

A theoretical evaluation of the role of tourist guides in the cultural diplomacy process¹

Gizem Çorman², Aykut Balcı³

²Istanbul Nişantaşı University, Faculty of Art and Design, Gastronomy and Culinary Arts, Istanbul, Türkiye.

³Tekirdağ Namık Kemal University, Social Sciences Vocational School, Management and Organisation, Tekirdağ, Türkiye.

ABSTRACT

In today's international relations, cultural values and interactions between societies play a decisive role, complementing traditional political and economic power dynamics. The diversification of communication channels through globalization has brought cultural diplomacy at the heart of international relations. This study aims to evaluate the roles of tourist guides in the context of the increasing importance of cultural diplomacy within a theoretical framework. While traditionally regarded as information transmitters, tourist guides are now redefined as cultural representatives and diplomatic intermediaries. Existing theoretical and empirical studies were examined through a literature review approach. The findings revealed that tourist guides were critical actors in cultural identity construction, perception management and promotion of cultural heritage at the international level. Tourist guides, who communicated directly with international visitors, made significant contributions to the accurate representation of national culture, overcoming cultural biases, reinforcing a positive cultural image and promoting intercultural understanding. Through accurate information flow and effective cultural narratives, they paved the way for the strengthening of cultural and economic relations between countries and the formation of diplomatic cooperation. Consequently, tourist guides emerge as key actors in cultural diplomacy, assuming communicative responsibilities and participating actively in its realization.

KEYWORDS

Cultural diplomacy, Public diplomacy, Tourist guiding, Intercultural communication,

Introduction

Today, international relations are no longer shaped solely by political and economic power dynamics, but have also acquired a dimension where cultural values and intercultural interactions play a determining role. Globalization has diversified communication channels between countries, bringing cultural diplomacy to the forefront of international relations. Especially since the late 20th century, culture has emerged as a 'soft power' element in the processes of international competition and cooperation. The concept of 'soft power', as conceptualized by Joseph Nye (2004), refers to a country's ability to attract and influence other societies not through military or economic coercion, but through its culture, political values, and foreign policy practices. Tourism functions as a soft power tool, conveying a country's cultural richness and distinctive elements to both domestic and international audiences. This intercultural interaction fosters greater cultural awareness and mutual understanding among destinations and serves as a strategic response to the declining share in international markets (Mandala, 2015). Cultural diplomacy, within this framework, encompasses all state-led efforts

¹ This study was presented orally at the II. International Congress of Integrated Social Research and Interdisciplinary Studies held on 30-31 May 2025.

to enhance international image, promote cultural values, and foster positive relations with other societies (Cull, 2008).

Cultural diplomacy extends beyond traditional public diplomacy by aiming to establish lasting bonds between societies through various instruments, such as art, music, literature, film, and tourism (Mark, 2009). In this context, the actors of cultural diplomacy are not limited to state institutions and official representatives. Professional groups that engage in interpersonal interactions and facilitate direct intercultural communication also emerge as the invisible actors of cultural diplomacy. Among these professions, tour guiding holds a prominent position.

Tour guides are defined as cultural representatives who convey the cultural identity, history, traditions, and way of life of the country they represent directly to foreign visitors (Ap & Wong, 2001). In this respect, tour guiding occupies a place as a profession that can influence international perception management processes. The narratives provided by tour guides can be decisive in shaping tourists' perceptions and emotional connections to the countries they visit (Salazar, 2006). Therefore, the language used by guides, the narrative styles they choose, the stories they present, and the cultural content they convey all contribute directly to a country's soft power capacity.

Although the relevant literature includes numerous studies on cultural diplomacy in the context of cultural institutes (Güzel, 2016; Yıldırım & Kaplan, 2023; Doğan & Işık, 2024), education (Bu, 1999; Pan, 2013; Aydın, 2023), archaeology (Kersel & Luke, 2018; Meskell, 2022), international art events (Ninkovich, 1977; Grincheva, 2010; Walden, 2016; Yıldırım, 2016; Akgün, 2023; Durmuş, 2024), museums (Grincheva, 2021; Okumuş, 2021; Mariano & Varheim, 2022), and branding and perception (Hurn, 2016; Iwabuchi, 2018; Papaioannou, 2022; Ünal, 2022; Koçyiğit, Kutlu & Darı, 2024), there appears to be a lack of research specifically focusing on the position of tour guides within the framework of cultural diplomacy. However, tour guides serve as on-the-ground carriers of cultural values and enable cultural representation through direct interpersonal interaction. Especially in destinations where tourism activities are intense, the narratives of tour guides play a crucial role in forming tourists' initial and often most influential impressions of the country (Cohen, 1985).

Based on this gap in the literature, this study aims to examine the roles of tour guides in the process of cultural diplomacy from a theoretical perspective. It discusses the concept of cultural diplomacy, the profession of tour guiding, and the roles that tour guides undertake in the cultural diplomacy process, drawing upon the existing literature. Understanding the individual-level dimension of cultural diplomacy will not only contribute to tourism studies but also to the fields of international relations, cultural studies, and communication. Therefore, providing a theoretical evaluation of the role of tour guides will offer a more holistic understanding of cultural diplomacy. In this context, the study discusses how tour guides can be positioned as on-the-ground practitioners of cultural diplomacy and develops suggestions for managing this process more effectively.

Conceptual framework

The concept of cultural diplomacy

The concept of diplomacy is often used interchangeably with "international politics" or "foreign policy" in public discourse. However, diplomacy refers not to the content of these policies but rather to the processes by which they are implemented. In other words, diplomacy entails communication and interaction processes aimed at conveying a state's adopted policies and perspectives to the decision-making mechanisms of different states and fostering engagement in this context (Leguey-Feilleux, 2009). Image construction, propaganda efforts, and what is now referred to as "public diplomacy" have historically developed almost simultaneously as a broader practice of diplomacy. Even in ancient times, rulers and their envoys who were

conscious of political prestige did not disregard the perceptions of foreign societies. References to national identity and image have been found in historical records since sacred texts, and diplomatic interactions in antiquity laid the groundwork for the development of strategic communication forms directed at foreign publics (Ataseven, 2024).

Public diplomacy is a concept defined in various ways across different disciplines and lacks a universally agreed-upon definition. In its broadest sense, public diplomacy refers to the entirety of communication processes that aim to understand, inform, and influence public opinion in line with specific objectives, serving as a strategic communication tool (Aydoğan, 2011). Traditional diplomacy is primarily based on official interstate relations, encompassing contacts and negotiations conducted between governments. In contrast, public diplomacy emerges as a diplomatic instrument that enables governments to communicate not only with officials of other states but also directly with global publics (Kömür, 2020). Public diplomacy can be defined as a set of communication activities by which governments seek to inform, influence, and engage foreign audiences in support of their national interests. Ultimately, public diplomacy refers to a systematic communication process established by international actors to influence global public opinion in accordance with their strategic goals (Aksu, 2021).

As a subfield of public diplomacy, cultural diplomacy emerges as a distinct domain where culture-based interactions take center stage. While public diplomacy aims to enable states to directly communicate their policies and cultural values to foreign publics (Gilboa, 2008), cultural diplomacy refers specifically to the dimension of this process carried out through culture-based interactions. Cultural diplomacy involves the deliberate and strategic exchange of ideas, values, traditions, and cultural artifacts to foster mutual understanding, strengthen relationships, advance socio-cultural cooperation, and promote national or international interests (Institute for Cultural Diplomacy, 2025). It seeks to cultivate a favorable image among foreign societies by leveraging instruments, such as art, education, language, sports, literature, and tourism (Mark, 2009). In this context, cultural diplomacy today is embodied through institutions, such as Göbeklitepe (Yağmurlu, 2020), the Yunus Emre Institute (Okumuş & Çelik, 2024), and the British Council (Doğan & Işık, 2024). It is carried out through activities centered on cultural heritage, the arts, language, and education (Arndt, 2005).

Cultural diplomacy is defined as a set of activities that aim to strengthen international relations and promote cooperation by fostering the exchange of cultural values, traditions, and elements of identity. According to another perspective, cultural diplomacy is the process by which nations introduce themselves and exert influence in the international arena by using their cultural values as a means of communication (Avşar et al., 2022, p. 13). Both approaches underline that cultural diplomacy ultimately aims to enhance mutual understanding and contribute to peace through cultural interaction.

Cultural diplomacy is considered a component of the political scientist Joseph Nye's concept of "soft power." Nye (1990) defines soft power as "an indirect form of power that enables communities and states to shape the behavior of others through attraction and persuasion rather than coercion" (Grincheva, 2023). The elements that shape a country's soft power capacity include its historical heritage, cultural values, consistently applied political principles at both national and international levels, social structure, level of education, traditional norms, the functioning of public institutions, the effectiveness of civil society, and its ability to influence global public opinion-among other multidimensional factors (Akbaş, 2016). Soft power is a significant foreign policy instrument directly associated with a country's image in the international arena. The higher a state's perceived power on a global scale, the greater its capacity to attract and influence other societies. In this context, the tourism industry, with its cultural, economic, and communicative attributes, stands out as a field that both contributes to the components of soft power and strategically benefits from them (Güleç et al., 2020).

Nicholas Cull (2008) classifies cultural diplomacy as one of the five core activities of public diplomacy and emphasizes that culture functions as an independent language of communication in interstate relations. These five activities are categorized as: "listening," which involves gathering and analyzing information; "advocacy," aimed at protecting national political or economic interests; "exchange diplomacy," which prioritizes mutual interaction; "international broadcasting," based on the transmission of information and values; and "cultural diplomacy," which centers on cultural interaction. According to this approach, while advocacy and international broadcasting focus primarily on one-way communication, listening serves the purpose of information acquisition, whereas exchange diplomacy and cultural diplomacy aim at fostering mutual cooperation and partnership. Within this framework, cultural diplomacy can be conducted by public institutions, private sector actors, or civil society organizations, each contributing to the shared goal of building trust among cultural differences and enhancing dialogue (Institute for Cultural Diplomacy, 2025). Therefore, cultural diplomacy becomes a multidimensional process carried out not only by state institutions but also through the involvement of various societal actors operating in fields, such as civil society, the arts, academia, media, and tourism.

In conclusion, cultural diplomacy goes beyond the traditional understanding of diplomacy by transforming cultural values into strategic tools in the international arena. Cultural diplomacy both reinforces mutual understanding between societies and plays a central role in the soft power strategies of states.

The concept of tour guiding

Tour guiding has historically emerged from the need for guidance that arose as people began to travelling accross regions (Usta, 2009). However, its institutionalization as a profession began notably in the 19th century with the rise of organized tours in Western Europe (Cohen, 1985). In Turkey, the profession gained prominence in the mid-20th century alongside the development of tourism and gradually acquired professional status (Çokişler, 2023).

In Turkey, tour guiding has been given a legal foundation through Law No. 6326 on the Profession of Tour Guiding. According to this law, tour guiding is defined as a professional service that encompassing the provision of information, orientation, interpretation, and accompaniment for tourist groups or individuals (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012). Tour guides are considered professionals who go beyond merely transmitting information; they are responsible for ensuring tourists' safety at the destination, helping with navigation, facilitating cultural adaptation, and enhancing overall visitor satisfaction (Holloway, 1981; Ap & Wong, 2001).

Tour guides serve as crucial intermediaries in helping tourists make sense of their experiences and accurately interpret cultural elements. In this context, a guide's knowledge, communication skills, and narrative style play a decisive role in shaping tourists' perceptions of the destination (Salazar, 2006). Historically, tour guiding has been recognized primarily for its function in transmitting information (Holloway, 1981). However, tour guides also assume a variety of roles, such as instructor, leader, organizer, representative, entertainer, and mediator, which directly influence both their professional competence and the overall quality of the tourist experience (Zhang & Chow, 2004). Cohen (1985) describes tour guides as "cultural intermediaries," highlighting their role in helping visitors understand unfamiliar cultural contexts.

Tour guides organize tourist experiences, shape perceptions of local culture, and often embody various facets of national identity on the ground (Salazar, 2006). They play a strategic role in the promotion of destinations and in the construction of a country's image. Through their narratives and guidance, tour guides influence tourists' perceptions of a destination, which in turn affects the region's visibility and the likelihood of repeat visits (Cheng et al., 2015; Huang et al., 2015;

Çetinkaya & Öter, 2016; Çorman, 2023). Moreover, guides' ability to convey cultural knowledge contributes to the formation of a positive national image among tourists (Çokal & Yılmaz, 2020). Ap and Wong (2001) emphasize that tour guides transmit cultural norms and help shape the emotional bonds visitors develop with the country. The narrative techniques, stories, and examples chosen by the guide can directly influence how visitors perceive the country. This process is of particular significance in the context of cultural diplomacy.

