



Araştırma Makalesi (Research Article)

REHBERLİK STİLLERİ İLE EMPATİK EĞİLİM ARASINDAKİ İLİŞKİ: TURİST REHBERLERİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA (THE RELATIONSHIP BETWEEN TOUR GUIDING STYLES AND EMPATHIC TENDENCY: AN APPLICATION ON TOURIST GUIDES)**

Melisa ATEŞ^{1*} (orcid.org/ 0000-0003-4614-9065)

Elbeyi PELİT² (orcid.org/ 0000-0002-6418-801X)

¹Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Afyonkarahisar, Türkiye

²Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Afyonkarahisar, Türkiye

Özet

Bu çalışmanın amacı, rehberlik stilleri ile empatik eğilim arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Rehberlik stilleri, turist rehberlerinin mesleğini icra ederken sergiledikleri tutarlı bir yaklaşım ya da modeli (davranış ve tutumlar) ifade etmektedir. Empatik eğilim ise bireyin başkalarının yaşamlarını ve duygularını anlama ve hissetme potansiyeli olarak tanımlanmaktadır. Çalışmada, veri toplama tekniklerinden anket yöntemi seçilerek eylemli turist rehberlerine uygulanmıştır. Bu kapsamda çalışmada 327 eylemli turist rehberinden toplanan anketler değerlendirmeye alınmıştır. Verilerin analizinde faktör analizi, güvenilirlik analizi, farklılık testleri (t testi, ANOVA) ve Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda rehberlik stilleri ile empatik eğilim arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra, rehberlik stillerinin alt boyutları ile empatik eğilim arasında da anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Rehberlik Stilleri, Empatik Eğilim, Turist Rehberi

Abstract

The aim of this study is to determine the relationship between tour guiding styles and empathic tendency. Tour guiding styles refer to a consistent approach or model (behavior and attitudes) that tour guides exhibit while performing their profession. Empathic tendency is defined as the individual's potential to understand and feel the lives and emotions of others. A questionnaire, one of the data collection methods, was used in the study. In this context, questionnaires collected from 327 active tourist guides were evaluated. Factor analysis, reliability analysis, difference tests (t-test, ANOVA), and Pearson correlation analysis were performed for data analysis. As a result of the study, a positive, moderate, and significant relationship was found between tour guiding styles and empathic tendency. In addition, it was determined that there is a significant relationship between the sub-dimensions of tour guiding styles and empathic tendency.

Keywords: Tour Guiding Styles, Empathic Tendency, Tourist Guide

Giriş

Turizm sektörü, teknolojik ilerlemeler, değişen tüketici beklentileri ve küreselleşmenin etkisiyle hızla büyümesini sürdürmektedir. Dijital platformların ve internet kullanımının yaygınlaşması, turistlerin seyahat planlamalarını ve rezervasyon işlemlerini kolaylaştırırken, sosyal medyanın etkisiyle destinasyon tanıtımları çok daha geniş bir kitleye ulaşmaktadır. Günümüzde turistler, sadece popüler olan yerleri değil, aynı zamanda keşfedilmemiş ve otantik destinasyonları deneyimlemeyi tercih etmektedir. Pandemi süreci ise bireylerin sağlık ve güvenlik konularında daha fazla hassasiyet geliştirmelerine yol açmıştır. Tüm bu faktörler, turizm sektörünün yeni koşullara uyum sağlamasını ve yenilikçi yaklaşımlar geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Turist rehberleri de bu değişen ve gelişen sektörde kendilerini sürekli olarak yenilemek ve geliştirmek durumundadırlar.

**Bu çalışma, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında yürütülmekte olan "Rehberlik Stilleri ile Empatik Eğilimin Hizmet Verme Yatkınlığı ve Problem Çözme Becerisi Üzerindeki Etkisi: Turist Rehberlerine Yönelik Bir Uygulama" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

*Sorumlu yazar: mates@aku.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2025.475

Turist rehberleri, bir destinasyonun çekicilikleri, kültürü ve tarihi hakkında sahip olduğu bilgi ve yorumlarıyla, gerek iletişim becerisi gerekse hizmet becerileriyle, turistlerin ziyaretini bir turdan ziyade deneyime dönüştürme becerisine sahip olan (Ap ve Wong, 2001: 551), yabancı bir ortamda turistler ve destinasyonlar arasında en yakın olan irtibat kişisidir. Herhangi bir acil durum olduğunda, turistlerin ilk iletişime geçeceği kişi turist rehberleridir (Zhang ve Chow, 2004: 86). Bundan dolayı, turist rehberlerine önemli görev ve sorumluluklar düşmektedir. Turist rehberlerinin temel rolü, ilginç, bilgilendirici ve kültürel açıdan duyarlı bir şekilde verilen bilgiler yoluyla turistlerin deneyimini geliştirmektir (Boyle ve Arnott, 2004: 75). Turist rehberlerinin sadece rehberlik yaptıkları bölgenin coğrafi ve tarihi alanlarında değil, aynı zamanda grup dinamikleri, motivasyon, kültürel, etnik köken gibi sosyolojik ve psikolojik alanlarda da daha profesyonel ve donanımlı olmaları gerekmektedir (Cohen, Ifergan ve Cohen, 2002: 920). Turist rehberlerinin mesleklerini iyi bir şekilde icra edebilmeleri için iletişim becerileri ve liderlik özellikleri gibi kişisel özelliklerini de geliştirmeleri gereklidir. Bunun yanı sıra, turist rehberlerinin sürekli olarak değişen, yoğun bir dinamiği olan turizm trendlerini takip edebilmeleri ve teknolojik gelişmelere uyum sağlaması, turistlerin istek ve beklentilerini anlama açısından büyük önem taşımaktadır. Tüm bunları yapabilmeleri için de turist rehberlerinin sürekli kendilerini geliştirmeleri ve günceli takip etmeleri gerekmektedir.

Turistlerin ülkenin sunduğu olanaklar, kanunlar, kurallar ve diğer beklenen davranış kalıpları hakkında fikir sahibi olmaları gerekmektedir. Bundan dolayı da turizm sektörü içerisinde turist rehberlerinin önemli bir yeri bulunmaktadır (Sandaruwani ve Gnanapala, 2016: 62). Turist rehberleri bir tercüman, eğitimci, ev sahibi toplumun elçisi, yerel halk ve yerli, yabancı turistler arasındaki etkileşimi kolaylaştıran kişilerdir (Cetin ve Yarcın, 2017: 2). Bu görevleri yerine getirirken turist rehberlerinin sergilediği birtakım roller de bulunmaktadır. Turist rehberlerinin bilgi kaynağı, öğretmen veya eğitmen, grup lideri, elçi (Holloway, 1981), yol gösterici, lider, arabulucu (Cohen, 1985), kaynak yöneticisi (Howard, Thwaites ve Smith, 2001) gibi birçok rolü vardır. Bu roller kapsamında sergiledikleri tutum ve davranışlar rehberlik stili olarak adlandırılmaktadır. Rehberlik stilleri, bir rehberin turistlere nasıl yaklaştığını, nasıl bilgi aktardığını ve grubu nasıl yönettiğini ifade etmektedir.

Turist rehberlerinin mesleklerini iyi bir şekilde icra etmeleri, kişisel özelliklerini geliştirmekle sınırlı kalmamakla birlikte, rehberlik stillerini uygulama düzeyleriyle de ilgilidir. Bu stiller, rehberin kişilik özellikleri, eğitim düzeyi, hizmet verilen grup ve mesleki deneyimleri gibi birçok faktörden etkilenmektedir. Empatik eğilim, rehberin turistlerin duygusal ihtiyaçlarını anlama ve onlara uygun bir şekilde cevap verme yeteneğidir. Empati, turistlerle sağlıklı ve güvenilir bir iletişim kurmanın anahtarıdır ve rehber-turist ilişkisini güçlendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Turist rehberlerinin uyguladıkları rehberlik stilleri, turistlerin deneyimlerinde ve memnuniyetinde önemli bir etkidir. Empatik eğilim de bu stilleri uygulamada belirleyici bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü empatik eğilim düzeyi yüksek olan bir turist rehberi, turistlerin ihtiyaçlarını daha kolay anlayabilmekte ve beklentilerini karşılama noktasında hızlı hareket edebilmektedir. Rehberlik stilleri ile empatik eğilim, birbirlerini tamamlayan iki unsurdur. Bundan dolayı, rehberlik stilleri ile empatik eğilim, turist rehberlerinin turistlerle iletişim kurma ile bilgi ve tecrübelerini aktarma biçimlerini belirlemektedir.

