sağlayan diğer unsurlardandır. R6, R12 ve R14 kodlu rehberler bu durumu şu şekilde ifade etmiştir.

"Rehberler olarak gemi turlarında liderlere bağlıyız ama buna rağmen tur esnasında kendimi tamamen inisiyatif sahibi hissediyorum. Örneğin, kutup bölgelerinde zodyak kullanmakta yükümlüyüz eğer hava koşulları bizim sürüş deneyimimizin üstündeysem lidere bu koşullarda zodyak kullanmak istemiyorum diyebiliyoruz. Uzun doğa yürüyüşü turlarında grubun sorumluluğu tamamen bana ait. Hem misafirler hem çalıştığım acentalar bunun bilincindedir. Ekstrem hava koşullarının hüküm sürdüğü yerlerde rehberle olan koşulsuz güvenin ve desteğin çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bugüne kadar kimse aldığım kararları sorgulamadı (hava koşulları yüzünden bazı turları iptal etmek ya da bu turlar yerine alternatiflerini yapmak gibi) macera turizminde esneklik inanılmaz önemli." R6

"Bir karar alınacaksa tek inisiyatif rehberin olmalı diye düşünüyorum." R12

"Bütün inisiyatif rehberdedir. Acenta gerekirse organizasyonla ilgilenir. Özellikle deneyimli rehberler bütün organizasyon ve acenta ile ilgili kararlarda fazlasıyla söz sahibidir." R14

Temel psikolojik ihtiyaçların engellenmesi, kişinin bu ihtiyaçlarını temin edememesi rehberlerde içsel motivasyonun azalmasına ve performans düşüklüğüne sebep olmaktadır (Deci ve Ryan, 2000). Temel psikolojik ihtiyaçlar doyuruldukça kişi yaşam alanlarında başarıya ulaşır. Fakat araştırmaya katılan rehberlerden bazıları tam anlamıyla özgür olmadıklarını, uyulması gereken belirli çerçeveler olduğu ve bu gibi durumların onları kısıtladıklarını ifade etmişlerdir.

“Sınırlandırılıyorum çünkü mümkün olduğunca bize verilen program neyse onu yapmaya çalışıyoruz. ” R5

“Evet sınırlandırılıyoruz. Tur programı neyse o...” R10

Buna ek olarak, bazı rehberler inisiyatif sahibi olduklarını fakat mesleklerini icra ederken yine de tam olarak özgür olmadıklarını ifade etmişlerdir.

“İnisiyatif alırım ama özellikle araya bir acenta giriyorsa tamamen özgür olmadığımı düşünüyorum. ” R19

5.4.1.2. Aktiviteleri Yönetebilme

Macera turizmi rehberliği doğası gereği diğer rehberlik türlerinden daha fazla risk ve belirsizlik gerektirir ve macera rehberleri genellikle alışılmış aktiviteler dışında aktivite tercihlerinde bulunan kişilerdir. Bu bağlamda macera turist rehberlerinin tercih ettikleri rehberlik mesleği kişiliklerinin bir yansımasıdır denebilir. Özgür ruhlu bir kişiliğe sahip olmak özerkliğe katkıda bulunan bir unsurdur. Bu tarz kişiler karar alma konusunda da özgür olma hakkına sahip olmak istemektedirler.

“Değişken şartlara uyum, sağduyu, insan ilişkilerinde iyi olma, insanları okuyabilme, anlık risk değerlendirmesi yapabilme, teknik beceri, doğa tecrübesi macera rehberlerinde olması gereken özelliklerdir. ” R11

“Rehber kondisyonunu korumalı, yaptığı disipline her anlamda hakim olmalı, misafirlerini ve isteklerini anlamalı ve istenilen şartları müsait (mümkün) olan şartlar ile değerlendirme yeti ve kapasitesine sahip, inisiyatif sahibi ve iyi bir şekilde zaman ve risk yönetimi yapmalıdır. ” R13

R1 kodu rehber ise sadece rehberden kaynaklı değil dışarıda meydana gelen beklenmedik unsurlarında rehberin karar alma sürecinde rol oynadığını belirtmiştir. Acentanın böyle durumlarda rehberin kararlarına saygı duyması rehberlerin özerklik ihtiyacının giderilmesine katkı sağlayacaktır.

“Kesinlikle inisiyatif sahibiyim. Misafirlerime yönelik herhangi bir tehdit algıladığımda bunu açıkça ifade ederim. Bu durum bazen tur

güzergahından bazen de hava koşullarından kaynaklanabilmektedir. ''

R1

5.4.1.3. Yaşamdan Keyif Alma

Doğa sağladığı birçok fayda ile rehberlerin temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılamalarına katkı sağlamaktadır. Araştırmalar açık havada fiziksel olarak aktif olmanın, doğal olmayan ortamlarda gerçekleştirilen fiziksel aktivitelerden elde edilenlerin ötesinde sinerjik faydalar sağladığını ortaya çıkarmıştır (Thompson Coon ve öte., 2011). Bu denli zor koşullarda icra edilen bir mesleğin mesleki tatmininin de yüksek seviyelerde olması beklenmektedir. R7 ve R11 kodlu katılımcılar mesleklerinin oldukça tatmin edici olduğunu aşağıdaki cümlelerle ifade etmişlerdir.

“Beni inanılmaz tatmin eden işim var. Hayalini bile kurmaya cüret edemeyeceğim coğrafyalarda yaşıyor ve çalışıyorum. İşimin tamamı vahşi doğada geçiyor. Yok olmaya yüz tutmuş türleri görüyorum. Her gün insanoğlu olarak doğa ile kurduğumuz ilişkiyi yeniden yeniden sorguluyorum”. R6

“Ben işimi çok severek yapıyorum ve tatmin edici buluyorum. Çünkü heyecan duyulan, fiziksel ve mental olarak zor aktivitelerde insanlara yardım ve rehberlik ediyorsunuz...” R11

“Ben de bir macera severim. Doğa tutkusu, adrenalin, özellikle bir zirve yaptığım andaki yaşadığım tatmin duygusu. '' R14

Yeni yerler ve insanlar tanımanın kişiyi gündelik hayatın kaygı ve stresinden uzaklaştırdığı hatta macera turlarındayken aslında rehberlerin hobilerini gerçekleştirdikleri bazı katılımcılar tarafından ifade edilmiştir.

“Kendimi doğanın bir parçası olarak gördüğüm için doğa ve macera sporları yapmak ve bunu insanlara yaptırmak bana inanılmaz haz veriyor. Macera sporları yaparken ve yaptırırken gündelik hayatın getirdiği sinir, stres, kaygı, sorumluluk vb. negatif etkilerden uzaklaşıp her şeyi unutuyorum. Böylece hem kendim mutlu oluyorum hem de insanları mutlu ediyorum ve bu bana inanılmaz haz veriyor. Yeni yerler ve yeni insanlar tanımayı seviyorum. Hobilerimi mesleğim haline

getirdiğim için mesleğimi icra ederken hiç kendimi çalışıyor gibi hissetmiyorum. ” R8

“Çünkü kendim de bu macera aktivitelerinden keyif alıyorum. Dağcılık benim yaşam felsefem ve sevdiğim bu aktivitelerdeki tecrübelerimi başkaları ile paylaşmak ve başkalarının da keyif almasını sağlamak hoşuma gidiyor. ” R10

“Doğa ben de daima olumlu duygulara yol açar ve doğada adrenalin salgılarım. Zor bir turizm dalı. Yeterliliğiniz ve doğa sevginiz yoksa olumlu duygularınız olamaz. Bu dalda rehber eğer işini sevmiyorsa bu işi yapamaz (...) ” R14

5.4.1.4. Pozitif Duygulanım

Macera turizminde kişiler alışlagelmiş aktivitelerin dışında faaliyetlerde bulunurlar ve kendi sınırlarının ötesine geçmek isterler, rehberler bu anlamda turistlere sınırlarını aşma konusunda yardımcı olan kişilerdir. Başkalarını olumlu yönde etkilemek rehberlerde başarı duygusunu yaratır. Macera turist rehberlerinin katılımcıların zorlukların üstesinden gelmesine ve macera aktiviteleri dışındaki bağlamlarda daha az bulunabilecek korkularla yüzleşmelerine yardımcı oldukları bilinmektedir.

“Çoğu zaman olumlu, çünkü doğada kendi limitlerimizi sınıadığımız etkinlikler yapıyoruz ve başarmanın hazzı muhteşem! Aslında bu her ne kadar paylaşıldıkça büyüyen bir şey ise de, çok da kişiye özel bir an, insanların başarıya ulaştıkları bu güzel ana ortak olmak ve bunun bir parçası olmak çok keyifli ve güzel... ” R14

“Olumlu çünkü doğada huzur içinde olmak güzel ve de spor yaparak para kazanmak güzel bir duygu. ” R2

Macera rehberleri doğa ile iç içe yaşamayı seven kişilerdir. Etkinliklere katılan kişilerin doğa ile teması arttıkça yaptıkları aktiviteden duyacakları mutlulukta artmaktadır.

“Kendimi dağlarda evde gibi hissediyorum, o yüzden iş değil de sanki evimi yabancılara gezdiriyormuş gibi hissediyorum. O yüzden olumsuz duygu pek yok. ” R5

“Çok severek yaptığım bir işten hem çok iyi kazanç sağlıyorum hem de dünyanın seyahat etmesi oldukça zor, gerçek anlamda vahşi kalabilmiş köşelerini insanlara tanıtmak gibi onur duyduğum bir iş yapıyorum. Rehberlik yaptığım yerlere gelen misafirlerin kafalarında seyahate başladıklarından daha çok soruyla seyahati bitirmesi en büyük hedefim. (Vahşi doğaya ne kadar ihtiyaç duyduğumuz, doğa ve vahşi tabiat ile olan ilişkimizi sorgulamak vs.) çoğu zamanda bunu başardığımı düşünüyorum. Gurur duyduğum bir iş. Hiçbir şeye değişmem. ” R6

“Doğada olmak bana çok iyi geliyor. Sporu ve doğayı bir anda yaşamış oluyorum. ” R8

“Hem ruhum hem bedenim güçleniyor. ” R9

“Doğada olmak mutlu ediyor ve anda kalmamı sağlıyor. İnsanların doğa ile tekrar buluşması ve sevmesi de beni mutlu ediyor. ” R11

Katılımcıların hedeflerine ulaşmalarını görmenin, rehberlerin temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılamalarında ödüllendirici bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Rehberler insanların korkularıyla yüzleşmelerine ya da hedeflerine ulaşmalarında yardımcı olduklarında çalışmalarının anlamlı ve tatmin edici olduğu hissine sahip olmaktadır.

“Olumlu duygulara sebep oluyor. Doğada olmak ve günün sonunda pozitif düşüncelere sahip olmak. Olumsuz duygulara yol açmıyor.” R12

“Olumlu çünkü birçok kişinin hayallerinin gerçekleşmesine aracı oluyoruz. ” R16

“İçimdeki macera ve adrenalin ruhu, doğa beni çağırıyor. Ayrıca yeni yerler ve yeni insanlar tanımayı ve aktif olmayı seviyorum. Bir de çalışırken kendimi hiç çalışıyor gibi hissetmiyorum. ” R7

“Başarılı olduğuma inanıyorum. Gülümsemeyen ya da mutsuz bir misafirim olduğumu düşünmüyorum. Öyle olsa haberim olurdu. İnsan ilişkilerinde iyi olduğumu biliyorum. Çıktığım turlar ve izlenmesi gerekli kural ve kaideleri gayet iyi bildiği düşünüyorum. Deneyimlemediğim hatta bir kaç kez deneyim kazanmadığım herhangi

bir tura zaten çıkmam. Bu durumda o alanda beceri kazanmamı ve yeteneklerimi geliştirmemi sağlıyor. ” R1

Macera etkinliklerinin gerçekleştiği alan doğadır ve rehberler turistlere çevre koruma konusunda bilinç aşılayan kişilerdir. Doğada aktivite yapılırken çevreye zarar verilmemeli ve yerel alanların korunmasına özen gösterilmelidir. Fakat olumlu duygulara ek olarak bazı rehberler macera turist rehberliğinin kendilerinde uyandırdığı olumsuz duygular konusunda aşağıdaki yorumları yapmışlardır. Bazı rehberlerin çevre koruma konusunda endişelendikleri aşağıdaki cümlelerden anlaşılmaktadır.

“ (...) Olumsuz duygu eğer doğayı tehdit eden, doğaya saygının yitirildiği ve sizin de yardımcı olamadığınız konular olabilir. ” R14

“ (...) Organizasyonda yaşanan sorunlar ve doğa kirliliği bende olumsuz duygulara yol açar. ” R1

5.4.1.5. Özgürlük Hissi

Özerk bireyler başka birey veya durumlardan etkilenmeden kendi kararını bağımsız olarak veren kişilerdir. Özerk (otonom) olabilmek; kişinin başkalarının fikirlerini önceliklendirmeden tamamen kendi ihtiyaçlarına göre, kendi iradesiyle karar vermesi, kendi kendisini yönetebilmesi ve kendi yaşamında söz hakkına sahip olmasını ifade eder. Rehberler özerklik alt teması altında özgürlük kavramıyla ilgili aşağıdaki yanıtları vermişlerdir.

“Alternatif bir faaliyet önererek riskleri aza indiririm. Kendimi son derece özgür ve rahat hissediyorum. Bazen sorumluluklar çok daha dikkatli olmamı gerektiriyor. Fakat bu benim için hiç sıkıntı değil. ” R1

“Macera rehberi olmanın en önemli özelliği sanırım özgür ruhlu olmak işte bu yüzden macera sporları rehberleri karar alma sürecinde özgürdürler. Ben de bu konuda hiç zorluk çektiğimi düşünmüyorum. ”

R7

“Kendimi hür hissediyorum. ” R15

5.4.2. YETERLİK İHTİYACINA İLİŞKİN BULGULAR

Yeterlik ihtiyacına yönelik yapılan kodlamalar sonucu; (1) Kendini Geliştirme, (2) Kendini Yeterli Hissetme, (3) Çevre ile Kurulan Pozitif İlişkiler (4), Problem Çözme Becerisi temaları ortaya çıkmıştır. Bu kodlara ilişkin bulgular aşağıda yer almaktadır.