Especially in the context of cultural heritage sites, tour guides do more than provide historical information about a destination; they also build meaningful bridges between the past and the present and present the values and lifestyles of local communities in a way that is comprehensible to foreign visitors (Reisinger & Steiner, 2006). This function directly aligns with the goals of cultural diplomacy, as it contributes to the understanding of cultural differences and the promotion of mutual respect.

The roles of tour guides in the process of cultural diplomacy

Tourism offers visitors the opportunity to become acquainted with the language, culture, history, and natural environment of the host country, while also allowing local communities to engage with foreign cultures. However, in the absence of effective intercultural communication, misunderstandings and prejudices may arise - potentially undermining both tourism activities and the broader atmosphere of global peace. In this context, tour guides, tasked with representing their countries, bear significant responsibilities. As the first point of contact and primary communicators throughout the tourist experience, tour guides not only transmit information but also contribute to the development of intercultural understanding through effective communication skills (Şahin & Avcıkurt, 2013).

Tour guides play a significant role as intermediary actors facilitating interaction between tourists and unfamiliar environments. In this context, guides fulfill various responsibilities, including organizing transportation, interpreting cultural and linguistic differences, resolving problems encountered during the trip, protecting visitors from potential difficulties, and transforming the destination into a safe and enjoyable experience. These tasks play a central role in structuring the overall tourist experience (Schmidt, 1979). A tour guide is considered a key figure who provides and interprets information about the destination, ensures the smooth operation of the tour, represents the local community on-site, and shapes tourists' perceptions of the destination. Tour guiding extends beyond information transmission; it serves as a mechanism for shaping the tourist experience and enriching engagement with the destination (Çorman & Özdemir, 2024).

By promoting intercultural interaction, tour guides contribute to the understanding of cultural differences and thus play a vital role in enhancing intercultural communication. They also serve as mediators who enable visitors to come into direct contact with different cultural contexts, facilitating firsthand experiences of these cultures (Weiler & Yu, 2007; Albuz et al., 2018).

The profession of tour guiding can be considered an important instrument in the process of international interaction and communication, which is one of the core functions of cultural diplomacy. Traditionally, cultural diplomacy has been employed by states as a means to strengthen their relations with the outside world (Gienow-Hecht & Donfried, 2010, p. 11); likewise, tour guides contribute to the development of intercultural understanding and communication between countries by facilitating the direct transmission of cultural values.

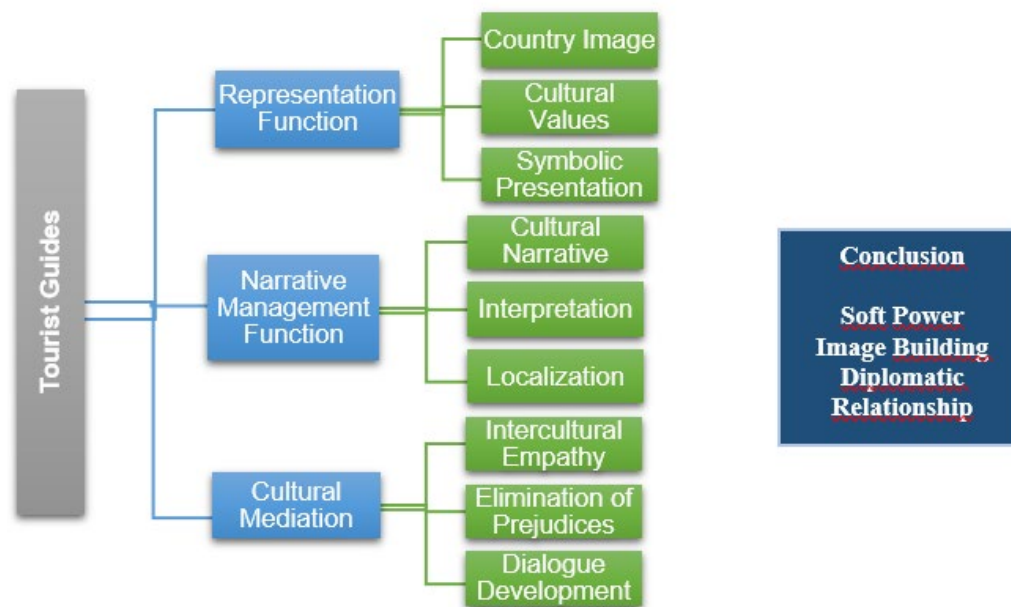


Figure 1 The role of tourist guides as cultural diplomacy actors

Figure 1 illustrates a proposed model aimed at explaining the roles of tour guides as cultural diplomacy actors, grounded in three core functions: representation, narrative management, and cultural mediation. The representation function refers to the tour guides' responsibility to accurately and effectively convey national culture, historical heritage, and societal values to visitors (Cohen, 1985; Black & Weiler, 2005; Prakash & Chowdhary, 2010; Gelbman & Collins-Kreiner, 2016; İrigüler & Güler, 2016; Al-Okaily, 2022). These representations are pivotal in shaping a country's international image and promoting cultural symbols (Pereira, 2015). The narrative management function underscores the transfer of cultural information and the guide's ability to structure it into stories, attach meaning to it, and frame it within a context where visitors may emerge emotional connections (Reisinger & Steiner, 2006; Bryon, 2012; Çınar & Tokgöz, 2020). Through this function, guides are able to transform the tourist experience from a routine visit into a meaningful and impactful cultural encounter. The cultural mediation function entails the guide's role in fostering mutual understanding, dismantling prejudices, and supporting intercultural dialogue by empathizing with tourists from diverse cultural backgrounds (Yu et al., 2002; Weiler & Walker, 2014; Feldman & Skinner, 2018; Köroğlu & Güzel, 2022; Shi et al., 2023). The integration of these three functions positions tour guides as on-the-ground agents of soft power interactions between nations. The role of tour guides in cultural diplomacy is evaluated through both their professional practices and the dynamics of intercultural interaction. In particular, within the framework of Gudykunst and Kim's (2003) concept of Intercultural Adaptation, tour guides may be seen as mediators, balancers, and meaning-makers in communicating with individuals from different cultural backgrounds. According to this theory, individuals tend to make sense of unfamiliar elements and adapt to them during intercultural encounters. In such processes, tour guides can serve both as interpreters of local cultural codes and as facilitators who enhance the visitor's cultural awareness. Furthermore, when examined in light of Milton Bennett's (2017) Developmental Model of Intercultural Sensitivity (DMIS), guides' levels of cultural empathy and sensitivity to difference (Reisinger & Steiner, 2006; Modlin et al., 2011) emerge as key factors that directly influence their success in cultural diplomacy. In this context, tour guides' narrative strategies and representational capabilities are regarded not merely as tools for information delivery but as instruments for enhancing intercultural understanding and supporting soft power practices.

This situation necessitates the recognition of tour guides as “actors of cultural diplomacy.” Guides do not merely convey historical facts; they also introduce visitors to cultural norms, social values, and contemporary lifestyles (Rabotić, 2010). At times, offering a more personal and human-centered form of communication beyond official narratives enables visitors to empathize with the local population (Weiler & Black, 2015). The tour guide showcases the site, region, or country being visited, summarizing its essence and assuming a public relations mission in this context (Dahles, 2002). The way guides construct their narratives - through selective emphasis and content organization related to cultural heritage - can either positively reinforce or negatively influence visitors’ perceptions of the country. Therefore, the professional training of tour guides should place particular emphasis on developing intercultural communication skills, cultural sensitivity, and an awareness of diplomatic representation.

International promotional efforts play a decisive role in shaping a state’s position in global public opinion, its reputation, perceived image, and ultimately its effectiveness in foreign relations. Institutions and organizations engaged in promotional activities - chief among them the Ministry of Culture and Tourism - operate in mutual coordination (Çavuş, 2013). The “Turkey Home” campaign, launched by the Republic of Türkiye’s Ministry of Culture and Tourism in 2014, is a prime example of the use of social media as a tool of cultural diplomacy. The campaign aimed to strengthen Türkiye’s destination branding by delivering English-language content to targeted audiences, showcasing the country’s cultural heritage, tourist destinations, and culinary traditions through social media influencers. Emphasizing historical and natural heritage sites, such as the Grand Bazaar, Troy, Cappadocia, Ephesus, Zeugma, Antalya, Belek, Alaçatı, Pamukkale, and Mount Nemrut, the campaign highlighted Türkiye’s cultural diversity and the famed Turkish hospitality (Sancar, 2017, p. 105). While such digital campaigns contribute to the growing international interest in Türkiye’s culture, tour guides, who interact directly with incoming tourists, emerge as key complementary actors in this process. By deepening the impressions created through digital campaigns, tour guides enable visitors to experience Türkiye’s cultural values more comprehensively and meaningfully, thus making a direct contribution to cultural diplomacy. In this context, tour guides should be regarded as on-the-ground implementers of digital cultural diplomacy initiatives.

Conclusions and recommendations

In a globalizing world, cultural diplomacy has become an increasingly important tool in shaping the international image of states and building bridges of understanding between societies. The effectiveness of cultural diplomacy is not limited to official institutions and programs, but is also greatly supported by interpersonal relations, intimate contacts and daily interactions.

Tourism is considered an important soft power tool thanks to its power to shape the international image of countries and influence perceptions in foreign societies (Güleç et al., 2020). By showcasing natural beauties, historical sites and hospitality, countries can increase their international reputation and positively influence their diplomatic positions by attracting tourists (Carbone, 2017). Tourism is considered a vehicle for cultural diplomacy, facilitating experiential learning about diverse societies and cultures. This study was conducted to conceptualize the role of tourist guides, one of the implementing actors of cultural diplomacy in the field. Cultural diplomacy, which is primarily addressed in the literature through state-based policies, cultural exchange programs and media tools, was evaluated at the micro level and in the context of interpersonal interaction in this study. This study makes a theoretical contribution to the literature by positioning tourist guides as silent but effective representatives of cultural diplomacy in the field.

Tour guides are central in conveying cultural heritage accurately, impressively and empathetically. Through the information they provide, the cultural narratives they tell and the one-on-one relationships they establish with visitors, they promote their country’s cultural values

and social identity of their country and contribute to the formation of a positive country image in the international arena (Zhao and Lin, 2014). Therefore, by communicating directly with visitors, tour guides fulfill the function of cultural representation and contribute to developing international relations at the micro level (Feldman and Skinner, 2018). In line with Nye's (2004) definition of soft power, it is possible to define tour guides as actors in the field who embody the cultural appeal of their country.

According to Scott-Smith (2016), cultural diplomacy has eight basic functions. These functions can be summarized as strengthening international dialogue and establishing trust, ensuring cultural and political recognition, gaining economic benefits, enhancing the image and reputation of national culture, breaking existing prejudices in foreign societies, combating negative perceptions about national culture, preparing a suitable ground for future collaborations, and spreading a worldview based on certain discourses, beliefs, or ideologies. In this context, the tourist guide profession can be considered one of the most concrete implementers of these aims of cultural diplomacy in the field. Tour guides contribute to the promotion and accurate representation of national culture by communicating directly with international visitors. At the same time, it plays a critical role in overcoming prejudices, reinforcing a positive cultural image and developing intercultural understanding. The accurate flow of information and effective cultural narrative provided by tourist guides support the strengthening cultural and economic relations between countries and establishing future partnerships and diplomatic rapprochement.

In the context of intercultural communication, tour guides act as intermediaries in the process of meaning production; they enable cultural interaction by filling the gaps that may occur between different value systems, norms and communication styles. In this context, the function of tour guides becomes even more meaningful when evaluated within the framework of Hofstede's (2001) cultural dimensions model. Especially in cultural encounters where communication styles differ, the explanations and directions provided by the guides strengthen intercultural harmony and play a role in preventing potential misunderstandings (Zhao and Lin, 2014).

The influence of tour guides is not only limited to content transfer, but also shapes visitors' perceptions of the host country. Most visitors form their first-hand impressions of the country they visit through the guides' discourses, behaviors, and communication style. This makes tour guides the primary source of influence in the formation of the country's image (Jang et al., 2022).

Tourist guides also play important roles as unofficial diplomatic actors. Within the framework of the concept of 'cultural diplomacy' included in Cull's (2008) classification of public diplomacy, communication-based activities carried out by non-state actors at the international level gain legitimacy. These activities contribute to strengthening intercultural interaction. In this context, although they do not have an official diplomatic status, tour guides strengthen mutual understanding by directly interacting with visitors and mediate the development of relations between countries at the social level. In addition, it is evaluated in the context of guides' ethical responsibilities that they present the culture they represent in an accurate, balanced and respectful manner. The transfer of cultural heritage without commercialization and exoticization with reductionist approaches contributes to both sustainable tourism principles and fair cultural representation (Donbak, 2020). In this context, tour guides stand out as ethical carriers and protectors of cultural heritage (Kouchaki et al., 2023). When all these functions are evaluated together, it is seen that tour guides undertake critical roles within the multidimensional structure of cultural diplomacy. These roles, ranging from cultural mediation to soft power representation, from perception management to unofficial diplomatic representation, make it possible to evaluate tour guiding not only as a touristic service area but also as a strategic public diplomacy tool.

