



JRTR

JOURNAL OF RECREATION AND TOURISM RESEARCH

ISSN: 2148-5321

TURİST REHBERLERİNİN SANAT TEMALI TURLARDA YARATTIĞI DEĞER ALGISI

PERCEPTION OF VALUE CREATED BY TOURIST GUIDES IN ART-THEMED TOURS

Özlem ÖZBEK^a

Özet

Bu araştırmada turist rehberlerinin sanat temalı turlarda müşteri değeri yaratma etkisi tespit edilmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemleri ile yürütülmüş olan araştırmada, turistler ve rehberlerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Verilerin elde edilmesi sürecinde, sanat turu yönetmiş olan turist rehberleri ve bu turlara katılan turistlerin görüşlerine ulaşmak esas alınmıştır. Kartopu örneklem yöntemiyle ulaşılan örneklem ile 20.02.2022-01-03.2022 tarih aralığında telefon aracılığıyla görüşülmüştür. Araştırma bulguları ile; rehberlerin ve turistlerin sanat turlarına dair algıladıkları değer tespit edilmiştir. Rehberlerin, turistler nezdinde algılanan değere katkısı olumlu yönde tespit edilmiş olmakla birlikte, sanat turları içeriğine dair bilgi aktarımlarının yetersiz bulunduğu turist katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Bulgular doğrultusunda, sanat turları ve bienal turları adıyla turist rehberliğinde bir uzmanlık alanı olması önerilmiştir. İyi bir sanat turunun nasıl programlanması ve yönetilmesi gerektiği konularında da öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği, Sanat Turizmi, Sanat Turları, Değer Yaratma

Abstract

In this research, it is aimed to determine the effect of tourist guides on creating customer value in art-themed tours. In the research, which was carried out with qualitative research methods, interviews were conducted with tourists and guides. In the process of obtaining the data, it was based on reaching the views of the tourist guides who directed the art tour and the tourists who participated in these tours. The sample reached by snowball sampling method was interviewed via telephone between 20.02.2022-01-03.2022. With the research findings, the perceived value of the guides and tourists about the art tours was determined. Although the contribution of the guides to the perceived value in the eyes of the tourists was determined positively, it was stated by the tourist participants that the transfer of information about the content of the art tours was insufficient. In line with the findings, it has been proposed to be an area of expertise in tourist guiding under the name of art tours and biennial tours. Suggestions were also developed on how to program and manage a good art tour.

Keywords: Tourist Guiding, Art Tourism, Art Tours, Value Creation

Makale Geliş Tarihi: 17.02.2022 Makale Kabul Tarihi: 20.03.2022

Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Özlem ÖZBEK (ozlemtekin10@gmail.com)

^a Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Gönen Meslek Yüksekokulu, Balıkesir/Türkiye (ozlemtekin10@gmail.com),
ORCID: 0000-0001-6999-9324

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6399167>

1. Giriş

Klasik zamanlardan bu yana sanat, bir düşünme, temsil ve ifade biçimidir ve insanların bir yerden başka bir yere seyahat etmesi için de bir motivasyon kaynağıdır. Birbirinden farklı kültürel geçmişe sahip olan, farklı sosyolojik değerler taşıyan topluluklar, mimari üslupları ve sanatı yorumlama tarzlarıyla kendilerini yansıtmakta ya da ifade etmektedir. Antik Mısır'daki turistik hareketlilikler, 5. yy'da Atina'daki kültürel aktivitelerin bu bölgeyi çekim merkezi haline getirmesi ve tüm bu rotaların gelişerek Avrupa'da Grand Tour'u doğurması, sanat temalı turistik rotalarının gelişim sürecini göstermektedir (Franklin, 2018). Son yıllarda ortaya çıkan yeni turistik yönelimler ise günümüz sanatında ortaya çıkan yeni sanat anlayışları gibi evrilmiştir. Turizm, insanın kendini gerçekleştirdiği ve psikolojik boyutta arındırdığı bir etkinliktir. Aslında iyi oluş halini en iyi gösterebildiği alanlardan birisidir, bir diğeri de sanat ile uğraştır. Geçmişten günümüze kültür turları diye adlandırılan sanatsal turların, artık yavaş yavaş literatüre sanatsal turlar, sanat turları ismiyle tur alternatifleri olarak yer alabildiği görülmüştür (Andron, 2018; Stone, 1997). Sanatsal turlar ve sanatçı eşlikli rehberli sanat turları, müze turları, sergi turları ve sanat gezileri olarak turizme yeni bir açı ve yeni yönelimler kazandırmışlardır.

Turist rehberlerinin sanat temalı bir turda algıladığı değer ve turistlerin algıladığı değer arasında bir karşılaştırma yapılması ile; iyi bir sanat turunun nasıl olması gerektiği çıkarımına ulaşmayı amaçlayan bu araştırmada, öncelikle yeni bir kavram olan sanat turizmi kavramı incelenmiştir. Sanat turu rehberliğinin teorik boyutları, ilgili alanyazından derlenmiş ve araştırma modeli bu teorik boyutlara temellendirilmiştir. Araştırma kapsamı rehberler ve turistlerin etkileşimlerinden kaynaklı değer değişimidir. Bulgular doğrultusunda sanat turizmi literatürüne, uygulamada sanat turu yöneten turist rehberlerine katkılar sunulacağından önemli olduğu varsayılmaktadır.

2. Alanyazın

2.1. Sanat Turizmi ve Sanat Turu Rehberliğinin Teorik Boyutları

Sanat turizmi, çeşitli çalışmalarda kültür turizminin bir alt dalı olarak değerlendirilmiş ya da kültür turizmi ile aynı anlamda kullanılmıştır (Bagul, 2012; Özgürel ve Baysal, 2018). Sanat turisti ise yüksek eğitim görmüş, seyahat konusunda araştırmacı ve bilinçli bireyler olarak ifade edilmektedir. Harcama gücü yüksek turist grubu olarak görülen sanat turistleri için şehirlerde ya da kırsal bölgelerde bulunan sanatsal değerler turistik mekanlara dönüştürülmektedir. Önemli bir seyahat motivasyonu haline gelen sanat temalı turistik destinasyonlardaki hareketlilik sayesinde bölgesel ekonomi de canlanmaktadır (Uğuz, 2015). Sanat temalı turizm aktivite konuları arasında tiyatro, dans, müzik, edebiyat, sinema, görsel sanatlar ve el sanatları, tasarım ve mimari, kamusal sanat, fotoğrafçılık ve dijital medya yer alır ancak bunlarla sınırlı değildir.

Hughes'in (2000) önerdiği sanat turizmi modelinde turistlerin sanata ilgi düzeyi kategorize edilmiştir. Sanat turistlerini sanat merkezli turistler ve sanat çevresi turistleri olmak üzere iki kategoride incelemiştir. Sanat odaklı turistler için sanat, ziyaretin ana nedenidir. Bu turistler, sanatsal ürünleri görmek, daha yüksek standartlarda bir sanat performansı izlemek, sanat-sanatçıyı deneyimlemek ve sanat aracılığıyla daha iyi bir ortamda bulunmak isteyen kişilerdir. Sanat çevresi turistleri ise, başka bir amaçla seyahat eden fakat gidilen destinasyondan ayrılmadan önce sanatsal bir aktiviteye katılmayı tercih eden turist tipidir. Asıl seyahat amacı farklı olan sanat çevresi turistleri, sanat temalı bir etkinliğe katılarak sanata karşı ilgisini ve farkındalığını geliştirebilmektedir. Örneğin; Avustralya Sanat Konseyi tarafından 2015 yılında hazırlanan raporda, 2013-2014 yılları arasında yaklaşık 2.4 milyon yabancı sanat turistinin Avustralya'yı ziyaret ettiği belirtilmektedir. En az 1 sanat etkinliğine katılan yabancı turist oranı % 38'dir (Australia Concil for the Arts, 2015).

Turist rehberleri çeşitli araştırmalarda, bilgi kaynağı, mentor, yol gösterici, lider, arabulucu, kültür simsarı ve girişimci olarak nitelendirilen turizm profesyonelleridir (Cohen, 1985; Curtin, 2009). Turizm sektörü içinde çok aktif roller ve etkileri olan turist rehberleri, planlayıcı (Pomfret, 2011), hikaye anlatıcı (Mathisen, 2012), koreograf (Beedie, 2003), hizmet sağlayıcı (Arnould ve Price, 1993), kültür yorumcusu (Pereira, 2005), çevre koruyucusu (Curtin, 2009), ve aktivite uzmanı (Pomfret, 2011) gibi tanımlamalar ile anılmaktadır. Literatürde bulunan turist rehberi nitelikleri ya da tanımlamalarından yola çıkılarak, rehberler ve turistler arasındaki etkileşimler ve dolayısıyla turistlerin

değer algıları üzerinde etkisi olabilecek dört farklı boyut oluşturulmuştur. Bu değer boyutları araçsal, eğitici, ilişkisel ve kareografik boyutlardır. Tur anlatım sürecinde, turist rehberinin yarattığı değer algısına etkisi bağlamında söz konusu boyutların etkileşim içinde olduğu öngörülmektedir (Rokeness vd., 2015).

