



ISSN  
2547-989X

Sinop Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Dergisi

Araştırma Makalesi

Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (2), 912-933

Geliş Tarihi: 15.12.2023 Kabul Tarihi: 16.10.2024

Yayın: 2024 Yayın Tarihi: 30.11.2024

<https://doi.org/10.30561/sinopUSD.1405589>

<https://dergipark.org.tr/sinopUSD>

## TURİST REHBERLERİNİN TURLARDA MİTOLOJİ VE EFSANE KULLANIMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Neşe ÇULLU KAYGISIZ\*

### Öz

Turistler gittikleri bölgelerin tarihini ve kültürünü merak ettikleri gibi o bölgelere ait mitoloji ve efsaneleri de merak etmektedirler. Hatta mitoloji ve efsaneler başlı başına motivasyon kaynağı olabilmektedir. Alternatif turizm türlerinden biri olarak kabul edilen efsane turizmi bunun en büyük örneğidir. Bu nedenle turist rehberlerinin turlarda mitoloji ve efsane kullanım düzeylerinin araştırılması önemli görülmüştür. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme formunun oluşturulmasında öncelikle ilgili alan yazından faydalanılmış daha sonra ise hem konuyla ilgili uzman akademisyenlerden hem de turist rehberlerinden görüş alınmıştır. Araştırmanın evrenini eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır. Araştırmada tüm evrene ulaşmanın zorluğu sebebiyle, kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmış ve 10 eylemli turist rehberi ile görüşme yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerin analizinde nitel veri analizlerinden betimsel analiz kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda araştırmaya katılan bütün turist rehberlerinin turlarda mitoloji ve efsaneyi sıklıkla kullandıkları belirlenmiştir. Ayrıca turlarda anlatılan mit ve efsanelerin turistlerin ilgisini çektiği, yerli ve yabancı turistlerin mit ve efsanelere karşı verdikleri tepkinin değiştiği, turistlerin en çok antik Yunan ve Roma mitolojisine ilgi gösterdiği ve turist rehberlerinin turlarda mit ve efsanelerin anlatılmasını gerekli gördüğü ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Mitoloji, Efsane, Turizm.

### A Research on the Use of Mythology and Legend by Tourist Guides in Tours

#### Abstract

Tourists are curious about the history and culture of the regions they visit, as well as the mythology and legends of those regions. Even mythology and legends can be a sources of motivation on their own. For this reason, it was considered important to investigate the use of mythology and legends by tourist guides in tours. In this study, semi-formol interview was used. The universe of the research consists of active tourist guides. Due to the difficulty of reaching the whole universe in the research, easily accessible sampling was used, and 10

\* Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turist Rehberliği Bölümü, esecullu@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2738-1205>

tourist guides were interviewed. Descriptive analysis was used in the analysis of the data obtained from the interviews. As a result of the analysis, it was determined that all the tourist guides participating in the research used mythology and legends in their tours. It has been revealed that the myths and legends told in the tours attract the attention of the tourists; the reaction of the local and foreign tourists to the myths and legends has changed; the tourists are mostly interested in ancient Greek and Roman mythology.

**Keywords:** Tourist Guide, Mythology, Legend, Tourism.

## 1. Giriş

Turistlerin gidilen destinasyonu merak etmeleri ve gezdikleri yerler hakkında bilgi almak istemesi noktasında turist rehberlerine önemli roller düşmektedir. Tur esnasında turist rehberinden sadece bilgi vermeleri değil, aynı zamanda vereceği bilgileri ilgi çekici, dikkat uyandırıcı ve eğlendirici bir şekilde aktarması da beklenmektedir (Çınar ve Toksöz, 2020, s. 2). Bölge ile ilgili bilgi verirken o bölgeye ait hikâye, efsane ya da mitleri ziyaretçilere aktarmak ve böylelikle olumlu deneyimler yaşatmak turist rehberinin görevleri arasında sayılmaktadır (Bozkurt, 2018, s. 7). Turist rehberlerinin turlarında mitolojik hikâyelere yer vermeleri turun kalitesine olumlu etki yapmaktadır (Saz, 2021, s. 29).

Günümüzde turistlerin seyahat motivasyonlarından biri haline gelen (Eser ve Asmadili, 2021, s. 1583) mitoloji Türk Dil Kurumuna göre “tarih öncesi tanrılarının efsaneli serüvenlerini anlatan ve bir topluluğun duygularını anlayışını ve özlemlerini göstermesi bakımından değeri olan mitlerin bütünü” efsane ise “eski çağlardan beri söylene gelen, olağanüstü varlıkları, olayları konu edinen hayali hikâye, söylene” olarak tanımlanmaktadır. Mit ve efsane genellikle birbirinin yerine kullanılsa da bu kavramlar arasında farklar bulunmaktadır. En büyük fark ise kahramanlar ile ilgilidir. Mitlerin ana kahramanı tanrılarınken, efsanelerde daha çok beşeri kahramanlar başrolde. Ayrıca efsanelerin mitolojiye göre daha gerçekçi olduğu kabul edilmektedir (Karadeniz Yağmur, 2018). Destinasyonlarla ilgili mitler, efsaneler, masallar, dini söylenceler, yaşanmış olaylar turistler tarafından ilgi çekici bulunmaktadır (Türker, 2019, s. 292). Şehirleri mitleriyle değerlendirmek hem günümüze anlam katmakta hem de yaşanan kültürün daha derin şekilde

algılanmasını sağlamaktadır (Akoğlan Kozak ve Çiçek, 2022, s. 260). Tur sırasında anlatılan mit ve efsaneler, turun cazibesini artırmada ve turistlerin o turistik bölgeyi içselleştirmelerinde etkili olmaktadır (Aktaş, 2009, s. 128; Pekiyan, 2018, s. 140). Aktaş ve Batman (2010) efsaneler sayesinde turist rehberlerinin sıkıcı konuları bile zevkli hale getirebildiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca turist rehberlerinin, anlattıklarıyla turistlerin merak duygusunu canlandırmaları gerektiğini ifade etmişlerdir (Aktaş ve Batman, 2010, s. 390).

Turistik alanları büyüleyici yapan etkenlerden biri de sahip oldukları efsanelerdir (Tanrısever, Pamukçu ve Erdoğan, 2019, s.945). Turistler ziyaretlerinde gezdikleri yerlerle ilgili olarak anlatılan efsane ve mitolojik olaylara ilgi göstermektedirler. Ülkemiz de Antik Yunan ve Roma mitolojisi başta olmak üzere pek çok efsanenin doğuş yeri kabul edildiğinden önemli bir destinasyon olarak görülmektedir (Sezer, 2019, s. 2463). Ülkemizde şehirlere, şehir adlarına, kalelere, saraylara, mağaralara, kiliselere, dağlara, taşlara, kayalara, çiçeklere, türbelere konu olmuş oldukça fazla mit ve efsane bulunmaktadır (Aktaş ve Batman, 2010, s. 374). Bu durum turist rehberlerinin edinmesi gereken meslek bilgileri arasında mitolojinin de bulunmasına neden olmaktadır. Dünyanın dört bir yanında efsanelerin turizm üzerinde etkileri bulunmaktadır (Harini, 2018, s. 445). Mitler ve efsaneler bir bölgenin cazibe merkezi olmasına katkı sağlamaktadır (Aktaş ve Batman, 2010; Sezer, 2019). Ayrıca bu unsurların turizm ürünü olarak kullanımı unutulmasının engellenmesi açısından da önem taşımaktadır (Türker, Kurt ve Özaltın Türker, 2016, s. 369). Turlarda mit ve efsanelerin anlatılmasıyla, tarihte kalmış, hafızalardan silinmiş efsaneler yeniden canlandırılmakta ve bölgenin imajına otantik bir unsur olarak dahil edilmektedir (Şahin, 2009). Mitolojik anlatılar turizm kapsamında değerlendirildiklerinde destinasyona maddi, sosyal, psikolojik birçok katkı sağlamaktadır (Eser ve Asmadili, 2021, s. 1578). Bu anlatımlar, bölgedeki turizm faaliyetlerine ziyaretçilerin ilgisini çekmekte, bölgenin cazibe merkezi olmasını sağladığı gibi bölgenin ekonomisine de katkı yapmaktadır (Şahin, 2009). Turizm sayesinde refah seviyesini arttıran yerel halk, geleneklerine, kültürüne ve kültürel