Yukarıda verilen ve literatürde yer alan bilgiler ışığında, bu çalışmanın amacı, rehberlik stilleri ile empatik eğilim arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Bu kapsamda, öncelikle rehberlik stilleri ve empatik eğilim ile ilgili kavramsal çerçeve ve hipoteze yer verilmiştir. Daha sonra araştırmanın amacı, önemi ve yöntemi ele alınmıştır. Son olarak ise elde edilen bulgulara yer verilmiş olup, bulguların değerlendirilmesine ilişkin sonuç ve öneriler sunulmuştur.

Kavramsal Çerçeve

Rehberlik Stilleri

Turist rehberleri, genellikle ziyaretçileri turistik mekanlara yönlendiren ve ziyaret edilen yerleri yorumlayan kişilerdir. Bunun yanı sıra, turistlerin turlarının memnun geçmesinde de sorumlu olan kişiler turist rehberleridir (Cetin ve Yarcın, 2017: 1). Turist rehberleri, turizm sektöründe yer alan diğer çalışanlardan farklı olarak turistlerle yakın, yoğun ve etkileyici bir iletişim kuran ve ön saflarda çalışan kişilerdir. Genellikle destinasyonların “turizm elçileri” ya da “dönüşüm doktorları” olarak anılmaktadır (Rabotić, 2009: 1).

Ön saflarda çalışan turist rehberlerinin birçok özelliğe sahip olması gerekmekte ve meslek yaşamına başladıktan sonra da mesleğin getirdiği gereklilikleri sergilemesi istenmektedir (Aslan ve Çokal, 2016: 54). Turist rehberleri bu görev ve sorumluluklarını yerine getirirken de birtakım roller icra etmektedir. Turist rehberlerinin rollerine geçmeden önce rol kavramının tanımlanmasında fayda vardır. Rol, belirli bir statüye

sahip bireylerden sergilemesi beklenen davranışlardır. Toplum ve örgütler birçok rol kalıbından meydana gelmekte ve ilişkilerde bu roller yardımıyla ortaya çıkmaktadır (Gökçe ve Şahin, 2003: 145). Turist rehberlerinin de mesleğini icra ederken sergiledikleri rolleri bulunmaktadır. Literatürde turist rehberlerinin rollerine yönelik yapılan çalışmalarda, turist rehberlerinin arabulucu, lider, aktör, elçi, denge unsuru, birleştirici, bilgi aktarıcı, yorumcu, tercüman, öğretici/öğretmen, ev sahibi gibi rolleri olduğu belirtilmiştir (Holloway, 1981; Cohen, 1985; Pond, 1993). Turist rehberlerinin rolü, tura katılanların istek, beklenti ve taleplerine göre değişmekte ve bu roller rehberden rehberine göre de farklılık göstermektedir (Temizkan, 2005: 43). Bununla birlikte, rehberin sahip olduğu roller tüm zaman ve mekanlarda aynı kalmamakta, çeşitli değişkenlere göre farklılaşabilmektedir (Çapar, Çınar ve Pala, 2020: 233). Bunun nedeninin turist rehberlerinin çok fazla sorumluluk alanının olması olduğunu belirtmek mümkündür. Turist rehberlerinin turiste, doğaya, çevreye, kültüre, seyahat acentası gibi birçok alana ve kişiye karşı sorumlulukları bulunmaktadır. Bundan dolayı da her bir sorumluluk alanı farklı rolleri gerçekleştirme zorunluluğu getirmektedir (Köroğlu, 2019: 38).

Turist rehberleri, mesleğin gerektirdiği özelliklerden dolayı, turistlerin amaçlarını gerçekleştirmek için çaba ve zaman harcamak ve çeşitli rollerini benimsemek durumundadır. Böylelikle turistlerin eğlenmelerini, turdan zevk almalarını sağlamaktadır. Bu durum da başarılı bir turist rehberliği deneyimine katkıda bulunmaktadır (Tsaur ve Teng, 2017: 439). Turist rehberlerinin turistlerin olumlu duygularını ortaya çıkarma ve tur esnasında samimi bir ortam yaratma sorumluluğunu üstlenerek motive edici ve eğlendirici rolü de bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, turist rehberlerinin destinasyonlar hakkında bilgi sahibi olması turistlere güven sağlamak ve her konuda turist rehberlerinin tavsiyesine başvurmalarına olanak tanımaktadır (Heung, 2008: 306).

Turistler üzerinde olumlu bir etki yaratmak ve onlara güven vermek için turist rehberlerinin uygulaması beklenen stilleri bulunmaktadır. Bireylerin zekalarını kullanarak farklı stiller sergilediği; stillerini mesleklerine, rollerine, iş tanımlarına ve görevlerine göre oluşturduklarını belirtmek mümkündür. Böylelikle bireyler kendi kimlikleriyle uyumlu davranabilmekte ve gerek meslek gerekse rollerinin gerekliliklerini icra etmektedirler (Çapar ve diğ., 2020: 236). Turist rehberleri tarafından da mesleği için sergilemesi/uygulaması beklenen stiller vardır ve bunlar rehberlik stili olarak adlandırılmaktadır. Rehberlik stilleri, turist rehberlerinin görevlerini yerine getirirken sergilediği tutarlı bir yaklaşım veya model olarak ifade edilmektedir (Tsaur ve Teng, 2017: 440). Tsaur ve Teng (2017) tarafından yapılan çalışma sonucunda, 12 adet rehberlik stili ortaya çıkarılmıştır. Bu stiller, hatırlatıcı, hazırlıklı, mizah anlayışı, empatik, müşteri öncelikli, kültür elçisi/temsilcisi, etkili iletişim kuran, özenli/detaylara önem veren, zeki, sorumlu, düşünceli, müşteri odaklı olarak sıralanmaktadır.

Turist rehberlerinden uygulaması beklenen rehberlik stilleri, turistlerin ülkeden veya turdan memnun ayrılabilmesine olanak sağlayabilmektedir. Memnun ayrılan turist de, ailesine ve çevresine tavsiyelerde bulunabilmekte ayrıca tekrar ziyaret etme niyetinde de olabilmektedir. Rehberlik stilleri boyutlar bazında ele alındığında, hatırlatıcı rehberlik stili, turistlerin tur sırasında önemli bilgileri unutmaması ve nelere dikkat etmesi gerektiği gibi bilgilerin hatırlatılması amacıyla rehberlerin uygulaması gerekli stillerden bir tanesidir. Turist rehberlerinin uygulaması beklenen bir diğer stil hazırlıklı rehberlik stildir. Turist rehberlerinin tur öncesinde gidilecek destinasyonlar/noktalar hakkında güncel bilgileri öğrenmesi gerekmektedir. Rehberlerin bir bölgeyi tüm yönleriyle başarılı bir şekilde tanıtabilmesi için coğrafya, tarih, arkeoloji, mitoloji, kültür ve mimari gibi birçok konuda bilgi sahibi olması gerekmektedir (Şahin, 2018: 53). Başka bir boyut olan mizah anlayışı stili tur sırasında grup üyelerine neşeli ve samimi bir ortam yaratmada etkili olmaktadır. Tura katılanların tur boyunca eğlenceli bir atmosferde zaman geçirmesine katkı sağlamaktadır. Turist rehberlerinin mizah anlayışına sahip olmaları, grup üyelerine yapılan anlatımların akılda daha kalıcı olmasını sağlamakta ve turu daha eğlenceli bir hale getirmektedir. Bunun yanı sıra, anlatılanların zihinde canlanmasını da sağlamaktadır. Böylelikle turun monoton bir anlatım yerine daha eğlenceli ve keyifli bir şekilde geçmesinde etkili olmaktadır (Dumanlı ve Köroğlu, 2018: 330).