Araçsal Boyut

Araçsal olarak değer yaratma tur esnasında rehberin kullandığı ekipmanların doğru seçimi ve düzgün işleyişi ile ilişkilendirilebilir (Beddie ve Hudson, 2003). Turistlerin bir sanat aktivitesine katılması söz konusu olduğunda, aktivite için gerekli olan fiziksel nitelikler, beceriler de araçsal boyut kapsamındadır (Cohen ve Avieli, 2004). Potansiyel turist değeri, turistlerin tura dair planlama faaliyetleri, sorumluluk ve zaman yönetimi vb. hususlar konusunda kafa yormayıp, turist rehberinin tüm bunları uygun ve etkin bir şekilde yerine getirmesi sonucu ortaya çıkmaktadır (Pomfret, 2011). Dolayısıyla araçsal boyut, turist rehberini, turist tarafından satın alınan turun organizasyonu, planlaması ve gerçekleştirilmesinden sorumlu bir lider olarak görmektedir. Rehber yol göstericidir ve anlık kararlar ile turistleri ve çevre güvenliğini tehlikeli bir durumdan korur (Cohen, 1985).

Eğitici Boyut

Sanat temalı bir tura katılan turist yeni birşeyler öğrendiğinde bunu bir değer olarak algılama eğilimindedir (Arnould ve Price, 1993). Sanat içerikli turlar farklı kültürlerle dair bilgiler aktarabilmektedir. Örneğin; Bursa Karagöz Müzesi'nde somut olmayan kültürel miras örneği olarak kukla gösterimi gerçekleşmekte ve kukla atölyesinde turistler hayal güçlerinin yönelimiyle kuklalar yapabilmektedir (Tekin Özbek ve Çelikbaş, 2021).

Etkili bir rehber, deneyime değer katmak amacıyla bilgi paylaşmak ve turistlere birşeyler öğretmek amacıyla çeşitli stratejiler kullanabilir. Öğretmen formatında bilgi aktarımı gerçekleştirilirse de, turist rehberi tur süresince tüm risklerin doğru yönetimi nedeniyle anlatımlarıyla turistlere birşeyler öğretmektedir. Turist rehberi tur esnasında turistlere güvenli ve konforlu bir ortam yaratabilirse, turistler sahip oldukları yeteneklerini dışa vurarak, normal şartlarda yapamayacaklarını düşündükleri şeyleri deneyimleyebilirler (Rokeness vd., 2015).

İlişkisel Boyut

İlişkisel boyut rehberlerin kişilerarası iletişim yönetimi ile ilgilidir. Gurup içinde çatışmayı önleyebilmek, gurup içinde bir sinerji oluşturmak, her daim tur gurubu üyelerini motive edebilmek sanat turu rehberinin sahip olması gereken rollerdendir (Buckley, 2010).

Kareografik Boyut

Kareografik boyuttaki ana fikir, turistlerin duygusal, fiziksel, entellektüel veya ruhsal ihtiyaçlarını karşılayarak değer yaratmak adına, etkili bir tur anlatım performansının gerekliliğidir (Pine ve Gilmore, 1999). Etkileyici bir sanat turu anlatımında, turist rehberi tıpkı bir kareograf işlevi taşıyabilmektedir. Şöyle ki, sanat turu deneyimi temaya uygun, dikkatleri toplayan ve heyecan verici bir anlatımla başlamalıdır. Tur ile ilgili ayrıntılı bilgi aktarımının gerçekleştiği, sakin bir atmosferde anlatımın olduğu bir bölüm ile devam edilmelidir. Girişten daha etkileyici, şaşırtıcı ve akılda kalıcı bir deneyim ya da uygulamanın olduğu bir süreç ile anlatım doygunluğa erişmelidir. Son olarak, turistlerin deneyimlerini özümseyip, yansıttığı ve başkalarıyla da paylaştığı bir bölümle anlatım sakin bir tonda sonlandırılmalıdır (Pedersen, 2012).

2.2. Turizmde Değer Algısı ve Değer Yaratan Faktörler

Pazarlama teorisinin evrimi ile birlikte “değer” kavramı değişim sürecinin merkezi olarak ortaya çıkmış, Amerikan Pazarlama Derneği (2004) pazarlamayı “değer yaratma” olarak tanımlamıştır. Ancak bu süreçte tek tarafın değer yaratması ve karşı tarafa bunu aktarması kapsamında bir bakış açısı mevcuttur. Bu tek yönlü görüş, aktif tüketicilerin ve pazarlamanın tüm paydaşlarını içeren toplumsal etkisini göz ardı ettiği için eleştirilmiştir (Sheth ve Uslay, 2007). Değer yaratmaya dair araştırmalar “birlikte değer yaratma” kapsamında incelenmeye başlanmıştır (Sheth vd., 1991; Prahalad ve Ramaswamy, 2004). Turizm sektöründe, ekonomik fayda, iş geliştirme, planlama ve strateji belirleme aşamalarını daha da etkinleştirmek için değer tutma, değer yaratma ve değeri birlikte yaratmaya odaklanmaya yönelik artan bir eğilim söz konusudur (Lin vd., 2017). Değer zinciri modelleri

konusundaki ilk araştırmalar değer yaratma, müşteri faydaları, maliyetleri ve bunların kombinasyonlarını tanımlamaya yönelik gerçekleştirilmiştir (Porter, 1985). Norman ve Ramirez (1998) ise ortak değer üretimi sürecine etki eden farklı faktörler arasındaki ilişkilere odaklanmıştır. Prahalad ve Ramaswamy (2004) ise değer kavramının tüketici tarafından bireysel olarak algılanan kişiselleştirilmiş deneyimler sonucu oluştuğunu öne sürmüştür. Turizmde değer yaratma sürecini incelerken, turistik ürünün niteliklerini de göz ardı etmek mümkün değildir. Fabricus (2001) turistik ürünün somut bir ürün olmayıp, tüketicinin takdir, zevk ve tutumlarının önemli olduğu bir deneyim olduğunu ifade etmiştir. Öte yandan, turizm piyasasında genellikle medya ve kişisel etkileşimler kanalıyla resim, tanım ve algı biçiminde sanal bir teklifle ürün potansiyel tüketiciye tanıtılmaktadır. Turizm deneyimi tüketilip bitirilmiş bir ürün niteliği taşımamaktadır (Tajzadeh-Namin, 2012). Dolayısıyla deneyime dayalı bir sektör olan turizm sektöründe, tüketicilerin rolü, pasif katılımcılar olmadıkları için değer yaratma ve ortak değer yaratma sürecinde oldukça önemlidir. Turistler destinasyonlarda kaynak bütünleştirici olarak kendi deneyimlerinin üreticileridir (Sandstream vd., 2008). Tatil öncesi, tatil sırasında ve sonrasında deneyimlerin birlikte yaratılması, diğer sektör paydaşları ve turistik ürün ya da hizmetlerle etkşimi gerektirmektedir (Bitner, 1992). Turistik ürün deneyimi sürecinde, turistler ya da diğer paydaşlar nezdinde algılanan değer bağlamında bir artış ya da azalış söz konusu olabilmektedir (Holbrook, 2006).

Turistlerin değer yaratma sürecinin bir parçası olduğuna dair araştırmalar mevcuttur. Örneğin, Vargo ve Lusch'a (2004) göre turistler kendi deneyimlerinin yanı sıra diğer turistlerin deneyimlerine de katkıda bulunmaktadır (Prebensen, Chen ve Uysal, 2014). Turistler ile yerel halk arasındaki ve turistlerin birbiriyle etkileşimlerinin değer yaratma kaynakları olduğu da bir diğer husustur (Prebensen ve Foss, 2011). Turist rehberleri, ev sahibi halk ile turistler arasındaki sosyal araçlardır ve tur süresince rehberler çevredeki herkesin deneyimi zenginleştirmektedir (Jensen, 2010). Ortak yaratılmış turizm deneyimi, bir turistin herhangi bir turistik etkinliğe fiziksel ve/veya zihinsel katılım yoluyla aktif olarak katkıda bulunduğunda ve deneyim ortamındaki diğer değişkenlerle etkileşime girdiğinde yaşadığı psikolojik olayların toplamıdır (Campos vd., 2018).

Sanat turizmi konseptli turistik aktivitelerde kültürel değerleri deneyimlemenin bir çeşit tüketim olduğu, bu süreci yorumlama ve gerçekleştiriminin de ortak değer yaratma niteliğinde olduğu ifade edilmektedir (Eco, 1977). Tüketiciler ve üreticiler değer yaratma sürecinde paydaştır ve bu süreci birlikte gerçekleştirmektedir (Pongsakornrungsilp ve Schroeder, 2011). Sanat turizmi, aktif ve pasif şekilde üretici ve tüketicinin bir arada tükettiği ve ortaya çıkan değeri özümlediği bir deneyim sunmaktadır (Gronroos, 2012).