miras unsurlarına sahip çıkmakta ve bu değerleri koruyarak gelecek kuşaklara aktarmaktadır (Eser ve Asmadili, 2021, s. 1578).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde mitoloji ve efsane gibi unsurların bölgeye yönelik turist talebini artırdığı, turist rehberlerinin turlarda mit ve efsane anlatımının müşteri memnuniyeti sağladığı ve bunun sonucunda bölgenin tanıtımına olumlu katkılar yaptığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle turist rehberlerinin turlarda mitoloji ve efsane kullanım düzeylerinin araştırılması önemli görülmektedir. Çalışmada öncelikle mit ve efsanelerin turizm ile ilişkilendirildiği çalışmalara yer verilmiş, daha sonra ise yöntem, bulgular ve sonuç kısmı sunulmuştur.

## **2. Alanyazın Taraması**

Mitler ve efsanelerin turizmle ilişkilendirildiği birçok çalışma mevcuttur (Şahin, 2009; Aktaş ve Batman, 2010; Pérez-Aranda, Guerreiro ve Mendes, 2015; Pekiyan, 2018; Harini, 2018; Sezer, 2019; Tanrısever, Pamukçu ve Erdoğan, 2019; Çınar ve Toksöz, 2020; Kaya ve Ünlüöner, 2021; Eser ve Asmadili, 2021; Akoğlan Kozak ve Çiçek, 2022). Bu çalışmaların çoğunluğu mitlerin ve efsanelerin turistik çekicilik unsuru olarak kullanılması üzerinedir. Örneğin Sezer (2019), Giresun Adasındaki mitolojik ve efsanevi unsurların turistik çekicilik üzerine etkilerinin değerlendirildiği bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada mitolojik ve efsanevi unsurların turistik çekicilik olarak değerlendirilebileceği sonucu çıkmıştır. Efsanelerin turistik çekicilik üzerine etkilerini inceleyen bir çalışma da Aktaş ve Batman (2010) tarafından yapılmıştır. Yazarlar, konuyu turist rehberleri bakış açısıyla incelemişlerdir. Araştırmada turist rehberlerinin turlarda efsaneleri kullandıkları ayrıca efsanelerin birer pazarlama aracı olarak kullanılabilceği ve turistik çekicilik üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı şekilde Akoğlan Kozak ve Çiçek (2022) de mitolojik unsurların bir çekicilik unsuru olarak bölge pazarlamasına katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Yazarlar “Friglerin Kullandıkları Mitolojik Unsurların Bölge Turizmine Yansımaları” isimli çalışmalarının sonucunda, mitolojinin varlığını günümüze kadar sürdürdüğünü ve halen önemli bir

iletişim ve pazarlama ürünü olarak kadim kültürleri geleceğe taşıdığını belirtmişlerdir.

Turist rehberleri tur cazibesini artırmak için efsaneleri birer araç olarak kullanmaktadır. Bu konuda araştırma yapan Pekyaman (2018), Afyonkarahisar ili efsaneleri üzerinden örnekler sunarak turlarda efsane kullanımının önemini ortaya koymuştur. Çınar ve Toksöz (2020) ise yaptıkları çalışmada turist rehberliğinde hikâyeleştirmenin öneminden bahsetmişlerdir. Çalışmalarında rehberlerin tur sırasında kullandıkları hikâyeleştirme tekniğinin turistlerin destinasyona yönelik meraklarını uyandırdığı ve tur sonrası için anı biriktirmelerine yardımcı olduğunu ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinin turlardaki hikâye anlatıcılığı üzerine bir çalışma da Kaya ve Ünlüönen (2021) tarafından yapılmıştır. Yazarlar çalışmalarında turist rehberlerinin kültürel miras aktarımında hikâye anlatıcılığının rolünden bahsetmişlerdir. Araştırma sonucunda hikâye anlatımının, kültürel mirası aktarma sürecini daha ilgi çekici, akılda kalıcı, eğlenceli ve bilgilendirici kıldığını belirtmişlerdir.

Harini (2018) çalışmasında efsanelerin turizm için önemine ve bölge kalkınması üzerindeki etkisine vurgu yapmaktadır. Tanrısever, Pamukçu ve Erdoğan (2019), turist rehberleri tarafından kullanılan efsanelerin Kastamonu örneğinde şehir pazarlamasındaki öneminden bahsetmişlerdir. Çalışma sonucunda turlarda efsane anlatımlarının bölge imajına olumlu katkı sağladığı ve pazarlama aracı olarak destekleyici bir unsur olduğu sonucuna varılmıştır. Pérez-Aranda, Guerreiro ve Mendes (2015) ise mitlerin turistleri çekmek ve onlara unutulmaz deneyimler sunmadaki sahip olduğu rolü ve önemi vurgulamaktadır. Yazarlar, mitlerin turizm destinasyonları ve şehirlerdeki deneyimlerin tasarımında kritik unsurlar olduğunu savunmaktadır. Şahin (2009), Dalyan ve Köyceğiz çevresinde gelenek ve turizm ilişkisi bağlamında efsanelerin turizm faaliyetlerinde kullanımını ele aldığı çalışmasında, efsanelerin bölgenin cazibe merkezi olmasına katkı yaptıkları gibi, geleneğin pazarlanabilirliğini göstermeleri açısından da önemine dikkat çekmektedir.

Mit ve efsanelerin alternatif turizmle ilişkilendirildiği çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalardan biri Eser ve Asmadili (2021) tarafından yapılan “Mitolojik Anlatıların Kültür Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Arzu İle Kamber Efsanesi Çat Kasabası Varyantı” isimli çalışmadır. Yazarlar çalışmalarında efsanelerin kültür turizmi kapsamında değerlendirilebileceğini ve mitolojik anlatıların turistleri etkisi altında bırakarak unutulmaz bir deneyim yaşattığını ve bölgenin akıllara kazınmasını sağlayabileceğini belirtmişlerdir.