Turist rehberlerinin performansı ve hizmet kalitesinde etkili olan faktörlerden bir tanesi de empatidir (Huang, Hsu ve Chan, 2010: 15). Bu doğrultuda, empatik rehberlik stili, turist-rehber iletişimde etkili olan bir stildir. Çünkü, turist rehberi turistlere empatik bir yaklaşım sergilediğinde, onların istek ve beklentilerini anlayabilmektedir. Turistlerin istek ve beklentilerinin karşılanması sonucunda da gerek rehberine karşı bir güven oluşması gerekse turistlerin memnuniyeti söz konusu olacaktır. Turist rehberlerinin tur sırasında, öncesinde ve sonrasında uygulaması beklenen stillerden bir tanesi ise müşteri öncelikli rehberlik stildir. Temel sorumluluğu, turistlere bir bölgedeki somut ve somut olmayan kültürel miras konusunda ilham verici ve eğlendirici bir bilgi aktarımı yapmak olan turist rehberleri, hizmetiyle tur esnasında misafir memnuniyetini en çok etkileyen görevlilerden bir tanesidir (Özbek ve İskender, 2021: 160). Bundan dolayı, turist rehberlerinin turistlere en iyi bir şekilde hizmet deneyimini sunmada tereddüt etmemesi gerekmektedir. Bir diğer rehberlik

stili, kültür elçisi/temsilcisidir. Kültür elçisi genellikle, bir destinasyona/bölgeye gelen turistlere yerel kültürü anlatmak ve tanıtmaya rolünü üstlenmektedir. Kültür elçisinin görevleri, bilgi yaymak, karşılıklı anlayışı teşvik etmek, bireyden bireye göre değişen kültürel tutumları biçimlendirmek, kültürlerarası empati yaratmak ve birbirinden farklı kültürel alanlarda aracılık etmektir (Toker, 2011: 47). Turist rehberinin yerel halk ile turistlerin etkileşimini sağlaması amacıyla, turistleri yerel kültürü deneyimlemeye teşvik etmesi gerekmektedir.

Bir diğer rehberlik stili etkili iletişim kurandır. İletişim turist rehberleri için olmazsa olmaz faktörlerden bir tanesidir. Turist rehberi, turistlerle en fazla iletişimde olan kişilerdir, bundan dolayı, turist rehberlerinin etkili bir iletişim yeteneğine sahip olması gerekmektedir. İyi ve etkili bir iletişim kurabilen turist rehberleri, tur sırasında oluşabilecek sorunların önüne geçebilmektedir. Turist rehberlerinin turistlerle etkili bir iletişim kurması da tur kalitesinin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Kara ve Demir, 2021: 47). Turist rehberleri için önemli olan bir diğer stil özenli/detaylara önem veren rehberlik stildir. Turist rehberlerinin turistlere karşı sergilediği davranışlar, turistlerin memnuniyetini sağlamaktadır. Gidilen destinasyondaki yerleri, turist rehberlerinin detaylı ve sabırlı bir şekilde anlatması beklenmektedir. Şüphesiz bu anlatımları yaparken, düz bir metin okur gibi değil daha ilgili çekici ve ufak kelime oyunları ile daha detaylı bir şekilde anlatması gerekmektedir.

Turist rehberlerinin uygulaması beklenen stillerden bir diğeri zeki rehberlik stildir. Turist rehberlerinin iyi bir planlama becerisine sahip olması gerekmektedir. Her tura başlamadan önce gidilecek destinasyonlar, işletmeler vb. hakkında bilgi sahibi olmalıdır. Çünkü tur sırasında meydana gelebilecek her türlü durumda tur programında aksamalar yaşanabilmektedir. Bundan dolayı da acil durumlara karşı hızlı bir şekilde çözüm yolu bulması önem arz etmektedir. Turist rehberleri için önemli olan stillerden bir tanesi sorumlu rehberlik stildir. Turist rehberleri turun başlangıcından bitimine kadar gerek tur programının uygulanması gerekse turistlere karşı olan tutum ve davranışlarından sorumlu olan kişilerdir. Bundan dolayı, sunulan hizmetin kalitesi ve sergilenen davranışlar turistlerin memnuniyetinde önemli bir rol oynamaktadır.

Bir diğer rehberlik stili, düşünceli stildir. Turist rehberlerinin tura başlamadan önce grupla ilgili bilgileri öğrenmesi gerekmektedir. Böylelikle turist rehberleri, grupta yer alan kişilerin beklentileri hakkında bilgi sahibi olacaktır. Eğer gerekiyorsa tur programında da ufak değişiklikler yapabileceklerdir (Ahipaşaoğlu, 2001: 160). Bazen turistlerin beklentilerini bilmek, turistler geri bildirimde bulunmayı istemedikçe oldukça zordur (Alabay, 2012: 140). Turist rehberlerinin turistler tarafından yapılan geribildirimleri/eleştirileri dikkate alması gerekmekte ve bunlara göre hareket etmesi beklenmektedir. Turist rehberlerinin sürekli olarak turistlerle iletişim halinde olduğu düşünüldüğünde, müşteri odaklı rehberlik stiline önemli bir stil olduğunu belirtmek mümkündür. Turist rehberleri, turistlerin tüm memnuniyetlerini, şikayetlerini ele alan kişilerdir. Turistlerin beklentilerini karşılamak ve turistleri memnun etmek, müşteri sadakatini getirmekte ve gelecekte ziyaret etme niyetlerinde de etkili olmaktadır. Turistlerin beklentilerinin karşılanmaması da memnuniyetsizliğe neden olmaktadır (Yetgin Akgün, Ay ve Çalık, 2022: 1482).

Turist rehberlerinin uyguladıkları/uygulayacakları rehberlik stilleri, turistlerin seyahatlerinde etkili olmaktadır. Ancak sadece turistler açısından ele almamak gerekmektedir. Uygulanan bu stiller turist rehberlerinin gerek seyahat acentaları gerekse turistler tarafından tekrar tercih edilmelerine katkı sağlamaktadır. Şüphesiz bu stillerin hepsinin birlikte sergilenmesi, turistlerin seyahat deneyimlerinin güzel geçmesine, ülke hakkında oluşan imajın olumlu olmasına, tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetinin de artmasını sağlayacaktır.

Empatik Eğilim

Empati, tüm bireyler için gerekli olan bir beceridir. Başka birinin nasıl hissettiği ya da ne düşünebileceğini anlamamızı sağlayan empati, şüphesiz bireyler için önemli bir yetenektir (Baron-Cohen ve Wheelwright, 2004: 163). Başkalarının duygularını anlama veya tanıma yeteneği olarak tanımlanan empati, başkalarının duygularını yaşadığımız anlamına gelmemekte ve yalnızca diğer insanların duygularını deneyimlerimizden anladığımız anlamına gelmektedir (Badea ve Pană, 2010: 71). Empati ya da empatik olma durumu, bir başkasının içsel referans çerçevesini, sanki o kişiymiş gibi; ama durumunu hiçbir zaman kaybetmeden, doğrulukla ve ona ait duygusal bileşenler ve anlamlarla algılamaktır (Rogers, 1975: 3).