3. Yöntem

Bu araştırmada, sanat turu rehberlerinin tur süresince yarattığı değer algısı tespit edilmek amaçlanmıştır. Alanyazında değer yaratma sürecinin ortak değer yaratma, bir değer değişimi kapsamında olduğu belirtilmektedir. Bu nedenle araştırmada turist rehberlerinin ve turistlerin sanat turu süresince oluşturduğu/algıladığı değere dair tespitler yapılması hedeflenmiştir. Betimsel fenomenoloji deseniyle yürütölen araştırmada, literatür incelemesi sonucunda yarı yapılandırılmış bir görüşme formu oluşturulmuştur (Creswell, 2018). Görüşme soruları Rokeness vd., (2015) 'in araştırmasında uyguladığı görüşme sorularının uyarlanmasıyla oluşturulmuştur. Sanat turu rehberinde bulunması gereken nitelikler "Araçsal Boyut", "Eğitsel Boyut", "Kareografik Boyut" ve "İlişkisel Boyut" olarak kategorilendirilmiştir. Araştırma, tüm bu boyutların turist rehberleri ve turistler nezdinde "Algılanan Değer" ilişkisini ölçmek üzere temellendirilmiştir. Örnekleme sanat turu rehberleri ve sanat turlarına katılan turistlerden oluşmaktadır. Sanat turu süresince karşılıklı gerçekleşen değer değişimini nitel veriler doğrultusunda incelemek hedeflenmiştir. Örneklemin sanat turu deneyim koşulunun olması nedeniyle amaçlı örnekleme niteliği taşımaktadır. Sanat temalı turlarda çalışan rehberlere ve tura katılan turistlere ulaşmak için öncelikle bu alanda 1 rehberle telefon ile ulaşılmıştır. Rehberden araştırma kapsamında telefonda görüş alınmış ve diğer rehberlerle kendisinin aracılığıyla yine telefon görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla kartopu örnekleme tipinde bir örnekleme kitlesinden veri alınmıştır. Araştırmada 7 turist rehberi, 10 turist katılımcı mevcuttur. Araştırma verileri 20.02.2022 – 1.03.2022 tarihleri arasında toplanmıştır ve her bir görüşme ortalama bir saat sürmüştür. Görüşmede elde edilen veriler sesli ve yazılı olarak araştırmacı tarafından kaydedilmiştir. Verilerin toplanabilmesi için görüşme yapılan katılımcıların demografik bilgilerinin yer aldığı bilgi

formu ile yarı yapılandırılmış görüşme formu şeklinde iki ölçü aracı kullanılmıştır. Örneklemeye dahil bireylerin araştırmaya katılımı için gönüllülük esas alınmış ve sorulara gerçekçi yanıtlar verebilmeleri için isimlerinin gizli tutulacağı ifade edilmiştir. Nitel araştırma deseniyle yürütülen araştırmalarda katılımcıların gönüllü olması geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması için bir koşuldur (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Açık uçlu sorular ile katılımcıların ölçme aracındaki sorulara dair duygu ve düşüncelerini kendi ifadeleriyle almaya çalışmıştır. İç geçerlilik için katılımcıların yönlendirmesiz kendi cümlelerini alabilmek gerekmektedir. Güvenirliği sağlamak için ise, ölçme araçları, üniversitede turizm rehberliği bölümünde görevli 1 akademisyene, ayrıca sanat fakültesinde 1 başka akademisyene gönderilmiş ve görüşleri alınmıştır. Bu aşamada ölçme aracının demografik sorular bölümündeki katılımcıların gelir düzeyini soran soru iptal edilmiştir. Ölçme aracındaki açık uçlu sorular konunun derinine inebilmek için, huni tekniği ile, genel sorulardan özel sorulara geçerek hazırlanmıştır. Son soru ise araştırma amacına dair eksik veri kalmaması adına yönetilen sorudur. Toplam 7 açık uçlu soru bulunmaktadır. Araştırma soruları aşağıda sunulmuştur.

Turist Rehberlerine Sorulan Sorular

1. Sanat turları için ne gibi hazırlıklar yapıyorsunuz?
2. Sanat turlarında kullandığınız özel bir ekipman-cihaz-sunum şekli var mı?
3. Sanat turu organizasyonu ve yönetimi nasıl olmalıdır?
4. Sanat turlarında gurubunuza farklı olarak nitelendirebileceğiniz ne gibi bilgiler, deneyim ve duygu aktarımı sunarınız?
5. Sanat turu gruplarını turist tipolojisi açısından nasıl değerlendirirsiniz?
6. Sanat turlarını etkileyici kılabilen farklı bir anlatım tekniği uyguluyor musunuz? Sanat turlarını nasıl anlatırsınız kısaca bilgi verir misiniz?
7. Sanat turu temalı turlarda rehberlik yapma tercihinizin nedenini paylaşabilir misiniz? Sanat turları size birey olarak ya da bir turist rehberi olarak neler kazandırmaktadır? (Maddi, Manevi, Psikolojik, Sosyolojik vb.)

Yaşınız:

Cinsiyetiniz:

Eğitim Durumunuz:

Mesleki Tecrübeniz (Yıl):

Çalıştığınız İl ve Bölgeler:

Rehberliğini Yaptığınız Sanat Turu Temaları:

Turistlere Sorulan Sorular

1. Neden bir sanat turuna çıkmak istediniz? Sanat turundan beklentileriniz nelerdi?
2. Turist rehberinin tur esnasındaki sunum şekli, varsa kullandığı ekipman-cihazlar turun etkinliği açısından farklılık yarattı mı? Değerlendirmeleriniz nelerdir?
3. Turist rehberinin turu planlama ve yönetimini nasıl buldunuz? Sizi temsilen, lideriniz olarak gereğini yaptı mı? Güvende hissettiniz mi?
4. Sanat turuna çıkmanın size kazandırdığı farklı nitelikte bilgi, deneyim ve hisler neler oldu? Rehberin bunlara etkisini değerlendirir misiniz?
5. Sanat turu temalı rehberiniz ile, farklı turizm temalarındaki tur rehberlerini karşılaştırsanız, olumlu ya da olumsuz nitelikler açısından bir farklılık belirtebilir misiniz?
6. Tur anlatımında ya da gittiğiniz mekanlarda hangi detaylar sizi etkiledi?
7. Deneyimlediğiniz bu sanat turunun size neler kattığını, beklentilerinizi ne derece karşıladığını anlatır mısınız? (Maddi, Manevi, Psikolojik, Sosyolojik vb.)

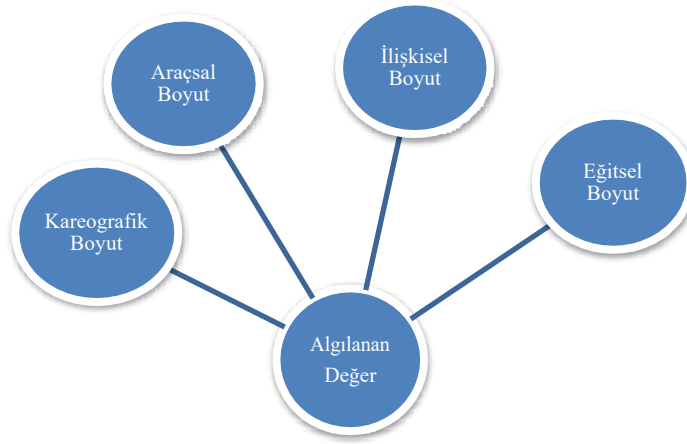
Yaşınız:

Cinsiyetiniz:

Eğitim Durumunuz:

Tercih Ettiğiniz Sanat Turu Temaları:

Araştırma verilerini analiz süreci ise, verileri düzenleme, kategoriler ve temalar oluşturmak, verileri kodlamak, yorumlamak ve bulguları raporlama sıralaması ise gerçekleştirilmiştir. Bulguların sunumu aşamasında, katılımcıların görüşleri doğrudan aktarılacak suretiyle, araştırma güvenilirliğini sağlamak adına bir diğer koşul da yerine getirilmiştir. Veriler dört aşamada betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Araştırma modeli doğrultusunda belirlenen temalara göre özetlenen veriler, yorumlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). İlk aşamada, yazılı notlar ile ses kayıtlarının yazıya dökümü sonucu elde edilen bulgular karşılaştırılmıştır. Analiz süreci, görüşme dökümü formları ile yarı yapılandırılmış görüşme formuna alınan notların bir araya getirilmesi ile ortaya çıkan betimsel verilerin gruplandırılmasıyla devam etmiştir. Veriler görüşme soruları ve görüşme soruları da ilgili temaların altına yerleştirilmiştir. Kodlama anahtarlarının belirlenmesinde her bir katılımcının verdiği yanıtlardan yararlanılmıştır. Temalar ve veriler karşılaştırma yapılarak kontrol edilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

4. Bulgular

Araştırma bulguları öncelikle turist rehberi katılımcılardan alınan veriler ve sonrasında turistlerden alınan verilerin araştırma modelinden yola çıkılarak oluşturulan temalar altında sunulmuştur. Bulguların sunumunda, katılımcı kodları; katılımcının cinsiyeti Kadın (K), Erkek (E), ve yaşı ile birlikte; (K/40) şeklinde oluşturulmuştur.