In the relevant literature, it is seen that the functions of tourist guides in the cultural diplomacy process are not sufficiently conceptualized and systematically addressed. This study aims to fill this gap and examines from a theoretical perspective how tourist guides undertake a representation and mediation function in the context of cultural diplomacy. In this context, it is anticipated that defining and supporting tourist guides as cultural diplomacy actors and strengthening them professionally in accordance with this role will provide strategic contributions to the tourism sector and the field of international relations. In this context, several suggestions have been developed on the subject.

- Intercultural communication, cultural representation, narrative management and diplomatic sensitivity should be integrated into tourist guide training programs.
- Positioning tourist guides as cultural diplomacy actors should be integrated with soft power strategies developed at the national level and provided with an institutional framework in relevant policy documents.
- Considering the role of tour guides in the cultural diplomacy process, it is of great importance to increase the international travel capacity of this professional group, to develop their representation skills and to support their diplomatic missions. In this context, giving specially stamped passports to tour guides can be considered a symbolic and functional support that will strengthen their position as cultural diplomacy actors. Especially for countries like Türkiye that see tourism as a tool of soft power strategy, the fact that tour guides benefit from facilities, such as visa exemption for their travels abroad will both encourage their individual development and enable them to make more effective contributions to the promotion of the country. Facilitating the participation of tour guides in international fairs, promotional organizations, academic or vocational trainings will directly increase the representation capacity of this professional group in cultural diplomacy. In addition, such an application will show the strategic importance that the state attaches to the tour guide profession and that it recognizes tour guides as cultural mission carriers.

As a result, it should be acknowledged that tourist guides are important actors not only in the tourism sector but also in culture-based foreign policy. Therefore, the guiding profession should be re-evaluated from a cultural diplomacy perspective and made more visible in academic studies and public policies.

Author contribution rates

1st Author: %60, 2nd Author: %40, contributed to the study.

Conflict of interest declaration

Our article titled "A theoretical evaluation of the role of tourist guides in the cultural diplomacy process" has no financial conflict of interest with any institution, organization or person. There is also no conflict of interest between the authors.

Bibliography

- Akbaş, Z. (2016). Yumuşak güç olgusu ve turizm ilişkisi: Medikal turizm kapsamında Ortadoğu'dan gelen turistler üzerine bir değerlendirme. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 73-106. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/305744>
- Akgün, A. C. (2023). Kültürel diplomasi bağlamında sanal fenomenlerin sosyal ağ kullanımı: Imma Gram örneği. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 258-275. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3522545>

- Aksu, F. (2024). Kamu diplomasisi: Kavramlar, yaklaşımlar ve uygulamalar. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(Özel Sayı), 211-230. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3908003>
- Albuz, N., Çakmak, T., Eren, A., Tekin, Ö., & Güven Yeşildağ, N. G. (2018). *Turist rehberliğine giriş*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Al-Okaily, N. S. (2022). A model for tour guide performance. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 23(6), 1077-1101. <https://doi.org/10.1080/15256480.2021.1905584>
- Ap, J., & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00013-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9)
- Arndt, R. T. (2011). *The first resort of kings: American cultural diplomacy in the twentieth century*. Potomac Books, Inc..
- Ataseven, U. (2024). Antik çağ diplomasisi. Retrieved May 2, 2025 from <https://www.indyturk.com/node/702441/t%C3%BCrki%C2%B7yeden-sesler/antik-%C3%A7a%C4%9F-diplomasisi>.
- Avşar, Z., Şahin, M., Küçükyılmaz, M. M., Ökten, S., & Veske, M. P. (2022). *Türkiye'nin yumuşak güç enstrümanı olarak kültürel diplomasi ve iletişim*. İstanbul: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Aydın, Y. (2023). Kültürel diplomasi çerçevesinde edebiyat ve eğitimin etkileri: Fransa ve İtalya örnekleri. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (33), 1123-1132. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3095529>
- Aydoğan, B. (2011). Rapor: güç kavramı ve kamu diplomasisi. Retrieved May 2, 2025 from https://www.politikadergisi.com/makale/guc-kavrami-ve-kamu-diplomasisi?quicktabs_son_yorumlar=2&quicktabs_yazi_bloklari=2&quicktabs_en_son_erikler=4&quicktabs_editoriya_seckileri=2.
- Bennett, M. J. (2017). Developmental Model of Intercultural Sensitivity. *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*, 1–10. <https://doi.org/10.1002/9781118783665.ieicc0182>
- Black, R., & Weiler, B. (2005). Quality assurance and regulatory mechanisms in the tour guiding industry: A systematic review. *The Journal of Tourism Studies*, 16(1), 24-37. <https://doi.org/10.3316/ielapa.200509017>
- Bryon, J. (2012). Tour guides as storytellers-from selling to sharing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 27-43. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.656922>
- Bu, L. (1999). Educational exchange and cultural diplomacy in the Cold War. *Journal of American studies*, 33(3), 393-415. <https://doi.org/10.1017/S0021875899006167>
- Carbone, F. (2017). International tourism and cultural diplomacy: A new conceptual approach towards global mutual understanding and peace through tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 65(1), 61-74. <https://hrcak.srce.hr/file/263329>
- Cheng, Y. S., Kuo, N. T., Chang, K. C., & Chen, C. H. (2019). How a tour guide interpretation service creates intention to revisit for tourists from mainland China: the mediating effect of perceived value. *Journal of China Tourism Research*, 15(1), 84-104. <https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1517067>
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90037-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90037-4)
- Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Lessons from the past. *CPD perspectives on public diplomacy*, 2, 1-28.
- Institute for Cultural Diplomacy. (2025). Cultural diplomacy. Retrieved May 3, 2025, from https://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy.
- Çavuş, T. (2013). Dış politikada yumuşak güç kavramı ve Türkiye'nin yumuşak güç kullanımı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 23-37. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/107654>
- Çınar, B., & Toksöz, D. (2020). Turist rehberliğinde hikayeleştirme ve mekânların tüketimi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 3(1), 1-17. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1168645>
- Çokal, Z., & Yılmaz, İ., (2020), Turist rehberlerinin etik davranışlarının destinasyon imajına etkisi: Kapadokya Örneği, *Verimlilik Dergisi*, 4, T. C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Yayını.
- Çokişler, N. (2023). Türkiye'de turist rehberliği mesleği: tarihsel bir bakış açısı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(3), 80-108. <https://doi.org/10.17123/atad.1324330>

- Çorman, G. (2023). *Gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi ile davranışsal niyet ilişkisi: Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün etkisi*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Çorman, G., & Yılmaz, G. Ö. (2024). Gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi: Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün etkisi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 332-352. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1382>
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding-image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00083-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00083-4)
- Doğan, O., & Işık, G. (2024). Türkiye’de İngiliz kültürel diplomasi varlığı: British Council. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(1), 1-36. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3605028>
- Donbak, E. R. (2020). Tourist guides as representatives of sustainable tourism: Evidence from Turkey. In cases on tour guide practices for alternative tourism (pp. 39-54). IGI Global.
- Durmuş, İ. (2024). Kültürel diplomasi ve sinema: Nuri Bilge Ceylan Sineması üzerine bir değerlendirme. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (40), 403-425. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1504263>
- Feldman, J., & Skinner, J. (2018). Tour guides as cultural mediators. *Ethnologia Europaea*, 48(2), 5-13. <https://doi.org/10.16995/ee.1955>
- Gelbman, A., & Collins-Kreiner, N. (2018). Cultural and behavioral differences: tour guides gazing at tourists. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(2), 155-172. <https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1240686>
- Gienow-Hecht, J. & Donfried, M. (2010). *Searching for a cultural diplomacy*. Oxford: Berghahn Books.
- Grincheva, N. (2021). Cultural diplomacy under the “digital lockdown”: pandemic challenges and opportunities in museum diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 18(1), 8-11. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00237-z>
- Grincheva, N. (2023). The past and future of cultural diplomacy. *International Journal of Cultural Policy*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2183949>
- Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (1992). *Communicating with strangers: An approach to intercultural communication* (Vol.19). New York: McGraw-Hill.
- Güleç, E., İlban, M. O., & Aydemir, B. (2020). Dış politikada yumuşak güç unsuru olarak turizm: Özbekistan örneği. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 20(2), 287-305. <https://doi.org/10.32449/egetid.715124>
- Güzel, S. Ç. (2016). Dış yardımlarda destekleyici bir unsur olarak kültürel diplomasi ve Yunus Emre Enstitüsü örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(2), 343-359. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/29907/322098>
- Hofstede, G. (2001). *Culture’s consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage Publications.
- Holloway, J. C. (1981). The guided tour: A sociological approach. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 377-402. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90005-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90005-0)
- Huang, S., Weiler, B., & Assaker, G. (2015). Effects of interpretive guiding outcomes on tourist satisfaction and behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 54(3), 344-358. <https://doi.org/10.1177/004728751351742>
- Hurn, B. J. (2016). The role of cultural diplomacy in nation branding. *Industrial and Commercial Training*, 48(2), 80-85. <https://doi.org/10.1108/ICT-06-2015-0043>
- Irigüler, F., & Güler, M. E. (2016). Tourist guiding: “Cinderella” of the tourism. *Global Issues and Trends in Tourism*, 203, 203-220.
- Iwabuchi, K. (2018). Pop-culture diplomacy in Japan: Soft power, nation branding and the question of ‘international cultural exchange’. In *Cultural Diplomacy: Beyond the National Interest?* (pp. 65-78). Routledge.
- Jiang, X., Qin, J., Gao, J., & Gossage, M. G. (2022). How tourists’ perception affects travel intention: Mechanism pathways and boundary conditions. *Frontiers in Psychology*, 13, 821364. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.821364>

- Kersel, M. M., & Luke, C. (2018). Introduction: The power of place at the US overseas research centers, heritage diplomacy, and archaeology. *Journal of Eastern Mediterranean Archaeology & Heritage Studies*, 6(3), 167-171. <https://doi.org/10.5325/jeasmedarcherstu.6.3.0167>
- Koçyiğit, A., Kutlu, M., & Darı, A. B. (2024). Yeni medya çağında kültürel diplomasi: etkileşim, imaj ve algı yönetimi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(3), 708-727. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.1511171>
- Kouchaki Motlagh, Z., Hasani, A., & Bastenegar, M. (2023). Creativity in tour guides with an emphasis on cultural intelligence. *International Journal of Tourism, Culture & Spirituality*, 6(1), 183-202. <https://doi.org/10.22133/IJTCS.2023.418557.1142>
- Kömür, G. (2020). Yumuşak güç unsuru olarak kamu diplomasisi. *International Journal of Politics and Security (IJPS)*, 2(3), 89-115. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijps/issue/54229/715785>
- Köroğlu, Ö., & Güzel, Ö. (2022). Turist rehberlerinin kültürel arabuluculuk rol boyutlarını belirlemeye yönelik nitel bir araştırma. *Journal of Travel and Tourism Research*, (20), 1-30. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ttr/issue/71139/1140371>
- Leguey-Feilleux, J. R. (2009). *The dynamics of diplomacy* (pp. 63-64). Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers.
- Mandala, L. (2015). Arts, tourism, & cultural diplomacy. *Arts and America: Arts, culture, and the future of America's communities*, 129-140.
- Mariano, R., & Vårheim, A. (2022). Libraries, museums and cultural centers in foreign policy and cultural diplomacy: a scoping review. *Journal of Documentation*, 78(3), 651-672. <https://doi.org/10.1108/JD-05-2021-0103>
- Mark, S. (2009). A greater role for cultural diplomacy. Clingendael: Netherlands Institute of International Relations. Retrieved May 2, 2025 from <https://www.clingendael.org>.
- Meskeel, L. (2022). Rainey and the Russians: Arctic archaeology, 'Eskimology' and Cold War cultural diplomacy. *Archaeological Dialogues*, 29(2), 138-154. <https://doi.org/10.1017/S1380203822000228>
- Modlin Jr, E. A., Alderman, D. H., & Gentry, G. W. (2011). Tour guides as creators of empathy: The role of affective inequality in marginalizing the enslaved at plantation house museums. *Tourist Studies*, 11(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/146879761141200>
- Ninkovich, F. (1977). The currents of Cultural Diplomacy: art and the State Department, 1938-1947. *Diplomatic History*, 1(3), 215-238. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7709.1977.tb00239.x>
- Nye, J. S. (1990). The changing nature of world power. *Political Science Quarterly*, 105(2), 177-192. <https://doi.org/10.2307/2151022>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Okumuş, M. (2021). Kültürel diplomasi bağlamında sanal müzeler. *Selçuk İletişim*, 14(4), 1972-2002. <https://doi.org/10.18094/josc.933919>
- Okumuş, S., & Çelik, S. (2024). Kamu diplomasisi tekniği olarak kültürel diplomasi: Yunus Emre Enstitüsü örneği. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (21), 147-166. <https://doi.org/10.46250/kulturder.1445597>
- Pan, S. Y. (2013). Confucius Institute project: China's cultural diplomacy and soft power projection. *Asian Education and Development Studies*, 2(1), 22-33. <https://doi.org/10.1108/20463161311297608>
- Papaioannou, K. (2022). Cultural diplomacy and nation branding in modern competitive international environment. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(5), 45-49. <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2022.2.5.302>
- Pereira, A. M. (2015). Tour guides and destination image: Evidence from Portugal. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 3(7-8), 129-150. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2015.08.001>
- Prakash, M., & Chowdhary, N. (2010). Tour guides: Roles, challenges and desired competences a review of literature. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 3(1), 1-13. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/77155938/tour_guides_roles_challenges_and_desired_competences_libre.pdf?1640265343=&response-content-
- Rabotić, B. (2010). Tourist guides in contemporary tourism. In *International conference on tourism and environment* (pp. 353-364).
- Reisinger, Y., & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing interpretation: The role of tour guides in authentic tourism. *Current Issues in Tourism*, 9(6), 481-498. <https://doi.org/10.2167/cit280.0>