Empati kavramının iki kökeni vardır. Bunlar Almanca “*einfihlung*” ve Eski Yunanca “*empathia*” terimleridir. “*Einfihlung*” terimini ilk kez kullanan Theodor Lipps, bireyin kendisini karşısındaki bir nesneye aktarması, kendini onun içinde hissetmesi ve bu yolla o nesneyi kendi içine alarak anlaması sürecine “*einfihlung*” adını vermiştir (Dökmen, 2023: 157). *empathia* terimi, “*em*” ve “*pathia*” kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. *em*, Latince’de iç, içeri anlamına gelirken, *pathos* kelimesinden gelen *pathia* duygu, acı, algı,

telepati anlamına gelmektedir (Alpar, Algür ve Özeyer, 2009: 74). Empati, empatik beceri ve empatik eğilim olarak iki boyutta ele alınmaktadır. Empatik beceri, karşımızdaki kişinin duygularını anlamak, bu duyguları içselleştirmek ve bu anlayışı karşı tarafa etkili bir şekilde aktararak hissettirmekle ilişkilidir (Kaya ve Siyez, 2010: 113). Empatik eğilim ise bireyin günlük hayatta empati kurma potansiyeli olarak tanımlanmaktadır. Empatik eğilim, problemi olan kişilerin duygularını anlayabilme ve bu kişilerin duygusal hayatlarından etkilenme becerisini ve yardım etme arzusunu içermektedir (Çiçek, 2006: 15).

Empatik eğilim, sosyal öğrenme teorisi ile açıklanabilmektedir. Sosyal öğrenme teorisi, insan davranışını bilişsel, davranışsal ve çevresel belirleyiciler arasındaki karşılıklı etkileşim açısından açıklamaktadır (Tu, 2000: 30). Bandura tarafından geliştirilen sosyal öğrenme teorisi, insanların diğer insanları gözlemleyerek yeni bilgi ve davranışlar öğrenebileceğinin altını çizmektedir. Bundan dolayı, gözlemsel öğrenme, taklit veya modellemenin kullanılması, sosyal öğrenme teorisini kullanarak çok çeşitli insan davranışını açıklamaktadır (Chen, Lu ve Wang, 2017: 629). Bilgi ve beceriler yalnızca doğrudan deneyimle elde edilmemektedir. Sosyal öğrenme teorisinde, dolaylı öğrenmeyi sağlayan faktörler dört gruba ayrılmaktadır. Bunlar dolaylı pekiştirme, dolaylı ceza, dolaylı güdülenme ve dolaylı duygusallıktır. Dolaylı duygusallıkta bir kişinin davranışlarını gözlemlerken empati kurulması, gözlem yapan kişide duygusal koşullanmaya neden olabilmektedir. Bunun sonucunda, birey kendi yaşamadığı halde model aldığı bireyin korktuklarından korkma veya sevdiklerini sevme eğilimine girebilmektedir (Bahar, 2019: 239). Bireyler de çevrelerinde gözlemledikleri davranışları taklit ederek ve anlayarak empati duygularını geliştirebilmektedir. Böylelikle, bireylerin sosyal çevrelerinde gözlemledikleri davranışlar, empatik eğilimlerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

İnsanlarla sürekli iletişim halinde olan meslekler için empatinin önemi oldukça fazladır. Turist rehberliği mesleği açısından da empatik eğilim kavramı, olmazsa olmaz hususlardan bir tanesi olarak değerlendirilmelidir. Literatür incelendiğinde, turist rehberlerinin empatik eğilimlerini ele alan sınırlı sayıda çalışma olmasına karşın, empatinin üzerinde durulması gereken önemli bir konu olduğunu belirtmek mümkündür. Empatik eğilim ile ilgili Kılıç (2016) tarafından yapılan çalışmada, turist rehberleri için başarılı bir iletişimin yolunun empati kurmaktan geçtiği vurgulanmıştır. Yaşanan çatışmaları yapıcı yollarla çözümlenebilir ve daha etkili bir iletişim kurabilmek ancak kişilerin empatik becerilerini etkin bir şekilde kullanmalarıyla mümkün olabileceği belirtilmiştir.

Sürekli insanlarla iletişim halinde olan meslek gruplarında, etkili bir iletişim kurmanın kilit taşı empatidir. Turist rehberleri için de turun başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesinde empatik eğilime sahip olması önem arz etmektedir (Kılıç, 2016: 5). Turist rehberlerinin etkili iletişim kurabilmesi için turistlerle empati kurabilmesi gerekmektedir. Ancak turist rehberi empati kurarken doğru ya da yanlış, iyi ya da kötü şeklinde değerlendirmemeli, kişiyi anlama üzerine odaklanmalıdır (Yüksel Şahin, 2018: 35). Rehberlik stilleri ile empatik eğilim, turizm sektöründe gerek hizmet kalitesinde gerekse turistlerin memnuniyetinde önemli bir rol oynamaktadır. Turist rehberlerinin farklı rehberlik stillerini uygulaması, turistlerin seyahat deneyimlerinde ve memnuniyetlerinde etkili olmaktadır. Turist rehberleri empatik eğilimleri sayesinde, turistlerin ihtiyaçlarını ve beklentilerini daha kolay anlayabilmekte ve onlara daha iyi bir hizmet sunmasında etkili olmaktadır. Rehberlik stilleri, turist rehberinin bilgilerini gruba nasıl aktardığı, grubu yönetme tarzı, turistlerle nasıl iletişimde olduğu ile ilgilendirirken, empatik eğilim genellikle turistlerin duygusal ihtiyaçlarını anlama ve karşılmasıyla ilişkilidir. Turist grubuna göre sergileyeceği/uygulayacağı stilleri ayarlayan turist rehberi, turistlere empatik bir şekilde yaklaşabilmektedir. Bu durum da turistlerin gerek turist rehberinden gerekse turdan memnun ayrılmasına katkı sağlamaktadır. Buradan hareketle hem konuyla ilgili yapılan çalışmalar hem de literatürde yer alan bilgilerden hareketle oluşturulan hipotez aşağıda yer almaktadır.

H1: Turist rehberlerinin rehberlik stillerini uygulama düzeyi ile empatik eğilim arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, rehberlik stilleri ile empatik eğilim arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Bu kapsamda, öncelikle turist rehberlerinin rehberlik stillerini uygulama düzeyi ve empatik eğilim düzeyleri belirlenmiş olup, rehberlik stilleri ile empatik eğilim arasındaki ilişki incelenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, ilgili taraflara öneriler sunulmuştur. Turist rehberliği mesleği için hizmet kalitesi önem arz etmektedir. Hizmetin kalitesinde de turist rehberlerinin sergileyeceği tavır, tutum ve iletişim önemli bir rol oynamaktadır. Turist rehberlerinin uyguladıkları rehberlik stilleri ve empatik eğilimleri de tur sırasında turistler üzerinde etkili olmaktadır. Turist rehberlerinin turistlere karşı düşünceli, anlayışlı ve empatik bir şekilde davranması turistlerin memnuniyetinde, ülkenin imajının oluşmasında etkili olmaktadır. Bu doğrultuda, bu çalışmanın