5.4.2.1. Kendini Geliştirme

Yeterlik ihtiyacının özünde, birey doğuştan gelen yeterlik gereksinimi sonucu kapasitesine uygun zorlukları aramaya yönelir ve sonrasında bu zorlayıcı durumlar karşısında başarı elde ettikçe kendini yeterli hisseder. Yani yeterlik ihtiyacında birey çevreyle girdiği etkileşimler sonucu sergilediği davranışlar aracılığıyla kendisini yetkin hisseder. Rehberlerin yaptıkları aktivitelerden zevk almaları ve özgüvenlerini arttırmaları için yetkin olmaları şarttır. R3, R8 ve R9 kodlu katılımcılar bu durumu aşağıdaki şekilde ifade etmiştir.

“Bilgi, ilkyardım ve yetenekler, bunların hepsi zamanla yeterli hale geliyor. İşimi başarıyla yerine getirdiğime inanıyorum. ” R3

“Ben alanımdaki gelişmelerden haberdar olmak için çaba harcadığım ve spor yaptığım için gereklilikleri yerine getirdiğimi düşünüyorum. ” R8

“Şimdiye kadar katılımcılarla kötü bitirdiğim turum olmadı. Mesela kendi sağlığımı tehlikeye attım ama yine de grup üyesini dağın başında bırakmadım. ” R9

Yeterlikten yoksun olma durumunda ise bireyin kaygı düzeyi yükseldiği bilinmektedir. Macera rehberliği çeşitli risk unsurları barındırdığı için (bazı durumlarda yaşanan güvenlik problemleri ya da genellikle aktiviteyi ilk kez deneyimleyecek turistler için) yeterlik ihtiyacının eksik olduğu durumlarda büyük problemler meydana getirmektedir.

“İşini layıkıyla yapan, kendini iyi yetiştirmiş, soğukkanlı ve tecrübe sahibi biri olduğumu düşünüyorum. Tüm bu bileşenleri bir araya getirdiğimizde bu benim güçlü yönlerimi ortaya çıkarıyor ve başarı otomatik olarak geliyor diye düşünüyorum. ” R7

“Sabır, teknik bilgi, enerji, inisiyatif alma... Başarılıyım. Bunu ben söylemiyorum, 21 yıldır misafir dönüşleri söylüyor. ” R14

Ayrıca rehberlere bilgi, beceri veya yetenekleriniz konusunda kendilerini geliştirmeleri gerekenler alanlar olduğunu ve gelişimin süreklilik arz etmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

“İşimiz sürekli doğada olduğundan her seferinde yeni yeni bitkilerle karşılaşırız. Botanik konusunda daha iyi olmalıyım. ” R2

“Gelişim asla bitmez. Her yeni turda rehberde bir şeyler daha öğrenir. Özellikle ilk yardım konusunda bir üst düzeye çıkmayı isterim. Birde böyle zengin bir çeşitliliğin olduğu bir coğrafyada flora ve ornitoloji konusunda daha da gelişmeyi isterim. ” R14

“Bu konuda hiçbir zaman "her şeyi biliyorum" dememek lazım. Sürekli pratik ve araştırma işinizde daha fazla verim getiriyor. ” R8

“Gelişme sürekli dir tabi ki. Emek ister. ” R9

“Bizim yaptığımız işlerde asla ben artık her şeyi biliyorum mükemmelim diyemezsiniz! Bunu dediğiniz an kendinizi yeniliklere ve gelişime kapatmışsınız anlamına gelir. Her meslekte olduğu gibi bilimsel ve teknolojik gelişmeler mesleki değişim ve yenilikleri oluşturmaktadır. Dolayısıyla her zaman kendimizi teknoloji, spor ve sağlık bilimleri, coğrafya, aktüalite vb. alanlarda geliştirmeli ve yenilikleri takip etmeliyiz. ” R7

5.4.2.2. Kendini Yeterli Hissetme

Alanında yetkin olan rehberin turistlere sunacağı aktivitelerde kendinden emin davranması, bilgi ve tecrübe sahibi olması katılımcılar üzerinde olumlu etki yaratacak aynı zamanda katılımcıların etkinliği yaparken kendilerini güvende hissetmelerine zemin hazırlayacaktır. Örneğin; dağcılık içerdiği risk unsurları bakımında oldukça zorlu bir macera aktivitesi olarak bilinmektedir. Bu alanda rehberlik yapacak kişinin dağlara ve gidilecek rota bilgilerine hakim olması, yaşanacak extrem durumlarda soğukkanlı kalması oldukça önemli bir unsurdur. R11 kodlu katılımcı alanında tecrübe sahibi olmanın işini iyi yapmada kilit nokta olduğunu vurgulamış, R5 kodlu katılımcı ise becerilerin tecrübelerle oluştuğunu ifade etmiştir.

“Tecrübe, kondisyon, baskı altında karar verebilme, yön bulma becerisi, soğuk kanlılık, eğitim, azim, heves. ” R3

“Bilgi ve beceri olarak, Türkiye'deki hemen hemen tüm yüksek dağ bölgelerini iyi bilmek, yaz aylarında ve kış aylarında bu dağlarda rehberlik yapabiliyor olmak, dağ kayağı bilmek ve rehberlik yapabilmek (...) ” R11

“Beceri tecrübe ile oluyor. Yürüyüş yaparken zorlanan birine doğada bir çubuk bulup baton olarak kullanmasını sağlamak. ” R5

“Becerikli olduğumu düşünüyorum. Rehber, grubuna tecrübeli olduğunu daha en başından bir şekilde göstermeli ve güvenini sağlamalıdır. Yoksa bireysel olarak kendi çözümlerini ararlar. Problem anında mümkün olduğunca hızlı ve güvenli çözümler bulmalıdır. ” R14

“Sadece macera aktivitelerinde değil mesleğin bütün alanlarında becerikli olmayanların meslekte uzun süre kalma şansı yoktur. ” R20

Sert macera aktivitelerinde faaliyette bulunan rehberlerin güçlü bir fizyolojik yapıya sahip olmanın dışında psikolojik olarak oldukça dayanıklı olmaları gerekmektedir.

“Mesela 3450 m rakımda arkamdan yürüyen ve ayağını çatırtı diye kıran yaklaşık 70-80 kg olan bir kadını sırtımda belki 40° eğimde 5-6 km taşıdım. ” R9

Ülkemiz macera aktiviteleri için oldukça zengin imkanlar sunmaktadır. Yerli turistlerin yanında yabancı turistlerinde aktivitelere katılım sağladığı katılımcıların cevaplarından anlaşılmaktadır. Bu bağlamda faaliyetlere katılım gösteren turistlerle iletişim kurabilmek adına çeşitli yabancı dillere hakim olmak gerekli bir husustur. R11 ve R19 kodlu katılımcılar yabancı dili etkin kullanabilmenin önemini vurgulamışlardır. Ayrıca rehberlik yapılan coğrafyayı tanımanın önemine de değinmişlerdir.

“ (...) insan ilişkilerinde iyi olmak ve iyi derece yabancı dil konuşuyor olmak, ülkemiz tarihini bilmek olarak sayabilirim. İşimi iyi yaptığıma inanıyorum. Benimle tur yapan misafir ve acentaların benimle tekrar tur yapmak istemesinden bunun doğru bir tespit olduğunu düşünüyorum. ” R11

“İfade kabiliyetim, çok iyi derecede yabancı dil konuşabilmek ve anlattığım bölgeye, konuya hakim olmak. Ayrıca enerjik ve dinamik oluşum biraz da mizah yeteneğim artı puan benim için. ” R19

Macera rehberliğinde dağcılık, rafting, bisiklet seyahati, sörf, snowboard, kampçılık, dağ tırmanışı ve diğer pek çok aktivitede ekipman kullanımı oldukça önemlidir bu sebeple rehberlerin ekipman kullanımını iyi bilmesi ve ekipmanlarını güncellemeleri önemli bir faktördür.

“ (...) Sürekli software update (bilgi, beceri, yetenek) ve hardware upgrade (malzeme, ekipman) yapıyorum. ” R2

“Ekipman kontrolü, aktiviteye katılım gösterenler kişilere doğru ve anlaşılır açıklamalar yapmak (...)” R17

R11 kodlu katılımcı ise macera turist rehberliği alanında teknik becerilerin önemine değinmiş ve macera turlarında risk değerlendirmesi yapmanın önemini vurgulamışlardır.

“Rehber olarak kendi alanımda teknik becerilerimin iyi derecede olduğunu düşünüyorum. Risk değerlendirmesi, değişken koşulları iyi gözlemleyebilme, insanları okuyabilme ve sağduyu konusunda yetenekli olduğumu düşünüyorum. ” R11

5.4.2.3. Çevre ile Kurulan Pozitif İlişkiler

Maslow (1968), kendisini gerçekleştiren bireylerin öz kabul konusunda eksiklik yaşayan bireylere oranla daha sevgi dolu olduklarını ve dolayısıyla güçlü empati yeteneğine sahip olduklarını belirtmiştir. Zihinsel anlamda sağlıklı bir birey olmak, diğer bireyleri sevmek ve sevilme duygusunu tatmak ile bağlantılıdır. Çevre ile olumlu etkileşime girme, insan ilişkilerini düzenleme ve yönetme becerisi R6, R7, ve R11 kodlu rehberler tarafından aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir.

“Önceki soruları da cevaplarken belirttiğim gibi esneklik, insan ilişkileri yönetme her macera rehberinde olması gereken özellikler... ”

R6

“İnsanlarla iyi ilişki kurduğumu ve onları seyahat ettikleri bölgeler ile ilişkilendirebildiğimi düşünüyorum. Bana göre rehberliğin büyük bir

kısımının insan ilişkilerini yönetme becerisi olduğunu düşünüyorum. Bunca sene bu sektörde başarıyla çalışmamın en büyük sebebi bu. '' R7

“(...) insan ilişkilerinde iyi, sabırlı ve grup psikolojisini iyi yönetebiliyor olmalı, bunun içinde genel olarak insanlarla iyi iletişim kurabilmeli. '' R10

“Değişken şartlara uyum, sağduyu, insan ilişkilerinde iyi olma, insanları okuyabilme, anlık risk değerlendirmesi yapabilme, teknik beceri, doğa tecrübesi. '' R11

5.4.2.4. Problem Çözme Becerisi

Macera rehberleri karşılaşılan ani durumlarda panik yapmadan turistlerin sakin kalmasını sağlama konusunda bilgi sahibi olmalılar. Ayrıca ilkyardım konusunda eğitim almış olmaları gerekmektedir. Yeterlik teması altında tekrarlanan problem çözme becerisi konusunda rehberlerin verdikleri yanıtlar aşağıdaki gibidir.

“Elbette, gayet soğukkanlı ve hızlı hareket edebildiğimi düşünüyorum. Rafting turunda ilk deneyimi olacak bir çift turuma geldiğinde, öncelikle bontan düştüklerinde yapmaları gerekenler konusunda uygulamaları olarak, daha tura başlamadan gösterdim. '' R1

“Sürekli adrenalin halinde olduğumuzdan soğukkanlı olmamız ve insan (turist) psikolojisi konusunda iyi olmamız gerekiyor. Hava ve yol şartlarına bağlı aksiliklerde ani ve doğru karar vermemiz gerekiyor. Rota değişikliği gibi. '' R2

“Problem çözücü becerilere sahip olmak çok önemli. Her macera turist rehberi ileri seviye ilk yardım bilmeli (wilderness first responder) yaptığı aktivitenin ehli olup misafire güven aşılmalı. Çalıştığı bölgelerle ilgili kapsamlı bilgi sahibi olmalı (flora-fauna, tarih, jeoloji). '' R6

“Öncelikle rehber ilk yardım konusunda bilgili olmalı. '' R8

“Evet. Dağda kışın dağ kayağı ile yaptığımız turlarda hava şartları kar şartları iyi olmayabiliyor. Bu durumlarda acil çözüm üretmek gerekir ve bunları sorunsuz çözebildiğimi düşünüyorum. '' R10

“Evet. Acil bir durum ile karşılaştığımda, aldığım eğitimler sayesinde durum ile daha sağduyulu ve soğukkanlı bir şekilde davranıyorum. Biliyorum ki eğitimler sayesinde öğrendiğim yetkinlikler uluslararası standartlarda ve güncel. ” R11

“Doğayı ve insanı tanımak. Doğaya saygı duymak. Ekstrem durumlarda sakinliği korumak ve gruba liderlik yapmak.” R4

Macera rehberleri katılımcıların ve kendisinin güvenliğini düşünmek zorundadır, turistleri bilinmeyen durumlara sokmak her zaman büyük risk içerir, çünkü doğada meydana gelen olayların genellikle ön görülemeyen nitelikte olduğu bilinmektedir. Bu sebeple rehberlerin, olası riskleri nasıl değerlendirecekleri ve felaketi önleyecek kararları nasıl alacaklarını bilmeleri oldukça önemlidir.

“Müşterinin kolu kırıldı, şebeke olmayan yerde nasıl davranırsın? Bu gibi durumlar birçok defa başıma geldi ve hepsinde doğru kararlar aldığımı inanıyorum. ” R3

“Acil durumlarda acil çözümler bulabiliyorum. Bacağı kırılan bir müşteriyi en kısa zamanda hastaneye ulaştırmak konusunda haritasal olarak yetenekliyim. ” R4

“Mesleği öğrenirken ve eğitim alırken zaman yönetimi, kriz yönetimi, strateji geliştirme vb. konularında kendimizi donatıyoruz dolayısıyla mesleği icra ederken de edindiğimiz tecrübeleri hesaba katarsak tur esnasında yaşadığımız problemlerin çözümü ve üstesinden gelmek pek de zor olmuyor. Örneğin, doğal afet ve hava şartlarından dolayı ortaya çıkan problemleri çözmek bilgi, beceri ve tecrübelerle birlikte zamanla çok da zor olmuyor. ” R7

5.4.3. İLİŞKİLİ OLMA İHTİYACINA İLİŞKİN BULGULAR

İlişkili olma ihtiyacına yönelik yanıtlarına göre yapılan kodlamalar sonucunda; (1) Yakın İlişkiler Kurabilme, (2) Ortak İlgi Alanlarına Sahip Olma, (3) Bağlantılı Olma temaları ortaya çıkmış ve bulunan kodlara ilişkin bulgular aşağıda ifade edilmiştir.

5.4.3.1. Yakın İlişkiler Kurabilme

Rehberlik edilen grupla geçirilen süre arttıkça kurulan yakın ilişkilerin derinleştiği bilinmektedir. Sahip olunan deneyimler iyi ya da kötü olsun arada bağ kurulmasını sağlamaktadır. Kurulan yakın ilişkiler temel psikolojik ihtiyaçların karşılanmasına katkıda bulunur. Rehberler ilişkili olma ihtiyacına yönelik sorulan sorulara “yakın ilişkiler kurabilme” alt temasında aşağıdaki yanıtları vermişlerdir.