- Salazar, N.B. (2005) Tourism and glocalization: 'local' tour guiding. *Annals of Tourism Research*, 32, 628-646. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.012>
- Sancar, G. (2017). Turizm diplomasisi kapsamında yer markalama: Turkey Home kampanya analizi. *Selçuk İletişim*, 9(4), 89-108. <https://dergipark.org.tr/en/pub/josc/issue/27540/289731>
- Schmidt, C. J. (1979). The guided tour: Insulated adventure. *Urban Life*, 7(4), 441-467. <https://doi.org/10.1177/089124167900700402>
- Scott-Smith, G. P. (2016). Cultural diplomacy. A. R. Holmes, & S. Rofo (Ed.) *Global Diplomacy - Theories, Types and Models* içinde (pp. 176-195). Boulder CO: Westview Press.
- Shi, L., Ma, J. Y., & Ann, C. O. (2023). Exploring the effect of tour guide cultural interpretation on Tourists' loyalty in the context of the southern journey by Emperor Qianlong. *Sustainability*, 15(15), 11585. <https://doi.org/10.3390/su151511585>
- Şahin, S. Ş., & Avcıkurt, C. (2013). Turist rehberlerinin iletişim yeterlilikleri: Turistlerin görüşlerinin chaid analizi ile değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(29), 303-327. <https://dergipark.org.tr/en/pub/baunsobed/issue/50182/645969>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu. Resmî Gazete, 28227.
- Usta, Ö. (2009). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünal, U. (2022). Kamu diplomasisi bağlamında ulus marka iletişimi yönetimi. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 212-229. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7472491>
- Walden, L. (2019). Cultural diplomacy and internationalism in regional art institutions. *Visual Studies*, 34(4), 350-363. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2020.1715242>
- Weiler, B., & Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: One-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1083742>
- Weiler, B., & Walker, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 90-99. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.08.001>
- Weiler, B., & Yu, X. (2007). Dimensions of cultural mediation in guiding Chinese tour groups: Implications for interpretation. *Tourism Recreation Research*, 32(3), 13-22. <https://doi.org/10.1080/02508281.2007.11081535>
- Yağmurlu, A. (2020). Dünya mirası ve kamu diplomasisi: Göbekli Tepe örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (49), 46-64. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sufesosbil/issue/54046/692655>
- Yıldırım, G. (2016). Kültürel diplomasi ve uluslararası halkla ilişkiler çerçevesinde Cumhuriyetin ilk yıllarında Türk kültürü ve sanatının uluslararası alanda tanıtımı. *Aydın İnsan ve Toplum Dergisi*, 2(4), 221-256. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/651190>
- Yıldırım, G., & Kaplan, M. (2023). Ülke tanıtımında kültürel diplomasinin önemli bir aracı olarak ulusal kültür enstitülerinin rolü. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (59), 203-221. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1228127>
- Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2002). Intercultural communication and mediation: A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8(1), 75-87. <https://doi.org/10.1177/135676670200800108>
- Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81-91. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00064-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00064-5)
- Zhao, D., & Y. Lin, I. (2014). Understanding tourists' perception and evaluation of inter-cultural service encounters: a holistic mental model process. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 290-309. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-09-2013-0070>

Turist rehberlerinin kültürel diplomasi sürecindeki rolü üzerine kuramsal bir değerlendirme

Gizem Çorman¹, Aykut Balcı²

¹İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İstanbul, Türkiye.

²Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Yönetim ve Organizasyon, Tekirdağ, Türkiye.

ÖZET

Günümüz uluslararası ilişkilerinde, kültürel değerler ve toplumlar arasında etkileşimler, geleneksel siyasi ve ekonomik güç dinamiklerini tamamlayarak belirleyici bir rol üstlenmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle iletişim kanallarının çeşitlenmesi, kültürel diplomasiyi uluslararası ilişkilerin merkezine taşımıştır. Bu çalışma, kültürel diplomasiğin artan önemi bağlamında turist rehberlerinin üstlendikleri rolleri kuramsal bir çerçevede değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Geleneksel olarak bilgi aktarıcıları olarak görülen turist rehberleri, günümüzde kültürel temsilciler ve diplomatik aracı kişiler olarak konumlanmaktadır. Araştırmada literatür taraması yöntemi kullanılarak mevcut teorik ve ampirik çalışmalar incelenmiştir. Bulgular, turist rehberlerinin kültürel kimlik inşasında, algı yönetiminde ve kültürel mirasın uluslararası düzeyde tanıtımında önemli aktörler olduğunu ortaya koymaktadır. Uluslararası ziyaretçilerle doğrudan iletişim kuran turist rehberleri, ulusal kültürün doğru temsil edilmesine, kültürel önyargıların aşılmasına, olumlu kültürel imajın pekiştirilmesine ve kültürlerarası anlayışın gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. Buna ilaveten turist rehberleri doğru bilgi akışı ve etkili kültürel anlatılar yoluyla ülkelerarası kültürel ve ekonomik ilişkilerin güçlenmesine ve diplomatik iş birliklerinin oluşmasına zemin hazırlamaktadırlar. Bu bağlamda turist rehberleri, kültürel diplomaside iletişim rolünü üstlenen ve uygulamada aktif rol oynayan temel aktörler arasında yer almaktadır.

ANAHTAR KELİMELER

Kültürel diplomasi, kamu diplomasisi, turist rehberliği, kültürlerarası iletişim.

Giriş

Günümüzde uluslararası ilişkiler sadece siyasi ve ekonomik güç unsurları üzerinden şekillenmemekte, aynı zamanda kültürel değerlerin ve toplumlararası etkileşimlerin belirleyici olduğu bir boyut da kazanmaktadır. Küreselleşmenin etkisiyle ülkeler arasındaki iletişim kanallarının çeşitlenmesi, kültürel diplomasiyi uluslararası ilişkilerin merkezine taşımıştır. Özellikle 20. yüzyılın sonlarından itibaren kültür, uluslararası rekabet ve iş birliği süreçlerinde “yumuşak güç” unsuru olarak öne çıkmıştır. Joseph Nye’in (2004) kavramsallaştırdığı “yumuşak güç” (soft power) yaklaşımı, bir ülkenin sadece askeri veya ekonomik baskı unsurları kullanmadan, kültürü, siyasi değerleri ve dış politika uygulamaları yoluyla diğer toplumlar üzerinde çekim gücü yaratmasını ifade etmektedir. Turizm, bir ülkenin kültürel zenginliğini ve özgün unsurlarını hem yurt içindeki hem de yurt dışındaki topluluklara aktaran bir “yumuşak güç” diplomasisi aracı olarak değerlendirilmektedir. Kültürlerarası bu etkileşim, destinasyonlar arasında artan kültürel farkındalık ve anlayışı teşvik etmenin yanı sıra, uluslararası pazar payında yaşanan düşüşe karşı geliştirilen stratejik bir yanıt niteliği taşımaktadır (Mandala, 2015). Bu çerçevede kültürel diplomasi, devletlerin uluslararası imajlarını güçlendirmek, kültürel değerlerini tanıtmak ve diğer toplumlarla dostane ilişkiler geliştirmek amacıyla yürüttükleri faaliyetlerin bütünüdür (Cull, 2008).

Kültürel diplomasi, geleneksel kamu diplomasisinin ötesine geçerek, sanat, müzik, edebiyat, film ve turizm gibi çeşitli araçlarla toplumlar arasında kalıcı bağlar kurmayı hedeflemektedir (Mark, 2009). Bu bağlamda kültürel diplomasinin aktörleri yalnızca devlet kurumları ve resmi temsilcilerle sınırlı kalmamaktadır. Bireysel düzeyde etkileşim kuran, kültürlerarası iletişimi doğrudan deneyimleten meslek grupları da kültürel diplomasinin görünmeyen aktörleri olarak öne çıkmaktadır. Turist rehberliği bu meslek gruplarının başında gelmektedir.

Turist rehberleri temsil ettikleri ülkenin kültürel kimliğini, tarihini, geleneklerini ve yaşam biçimlerini doğrudan yabancı ziyaretçilere aktaran kültür temsilcileri olarak tanımlanmaktadır (Ap ve Wong, 2001). Turist rehberliği, bu yönüyle uluslararası algı yönetimi süreçlerinde etkili olabilecek bir meslek olarak yer almaktadır. Turist rehberlerinin sunduğu anlatılar, turistlerin ziyaret ettikleri ülkeye ilişkin imaj ve duygusal bağlarının oluşmasında belirleyici olabilmektedir (Salazar, 2006). Dolayısıyla rehberlerin kullandığı dil, seçtikleri anlatı biçimleri, sundukları hikâyeler ve aktardıkları kültürel içerik, bir ülkenin yumuşak güç kapasitesine doğrudan katkı sunmaktadır.

İlgili alanyazında kültürel diplomasinin kültürel enstitüler (Güzel, 2016; Yıldırım ve Kaplan, 2023; Doğan ve Işık, 2024), eğitim (Bu, 1999; Pan, 2013; Aydın, 2023), arkeoloji (Kersel ve Luke, 2018; Meskill, 2022), uluslararası sanat etkinlikleri (Ninkovich, 1977; Grincheva, 2010; Walden, 2016; Yıldırım, 2016; Akgün, 2023; Durmuş, 2024), müzeler (Grincheva, 2021; Okumuş, 2021; Mariano ve Varheim, 2022), marka ve algı (Hurn, 2016; Iwabuchi, 2018; Papaioannou, 2022; Ünal, 2022; Koçyiğit, Kutlu ve Darı, 2024) üzerine birçok çalışma bulunmasına rağmen turist rehberlerinin kültürel diplomasi sürecindeki konumuna ilişkin araştırmaya rastlanılmamıştır. Oysa ki rehberler, kültürel değerlerin sahadaki taşıyıcılarıdır ve doğrudan bireylerarası etkileşimler aracılığıyla kültürel temsili mümkün kılmaktadır. Özellikle turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu destinasyonlarda, rehberlerin anlatıları ziyaretçilerin ülkeye ilişkin ilk ve en güçlü izlenimlerinin oluşmasında önemli rol oynamaktadır (Cohen, 1985).

Bu çalışma alanyazındaki boşluktan hareketle, turist rehberlerinin kültürel diplomasi sürecindeki rollerini kuramsal bir bakış açısıyla incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, kültürel diplomasi kavramı, turist rehberliği ve turist rehberlerinin kültürel diplomasi sürecindeki rolleri literatür temelli olarak ele alınmaktadır. Kültürel diplomasinin birey düzeyinde işleyen boyutunun anlaşılması, sadece turizm çalışmalarına değil, uluslararası ilişkiler, kültürel çalışmalar ve iletişim alanlarına da katkı sağlayacaktır. Bu nedenle turist rehberlerinin rolüne ilişkin kuramsal bir değerlendirme yapmak, kültürel diplomasinin daha bütüncül bir perspektiften kavranmasına olanak tanıyacaktır. Bu doğrultuda çalışmada, turist rehberlerinin kültürel diplomasinin sahadaki uygulayıcıları olarak nasıl konumlandırılabilirliği tartışılmış ve bu sürecin daha etkin yönetilmesi için öneriler geliştirilmiştir.