yapılmasının turist rehberlerinin gerek rehberlik stillerinin uygulanma düzeyinin artmasına gerekse empatik eğilim düzeylerinin artmasına katkı sağlayacağı açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın konusunu oluşturan rehberlik stilleri ve empatik eğilim ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, sınırlı sayıda çalışma bulunmuştur. Rehberlik stilleri ile ilgili bir lisansüstü tez (Aysin, 2018) bir tane de makale (Çapar vd., 2018) olduğu tespit edilmiştir. Empatik eğilim ile ilgili ulusal ve uluslararası veri tabanlarında literatür incelemesi sonucunda, uluslararası veri tabanında empatik eğilim ile ilgili turist rehberliği alanında doğrudan bir çalışma bulunmamıştır. Ulusal literatürde yapılan tarama sonucunda, turist rehberlerinin empatik eğilimlerini ele alan sadece bir çalışmaya rastlanmıştır. Rehberlik stilleri ve empatik eğilimi birlikte ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda, bu çalışmanın yapılması literatürdeki boşluğun doldurulmasında önemli bir fırsat sağlamaktadır. Ayrıca, bu çalışmanın turist rehberlerinin mesleki becerilerinin geliştirilmesine yönelik iyileştirmeler sunması açısından da önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Araştırmanın evrenini Türkiye’de çalışma kartına sahip eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır. Turist Rehberleri Odaları Birliği (TUREB) verilerine göre, 2024 yılı itibariyle toplam 13.382 turist rehberi vardır. Bu rehberler arasından 9664 rehber, eylemli turist rehberi olarak çalışmaktadır. Bu kapsamda, araştırmanın evrenini 13 turist rehberi odasına kayıtlı 9.664 eylemli turist rehberi oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşılması maliyet, zaman, ulaşılabilirlik gibi nedenlerden ötürü mümkün olmadığından örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örnekleme yöntemi olarak aşamalı örnekleme yöntemi kullanılmış olup, küme örnekleme yöntemi ve tabakalı örnekleme yöntemi birlikte kullanılmıştır. 13 turist rehberi odası küme olarak ele alınmış, bölgesel ve bölgesel turist rehberleri de tabakaları oluşturmuştur. Araştırmada veriler 2023 Ağustos-2024 Mart tarih aralığında toplanmıştır. Tüm odalara kayıtlı turist rehberlerine odalar aracılığı ve çevrimiçi olarak ulaşılmıştır. Veriler hem yüzyüze hem de Google Forms aracılığıyla toplanmıştır. Bu kapsamda araştırmada 350 anket toplanmıştır. Bu anketlerden 23 tanesi eksik ve hatalı doldurulduğundan dolayı değerlendirmeye alınmamış, toplam 327 anket analize dahil edilmiştir. Katılımcıların odalara göre dağılımına Tablo 1’de yer verilmektedir.

Tablo 1. Değerlendirmeye Alınan Anketlerin Oda Dağılımı

Kayıtlı Olunan Oda	Değerlendirmeye Alınan Anket Sayısı	Yüzde (%)
Adro	13	4,0
Anro	39	11,9
Aro	26	8,0
Atro	28	8,6
Buro	13	4,0
Çaro	20	6,1
Garro	13	4,0
İro	62	19,0
İzro	42	12,8
Muro	9	2,8
Nero	31	9,5
Şuro	18	5,5
Tro	13	4,0
Toplam	327	100,0

Araştırmanın uygulama aşamasında veri toplama yöntemlerinden anketten yararlanılmıştır. Uygulanan anket formunun etik açıdan sakıncalı olup olmadığına ilişkin *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu*’ndan (25.02.2023 tarih ve 166187 sayılı) etik kurul onayı alınmıştır. Anket 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turist rehberlerinin bireysel özelliklerine yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde Tsaur ve Teng (2017) tarafından geliştirilen 43 ifadeden oluşan rehberlik stilleri ölçeği kullanılmıştır. Üçüncü bölümde Baron-Cohen ve Wheelwright (2004) tarafından geliştirilen Wakabayashi vd. (2006) tarafından hazırlanan 22 ifadeden oluşan empatik eğilim ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan rehberlik stilleri ve empatik eğilim ölçekleri, literatürde geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılmış olan ölçeklerdir. Bu çalışmada, ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik analizleri tekrarlanmıştır. Araştırmada varimax rotasyonu ve temel bileşenler (principal component) yöntemi ile faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizine ilişkin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), Bartlett's testi sonuçları ile

özdeğerler, varyans açıklama oranı ve kümülatif varyans oranları verilmiştir. Güvenirlik analizi için iç tutarlık katsayısı olan Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır.

Bulgular

Katılımcıların bireysel özelliklerine ilişkin bulgulara Tablo 2'de yer verilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların %66,7'sinin erkek, %33,3'ünün kadın olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde, %51,1'inin evli, %48,9'unun ise bekar olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde, %28,1'inin 30-39, %26,0'ının 20-29, %22,0'ının 40-49, %14,1'inin 50-59 ve %9,8'inin ise 60 ve üzeri yaşında olduğu tespit edilmiştir. Eğitim durumunda çoğunluğun lisans düzeyinde olduğu ve (%48,0), bunu lisansüstü düzeyde (%39,4) eğitime sahip olan kişilerin takip ettiği görülmektedir. Katılımcıların %54,4'ü ülkesel, %45,6'sının bölgesel ruhsatname türüne sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışma şeklinde ise katılımcıların yarısından fazlasının %93,3'ünün bağımsız olarak çalıştığı görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişken	Grup	f	%
Cinsiyet	Erkek	218	66,7
	Kadın	109	33,3
Medeni Durum	Evli	167	51,1
	Bekar	160	48,9
Yaş	20-29	85	26,0
	30-39	92	28,1
	40-49	72	22,0
	50-59	46	14,1
	60+	32	9,8
	Eğitim Durumu	Önlisans ve altı	41
Eğitim Durumu	Lisans	157	48,0
	Lisansüstü	129	39,4
	Deneyim	2 yıldan az	80
Deneyim	2-5 yıl	75	22,9
	6-10 yıl	44	13,5
	11-15 yıl	39	11,9
	16 yıl ve üzeri	89	27,2
Ruhsatname Türü	Ülkesel	178	54,4
	Bölgesel	149	45,6
Çalışma Şekli	Bağımsız (serbest)	305	93,3
	Acentada kadrolu/ sezonluk	22	6,7

Araştırmada kullanılan rehberlik stilleri ile empatik eğilim ölçeklerine ilişkin faktör analizi ve güvenilirlik analizi (Cronbach's Alpha) ile katılımcıların rehberlik stillerini uygulama düzeyi ve empatik eğilim düzeylerine yönelik betimsel istatistiklere Tablo 3'de yer verilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde, yapılan faktör analizi sonucunda, rehberlik stilleri ölçeğinin toplam varyansın %65,667'sini açıklayan 12 faktör altında toplandığı görülmektedir. Rehberlik stilleri ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,915 olarak hesaplanmıştır. Rehberlik stilleri ölçeği için uygulanan faktör analizinde Bartlett's testi sonucu, faktör analizinin uygulanabileceğini ortaya koymuş ($\chi^2= 6143,733$; $p<0,01$) ve örneklem hacminin yeterli düzeyde olduğunu göstermek amacıyla Kaiser-Meyer Olkin değeri (KMO=0,885) hesaplanmıştır. Faktör analizi sonucuna göre, empatik eğilim ölçeği toplam varyansın %35,779'unu açıklamakta ve tek faktör altında toplandığı görülmektedir. Empatik eğilim ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,897 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3. Rehberlik Stilleri ve Empatik Eğilim Ölçeklerine Ait Tanıtıcı İstatistikler

Faktör	Madde Sayısı	Özdeğer	Varyans %	Kümülatif Varyans	Cronbach's Alpha	\bar{X}	s.s.
RS1: Sorumlu	2	3,974	9,242	9,242	0,821	4,67	0,52
RS2: Zeki	3	3,337	7,760	17,002	0,644	4,52	0,55
RS3: Kültür elçisi	3	3,133	7,287	24,288	0,692	4,34	0,65
RS4: Empatik	4	2,845	6,615	30,903	0,670	3,28	0,80
RS5: Hazırlıklı	4	2,512	5,842	36,746	0,771	4,45	0,60
RS6: Özenli	2	2,445	5,686	42,432	0,751	4,51	0,62
RS7: Müşteri öncelikli	3	2,076	4,828	47,260	0,731	4,50	0,61

RS8: Etkili iletişim kuran	4	1,865	4,338	51,598	0,699	4,34	0,56
RS9: Düşünceli	5	1,819	4,230	55,827	0,719	4,07	0,66
RS10: Hatırlatıcı	5	1,697	3,947	59,775	0,689	4,50	0,50
RS11: Mizah anlayışı	4	1,268	2,948	62,723	0,532	3,76	0,64
RS12: Müşteri odaklı	4	1,266	2,944	65,667	0,757	4,56	0,48
Genel Rehberlik Stilleri	43	-	-	-	0,915	4,25	0,39
Genel Empatik Eğilim	22	7,871	35,779	35,779	0,897	4,10	0,51