### **3. Yöntem**

Turist rehberlerinin turlarda mitoloji ve efsane kullanım düzeylerini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, nitel araştırma yönteminden faydalanılmıştır. Araştırmanın temel sorusu “Turist rehberlerinin turlarda mit ve efsane kullanım düzeyleri nasıldır?” şeklinde ifade edilebilir. Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır. Turist Rehberleri Odaları Birliği’ne göre Türkiye’de toplam turist rehberi sayısı 12.403’tür. Bu rehberlerden 10.185 ise eylemli turist rehberidir (TUREB, 2023). Evrenin tamamını incelemek zaman ve maliyet bakımından olanaksız olduğu için bu çalışmada amaçlı örnekleme yöntemi kapsamında kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır. Nitel araştırmalarda görüşme kapsamında aynı cümleler tekrar etmeye başlandığında daha fazla görüşmeye ihtiyaç duyulmamaktadır. Bu çalışmada yapılan görüşmelerde verilen yanıtlar benzer şekilde tekrara düştüğü noktada görüşmelere son verilmiş ve toplamda 10 eylemli turist rehberi ile görüşme yapılmıştır. Araştırma kapsamında görüşme yapılan turist rehberlerinin araştırmaya dahil edilmesindeki temel kriter turlarda mit ve efsaneleri kullanmalarıdır. Araştırma kapsamında katılımcılardan öncelikle randevu istenmiş ve görüşme tarihi belirlenmiştir. Görüşmelerin tamamı 01.03.2023-31.03.2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeyi kabul eden her katılımcıya araştırmanın amacı hakkında bilgiler verilmiş ve gönüllü katılımcı bilgilendirme formunu doldurmaları istenmiştir. Katılımcılardan izin alınarak görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Gizlilik

ilkesi dikkate alınmış ve araştırmaya katılan katılımcıların görüşleri, isimleri verilmeden Rehber 1, Rehber 2, şeklinde kodlanmıştır. Görüşmeler 15 ile 35 dakika arasında sürmüştür. Görüşme esnasında alınan ses kayıtları daha sonra yazılı hale getirilmiştir. Transkripsiyon sonucunda 21 sayfalık veri elde edilmiştir.

Görüşmelerin belirli bir ölçüde tutarlılık içerisinde gerçekleşmesi ve araştırma ile ilgili temel soruları atlamamak için yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Soru formundaki sorular, ilgili literatürden (Aktaş ve Batman, 2010; Pekyaman, 2018; Tanrısever, Pamukçu ve Erdoğan, 2019; Akoğlan Kozak ve Çiçek, 2022) yararlanılarak oluşturulmuş ve taslak şeklinde bir görüşme formu hazırlanmıştır. Hazırlanan taslak soru formu bu konuda uzman olan 2 akademisyenin ve 2 turist rehberinin görüşüne sunulmuş ve önerileri doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Araştırmada geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması adına bazı önlemler (Miles ve Huberman, 1994; Yıldırım ve Şimşek, 2008) alınmıştır. Bu önlemler şu şekilde sıralanabilir:

- Araştırma soruları, alanında uzman akademisyenlerin görüşü alınarak hazırlanmıştır.
- Veri toplama süreci, sadece araştırmacı tarafından yönetilmiştir.
- Araştırma soruları katılımcılara açık olarak ifade edilmiş ve randevu talep edilirken görüşmenin konusu ve soruları hakkında bilgi verilmiştir.
- Katılımcıların düşüncelerini bağımsız olarak ifade etmeleri sağlanmıştır.
- Görüşmeler esnasında zaman kısıtı uygulanmamıştır.
- Araştırma kapsamında elde edilen veriler araştırmacı tarafından yedekleme yapılarak saklanmıştır
- Elde edilen veriler, araştırmacının bulgular kısmında, her soru için ayrı ayrı olacak şekilde katılımcıların tamamının yanıtlarını içermektedir.
- Güvenirlik analizi özelliklerinden biri olan inandırıcılık özelliğini desteklemek için tüm görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler sırasında katılımcılara öncelikle demografik sorular sorulmuş daha sonra ise çalışmanın amacına uygun olarak geliştirilen şu araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

- Turist rehberleri anlatımlarında mitlerden ve efsanelerden ne derecede faydalıyor?
- Rehberler tarafından en çok hangi mitler ve efsaneler anlatılmaktadır?
- Turistler anlatılan mitlere ve efsanelere karşı nasıl tepkiler vermektedir?
- Yerli ve yabancı turistlerin mitlere ve efsanelere verdiği tepkiler değişiyor mu?
- Turistlerin en çok ilgisini çeken mitler ve efsaneler hangisidir?
- Turlarda mitlerin ve efsanelerin anlatılması rehberler tarafından gerekli görülüyor mu?
- Turistlerin demografik özelliklerine göre (yaş, cinsiyet, eğitim, vb.) rehberlerin mitolojik anlatımları değişiyor mu?
- Rehberler turistlerin anlatılan mit ve efsanelere karşı ilgili olup olmadığını nasıl anlıyorlar?
- Rehberlerin destinasyona göre mit ve efsane anlatım sürelerinde değişiklik oluyor mu?

Uygulamaya geçilmeden önce İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'nun 28.02.2023 tarihli ve 2023/01-08 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır. Araştırma kapsamında katılımcılardan elde edilen veriler, betimsel analiz ile çözümlenmiştir. Betimsel analiz yaklaşımına göre elde edilen veriler daha önceden belirlenen başlıklar altında özetlenir ve yorumlanır. Betimsel analizde katılımcıların görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara yer verilir (Altunışık vd., 2012, s. 324; Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 224). Ayrıca elde edilen bulgular, görüşmelerden alıntılar yapılarak yorumlanmıştır.



#### 4. Analiz Sonuçları

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle katılımcıların demografik özellikleri hakkında bilgilere, daha sonra ise araştırma kapsamında sorulan soruların analizlerine yer verilmiştir.

##### 4.1. Araştırmaya Katılan Turist Rehberlerinin Demografik Özellikleri

Yapılan araştırma sonucunda araştırmaya katılan turist rehberlerinin %60'nın erkek, %40'nın ise kadın olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin %40'ı 1-5 yıl arası, %30'u 6-10 yıl arası, %20'si 11-15 yıl arası ve %10'u ise 16 yılın üstünde deneyime sahiptir.

*Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri*

	Cinsiyet	Deneyim	Dil	Bölge	Mit ve Efsane Kullanımı
<b>Rehber 1</b>	Erkek	6-10 yıl	İngilizce	İç Anadolu	Sıklıkla
<b>Rehber 2</b>	Kadın	1-5 yıl	İngilizce	Akdeniz	Sıklıkla
<b>Rehber 3</b>	Erkek	1-5 yıl	İngilizce	Ege, Doğu Anadolu	Sıklıkla
<b>Rehber 4</b>	Kadın	6-10 yıl	Endonezce	Ege, Akdeniz, Karadeniz	Sıklıkla
<b>Rehber 5</b>	Kadın	1-5 yıl	Japonca	İç Anadolu	Sıklıkla
<b>Rehber 6</b>	Erkek	1-5 yıl	İngilizce	Ege	Sıklıkla
<b>Rehber 7</b>	Erkek	11-15 yıl	İngilizce, Çince	Anadolu Turu	Çok Az
<b>Rehber 8</b>	Kadın	11-15 yıl	İngilizce	İç Anadolu	Sıklıkla
<b>Rehber 9</b>	Erkek	6-10 yıl	İngilizce	Ege, İç Anadolu	Sıklıkla
<b>Rehber 10</b>	Erkek	16 yıl ve üstü	İngilizce	İç Anadolu, Ege, Akdeniz	Sıklıkla

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğu İngilizce dilinde rehberlik hizmeti sunmaktadır. İngilizce dışında ise Çince, Japonca ve Endonezce dillerinde rehberlik yapılmaktadır. Araştırmaya katılan turist rehberleri 7 bölgede de hizmet sunmaktadır. Katılımcıların en fazla rehberlik yaptığı bölge ise İç Anadolu ve Ege Bölgesidir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin %90'nı turlardaki anlatımlarında mitlerden ve efsanelerden sıklıkla faydalandıklarını belirtmişlerdir.