Kavramsal çerçeve

Kültürel diplomasi kavramı

Diplomasi kavramı, kamuoyunda çoğunlukla “uluslararası politika” veya “dış politika” ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Ancak diplomasi, bu politikaların içeriklerinden ziyade, söz konusu politikaların uygulanma süreçleriyle ilgili bir kavramdır. Başka bir ifadeyle diplomasi, bir devletin benimsediği politika ve görüşlerin, diğer devletlerin karar alma mekanizmalarına iletilmesini ve bu süreçte etkileşim sağlanmasını amaçlayan bir iletişim ve etkileşim sürecidir (Leguey-Feilleux, 2009). İmaj inşası, propaganda faaliyetleri ve günümüzde “kamu diplomasisi” olarak adlandırılan uygulamalar, tarihsel olarak diplomasiyle neredeyse eşzamanlı bir gelişim göstermiştir. Antik dönemlerde dahi, siyasal prestij bilincine sahip yöneticiler ve onların temsilcileri, yabancı toplumların algılarını tümüyle göz ardı etmemiştir. Ulusal kimlik ve imaja yönelik göndermeler, kutsal metinlerden itibaren tarihsel belgelerde yer bulmuş; Antik Çağ’daki diplomatik etkileşimler ise yabancı kamuoyuna yönelik stratejik iletişim biçimlerinin gelişimine zemin hazırlamıştır (Ataseven, 2024).

Kamu diplomasisi, farklı disiplinlerde çeşitli şekillerde tanımlanan ve üzerinde uzlaşıya varılmış net bir tanımı bulunmayan bir kavramdır. En genel anlamıyla, stratejik bir iletişim aracı olarak kamu diplomasisi, kamuoyunun algılarının anlaşılması, doğru biçimde bilgilendirilmesi ve belirli hedefler doğrultusunda etkilenmesini amaçlayan iletişim süreçlerinin bütünüdür ifade etmektedir (Aydoğan, 2011). Geleneksel diplomasi, esas olarak devletlerarası resmi ilişkiler çerçevesinde, hükümetlerin birbirleriyle yürüttüğü temas ve müzakerelere dayanmaktadır. Buna karşın kamu diplomasisi, hükümetlerin yalnızca diğer devletlerin yetkilileriyle değil, doğrudan küresel kamuoylarıyla iletişim kurmasına olanak tanıyan bir diplomatik araç olarak öne çıkmaktadır (Kömür, 2020). Bu bağlamda kamu diplomasisi, hükümetlerin dış kamuoyunu bilgilendirme, yönlendirme ve sürece katılımını sağlama yoluyla ulusal çıkarlarını destekleme amacı güttüğü iletişim faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır. Nihayetinde kamu diplomasisi, uluslararası aktörlerin kendi stratejik hedefleri doğrultusunda küresel kamuoyunu etkilemeye yönelik kurduğu sistematik iletişim sürecini ifade etmektedir (Aksu, 2021).

Kamu diplomasisinin bir alt türü olarak değerlendirilen kültürel diplomasi, özellikle kültür temelli etkileşimlerin ön planda olduğu özgün bir alan olarak öne çıkmaktadır. Kamu diplomasisi, devletlerin dış kamuoyuyla doğrudan iletişime geçerek kendi politikalarını ve kültürel değerlerini anlatmalarını amaçlarken (Gilboa, 2008), kültürel diplomasi bu sürecin özellikle kültür temelli etkileşimler aracılığıyla gerçekleşen boyutunu ifade etmektedir. Kültürel diplomasi, karşılıklı anlayışı geliştirmek, ilişkileri güçlendirmek, sosyo-kültürel iş birliğini ilerletmek ve ulusal ya da uluslararası çıkarları desteklemek amacıyla fikirlerin, değerlerin, geleneklerin ve diğer kültürel unsurların kasıtlı ve stratejik biçimde değiş tokuşu olarak tanımlanabilmektedir (Institute for Cultural Diplomacy, 2025). Kültürel diplomasi, sanat, eğitim, dil, spor, edebiyat ve turizm gibi araçlar kullanarak diğer toplumlar nezdinde olumlu bir imaj oluşturmayı hedeflemektedir (Mark, 2009). Bu kapsamda kültürel diplomasi, günümüzde Göbeklitepe (Yağmurlu, 2020), Yunus Emre Enstitüsü (Okumuş ve Çelik, 2024) ve British Council (Doğan ve Işık, 2024) gibi kurumlar aracılığıyla somutlaştırılmakta; kültürel miras, sanat, dil ve eğitim faaliyetleri yoluyla yürütülmektedir (Arndt, 2005).

Kültürel diplomasi, kültürel değerlerin, geleneklerin ve kimliğin çeşitli unsurlarının değişimini temel alarak uluslararası ilişkileri güçlendirmeyi ve iş birliğini teşvik etmeyi amaçlayan etkinlikler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer yaklaşıma göre kültürel diplomasi, ulusların kendi kültürel değerlerini iletişim aracı olarak kullanmak suretiyle uluslararası arenada kendilerini tanıtmaya ve etkide bulunma sürecidir (Avşar vd., 2022, s. 13). Her iki bakış açısında da kültürel diplomasi, kültürel etkileşim yoluyla karşılıklı anlayışı artırma ve barışa katkı sağlama amacı taşıdığı görülmektedir.

Kültürel diplomasi, siyaset bilimci Joseph Nye'nin "yumuşak güç" (soft power) kavramının bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. Nye (1990) yumuşak güç kavramını "toplulukların ve devletlerin başkalarının davranışlarını zorlama yoluna gitmeksizin, teşvik ve ikna aracılığıyla şekillendirmelerine olanak tanıyan dolaylı bir güç kullanımı biçimi" şeklinde tanımlamaktadır (Grincheva, 2023). Bir ülkenin yumuşak güç kapasitesini şekillendiren unsurlar arasında tarihsel birikimi, kültürel değerleri hem ulusal hem de uluslararası düzlemde tutarlı bir şekilde sürdürdüğü siyasi ilkeleri, toplumsal yapısı, eğitim düzeyi, geleneksel normları, kamu kurumlarının işleyişi, sivil toplumun etkinliği ve küresel ölçekte kamuoyunu etkileyebilme yetisi gibi çok boyutlu faktörler yer almaktadır (Akbaş, 2016). Yumuşak güç, bir ülkenin uluslararası kamuoyundaki imajı ile doğrudan ilişkili olan önemli bir dış politika aracıdır. Bir devletin küresel ölçekte sahip olduğu algısal gücün yüksekliği, diğer toplumlar üzerinde cazibe oluşturma ve etki yaratma kapasitesini doğrudan artırmaktadır. Bu bağlamda turizm endüstrisi, taşıdığı kültürel, ekonomik ve iletişimsel nitelikler sayesinde hem yumuşak güç unsurlarını besleyen hem de bu güçten stratejik biçimde yararlanabilen bir alan olarak öne çıkmaktadır (Güleç vd., 2020).

Nicholas Cull (2008) kültürel diplomasiyi beş temel faaliyetten biri olarak sınıflandırmakta ve özellikle kültürün devletlerarası ilişkilerde bağımsız bir iletişim dili olarak işlev gördüğünü vurgulamaktadır. Bu faaliyetler: bilgi toplama ve analiz süreçlerini içeren "dinleme", ulusal siyasal

veya ekonomik çıkarların korunmasına yönelik “savunma”, karşılıklı etkileşimi önceleyen “değişim diplomasisi”, bilgi ve değer aktarımına dayanan “uluslararası yayıncılık” ile kültürel etkileşim temelli “kültürel diplomasi” başlıkları altında ele alınmaktadır. Bu yaklaşıma göre; savunma ve uluslararası yayıncılık daha çok tek yönlü bilgi aktarımına odaklanırken, dinleme süreci bilgi edinmeye; değişim diplomasisi ve kültürel diplomasi ise karşılıklı iş birliği ve ortaklık geliştirmeye yöneliktir. Bu çerçevede kültürel diplomasi; kamu kurumları, özel sektör aktörleri ya da sivil toplum kuruluşları tarafından yürütülebilmekte olup, her bir aktör kültürel farklılıklar arasında güven tesis edilmesi ve diyalog ortamının geliştirilmesine yönelik ortak amaca hizmet etmektedir (Institute for Cultural Diplomacy, 2025). Bu nedenle kültürel diplomasi, yalnızca devlet kurumlarının değil; aynı zamanda sivil toplum, sanat, akademi, medya ve turizm gibi alanlarda faaliyet gösteren farklı sosyal aktörlerin katkısıyla yürütülen çok boyutlu bir sürece dönüşmektedir.

Sonuç olarak kültürel diplomasi, geleneksel diplomasi anlayışının ötesine geçerek kültürel değerlerin uluslararası alanda stratejik birer araca dönüşmesini sağlamaktadır. Bu yönüyle kültürel diplomasi hem toplumlararası karşılıklı anlayışı pekiştirmekte hem de devletlerin yumuşak güç stratejileri içinde merkezi bir rol üstlenmektedir.

Turist rehberliği kavramı

Turist rehberliği, tarihsel olarak insanların farklı coğrafyalara seyahat etmeye başlamasıyla birlikte doğan rehberlik ihtiyacına dayanmaktadır (Usta, 2009). Ancak bir meslek olarak kurumsallaşması, özellikle 19. yüzyılda Batı Avrupa’da organize turların artmasıyla başlamıştır (Cohen, 1985). Türkiye’de ise meslek, 20. yüzyılın ortalarında turizmin gelişimiyle birlikte önem kazanmış ve zamanla profesyonel bir statüye kavuşmuştur (Çokışler, 2023).

Türkiye’de turist rehberliği, 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile yasal bir zemine oturtulmuştur. Bu kanuna göre turist rehberliği; turist gruplarına veya bireylere yönelik bilgi aktarma, yönlendirme, yorumlama ve eşlik etme faaliyetlerini kapsayan profesyonel bir hizmet olarak tanımlanmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012). Turist rehberleri, bilgi aktarıcısı olmanın ötesinde; turistin destinasyondaki güvenliğini sağlamaya, yön bulmasına yardımcı olmaya, kültürel uyum sürecini kolaylaştırmaya ve genel memnuniyetini artırmaya yönelik çok yönlü işlevler üstlenen profesyoneller olarak değerlendirilmektedir (Holloway, 1981; Ap ve Wong, 2001).

Turist rehberleri, turistlerin yaşadığı deneyimleri anlamlandırmalarında ve kültürel unsurları doğru şekilde yorumlamalarında etkili bir aracı işlevi görmektedir. Bu bağlamda turist rehberinin bilgisi, iletişim becerileri ve anlatım tarzı, turistin destinasyona dair oluşturacağı algı üzerinde belirleyici olmaktadır (Salazar, 2006). Turist rehberliği, tarih boyunca bilgi aktarımı işleviyle öne çıkan bir meslek olmuştur (Holloway, 1981). Bununla birlikte, turist rehberleri aynı zamanda yol gösterici, öğretmen, lider, organizatör, temsilci, eğlendirici ve arabulucu gibi çeşitli roller üstlenmekte; bu çok yönlü işlevler hem rehberin mesleki yeterliliğini hem de turistlerin deneyim kalitesini doğrudan şekillendirmektedir (Zhang ve Chow, 2004). Cohen (1985) turist rehberlerini “kültürel arabulucular” olarak tanımlamış ve rehberlerin, ziyaretçilerin bilmedikleri kültürel bağlamları anlamalarına yardımcı olduklarını belirtmiştir.

Turist rehberleri, turistlerin deneyimlerini organize etmekte, yerel kültüre ilişkin algılarını biçimlendirmekte ve çoğu zaman ulusal kimliğin çeşitli yönlerini sahada temsil etmektedirler (Salazar, 2006). Turist rehberleri, destinasyonun tanıtımı ve ülke imajının inşasında stratejik bir role sahiptir. Rehberler, anlatım ve yönlendirmeleri ile turistlerin destinasyon hakkındaki algılarını şekillendirerek bölgenin tanınırlığını ve tekrar ziyaret edilme ihtimalini doğrudan etkilemektedir (Cheng vd., 2015; Huang vd., 2015; Çetinkaya ve Öter, 2016; Çorman, 2023). Ayrıca rehberlerin kültürel aktarım yetenekleri sayesinde turistlerde olumlu bir ülke imajı oluşması sağlanabilmektedir (Çokal ve Yılmaz, 2020). Ap ve Wong (2001), turist rehberlerinin kültürel normları aktaran, ziyaretçilerin ülkeye dair hissettikleri duygusal bağları şekillendiren kişiler olduklarını vurgulamaktadır. Rehberlerin kullandıkları anlatı teknikleri, seçtikleri hikâyeler ve

verdikleri örnekler, ziyaretçilerin zihninde oluşan ülke imajını doğrudan etkileyebilmektedir. Bu süreç kültürel diplomasi açısından önem arz etmektedir.