Rehberlik Stilleri (RS): Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0,885; Bartlett's Testi $\chi^2= 6143,733$; P= 0,000
Empatik Eğilim (EE): Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0,924; Bartlett's Testi $\chi^2= 3130,217$; P=0,000

Tablo 3'de aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde, genel rehberlik stilleri ölçeğinin ortalamasının $\bar{X}=4,25$, genel empatik eğilimin ise $\bar{X}=4,10$ olduğu tespit edilmiştir. Bu ortalamalardan katılımcıların rehberlik stillerini uygulama düzeyi ve empatik eğilim düzeylerinin çok düşük olmadığını belirtmek mümkündür. Rehberlik stiline ilişkin alt boyutlar incelendiğinde, katılımcıların en çok sorumlu rehberlik stili ($\bar{X}=4,67$) uyguladığı, bunu daha sonra müşteri odaklı rehberlik stili ($\bar{X}=4,56$) ile zeki rehberlik stili ($\bar{X}=4,52$) takip ettiği görülmektedir. En düşük ortalamaya sahip rehberlik stillerinin ise empatik rehberlik stili ($\bar{X}=3,28$) ve mizah anlayışı rehberlik stili ($\bar{X}=3,76$) olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada katılımcıların rehberlik stillerini uygulama düzeyi ve empatik eğilim düzeyleri cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, deneyim, ruhsatname türü ve çalışma şekline göre karşılaştırılmış olup, analiz sonuçlarına Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4. Rehberlik Stilleri ve Empatik Eğilimin Bireysel Özelliklere Göre Farklaşmasına İlişkin Bulgular

Ölçek	Değişken	Grup	\bar{X}	s.s.	p
Rehberlik Stilleri (RS)	Eğitim Durumu	Ön lisans ve altı	4,10 ^b	0,43	0,026*
		Lisans	4,26 ^a	0,40	
		Lisansüstü	4,29 ^a	0,34	
	Cinsiyet	Erkek	4,05	0,52	0,009**
		Kadın	4,21	0,49	
Empatik Eğilim (EE)	Ruhsatname Türü	Ülkesel	4,16	0,54	0,031*
		Bölgesel	4,04	0,48	
	Deneyim	2 yıldan az	3,98 ^c	0,46	0,042*
		2-5 yıl	4,10 ^b	0,49	
		6-10 yıl	4,13 ^b	0,54	
	11-15 yıl	4,28 ^a	0,55		
	16 yıl+	4,13 ^b	0,54		

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; ^{a,b,c} farklı harfleri içeren gruplar arasında anlamlı farklılık vardır ($p < 0,05$).

Katılımcıların rehberlik stillerini uygulama düzeylerinin bireysel özelliklere göre farklılaşma farklaşmamasına ilişkin yapılan analizler sonucunda cinsiyet, yaş, medeni durum, deneyim, ruhsatname türü ve çalışma şekline göre anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların rehberlik stillerini uygulama düzeylerinin eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Lisansüstü ($\bar{X}=4,29$) ve lisans ($\bar{X}=4,26$) düzeyine sahip olan katılımcıların rehberlik stillerini uygulama düzeyinin diğer eğitim durumuna sahip olanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların empatik eğilim düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kadın turist rehberlerinin empatik eğilim düzeylerinin ($\bar{X}=4,21$) erkek turist rehberlerine ($\bar{X}=4,05$) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların empatik eğilim düzeyleri, ruhsatname türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Ülkesel ruhsatname sahibi olan katılımcıların empatik eğilim düzeylerinin ($\bar{X}=4,16$) bölgesel ruhsatname sahibi olan turist rehberlerine göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların empatik eğilim düzeylerinin deneyime göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. 11-15 yıl deneyime sahip olan katılımcıların empatik eğilim düzeylerinin diğer deneyime sahip olanlara göre en yüksek ortalamaya ($\bar{X}=4,28$) sahip olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada, katılımcıların rehberlik stilleri ile empatik eğilim düzeyi arasındaki ilişkiye ait analiz sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır. Tablo 5 incelendiğinde, rehberlik stilleri uygulama düzeyi ile empatik eğilim arasında pozitif yönlü, orta kuvvette ve anlamlı ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,577$; $p<0,01$). Bu sonuçlardan rehberlik stillerini uygulama düzeyi arttıkça empatik eğilimin de artacağı sonucunu çıkartmak mümkündür.

Tablo 5. Rehberlik Stilleri ile Empatik Eğilim Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Matrisi

Rehberlik Stilleri (RS)	Genel EE	
	r	p
Sorumlu RS	0,474	0,000*
Zeki RS	0,437	0,000*
Kültür Elçisi RS	0,391	0,000*
Empatik RS	0,484	0,000*
Hazırlıklı RS	0,377	0,000*
Özenli RS	0,487	0,000*
Müşteri Öncelikli RS	0,430	0,000*
Etkili İletişim Kuran RS	0,442	0,000*
Düşünceli RS	0,388	0,000*
Hatırlatıcı RS	0,470	0,000*
Mizah Anlayışı RS	0,342	0,000*
Müşteri Odaklı RS	0,517	0,000*
GRS	0,577	0,000

Tablo 5'te rehberlik stillerine ilişkin alt boyutlar ile empatik eğilim arasındaki ilişki incelendiğinde, 12 rehberlik stili ile empatik eğilim arasında ilişkiler olduğu görülmektedir. Empatik eğilim ile en yüksek ilişkisi olan rehberlik stili müşteri odaklı rehberlik stili olmuştur. Müşteri odaklı rehberlik stili ile empatik eğilim arasında pozitif, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($r=0,517$; $p<0,01$). Bu doğrultuda, çalışma kapsamında “*rehberlik stillerini uygulama düzeyi ile empatik eğilim arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır*” şeklinde oluşturulan **H1 hipotezi desteklenmiştir**.

Sonuç, Tartışma, Öneriler

Teknolojide meydana gelen değişim ve gelişmeler ile birlikte, turist profili değişmeye başlamış ve daha farklı ve talepkâr hale gelmiştir (Weiler ve Black, 2015: 369). Seyahat trendlerindeki bu değişim, turist rehberlerinin rolünü de değiştirmektedir. Turistler sadece gezip görme odaklı bir deneyim değil, rehberlerin seyahatlerine anlam katmalarını ve daha özgün deneyimler sunmalarını beklemektedir. Teknolojik gelişmelerin etkisiyle daha bilinçli bir hale gelen turistler, turist rehberlerinden sadece destinasyonların tarihini anlatmalarını istememektedir, yerel kültürü, dili ve yaşam tarzını da paylaşımlarını istemektedir. Turistlerin değişen istek ve talepler doğrultusunda, turist rehberleri de kendilerini sürekli geliştirmektedir. Turist rehberlerinin uyguladıkları rehberlik stilleri hizmet verdiği gruba, kişiye göre farklılık gösterebilmektedir. Empatik eğilimi yüksek bir turist rehberi, turistlerin ihtiyaç ve isteklerini kolaylıkla anlayabilir. Böylece, rehberler, turistlerin artan beklentilerini karşılayarak onlara unutulmaz ve anlamlı seyahat deneyimleri sunabilmektedir. Buradan hareketle, bu çalışmanın amacı, turist rehberlerinin rehberlik stillerini uygulama düzeyi ile empatik eğilimleri arasındaki ilişkinin belirlenmesidir.