##### 4.2. Araştırmaya Katılan Turist Rehberlerinin Tur Esnasında En Çok Anlattıkları Mitler ve Efsaneler

Katılımcılara tur esnasında en çok hangi mit ve efsanelerden faydalandıkları sorulmuştur. Verilen cevaplar tura çıkılan bölgeye göre değişmekle birlikte cevapların çoğu Antik Yunan ve Roma mitolojisi olmuştur. Efes'in Kuruluşu, Sarı

Kız Efsanesi ve Kapadokya Efsaneleri de rehberlerin turlarında yer verdikleri efsanelerdendir.

**Tablo 2:** *Katılımcıların Tur Esnasında En Çok Anlattıkları Mitler ve Efsaneler*

Turlarda En Fazla Anlatılan Mitler ve Efsaneler	
<b>Rehber 1</b>	Yunan Mitolojisi
<b>Rehber 2</b>	Sarı Kız Efsanesi
<b>Rehber 3</b>	Antik Yunan Mitolojisi
<b>Rehber 4</b>	Yunan ve Roma Mitleri
<b>Rehber 5</b>	Kapadokya Efsaneleri
<b>Rehber 6</b>	Efes'in Kuruluşu
<b>Rehber 7</b>	Yunan ve Roma Mitolojisi
<b>Rehber 8</b>	Yunan Mitolojisi
<b>Rehber 9</b>	Yunan ve Roma Mitolojisi
<b>Rehber 10</b>	Asklepios, Niobe, Persephone ve Medusa Mitleri

Ege Bölgesi ve Akdeniz bölgesinde çoğunlukla tura çıkan rehberlerden biri en fazla Antik Yunan mitolojisinden Asklepios, Niobe, Persephone ve Medusa mitlerini anlattığını belirtmiştir.

Bu soruya rehber 9'un verdiği cevap ise şu şekildedir:

“Bölgeden bölgeye farklılık göstermekle birlikte genellikle Ege Bölgesi turlarımda antik kentler turun önemli bir parçası oluyor. Genellikle her antik kentin bir koruyucu tanrı/tanrıçası olduğundan zaten anlatımlar genelde onunla başlıyor. Tabi bir turist kafilesi hangi ırktan olursa olsun geldiği şehrin adının nereden geldiğini bilmeyi de çok istiyor. Bu bağlamda şehir ve antik kent isimlerinin rivayet edildiği mitolojik hikayeler de oldukça önemli hale geliyor. Turist rehberliği mesleğinde uzun süreli anlatımlar yapıldığından bazen bu süreleri doldurmak adına da mitolojik hikayelere başvuruyorum. Örneğin turun içerisinde yürümekten yorulmuş grubumu zeytin ağacı gölgesinde dinlendirirken zeytin dalı ile özdeşleşmiş Athena'nın birkaç mitinden bahsetmeden geçmiyorum.” (Rehber 9).

#### **4.3. Turistlerin Anlatılan Mitlere ve Efsanelere Karşı Verdikleri Tepkiler**

Araştırmaya katılan turist rehberlerine turistlerin anlatılan mitlere ve efsanelere karşı nasıl tepkiler verdikleri sorulmuştur. Turist rehberleri tur esnasında

anlatımlarında mitlere ve efsanelere yer verdiklerinde turistlerin bundan etkilendiğini ve daha merakla ve ilgiyle dinlediklerini belirtmişlerdir.

**Tablo 3: Turistlerin Anlatılan Mitlere ve Efsanelere Karşı Verdikleri Tepkiler**

Turistlerin Anlatılan Mitlere ve Efsanelere Karşı Verdikleri Tepkiler	
<b>Rehber 1</b>	Olumlu tepkiler veriyorlar
<b>Rehber 2</b>	İlgilerini çekiyor.
<b>Rehber 3</b>	Daha ilgili dinliyorlar.
<b>Rehber 4</b>	İlgiyle dinliyor ve etkileniyorlar.
<b>Rehber 5</b>	Çok fazla ilgi duyuyorlar.
<b>Rehber 6</b>	Merakla dinleniyor.
<b>Rehber 7</b>	Milliyete göre verilen tepkiler değişmekte.
<b>Rehber 8</b>	Daha önce bilgileri olduğunu tasdik edencesine tepkiler veriyorlar.
<b>Rehber 9</b>	Dikkatle dinliyorlar ve memnuniyetle karşılıyorlar.
<b>Rehber 10</b>	İlginç buluyorlar.

Soruya Rehber 9 ve Rehber 10 şu şekilde cevap vermiştir:

“İnançlarının ilginç olduğunu, doğayı keşfetmeye çalıştıklarını, aslında yönetemedikleri güçleri kutsal saydıkları ve kültürlerini bu yollarla açıkladıklarını belirtiyorlar.” (Rehber 10).

“Çok nadiren dini duyguları aşırı yüksek kişilerin ilgisiz veya olumsuz karşıladığına tanıklık ettim ama genel olarak herkes mitolojik hikaye anlatımı başlarken dikkat kesiliyor ve hikayenin sonunu duyana kadar gözlerimin içine bakıyor. Her hikaye bir bilmece gibi ve sonu da genellikle vurucu bittiği için müthiş bir memnuniyetle karşılanıyor. Özellikle masallarla büyütülen çocukların ilgisi herkesten fazla oluyor. Bir yerden sonra siz anlatmazsanız başka mitolojik hikaye yok mu diye soru da sorabiliyorlar.” (Rehber 9).

#### **4.4. Yerli ve Yabancı Turistlerin Mitlere ve Efsanelere Karşı Verdikleri Tepkiler**

Katılımcılara yerli ve yabancı turistlerin anlatılan mitlere ve efsanelere karşı verdikleri tepkilerin değişip değişmediği sorulmuştur. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğu yerli ve yabancı turistlerin mitlere ve efsanelere karşı verdiği tepkilerin farklı olduğunu belirtmiştir. Yabancı turistlerin daha ilgili olduğunu düşünen Rehber 10 düşüncesini şu şekilde ifade etmiştir:

“Yerli turistin umurunda değil aslında boş şeyler bunlar deyip geçiyorlar ama yabancı turistler oldukça ilgililer” (Rehber 10).

**Tablo 4:** Yerli ve Yabancı Turistlerin Mitlere ve Efsanelere Karşı Verdikleri Tepkiler

Yerli ve Yabancı Turistlerin Mitlere ve Efsanelere Karşı Verdikleri Tepkiler	
<b>Rehber 1</b>	Yerli ve yabancı turistlerin mitlere ve efsanelere karşı verdikleri tepkiler değişmektedir.
<b>Rehber 2</b>	Yerli ve yabancı turistler mitlere ve efsanelere karşı farklı tepkiler veriyorlar.
<b>Rehber 3</b>	Turistlerin tepkileri milliyetlerine göre değişiyor.
<b>Rehber 4</b>	Kimi zaman inanmayan da oluyor, detay isteyip kaynak soran da oluyor.
<b>Rehber 5</b>	Kişiden kişiye değişmekle beraber, yerli yabancı arasındaki farkı göremedim.
<b>Rehber 6</b>	Merakla dinleniyor.
<b>Rehber 7</b>	Milliyete göre verilen tepkiler oldukça farklı.
<b>Rehber 8</b>	Verilen tepkiler değişiyor.
<b>Rehber 9</b>	Bu konuda çok farklı olduklarını söylemek mümkün değil.
<b>Rehber 10</b>	Yabancı turistler daha ilgili olmakta.