“ (...) Onlarla özellikle sosyal medyadan iletişim sağlıyorum. Uzun süre kalışlarında da beraber vakit geçiyoruz. Tekrar Türkiye’ye geldiklerinde iletişime geçen birçok arkadaşım var. ” R1

“ (...) Tabi ki bu ortak özelliklerimiz dolaylı olarak zamanla tur ve aktivite dışında da arkadaş olmamıza ve yeni aktivitelerde buluşmamıza zemin oluşturuyor böylece uzun yıllar oluşacak dostluk ve arkadaşlıklar kuruyoruz. ” R7

“ (...) O insanların başarısına acısına ortak oluyorsunuz. İşinizi iyi yapıyorsanız grup üyeleri ile kısa sürede kopmayan güçlü bağlar kuruyorsunuz.

Macera turlarında yolculuğun uzunluğunun ve yerleşim alanlarından uzak alanlarda yapılan aktivitelerin, gerçekleştirilen macera deneyiminin derinleşmesine katkı sağladığı aşağıdaki yanıttan anlaşılmaktadır.

“Macera turları, fiziki şartları bakımından ne her misafirin, ne de her rehberin kolaylıkla yapabildiği turlar değil. Her iki taraf için de bir tecrübe (çoğu zaman rehberde) ve donanım gerektiriyor ve seve seve orada bulunma arzusunu. Dolayısı ile çok güzel dostluklar kurulmasına sebep oluyor, benim de bu tür dostluklar edinmişliğim çoktur. ” R13

5.4.3.2. Ortak İlgi Alanlarına Sahip Olma

Macera turizmine katılan rehberlerin ortak ilgi alanları “doğa” olmuştur. Ortak ilgi alanına sahip olmak bireylerin paylaşımlarını arttıran, birbirlerini anlamaya katkı sağlayan bir unsurdur ayrıca kişilerin sosyal hayatlarında da ortak ilgi alanına sahip olduğu kişilerle daha güçlü bağlar kurduğu bilinmektedir.

“Aynı ruhu ve aynı görüşü paylaştığımızı düşünüyorum. Aynı çerçevede bakıyoruz ve aynı hislerle.” R1

“Her an doğada olmaktan büyük keyif alıyorum. Kültür turu adı altında yapılan turların samimiyetsizliğinden ve kalitesizliğinden kısa zamanda (4-5 tur) bıkip ekoturizme yöneldim.” R2

“Evet. Kesinlikle katılımcılar ile birlikte çok fazla ortak özelliğimizin olduğunu düşünüyorum. Onlar da bizim gibi özgür ruhlu, yeni şeyler öğrenmeye ve keşfetmeye yatkın, yeni insanlar tanımayı seven yani daha çok sosyal ve dışa dönük kişiler dolayısıyla birçok konuda ortak özellikler taşıdığımızı düşünüyorum (...)” R7

“Genelde misafirler aynı hobiyi ve aynı yaşam felsefesini paylaştığımız için bu tur turlara gelirler ve o nedenle daha iyi anlaşır ve başka birçok konuda daha iyi sohbet ederiz. Ortak alanlar kesin var. (...)” R10

“Ofisimin doğa olmasını ve sürekli değişiyor olmasını seviyorum. Risk faktörünün olması da beni şimdiki zamanda kalmamı sağlıyor.” R11

“Doğanın ofisim olmasını seviyorum ve mevsim geçişlerini yaşayınca gerçekten yaşadığımı (ve boşa yaşamadığımı) hissedebiliyorum.” R13

5.4.3.3. Bağlantılı Olma

Bazı rehberler macera turizminde turistlerle geçirilen yolculuk süresinin ve aktiviteye katılım sağlayan kişilerin sevinç ve hüznlerine tanık olmanın ilişkili olma ihtiyacına katkıda bulunduğu fikrini dile getirmişlerdir. Bağlantılı olma alt teması altında rehberlerin verdiği yanıtlar şu şekildedir;

“Turda özellikle dağlarda geçirilen zaman çok farklı. Yolculukta ve akşamında ilişki tamamen yüzeysel kalıyor. Bu turlarda yürürken insanlar tüm sevinçlerini ve hüznlerini paylaşıyorlar. Gün içinde bir kaç ile yan yana yürürken birçok şey paylaşılır. Turlardan kalan görüştüğüm 10-15 yıllık arkadaşlarım var.” R4

“Pek çok misafirimle dost olup ilerleyen zamanlarda da görüştüm. Benzer yönlerimiz doğa ve macera sever oluşumuz.” R3

“20 yıldır sürekli görüştüğümüz misafirlerimiz dostlarımız var. Doğa bizleri birleştirir. Butik turlar yaptığımız için sayımız az, turlarımız samimi ve keyifli geçiyor.” R2

“Kesinlikle. Benim çalıştığım coğrafyalara seyahat eden insanlar zaten doğaya, doğal hayata çok meraklı, yüksek eğitilmiş (çokça üniversite hocalarına rehberlik yaptığımız oluyor) çok gezen/gezmiş bireyler. Misafirlerimizden çok şey öğreniyorum. Ve de %80 ile iletişim halindeydim diyebilirim. ” R6

(...)Turlarımda tanışıp yakın arkadaşım olan bir iki arkadaşım var veya başka ülkelerde ziyaret ettiğim aileler var.” R10

Fakat bu görüşlere ek olarak R19 ve R20 kodlu katılımcılar turistlerle tur sonrasında görüşmediklerini, ilişkilerini sonlandırdıklarını ifade etmişlerdir.

“Genelde kurmayı tercih etmem ama kaba olmamak adına minimumda ilişkilerimi sürdürürüm. ” R19

“Tur harici istisnai durumlar dışında arkadaşlık kurmam.” R20

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma macera turist rehberlerinin temel psikolojik ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Temel psikolojik ihtiyaçlar “özerklik, ilişkili olma ve yeterlik” ihtiyaçlarıdır. Çalışmada macera rehberlerinin mesleklerini icra ederken temel psikolojik ihtiyaçlarını karşılama düzeylerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirilerek çeşitli öneriler sunulmaktadır.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin 11’i erkek, 9’u ise kadındır. Katılımcıların 10’u serbest olarak çalışırken, 1 katılımcı seyahat acentasına bağlı olarak ve kalan katılımcıların 9’u hem serbest olarak hem de seyahat acentasına bağlı olarak çalışmaktadır. Macera turist rehberlerinin 17’sinin sektörde çalışma süresi 16 yıl ve üzeriyken geri kalan 3’ünün sektörde 11-16 yıldır hizmet verdiği görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun kara tabanlı macera aktivitelerine katılım gösterdiği görülmektedir. Kara tabanlı macera aktiviteleri içerisinde en çok tercih edilen aktivite trekking olarak tespit edilmiş ve 19 rehber trekking aktivitelerinde görev aldıkları belirtmiştir. Kara tabanlı macera aktivitelerinin ardından rehberlerin en çok tercih ettiği macera aktivite çeşidi su tabanlı macera aktiviteleri olarak belirlenmiştir. Su tabanlı macera aktiviteleri içerisinde rehberlerin en çok tercih ettiği aktivite rafting olarak tespit edilmiştir.

Macera turist rehberlerinin özerklik teması ile ilgili sorulara verdikleri yanıtlara göre; (1) Kendini Yönetebilme, (2) Aktiviteleri Yönetebilme, (3) Yaşamdan Keyif Alma, (4) Pozitif Duygulanım, (5) Özgürlük Hissi kodları ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucu elde edilen bilgilere göre rehberlerin aldıkları özerklik desteği, temel psikolojik ihtiyaçların karşılanması hususunda önemli bir etkiye sahiptir. Valkonen (2009), açık hava ve macera turlarında görev alan rehberlerin diğer turizm alanlarındaki rehberlere göre çok daha fazla görev ve duyguyu yönettikleri ve bu mesleğin hayal gücü, yaratıcılık, durumsal duyarlılık ve en önemlisi de öz kontrol gerektirdiğini ifade etmiştir. Özerklik kişinin eylemlerindeki inisiyatif ve sahiplenme duygusudur, birey gerçekleştirdiği eylemlerin

temelinde kendisinin bulunduğu duygusunu tatmak ister. Özerkliğini destekleyici ortamda bulunan birey davranışları konusunda seçim hakkına sahip olduğunu hisseder ve aldığı özerklik desteği ile öz belirleme düzeyinde artış yaşanır. Özerk bireyler, öz yeterlik algısı yüksek, uyumlu ve içsel olarak motive olan, kendi kararlarını veren ve dışsal bir kontrol olmadan özgür iradeleriyle seçim yapan kişilerdir (Ryan ve Deci, 2020).

Araştırmada, macera rehberleri mesleklerini icra ederken söz sahibi olmalarının özerkliklerine katkı sağlayacağını vurgulamışlardır. Macera rehberleri tur esnasında katılımcılar ile kendilerinin doğada baş başa kaldığını ve bu yüzden tüm inisiyatifin kendilerinde olması gerekliliğinin önemini vurgulamışlardır. Ayrıca aktiviteler esnasında oluşabilecek her türlü sorumluluğu alma yetisine sahip olmalarının şart olduğunu, zorlu koşullarda yapılan etkinlikler esnasında rehberle duyulan koşulsuz güven ve desteğın oldukça önemli olduğunu ve bu turizm türünde karar almada esnekliğine sahip olmanın önemine değinmişlerdir. Tur şirketi veya acentanın rehberin verdiği kararların arkasında durması rehberin özerkliğine katkı sağlamaktadır. Acentanın ve misafirlerin tüm sorumluluğun rehberde olduğunu bilmesi ve rehberin aldığı kararların sorgulanmaması rehberle olumlu psikolojik dönüş sağlamaktadır. Deci ve Ryan (2008), otonom motivasyonun daha fazla sebat, daha gelişmiş performans ve daha olumlu psikolojiyle ilişkili olduğunu vurgulamışlardır. Bu bilgi araştırma sonuçlarıyla uyumludur.

Araştırma kapsamında rehberler kendilerini yönetebilme ve aktiviteleri yönetebilme alt temaları çerçevesinde sorumluluğun rehberde olması gerektiğı fikrini vurgulamışlardır. Mackenzie, Boudreau ve Raymond (2020) rehberlerin özerlik ihtiyaçlarını karşılamalarının, genellikle rehber-misafir ilişkisinin kalitesine bağı olduğunu belirtmiştir. Yıldız ve öte., (1997) rehberlerin planlama, organizasyon, liderlik, koordinasyon ve denetim becerilerinde yetkin olmaları, temkinli ve sorumluluk sahibi bireyler olmaları gerektiğinden bahsetmiştir. Araştırmada ulaşılan sonuçların alan yazın ile tutarlı olduğı anlaşılmaktadır. Mackenzie, Boudreau ve Raymond (2020),

kadın macera rehberlerinin genellikle özerkliklerini misafirlerini yönetmek için bir araç olarak kullandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca alan yazında diğer çalışmalara bakıldığında Çankaya (2009), bireye davranışlarında seçim hakkı verilmesi ve bireylerin dış faktörlerin etkisinde kalmadan kendi kararlarını kendisinin vermesinin önemi vurgulamıştır. Davranışlarını gerçekleştirme konusunda kendini daha özgür bir ortamda bulan bireyin, temel psikolojik ihtiyaçlarını doyurma konusunda daha fazla imkana sahip olduğu bilinmektedir. Bireyler davranışlarını kendi istekleriyle gönüllü olarak şekillendirdiklerinde, dışarıdan herhangi bir kontrol ve baskı hissetmediklerinde öz belirleme gerçekleşmektedir. Özerklik ihtiyacında bireyin davranışlarındaki özerk düzenlemeler, bireyin seçim ve iradesini ortaya koymaktadır (Williams ve öte., 2001). Ayrıca özerkliği destekleyici bir ortamda bireyin ilginç bulduğu ve önemseydiği noktaları bilmek ve bireyin kişisel fikirlerine önem vermek oldukça önemlidir (Williams, Saizow ve Ryan, 1999).

Araştırmada macera aktivitelerini yapmak, yeni yerler ve insanlar keşfetmek rehberler tarafından olumlu hisler olarak belirtilmiş ve süreçten keyif aldıklarını ifade etmişlerdir. Yaşamlarından aldıkları keyfin aynı zamanda turistler açısından da pozitif etkiler yarattığını belirtmişlerdir.

Macera turist rehberleri de mesleklerini icra ederken kendilerini özgür hissettiklerini ifade etmişlerdir. Deci ve Ryan (2006) “ Kendi kaderini tayin ettiğinde bireyler farklı ve kendileri için önemli olanı yapmak için özgürlük hissi yaşar. ” şeklinde belirtmişlerdir. Bu kapsamda araştırma sonuçları alan yazın ile örtüşmektedir.

Araştırmaya katılan rehberlerin büyük çoğunluğu özerklik desteği ve inisiyatif almanın önemine dikkat çekerken, birkaç rehberin yanıtı Mackenzie ve Raymond (2020)’nin yürüttükleri çalışmanın sonuçlarıyla örtüşmektedir. Araştırmaya katılan bazı rehberler mesleklerini icra ederken kendilerini tam olarak özgür hissetmediklerini, sınırlandırıldıklarını ve tur programına uymak zorunda olduklarını belirtmişlerdir. Benzer şekilde Mackenzie ve Raymond (2020)’nin çalışmasında macera rehberleri olarak uyulması gereken bazı

sağlık ve güvenlik çerçeveleri gereği işlerinin oldukça yapılandırılmış olduğunu ve bu yüzden kendilerini tam olarak özerk hissedemediklerini ifade etmişlerdir. Mackenzie, Boudreau ve Raymond (2020) kadın turist rehberlerin özerkliklerinin engellendiğini hissettiklerinde sıklıkla öfke, hayal kırıklığı ve sıkıntı duygularını yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Pozitif duygulanım bireyin hevesli, hareketli, uyanık hissetme eğilimidir ve yüksek pozitif duygulanım yüksek düzey enerji ve odaklanmayı gerektirir. Macera turist rehberleri mesleklerini bir işten ziyade onları mutlu eden faaliyetler bütünü olarak nitelendirmişlerdir. Doğa tutkusu, hareket etme ve aktiflik, adrenalin ve risk unsurları rehberlerin şimdiki zamanda kalmasını sağlamaktadır. Rehberin mevsim geçişlerini hissettikçe gerçekten yaşadığını hissetmesi ya da dağcılık faaliyetlerinde rehberlik yapan rehberin zirve yaptığı anda ki tatmin duygusu pozitif duygulanım alt temasına örneklerdir.