Çalışma sonucunda, turist rehberlerinin rehberlik stillerini uygulama düzeyi ve empatik eğilim düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. En yüksek rehberlik stili sorumlu rehberlik stili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Turist rehberleri için en önemli olan hususlardan bir tanesi sorumluluk bilincidir. Tur programının aksamaması ve turistlerle iyi bir iletişim kurulmasında, turist rehberlerinin sorumlu bir şekilde davranması önem arz etmektedir. Turda acil bir durum geliştiğinde, turist rehberlerinin bu durumla ilgili harekete geçmesi ve durum çözümlene kadar da takip etmesi gerekmektedir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular, literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmaların bulgularını destekler niteliktedir. Polat (2001) tarafından yapılan çalışmada, turist rehberlerinin tur sürecinin herhangi bir aşamasında beklenmedik olaylara karşı hazırlıklı olması gerektiği ve bu beklenmedik olaylara karşı turist rehberlerinin sorumlu davranması gerektiği belirtilmektedir. Pelit ve Gökçe (2019) tarafından yapılan çalışmada, turist rehberlerinin tur sırasında oluşan durumlar için acil durum personeli gibi duruma hemen müdahale etmesi ve gerektiği takdirde ise acil durumlarda yardımcı olabilecek kurum/kuruluşlardan destek alması gerektiği belirtilmiştir.

Çalışmadan elde edilen bulgulardan bir tanesi de en düşük rehberlik stili empatik rehberlik stili çıkmış olmasıdır. Empati, diğer insanların daha iyi anlaşılmasında büyük bir rol oynamaktadır. Turist rehberlerinin de insanlarla sürekli iletişim halinde olduğu göz önüne alınırsa, empati düzeylerinin yüksek olması beklenmektedir. Turist rehberlerinin empati düzeylerinin yüksek olması gerek turistlerin memnun olmasında gerekse turist rehberlerinin mesleklerinden tatmin olmasına katkı sağlamaktadır. Turist rehberlerinin empatik olmaları, turist rehberlerinin performansını ve turist memnuniyetini etkilediği yapılan çalışmalar ile de ortaya konulmaktadır. Dönbak (2021) tarafından yapılan çalışmada, turist rehberlerinin empatik olmalarının, rehberlerin performansını ve turist memnuniyetini etkileyen en önemli faktörler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Chang (2009) tarafından yapılan çalışmada da hizmet kalitesi için güvenilirlik, empati, problem çözme ve kendine güvenin önemli olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda, turist rehberlerinin empati düzeylerinin geliştirebilmeleri için önemli hususlardan bir tanesi dinlemedir. Turist rehberlerinin turistlerin istek ve taleplerini dinlemesi önem arz etmektedir. Turistlerden geri dönüt almak, onlara tur hakkında sorular sormak ve dinlemek empatinin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Turist rehberlerinin empatilerinin geliştirilebilmesi amacıyla eğitimler düzenlenebilir. Ayrıca meslekte deneyimli olan turist rehberleri, mesleğe yeni başlayan rehberlere yol göstererek onlara turistleri anlama ve farklı kültürlerle iletişim kurma gibi konularda yardımcı olmalıdırlar.

Çalışmada, kadın turist rehberlerinin empatik eğilim düzeylerinin erkek turist rehberlerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Arpacı ve Özmen (2014) tarafından yapılan çalışmada, kız öğrencilerin empatik eğilim düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Kılıç (2016) tarafından yapılan çalışmada da kadın turist rehberlerinin empatik eğilim düzeylerinin erkek turist rehberlerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kök Eren ve Gürhan (2020) tarafından yapılan çalışma sonucunda, kadınların empatik eğilim düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Yukarıda yer verilen çalışmaların bulguları, mevcut çalışmadan elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Kadınların erkeklere oranla iletişim yönünden daha üstün olmaları, merhamet ve acıma duygularının daha fazla olması ve toplumda kadınlara yönelik roller gereği kadınların empatik eğilimlerinin daha yüksek olduğunu belirtmek mümkündür (Arpacı ve Özmen, 2014). Kadınların doğası gereği erkeklere göre daha duygusal olmaları erkeklere göre empatik eğilim düzeylerinin yüksek olmasında etkili olmaktadır.

Katılımcıların empatik eğilim düzeylerinin ruhsatname türüne göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiş ve ülkesel ruhsatnameye sahip olan turist rehberlerinin bölgesel ruhsatname sahibi olan turist rehberlerine göre empatik eğilim düzeylerinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumun nedeni olarak, ülkesel turist rehberlerinin birden fazla bölgede rehberlik yapması gösterilebilmektedir. Farklı bölgelerde rehberlik yapan turist rehberleri, daha fazla deneyim kazanmakta ve birçok kişi ile iletişim kurmaktadır. Bu durum da insanları daha iyi dinlemesine, anlamasına ve ihtiyaçlarını karşılamasına katkı sağlayabilmektedir.

Genel rehberlik stilleri ile empatik eğilim arasında pozitif, orta kuvvette ve anlamlı bir ilişki olduğu araştırmada elde edilen bir başka bulgudur. Rehberlik stillerinin tüm alt boyutları ile empatik eğilim arasındaki ilişkilerin tümü anlamlı çıkmıştır. Turist rehberleri, turizm sektörünün içerisinde yer alan birçok kişi ve kurumla iletişim halinde olan kişilerdir. Bundan dolayı, turistlerle sürekli etkileşim halinde olan turist rehberlerinin empati düzeylerinin yüksek olması beklenmektedir. Empatik eğilimi yüksek olan turist rehberleri, turistlerin ihtiyaçlarını daha iyi anlayabilir ve bu doğrultuda rehberlik stillerini daha etkin bir şekilde uygulayabilirler. Empati, turist rehberlerinin turistlerle duygusal bir bağ kurmasını, onların beklentilerini ve isteklerini kolaylıkla anlamalarını sağlamaktadır. Bu anlayış, turist rehberinin, turist grubunun özelliklerine ve beklentilerine uygun rehberlik stillerini seçip uygulamasına olanak tanımaktadır. Ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde, rehberlik stilleri ile empatik eğilim arasındaki ilişkiyi inceleyen doğrudan bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bundan dolayı, bu sonuçların gerek turist rehberlerine ve ilgili kurum/kuruluşlara gerekse ilgili literatüre katkı sağlaması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgular ve literatürde yapılan incelemeler sonucunda, turist rehberlerine, TUREB, meslek odaları ve gelecekte konuyla ilgili çalışma yapacak araştırmacılara birtakım öneriler aşağıda sunulmaktadır.

Rehberlik stillerinin her turist rehberi tarafından uygulanma düzeyleri farklıdır ve bu rehberlik stilleri kişiden kişiye, turdan tura göre farklılık göstermektedir. Her turist rehberinin kendine özgü bir stili vardır. Turist rehberleri, rehberlik yaparken tura katılanların özelliklerine göre stillerini sergilemektedir. Bu stillerin yüksek düzeyde uygulanmasının sağlanması ve sürdürülebilmesi için bilgi birikimi ve deneyim gerekmektedir. Bundan ötürü, turist rehberlerinin mesleki bilgilerini sürekli yenilemeleri ve güncel gelişmeleri takip etmeleri önem arz etmektedir. Empatik eğilim ise geliştirilebilen bir özelliktir. Bundan dolayı, turist rehberlerinin öncelikle karşısındaki bireyleri iyi bir şekilde dinlemesi ve önyargılı davranmaması gerekmektedir. Turist rehberlerinin, turistlerin yaşadığı durum veya durumları anlamaya çalışarak, onların bakış açısından bakması, empatik eğilimlerinin artmasına katkı sağlamaktadır. Turist rehberlerinin rehberlik stillerini uygulama düzeyleri ve empatik eğilimlerinin artırılması amacıyla, TUREB ya da meslek odaları tarafından eğitimler verilmelidir. Turist rehberlerinin iletişim becerilerinin ve kültürel farkındalık düzeylerinin artması, turistlerin beklentilerinin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır. Böylelikle, turist rehberlerinin rehberlik stillerini uygulama düzeyleri ve empatik eğilim düzeylerinin artması sağlanacaktır.