Her ne kadar araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğu yerli ve yabancı turistlerin anlatılan mitlere ve efsanelere karşı verdikleri tepkilerin değiştiğini ifade etseler de, değişmediğini belirten katılımcılar da mevcuttur. Bu konuda Rehber 9’un ifadeleri şu şekildedir:

“Bu konuda çok farklı olduklarını söylemek mümkün değil ama bir tarafın daha ilgili olduğunu söylemek gerekirse bu Avrupalı misafirler olacaktır. Ortadoğu ülkelerinin ve ülkemizin biraz daha az ilgili olduğunu söylesek de tepkiler genellikle aynı oluyor. Anlatımın sonunda bir şaşkınlık ve devamında ise güler yüz ile karşılaşıyorsunuz. Çok iyi birkaç mit sonrasında grup rehberin bilgili olduğuna kanaat getirdiğinden bu etkilenme turu yönetmenizi de kolaylaştırıyor.” (Rehber 9).

#### 4.5. Turistlerin En Çok İlgisini Çeken Mitler ve Efsaneler

Araştırmaya katılan turist rehberlerine tur esnasında anlatılan mit ve efsanelerden turistlerin en çok hangilerine ilgi gösterdikleri sorulmuştur. Bu soruya verilen cevapların çoğu antik Yunan tanrıları ile ilgili mitlerin olduğu şeklindedir. Rehber 4 bu soruyla ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Genelde geçtiğimiz bölge ile bağlantılı mitler oluyor. Boğaz’ı gezdirirken Zeus ve İo, Bafa gölü civarında Ay tanrıçası Selene ile Endymion, Karadeniz de

Argonautlar, Didimde Medusa turistlerin en çok ilgisini çeken mitlerdir.” (Rehber 4).

**Tablo 5: Turistlerin En Çok İlgisini Çeken Mitler ve Efsaneler**

Turistlerin En Çok İlgisini Çeken Mitler ve Efsaneler	
<b>Rehber 1</b>	Yunan Tanrıları
<b>Rehber 2</b>	Zeus
<b>Rehber 3</b>	Yunan Tanrıları
<b>Rehber 4</b>	Zeus ve İo, Selene ile Endymion Argonautlar, Medusa
<b>Rehber 5</b>	Peribacaları ile İlgili Efsaneler
<b>Rehber 6</b>	Troya Savaşı ve İlgili Mitler
<b>Rehber 7</b>	Yunan Mitleri
<b>Rehber 8</b>	Türk Mitleri ve Peri Efsaneleri
<b>Rehber 9</b>	Türk Mitleri, Afrodit, Zeus, Poseidon
<b>Rehber 10</b>	Persephone

Rehber 9 ise bu soruya turistlerin günlük hayatta karşılığı olan mit ve efsanelere karşı daha ilgili olduklarını ifade etmiştir. Bu soruya verdiği cevap ise şu şekildedir:

“Turist grupları en çok kendilerine ucu dokunan mitleri seviyorlar. Yerli gruplar Türk mitolojisi ve yerel halk kahramanlarına özel ilgi duyarken, yabancı misafirler daha popüler olan tanrı ve tanrıça hikayelerine daha yatkın olabiliyorlar. Örneğin güzellik konusunda bir örnek verirken halk dilinde Afrodit'e, gök gürlediğinde Zeus'a veya deniz yolculuğunda esprili bir şekilde Poseidon'a atf yaptıklarından bu konularda detaylı hikayeler duyunca da çok ilgili olabiliyorlar. En ilgi duyulan mitler ise tur esnasında gelişen bir olay sonrasında anlatılan, aslında ana anlatım planında olmayan doğaçlama hikayelerdir.” (Rehber 9).

#### **4.6. Turlarda Mitlerin ve Efsanelerin Anlatılması Gerekliliği**

Katılımcılara tur esnasında mitlerin ve efsanelerin anlatılmasını gerekli görüp görmedikleri sorulmuştur. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin tümü tur esnasında mitlerin ve efsanelerin anlatılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Anlatılan mit ve efsanelerin turu daha eğlenceli ve ilgi çekici hale getirdiğini, turistlerin hayal kurmasını sağladığını belirtmişlerdir. Rehber 9 bu soruya şu şekilde yanıt vermiştir:

“Kesinlikle gerekli buluyorum. Bir kentin mitolojik hikayelerini bilmeden o kenti anlamak mümkün değildir. İnanılsın veya inanılmasın her mitolojik hikaye

aslında çok basit gerçekleşmiş bir olayın abartılı anlatımları gibidir. Halk dilinde günümüze kadar gelmiş olması ve eski kültürler hakkında bize bir fikir verebiliyor olması bile başlıca turlarda yer alması gerektiğini gösterecek bir sebeptir.” (Rehber 9).

**Tablo 6: Turlarda Mitlerin ve Efsanelerin Anlatılması Gerekliği**

<b>Turlarda Mitlerin ve Efsanelerin Anlatılması Gerekliği</b>	
<b>Rehber 1</b>	Turlarda mitlerin ve efsanelerin anlatılması gerekli.
<b>Rehber 2</b>	Turlarda mitler ve efsaneler anlatılmalı. Çünkü turu daha eğlenceli hale getirmekte.
<b>Rehber 3</b>	İnsanların hayal kurmasını sağladığı için faydalı olmaktadır.
<b>Rehber 4</b>	Kesinlikle gerekli.
<b>Rehber 5</b>	Gerekli. Turlar daha eğlenceli bir hal alıyor.
<b>Rehber 6</b>	Yeterli ve öz anlatım ile konuları fazla uzatmadan, ilginin olduğu görülürse daha detaylı anlatmak gereklidir.
<b>Rehber 7</b>	Bazen açıklamalarda tamamlayıcı unsur olarak kullanılmasında fayda var.
<b>Rehber 8</b>	Gerekli. Turu daha ilgi çekici hale getirmekte
<b>Rehber 9</b>	Kesinlikle gerekli.
<b>Rehber 10</b>	Elbette gerekli.

Tur esnasında anlatılan mit ve efsanelerin anlatılan dönem hakkında bilgi verdiğini belirten Rehber 10 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Elbette. Bir taş parçasının esasen sadece bir taştan ibaret olmadığı bunun bir hikayesi olduğu önemlidir. Dolayısıyla mitler bir arkeolojik alanı anlamlandıran ve o dönemin insanların inanç sosyal ekonomik kültürel yapılarını ortaya koymaktadır.” (Rehber 10).

#### **4.7. Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Rehberlerin Anlatımları**

Katılımcılara turistlerin demografik özelliklerine göre (yaş, cinsiyet, eğitim, vb.) mitolojik anlatımlarda değişiklik yapıp yapmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların bu soruya verdiği yanıt değişiklik yapıldığı yönünde olmuştur.

**Tablo 7: Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Rehberlerin Anlatımları**

<b>Demografik Özelliklere Göre Anlatımın Değişimi</b>	
<b>Rehber 1</b>	Tur gruplarının yaş ve eğitim seviyelerine ve mitolojiye ilgilerine göre anlatımları derinleştirebiliyorum.
<b>Rehber 2</b>	Özellikle yaşa göre anlatımlarımda değişiklik yapmaktayım.
<b>Rehber 3</b>	Eğitim seviyesinin bu konuda önemli olduğunu düşünüyorum.
<b>Rehber 4</b>	Tabi ki değişiklik yapmak zorundayız.
<b>Rehber 5</b>	Bazen meslek grubu bile anlatımları etkileyebiliyor.