4.1. Turist Rehberi Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Katılımcı Kodu	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Mesleki Tecrübe (Yıl)	Çalışma İl ve Bölgesi	Uygulanan Sanat Turu Temaları
K/40	40	Kadın	Lisans kişi	15	İstanbul	Güncel Sanat, Mimari Turlar
K/47	47	Kadın	Yüksek lisans	20	İstanbul	Modern Sanat Geleneksel Sanat
E/59	59	Erkek	Yüksek lisans	25	Karadeniz ve Güneydoğu	Modern Sanat Geleneksel Sanat

	Anadolu Bölgesi ve Yurtdışı					
E/31	31	Erkek	Lisans	7	İstanbul	Modern Sanat
E/49	49	Erkek	Lisans	20	Yurtdışı	Mimari Sanat Modern Sanat
E/47	47	Erkek	Lisans	22	İstanbul, Yurtdışı	Modern Sanat Geleneksel Sanat
E/ 35	35	Erkek	Yükseklisans	15	Yurtdışı	Modern Sanat

Yarı yapılandırılmış görüşme formunda katılımcılara dair, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, mesleki tecrübe, rehberlik yapılan il ya da bölgeler ve uygulanan sanat turu temalarına dair bulgulara erişilmek istenmiştir. Araştırmada 7 turist rehberi katılımcı mevcuttur. Katılımcılar 31-59 yaş gurubu aralığındadır. 2 kadın katılımcı ve 5 erkek katılımcıdan 3 kişi yüksek lisans mezunu, 4 kişi ise lisans mezunudur. 4 katılımcı 20 yıl üzeri rehberlik tecrübesine sahiptir 2 katılımcı 15 yıl, 1 katılımcı 7 yıllık rehberlik deneyimine sahiptir. 4 katılımcı hem modern hem de geleneksel sanatlar konulu turlarda rehberlik yaparken, 3 katılımcı güncel / modern sanat temalı turlarda rehberlik yaptığını ifade etmiştir.

4.2. İlişkisel Boyut ile İlgili Bulgular (Turist Rehberleri)

İlişkisel boyut ile ilgili bulgular elde etmek amacıyla turist rehberlerine “Sanat turu guruplarını turist tipolojisi açısından nasıl değerlendirirsiniz” sorusu yöneltilmiştir. Tek bir lokasyonda çalışan 3 katılımcı sanata ilgili ya da sanatçı olan turistlere anlatım yaptıklarını belirtmiştir. Çok küçük guruplar halinde olan bu guruplara dahil olan turistler yüksek gelir gurubu olarak nitelendirilmiştir. 4 katılımcı ise, yine sanata ilgili sanatçı, sanat öğrencisi bireylerden oluşan kalabalık ve orta gelir gurubu turistlere anlatım yaptıklarını belirtmektedir.

Sanat turu guruplarını turist tipolojisi açısından nasıl değerlendirirsiniz?

E/49 “Sanat turlarına katılanlar, iki farklı algıda oluyor. Birincisi sanata ilgi duyan, sanatçı kişiler. Bu turistler içeriği sanatla dolu turdan çok memnun ayrılıyorlar. Birde nadir de olsa karşılaştığımız, sanat turu deneyimi edinmek isteyen ama standart bir kültür turu beklentisiyle gelen turistler oluyor. Alveriş için saatler ayrılmaması gibi detaylar bu turistleri memnuniyetsiz bırakabiliyor.”

E/47 “Bazı kültür turları var örneğin Moskova ya da St. Petersburg turlarında bu uygulanabiliyor. Bir sanat etkinliği ya da mekanı gezisi ve takibinde genel çevre gezisi, yeme-içme, alışveriş içerikli turlar düzenlenebiliyor. Fakat sanat turu farklı bir şey. İkisinin ayrımı tur tanıtımı esnasında net bir bilgi aktarımı ile yapılmalıdır.”

E/31 “Sanat turisti, gidilecek yerde göreceği eserler ya da aktiviteler ile ilgili çok şey araştırmış kişilerdir.”

E/59 “Gelir düzeyi açısından değerlendirdiğimizde genellikle orta gelir gurubudur diyebiliriz. 40-50 kişilik hatta 70 kişilik sanat gurupları olabildiği gibi 4-5 kişilik küçük guruplar da olabilmektedir. 40-50 kişi içinde kıyaslasak 1-2 turist çok yüksek gelir gurubundandır. Çoğunlukla dışından tırnağından artırıp, sanat deneyimi için gelen sanatçılar ya da sanat öğrencileridir.”

E/35 “Sanat turları genellikle çok pahalı turlar olmayıp orta düzeyde fiyatlandırılan turlardır. Çünkü özellikle yurtdışı turlarında müzeler ücretlidir. Ortalama bir müze giriş fiyatı 15 Euro’dur. Sanat turisti mutlaka tur esnasında yaşadığı o derin sanat deneyimi hatırlatan bir hatıra almak ister. Bu genellikle fotoğrafları çok olan bir kitap tercihidir.”

K/47 “İstanbul’a birkaç kez gelmiş akademisyen, sanatçılar, kolleksiyonerler, ortadan ileri düzeyde sanat izleyicisi niteliğinde misafirlerimiz oluyor.”

E/31 “Genel olarak sanat ile tanınan bir ülke değiliz. Galeride sanat turu misafirini ağırlama, sanat fuarları için gelen yabancılar gibi grup üyelerimiz oluyor.”

K/47 “Türk gruplarda da sanatı öğrenmek isteyen ev hanımlarında sanat temalı turlara ilgi son yıllarda giderek artmakta gördüğüm kadarıyla.”

K/40 “Genelde Türkiye’ye önceden birkaç defa gelmiş oluyorlar, sanata daha derin bir ilgi duyduğu için nerede olduğu, ne yaptığı konusunda daha bilinçli oluyor. Rehberliğe ilk başladığım yıllarda kruvaziyer gemilerine çalıştığım için, bulunduğu ülkenin farkında olmayan, gezdiği yerler müze mi, camii mi ayırımından bihaber olan turistlere çok rastlıyordum. Sanat turuna katılan bir turist bu konuda daha bilinçli ve ilgili oluyor. “

İlişkisel boyut ile ilgili bulgular incelendiğinde, iki nitelikte sanat turisti grubu olduğu anlaşılmaktadır. Birincisi sanat ile içiçe yaşayan, sanata ilgi duyan, araştıran ve sanat temalı turdan beklentisi sadece sanat içerikli bir program olan turistler, ikincisi ise kültür turu konseptli bir tur içinde sanat mekanları ya da sanat aktivitesi olmasını bekleyen turist gurubudur. Bu soruya doğaçlama bir şekilde sanat turisti guruplarının maddi açıdan değerlendirilmesine dair cevaplar da gelmiştir. 30-70 kişilik turist grupları ile çalışan rehberler guruplarını orta gelir düzeyi olarak nitelerken, maksimum 10 kişilik turist guruba anlatım yapan rehberler üst gelir gurubu turistlerle çalıştıklarını belirtmiştir.

4.3. Araçsal Boyut ile İlgili Bulgular (Turist Rehberleri)

Araçsal boyut ile ilgili bulgu elde edebilmek için katılımcılara üç soru sorulmuştur. Birincisi “Sanat turları için ne gibi hazırlıklar yapıyorsunuz?” sorusudur. 2 katılımcı sanat tarihi üzerine lisans ya da yüksek lisans eğitimi aldığını belirtmiştir. 5 katılımcı gidilecek destinasyona dair sanat temalı ziyaret noktaları konusunda ön araştırma, turist gurubunun ilgi alanlarını araştırmak gibi hazırlıklar yaptıklarını belirtmiştir.

K/40 “Gezilecek sergi, etkinlik neyse ona göre içerik üzerine çalışmam gerekiyor. Gerekliyse önden sergiyi geziyorum, değilse yine de sergide hangi işler var, hangi sanatçıların işleri var diye tekrar üstünden geçiyorum. Eğer tek sanatçının retrospektif sergisiyse o zaman sanatçının hayatı, kariyeri üzerine de detaylara bakıyorum. Gezilecek mekana bağlı olarak binanın, müzenin tarihçesi, mekanın sahibi olan kurum, vakıf tarihçesi üzerine de anlatım yaptığım için bazen binayla ilgili detaylara da bakıyorum.”

E/47“Yabancı turistlerden bahsederek entelektüel anlamda doyum arıyorlar. Sanat turu anlatımı, genel kültür bilgisi ile kurtarılabilir bir aktarım değeridir. Bu nedenle mutlaka sanat üzerine eğitim alınması gerekir. “

E/59 “Müzik, heykel, resim, mimari ile ilgilenen gurup üyeleri ya da guruplar oluyor, ön hazırlığımı gurubun ilgisine göre yapıyorum. Çünkü örneğin müzikle ilgilenen bir gurup, gün içinde 2-3 konser izleyip bir müzeyi de ziyaret etmek isteyebiliyor. Gurubun ilgi alanları doğrultusunda doyurucu bir içerik hazırlamaya çalışıyorum. “

E/49 “Gidilecek müzeleri seçiyorum öncelikle. Sanat gurubumun ilgi duyduğu alanları tespit ediyorum. Destinasyondaki galerileri tespit ediyorum.”

E/35 “Gidilecek destinasyonun özelliklerine göre sanat turunun teması da şekilleniyor. Bütün sanat turlarının içeriği modern sanatlara dair mekan, gösteri ya da eserlerin incelenmesi şeklinde olmayabiliyor. Bazen geleneksel sanatlara dair de içerikler oluyor. Bir binanın kapı tokmağından tutun, kapısının sanat üslubu, halı, mobilya, sokaklardaki döşemelere kadar sanat detayı olan unsur tur anlatımına dahil olabiliyor. “

K/47 “Öncelikle ben Sanat Tarihi, akabinde sanat yönetimi bölümlerini okudum. Galerilerde çalıştım. Özellikle çağdaş sanat konusunda deneyim edinmek, dinamik bir konu olduğu için bu alanda bienal, fuar ve seminerleri takip edip katılıyorum. “

Bulgular incelendiğinde, turist rehberlerinin sanat turu öncesinde destinasyondaki sanat mekanları, müzeler, sanat eserleri gibi sanata konu olabilecek detaylar konusunda hazırlık yaptığı anlaşılmaktadır. Gurup üyelerinin ilgi alanlarına göre destinasyonda bulunan ziyaret noktalarını belirleyip, bu doğrultuda içerik hazırlamak da bir diğer hazırlık tipi olarak görülmektedir. Ayrıca turist rehberleri sadece turist rehberliği eğitimiyle sanat turu rehberliği için gerekli alt yapının oluşacağını, mutlaka sanat konusunda ek bir eğitim alınması gerektiğini de belirtmiştir. Hatta bir rehber sanat tarihi üzerine yüksek lisans yaptığını, üzerine çok çeşitli sanat mekanlarında çalıştığını bu şekilde anlatım pratiğinin geliştiğini de belirtmiştir.