Temel psikolojik ihtiyaçların engellenmesi, kişinin bu ihtiyaçlarını temin edememesi bireylerde içsel motivasyonun azalmasına ve performans düşüklüğüne sebep olmaktadır (Deci ve Ryan, 2000; Ryan ve Deci, 2020). Öz belirleme teorisine göre bireyin sağlıklı gelişimi için temel psikolojik ihtiyaçlarının giderilmesi gereklidir. Temel psikolojik ihtiyaçlar doyuruldukça kişi yaşam alanlarında başarıya ulaşır (Ryan, Ryan, Di Domenico ve Deci, 2019). Araştırmaya katılım sağlayan rehberler çok fazla sorumluluğun rehberde ağır bir yük oluşturduğunu, bu yükün temel psikolojik ihtiyaçların giderilmesi hususunda olumsuz etki yaratabileceğini belirtmişlerdir. Örneğin; çıkılan turda hava ve yol şartlarına alışık olmayan tur katılımcılarının stresi ile mücadele etmek, oluşabilecek kaza, hastalık ve ekipman problemleri, düzensiz hayatın getirdiği birtakım zorluklar, fiziksel olarak sürekli aktif olmanın verdiği yorgunluk, bazı macera aktivitelerinde konforsuz ortamlarda konaklamak, fiziki şartların zorluğu ve uzun çalışma saatleri rehberlerin motivasyonlarında azalmaya sebep olabilmektedir.

Macera turist rehberleri, özerklik ihtiyacının son derece önemli olduğunu vurgulamışlardır. Fakat Mackenzie ve Raymond, (2020) ise rehberlerin aldığı özerklik desteği macera turist rehberliğinin öngörülen

doğası ve kişisel tercihler yerine turist güvenliğini önceliklendirmesi sebebiyle ‘yeterlik ve ilişkili’ olma ihtiyacından daha az kritik olarak tanımlamıştır. Alanyazınında farklı bir çalışma sonucu olduğu görülmektedir.

Yeterlik ihtiyacına yönelik verilen yanıtlara göre yapılan kodlamalar sonucu; (1) Kendini Geliştirme, (2) Kendini Yeterli Hissetme, (3) Çevre ile Kurulan Pozitif İlişkiler, (4) Problem Çözme Becerisi temaları ortaya çıkmıştır. Kendini geliştirme alt teması altında rehberler tecrübe, başarılı olma, yabancı dili etkin kullanma ve ekipman kullanımını bilmenin önemine dikkat çekmişler, macera turlarında olası tehlike ve kaza durumlarında soğukkanlı kalabilmenin hayati bir unsur olduğu fikrini öne sürmüşlerdir. Rehberin aktivitede yetkin olmasının yolunun deneyim sahibi olmasına bağlı olduğunu ve deneyimin beraberinde başarıyı getireceğini belirtmişlerdir. Fakat çalışmada bazı rehberler macera etkinliklerine katılım sağlayan kişileri kendileri seçemedikleri için kişinin kondisyonunun aktiviteye uygun olmadığı durumlarda yaşadıkları zorluklardan bahsetmişlerdir. Ayrıca diğer turizm dallarına göre macera aktivitelerine katılım gösteren kişilerin beklentilerinin daha yüksek olduğunu ve dolayısıyla onları memnun etmenin daha zor olduğunu ifade etmişlerdir.

Macera turist rehberlerinin yeniliklere ve gelişime açık bireyler oldukları ve bazılarının teknoloji, spor, sağlık bilimleri, navigasyon teknolojileri, flora ve fauna öğrenme, yeni parkurlar öğrenme konusunda gelişime açık oldukları ve alanlarındaki gelişmelerden haberdar olmak istedikleri ifadelerinde açıkça görülmektedir.

Macera turist rehberleri dilin etkin kullanımının iletişimde çok önemli bir unsur olduğunu vurgulanmıştır. Noels ve öte., (2000)’de rehberlerin kendilerini geliştirdikleri alan olan dilde yeterlik algısının bireyin motivasyonunda etkili bir unsur olduğunu belirtmişlerdir. Rehber yanıtlarında da benzer şekilde macera turist rehberlerinin rehberlik ettiği gruba doğru ve anlaşılır bir dil kullanarak yapacağı açıklamalar turist rehber ilişkisinde kilit unsur olarak görülmektedir. İnsanlarla iyi iletişim kurabilmek, insan psikolojisini okuyabilmek ve iyi ifade kabiliyetine sahip olmak insan

ilişkilerini yönetme becerisinde önemli faktörler olarak rehberler tarafından verilen yanıtlarda ortaya çıkmıştır.

Macera turlarında hizmet veren rehberlerin, zorlayıcı durumlar karşısında korkularıyla yüzleşen insanlara yardımları dokunduğunda başkalarını pozitif yönde etkiledikleri ve böylelikle başarı hissi yaşadıkları, araştırma kapsamında rehber yanıtlarından elde edilen sonuçlar arasındadır. Bu sonuç, Mackenzie ve Raymond (2020), tarafından yapılan çalışmada rehberlerin yeterli ihtiyacında kişileri olumlu etkilemenin rehberler için ödüllendirici etkisinin olduğu ve başarı hissi yarattığı sonucuyla örtüşmektedir.

Macera rehberleri doğada kontrolü sağlayamadıkları durumda olumsuz durumlar ile karşı karşıya kalabilmektedir. Özellikle sert macera turlarında bu tehlike en üst düzeydedir. Bu bağlamda yeterli ihtiyacı karşılayan rehberin motivasyonu da etkinlikle doğru orantılı olarak üst düzey artışa geçmekte ve kişi kontrol duygusunu da üst düzeyde yaşamaktadır. Macera rehberleri olası aksi durumlarda ani kararlar verebilmeli ve acil çözümler üretebilmelidir. Mackenzie, Boudreau ve Raymond (2020), kadın macera rehberlerinin erkek meslektaşlarından daha fazla çalışarak ve farklı beceriler geliştirerek rehberlik yeterliklerini daha etkin bir şekilde geliştirmeye çalıştıklarını belirtmiştir. Mackenzie ve Raymond (2020), yeterli duygusundan yoksun olmanın sadece olumsuzluk yaratmadığını aynı zamanda rehberlerin kaygı düzeylerinin artmasına da sebep olduğunu öne sürmüşlerdir. Ayrıca yeterliğin olmaması durumunda macera aktiviteleri ile ilgili riskler, ortaya çıkabilecek güvenlik sorunları ve özellikle acemi gruplar için rehberin hissettiği sorumluluk duygusu, rehberler arasında yeterli ihtiyacının gücünü ve önemini ortaya koymaktadır.

Öz belirleme teorisine göre, kişiler arzu edilen bir sonuçla ilgili yeterlik veya kontrol duygusundan yoksun olduklarında, yani bir davranışa göre kendilerini düzenleyemediklerinde motivasyonlarını kaybederler (Pelletier, Dion, Tuson, ve Green-Demers, 1999). Beklenmedik durumların olma ihtimali özellikle yeterli ihtiyacında olumsuz yönde etkilere yol

açabilecektir. Böyle bir durumda özerklik ve ilişkili olma ihtiyacında ise tatminsizlik ve eksiklik duygusu yaşanabilmektedir (Karahana, Uca ve Özkul, 2022).

Macera turist rehberlerinin ilişkili olma ihtiyacına yönelik yanıtlarına göre yapılan kodlamalar sonucunda; (1) Yakın İlişkiler Kurabilme, (2) Ortak İlgi Alanlarına Sahip Olma, (3) Bağlantılı Olma temaları ortaya çıkmıştır. Macera turizminde turlarda geçirilen uzun sürelerin insanlar arası ilişkilerin derinleşmesine yol açtığı bilinmektedir. Araştırma sonucuna göre, macera turist rehberleri misafirleri ile aynı dünya görüşüne sahip olduklarını, benzer ortak ilgileri paylaştıklarını ve turlardan sonra da görüşmeye devam ettiklerini ifade etmişlerdir. Çoğu rehber turistler ile bağlantısını koparmadığını ve benzer yönere sahip olmanın yani doğa ve maceraseverliğin aradaki dostluğu kuvvetlendirdiğini ifade etmiştir. Ayrıca bazı rehberler tek benzerliğin doğa olmadığını macera turlarına katılım sağlayan kişilerin özgür ruhlu, yeni şeyler öğrenmeye hevesli, sosyal ve dışa dönük bireyler olduklarını bu benzerliklerin de arkadaşlıkları tur ve aktivite dışına taşıdığını belirtmişlerdir. Mackenzie ve Raymond (2020), turistlerle geçirilen uzun sürelerin ilişkili olma ihtiyacını olumlu yönde etkilediği, macera turlarının uzak rotalarda gerçekleştirilmesi sebebiyle, turist rehber arasında yakın ilişkiler kurulmasına ortam hazırlaması anlamına geldiğini ifade etmişlerdir. Fakat iş arkadaşları ve katılımcılar ile yaşanan olumsuz etkileşimlerin özellikle insanların bir arkadaşıyla aktiviteye katılma konusunda ısrarları ya da sürekli şikayette bulunmaları sebebiyle rehberlerin ilişkili olma ihtiyacının engellendiği belirtilmiştir.

Araştırma kapsamında turistlerin kendilerine uygun olmayan tur tercihleri yapması ve doğaya adapte olmakta zorlanması tur rehberini zor duruma sokmaktadır, bununla birlikte bu kişilerle geçirilen uzun sürelerin ilişkili olma ihtiyacını olumsuz etkilediği mevcut çalışma kapsamında rehberlerin verdikleri yanıtlar sonucu ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmadan elde edilen veriler sonucu macera rehberleri mesleklerini icra ederken temel psikolojik ihtiyaçlarının birçoğunu karşıladıkları teorik bir bakış açısıyla ortaya konulmaktadır.

Macera rehberleri işleri gereği bulundukları coğrafyalarda kültür turlarında sahip olamayacakları deneyimlere erişim sağlama fırsatı yakalamaktadırlar. Bazı durumlarda gidilecek rotanın zorluğu ve bulunulan coğrafyanın beklenmedik değişimleri rehberlerin oldukça zorlayıcı bir içe sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Yaşanan bu zorlukların macera rehberleri için psikolojik anlamda geri dönüşü, mesleğin zorluğu ile doğru orantılı olarak yüksek düzeyde olmaktadır. Haz, kendini gerçekleştirme, öğrenme, eylemlerinde kontrol sahibi olma, gelişim gibi olumlu unsurlar bu derece zorlu bir mesleğe sahip olan rehberleri bu mesleği yapmalarına devam etmelerindeki en olumlu dönütler olarak belirlenmiştir.

Rehberlere özerkliklerini destekleyici alanların yaratılması, onların temel psikolojik ihtiyaçlarını doyumlarında kolaylık sağlayacak, böylelikle macera rehberlerinin iyi olma düzeylerinde artış yaşanacaktır. Kendisini iyi hisseden, yaşam doyumunu yüksek olan, mutlu rehberlerin verdikleri hizmet kalitesinde de artış yaşanması beklenebilir bir sonuçtur (ankaya, 2009: 703). Rehberler zorlayıcı durumlar sayesinde gösterdikleri sabır ve deneyim ile yeterlik ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Macera rehberleri de misafirlerinin korkularıyla yüzleşmesine, olası aksi durumların üstesinden gelmelerine yardımcı oldukları için başarı hissini yaşamakta ve yaşadıkları başarı hissi onların yeterli hissetmelerini sağlamaktadır. Macera rehberleri herhangi bir macera aktivitesinde görev alırken misafirleri ile direk iletişimde olmak zorundalardır. Birlikte geçirilen uzun süreler ve beraber deneyimlenen aktiviteler kişiler arası bağı kuvvetlendirmektedir. Rehberlerin çevreleriyle kurdukları bu yakın sosyal ilişkiler ilişkili olma ihtiyaçlarına katkıda bulunmaktadır.

Sheldon, Ryan ve Reis (1996), yaptıkları çalışmada bireyin özerklik ve yeterlik ihtiyaçları karşılandığında günlük hayatlarını daha iyi geçirme eğiliminde olduklarını bulmuşlardır. Ayrıca yeterlik ve özerklik ihtiyaçlarının

birbirinden ayrı düşünölemeyeceğini ifade etmişlerdir. Buna ek olarak, Reis ve öte., (2000), kişinin günlük etkinliklerine bağılı olarak değışebilen psikolojik iyi olma durumunun temel ihtiyaçların karşılanma derecesi ile ilişki içerisinde olduğunu belirtmişlerdir.

Bulgular sonucunda macera rehberlerinin deneyimleri, temel psikolojik ihtiyaçları üzerine daha fazla araştırılma yapılmalı ve bu psikolojik ihtiyaçlar temelinde macera turizminde psikolojik modeller geliştirilmelidir. Macera rehberleri üzerine yapılacak psikolojik iyileştirmeler sürdürülebilir rehber deneyimine katkıda bulunacak, olumlu ilişkiler geliştirecektir. Ayrıca araştırma tur operatörlerine temel psikolojik ihtiyaçların neler olduğunu bu ihtiyaçların giderilmesinin gerekliliğini anlamaları açısından bir bakış açısı sağlayacak ve bu alanda yapılacak olan tüm iyileştirmeler rehberlerin işlerini kolaylaştıracaktır. Tur operatörleri de temel psikolojik ihtiyaçlar üzerine aktif uygulamalar yapmalıdır. Macera turizm dallarından herhangi birinde görev alacak rehberler için operatörler aktif uygulamalarda bulunmalı, rehberlere eğitim verilmesi konusunda gerekli kurumlarla iş birliği içerisinde olmalıdır. Rehberlerin görev alacağı aktiviteyi defalarca deneyimlemiş olması rehberin işinde daha profesyonel davranmasına zemin hazırlayacak böylelikle rehberlerin temel psikolojik ihtiyaçlarının giderilmesi sağlanacaktır.

İnsan ilişkilerini ve grup psikolojisini iyi yönetebiliyor olmak rehberlik mesleğinde kilit noktadır. Ayrıca rehberlerin macera turizminde çeşitli teknik becerilere sahip olmaları, anlık risk değerlendirmeleri yapmaları, kriz yönetimi ve strateji geliştirmeleri hayati öneme sahiptir. Her macera turist rehberi ileri seviye ilkyardım belgesine sahip olmalı, bu konuda tur operatörleri üzerine düşen sorumluluğu yapmalı ve rehberlerin kolayca bu eğitime erişmelerini sağlamalıdır. Rehberlerin bu becerileri edinmeleri turistlere güven aşılayacak sağlık, güvenlik konularını geliştirecektir.