<b>Rehber 6</b>	Değişiklik yapılması gerekiyor.
<b>Rehber 7</b>	Yaş, eğitim seviyesi gibi unsurlar anlatımları tamamen değiştirebiliyor.
<b>Rehber 8</b>	Demografik özellikler mitoloji ve efsane anlatımlarında oldukça etkili.
<b>Rehber 9</b>	Değişiklik yapıyorum.
<b>Rehber 10</b>	Mitoloji anlatımlarımda grubun profilini dikkate alıyorum.

Bu soruya Rehber 2'nin verdiği yanıt şu şekildedir:

“Mitolojik anlatımlar, ilgi duyan tur gruplarının müşteri memnuniyetini yükseltirken ilgisiz olanlar için zaman kaybına dönüşmektedir. Karşımdaki tur grubunun hayal gücü yüksek bir çocuk grubu olması daha fazla mitoloji anlatmamı sağlarken, muhafazakar bir şehirden gelen memur grubuna çok ilgili olmayacağı için mitolojik anlatımlarımı kısıtlamam gerekiyor.” (Rehber 2).

#### 4.8. Turistlerin Anlatılan Mit ve Efsanelere Karşı İlgisi

Katılımcılara turistlerin anlatılan mit ve efsanelere karşı ilgili olup olmadığını nasıl anladıkları sorulmuştur. Bu soruya katılımcılar tarafından farklı cevaplar verilse de, ortak görüş göz teması olmuştur.

*Tablo 8: Turistlerin Anlatılan Mit ve Efsanelere Karşı İlgisi*

<b>Turistlerin Anlatılan Mit ve Efsanelere Karşı İlgisi</b>	
<b>Rehber 1</b>	Tur günü gezecek gurupla küçük sohbetler yaparak ön bilgilerini ve ilgilerini tahmin etmeye çalışmakla birlikte, turun ilk saatlerinde oluşan kanaat doğrultusunda anlatımlar derinleşmektedir.
<b>Rehber 2</b>	Göz teması kurarak anlayabiliyorum.
<b>Rehber 3</b>	Gözlerin farklı taraflara kaymasından anlıyorum.
<b>Rehber 4</b>	Fotoğraf çekilmeye başlandıysa ilgi kaybolmuştur.
<b>Rehber 5</b>	Göz teması kurmadığım noktada ilginin kaybolduğunu anlıyorum.
<b>Rehber 6</b>	Konuyla ilgili sorular sorulmuyorsa ilgi yok demektir.
<b>Rehber 7</b>	Yüz ifadelerinden anlaşılıyor.
<b>Rehber 8</b>	İlgili grup bakışlarıyla kendini belli ediyor zaten.
<b>Rehber 9</b>	İlgili turistler anlatım yaparken doğrudan gözlerime bakıyor.
<b>Rehber 10</b>	Telefona bakılmaya başlandıysa ilgi azalmıştır.

Bu soruya Rehber 3 şu şekilde cevap vermiştir:

“Anlatımlarımı yaparken grubun beni rahatlıkla görebileceği küçük bir yükseltiden ve mümkünse sıcak yaz günlerinde gölge bir alan tercih ediyorum. Böylelikle diğer çevresel koşullardan etkilenmeyerek doğrudan bana odaklanabiliyorlar. Başlangıçta grubun çoğunun göz temasını alarak anlatımları yapıyorum fakat dakikalar geçtikçe gözler farklı taraflara kayıyor ise ve telefon gibi

başka şeyler ile ilgileniyorlarsa dikkatin dağıldığını ve hikayeden koştuklarını anlayabiliyorum.” (Rehber 3).

#### 4.9. Destinasyona Göre Mit ve Efsane Anlatım Sürelerindeki Değişiklik

Katılımcılara gidilen destinasyona göre mit ve efsane anlatım sürelerinde değişiklik olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcılar tarafından mit ve efsanelerin anlatım sürelerinin hem gidilen destinasyona hem de turist profiline göre değişiklik gösterdiği belirtilmiştir.

**Tablo 9:** Destinasyona Göre Mit ve Efsane Anlatım Sürelerindeki Değişiklik

Destinasyona Göre Mit ve Efsane Anlatım Sürelerindeki Değişiklik	
<b>Rehber 1</b>	Farklı bölgelerde farklı mit ve efsaneler anlatıldığı için süreler değişebilmektedir
<b>Rehber 2</b>	Özellikle Akdeniz Bölgesinde mitolojiye dayalı anlatımlar daha fazla olmaktadır.
<b>Rehber 3</b>	Gezilen bölgeye göre bu süreler değişebiliyor.
<b>Rehber 4</b>	Kültürel öğeleri fazla olan destinasyonlarda anlatım süresi artmaktadır.
<b>Rehber 5</b>	Bazı bölgelerin efsanesi ve mitolojik hikâyeleri daha fazla olduğu için süreler de değişmekte.
<b>Rehber 6</b>	Antik kentlerin yoğun olduğu tur programında mitolojik anlatımlar da fazla oluyor.
<b>Rehber 7</b>	Hem destinasyona göre hem de turist profiline göre süre değişebiliyor.
<b>Rehber 8</b>	Elbette değişiyor.
<b>Rehber 9</b>	Her bölgenin efsanesi veya mitolojik öyküsü farklı olduğu için anlatım süreleri de farklı olmakta.
<b>Rehber 10</b>	Kesinlikle destinasyon mit ve efsane anlatım sürelerini etkiliyor.

Rehber 4 bu soruya şu şekilde cevap vermiştir:

“Her destinasyon farklı çekiciliklere sahiptir. Bu çekicilikleri görmeye gelen turist grubunun ise tatilinden beklentileri vardır. Deniz, kum, güneşin tadını çıkarmaya gelen turist grubunu antik kentin ortasında mitoloji anlatarak ne kadar oyalarsam, biliyorum ki plajda geçirecekleri zamandan çalışıyorum. Dolayısıyla kültürel öğeleri daha çok olan destinasyonlarda anlatımlar artarken, aksi bölgelerde anlatım süresi kısalmaktadır.” (Rehber 4).

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Mitoloji ve efsaneler turlarda turistlerin ilgisini çeken unsurlardan biridir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde mitoloji ve efsanelerin turistik çekicilik olarak kullanıldığı görülmektedir (Aktaş ve Batman, 2010; Sezer, 2019; Akoğlan Kozak ve Çiçek, 2022). Turistler rehberli turlara katılırken gidilen yöre



hakkında sadece kitabi bilgiler öğrenmek istemezler. Bu bilgileri aynı zamanda eğlenceli bir tarzda duymak isterler. Turist rehberlerinden ilgi çekici ve eğlenceli bir anlatım beklenmektedir. Bu nedenle bu çalışmada turist rehberlerinin turlarda efsane ve mitoloji kullanım düzeyleri araştırılmıştır.