Sanat turlarında kullandığımız özel bir ekipman-cihaz-sunum şekli var mı?

K/40 “Özel bir ekipman kullanmıyorum zira kalabalık gruplara tur vermemeye özen gösteriyorum. Özellikle yabancılarla tur yapmayı tercih ettiğim için private tour dediğimiz azami 4-5 kişiden oluşan bir gruba tur yapmayı tercih ediyorum. Yurtdışında Venedik Bienali’nde de tur yapıyorum, o durumda da grup yine 15 kişi civarında oluyor ancak yine de ekipman kullanmak istemiyorum. “

E/59 “Sanat turlarında, farklı bir ekipman ya da teknolojik destek kullanmıyorum. Nedeni bu tür şeylerin maliyeti de artırması. Birde sanat turlarında bazı ziyaret noktalarında, örneğin müzelerde bizim anlatım yapmamız yasaktır. Hem gürültü olmaması adına hem de müze rehberliği olgusunun yurtdışında çok gelişmiş olması nedeniyle, gidilen müzelerde uzman rehberler sanat eserlerine dair bilgi veriyor. Bu da bence tur kalitesini artıran bir detaydır. “

K/47 “Bazı anlatımlarda kulaklık sistemi kullanıyorum. Bunun dışında özel bir ekipman kullanmıyorum.”

Bulgular incelendiğinde, sanat turu rehberlerinin özel bir ekipman kullanmadığı, sadece gerektiğinde kulaklık sistemi kullanmayı tercih ettikleri görülmektedir.

Sanat turu organizasyonu ve yönetimi nasıl olmalıdır?

E/47 “Şunu söylemeliyim ki, sanat temalı bir tur ile kültür temalı ya da diğer temalardaki turlar organizasyon ve yönetim açısından çok farklıdır. Çünkü sanat turu, sanat eseri ya da bir sanat dalına dair derinlemesine bir deneyim için tercih edilir. Adeta yoğunlaştırılmış bir eğitim programı gibidir. Turist rehberinin liderlik vasfını çok iyi göstermesi gerekir.”

E/49 “Sanat turlarına katılan turistler gidilecek yerlere dair ön araştırma yapan, hatta o sanat dalında usta sanatçılar olabilmektedir. Dolayısıyla rehber anlatım içeriği ve tavrıyla kendi liderliğini kabul ettirmelidir.

E/59 “Sanat çok geniş bir kavram olmakla birlikte her gözün farklı algılayıp yorumladığı subjektif bir şey. Dolayısıyla biz sanat turunu iyi yönetmek için öncelikle tur programının çıktısını her bir turiste tur öncesi verip, bu programı takip etmesi için yönlendiririz. Gün içinde gezilen yerlere ve yapılan anlatımlara dair soru, cevap ya da yorumları turistlerle akşam otelde çay sohbetleri esnasında alınacağını o tur programında belirtiriz. Bu şekilde anlatım akışı bozulmaksızın verimli bir bilgi aktarımı oluyor. “

E/59 “Sanat turları çok koşturmalı bazen günde 15.000 adımın atıldığı yoğun turlar oluyor. Bizler sanat turlarında bazen 17 saat sanat yoğun bir gün yaşıyoruz. Yoğunlaştırılmış bir eğitim gibi. Sanat turistleri bu içerikte turlardan çok memnun oluyor ve doyurucu bir deneyim oluyor.”

K/40 “Herhangi bir turistik turdan çok farklı bir şey olmasına gerek olduğunu düşünmüyorum. Doğa turu ya da şehir turu için nelere dikkat edilmesi gerekiyorsa bir sanat turunda da aynı şeylere dikkat etmek bence yeterli olacaktır. “

E/47 “Sanat turları içeriği sanat eserleri ya da mekanlarının, sanat aktivitelerinin yoğun olduğu, bazen bir heykelin önünde 2 saat anlatımın yapıldığı turlardır. Tur programına sadık kalmak gerekir. Öğle yemeği bazen ayakta atıştırma şeklinde bile olabilmektedir. Çünkü amaç, günü sanatla dolu geçirmektir. Kültür turlarında olduğu gibi, yeme-içme ya da alışveriş için ayrılan zaman fazla değildir, kimi zaman hiç yoktur. “

K/47 “Bazı turlarda örneğin bir resmi ya da heykeli anlatırken gurup içinde ressam, heykeltıraş varsa, konuyla ilgili kendisine söz veriyorum ve katkılarını sunuyorlar. Bu da sanat turlarında gurup sinerjisi ve rehberin gurup tarafından lider olarak kabulünü pekiştiren bir durumdur. “

E/35 “Bence, bunu turist rehberi değil acentalar hazırlamalıdır. Sanat turları için 10-15 kişilik bir grup kalabalık gelir. Yurtdışı acentalar sanat temalı turlar yapıyordu ama Türkiye’de rastlamadım. “

Bulgular incelendiğinde, sanat turu rehberlerinin çoğunlukla, saant temalı bir turun diğer tur çeşitlerinden farklı olarak yeme-içme, alışveriş için ayrılan zamanın çok kısa olduğunu ve programın çok yoğun olduğunu belirttikleri görülmektedir. Sadece 1 katılımcı sanat turlarının diğer turlarla aynı şekilde yönetilebileceğini belirtmiştir. Turist gurubu genellikle sanata ilgili, tur öncesinde iyi bir ön araştırma yapmış, hatta usta sanatçılardan oluştuğundan turist rehberinin de oldukça donanımlı bir lider olması gerektiği ifade edilmiştir. Öyle ki yoğun bir programdan oluşan sanat temalı turların

akışını bozmamak adına, turistlerin gezilen yerler konusunda yorum ve sorularını akşam otelde çay sohbetleri esnasında alınması detayı dikkat çekicidir. Objektif bir kavram olan sanat, her bireyin gördüğünü farklı algıladığı bir nitelik taşımaktadır. Tur esnasında rehberlerin zaman zaman gurup içindeki sanatçılara da anlatım için söz vermesi de gurup sinerjisi için önemli olan bir diğer ayrıntıdır.

4.4. Kareografik Boyut ile İlgili Veriler (Turist Rehberleri)

Sanat turlarını etkileyici kılabilecek farklı bir anlatım tekniği uyguluyor musunuz? Sanat turlarını nasıl anlatırsınız kısaca bilgi verir misiniz?

E/59 “Sanat nasıl bir duygu işi ise, sanat turu rehberliği de öyle aslında. Spontane geliyor anlatım tekniği. Temel bilgilerin yanı sıra, o anki atmosfere göre örneğin, yağmurda rönesansın taşlarında yürümenin, güneşli bir havada yürümekten farklı olduğunu hissettiren bir anlatım sunuyorum. Bilgiyi duyguyla yoğurarak anlatıyorum Tabi ki her bireyin etkilenmesi farklı farklı olacaktır.”

K/47 “Sıkacak şeyleri anlatmıyorum. Etiket bilgileri anlatmıyorum. Dönemin ruhu, zamanın ruhu içindeki yeri, resmin tekniği, sanatçının psikolojisi gibi konulardan bahsediyorum.”

E/31 “Türk gruplarda entelektüel kelimeler yerine ortalama bir dil kullanıyorum. Türk sanatının içindeki çok bilinmeyen detayları aktarıyorum.”

K/40 “Özel bir teknik uygulamıyorum. Binanın tarihçesi, sanatçının kariyeri ve işlerinin detayları gibi konulara odaklanıyorum.”

Bulgulara bakıldığında, sanat temalı turlarda genel bilgiler yerine, turist gurubunu duygusal olarak etkileyebilecek detaylar içeren anlatımlar yapıldığı anlaşılmaktadır. Çoğunlukla farklı bir anlatım tekniği uygulamadığını belirten rehberlerden, bir rehber katılımcı türk misafirlere daha sade bir dille anlatım yaptığını, yabancı misafirlere daha teknik cümlelerle anlatım yaptığını ifade etmiştir.

4.5. Eğitsel Boyut ile İlgil Veriler (Turist Rehberleri)

Sanat turlarında gurubunuza farklı olarak nitelendirebileceğiniz ne gibi bilgiler, deneyim ve duygu aktarımı sunarınız?

E/49 “Katılanlar sanata ilgi duyan kişiler, sanat öğrencileri, sanatçılar oluyor genellikle Öncelikle mesleki anlamda kendilerine bilgi ve deneyim bağlamında çok şey kattığımı düşünüyorum. Kimi zaman sadece kitaplarda gördükleri esere dokunma fırsatları oluyor. Bir nevi uygulamalı sanat eğitimi yapıyoruz.”