KAYNAKÇA

- Addison, G. (1999). Adventure tourism and ecotourism. In Adventure Programming, 2, 415-430. Mullins, P. M. (2014). A Socio-environmental case for skill in outdoor adventure. *Journal of Experiential Education*. 37(2), 129-143.
- Adventure Travel Trade Association (2015). Adventure tourism development index. The 2015 report. <http://www.adventuretravel.biz> (Erişim:15.06.2022).
- Ahipaşaoğlu, S. (2001). Turizmde Rehberlik. Ankara: Detay.
- Akgündüz, Y. ve Kızılcıahoğlu, G. (2016). Likya Yolu'nu Yürüyen Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve Memnuniyet Düzeyleri. *Journal of Management and Economics*, 23 (3).
- Akıncı, Z. ve Sönmez, N. (2015). "Engelli Bireylerin Erişilebilir Turizm Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(1): 97-113.
- Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2016). Erzurum İli Potansiyel Turistik Arz Kaynaklarının İncelenmesi. *IUJEAS*, 1(1), 99-120.
- Akmel, J. (1992). Turist Rehberliğinde Üniversite Eğitimi, Turizm Eğitimi Konferansı. Ankara. Yorum Yayın: 215-217:s.219.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akpınar, E. ve Bulut, Y. (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı Ve Uygulama Alanları. *II. Uluslararası Karadeniz Ormancılık Kongresi*, 20-22 Mayıs 2010, Cilt 4, 1575-1594.
- Aktaş, A. (2002). Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi. Antalya: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm, Detay Yayıncılık, Ankara.

- Andersen, S. (2000). Fundamental Human Needs: Making Social Cognition Relevant. *Psychological Inquiry*, 11, (4), 269-276.
- Arınç, P. C. (2002). *Selçuk'ta Kültür Turizmi*, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Arnould, E. J., ve Price, L. L. (1993). River magic: Extraordinary Experiences and the Extended Service Encounter. *Journal of Consumer Research*, 20 (1), 24–45. s.33.
- Arnould, E., ve Price, L., ve Otnes, C. (1999). Making magic consumption: A Study of Whitewater River Rafting. *Journal of Contemporary Ethnography*, 28, 33–68.
- Arpacı, Ö., Zengin, B., ve Batman, O. (2012). Karama'nın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 59-64.
- Arslan, A. (2021), *Turist Rehberliği Ve Uzmanlık Alanları*, S. Eser, S. Şahin ve C. Çakıcı (Eds.). *Turist Rehberliği* (2. baskı ss. 117-136). Detay Yayıncılık.
- Arslan, A. ve öte., (2018). *Turist Rehberliği*, Ankara, Detay Yayıncılık, s. 123-175.
- Arslan, E. (2020). *Gastronomy Tourism and Geographical Indications in Tokat*. (Ed: Türkmen, F.), *Selected Academic Studies From Turkish Tourism Sector*. Berlin: Peter Lang. 97-112.
- Arslan, E. S. (2019). Determination of the alternative routes related to nature tourism in burdur. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 40, 332-346.
- Asan, H. (2020). *Macera Turizmi Çalışanlarının Mesleki Kişilikleri Çerçevesinde Gösterdikleri Duygusal Emegin İş Tatminine Etkisi* (Doktora Tezi), Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020, YÖK: Ulusal Tez Merkezi (Tez No: 638748).
- Aslan, H. ve Aktaş, N. (2010). Gastronomi Turizmi, I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, 27-30 Mayıs 2010, Nevşehir, Çalışma Kitabı, 413-418.

- Ataberk, E. (2017). Tire (İzmir)'de Turizm Türlerini Bütünleştirme Olanakları: Kültür Turizmi, Kırsal Turizm, Agroturizm ve Gastronomi Turizmi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 153-164.
- Atar ve Dindar, Olimpik Branşlar: Yaz ve Kış Oyunları, İstanbul: Efe Akademik Yayıncılık, (2022).
- ATTA, (2018). *Macera Turizmi Gelişimi*.
<https://www.adventuretravel.biz/research/2018-adventure-tourism-developmentindex> (Erişim: 03.07. 2022).
- Auerbachand, C. F. ve Silverstein, L. B. (2003). Qualitative data. An Introduction to Coding and Analysis. New York: New York University Press.
- Avcıkurt, Cevdet (1997). “2000 Yıllarında İnanç Turizmi ve Türkiye”. 8. Ulusal Turizm Kongresi, Kuşadası, 12-14 Aralık 1997, s.79-82.
- Aydın, Ş. (1997). Türkiye'nin Kongre Turizm Potansiyeli. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, s,15.
- Aydın, Ş. ve Boz, M. (2018). *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler II*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aymankuy, Y. (2006). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aymankuy, Y. (2010). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları*, (İkinci Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Babiker, I. E., Cox, J. L., ve Miller, P. (1980). The Measurement of Cultural Distance And Its Relationship to Medical Consultations, Symptomatology and Examination Performance of Overseas Students at Edinburgh University. *Social Psychiatry*, 15, 109e116.
- Bailey, M. (1991). *Of Mice and Money: Asia's Conferance-Related Industry Is Young But Growing Fast*. Asian Business.
- Baker, C., Wuest, J. ve Stern, P.N. (1992). Method slurring: the grounded theory/ phenomenology example. *Journal of Advanced Nursing*, 17, 1355-1360.

- Bakırcı, M. (2002). “Eko Turizm”. *II. Turizm Şurası Bildirileri*, 2. cilt, T. C. Turizm Bakanlığı, 12-14 Nisan 2002 Ankara, s. 243-248.
- Batman, O., Yıldırğan, R., ve Demirtaş, N. (2000). *Turizm Rehberliği*. Sakarya: Değişim Yayınları.
- Baytok, Ahmet ve öte., (2017) “Alternatif Turizm Mi Turizmde Çeşitlilik Mi? Kavramsal Bir Değerlendirme”, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (Erzsosde), ÖS-IV, s. 1-14.
- Beedie, P. (2003). Mountain Guiding and Adventure Tourism: Reflections on the Choreography of the Experience. *Leisure Studies*, 22, 147–167. doi:10.1080/026143603200068991
- Beedie, P. (2005). The adventure of urban tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 18 (3): 37-48.
- Beedie, P., ve Hudson, S. (2003). Emergence of Mountain-based Adventure Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 625–643. doi:10.1016/S01607383(03)00043-4
- Bekdemir, Ü., Özdemir, Ü. (2002). *Doğu Karadeniz Bölümünde Gelişmekte Olan Yayla Turizmi Merkezlerine Bir Örnek: Bektaş Yaylası*. Doğu Coğrafya Dergisi, Sayı: 7, Konya.
- Bengtsson, M. (2016) How to Plan and Perform a Qualitative Study Using Content Analysis, *NursingPlus Open*, 2, 8–14.
- Bennett, B. C. (2014). Learning in Paradise: The Role of Botanic Gardens in University Education. *Innovative Strategies for Teaching in the Plant Sciences*, Springer, New York: NY.
- Berno, T. (1996). Cross-cultural research methods: content or context? A Cook Islands example. *Tourism and Indigenous Peoples*, 376-395.
- Berno, T., ve Ward, C. (2005). Innocence abroad: a pocket guide to psychological research on tourism. *American Psychologist*, 60(6), 593e600. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.60.6.593>.

- Billett, S. (2009). Workplace Competence: Integrating Social and Personal Perspectives. C.R. Velde (Ed.). International Perspectives on Competence in the Workplace: Implications for Research, Policy and Practice. s.33-54.
- Birdir, K., Unur, K. ve Dalgıç, A. (2015). Türkiye'de ve Dünya'da Kamping ve Yeni Bir Turistik Ürün Olarak Glamping. 1. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators, (s. 168-177). Konya.
- Birol, S. Ş. ve Aydın, E. (2019). “Açık Alan Rekreasyonunda Kent Merkezlerine Yenilikçi Bir Yaklaşım: Millet Bahçeleri”, *Journal of International Social Research*, C. 12, S. 66, ss. 489-497.
- Birren, J. E. ve Renner, V. J. (1980). “Concepts and issues of mental health and aging.” *Handbook of mental health and aging*, 3-33.
- Bowie, D., ve Chang, J. C. (2005). Tourist Satisfaction: A View from a Mixed International Guided Package Tour. . 11 (4). ss. 303-322. *Journal of Vocational Marketing*, 11(4), 303-322.
- Bowlby, John (1979). *The Making and Breaking of Affectional Bonds*, New York, NY: Routledge.
- Boz, M. (2004). *Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarının Önemi* (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, YÖK: Ulusal Tez Merkezi (Tez No. 149038), s. 86.
- Brohman, J. (1996). New Directions in Tourism for Third World Development. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48-70.
- Brooker, E. ve Joppe, M. (2013). Trends in Camping and Outdoor Hospitality- An International Review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 4(3), 1-6.
- Brotherton B., ve Himmetoğlu B. (1997). Beyond Destinations-Special Interest Tourism. *Anatolia: an International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 11-30, s.19.
- Buckley, R. (1994). A framework for ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 661-669.
- Buckley, R. (2006). *Adventure Tourism*. Wallingford: CABI.

- Buckley, R. (2007). ‘‘Adventure Tourism Products: Price, Duration, Size, Skill, Remoteness’’ *Tourism Management* 28(6): 1428-33.
- Buckley, R. (2010). *Adventure Tourism Management*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Budak, S. (2000). *Psikoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Cevat, T. Rahman, T. (2004), ‘‘Türkiye’nin Dış Tanıtım ve Ülke İmajında Turist Rehberlerinin Rolü’’, I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi. ss. 345-365.
- Ceylan, S. ve Demirkaya, H. (2006). Dim Mağarasının (Alanya) Kaynak Değerleri, Turizmde Kullanımı ve Sürdürülebilirliği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 15, 199-223.
- Ceylan, S. ve Demirkaya, H. (2007). Kış Turizmine Bağlı Olarak Gelişen Bir Kırsal Yerleşme: Çobanisa Köyü (Isparta). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14 (21), 82-85.
- Chen, B., Vansteenkiste, M., Beyers, W., Boone, L., Deci, E. L., Duriez, B., ... Verstuyf, J. (2015). Basic psychological need satisfaction, need frustration, and need strength across four cultures. *Motivation and Emotion*, 39(2), 216–236.
- Christensen, L. B., Johnson, R. B. ve Turner, L. A. (2015). *Araştırma Yöntemleri: Desen ve Analiz*. (Çev. Ed. A. Aypay). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Cihangir-Çankaya, Z. (2005). *Öz Belirleme Modeli: Özerklik Desteği, İhtiyaç Doyumu ve İyi Olma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Climbingaway, <https://climbingaway.fr/en/rock-climbing-areas/world-map-of-rock-climbing-areas/turquie>, (Erişim: 29.07. 2022).
- Cloke, P. ve H. C. Perkins, (1998). Cracking the canyon with the awesome foursome: representations of adventure tourism in New Zealand. *Environment and Planning D: Society and Space* 16 (2): 185-218.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1) , 378-398.

- Cordell, H. K. ve Herbert, N. G. (2002). The popularity of birding is still growing. *Birding*, 34: 54–59.
- Creswell, J. W. (2016). *Araştırma Deseni Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. (Çev. Ed. Demir. S. B.) Eğiten Kitap, Ankara.
- Creswell, J. W. ve Poth, C. N. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (2. Baskı). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Curtin, S. (2009). Managing the wildlife tourism experience; the importance of tour leaders. *International Journal of Tourism Research*, 12, 219–236. doi:10.1002/jtr.747.
- Çağlayan, A. (1992), “Deniz Turizmi 3. İzmir İktisat Kongresi 21.Yüzyıla Doğru Türkiye”, Marina Yatırım ve İşletmecileri Derneği Çalışma Grubu Bildirileri, s.256.
- Çalışkan, O. (2013). “Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2): 39-51.
- Çankaya, Z. C. (2009). “ Öğretmen Adaylarında Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu ve İyi Olma”, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, C.7, S.3, s.703-704.
- Çankaya, Z. C. (2009). “ Özerklik Desteği, Temel Psikolojik İhtiyaçların Doyumu Ve Öznel İyi Olma: Öz-Belirleme Kuramı”, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, C. 4, S. 31, s. 23-31.
- Çelik Uğuz, S. (2011). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Burhaniye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi* (24), 332-353.
- Çelik, S., İştin, E. A., Rüstemoğlu, M. ve Fidan M. (2018). An Assessment on the Floristic Variety of Province of Şırnak Turkey In Terms of Botanical Tourism. *Social Sciences Researches in the Globalizing World*, 689-697.
- Çetin G., Kızılırmak, İ. (2012). Türk Turizminde Kokartlı Turist Rehberlerin Mevcut Durum Analizi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 12 (2):307-318.

- Çetinkaya, G., (2014). Bir Macera Turizmi Etkinliği Olarak Kaya Tırmanış Spor ve Antalya-Geyikbayırının Potansiyeli, *Doğu Coğrafya Dergisi*. (3)1: 83-100.
- Çuhadar, M. (2013). Türkiye’de golf turizminin gelişimi ve golf turizmi talebi tahminleri: Belek bölgesine yönelik bir çalışma, *International Journal of Human Sciences*, (10)1, 1620-1639.
- Deci E. ve Ryan, R. (1985b). The general causality orientations scale: selfdetermination in personality. *Journal Of Research Dn Personality*, 19, 109-134.
- Deci E. ve Ryan, R. (1987). The support of autonomy and the control of behavior. *Journal of Personality And Social Psychology*, 53(6), 1024-1037.
- Deci E. ve Ryan, R. (2006), self-determination theory can bedefined as, “When self-determined, people experience a sense of freedom to do what is interesting, personally important, and vitalizing.
- Deci ve öte., “Need satisfaction, motivation and well-being” , s. 930-942.
- Deci, E. (1975); *Intrinsic motivation*, New York: Plenum.
<https://doi.org/10.1007/978-1-4613-4446-9>
- Deci, E. (1992). The relation of interest to the motivation of behavior: A selfdetermination theory perspective. In K. A. Renninger, S. Hidi ve A. Krapp (Eds.), *The role of interest in learning and development*. ss. 43-70. Hillside,NJ:Erlbaum.04.07.2008,
<http://www.educ.msu.edu/DWongLibrary/CEP991/index psych&philos.html>
- Deci, E. ve Ryan R. (2000). The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior *Psychological*, Sayı. 11, No. 4, 227–268.
- Deci, E. ve Ryan, R. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.
- Deci, E. ve Ryan, R. (1985). *Self-Determination and Intrinsic Motivation in Human Behavior*.