Araştırma bulguları incelendiğinde turist rehberlerinin anlatımlarında efsane ve mitleri sıklıkla kullandıkları ortaya çıkmıştır. Turistlerin en fazla Antik Yunan ve Roma mitolojisine ilgi duydukları, yerli ve yabancı turistlerin efsane ve mitlere karşı verdikleri tepkinin değiştiğini ancak bütün turistlerin bu anlatılara ilgi duyduğu sonucuna varılmıştır. Benzer bir sonuç Meng ve Teng (2023) tarafından yapılan çalışmada bulunmuştur. Yazarlar yaptıkları çalışma sonucunda dövüş sanatları mitinin Çin turizm endüstrisi üzerinde güçlü bir etkisi olduğu sonucuna varmışlardır.

Turist rehberleri turlarda mutlaka efsane ve mitlerin anlatılması gerektiğini düşünmektedirler. Anlatılan mitlerin turları sadece ilgi çekici hale getirmediği aynı zamanda turistlerin hayal kurmasını ve o yöreyi içselleştirmelerini sağladığını belirtmişlerdir.

Araştırma sonucunda ayrıca, turlarda turist rehberlerinin turistlerin demografik özelliklerine göre mitolojik anlatımlarında değişiklik yaptıkları, turistlerin anlatılan mit ve efsanelere karşı ilgilerini göz teması kurarak anladıkları ve mit ve efsanelerin anlatım sürelerinin hem gidilen destinasyona hem de turist profiline göre değişiklik gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın en dikkat çekici sonucu, turistlerin en çok hangi mitlere ilgi duyduğunun ortaya çıkmasıdır. Daha önce yapılan araştırma sonuçları incelendiğinde efsane ve mitlerin birer çekicilik olarak kullanıldığı belirtilmiş fakat turistlerin hangi mitlere ilgi duyduğu ya da anlatılan mitlere karşı nasıl tepkiler verdiğini ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Örneğin, Aktaş ve Batman (2010) tarafından yapılan çalışmada turist rehberlerinin turlarda efsaneleri kullandığı ve efsanelerin birer pazarlama aracı olarak kullanılabileceği belirtilmiştir.

Araştırma sonuçları dikkate alındığında efsane ve mitlerin turist rehberleri için önemi ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle turist rehberi öğrencilerinin mitoloji

derslerine ilgi göstermeleri önerilmektedir. Gerek yükseköğretim kurumlarındaki turist rehberliği bölümleri gerekse TUREB'in sertifika programları incelendiğinde mitoloji derslerinin zorunlu olarak müfredatta yer aldığı görülmektedir. Buradan da mitolojinin rehberler için olmazsa olmazlardan biri olduğu ortaya çıkmaktadır. Turizm rehberliği eğitiminde mitoloji ve efsaneler daha iyi kullanılmalıdır. Örneğin, mitoloji eğitimi yalnızca sınıfta teorik bilgiyle sınırlandırılmayıp mitolojik anlatıların geçtiği tarihi mekanlara geziler düzenlenebilir. Öğrencilerin daha derin mitoloji bilgisine sahip olabilmeleri için popüler kültürde mitolojinin yer aldığı eserler incelenebilir. Ayrıca mitoloji öğrenmek kadar bu bilgiyi aktarmak da önemlidir. Bu nedenle öğrencilere etkili bir anlatım için hikaye anlatıcılığı dersleri verilebilir.

Bu araştırma nitel araştırma yöntemleri kullanılarak yapılmıştır. Bu nedenle nicel araştırma yöntemleriyle kıyaslandığında daha az katılımcıyla görüşülmüş fakat daha derinlemesine bilgiler edinilmiştir. Konuyla ilgili araştırma yapacak araştırmacılara daha fazla katılımcıdan bilgi edinilmesi amacıyla çalışmanın nicel yöntemlerle uygulanması önerilmektedir. Ayrıca bu çalışmada örneklem grubu turist rehberlerinden oluşmaktadır. Daha sonra yapılacak çalışmalarda turistlerin örneklem grubu olarak seçilmesi farklı bilgilerin elde edilmesini sağlayacaktır.

### **Kaynakça**

- Akoğlan Kozak, M. ve Çiçek, D. (2022). Friglerin Kullandıkları Mitolojik Unsurların Bölge Turizmine Yansımaları. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences (ATRSS)*, 5 (2), 255-268.
- Aktaş, S. (2009). *Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma* (Tez No. 253035) (Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi). YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Aktaş, S. ve Batman, O. (2010). Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma, *e-Journal of New World Sciences Academy Social Sciences*, 5(4), 367-395.
- Altunışık, R., Coşkun, R. Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* (7. Baskı). Sakarya Yayıncılık.
- Bozkurt, M. (2018). *Turist Rehberlerinin Performanslarının Turist Memnuniyeti ve Turistlerin Alışveriş Davranışı Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Uygulama* (Tez No. 532864) (Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi). YÖK Ulusal Tez Merkezi.

- Çınar, B. ve Toksöz, D. (2020). Turist Rehberliğinde Hikâyeleştirme ve Mekânların Tüketimi, *Turist Rehberliği Dergisi*, 3(1), 1-17.
- Eser, E. ve Asmadili, V. U. (2021). Mitolojik Anlatıların Kültür Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Arzu İle Kamber Efsanesi Çat Kasabası Varyantı, *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 8 (4),1572-1600.
- Harini, Y.N.A. (2018). The Use of Legend in Tourism: Case Study of Si Pitung from Indonesia, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 231, 445-447.
- Karadeniz Yağmur, S. (2018). Efsane ve Mitoloji Üzerine Genel Bir Değerlendirme ve Efsane Mitoloji İlişkisi, *Asia Minor Studies*, 6(12), 317-328.
- Kaya, B. ve Ünlüöner, K. (2021). Turist Rehberlerinin Kültürel Miras Aktarımında Hikâye Anlatıcılığının Rolü, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3): 2166-2179.
- Meng, L., Teng, C. (2023). The Mythology of Chinese Martial Arts Tourism: A Case Study of the Shaolin Temple on Multiple Dimensions. In: Jiao, D., Li, D., Meng, L., Peng, Y. (eds) *Understanding and Translating Chinese Martial Arts. New Frontiers in Translation Studies*. Springer, Singapore.
- Miles, M.B. ve Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2. Baskı). SAGE Publications.
- Pekyaman, A. (2018). Turist Rehberlerinin Tur Cazibesini Artırmada Yararlanabilecekleri Bir Araç Olarak Efsaneler: Afyonkarahisar Efsaneleri Örneği, *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2), 142-152.
- Pérez-Aranda, J.R., Guerreiro, M. ve Mendes, J. (2015). Are Myths and Legends Used in Tourism Communication as a Resource? The Case of Algarve Online Brochures, *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 5(1), 65-99.
- Saz, S. (2021). Anadolu'da Türk Sanat ve Mimarisinde Rehberlerin Karşılaştıkları Hayvan Figürleri ve Mitolojik Arka Planı, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 29-46.
- Sezer, İ. (2019). Mitolojik ve Efsanevi Unsurların Turistik Çekicilik Üzerine Etkilerinin Değerlendirilmesi: Giresun Adası Örneği, *Turkish Studies Social Sciences*, 14(5), 2463-2500.
- Şahin, H.İ. (2009). Dalyan ve Köyceğiz Çevresinde Gelenek, Turizm ve Folklorizm, *Millî Folklor*, 21(82), 50-58.
- Tanrısever, C., Pamukçu, H. ve Erdoğan, Y. (2019, 16-19 Ekim). *Turist Rehberleri Tarafından Pazarlanan Kastamonu Şehir Efsaneleri* (Bildiri Sunumu). 20. Ulusal Turizm Kongresi, Eskişehir.
- TUREB (2023). <https://www.tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/> e.t 31.01.2023.
- Türker, A. (2019). *Tur Yönetimi ve Uygulaması*, İçinde: Ö. Köroğlu & Ö. Güzel (Ed.) Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği, 275-295, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Türker, A., Kurt, S. ve Özaltın Türker, G. (2016). Fakelore ve Folklorizmin Turizm ile İlişkisi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, *Turan Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*, 8(31), 360-373.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Seçkin Yayıncılık.