E/59 “Sanat öğrencilerinden oluşan bir gurubum vardır. Kitapta gördüğü Michelangelo eserine dokunduklarında çok ama çok etkilendiler ve biz de başaracağız duygusu oluştu. Biz de sanatçı olacağız ve böyle eserlerimiz olacak dediler. Başarmak istiyorlardı ve ışıklarını görmek çok mutlu etti. Yıllar geçti ve şuan o gurup üyelerinin kimisi sanatçı oldu, kimi öğretim üyesi. Gurur duydum, evet başardılar! “

K/40 “Elbette serginin içeriğindeki sanatçı, sanat disiplini üzerine konuşmak gerekir, ancak yine bu durumda da özellikle farklı olarak şu yapılmalıdır diye bir ayırım olmuyor, ben belki yabancı turistlere tur yapmaya odaklandığım için bu olmuyor, zira onların da ülke üzerine, politika üzerine, tarih üzerine soruları olabiliyor.”

Bulgular incelendiğinde rehberler çoğunlukla, sanat temalı turist guruplarına bir turistik aktiviteden öte mesleki anlamda pratik kazandırıldığı kanısındadır. Orijinal eserleri görmek sanata ilgi duyan turistlere ya da sanatçılara ilham kaynağı olabilmektedir.

4.6. Turist Rehberlerinin Sanat Turlarında Algıladığı Değer ile İlgili Veriler

Sanat turu temalı turlarda rehberlik yapma tercihinizin nedenini paylaşabilir misiniz? Sanat turları size birey olarak ya da bir turist rehberi olarak neler kazandırmaktadır? (Maddi, Manevi, Psikolojik, Sosyolojik vb.)

E/59 “Genel olarak öncelikle turist rehberi olmayı artık bir dünya vatandaşı olmam nedeniyle çok seviyorum. Turist rehberi olunca ben çok hoşgörülü, herşeyden mutlu olmayı öğrenen biri haline geldim. Sanat ise bir okyanus. Sanat turu anlattıkça bilgileniyorum, her daim bilgi dağarcığım genişliyor. Turistlerin çoğu kendi alanında isim yapmış sanatçılar, mimarlar, müzisyenler oluyor. Onlarla birlikte bende derinlemesine bir sanat deneyimi yaşıyorum.”

K/40 “Yaklaşık 11 yıldır sanat sektöründe kültür yöneticisi olarak çalışmaya devam ediyorum. Sanat turu yapmak benim için iki mesleğimin birleşiminin doğal bir sonucu olarak ortaya çıktı. Bundan sonra tur yapacak olursam sanat turları, şehirde mimari turlar odaklı devam etmeyi tercih ederim zira beni manen daha çok besliyor. Aynı camii ve müzelere defalarca girmek bir noktadan sonra beni hiç beslememeye ve bunaltmaya başlıyor. Sanat turu yapınca içerik her seferinde farklılık gösterdiği için daha heyecanlı oluyor.”

Turist rehberleri, sürekli kendilerini bilgi birikimi anlamında geliştirdiği için, aynı zamanda sanat deneyiminin kendilerine pozitif hissettirmesi nedeniyle sanat temalı turlarda çalıştıklarını ifade etmektedir.

4.7. Turist Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Katılımcı Kodu	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Deneyimlenen Destinasyon	Deneyimlenen Sanat Turu Temaları
K/54	54	Kadın	Lisans	Yurtiçinde ve Yurtdışı	Geleneksel ve Modern Sanatlar
E/57	57	Erkek	Lisans	Yurtiçi ve Yurtdışı	Mağara Resimleri ve Sanat Tarihi
E/45	45	Erkek	Lisans	Yurtiçi ve Yurtdışı	Geleneksel ve Modern Sanatlar
E/47	47	Erkek	Lisans	Yurtiçi ve Yurtdışı	Geleneksel ve Modern Sanatlar
E/49	49	Erkek	Yükseklisans	Yurtdışı	Geleneksel ve Modern Sanatlar
K/40	40	Kadın	Lisans	Yurtdışı	Geleneksel ve Modern Sanatlar
E/50	50	Erkek	Lisans	Yurtdışı	Geleneksel ve Modern Sanatlar
E/51	51	Erkek	Lisans	Yurtiçi ve Yurtdışı	Modern Sanatlar
E/35	35	Erkek	Yükseklisans	Yurtiçi ve Yurtdışı	Modern Sanatlar
E/ 42	42	Erkek	Lisans	Yurtiçi ve Yurtdışı	Geleneksel ve Modern Sanatlar

Araştırmada 10 turist katılımcı mevcuttur. 35-57 yaş gurubu aralığındaki katılımcılardan 2 katılımcı kadın 8 katılımcı erkektir. 2 katılımcı yüksek lisans mezunuyken 8 katılımcı lisans mezunudur. 7 katılımcı yurtiçi ve yurtdışında da sanat temalı turlara katılmıştır. 7 katılımcı hem modern sanatlar hem de geleneksel sanatlar içerikli sanat turlarına katılmıştır. 2 katılımcı

sadece modern sanatlar içerikli turlara katılmış 1 katılımcı da mağara resimleri ve sanat tarihi temalı turlara katıldığını belirtmiştir.

4.8. İlişkisel Boyut İle İlgili Veriler (Turistler)

Soru: Neden bir sanat turuna çıkmak istediniz? Sanat turundan beklentileriniz nelerdi?

Araştırmaya dahil olan bütün katılımcılar ya sanata ilgili ya da uygulamada sanatla uğraştıklarını belirtmiştir. 8 katılımcı aktif bir şekilde sanatı bir uğraş olarak değerlendirdiğini 2 katılımcı da sanata ilgili olduğunu belirtmiştir. Her bir katılımcının ilgi duyduğu sanat dalı farklı olmakla birlikte katılımcıların sanat turuna katılma nedeni ve beklentilerine dair bulgular aşağıdaki gibidir.

K/54 “Ben sanatla iç içeyim bu nedenle sanat turuna katıldım. Taş mozaik, yağlı boya, resim ve çini yapıyorum. Farklı kültürleri tanımak gezmek, öğrenmek çok keyifli. Beklentim, sanatla dolu zaman geçirmekti. Mola yerlerinde diğer turlarla karşılaşıyorduk mesela onların gezdiği yerlere göre bizim programımız daha doluydu. Alışveriş, yemek gibi ihtiyaçları için sanat turunda ayrılan zaman daha kısa oluyor.”

E/42 “Türkiye’de sanatla ilgili araştırmalarım oldu. Dünya’daki müzeleri de görmek istedim. İspanya özellikle en çok merak ettiğim müzeler oradaydı.”

E/50 “ Sanata ilgi duymaktan öte, koleksiyonerlik gibi sanat içerikli uğraşlarım var. Bu nedenle ilgi duyduğum sanat dallarına dair eserleri görmek istedim. “

E/51 “İlgi duyduğum merak ettiğim sanat eserleri ya da mekanlar vardı. İyice çalışıyoruz ama tura çıkmadan önce merak ettiğimiz herşeyi heryeri. Gittiğimizde tespit yapıyoruz.”

Sanat turlarına katılan turistlerin, sanata meraklı, sanat konusunda araştıran bireyler olduğu araştırma bulgularında görülmektedir. Sanat turundan beklentileri ise, sanat eserleri ya da sanat ile ilgili mekanlarla dolu bir tur programıdır.

4.9. Araçsal Boyut İle İlgili Veriler (Turistler)

Soru: Turist rehberinin tur esnasındaki sunum şekli, varsa kullandığı ekipman-cihazlar turun etkinliği açısından farklılık yarattı mı? Değerlendirmeleriniz nelerdir?

9 katılımcı turist rehberlerinin sanat turu esnasında farklı bir sunum şekli ya da ekipman kullanmadığını belirtmiştir. 1 katılımcı müzede kulaklık sistemini kullandıklarını belirtmiş, ayrıca konu olan sanata dair örnek objeler ile anlatımın desteklendiğini ifade etmiştir. Katılımcıların görüşleri aşağıda sunulmaktadır.

K/54 “Cihaz kullanılmadı, genelde şifayen anlatım yapıldı.”

E/57 “Müzelerde kulaklık kullanıldı. Birde Fransa’da müzede elimize objeler dağıttılar, prehistoriya taş, balta maketi gibi objelerdi. Üç boyutlu bu objelere dokunmak çok etkileyiciydi. Rehber anlatırken inceledik anlatımı da tabii pekiştirdi, aklımda her detay kalıcı oldu.”

Soru: Turist rehberinin turu planlama ve yönetimini nasıl buldunuz? Sizi temsilen, lideriniz olarak gereğini yaptı mı?

Araştırma bulgularında sanat temalı turlarda turist rehberlerin liderlik vasıfları yeterli bulunmuş ancak sanat konusundaki bilgi aktarımı 9 katılımcı tarafından yetersiz görülmüştür. 1 katılımcı rehberi yeterli gördüğünü ifade etmiştir.

K/54 “Rehberin yanı sıra, müzelerde sanat uzmanları anlatım yapıyor. Yurtdışında belgeli rehber dışında anlatım yapmak yasak. Rehberler de bu konuda çok yetkin olmayabiliyor. O nedenle turlarda sanat danışmanı bulunduğunda daha doyurucu bir bilgi aktarımı olduğunu söylemem lazım. Sanat danışmanı sanatın içinde yetişmiş olduğu için ve sürekli sanatla ilgili gelişmeleri takip ettikleri için daha bilgili oluyor.”