Rehberlik stilleri konusu ile ilgili ulusal ve uluslararası literatürde çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Bu kapsamda, gelecekte konuyla ilgili çalışma yapacak araştırmacılara öneri olarak rehberlik stillerinin farklı değişkenlerle ele alınması önerisinde bulunulabilir. Turistlerin bakış açısından turist rehberlerinin rehberlik stillerini ne düzeyde uyguladıklarına yönelik bir çalışma gerçekleştirilebilir. Bunun yanı sıra, rehberlik stillerini uygulama düzeyinin turist memnuniyetine etkisinin araştırılması, gelecekte konuyla ilgili çalışma yapacak araştırmacılara önerilebilir. Turist rehberliği mesleği için önemli olan empatik eğilim ile ilgili de turist rehberliği alanında sınırlı sayıda çalışma yapılmıştır. Alanın zenginleştirilmesi için, turist rehberlerine yönelik yapılan çalışmaların artırılması sağlanmalıdır. Empatik eğilim konusu turist rehberi adaylarına yönelik ele alınabilir. Turist rehberi adaylarının empatik eğilimleri farklı değişkenlere (cinsiyet, yaş, sınıf vb.) göre incelenebilir.

Kaynakça

- Ahipaşaoğlu, H. S. (2001). *Turizmde rehberlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(16), 137-158.
- Alpar, Ö., Algür, S. and Özyer, K. (2009). Importance of empathy in tourism sector: An empirical research intended for university students at travel and hotel management. *Management and Education*, 5(1), 74-80.
- Ap, J. and Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Arpacı, P. ve Özmen, D. (2014). Hemşirelik öğrencilerinin özgecilik ve empatik eğilim düzeyleri ve aralarındaki ilişki. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 11(3), 51-57.
- Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016). Profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere katkısına ilişkin turist algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 53-59.
- Badea, L. and Pană, N. A. (2010). The role of empathy in developing the leader's emotional intelligence. *Theoretical and Applied Economics*, 17(2), 69-78.
- Bahar, B. (2019). Sosyal öğrenme kuramı ve sosyal değişim kuramı perspektifinden etik liderlik. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 237-242.
- Baron-Cohen, S. and Wheelwright, S. (2004). The empathy quotient: An investigation of adults with asperger syndrome or high functioning autism, and normal sex differences. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 34(2), 163-175.
- Boyle, A. and Arnott, A. (2004). What tour guide stories can tell us about learning, education and training. *Creating Tourism Knowledge*, 75, 75-86.
- Chen, A., Lu, Y. and Wang, B. (2017). Customers' purchase decision-making process in social commerce: A social learning perspective. *International Journal of Information Management*, 37, 627-638.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide the origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12, 5-29.
- Cohen, E. H., Ifergan, M. and Cohen, E. (2002). A new paradigm in guiding the Madrigh as a role model. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 919-932.
- Cetin, G. and Yarcın, S. (2017). The professional relationship between tour guides and tour operators. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(4), 1-13.
- Çapar, G., Çınar, B. ve Pala, T. (2020). Rehberlik tarzları ölçeğinin Türkçeye uyarlanması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 232-247.
- Çiçek, A. (2006). *Sağlık çalışanlarının empatik eğilim ve becerilerinin değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Dökmen, Ü. (2023). *Sanatta ve günlük yaşamda iletişim çatışmaları ve empati*. (66.Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dumanlı, Ş. ve Köroğlu, Ö. (2018). Turist rehberlerinin stresle başa çıkma tarzları ile mizah tarzları arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *Journal of Yasar University*, 13(52), 328-342.

- Gökçe, O. ve Şahin, A. (2003). Yönetimde rol kavramı ve yönetsel roller. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 133-156.
- Heung, V. C. S. (2008). Effects of tour leader's service quality on agency's reputation and customers' word-of-mouth. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 305-315.
- Holloway, J. C. (1981). The guided tour a sociological approach. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 377-402.
- Howard, J., Thwaites, R. and Smith, B. (2001). Investigating the roles of the indigenous tour guide. *The Journal of Tourism Studies*, 12(2), 32-39.
- Huang, S., Hsu, C. H.C. and Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality ve Tourism Research*, 34(3), 3-33.
- İrigüler, F. and Güler, M. E. (2016). Emotional labor of tourist guides: How does it affect their job satisfaction and burnout levels?. *Journal of Yasar University*, 11(42), 113-123
- Kara, S. ve Demir, M. (2021). Profesyonel turist rehberlerinin davranış ve mesleki yeterliliklerinin tur kalitesine etkisi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 35-52.
- Kaya, A. ve Siyez, D. M. (2010). KA-Sİ çocuk ve ergenler için empatik eğilim ölçeği: Geliştirilmesi geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 35(156), 110-125.
- Kılıç, A. (2016). *Turist rehberlerinde empatik eğilim ve çatışma çözme davranışı ilişkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kök Eren, H. and Gürhan, N. (2020). Determination of the relationship between the beliefs of nursing students toward mental illnesses and their empathic tendency levels. *Perspectives in Psychiatric Care*, 57, 1034-1040.
- Koroğlu, A. (2019). *Turist rehberlerinin rolleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Leclerc, D. and Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28, 181-200.
- Özbek, Ö. ve İskender, A. (2021). Turist rehberlerinin anlatım performanslarının tur memnuniyetine etkisi: Kapadokya üzerinde bir uygulama. *Journal of Applied Tourism Research*, 2(2),159-168.
- Pelit, E. ve Gökçe, F. (2019). Turist rehberliğinde istihdam alanları ile ilgili sorunlar. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(1), 1-9.
- Pond, K. L. (1993). *The professional guide dynamics of tour guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Rabotić, B. (2009). The creative role of tourist guiding. Proceedings of the International Tourism Conference, *Cities as Creative Spaces for Cultural Tourism*, ss. 1-20.
- Rogers, C. R. (1975). Empathic: An unappreciated way of being. *The Counseling Psychologist*, 5(2), 2-10.
- Sandaruwani, J. A. R. C. and Gnanapala, W. K. A. C. (2016). The role of tourist guides and their impacts on sustainable tourism development: A critique on Sri Lanka. *Tourism, Leisure and Global Change*, 3, 62-73.
- Şahin, S. (2018). Turist rehberinin yetkinlikleri. İçinde; S. Eser, S. Şahin ve A. C. Çakıcı (Ed), *Turist rehberliği*, ss. 47-74. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Temizkan, R. (2005). *Turist rehberlerinin Türkiye imajını algulamaları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Toker, A. (2011). *Kültür turizminin sürdürülebilirliğinde profesyonel turist rehberlerinin rolü: Ankara örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Tsaur, S. H. and Teng H. Y. (2017). Exploring tour guiding styles: The perspective of tour leader roles. *Tourism Management*, 59, 438-448.
- Tu, C. H. (2000). On-line learning migration: From social learning theory to social presence theory in a CMC environment. *Journal of Network and Computer Applications*, 23, 27-37.

- Wakabayashi, A., Baron-Cohen, S., Wheelwright, S., Goldenfeld, N., Delaney, J., Fine, D., Smith, R. and Weil, L. (2006). Development of short forms of the empathy quotient (EQ-Short) and the systemizing quotient (SQ-Short). *Personality and Individual Differences*, 41, 929-940.
- Weiler, B. ve Black, R. (2015b). The changing face of the tour guide: One-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378.
- Yetgin Akgün, D., Ay, E. and Çalık, A. Ö. (2022). Customer complaints in package tours and complaint management of tour guides. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1482-1494.
- Yüksel Şahin, F. (2018). İletişim becerilerine genel bir bakış. İçinde; *Kişilerarası ilişkiler ve etkili iletişim* (12.Baskı), Ed: A. Kaya, ss.32-60. Ankara: Pegem Akademi.
- Zhang, H. Q. and Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: Evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25, 81-91.