## Extended Abstract

**Purpose of Research:** Tourist guides play an important role in ensuring that tourists are curious about the destination and want to get information about the places they visit. During the tour, the tourist guide is expected not only to provide information, but also to convey the information in an interesting, eye-catching and entertaining way. While giving information about the region, it is among the duties of the tourist guide to convey the stories, legends or myths of that region to the visitors and thus provide positive experiences. Tourist guides' inclusion of mythological stories in their tours has a positive impact on the quality of the tour.

Myths and legends have become one of the travel motivations of tourists today. Although myth and legend are often used interchangeably, there are differences between these concepts. The biggest difference is about the heroes. While the main heroes of myths are gods, human heroes mostly play the leading role in legends. It is also accepted that legends are more realistic than mythology. Myths, legends, fairy tales, religious legends, and events related to destinations are found interesting by tourists.

One of the interesting elements in tourist areas is mythology and legends. Tourists are curious about the history and culture of the regions they visit, as well as the mythology and legends of those regions. In fact, mythology and legends can be a source of motivation in themselves. Legendary tourism, which is considered one of the alternative tourism types, is the biggest example of this. For this reason, it is considered important to investigate the level of mythology and legend used by tourist guides in tours. This study aims to determine the level of use of mythology and legend by tourist guides in tours.

**Design and Methodology:** Within the scope of the research, the semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods, was used. "What is the level of use of myths and legends by tourist guides in tours?" is the basic question of the research. Within the scope of the research, the part-time interview technique, one of the qualitative research methods, was used. The population of the research consists of active tourist guides. According to the Union of Tourist Guides Chambers, the total number of tourist guides in Turkey is 12,403. 10,185 of these guides are active tourist guides. Since it is impossible to examine the entire population in terms of time and cost, easily accessible case sampling, one of the non-probability sampling methods, was used within the framework of the purposeful sampling method. In qualitative research, when similar expressions begin to be repeated in interviews, there is no need for further interviews. In this study, the interviews were terminated when the answers received began to repeat each other, and a total of 10 active tourist guides were interviewed. The main criterion for including the tourist guides interviewed within the scope of the research is that they use myths and legends in the tours. Within the scope of the research, participants were first asked for an appointment and an interview date was determined. All interviews were held between 01.03.2023 and 31.03.2023.

Each participant who accepted the interview was informed about the purpose of the research and asked to fill out the voluntary participant information form. Interviews were recorded with permission from the participants. The confidentiality principle was taken into account and the opinions of the participants who participated in the research were coded as Guide 1, Guide 2, without giving their names. Interviews last between 15 and 35 minutes. The audio recordings taken during the interview were later transcribed. As a result of transcription, 21 pages of data were obtained.

The questions in the questionnaire were created using the relevant literature (Aktaş and Batman, 2010; Pekyaman, 2018; Tanrısever, Pamukçu and Erdoğan, 2019; Akoğlan Kozak and Çiçek, 2022) and an interview form was prepared in draft form. The prepared draft questionnaire was presented to the opinion of 2 academicians and 2 tourist guides who are experts on this subject, and the necessary corrections were made in line with their suggestions. Some precautions (Miles and Huberman, 1994; Yıldırım and Şimşek, 2008) were taken to ensure validity and reliability in the research. These measures can be listed as follows:

- The data collection process was managed solely by the researcher.
- The research questions were clearly expressed to the participants and information was given about the subject and question when requesting an appointment for the interview.
- Participants were allowed to express their thoughts independently.
- No time constraints were applied during the interviews.
- The data obtained within the scope of the research has been backed up and stored by the researcher.
- The data obtained includes the answers of all participants, separately for each question, in the findings section of the research.
- All interviews were conducted face-to-face to support the credibility feature, which is one of the reliability analysis features.

During the interviews, demographic questions were first asked to the participants, and then answers were sought to the following research questions developed following the purpose of the study:

- To what extent do tourist guides utilize myths and legends in their narratives?
- Which myths and legends are most often told by guides?
- How do tourists react to the myths and legends told?
- Do the reactions of domestic and foreign tourists to myths and legends vary?
- Which myths and legends attract the most attention from tourists?
- Is it necessary for guides to tell myths and legends during tours?
- Do the guides' mythological narratives change according to the demographic characteristics of the tourists (age, gender, education, etc.)?
- How do guides understand whether tourists are interested in the myths and legends they tell?
- Is there any change in the duration of guides telling myths and legends depending on the destination?

The data obtained from the participants within the scope of the research were analyzed with descriptive analysis. Additionally, the findings were interpreted by quoting from the interviews.

**Findings:** As a result of the research, 60% of the tourist guides participating in the research are men, 40% are women, 40% have experience between 1-5 years, 30% have experience between 6-10 years, 20% have experience between 11-15 years and 10% have over 16 years of experience. Most of the tourist guides participating in the research speak English and provide services in all 7 regions. 90% of the tourist guides who participated in the research stated that they frequently used myths and legends in their narratives during tours. Participants mostly benefit from Ancient Greek and Roman mythology during the tour. The Foundation of Ephesus, the Legend of the Yellow Girl and the Legends of Cappadocia are among the legends that the guides include in their tours. Tourist guides stated that when

they included myths and legends in their narratives during the tour, tourists were impressed and listened with more curiosity and interest. Most of the tourist guides who participated in the research stated that the reactions of local and foreign tourists to myths and legends are different.

Tourist guides participating in the research were asked which of the myths and legends told during the tour were the most interesting to tourists. Most of the answers to this question are that there are myths about ancient Greek gods. All of the tourist guides who participated in the research stated that myths and legends should be told during the tour. They stated that the myths and legends told make the tour more fun and interesting and enable tourists to dream.

Tourist guides stated that they made changes in the mythological narratives according to the demographic characteristics of the tourists (age, gender, education, etc.) and that they understood whether the tourists were interested in the myths and legends told by making eye contact. It has also been stated that the narrative duration of myths and legends varies depending on both the destination and the tourist profile.

**Research Limitations:** The study has some limitations. This research was conducted using qualitative research methods. For this reason, fewer participants were interviewed compared to quantitative research methods.

**Implications:** Based on the findings of this research, some recommendations are offered. Considering the research results, the importance of legends and myths for tourist guides becomes evident. For this reason, it is recommended that tourist guide students show interest in mythology lessons. This research was conducted using qualitative research methods. It is recommended for researchers who will research the subject to conduct the study with quantitative methods in order to obtain information from more participants. Additionally, the sample group in this study consists of tourist guides. Choosing tourists as a sample group in future studies will enable different information to be obtained.

**Originality / Value:** The most striking result of this study is the emergence of which myths tourists are most interested in. When the results of previous research were examined, it was stated that legends and myths were used as attractions, but no study was found that revealed which myths tourists were interested in or how they reacted to the myths told. For example, in the study conducted by Aktaş and Batman (2010), it was stated that tourist guides use legends in tours and that legends can be used as marketing tools.