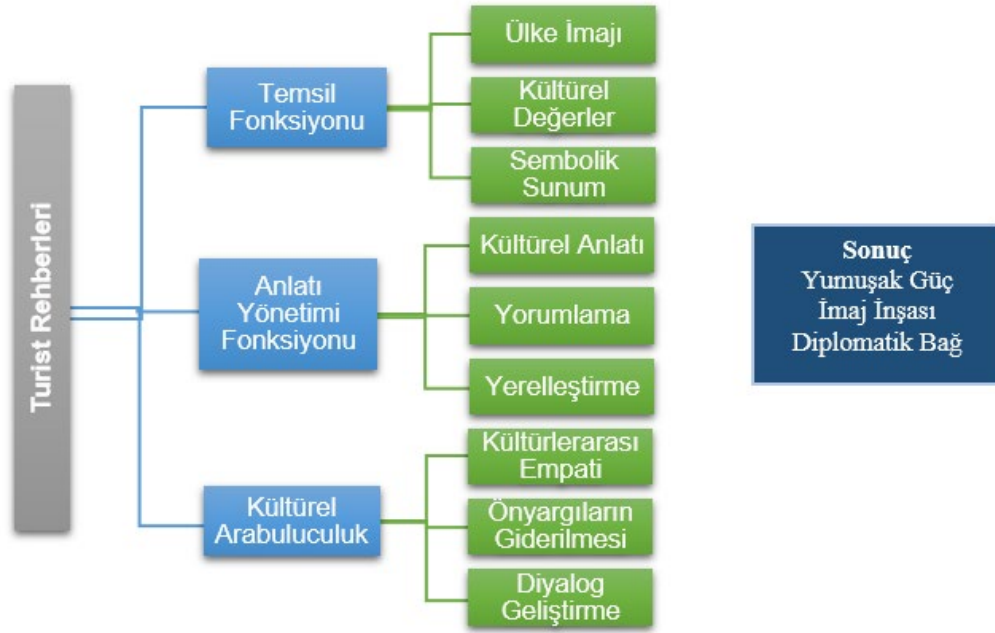
Özellikle kültürel miras alanlarında görev yapan turist rehberleri, yalnızca destinasyona yönelik tarihsel bilgi vermekle kalmayıp, aynı zamanda geçmişle bugün arasında anlamlı köprüler kurmakta, yerel halkın değerlerini ve yaşam tarzını yabancılara anlaşılır şekilde sunmaktadır (Reisinger ve Steiner, 2006). Bu işlev kültürel farklılıkların anlaşılması ve karşılıklı saygının geliştirilmesi açısından kültürel diplomasinin hedefleriyle doğrudan örtüşmektedir.

Turist rehberlerinin kültürel diplomasi sürecindeki rolleri

Turizm, hem turistlere ziyaret ettikleri ülkenin dilini, kültürünü, tarihini ve doğal yapısını tanıma olanağı sunmakta, hem de yerel halkın yabancı kültürleri tanımasını sağlamaktadır. Ancak kültürlerarası etkili iletişimin sağlanamaması durumunda, yanlış anlamalar ve önyargılar ortaya çıkabilmekte; bu durum hem turizm faaliyetlerini hem de küresel barış ortamını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu çerçevede, ülkelerini tanıtmaya görevini üstlenen turist rehberlerine önemli sorumluluklar düşmektedir. Zira turist rehberleri, turistlerle ilk teması kuran ve onların seyahatleri boyunca iletişimde kaldıkları kişiler olarak, yalnızca bilgi aktarmakla kalmamakta; aynı zamanda etkili iletişim becerileriyle kültürlerarası anlayışın gelişmesine katkı sunmaktadır (Şahin ve Avcıkurt, 2013).

Turist rehberleri, turistler ile yabancı bir çevre arasındaki etkileşimi kolaylaştıran aracı aktörler olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda rehberler; ulaşımın organize edilmesi, kültürel ve dilsel farklılıkların yorumlanması, karşılaşılan problemlerin çözülmesi, ziyaretçilerin olası zorluklardan korunması ve destinasyonun güvenli bir deneyim alanına dönüştürülmesi gibi çok yönlü görevleri yerine getirerek, turistik deneyimin yapılandırılmasında temel bir rol oynamaktadır (Schmidt, 1979). Turist rehberi, ziyaret edilen destinasyon hakkında bilgi sunan, yorum yapan, turun düzenli ve sorunsuz bir şekilde gerçekleşmesine katkı sağlayan, yerel halkı temsilen sahada bulunan ve turistlerin destinasyona yönelik algısını biçimlendiren önemli bir aktör olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle rehberlik faaliyeti, yalnızca bilgi aktarımıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda turistlerin deneyimini şekillendiren ve destinasyonla kurduğu etkileşimi derinleştiren bir işlev üstlenmektedir (Çorman ve Özdemir, 2024). Turist rehberleri, kültürlerarası etkileşimi teşvik ederek farklılıkların anlaşılmasına katkı sağlamakta ve bu yönleriyle kültürlerarası iletişimi güçlendiren bir işlev üstlenmektedir. Aynı zamanda ziyaretçilerin farklı kültürel yapılarla doğrudan temas kurmalarına olanak tanıyarak, bu kültürlerin deneyimlenmesinde aracı bir konumda yer almaktadır (Weiler ve Yu, 2007; Albuz vd., 2018).

Turist rehberliği mesleği, kültürel diplomasinin temel işlevlerinden biri olan uluslararası etkileşim ve iletişim kurma sürecinde önemli bir araç olarak değerlendirilebilir. Geleneksel anlamda kültürel diplomasi, devletlerin dış dünya ile ilişkilerini güçlendirmek için başvurduğu bir yöntem olmuştur (Gienow-Hecht ve Donfried, 2010, s. 11); benzer şekilde, turist rehberleri de kültürel değerlerin doğrudan aktarımını sağlayarak ülkeler arasındaki kültürel anlayışın ve iletişimin gelişmesine katkıda bulunmaktadır.



Görsel 1 Turist rehberlerinin kültürel diplomasi aktörü olarak rolü

Görsel 1’de, turist rehberlerinin kültürel diplomasi aktörü olarak rollerini açıklamaya yönelik önerilen model; temsil, anlatı yönetimi ve kültürel arabuluculuk olmak üzere üç temel fonksiyona dayanmaktadır. Temsil fonksiyonu, rehberlerin ulusal kültürü, tarihsel mirası ve toplumsal değerleri ziyaretçilere doğru ve etkileyici bir biçimde aktarma sorumluluğunu içermektedir (Cohen, 1985; Black ve Weiler, 2005; Prakash ve Chowdhary, 2010; Gelbman ve Collins-Kreiner, 2016; İrigüler ve Güler, 2016; Al-Okaily, 2022). Bu aktarımlar, ülkenin uluslararası imajını şekillendirme ve kültürel sembollerini tanıtmaya açısından önem arz etmektedir (Pereira, 2015). Anlatı yönetimi fonksiyonu, rehberlerin kültürel bilgileri sadece aktarmakla kalmayıp, aynı zamanda bu bilgileri hikâyeleştirme, anlamlandırma ve ziyaretçilerin duygusal bağ kurabilecekleri bir bağlama yerleştirme becerilerine odaklanmaktadır (Reisinger ve Steiner, 2006; Bryon, 2012; Çınar ve Tokgöz, 2020). Bu fonksiyon sayesinde rehberler, ziyaretçilerin deneyimini sıradan bir gezi olmaktan çıkararak anlamlı ve etkileyici bir kültürel karşılaşmaya dönüştürebilmektedir. Son olarak kültürel arabuluculuk fonksiyonu ise rehberlerin farklı kültürlerden gelen turistlerle empati kurarak karşılıklı anlayışı geliştirme, önyargıları kırma ve kültürlerarası diyalogu destekleme rollerini kapsamaktadır (Yu vd., 2002; Weiler ve Walker, 2014; Feldman ve Skinner, 2018; Köroğlu ve Güzel, 2022; Shi vd., 2023). Bu üç fonksiyonun bir araya gelmesiyle, turist rehberleri ülkeler arasındaki yumuşak güç etkileşimlerinin sahadaki temsilcileri olarak değerlendirilebilmektedir. Bu kapsamda turist rehberlerinin kültürel diplomasi süreçlerindeki rolleri hem mesleki faaliyetler hem de kültürlerarası etkileşim dinamikleriyle birlikte değerlendirilmektedir. Özellikle Gudykunst ve Kim’in (2003) geliştirdiği “Kültürlerarası Uyum” kavramı çerçevesinde, turist rehberlerinin farklı kültürel arka planlardan gelen bireylerle kurduğu iletişimde bir aracı, dengeleyici ve anlam kurucu aktör olarak işlev gördüğü söylenebilir. Bu kurama göre, bireyler kültürlerarası etkileşim süreçlerinde karşılaştıkları yabancı unsurları anlamlandırma ve bu unsurlara uyum sağlama eğiliminde olmaktadır. Turist rehberleri, bu süreçte hem yerel kültürün kodlarını çözümleyen bir anlatıcı hem de yabancı ziyaretçinin kültürel farkındalığını geliştiren bir kolaylaştırıcı rolü üstlenebilmektedir. İlaveten Milton Bennett’in (2017) “Gelişimsel Kültürlerarası Duyarlılık Modeli” bağlamında değerlendirildiğinde, rehberlerin sahip oldukları kültürel empati ve farklılıklara karşı duyarlılık düzeyleri (Reisinger ve Steiner, 2006; Modlin vd., 2011), onların kültürel diplomasi başarısını doğrudan etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, turist rehberlerinin anlatı stratejileri ve temsil becerileri, bilgi sunumunun ötesinde, kültürlerarası anlayışı artırmaya ve yumuşak güç uygulamalarını desteklemeye yönelik birer araç olarak değerlendirilmektedir.

Bu durum turist rehberlerinin “kültürel diplomasi aktörü” olarak değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Rehberler, yalnızca tarihi bilgi aktarmakla kalmamakta, aynı zamanda kültürel normları, sosyal değerleri ve güncel yaşam biçimlerini de ziyaretçilere sunmaktadır (Rabotic, 2010). Bazen resmi anlatıların dışında, daha samimi ve insan merkezli bir iletişim kurarak, ziyaretçilerin yerel halkla empati kurmasını sağlamaktadır (Weiler ve Black, 2015). Turist rehberi ziyaret edilen mekânı özetleyerek ilgili yer, bölge ya da ülkeye dair bir vitrin işlevi görme ve bu bağlamda halkla ilişkiler misyonunu üstlenmektedir (Dahles, 2002). Rehberlerin anlatım biçimleri, kültürel mirasa ilişkin seçici vurgu ve içerik düzenlemeleri, ziyaretçilerin ülkeye dair algılarını ya olumlu yönde güçlendirebilir ya da olumsuz yönde etkileyebilir. Bu nedenle turist rehberlerinin mesleki eğitiminde, kültürlerarası iletişim becerileri, kültürel duyarlılık ve diplomatik temsil bilincinin geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Uluslararası tanıtım çalışmaları, bir devletin dünya kamuoyundaki konumu, itibarı, algılanan imajı ve dolayısıyla dış ilişkilerdeki etkinliği açısından belirleyici bir işlev görmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere, tanıtım faaliyetleri yürüten tüm kurum ve kuruluşlar, karşılıklı etkileşim içinde çalışmalarını sürdürmektedir (Çavuş, 2013). Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2014 yılında başlatılan “Turkey Home” kampanyası, sosyal medyanın kültürel diplomasi aracı olarak kullanımına örnek teşkil etmektedir. Kampanya kapsamında, Türkiye’nin destinasyon markalamasını güçlendirmek amacıyla hedef kitleye İngilizce dilinde içerikler sunulmuş, sosyal medya fenomenleri aracılığıyla ülkenin kültürel mirası, turistik destinasyonları ve yiyecek ve içecek kültürüne dair zenginlikleri uluslararası kamuoyuna tanıtılmıştır. Kapalıçarşı, Truva, Kapadokya, Efes, Zeugma, Antalya, Belek, Alaçatı, Pamukkale ve Nemrut gibi tarihî ve doğal miras alanlarına yapılan vurgu ile Türkiye’nin kültürel çeşitliliği ve Türk misafirperverliği ön plana çıkarılmıştır (Sancar, 2017, s. 105). Bu tür dijital kampanyalar, Türkiye’ye yönelik kültürel ilginin artmasına katkıda bulunurken, ülkeye gelen turistlerle birebir etkileşim kuran turist rehberleri de bu sürecin önemli bir tamamlayıcısı hâline gelmektedir. Rehberler, kampanyalarla oluşturulan algıyı sahada derinleştirerek, Türkiye’nin kültürel değerlerinin daha kapsamlı bir biçimde deneyimlenmesine olanak tanımakta ve böylece kültürel diplomasiye doğrudan katkı sunmaktadır. Bu bağlamda turist rehberleri, dijital kültürel diplomasi girişimlerinin sahadaki uygulayıcı aktörlerinden biri olarak değerlendirilmelidir.

Sonuç ve öneriler

Küreselleşen dünyada kültürel diplomasi, devletlerin uluslararası imajlarını şekillendirmede ve toplumlar arasında anlayış köprüleri kurmada giderek daha önemli bir araç haline gelmiştir. Kültürel diplomasinin etkinliği resmi kurumlar ve programlarla sınırlı kalmamakla birlikte bireylerarası ilişkiler, samimi temaslar ve günlük etkileşimler yoluyla da büyük ölçüde desteklenmektedir.