E/57 “Bütün gezilerde rehberleri eksik gördüm. Rehber planlı da olsa tur güzergahı konusunda, bilgi anlamında yetersiz kalıyorlar. Bunun nedeni sanatın çok çeşitli dallarının olması olabilir tabi, Kimisi resime ilgi duyduğu için resim görmek istiyor kimisi farklı bir şey.”

K/54 “Rehberlerin anlatımı genel olarak yeterli olsa da grup içinde sanatla uğraşan birileri mutlaka oluyor ya da gidilen yerde rehberle eşlik eden sanat tarihi uzmanı gibi biri bulunabiliyor. Böyle alanında uzman birinden dinlemek daha doyurucu bilgi almamızı sağlıyor.”

E/51 “Rehberlerin anlatımından ziyade, turlarda müze rehberlerinin veya sanat uzmanlarının anlatımları aklımda kaldı ve eserlerle ilgili ayrıntılı bilgi almamı sağladı. Rehber tur programını düzgün bir şekilde yürüttü bu doğru. Ancak sanat turlarında bilgi birikimleri yetersiz geliyor.”

E/59“Açıkçası rehberleri tur yönetimi, turdaki enerjiyi yüksek tutma gibi konularda yeterli bulsam da bilgi anlamında kitabi bilginin ötesinde çok bir şey öğrenemedim. Biz zaten sanat turlarına dernek üyelerimizle ya da arkadaş grubumuzla birlikte gidiyoruz. Yanımızda dil tarihten hoca da götürdüğümüz oluyor mesela. O zaman tur çok güzel oluyor. Değişik şeyler öğreniyoruz.”

E/47“Sanat turu adıyla iki çeşit tur yönetim ya da uygulama şekline şahit oldum. Birincisi uygulamalı sanat eğitimi gibi, içeriği sadece sanat mekanları olan, çok yürünen, çok yoğun, sürekli birşeyler öğrenilen, az alışveriş, hızlı yemek araları ile programlanmış turlar. Bu turlarda rehberler daha verimli ve bilgiliydi. Birde genel konsepti yani kültür turu olup, içinde sanat mekanları olan turlar. İspanya ve İtalya da böyle genel turlarda gördüm. Rehber elindeki metinden anlatım yaptı. Gidilecek yerle ilgili ön bilgi verdi. Sonra gittiğimizde tabi yine etkilendim mekanlar çok etkileyici. Kısacası rehberleri çok yetkin görmedim.”

Araştırma bulgularında sıklıkla tekrar edilen, sanat turlarının kültür turundan farklı olduğu, yemek-alışveriş için harcanan zamanın kısıtlı olduğu, programın sanatla dolu olduğudur. Sanat turu planlama ve yönetimine dair turist rehberlerinin sanatla dolu bir program takip etmesi turistleri de memnun etmektedir. Turist rehberleri tur yönetimi, liderlik konusunda yeterli bulursa da, katılımcılar çoğunlukla sanat konusundaki bilgi aktarımını yetersiz görmektedir. Müze rehberleri, sanat uzmanları ya da tarih alanında çalışmaları olan tur üyelerinin katkılarıyla turun bilgi anlamında tamamlandığı ifade edilmiştir.

4.10. Eğitsel Boyut İle İlgili Bulgular

Soru: Sanat turuna çıkmanın size kazandırdığı farklı nitelikte bilgi, deneyim ve hisler neler oldu? Rehberin bunlara etkisini değerlendirir misiniz?

Katılımcılar, sanat turuna çıkmanın kendilerine sanat konusunda ilham verdiğine dair cevaplar vermiştir. Bu soruya verilen bütün cevaplarda sanat turuna katılmanın ilham verici, etkileyici olduğu ifade edilmiştir. Katılımcılar kişiliklerinin ya da bakış açılarının sanat turu deneyiminden sonra geliştiğini ifade etmiştir.

K/54 “Kitaplarda, internet ortamında bir tabloyu görmekle birebir görmek çok farklı bir duygu. Orjinalini görmek çok değerli. Esere yakından bakıp teknik inceleme fırsatım oluyor sanat turlarında. Renkler, şekiller tüm detaylar bana ilham veriyor.”

E/57 “Sanat turlarında çok farklı deneyimler duygu yoğunlukları oluyor. Eserler ilgi duyan biri için çok etkileyici. Kimisi mesela o eserleri gördükten sonra koleksiyoner olmaya karar veriyor. Kimisi resim yapmaya başlıyor”

E/45“Dikkatimi çeken bir şey oldu sanat turlarında. Kimi iş adamları da turlarda katılımcıydı.

Şirketlerinin ve şahıslarının imajını artırmak için, sanata değer verdiklerini göstermek için özel bir tutum sergilediklerine şahit oldum. Sanatla ilgili aktiviteler de organize ediyorlar.”

E/50 “Turlarda çok sanatçıyla tanışma fırsatım oldu farklı alanlardan sanatçıları dinlemek, bakış açılarını çözmek beni de geliştirdi diyebilirim.”

E/42“Sanatla ilgili bilgi paylaşımı yapılan, çeşitli sanatlarla ilgilenen kişilerin yaşam tarzlarına tanık olmak insanın hayata bakış açısını değiştiriyor. Daha geniş perspektiften bakıyorsun, daha hoşgörülü oluyorsun.”

K/40“Rehberden ziyade sanatçıları dinlemek iç dünyamı zenginleştirdi. Elbette rehber eğer iyi hazırlanmışsa o heyecanı rehber de verebiliyor.”

Soru: Sanat turu temalı rehberiniz ile, farklı turizm temalarındaki tur rehberlerini karşılaştırsanız, bir farklılık belirtebilir misiniz?

Sanat turu ile farklı temadaki tur rehberlerinin karşılaştırılması istenen bu soru, turistlerin memnun kaldığı iyi bir sanat turu rehberliği nasıl olmalıdır konusunda çıkarım yapabilmek için yöneltmiştir. 7 katılımcı sanat turu rehberlerinin bilgi birikiminin daha derin olduğunu ifade etmiştir. 3 katılımcı bir farklılık görmediğini belirtmiştir.

K/54 “En başta bilgisi daha fazla, daha disiplinli, kulaktan dolma bilgi değil aktardıkları. Daha önce okuduğum bilgilere çok şey kattığını söyleyebilirim turist rehberinin.”

E/57 “Sanat turundaki rehberler müzeler konusunda daha bilgiliydi. Sanat turlarında alışveriş, yemek gibi detaylar yok. Tüm gün sanatla dolu oluyor. Rehberler daha önce bilmediğimiz şeyler konusunda bilgilendiriyor.”

4.11. Kareografik Boyut İle İlgili Bulgular (Turistler)

Soru: Tur anlatımında ya da gittiğiniz mekanlarda hangi detaylar sizi etkiledi?

9 katılımcı daha önce okuduğu, kitapta ya da internet ortamında gördüğü eserleri bizzat görüp, aynı ortamda bulunmanın çok etkileyici olduğu, hayal gücünü geliştirdiğini belirtmiştir.

K/54 “Okumak ve görmekten ziyade yaşamak çok güzel. İlk kez Fas’a gitmişim sanat temalı bir tur kapsamında. Çok farklı geldi. Hem değişik bir kültür hem de sokakları, sokak kültürü, mimarisi beni çok etkiledi. Döndüğümde orada gördüklerim kendi yaptığım sanat eserlerine de yansıdı, bakış açım, hayal gücüm değişti çünkü.”

E/57 “Sanat turunda bir mekanda ya da bir eserde her gözün gördüğü farklı bir şeydir diye düşünüyorum. Herkes farklı görür. Ünlü sanatçılara dair özel eşya ya da mekanlar beni çok etkiledi. Hayranı olduğum sanatçıları.”

4.12. Turistlerin Sanat Turuna Dair Algıladığı Değere Dair Bulgular

Deneyimlediğiniz bu sanat turunun size neler kattığını, beklentilerinizi ne derece karşıladığını anlatır mısınız? (Maddi, Manevi, Psikolojik, Sosyolojik vb.)

7 katılımcı sanat turuna katılmanın hoşgörüyü artırdığını belirtmiştir. 4 katılımcı pozitif hissettiğini, 3 katılımcı dünya görüşünü değiştirdiğini belirtmiştir. 6 katılımcı sanat turuna katılmanın sanat üretimini olumlu yönde etkilediğini de ifade etmiştir.

K/40 “Pozitif bir psikoloji ile döndüm sanat temalı turlardan, dünyaya bakış açık her defasında değişiyor.”

K/54 “Mesela eski köy kapılarını çalışıyordum ben. Gittiğimiz bir yerde çok farklı ve otantik kapılar denk geldi. Hazinenin içine düşmüş gibi oldum. Sanatsal anlamda üretimime çok olumlu etkisi oldu.”

E/50 “Hoşgörülü olmamı sağladı.”

E/57 “Kendi iç dünyamı aydınlattım. Ne için varız? Bu sorunun cevabını bulmaya çalıştım. Sanat turu grubumuzla sohbetlerimiz de çok keyifli oluyordu.”

E/51“Sanat insanın kendini anlatma yöntemi. Bu nedenle gördüğüm eserler, bulunduğum mekanlar bende bir zihniyet aşımı diye ifade edebileceğim bir etki yarattı. Sınırlarım olduğunu farkettim, değiştim sonrasında.”