- Deci, E. ve Ryan, R. (1985b). The General Causality Orientations Scale: Self Determination in Personality. *Journal of Research in Personality*, 19, 109-134.
- Deci, E. ve Ryan, R. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: human needs and the self-determination of behaviour. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-269.
- Deci, E. ve Ryan, R. (2002). Overview of self-determination theory: An organismic dialectical perspective. *Handbook of Self-Determination Research* (3–36), University of Rochester Press.
- Deci, E. ve Ryan, R. (2002). Self-Determination Theory. <http://psych.rochester.edu/SDT/theory.html>.
- Deci, E. ve Ryan, R. (2008a). Facilitating Optimal Motivation and Psychological Wellbeing Across Life’s Domains. *Canadian Psychology*, 49 (1), 14-23.
- Deci, E. ve Ryan, R. (2008b). Self-determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. *Canadian Psychology*, 49(3), 182-185.
- Deci, E., Connell, J. ve Ryan, R. (1989). Selfdetermination in a Work Organization. *Journal of Applied Psychology*, 74 (4), 580-590.
- Deci, E., Ryan, R., Gagne, M, Lronr, D., Usunov, J. Ve Kornazheva, B. (2001). Need satisfaction, motivation and well-being in the work organizations of a former esatern bloc country: a cross-cultural study of self determination. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 27 (8), 930-942.
- Deci, E., ve Ryan, R. (2006). Self determination theory: An approach to human motivation and personality. <http://www.psych.rochester.edu/SDT/>.
- Deligöz, A. (2006). Süleyman Demirel Botanik Bahçesinin Tanıtımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 10(3), 352-373.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye’de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)*.
- Dimmock, K. ve Musa, G. (2015). Scuba Diving Tourism System: A Framework for Collaborative Management and Sustainability, *Marine Policy*, 54 (1): 52-58.

- Dinçer M. Z. ve Özdemir Güzel, S. (2016). Su Sporları Turizmi T. F. Çakmak ve F. İstanbullu Dinçer (Ed.) Deniz turizmi içinde (ss. 209-238). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Dinçer, A., Yeşilyurt, S., Kimberly A. Noels ve Lascano D. Vargas. (2019). “Self-Determination and Classroom Engagement of EFL Learners: A Mixed-Methods Study of the Self-System Model of Motivational Development”, SAGE Operations, no. 9: 1-15.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Çizgi Kitabevi, 3. Baskı, Konya.
- Doğanay, H. ve Zaman, S. (2013). *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Doğaner, S. (2003). ‘*Miras turizminin coğrafi kaynakları ve korunması*’, *Coğrafi Çevre Koruma Turizm Sempozyumu* (16-18Nisan 2003) Bildiri kitabı, Ege Üniversitesi Edebiyat Fak. Yay., 1-8, İzmir.
- Dönmez, G. (2017). *Ortaokul Öğrencilerinin Fen Bilimleri Dersine, Bilime, Fen Bilimleri Öğretmenine Ve Bilim İnsanına Yönelik Metaforik Algıları Ve İmajları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Düşmezkalender, E. ve Metin, M. (2019). Alternatif Turizme Yönelik Bibliyometrik Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2), 813-824.
- Edensor, T. (2000). Staging Tourism. Tourists as performers. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 322–344. doi:10.1016/S0160-7383(99)00082-1
- Eirini Triarchi, (2017). “Alternative Tourism Development: A Theoretical Background”, *World Journal of Business and Management*, C.3, S.1, s,36.
- Eker, H. (2005). *Kongre Turizmi ve Bursa’da Kongre Turizmi’nin Düzeyi*. 1. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Kitabı, ss: 434-435.
- Elo, S. ve Kyngäs, H. (2008). The Qualitative Content Analysis Process. *J. Adv. Nurs.* 62, 107–115.

- Emiroğlu, B.D. (2013). *Kazdağı Yöresinde Yaşayan Yerli Halkın Kırsal Turizmde Bakışının Değerlendirilmesi: Adatepe ve Mehmetalan Köyleri Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, N. (2003). “Kitle Turizmi, Alternatif Turizm ve Ekoturizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme”, Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, 3-4 Mayıs, s. 133-139.
- Erdoğan, N. ve Erdoğan, İ. (2005). Ekoturizm Betimlemeleriyle İletilenlerin Doğası. *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*, 20 (1), 55-82.
- Eric H. Cohen, Maurice Ifergan ve Eynath Cohen. (2002), “A New Paradigm in Guiding The Madrich as a Model ”, *Annals of Tourism Research*, 29 (4), ss. 919-932.
- Ertek, A. (1989). Sofular Mağarası (Şile-İstanbul). *Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Coğrafya Araştırmaları Dergisi*, 1, 143-147.
- Eser, S. (2018). *Meslek Olarak Turist Rehberliği*, (Editör) Eser, S., Şahin, S., Çakıcı, C.: (ss. 25-46) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ewert, A. (1985). Why people climb: The relationship of participant motives and experience level to mountaineering. *Journal of Leisure Research*, 17(3), 241–250.
- Ewert, A. W., (1989). *Outdoor Adventure Pursuits*, (Horizons Research Publishing, CA, USA).
- Ewert, A. W., Gilbertson, K., Luo, Y. C. and Voight, A. (2013). Beyond “because it’s there”: Motivations for pursuing adventure recreational activities. *Journal of Leisure Research*, 45(1), 91-111.
- Fabrizio, N., (2014). *Adventure Tourism Management*. Page Universty, Honor College Theses, New York.
- Fennel, D. (2008). “*Ecotourism. Third Edition*” Routledge Taylor&Francis Group, New York.

- Ferguson, J.P., Hasan, S. (2013). Specialization and Career Dynamics: Evidence from the Indian Administrative Service, *Administrative Science Quarterly*, 58 (2):233-256. s.236.
- Fuchs, G., Reichel, A. ve Shani, A. (2016). Scuba Divers: The Thrill of Risk or the Search for Tranquility, *Tourism Recreation Research*, 41 (2): 145-156.
- Garda, B. (2014). *Macera Turizmi Pazarlaması Özel İlgi Turizminin Yeni Yüzü*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- Garrod B.A.F., (2001). 'Haritage tourism: A Qestion of Definition', *Annals of Tourism Research*, 27, 3,1049-1052, Great Britain.
- Genç, T.Ş., Özgül, A. ve Lök, A. (2017). Yapay Resiflerin Rekreasyonel Dalış İçin Kullanımı. *Türk Denizcilik ve Deniz Bilimleri Dergisi*, 3(1), 27-33.
- Gilberston, K. and Ewert, A. (2015). Stability Of Motivations And Risk Attractiveness: The Adventure Recreation Experience. *Risk Management*, 17(4), 276-297.
- Glasser, W. (1992). *The Quality School: Managing Students without Coercion*. New York : Harperperennial.
- Gligorijević Živorad ve Vidoje Stefanović (2012). "Tourism As A Socio-Economic Phenomenon: Conceptual and Time Coverage". *Economic*: 273.
- Grant D. (2001). Invited viewpoint-adventure tourism: a journey of the mind. *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*, 166-170.
- Güdü Demirbulat, Ö. (2014). Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinin Aile Yaşantısı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir İnceleme. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 3 (2), 18-33.
- Gülcan, B. (2004). "Macera Turizminin Kapsamı ve Macera Turizminde Kaza Riski", *Tr Dizin*, C.0, S.1. S.18-38.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B. ve Taşgın S. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B. ve Taşgın, S. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma* (2.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Gündüz, S. (2002), “*Turist Rehberliği Eğitimi ve Üniversitelerle Turizm Bakanlığı Arasındaki Koordinasyona Yönelik Bir Model Önerisi*”, Turizm Eğitimi Konferansı - Workshop. ss. 243-255.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji Dergisi* (1-2), 49-59.
- Güven, A., Ünal, C. ve Caber, M. (2018). *Turist Rehberliği Uzmanlaşma Eğitiminde Farkındalık Yaratma: Turizm Paydaşlarına Yönelik Bir Durum Çalışması*, N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç, ve H. Ulusoy Yıldırım (Eds.). Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar (1. baskı, ss. 200-221). Detay Yayıncılık.
- Güzel, Ö. F. (2007). *Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans Tezi.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Hacıoğlu, N. ve Gülü Demirebulat, Ö. (2014). *Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitiminin İlgili Mevzuat Çerçevesinde Kavramsal Analizi*. 15. Ulusal Turizm Kongresi (13-16 Kasım 2014) Bildiriler Kitabı, Ankara, 170-185.
- Haddock C., Wisheard, P. (1993). Managing Risk in Outdoor Activities. New Zealand Mountain Safety Council.
- Hall, C. M., ve B. Weiler (1992). “What’s Special about Special Interest Tourism?” In Special Interest Tourism, düzenleme, B. Weiler and C. M. Hall, 1-4. London: Belhaven.
- Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve Animasyon*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Henama, U. S. ve Sifolo, P. P. S. (2018). Religious tourism in South Africa: Challenges, prospects, and opportunities. H. El-Gohary, D. J. Edwards, R. Eid (Ed.) *Global Perspectives on Religious Tourism and Pilgrimage* (s.104-128), ABD: IGI Global.

- Henderson, J.C. (2002). Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia. *Tourism Management* 24, pp. 447–456.
- Hennessey, B. (2000). Self-determination Theory and the Social Psychology of Creativity. *Psychological Inquiry*, 11 (4), 293-299.
- Higgins-Desbiolles, F. (2008). Justice Tourism and Alternative Globalisation, *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3). 345-364.
- Holyfield, L., ve Jonas, L. (2003). From River God to Research Grunt: Identity, Emotions, and the River Guide. *Symbolic Interaction*, 26(2), 285–306.
- Hsieh, T. C. (2007). *Recreational Motivation, Sensation Seeking and Recreational Involvement of Taiwan's Adventure Recreation Participants*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of the Incarnate Word.
- Hudson, S. (ed), *Sport and Adventure Tourism*. New York: Haworth Hospitality Press, (2003).
- Hudson, Simon, ve Louise Hudson. (2014). *Golf Tourism 2.Baskı*. Goodfellow Publishers Limited.
- Hutchinson, Joe, Fujun Lai, ve Youcheng Wang. (2009). “Understanding the Relationships of Quality, Value, Equity, Satisfaction, and Behavioral Intentions among Golf Travelers.” *Tourism Management* 30(2): 298-308.
- Inglewied, D., Markland, D., Sheppard, K. (2004). Personality and Self-determination of Exercise Behaviour. *Personality And Individual Differences*, 36, 1921-1932.
- Jasper, M. A. (1994). Issues in phenomenology for researchers of nursing. *Journal of Advanced Nursing*, 19, 309- 314.
- Jensen, Ø. (2010). Social mediation in remote developing world tourism locations – the significance of social ties between local guides and host communities in sustainable development. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5), 615–633. doi:10.1080/09669581003615590
- Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(6), 605-612.

- Kahraman, Nüzhet (2010). *Doğa ve Kış Sporları Bağlamında Sürdürülebilir Turizm Gereklere*. Erzurum I. Ulusal Alternatif Turizm Kongresi.
- Kanada Turizm Komisyonu, (2001). “Outdoor Tourism: An Industry Profile and Resource Guide” The Canadian Tourism Human Resources Council Ottawa.
- Kanca, B. ve Ertaş, Ç. (2019). Turizmin geleceği: Yeni arayışlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karacaoğlu, K., ve Köktaş, G. (2016). Psikolojik dayanıklılık ve psikolojik iyi olma ilişkisinde iyimserliğin aracı rolü: hastane çalışanları üzerine bir araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 3(2), 119-127. Doi: 10.18394/iid.20391.
- Karahan, S., Uca, S. ve Özkul, E., (2022). Paylaşım Ekonomisi Kapsamında Yapılan Konaklama Deneyimlerinin Öz Belirleme Teorisi Perspektifi ile İncelenmesi: Couchsurfing Örneği. *International Journal of Tourism and Social Research*, 8, 43.
- Karamustafa, K. ve Çeşmeci, N. (2006). “Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetmel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1): 70-86.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kaya, U. ve Özhan, Ç. K. (2012). “Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma”, *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3(2): 109-130.
- Keleş, E. Mağara Turizmi Nedir? Türkiye’deki Mağaralar, Turizme Bakış, <https://www.turizmebakis.com/magara-turizmi-nedir/> (Erişim: 19.06.2022).
- Keyes, C. L. M. (2005). “Mental illness and/or mental health? Investigating axioms of the complete state model of health.” *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 73, 539–548.
- Kiper, T. (2006). *Safranbolu Yörüköyü Peyzaj Potansiyelinin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi*. (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Knight, R. L., ve Cole, D. N. (1998). Wildlife responses to recreationists. In R. L. Knight ve K. J. Gutzwiller (Eds.), *Wildlife and recreationists — coexistence through management and research* (pp. 51–69). Washington, DC: Island Press.
- Kowal, J., ve Fortier, M. S. (1999). Motivational determinants of flow: Contributions from self-determination theory, *Journal of Social Psychology*, 139, 355-368.
- Kozak, M. A., Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kozak, M.A. (2012). *Genel Turizm Bilgisi*. Anadolu Üniversitesi. Eskişehir.
- Kozak, M.A. ve Bahçe, A.S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*, Gözden Geçirilmiş 2.Baskı, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kozak, M.A.-Kozak, N.-Kozak, M. (2010). Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar. Detay Yayınları.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2001). *Genel turizm: ilkeler ve kavramlar*. (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozan, G. Y., Özdemir, S. S. ve Günlü, E. (2014). “Turizm Yazında “Deniz Turizmi”nin Olgusal Gelişimi”, Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, 6(2): 115-129.
- Kozan, G.Y., (2014). Turizm Yazımında Deniz Turizminin Olgusal Gelişimi, 2. Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu, İzmir.
- Köroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Roller Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 91-112.
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A. ve Alper, B. (2012), “Doğaya Dayalı Gerçekleştirilen Turizm Faaliyetleri İçerisinde Turist Rehberlerinin Roller Üzerine Bir İnceleme”, *Karamanoglu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research*, C. 2012, S.1, s.131-139.
- Kuşluvan, S. Çeşmeci, N. (2002), “Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitiminin Sorunları ve Yeniden Yapılandırılması”, Turizm Eğitimi Konferansı – Workshop, Ankara, ss. 235-242.