Turizm, ülkelerin uluslararası imajlarını şekillendirme ve yabancı toplumlar nezdindeki algıları etkileme gücü sayesinde önemli bir yumuşak güç aracı olarak değerlendirilmektedir (Güleç vd., 2020). Doğal güzelliklerin, tarihi mekânların ve misafirperverliğin sergilenmesi yoluyla ülkeler, uluslararası itibarlarını artırabilmekte ve turist çekerek diplomatik konumlarını olumlu yönde etkileyebilmektedir (Carbone, 2017). Turizmin, farklı toplumlar ve kültürler hakkında bilgi edinmeyi mümkün kılan deneyimler aracılığıyla kültürel diplomasiye katkı sunabilecek potansiyele sahip bir araç olduğu ileri sürülmektedir.

Bu çalışma, kültürel diplomasinin sahadaki uygulayıcı aktörlerinden biri olan turist rehberlerinin rolünü kavramsallaştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Alanyazında çoğunlukla devlet temelli politikalar, kültürel değişim programları ve medya araçları üzerinden ele alınan kültürel diplomasi, bu çalışmada mikro düzeyde ve bireylerarası etkileşim bağlamında değerlendirilmiştir. Bu çalışma, turist rehberlerini kültürel diplomasinin sahadaki sessiz ama etkili temsilcileri olarak konumlandırarak literatüre kuramsal bir katkı sunmaktadır.

Turist rehberleri, kültürel mirasın doğru, etkileyici ve empatik biçimde aktarılmasında merkezi bir rol üstlenmektedir. Verdikleri bilgiler, anlattıkları kültürel anlatılar ve ziyaretçilerle kurdukları birebir ilişkiler aracılığıyla, ülkelerinin kültürel değerlerini ve toplumsal kimliğini tanıtarak uluslararası alanda olumlu bir ülke imajının oluşmasına katkı sağlamaktadırlar (Zhao ve Lin, 2014). Dolayısıyla turist rehberleri, ziyaretçilerle doğrudan iletişim kurarak hem kültürel temsil işlevini yerine getirmekte hem de uluslararası ilişkilerin mikro düzeydeki gelişimine katkıda bulunmaktadır (Feldman ve Skinner, 2018). Nye'nin (2004) yumuşak güç tanımı doğrultusunda, turist rehberlerini ülkelerinin kültürel çekiciliğini somutlaştıran sahadaki aktörler olarak tanımlamak mümkündür.

Scott-Smith'e (2016) göre kültürel diplomasinin sekiz temel işlevi bulunmaktadır. Bu işlevler; uluslararası diyalogu güçlendirmek ve güven tesis etmek, kültürel ve siyasal anlamda tanınmayı sağlamak, ekonomik menfaatler elde etmek, ulusal kültürün imajını ve itibarını artırmak, yabancı toplumlarda mevcut önyargıları kırmak, ulusal kültür hakkındaki olumsuz algılarla mücadele etmek, gelecekteki iş birlikleri için uygun bir zemin hazırlamak ve belirli söylem, inanç veya ideolojilere dayalı bir dünya görüşünü yaygınlaştırmak olarak özetlenebilir. Bu çerçevede turist rehberliği mesleği, kültürel diplomasinin bu amaçlarının sahadaki en somut uygulayıcılarından biri olarak değerlendirilebilir. Turist rehberleri, uluslararası ziyaretçilerle doğrudan iletişim kurarak, ulusal kültürün tanıtılmasına ve doğru bir şekilde temsil edilmesine katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda önyargıların aşılması, olumlu kültürel imajın pekiştirilmesi ve kültürlerarası anlayışın geliştirilmesi süreçlerinde kritik bir rol üstlendirmektedir. Turist rehberleri aracılığıyla sağlanan doğru bilgi akışı ve etkili kültürel anlatı, ülkeler arasındaki kültürel ve ekonomik ilişkilerin güçlenmesine, gelecekteki ortaklıkların ve diplomatik yakınlaşmaların zemin bulmasına destek olmaktadır.

Kültürlerarası iletişim bağlamında turist rehberleri, anlam üretimi sürecinde aracı pozisyonunda yer almakta; farklı değer sistemleri, normlar ve iletişim biçimleri arasında oluşabilecek boşlukları doldurarak kültürel etkileşimi mümkün kılmaktadır. Bu çerçevede turist rehberlerinin işlevi Hofstede'in (2001) kültürel boyutlar modeli çerçevesinde değerlendirildiğinde daha da anlam kazanmaktadır. Özellikle iletişim tarzlarının farklılık gösterdiği kültürel karşılaşmalarda, rehberlerin yapmış olduğu açıklamalar ve yönlendirmeler, kültürlerarası uyumu güçlendirmekte ve potansiyel yanlış anlamaları önleyici bir rol üstlenmektedir (Zhao ve Lin, 2014).

Turist rehberlerinin etkisi yalnızca içerik aktarımıyla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda ziyaretçilerin ev sahibi ülkeye ilişkin algılarını da biçimlendirmektedir. Ziyaretçilerin büyük çoğunluğu, ziyaret ettikleri ülkeye dair ilk elden izlenimlerini rehberlerin söylemleri, davranışları ve iletişim tarzı üzerinden oluşturmaktadır. Bu durum turist rehberlerini ülke imajının oluşumunda birincil etki kaynağı hâline getirmektedir (Jang vd., 2022).

Turist rehberleri, gayri resmî diplomatik aktörler olarak da önemli roller üstlenmektedir. Cull'un (2008) kamu diplomasisi sınıflandırmasında yer alan 'kültürel diplomasi' kavramı çerçevesinde, devlet dışı aktörlerin uluslararası düzeyde yürüttüğü iletişim temelli faaliyetler meşruiyet kazanmakta ve bu faaliyetler kültürler arası etkileşimin güçlenmesine katkı sunmaktadır. Bu bağlamda resmi bir diplomatik statüye sahip olmamakla birlikte, turist rehberleri ziyaretçilerle doğrudan etkileşim kurarak karşılıklı anlayışı pekiştirmekte ve ülkeler arası ilişkilerin toplumsal düzeyde gelişmesine aracılık etmektedir. Bununla birlikte, rehberlerin temsil ettikleri kültürü doğru, dengeli ve saygılı biçimde sunmaları, etik sorumlulukları bağlamında değerlendirilmektedir. Kültürel mirasın ticarileştirilmeden ve indirgemeci yaklaşımlarla egzotize edilmeden aktarılması, hem sürdürülebilir turizm ilkelerine hem de adil kültürel temsiliyete katkı sağlamaktadır (Donbak, 2020). Bu bağlamda turist rehberleri kültürel mirasın etik taşıyıcıları ve koruyucuları olarak öne çıkmaktadır (Kouchaki vd., 2023). Tüm bu işlevler birlikte değerlendirildiğinde, turist rehberlerinin kültürel diplomasinin çok boyutlu yapısı içerisinde kritik roller üstlendikleri görülmektedir. Kültürel arabuluculuktan yumuşak güç temsilciliğine, algı yönetiminden gayri resmî diplomatik temsile kadar uzanan bu roller, turist rehberliğini yalnızca

turistik bir hizmet alanı olarak değil, aynı zamanda stratejik bir kamu diplomasisi aracı olarak değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

İlgili alanyazında, turist rehberlerinin kültürel diplomasi sürecindeki işlevlerinin yeterince kavramsallaştırılmadığı ve sistematik bir şekilde ele alınmadığı görülmektedir. Bu çalışma, söz konusu boşluğu doldurmayı amaçlayarak turist rehberlerinin kültürel diplomasi bağlamında nasıl bir temsil ve arabuluculuk işlevi üstlendiklerini kuramsal bir bakış açısıyla ele almaktadır. Bu çerçevede turist rehberlerinin kültürel diplomasi aktörleri olarak tanımlanması, desteklenmesi ve bu role uygun şekilde mesleki olarak güçlendirilmesi, hem turizm sektörüne hem de uluslararası ilişkiler alanına stratejik katkılar sağlayacağı öngörülmektedir. Bu doğrultuda konu ile ilgili birtakım öneriler geliştirilmiştir.

- Turist rehberliği eğitim programlarına; kültürlerarası iletişim, kültürel temsil, anlatı yönetimi ve diplomatik hassasiyet konularının entegre edilmesi sağlanmalıdır.
- Turist rehberlerinin kültürel diplomasi aktörleri olarak konumlandırılması, ulusal düzeyde geliştirilen yumuşak güç stratejileriyle bütünleştirilerek ilgili politika belgelerinde kurumsal bir çerçeveye kavuşturulmalıdır.
- Turist rehberlerinin kültürel diplomasi sürecindeki rolleri dikkate alındığında, bu meslek grubunun uluslararası düzeyde seyahat kabiliyetinin artırılması, temsil yeteneklerinin geliştirilmesi ve diplomatik nitelikteki misyonlarının desteklenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede turist rehberlerine hususi damgalı pasaport verilmesi, onların kültürel diplomasi aktörleri olarak konumlarını güçlendirecek sembolik ve işlevsel bir destek olarak değerlendirilebilir. Özellikle Türkiye gibi turizmi yumuşak güç stratejisinin bir aracı olarak gören ülkeler için, rehberlerin yurtdışı seyahatlerinde vize muafiyeti gibi kolaylıklardan yararlanması, hem bireysel gelişimlerini teşvik edecek hem de ülke tanıtımına daha etkin katkı sunmalarını sağlayacaktır. Rehberlerin uluslararası fuarlara, tanıtım organizasyonlarına, akademik veya mesleki eğitimlere katılımının kolaylaştırılması; bu meslek grubunun kültürel diplomasideki temsil kapasitesini doğrudan artıracaktır. Ayrıca bu tür bir uygulama, devletin rehberlik mesleğine verdiği stratejik önemi ve turist rehberlerini kültürel misyon taşıyıcıları olarak tanıdığını da gösterecektir.

Sonuç olarak turist rehberlerinin yalnızca turizm sektörünün değil, aynı zamanda kültür temelli dış politikanın da önemli aktörleri olduğu kabul edilmelidir. Bu nedenle rehberlik mesleği, kültürel diplomasi perspektifiyle yeniden değerlendirilerek hem akademik çalışmalarda hem de kamu politikalarında daha görünür hale getirilmelidir.

Yazar katkı oranları

Çalışmaya 1. Yazar: %60, 2. Yazar: %40 oranında katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

“Turist Rehberlerinin Kültürel Diplomasi Sürecindeki Rolü Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme” başlıklı makalemizin herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur. Yazarlar arasında da herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

Akbaş, Z. (2016). Yumuşak güç olgusu ve turizm ilişkisi: Medikal turizm kapsamında Ortadoğu’dan gelen turistler üzerine bir değerlendirme. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 73-106. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/305744>

- Akgün, A. C. (2023). Kültürel diplomasi bağlamında sanal fenomenlerin sosyal ağ kullanımı: Imma Gram örneği. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 258-275. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3522545>
- Aksu, F. (2024). Kamu diplomasisi: Kavramlar, yaklaşımlar ve uygulamalar. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(Özel Sayı), 211-230. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3908003>
- Albuz, N., Çakmak, T., Eren, A., Tekin, Ö., & Güven Yeşildağ, N. G. (2018). *Turist rehberliğine giriş*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Al-Okaily, N. S. (2022). A model for tour guide performance. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 23(6), 1077-1101. <https://doi.org/10.1080/15256480.2021.1905584>
- Ap, J., & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00013-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9)
- Arndt, R. T. (2011). *The first resort of kings: American cultural diplomacy in the twentieth century*. Potomac Books, Inc..
- Ataseven, U. (2024). Antik çağ diplomasisi. Erişim adresi: <https://www.indyturk.com/node/702441/t%C3%BCrki%C2%B7yeden-sesler/antik-%C3%A7a%C4%9F-diplomasisi>
- Avşar, Z., Şahin, M., Küçükylmaz, M. M., Ökten, S., & Veske, M. P. (2022). *Türkiye'nin yumuşak güç enstrümanı olarak kültürel diplomasi ve iletişim*. İstanbul: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.
- Aydın, Y. (2023). Kültürel diplomasi çerçevesinde edebiyat ve eğitimin etkileri: Fransa ve İtalya örnekleri. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (33), 1123-1132. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3095529>
- Aydoğan, B. (2011). Rapor: güç kavramı ve kamu diplomasisi. Erişim adresi: https://www.politikadergisi.com/makale/guc-kavrami-ve-kamu-diplomasisi?quicktabs_son_yorumlar=2&quicktabs_yazi_bloklari=2&quicktabs_en_son_erikler=4&quicktabs_editorya_seckileri=2
- Bennett, M. J. (2017). Developmental Model of Intercultural Sensitivity. *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*, 1–10. <https://doi.org/10.1002/9781118783665.ieicc0182>
- Black, R., & Weiler, B. (2005). Quality assurance and regulatory mechanisms in the tour guiding industry: A systematic review. *The Journal of Tourism Studies*, 16(1), 24-37. <https://doi.org/10.3316/ielapa.200509017>
- Bryon, J. (2012). Tour guides as storytellers-from selling to sharing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 27-43. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.656922>
- Bu, L. (1999). Educational exchange and cultural diplomacy in the Cold War. *Journal of American studies*, 33(3), 393-415. <https://doi.org/10.1017/S0021875899006167>
- Carbone, F. (2017). International tourism and cultural diplomacy: A new conceptual approach towards global mutual understanding and peace through tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 65(1), 61-74. <https://hrcak.srce.hr/file/263329>
- Cheng, Y. S., Kuo, N. T., Chang, K. C., & Chen, C. H. (2019). How a tour guide interpretation service creates intention to revisit for tourists from mainland China: the mediating effect of perceived value. *Journal of China Tourism Research*, 15(1), 84-104. <https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1517067>
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90037-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90037-4)
- Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Lessons from the past. *CPD perspectives on public diplomacy*, 2, 1-28.
- Institute for Cultural Diplomacy. (2025). Cultural diplomacy. Retrieved May 3, 2025, from https://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy.
- Çavuş, T. (2013). Dış politikada yumuşak güç kavramı ve Türkiye'nin yumuşak güç kullanımı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 23-37. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/107654>
- Çınar, B., & Toksöz, D. (2020). Turist rehberliğinde hikayeleştirme ve mekânların tüketimi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 3(1), 1-17. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1168645>
- Çokal, Z., & Yılmaz, İ. (2020). Turist rehberlerinin etik davranışlarının destinasyon imajına etkisi: Kapadokya Örneği. *Verimlilik Dergisi*, 4, T. C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Yayını.