Araştırma bulguları, sanat temalı turlarda çalışmakta olan turist rehberlerinin; manevi doyum, kişisel ve mesleki gelişimlerine olumlu yöndeki katkıları sebebiyle, sanat turu rehberliğinden memnun olduklarını göstermektedir. Öte yandan turistler de hem sanata dair bilgi birikimlerinin hem de tecrübelerinin sanat turu sayesinde geliştiğini belirtmektedir. Turistler, sanat turizmi temalı tura katılmış olmanın, kendi sanat uygulamalarının da çeşitlenmesine etkisinin olduğunu ifade etmektedir. Ancak turistler genel olarak, sanat turlarında karşılaştıkları turist rehberlerinin sanat turizmi konusundaki bilgi aktarımını yetersiz bulmaktadır.

5. Sonuç ve Tartışma

Araştırmada sanat turizmi literatürü incelenmiş, sanat turizmi temalı bir turda rehberlik yapılabilmesi için gerekli olan nitelikler kategorilere ayrılmıştır. Bu kategorileri oluşturan boyutlar turist rehberlerine dair eğitsel, ilişkisel, kareografik ve araçsal boyutlardır. Sanat turizmi temalı bir turda, müzede anlatım yapılırken nadiren kullanılan kulaklık sistemi dışında farklı bir cihaz kullanılmamaktadır. Nedeni sorulduğunda, bir katılımcı maliyeti artırması nedeniyle farklı bir cihaz ya da teknoloji uygulaması kullanmadığını belirtmiştir (E/59). Araçsal boyutun bir diğer gerekliliği olan iyi bir lider olma ve turu iyi planlama konusunun sanat turu için çok önemli olduğunu, çünkü sanatın subjektif bir kavram olması nedeniyle tur temposunu bozmadan devam edebilmek gerektiğine dair bulgular mevcuttur. Öyle ki tur içindeki sinerjinin bozulmaması adına ayrıntılı soru-cevap kısmı akşam dinlenme saatlerinde yapılmaktadır. Dolayısıyla araçsal boyutun turist rehberlerinin sanat turu yönetirken oluşturduğu değere bir etkisi bulunmaktadır. Araştırma bulgularına göre sanat turuna katılan turistler sanat konusunda ilgili veya sanatçı olabilmektedir. Sanat turuna katılan turistler çok araştıran ve okuyan bireylerdir. Dolayısıyla turist rehberleri de bu turist gurubunu memnun edebilmek için destinasyonda sanat mekanlarını, sanat aktivitelerini araştırıp bir ön hazırlık yapmaktadır. Genel bilgilere çok boğmaksızın, anlatıma konu olan sanat üslubu ya da sanat çeşidine, dönemine dair etkileyici detaylar turistlerle paylaşılmaktadır. Turist gurubunun özelliklerine, ilgi alanlarına göre yapılacak ön hazırlıklar gurubun memnuniyetini artırmaktadır. Dolayısıyla ilişkisel boyutun turist rehberlerinin sanat turlarında değer oluşturmasında etkisi mevcuttur. Turist rehberlerinin doyurucu bir tur anlatımı, bilgi aktarımı sağlayabilmek için gerçekleştirdiği bu ön hazırlıklar eğitsel boyutun da algılanan değer üzerinde etkisinin olduğunu göstermektedir. Ayrıca turist gurubunu sıkmadan kitabi bilginin dışında ilgi duydukları sanat unsuruna dair etkilenip ilham kaynağı olabilecek anlatımlar yaptıklarını ifade etmiştir. Kareografik boyutunda algılanan değer üzerinde etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Turist rehberlerinin sanat turu anlatım deneyimine dair neler hissettiği sorusuna, sürekli kendilerini geliştirip yeni şeyler öğrendikleri, sanat mekanlarının kendilerinde pozitif duygu durumunu oluşturduğuna dair cevapları gelmiştir. Turistlerden gelen bulgulara bakıldığında da sanat turlarında kulaklık ve örnek üç boyutlu obje incelemesi haricinde bir cihaz vb. kullanılmadığı görülmektedir. Turist rehberlerinin tur yönetimini yeterli bulduklarına dair çoğunluklu bir görüş mevcuttur. Araçsal boyutun turistler nezdinde de sanat turlarında algılanan değer üzerinde etkisi bulunmaktadır. Turistlerden gelen verilerde, turist rehberinin iyi hazırlandığı durumlarda anlatımının yeterli görüldüğü belirtilmiştir. Ancak çoğunlukla sanat turlarında turist rehberlerinin bilgi birikiminin yetersiz

görüldüğüne dair bulgular mevcuttur. Bu eksikliği tamamlamak için zaman zaman müze rehberlerinin, gurup içindeki uzman sanatçıların ya da konusunda uzman kişilerin anlatıma destek olarak gurup üyelerinin ziyaret noktasına dair daha detaylı bilgi edinmesini sağladığı belirtilmiştir. Sanat turunun sanat içerikli ziyaret noktalarıyla dopdolu olması gerektiği, yemek-alışveriş için daha kısa zaman, daha çok sanat deneyimi talebinde olduklarını da ayrıca belirtmişlerdir. Turistler sanat turundaki gördüklerinin, hissettiklerinin, öğrendiklerinin kendilerine sanat anlamında hem ilham kaynağı olduğunu hem de kişilik gelişimlerini olumlu yönde etkilediğini de ifade etmektedir. Bulgular doğrultusunda turistlerin sanat turunda rehberlerin anlatımına dair ilişkisel, kareografik ve eğitsel boyutların da algılanan değere etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma bulguları, iyi bir sanat turunun sanat turizmi ya da bienal turizmi dalında uzman bir turist rehberi tarafından yönetilmesi gerektiğini göstermektedir. Standart bir kültür turu gibi değil, sanat yoğun, çok fazla sanat mekanı ziyareti ve deneyimi, ayrıntılı bilgi aktarımı içerikli olması durumunda turistlerin memnun olabileceği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla rehberlik mesleğinde sanat turizmi uzmanlık alanı oluşturulması önerilmektedir.

Araştırma pandemi kısıtı nedeniyle, katılımcılarla telefon görüşmesi ile gerçekleşmiştir. Sanat turist rehberine ulaşmak ise henüz çok niş, yeni bir tur teması olması sebebiyle ancak kartopu örneklem yöntemiyle mümkün olabilmıştır. Sanat turlarının yurtiçi ve yurtdışında yaygınlaşması ile daha büyük örneklem gruplarıyla çalışılması mümkün olabilecektir. Araştırmada dört boyutun bir olguya etkisi ölçülmüştür. Boyutlar arası etkileşime de sonraki araştırmalarda farklı araştırma desenleriyle bakılabilir. Bu araştırmada sanat turu nasıl gerçekleştirilmeli, rehberler ve turistlerin değer algısının oluşması için neler yapılmalıdır konusu açıklığa kavuşmuştur. Sonraki araştırmalar için henüz çok yeni olsa da yerli misafirlere de çok ilgi görmekte olan sanat tur rotalarının geliştirilmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Andron S. (2018). Selling streetness as experience: The role of street art tours in branding the creative city. *The Sociological Review*, 66(5), 1036-1057.
- Rokenes, A., Schumann, S. & 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(1), 62-82.
- Arnould, E. J. & Price, L. L. (1993). River magic: Extraordinary experiences and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 24–45.
- Bagul, A. P. (2012). Art tourism in Malaysia: Research issues. *Travel & Tourism Research Association Asia-Pacific Chapter*, 1-4.
- Beedie, P. (2003). Mountain guiding and adventure tourism: Reflections on the choreography of the experience. *Leisure Studies*, 22, 147–167.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
- Buckley, R. (2010). *Adventure tourism management*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Campos, A. C., Mendes, J., Valle, P. O. D. & Scott, N. (2018). Co-creation of tourist experiences: A literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369-400.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origin, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism*, 12, 5– 29.
- Cohen, E. & Avieli, E. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31, 755–778.
- Creswell, J. W. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri. (Çev.: Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir). Siyasal Kitabevi.
- Curtin, S. (2009). Managing the wildlife tourism experience: The importance of tour leaders. *International Journal of Tourism Research*, 12, 219–236.
- Eco, U. (1977). *Das offene kunstwerk*, Gabler, Wiesbaden.
- Fabricius, M. P. (2001). Competitive strategies for tourism destinations, Doctoral dissertation, University of South Africa. Pretoria.
- Franklin, A. (2018). Art tourism: a new field for tourist studies. *Tourist Studies*, 18(4), 399-416.
- Gronroos, C. (2012). Conceptualising value co-creation: A journey to the 1970s and back to the future. *Journal of Marketing Management*, 28 (13/14), 1520-1534.
- Holbrook, M. B. (2006). Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. *Journal of Business Research*, 59(6), 714-725.
- 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.
- Lin, Z., Chen, Y. & Filieri, R. (2017). Resident-tourist value co-creation: the role of residents' perceived tourism impacts and life satisfaction. *Tourism Management*, 61, 436-442.
- Mathisen, L. (2012). The exploration of the memorable tourist experience. *Advances in Hospitality and Leisure*, 8, 21–41.
- Özgürel, G. & Baysal, K. (2018). Sanat turizmi açısından müze evler: Zeki Müren sanat müzesi örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(31), 4727-4741.
- Pedersen, A. J. (2012). *Opplevelsesøkonomi – kunsten a° designe opplevelser [Experience economy –*