- Kuter, N. ve Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 9(2), 146-156.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Bursa, Ekin Yayınevi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). Turizm İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/67862,turizmistatistikleri2019-306112019pdf.pdf?0> (Erişim: 18.05.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html> (Erişim: 29.07.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, Akarsu Turizmi, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9873/akarsu-turizmi.html> (Erişim: 19.06.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, Mağara Turizmi, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10335/magara-turizmi.html> (Erişim: 19.06.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10177/kis-sporlari-turizmmerkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html> E. T. 21/04/2014. (Erişim: 08.05.2022).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Yamaç Paraşütü, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10165/yamac-parasutu.html> (Erişim: 11.05.2022).
- Lauria, M., Long, M. (2017). Planning Experience and Planners' Ethics. *Journal of the American Planning Association*, 83(2), 202-220.
- Leclerc, Denis ve Judith N. Martin. (2004), Tour Guide Communication Competence: French, German and American Tourists' Perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28 (3-4), 181-200.
- Leiper, Neil (1983). "An Etimolog Of "Tourism". *Annals of Tourism Research*. 10: 277-80.
- Leksakundilok, A. (2004). Community Participation in Ecotourism Development in Thailand. [Çevrim-içi: <http://hdl.handle.net/2123/668>] (Erişim: 15.01.2016).

- Lipscombe, N. (1999). The Relevance of the Peak Experience to Continued Skydiving Participation: A Qualitative Approach to Assessing Motivations. *Leisure Studies*, 18, ss. 267-288.
- Little, D. E. (2002). How do women construct adventure recreation in their lives? Why we need to re-engage with the essence of adventure experience. *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning*, 2(1), 55-69.
- Litvin, S. (2008). Sensation Seeking and Its Measurement for Tourism Research. *Journal of Travel Research*, 46(4): 440-445
- Lopez, Frederick G. ve Kelly A. Brennan, (2000). "Dynamic processes underlying adult attachment organization: Toward an attachment theoretical perspective on the healthy and effective self", *Journal of Counseling Psychology*, Cilt 47, Sayı 3, s. 283-300.
- Lowenstein, G. (1999). Because it is there: The challenge of mountaineering . . . for utility theory. *Kyklos*, 52(3), 315–343.
- Lugosi, P., ve Bray, J. (2008). Tour guiding, organizational culture and learning: Lessons from an entrepreneurial company. *International Journal of Tourism research*, 10, 467–479. doi:10.1002/jtr.681
- Maccarthy, M., O'neill, M. ve Williams, P. (2006). Customer Satisfaction and Scuba-Diving: Some Insights from the Deep, *The Service Industries Journal*, 26 (5): 537-555.
- Mackenzi, Boudreau ve Raymond, (2020). Women's Adventure Tour Guiding Experiences: Implications for well-being *Journal of Hospitality and Tourism Management* Volume 45, ss. 410-418
- Mackenzie, S. H. ve John H. Kerr, (2014). "The Psychological Experience of River Guiding: Exploring the Protective Frame and Implications for Guide Wellbeing", *Journal of Sport and Tourism*, 19:1, (2014). 5-27.
- Mackenzie, S.H. ve John H. Kerr, (2013). " Stress And Emotions At Work: An Adventure Tourism Guide's Experiences " *Tourism Management*, s.3-14.

- Mackenzie, S.M. ve Raymond, E. (2020). A conceptual model of adventure tour guide well-being. *Elsevier Annals of Tourism Research*, Volume 84, 102977.
- Mak, J. (2004). *Tourism and The Economy: Understanding The Economics Of Tourism*, University of Hawaii Press.
- Martela, F., ve Ryan, R. M. (2019). Distinguishing between basic psychological needs and basic wellness enhancers: The case of beneficence as a candidate psychological need. *Motivation and Emotion*, 1–18.
- Maslow, A. H. (1968). “Toward a Psychology of Being.” VanNostrand, New York.
- Maurice J. Kane ve Robyn, Zink. (2004). Package adventure tours: Markers in serious leisure careers, *Leisure Studies*, 23(4), 329-345, s.336.
- Miller, S. (2003). Analysis of phenomenological Data Generated with Children As Research Participants. *Nurse Researcher*, 10(4), 68-82.
- Millington, K., Locke, T. ve Locke, A. (2001). Occasional studies: Adventure travel. *Travel and Tourism Analyst*, 4, 65-97.
- Muller, T. E., ve Cleaver, M. (2000). Targeting the CANZUS baby boomer explorer and adventurer segments. *Journal of Vacation Marketing*, 6(2), 154–169.
- Morgan, D., Moore, K., ve Mansell, R. (2005). Adventure tourists on water: Linking expectations, affect, achievement and enjoyment to the sports tourism adventure. *Journal of Sport and Tourism*, 10(1), 73–88. doi:10.1080/14775080500101593.
- Muller, T. E. ve Cleaver, M. (2000). Targeting the CANZUS baby boomer explorer and adventurer segments. *Journal of Vacation Marketing*, 6(2), 154-69.
- Mutz, M., ve Müller, J. (2016). Mental health benefits of outdoor adventures: Results from two pilot studies. *Journal of Adolescence*, 49, 105–114.
- Nguyen, H. L. (2015). The impacts of tour guide performance on foreign tourist satisfaction and destination loyalty in Vietnam. Yayınlanmamış doktora tezi, University of Western Sydney, s.32.

- Nunkoo, R. ve Gursoy, D. (2017). Political Trust and Residents' Support for Alternative and Mass Tourism: An Improved Structural Model. *Tourism Geographies*, 19(3), 318-339.
- Ormrod, J. E. (1999). *Human Learning*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Öktem, Ü. (2005). Fenomenoloji ve Edmund Husserl'de Apaçıklık (Evidenz) Problemi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 45(1). 27-55.
- Özbay, G. A. (2017). Türkiye’de inanç turizmine yeni bir örnek: Kutsal Balıklı Göl (Malatya). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (3), 937-951.
- Özçelik, H., Dutkuner, İ., Balabanlı, C., Akgün, İ., Gül, A., Karataş, A., Kılıç, S. Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 6(4), 543-559.
- Özer, O. (2015). *Av Turizmi ve Görsel Medya: Yaban TV’nin Türkiye’deki Yerli Turist Avcıların Tutumlarına Yönelik Etkileri*. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, İzmir.
- Özgen, N. (2012). "Siirt’in İnanç Turizmi Mekânları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) Örnekleri", *Doğu Coğrafya Dergisi*, Cilt:17, Sayı:27, s.257.
- Özmen, H. ve Karamustafaoğlu, O. (Ed.) (2019). *Eğitimde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Öztaş, K., (2002). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri* (Nobel Yayın, Ankara).
- Palmer, C. (2002). ‘Shit happens’: The selling of risk in extreme sport. *The Australian Journal of Anthropology*, 13(3), 323–336.
- Patterson, I. ve R.Pan, (2002). The Motivations of Baby Boomers to Participate In Adventure Tourism and the Implications for Adventure Tour Providers. *Annals of Leisure Research* 10(1): 26-53.
- Pelletier, L. G., Dion, S., Tuson, K. M., ve Green-Demers, I. (1999). Why Do People Fail to Adopt Environmental Behaviors? Towards a Taxonomy of

- Environmental Amotivation. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 2481–2504.
- Pereira, E. (2005). How Do Tourist Guides Add Value to an Ecotour? Interpreting Interpretation in the State of Amazonas, Brazil. *Hospitality Review*, 23(2), <http://digitalcommons.fiu.edu/hospitalityreview/vol23/iss2/1>
- Pereira, E., ve Mykletun, R. (2012). Guides as Contributors to Sustainable Tourism? A case study from the Amazon. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 74–94. doi:10.1080/15022250.2012.663558
- Pforr, C., Macbeth, J., Clark, K., Fountain, J. ve Wood, D. (2006). The dynamics of a coastal tourism development: attitudes, perceptions and processes. http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/bookshop/Pforr_CoastalTourismDevt.pdf (Erişim: 14.05.2022).
- Pigeassou, C. (2004). Contribution to the Definition of Sport Tourism, *Journal of Sport&Tourism*, 9: 3, s. 287-289.
- Pizam, A., Jeong, G. H., Reichel, A., van Boemmel, H., Lusson, J. M., Steynberg, L. Mason, M. and Montmany, N. (2004). The relationship between risk-taking, sensation-seeking, and the tourist behavior of young adults: A cross-cultural study. *Journal of Travel Research*, 42(3), 251-260.
- Pomfret, G. (2006). Mountaineering Adventure tourists: A conceptual Framework for Research. *Tourism Management*, 27 (1), 113-123, s.114.
- Prebensen, N. K., ve Foss, L. (2011). Coping and Co-creation in Tourist Experience. *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 54–67. doi:10.1002/jtr.799
- Priest, S. (1992). Factor Exploration and Confirmation for the Dimensions of an Adventure Experience. *Journal of Leisure Research*, 24(2), 127-139.
- Priest, S., ve Gass, M. A. (2005). *Effective Leadership in Adventure Programming* (2nded.). Champaign: Human Kinetics.
- Prince, S. ve Ioannides, D. (2017). Contextualizing the complexities of managing alternative tourism at the community-level: a case study of a nordic eco-village. *Tourism Management*, 60, 348-356.

- Rand, G.E. ve Heath, E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3): 206-234. DOI: <http://dx.doi.org/10.2164/cit/226.0>.
- Reis, H., Sheldon, K., Gable, S., Roscoe, J., Ryan, R. (2000). Daily well-being: the role of autonomy, competence and relatedness. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 26(4), 419-435.
- Rokenes, A. Schumann S. ve Rose, J. (2015). “ The Art of Guiding in Nature-Based Adventure Tourism – How Guides Can Create Client Value and Positive Experiences on Mountain Bike and Backcountry Ski Tours” *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15:sup1, 62-82, DOI: 10.1080/15022250.2015.1061733.
- Ross, D. (2001). Developing Sports Tourism: An e Guide for Destination Marketers and Sports Events Planners, <http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/sport%20tourism/sport%20development%20guide.pdf>, (Erişim: 11.05.2022).
- Ryan, R. (1995). Psychological Needs and the Facilitation of Integrative Processes. *Journal Of Personality*, 63 (3), 397-428.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55, 68-78.
- Ryan, R. M., Ryan, W. S., Di Domenico, S. I., ve Deci, E. L. (2019). The nature and the conditions of human autonomy and flourishing: Self-determination theory and basic psychological needs. In R. M. Ryan (Ed.). *The Oxford handbook of human motivation* (pp. 89– 110). (2nd ed.). New York, NY: Oxford University Press.
- Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2000); “Self-determination Theory and The Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-being,” *American Psychologist*, Cilt 55, Sayı 1, s. 68-78.

- Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2006); “Self-Regulation and the Problem of HumanAutonomy: Does Psychology Need Choice,Self-Determination, and Will?,” *Journal of Personality*, Cilt 74, Sayı 6, s. 1557-1586.
- Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2017). Self-determination theory: Basic psychological needs inmotivation, development, and wellness. Guilford.
- Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 101860.
- Ryan, R. M., ve Martela, F. (2016). Eudaimonia as a Way of Living: Connecting Aristotle with Self-determination Theory. In J. Vittersø (Ed.). *Handbook of eudaimonic wellbeing* (ss. 109–122). Springer.
- Sağcan, M. (1986). *Rekreasyon ve Turizm*. İzmir: Cumhuriyet Basımevi.
- Sargın, S. (2006) “Yalvaç'ta İnanç Turizmi”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 16, Sayı: 2, s.4.
- Schaller, H.J. (2016). Tour Guides in Nature-based Tourism: Perceptions of Nature and Governance of Protected Areas, the Case of Skaftafell at the Vatnajökull National Park. In D. Rancew-Sikora and U. Dís Skaptadóttir (Eds.), *Mobility to the Edges of Europe: The Case of Iceland and Poland* (pp.187-214). SCHOLAR Publishing House.
- Schumann, S., Paisly, K., Sibthorp, J., ve Gookin, J. (2009). Instructor influences on student learning at NOLS. *Journal of Outdoor Recreation, Education and leadership*, 1(1), Article 3. <http://www.health.utah.edu/parks-recreation-tourism/docs/nols/Schumann.pdf>
- Selahattin ÇELİK, “Alternative Tourism”, *The Journal of International Social Research*, C. 11, S. 56 (2018), s. 201-202.
- Serez, M. (1985). Türkiye Av Turizmi ve Sorunları. *Turizm Yıllığı 1985*. 140-143.
- Serhat Bingöl, *Macera Turistlerinin Duyusal Arayışları İle Aktivite Tercihleri İlişkisinin Türkiye Örneğinde İncelenmesi* (Doktora Tezi), Anadolu

- Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020, YÖK: Ulusal Tez Merkezi (Tez No. 627074) s. 24-26.
- Serhat Yozcu, “Mağara Tur Düzenlemesi ve Mağara Rehberinin Görevleri”, *Turist Rehberleri Dergisi*, C. 3, S.1 (2020). S.44-58.
- Sever, R. (2008). Polat mağarası ve Turizm Potansiyeli (Doğanşehir-Malatya). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13(19), 251-266.
- Severinsson, E. (2003). Moral Stress and Burnout: Qualitative Content Analysis, *Nursing and Health Sciences*, 5, 59-66.
- Sevinç, F. ve Güzel, T. (2016), Yat turizmi T. F. Çakmak ve F. İstanbullu Dinçer (Ed.) Deniz turizmi içinde (ss. 89-156). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sharpe, E. K. (2005). Going above and beyond: The emotional labor of adventure guides. *Journal of Leisure Research*, 37(1), 29–50.
- Sheldon, K. M. ve Bettencourt, B. A. (2002). Psychological needs and subjective well-being in social groups. *British Journal of Social Psychology*, 41, 25-38.
- Sheldon, K. M., Ryan, R. M. ve Reis, H. T. (1996). What Makes for a Good Day? Competence and Autonomy in the Day and in the Person. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 1270-1279.
- Sibthorp, J., Furman, N., Paisley, K., Gookin, J., ve Schumann, S. (2011). Mechanisms of learning transfer in adventure education: Qualitative results from the NOLS transfer survey. *Journal of Experimental Education*, 34(2), 109–126.
- Sofular, Ş. (1989). Su altı Sporları. İstanbul: İstanbul Balıkadamlar Dalış İhtisas Kulübü Yay, Atlas Ofset.
- Stemler, S. (2001). An Overview of Content Analysis. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 7(17), 137-146.
- Sür, A. (1994). Karstik Yerşekilleri ve Türkiye’den Örnekler. *Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 3, 1-28.
- Swarbroke, J., Beard, C., Leckie, S., ve Pomfret, G. (2003). Adventure tourism. The new frontier. Jordan Hill: Butterworth-Heinemann.