- Çokişler, N. (2023). Türkiye’de turist rehberliği mesleği: tarihsel bir bakış açısı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(3), 80-108. <https://doi.org/10.17123/atad.1324330>
- Çorman, G. (2023). *Gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi ile davranışsal niyet ilişkisi: Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün etkisi*. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Çorman, G., & Yılmaz, G. Ö. (2024). Gastro-kültürel turlara katılan yerli ziyaretçilerin otantiklik algısı ve tur deneyim kalitesi: Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolünün etkisi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 332-352. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1382>
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding-image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00083-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00083-4)
- Doğan, O., & Işık, G. (2024). Türkiye’de İngiliz kültürel diplomasi varlığı: British Council. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(1), 1-36. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3605028>
- Donbak, E. R. (2020). Tourist guides as representatives of sustainable tourism: Evidence from Turkey. In cases on tour guide practices for alternative tourism (pp. 39-54). IGI Global.
- Durmuş, İ. (2024). Kültürel diplomasi ve sinema: Nuri Bilge Ceylan Sineması üzerine bir değerlendirme. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (40), 403-425. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1504263>
- Feldman, J., & Skinner, J. (2018). Tour guides as cultural mediators. *Ethnologia Europaea*, 48(2), 5-13. <https://doi.org/10.16995/ee.1955>
- Gelbman, A., & Collins-Kreiner, N. (2018). Cultural and behavioral differences: tour guides gazing at tourists. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(2), 155-172. <https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1240686>
- Gienow-Hecht, J. & Donfried, M. (2010). *Searching for a cultural diplomacy*. Oxford: Berghahn Books.
- Grincheva, N. (2021). Cultural diplomacy under the “digital lockdown”: pandemic challenges and opportunities in museum diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 18(1), 8-11. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00237-z>
- Grincheva, N. (2023). The past and future of cultural diplomacy. *International Journal of Cultural Policy*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/10286632.2023.2183949>
- Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (1992). *Communicating with strangers: An approach to intercultural communication* (Vol.19). New York: McGraw-Hill.
- Güleç, E., İlban, M. O., & Aydemir, B. (2020). Dış politikada yumuşak güç unsuru olarak turizm: Özbekistan örneği. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 20(2), 287-305. <https://doi.org/10.32449/etgetdid.715124>
- Güzel, S. Ç. (2016). Dış yardımlarda destekleyici bir unsur olarak kültürel diplomasi ve Yunus Emre Enstitüsü örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(2), 343-359. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniibd/issue/29907/322098>
- Hofstede, G. (2001). *Culture’s consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage Publications.
- Holloway, J. C. (1981). The guided tour: A sociological approach. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 377-402. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90005-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90005-0)
- Huang, S., Weiler, B., & Assaker, G. (2015). Effects of interpretive guiding outcomes on tourist satisfaction and behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 54(3), 344-358. <https://doi.org/10.1177/004728751351742>
- Hurn, B. J. (2016). The role of cultural diplomacy in nation branding. *Industrial and Commercial Training*, 48(2), 80-85. <https://doi.org/10.1108/ICT-06-2015-0043>
- Irigüler, F., & Güler, M. E. (2016). Tourist guiding: “Cinderella” of the tourism. *Global Issues and Trends in Tourism*, 203, 203-220.
- Iwabuchi, K. (2018). Pop-culture diplomacy in Japan: Soft power, nation branding and the question of ‘international cultural exchange’. In *Cultural Diplomacy: Beyond the National Interest?* (pp. 65-78). Routledge.
- Jiang, X., Qin, J., Gao, J., & Gossage, M. G. (2022). How tourists’ perception affects travel intention: Mechanism pathways and boundary conditions. *Frontiers in Psychology*, 13, 821364. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.821364>

- Kersel, M. M., & Luke, C. (2018). Introduction: The power of place at the US overseas research centers, heritage diplomacy, and archaeology. *Journal of Eastern Mediterranean Archaeology & Heritage Studies*, 6(3), 167-171. <https://doi.org/10.5325/jeasmedarcherstu.6.3.0167>
- Koçyiğit, A., Kutlu, M., & Darı, A. B. (2024). Yeni medya çağında kültürel diplomasi: etkileşim, imaj ve algı yönetimi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(3), 708-727. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.1511171>
- Kouchaki Motlagh, Z., Hasani, A., & Bastenegar, M. (2023). Creativity in tour guides with an emphasis on cultural intelligence. *International Journal of Tourism, Culture & Spirituality*, 6(1), 183-202. <https://doi.org/10.22133/IJTCS.2023.418557.1142>
- Kömür, G. (2020). Yumuşak güç unsuru olarak kamu diplomasisi. *International Journal of Politics and Security (IJPS)*, 2(3), 89-115. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijps/issue/54229/715785>
- Koroğlu, Ö., & Güzel, Ö. (2022). Turist rehberlerinin kültürel arabuluculuk rol boyutlarını belirlemeye yönelik nitel bir araştırma. *Journal of Travel and Tourism Research*, (20), 1-30. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ttr/issue/71139/1140371>
- Leguey-Feilleux, J. R. (2009). *The dynamics of diplomacy*. Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers.
- Mandala, L. (2015). Arts, tourism, & cultural diplomacy. *Arts and America: Arts, culture, and the future of America's communities*, 129-140.
- Mariano, R., & Vårheim, A. (2022). Libraries, museums and cultural centers in foreign policy and cultural diplomacy: a scoping review. *Journal of Documentation*, 78(3), 651-672. <https://doi.org/10.1108/JD-05-2021-0103>
- Mark, S. (2009). A greater role for cultural diplomacy. Clingendael: Netherlands Institute of International Relations. <https://www.clingendael.org>
- Meskeel, L. (2022). Rainey and the Russians: Arctic archaeology, 'Eskimology' and Cold War cultural diplomacy. *Archaeological Dialogues*, 29(2), 138-154. <https://doi.org/10.1017/S1380203822000228>
- Modlin Jr, E. A., Alderman, D. H., & Gentry, G. W. (2011). Tour guides as creators of empathy: The role of affective inequality in marginalizing the enslaved at plantation house museums. *Tourist Studies*, 11(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/146879761141200>
- Ninkovich, F. (1977). The currents of Cultural Diplomacy: art and the State Department, 1938-1947. *Diplomatic History*, 1(3), 215-238. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7709.1977.tb00239.x>
- Nye, J. S. (1990). The changing nature of world power. *Political Science Quarterly*, 105(2), 177-192. <https://doi.org/10.2307/2151022>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Okumuş, M. (2021). Kültürel diplomasi bağlamında sanal müzeler. *Selçuk İletişim*, 14(4), 1972-2002. <https://doi.org/10.18094/josc.933919>
- Okumuş, S., & Çelik, S. (2024). Kamu diplomasisi tekniği olarak kültürel diplomasi: Yunus Emre Enstitüsü örneği. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (21), 147-166. <https://doi.org/10.46250/kulturder.1445597>
- Pan, S. Y. (2013). Confucius Institute project: China's cultural diplomacy and soft power projection. *Asian Education and Development Studies*, 2(1), 22-33. <https://doi.org/10.1108/20463161311297608>
- Papaioannou, K. (2022). Cultural diplomacy and nation branding in modern competitive international environment. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(5), 45-49. <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2022.2.5.302>
- Pereira, A. M. (2015). Tour guides and destination image: Evidence from Portugal. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 3(7-8), 129-150. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2015.08.001>
- Prakash, M., & Chowdhary, N. (2010). Tour guides: Roles, challenges and desired competences a review of literature. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 3(1), 1-13.
- Rabotić, B. (2010). Tourist guides in contemporary tourism. In *International conference on tourism and environment* (pp. 353-364).
- Reisinger, Y., & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing interpretation: The role of tour guides in authentic tourism. *Current Issues in Tourism*, 9(6), 481-498. <https://doi.org/10.2167/cit280.0>
- Salazar, N.B. (2005) Tourism and glocalization: 'local' tour guiding. *Annals of Tourism Research*, 32, 628-646. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.012>

- Sancar, G. (2017). Turizm diplomasisi kapsamında yer markalama: Turkey Home kampanya analizi. *Selçuk İletişim*, 9(4), 89-108. <https://dergipark.org.tr/en/pub/josc/issue/27540/289731>
- Schmidt, C. J. (1979). The guided tour: Insulated adventure. *Urban Life*, 7(4), 441-467. <https://doi.org/10.1177/089124167900700402>
- Scott-Smith, G. P. (2016). Cultural diplomacy. A. R. Holmes, & S. Rofo (Eds.) *Global Diplomacy- Theories, Types and Models* (pp. 176-195). Boulder CO: Westview Press.
- Shi, L., Ma, J. Y., & Ann, C. O. (2023). Exploring the effect of tour guide cultural interpretation on Tourists' loyalty in the context of the southern journey by Emperor Qianlong. *Sustainability*, 15(15), 11585. <https://doi.org/10.3390/su151511585>
- Şahin, S. Ş., & Avcıkurt, C. (2013). Turist rehberlerinin iletişim yeterlilikleri: Turistlerin görüşlerinin chaid analizi ile değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(29), 303-327. <https://dergipark.org.tr/en/pub/baunsobed/issue/50182/645969>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu. Resmî Gazete (Sayı:28227, Yayımlı tarihi:2012).
- Usta, Ö. (2009). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünal, U. (2022). Kamu diplomasisi bağlamında ulus marka iletişimi yönetimi. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 212-229. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7472491>
- Walden, L. (2019). Cultural diplomacy and internationalism in regional art institutions. *Visual Studies*, 34(4), 350-363. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2020.1715242>
- Weiler, B., & Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: One-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1083742>
- Weiler, B., & Walker, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 90-99. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.08.001>
- Weiler, B., & Yu, X. (2007). Dimensions of cultural mediation in guiding Chinese tour groups: Implications for interpretation. *Tourism Recreation Research*, 32(3), 13-22. <https://doi.org/10.1080/02508281.2007.11081535>
- Yağmurlu, A. (2020). Dünya mirası ve kamu diplomasisi: Göbekli Tepe örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (49), 46-64. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sufesosbil/issue/54046/692655>
- Yıldırım, G. (2016). Kültürel diplomasi ve uluslararası halkla ilişkiler çerçevesinde Cumhuriyetin ilk yıllarında Türk kültürü ve sanatının uluslararası alanda tanıtımı. *Aydın İnsan ve Toplum Dergisi*, 2(4), 221-256. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/651190>
- Yıldırım, G., & Kaplan, M. (2023). Ülke tanıtımında kültürel diplomasinin önemli bir aracı olarak ulusal kültür enstitülerinin rolü. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (59), 203-221. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1228127>
- Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2002). Intercultural communication and mediation: A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8(1), 75-87. <https://doi.org/10.1177/135676670200800108>
- Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81-91. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00064-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00064-5)
- Zhao, D., & Y. Lin, I. (2014). Understanding tourists' perception and evaluation of inter-cultural service encounters: a holistic mental model process. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 290-309. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-09-2013-0070>