- Şafak, İ. (2009). Avcı Derneklerine Üye Avcıların Kültürel Özellikleri (İzmir İli Örneği). Türk Kültüründe Av Sempozyumu (15-16 Kasım 2006), *Acta Turcica Hakemli Çevirimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*. 1: 327-344.
- Şebiri, K. (2018). *Spor ve Turizm İlişkisi*, Nobel Yayıncılık, Ankara
- Şekercioğlu, Ç. H. (2002). *Impacts of Birdwatching on Human and Avian Communities*. Environmental Conversations, 29(3). 282-289.
- Şenol, F. (2008). Kamp ve Karavan Turizmi. (N. H. Avcıkurt, Dü.) Ankara: Nobel Yayınları. (s. 481)
- Şenol, F. (2011). Kamp ve Karavan Turizmi. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.) içinde, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi (2. b., s. 481-499). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tang, C. Y. ve Chang, J. C. (2006). An Investigation Of Service Quality Between The Licensed And UnLicensed Tour Leaders, The 7th Biennial Conference on Tourism in Asia, Jeonju.
- Tatlı, M. (2009). *Kiş-i-Çevre Uyumu Ve İş Tutumları Arasındaki İlişkinin Öz Belirleme Teorisi İle Açıklanması* (Doktora Tezi), Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak, YÖK: Ulusal Tez Merkezi (Tez No. 608694), s. 64-65.
- Teddlie, C. ve Tashakkıro, A. (2015). Karma yöntem araştırmalarının temelleri. (Çev. Ed. S. B. Demir ve Y. Dede). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Teddlie, C. ve Yu, F. (2007). Mixed methods sampling: A typology with examples. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), 77-100.
- Teherani, A., Martimianakis, T., Stenfors-Hayes, T. Wadhwa, A. ve Varpio, L. (2015). Choosing a qualitative research approach, *Journal of Graduate Medical Education*, 7, 669–670.
- Tetik, N. (2006). *Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)*, Yüksek Lisans Tezi, YÖK: Ulusal Tez Merkezi (Tez No. 206634), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir. s. 24-25.

- Tetik, N. (2012). *Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterlilikleri: Doğu Karadeniz Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Thompson Coon, J., Boddy, K., Stein, K., Whear, R., Barton, J., ve Depledge, M. H. (2011). Does Participating in Physical Activity in Outdoor Natural Environments Have a Greater Effect on Physical and Mental Wellbeing Than Physical Activity Indoors? A systematic review. *Environmental Science and Technology*, 45, 1761e1772.
- TIES (The International Ecotourism Society). (2015). TIES announces ecotourism principles revision. [Çevrim-içi: <http://www.ecotourism.org/news/ties-announces-ecotourism-principles-revision>], (Erişim: 06.05.2022).
- Tırtıl, A. (2005). *Bursa ilinin kuş gözlem turizm potansiyeli*. 1. Bursa Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı. Bursa Osmangazi Belediyesi. Bursa: Özener Matbaası. ss: 63-68.
- Tosun N. (1994), Kongre turizmi ve ekonomik getirileri, *Turizm Dünyası Dergisi*, 56. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. 2022. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9875/turkiye39-de-avlanabilen-av-hayvanlari.html> (Erişim: 06.05.2022).
- Tosun, C. ve Temizkan, R. (2004). Türkiye'nin dış tanıtımın ve ülke imajında turist rehberlerinin rolü. I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 351-264.
- Tourism Review. “Tourism Review”. *Tourism Review İnternet Sitesi*, <https://www.tourism-review.com/travel-tourism-magazine-golf-tourism-the-growing-industry-article2159>. (Erişim: 26.04.2022).
- Tunç, A ve Saç, F. (1998). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayınevi.
- Turgut, İ. ve Clow, K. (2010). *Likya Yolu'nda yürümek*. İstanbul: Mart Matbaacılık.
- Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, (26.12.2014 Tarihli ve 29217 Sayılı).
- Turner, C. (2003a). *Adventure tour guides: Life on extreme outdoor adventures*. The Rosen Publishing Group, Inc.s.11.
- Turner, C. (2003b). *Adventure tour guides*. s.6
- Turner, C. (2003c). *Adventure tour guides*. s.8

TURSAB. Tursab Gastronomi Turizmi Raporu.
https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf (Erişim: 21.04.2022).

Türk Dil Kurumu (2022). <http://sozluk.gov.tr/> (Erişim: 20.04.2022).

Türk Dil Kurumu (2022). <http://sozluk.gov.tr/> (Erişim: 05.04.2022).

Türkiye Golf Federasyonu, “Ulusal Sahalar”, Golf Turizmi,
<https://www.tgf.org.tr/page.php?id=7> (Erişim: 14.04.2023).

Türkiye İstatistik Kurumu. Turizm İstatistikleri, II. Çeyrek: Nisan-Haziran, 2021
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tourism-Statistics-Quarter-II:-April-June,-2021-37441> (Erişim: 01.03.2022).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, (2007). Dünya’da Yat Turizmi ve Türkiye, Sayı. 280. s.4-11.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, 6(4), 543-559.

TÜRSAB, (2014). *Doğa ve Macera Turizmi*.
https://www.tursab.org.tr/dosya/12896/tursabdogamaceraturizmi_12896_5091237.pdf (Erişim: 03.07. 2022).

TÜRSAB, (2015), https://www.tursab.org.tr/haberler/tursab-doga-ve-macera-turizmi-raporu_12896, ss.3-4.

Un (United Nations) ve Unwto (United Nations World Tourism Organization) (2008), International Recommendations for Tourism Statistics 2008, United Nations Publication, Madrid ve New York.

Usta, Ö. (2002). *Genel turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.

Uygur, Selma Meydan; Baykan, Eda. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, S. 2, s: 32-39.

Ülker, İ. (1999). *Dağ Turizmi Planlama Yöntemleri: Yüksek Dağlarımız, Kayak Merkezlerimiz*. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları.

- Ünlüönen, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2007). Turizm Ekonomisi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Valkonen, J. (2009). *Acting in Nature: Service Events and Agency in Wilderness Guiding*. *Tourist Studies*, 9(2), 164–180.
- Vallerand, R. J. (2012). “The Role of Passion In Sustainable Psychological Wellbeing.” *Psychology of well-Being: Theory, research and practice*, 2(1), 1.
- Vansteenkiste, Maarten, Joke Simons, Willy Lens, Kennon M. Sheldon ve Edward L. Deci (2004); “Motivating Learning, Performance, and Persistence: The Synergistic Effects of Intrinsic Goal Contents and Autonomy-Supportive Contexts,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Cilt 87, Sayı 2,s. 246-260.
- Vlachopoulos, Symeon, P. (2006). Development and Initial Validation of a Measure of Autonomy, Competence, and Relatedness in Exercise: The Basic Psychological Needs in Exercise Scale Measurement in Physical Education and Exercise Science. 10 (3):179-201.
- Walle, A. H. (1997). Quantitative Versus Qualitative Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 524-536. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(96\)00055-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(96)00055-2).
- Walter, S. (2001). “*Climate Change and the Skiing Industry: Impacts and Potential Responses*”.
- Wearing, S. ve Neil, J. (2009). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*, 2nd Edition, Oxford: Elsevier, Butterworth-Heinemann.
- Weaver, D. (1991). Alternative to Mass Tourism in Dominica, *Annals of Tourism Research*, 18, 414-432.
- Weber, K. (2001). Outdoor Adventure Tourism a Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*, 28 (2), 360-377.
- Weiler, B. ve Black, R. (2015). Tour guiding research: Insights, Issues, Implications. Bristol: Channel View.

- Wictionary (2023). <https://en.wiktionary.org/wiki/tornus>. (Erişim: 10.03.2022)
- Williams, G., Frankel, B., Campbell, D. ve Deci, E. (2000). Research on relationship-centered care and healthcare outcomes from the rochester biopsychosocial program: a self-determination theory integration. *The Journal of Collaborative Family Healthcare*, 18 (1), 79-91.
- Williams, G., Gagne, M., Ryan, R., Deci, E. (2002). Facilitating autonomous motivation for smoking cessation. *Health Psychology*, 21(1), 40-50.
- Williams, G., Saizow, R., Ryan, R. (1999). The importance of Self-determination Theory for Medical Education. *Academic Medicine*, 74(9), 992-995.
- Williams, P. ve G, N. Soutar, (2005). Close to the ‘edge’: critical issues of adventure tourism operators. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 10(3): 247-61.
- Wood, M. Epler (2002). *Ecotourism: Principles, Practices and Policies for Sustainability*. Paris: UNEP.
- Yamada, N. (2011). Why Tour Guiding is Important for Ecotourism: Enhancing Guiding Quality with the Ecotourism Promotion Policy in Japan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16 (2), 140-152.
- Yenipinar, U., Bak, E., ve apar, G. (2014). Turist Rehberliği Meslek Kanununun, Meslek Örgütleri ve Öğretim Elemanlarının Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi. *ağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 86-114.
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ. (2008). 1. Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C. 9, S. 1, s. 1-18.
- Yıldırım, A. ve şimşek, H. (2013). Nitel araştırma yöntemleri (9 bs.). Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yu, Xin. Betty Weiler and Sam Ham. (2001), Intercultural Communication and Mediation: A Framework for Analysis the Intercultural Competence of Chinese Tour Guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8 (1), 75-87.
- Yücel, S. Ü. (2004). *Yayla turizmi*. TÜRSAB Dergisi. Ar-Ge Departmanı. İstanbul.

- Zaman, M., (2001). *Yayla Turizm Merkezlerine Bir Örnek: Hıdırnebi Yayla Kent I*. Doğu Coğrafya Dergisi, Sayı: 6, Konya, 215-236.
- Zaman, M., (2007). *Doğu Karadeniz Kıyı Dağları'nda Yaylalar ve Yaylacılık*. Atatürk Üniv. Yay. No: 960, Fen-Edebiyat Fak. Yay. No: 105, Araştırma Serisi, No: 75, Erzurum.
- Zengin, B., (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt (Editörler). *Mağara Turizmi*. 1. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, ss: 137-162.
- Zeybek, H. İ. (2001). Bahçebaşı Mağarası (Turhal-Tokat). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 7(6), 237-253.

EKLER

EK 1: DAVET MESAJI

Değerli Turist Rehberi,

Bu görüşme formu macera turist rehberlerinin macera rehberliğini seçim nedenlerini belirlemek üzere gerçekleştirilmektedir. Aynı zamanda turist rehberlerinin sahip oldukları bilgi, beceri ve yeteneklerini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Görüşme formunda sizden isminizi belirtmeniz istenmemektedir. Bu nedenle, size en doğru gelen cevapları işaretlemeniz, araştırmanın amacına ulaşması bakımından hayati önem taşımaktadır. Ankete vermiş olduğunuz yanıtlar, sadece bilimsel amaçlarla kullanılacak olup; kesinlikle gizli kalacak ve üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır.

İlginiz ve desteğiniz için şimdiden teşekkür ederim.

Turizm Rehberliği ABD

Semra KILINÇOĞLU

Doç. Dr. SEÇKİN ESER

EK 2: MACERA TURİST REHBERLİĞİ SEÇİM NEDENLERİ ANKET FORMU

1. Cinsiyetiniz:

Bayan () Bay ()

2. Yaşınız:

3. Medeni durumunuz:

Evli () Bekâr ()

4. Çalışma şekliniz:

() Seyahat Acentasına Bağlı () Serbest Olarak () Her ikisi de

5. Aylık gelir durumunuz?

() 0-5.500 TL () 5.501-10.500 TL () 10.501-15.501 TL () 15.501 TL ve üzeri

6. Çalışma kartınızı nasıl aldınız?

() Ön lisans turizm rehberliği mezunuyum

() Lisans turizm rehberliği mezunuyum

() Kültür ve Turizm Bakanlığı Kursları

7. Turizm sektöründe ne kadar süredir çalışıyorsunuz?

() 1-5 yıl arası

() 6-10 yıl arası

() 11-16 yıl arası

() 16 yıl ve üstü

8. Macera turlarında ne sıklıkta rehberlik hizmeti veriyorsunuz?

() Yılda 1-5 defa () Yılda 5-10 defa () Yılda 10 ve üzeri

9. Macera turizmi faaliyetlerinizi çoğunlukla yılın hangi mevsiminde yapıyorsunuz?

İlkbahar () Yaz () Sonbahar () Kış ()

10. Rehberlik hizmeti verdiğiniz macera turlarını belirtir misiniz?

11. Macera rehberliği yaparken kendinizi özgür hissediyor musunuz?

12. Bir macera turist rehberi olarak kendinizi ne ölçüde yetkin ve yetenekli hissediyorsunuz?

13. Macera rehberliği yaparken turlarda yer alan katılımcılar ile yakınlığınız, kurduğunuz bağ, ilişki düzeyiniz nasıldır?

EK 3: ETİK KURUL İZNİ



T.C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu

Sayı : E-35523585-302.99-91130
Konu : Etik Kurul İzni Hk. (Semra KILINÇOĞLU)

24.07.2023

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 12.06.2023 tarihli ve E-82006232-302.99-88099 sayılı yazınız.

İlgili başvuru gereği, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans programı 1218127008 no.lu öğrencisi Semra KILINÇOĞLU'nun yürütmeyi planladığı **“Macera Turist Rehberliği Seçim Nedenleri: Öz Belirleme Teorisi Bağlamında Bir Araştırma”** adlı çalışması Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu tarafından incelenmiştir.

Yapılan inceleme sonucunda; Kurulumuzca çalışmanın etik açıdan sakınca içermediğine karar verilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Ünal ÇAĞLAR
Kurul Başkanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : 4U6A-T5L0-8HV3 Belge Doğrulama Adresi : <https://ebyssorgu.klu.edu.tr>

Adres: Kırklareli Üniversitesi Rektörlüğü Kayalı Yerleşkesi

Telefon No : 0 2882129670

e-Posta :

Kep Adresi : kirklareliuniversitesirektorlugu@hs01.kep.tr

Fax No : 0 288 2129679

İnternet Adresi : <http://www.klu.edu.tr>

Bilgi İçin :Seher USKE

Bilgisayar İşletmeni

Dahili No:

