



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİZM REHBERLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**TURİST REHBERLERİNDE HİKÂYE ANLATIMI, DUYGUSAL
EMEK VE İŞ TATMİNİ: GELİBOLU YARIMADASI ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HÜSEYİN SÜLEYMAN BÜYÜKTEPE

**TEZ DANIŞMANI
DOÇ. DR. HALİL KORKMAZ**

ÇANAKKALE – 2022



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI

**TURİST REHBERLERİNDE HİKÂYE ANLATIMI, DUYGUSAL EMEK VE İŞ
TATMİNİ: GELİBOLU YARIMADASI ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HÜSEYİN SÜLEYMAN BÜYÜKTEPE

Tez Danışmanı

DOÇ. DR. HALİL KORKMAZ

ÇANAKKALE – 2022

T.C.



ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ



LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Hüseyin Süleyman BÜYÜKTEPE tarafından Doç. Dr. Halil KORKMAZ yönetiminde hazırlanan ve **29/08/2022** tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “Turist Rehberlerinde Hikâye Anlatımı, Duygusal Emek ve İş Tatmini: Gelibolu Yarımadası Örneği” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı’nda yüksek lisans tezi olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Doç. Dr. Halil KORKMAZ

.....

Doç. Dr. Seda ŞAHİN

.....

Doç. Dr. Sinan GÖKDEMİR

.....

Tez No : 10489731

Tez Savunma Tarihi : 29/08/2022

.....
Doç. Dr. Yener PAZARCIK

Enstitü Müdürü

.././20..

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Hüseyin Süleyman

BÜYÜKTEPE

29/08/2022

TEŞEKKÜR

Bu tezin gerçekleŐtirilmesinde, çalıŐmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen saygı değer danışman hocam Doç. Dr. Halil KORKMAZ, alıŐma sÜresince tüm zorlukları aŐmamda bana destek olan değerli aileme ve arkadaŐlarımaya sonsuz teŐekkürlerimi sunarım.”

Hüseyin Süleyman BÜYÜKTEPE
anakkale, Ağustos 2022

ÖZET

TURİST REHBERLERİNDE HİKÂYE ANLATIMI, DUYGUSAL EMEK VE İŞ TATMİNİ: GELİBOLU YARIMADASI ÖRNEĞİ

Hüseyin Süleyman Büyüktepe

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Doç Dr. Halil KORKMAZ

29/08/2022, 163

Günümüzde artan yoğun rekabet ortamı sonucunda işletmeler çalışanlarından, işletmenin iş hacmini arttırması ve şirket hakkında olumlu algı yaratması için istenilen duyguları göstermelerini beklemektedir. Turist rehberleri ülkelerin tanıtımında, imaj yaratılmasında, işletme yararına olacak olan müşteri memnuniyetinin sağlanmasında önemli aktif rollere sahiptir. Bu durum turist rehberlerini birer duygu işçisi haline dönüştürmektedir.

Türkiye'nin önemli ziyaret noktalarından biri olan Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda bulunan şehitlikler, anıtlar ve cephe hatları her yıl farklı bölgelerden yerli ve yabancı turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Ziyaretçilerin bölge hakkında çeşitli kaynaklardan farklı bilgilere sahip olmaları ve bu bilgilerin ışığında farklı beklentilere girmeleri noktasında turist rehberleri hikâye anlatımları esnasında çeşitli zorluklar yaşamaktadırlar. Bu çalışmanın amacı ÇARO'ya kayıtlı olan ve sıklıkla tarihi yarımada rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin yaptıkları hikâye anlatımları esnasında karşılaştıkları zorlukları ve göstermiş oldukları derin ve yüzeysel ele alarak, bu davranışlarının iş tatminlerini ne düzeyde etkilediğini araştırmaktır. Nitel olarak yapılan araştırma kapsamında 30 turist rehberi ile telefon görüşmeleri yapılmıştır. Bu telefon görüşmeleri kayıt altına alınmış ve sonrasında çözümlenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında turist rehberlerinin karşılaştıkları zorlukların genelde söz kesilmesi, anlatımın dinlenmemesi, yapılan anlatıma turistlerin müdahale edip, kendi çıkarları ve beklentileri doğrultusunda turist rehberlerinden anlatım yapmalarını beklemeleri gibi olduğu görülmüştür. Bu zorluklarla karşılaşan turist rehberleri yüzeysel davranışlar sergileseler de, turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun hikâye anlatımları esnasında derin davranışlar sergiledikleri ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hikâye Anlatımı, Turist Rehberliği, Duygusal Emek, Çanakkale.

ABSTRACT

STORYTELLING, EMOTIONAL LABOUR AND JOB SATISFACTION ON TOURIST GUIDES: THE CASE OF THE GELIBOLU PENINSULA

Hüseyin Süleyman BÜYÜKTEPE

Çanakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Master of Science Thesis in Travel Management and Tourism Guidance Department

Co-supervisor: Doc. Dr. Halil KORKMAZ

29/08/2022, 163

As a result of the increasingly intense competitive environment today, businesses expect their employees to show the desired emotions in order to increase the business volume of the business and create a positive perception about the company. Tourist guides have an important active role in the promotion of countries, creating an image, and ensuring customer satisfaction that will benefit the business. This situation turns tourist guides into emotional workers.

Martyrdoms, monuments and front lines in Gallipoli Historical Peninsula, which is one of the important visiting points of Turkey, are visited by local and foreign tourists from different regions every year. Tourist guides experience various difficulties during storytelling at the point that visitors have different information about the region from various sources and have different expectations in the light of this information. The aim of this study is to examine the difficulties that the tourist guides, who are registered with ÇARO and who often provide guidance in the historical peninsula, face during their storytelling and the deep and superficial approaches they show, and to investigate to what extent these behaviors affect their job satisfaction. Within the scope of the qualitative research, telephone interviews were made with 30 tourist guides. These telephone conversations were recorded and subsequently resolved. In the light of the findings, it has been seen that the difficulties encountered by the tourist guides are generally interruption, not listening to the narration, and waiting for the tourist guides to intervene in the narration and to make a narration in line with their own interests and expectations. Although tourist guides who encounter these difficulties exhibit superficial behaviors, it has been revealed that the majority of tourist guides exhibit deep behaviors during storytelling.

Keywords: Storytelling, Tourist Guide, Emotional Labor, Canakkale.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
JURİ ONAY SAYFASI	i
ETİK BEYAN	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
SİMGELER VE KISALTMALAR	ix
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Araştırma Problemi	1
1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	2

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Turist Rehberliği Mesleği.....	4
2.1.1. Turist Rehberliği Tanımı.....	4
2.1.2. Turist Rehberliği Mesleğinin Önemi	5
2.1.3. Türkiye Cumhuriyetinde Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihçesi.....	7
2.1.4. Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB)	11
2.1.5. Turist Rehberinin Rollerini	13
2.1.6. Turist Rehberin Sahip Olması Gereken Nitelikler	15
2.2. Hikâye.....	31
2.2.1. Hikâye ve Hikâye Anlatıcılığı Nedir?	31

2.2.2. Geçmişten Günümüze Hikâye ve Anlatıcılığı Tarihi.....	34
2.2.3. Hikâye Anlatıcısı ve Özellikleri.....	37
2.2.4. Bir Hikâye Anlatıcısı Olarak Turist Rehberi	38
2.3. Duygusal Emek	39
2.3.1. Emek ve Duygu Kavramları.....	39
2.3.2. Duygusal Emek Kavramı ve Gelişimi	40
2.3.3. Duygusal Emek Yaklaşımları	42
2.3.4. Duygusal Emek Stratejileri	54
2.3.5. Duygusal Emeği Etkileyen Faktörler	55
2.3.6. Duygusal Emeğin Sonuçları.....	63
2.4. İş Tatmini.....	65
2.4.1. İş Tatmini Kavramı	65
2.4.2. İş Tatmini Kavramının Önemi	67
2.4.3 İş Tatminini Etkileyen Faktörler	67
2.4.4. İş Tatmini Sağlamaya Yönelik Uygulamalar	74
2.4.5. İş Tatmininin Sonuçları.....	77

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİST REHBERLERİNDE HİKÂYE ANLATIMINA BAĞLI DUYGUSAL EMEĞİN İŞ TATMİNİNE ETKİSİ: GELİBOLU YARIMADASI ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	80
3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Süreci.....	80
3.3. Verilerin Analizi.....	81

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUMLAR

4.1. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi.....	83
4.1.1. Tema 1: Anlatıma Bağlı Karşılaşılan Zorluklar.....	85

4.1.2. Tema 2: Duygusal Emek Davranışları	112
4.1.3. Tema 3: Yapılan Anlatımlara Bağlı Olarak Hissedilen İş Tatmini.....	134

BEŞİNCİ BÖLÜM
SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç	145
5.2. Öneriler.....	150
KAYNAKÇA	151
EKLER	I
EK 1: Duygusal Emek Ölçeği	I
EK 2: İş Tatmini Ölçeği	II
EK 3: Yapılandırılmış Görüşme Formu	III
EK 4: Etik Kurul Raporu	V
ÖZGEÇMİŞ.....	VI

SİMGELER VE KISALTMALAR

WFTGA	Dünya Turist Rehberliği Birliği Federasyonu
FEG	Avrupa Turist Rehberleri Birliği Federasyonu
TUREB	Türkiye Turist Rehberleri Birliği
ÇARO	Çanakkale Bölgesel Rehberler Odası
ARO	Antalya Rehberler Odası
MEGEP	T.C. Milli Eğitim Bakanlığı
vb	Ve Benzeri
Nu.	Number
p.	Page
Vol.	Volume
İRO	İstanbul Rehberler Odası
vd.	Ve Diğerleri

TABLULAR DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	TUREB'e bağlı meslek odaları ve yetki alanları	11
Tablo 2	Turist rehberlerinin meslek odalarına göre dağılımı	13
Tablo 3	Turist rehberlerinin rollerine yönelik yapılan tanımlar	14
Tablo 4	Yabancı dillere göre turist rehberlerinin dağılımı	18
Tablo 5	Turist rehberlerinin temel bilgi alanları ve içerikleri	19
Tablo 6	Veri analizi kapsamında oluşturulan temalar ve alt temalar	82
Tablo 7	Görüşmeye katılan turist rehberlerinin demografik özellikleri	84

ŒEKİLLER DİZİNİ

Œekil No	Œekil Adı	Sayfa No
Œekil 1	Turist Rehberlerinin Nitelikleri	17
Œekil 2	Duygusal Emegın Dört Boyutu Arasındaki İliŒki	49
Œekil 3	Duygusal Emek Boyutları ile Öncülleri Arasındaki İliŒki	50
Œekil 4	Grandey'in Duygusal Emek Modeli	53



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Tezin bu bölümünde araştırma problemi ile araştırmanın amacı ve önemi konuları başlıklar altında ele alınmıştır.

1.1. Araştırma Problemi

Günümüzde artan yoğun rekabet ortamı sonucunda her işletme çalışanlarından, işletmenin iş hacmini arttıracığı ve şirket hakkında olumlu algılar yaratacağı tavırlara ve duygulara sahip olmasını beklemektedir (Kaya ve Özhan 2012). Emek yoğun sektörlerde çalışanların, müşterilerle olan ilişkilerinde kendilerinden örgüt tarafından isenilen duyguları aktarmaları ve bu duygularla birlikte göstermiş oldukları tavırlar duygusal emek olarak adlandırılmaktadır (Özgen, 2010).

İşletmeler açısından duygusal emek kavramı değerlendirilirse, işletmenin etkili çalışanlara ve sadık müşterilere sahip olmasını sağlamaktadır. Bu durum da işletmenin uzun vadeli kazanımlar elde etmesini sağlar. Ancak çalışanların gösterdikleri duygular, müşteriler tarafından samimiyezsiz olarak algılanırsa, işletmeye karşı olumsuz müşteri tepkileri oluşabilir. Bu durum müşterilerin memnuniyetsizliklerinin yanı sıra, müşterilerin işletme değiştirmelerine de neden olur. Bu yüzden çalışanlardan duygularını yapay olmadan, doğru bir şekilde sergilemeleri ve yönetmeleri işletmeler tarafından beklenmektedir. Duygusal emek beklentisi zamanla örgüt kültürünün bir parçası haline gelmiş ve fiziksel emek kadar önemli bir hal almıştır (Wong ve Wang, 2009: 257).

Çalışanlar açısından bakıldığında ise, insanlar hayatlarının büyük bir bölümünü işte geçirmektedirler. İş, kişinin sosyal yaşamının temel dinamiklerinden birisidir. Memnun bir çalışan iş yerinde mutlu ve üretken bir çalışan olmanın yanı sıra, bu memnuniyetin getirmiş olduğu tatmin duygusuyla, hayatından da tatmin olur. Tam tersi bir durum söz konusu olursa, iş yerinde mutsuz olan bir çalışan üretken olamaz ve tatmin duygusu azalır. Zaman içerisinde bu çalışan kendini yetersiz ve işe yaramaz hisseder. Tatminsiz ve duygusal olarak tükenmiş bir çalışanda ne kendisine ne de işverenine herhangi bir fayda sağlayamaz (Genç, 2013: 72).

Bu bağlamda emek yoğun bir sektör olan turizm sektöründe, çalışanlarda duygusal emek ve buna bağlı olan iş tatmini kavramı sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Özellikle seyahat sektörü bünyesinde bulunan seyahat acentaları çalışanları, tur operatörleri ve rehberlik hizmeti sağlayan turist rehberleri müşterilerle sık uzun ve yoğun etkileşimlerde bulunmakta ve bu etkileşim esnasında birçok duyguyu müşterilere göstermektedirler. Turist rehberleri ülkelerin tanıtımında, imaj yaratılmasında, işletme yararına olacak olan müşteri memnuniyetinin sağlanmasında önemli ve aktif rollere sahiptir. Bu durum turist rehberlerini birer duygu işçisi haline dönüştürmektedir (Wong ve Wang, 2009).

Türkiye'nin önemli ziyaret noktalarından ve I. Dünya Savaşı'nın yaşandığı cephelerden biri olan Çanakkale Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda turist rehberliği hizmeti veren turist rehberleri bu çalışmada ele alınmıştır. Çanakkale Gelibolu Tarihi Yarımadası, dünya tarihinde önemli bir dönüm noktasının yaşandığı yer olması ve I. Dünya Savaşı'nın bir kısmının Gelibolu Yarımadası üzerinde yaşanmış olması nedeniyle Türkiye'deki önemli ziyaret noktalarından biridir. Gelibolu Yarımadası üzerinde bulunan şehitlikler, anıtlar ve cephe hatlarını ziyaret etmek için Türkiye'nin ve dünyanın farklı noktalarından ziyaretçiler bölgeye gelmektedir. Bölgeyi ziyaret etmek için gelen farklı kişilerin, bölge hakkında çeşitli kaynaklardan elde ettikleri farklı bilgilere sahip olmaları ve bu bilgilerin ışığında farklı beklentilere girmeleri noktasında turist rehberleri hikâye anlatımları esnasında çeşitli zorluklar yaşamaktadır.

Çanakkale Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda hikâye anlatımı yapan turist rehberleri, bu hikâye anlatımları esnasında çeşitli zorluklar yaşamaktadır. Bu çalışmayla beraber bu zorlukların neler olduğu ortaya çıkartılarak, turist rehberlerinin hikaye anlatımları esnasında ne kadar duygusal emek sarfettikleri ve sarfettikleri bu duygusal emeğin iş tatminlerini ne düzeyde etkilediği araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmayla birlikte Çanakkale Gelibolu Yarımadasında sıklıkla turlara katılan, turist rehberlerinin yaptıkları hikâye anlatımları esnasında karşılaştıkları zorluklar, yaptıkları anlatımlar sonucunda ziyaretçilerin turist rehberine karşı sergiledikleri tutumlar ve hikâye anlatımı esnasında hissettikleri duyguların kendi duygusal emeklerine olan

etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Ayrıca turist rehberlerinin hikâye anlatımına bağlı duygusal emek düzeylerinin, iş tatminlerine üzerine olan etkilerinin de neler olduğunu öğrenmek amaçlanmıştır.

Türkiye’de turist rehberlerinin duygusal emekleri ve iş tatminlerine yönelik çalışmalar yapılmıştır ancak turist rehberinin hikâye anlatıcılığı niteliği ve yaptıkları anlatımların duygusal emek ile ilişkilendirildiği çalışmalara literatürde rastlanılmamıştır. Bu bağlamda literatürde turist rehberlerinin yaptıkları hikâye anlatımlarının duygusal emeklerini nasıl etkilediğini ve bu durumunun iş tatminine olan yansımalarının ne olduğunu gösterecek bir çalışma olduğu için önem arz etmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

Tezin bu bölümünde turist rehberliği mesleği, hikâye, duygusal emek ve iş tatmini kavramları başlıklar altında ele alınmıştır.

2.1. Turist Rehberliği Mesleği

Bu konu başlığı altında turist rehberliğinin tanımı, turist rehberliği mesleğinin önemi, Türkiye Cumhuriyeti'nde turist rehberliği mesleğinin tarihçesi, Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB), turist rehberinin rolleri ve turist rehberin sahip olması gereken nitelikler açıklanmıştır.

2.1.1. Turist Rehberliği Tanımı

Rehber kelimesi Farsça kökenli bir kelime olup Türk Dil Kurumu'na (2019) göre; “Kılavuz, birinin doğruyu bulmasına yardımcı olan, yol gösteren kimse veya şey, delil.” şeklinde tanımlanmıştır. Ahipaşaoğlu (2006), rehberliği insanları bilmedikleri bir konuda veya yerde, ulaşmak istedikleri noktaya götüren doğru yolların gösterilmesi şeklinde tanımlamıştır. Literatürde turist rehberliği mesleği, yerli ve yabancı turistlere bir yerin tarihi, doğal ve kültürel özelliklerini, turistlerin talep ettiği dil doğrultusunda anlatan; ülkelerin sahip oldukları doğal, tarihi ve kültürel öğelerine katma değer sağlayan bir meslek şeklinde tanımlanmaktadır (Yazıcıoğlu vd. 2008; Köroğlu, 2013; Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013; Güzel vd. 2014).

Ap ve Wong (2001), turist rehberini, gruplara tercüme yapan ve destinasyonlarda liderlik yapan, sahip olduğu bilgi, kişilik özellikleri ile etik ilkelerden ödün vermeden yüksek standartlarda yönetebilme yeteneğinin bir arada toplanmış etkili bir birleşimi şeklinde tanımlarken; Leclerc ve Martin (2004), ziyaret edilen bölgeler, fotoğraflanan yerler ve otobüsün penceresinden görülen manzaralar hakkında bilgiler aktaran, aynı zamanda hikâyeler anlatan kişi olarak tanımlamaktadırlar. Ap ve Wong'un yapmış oldukları tanımlamada, turist rehberlerinin sahip olması gereken nitelikleri üzerinde

durulurken; Leclerc ve Martin'in yaptıkları tanımlamada turist rehberinin bilgi aktarma ve hikâye anlatma nitelikleri üzerinde durulmuştur.

Turist rehberliği kavramı çeşitli meslek örgütleri ve kuruluşları tarafından birkaç şekilde tanımlanmıştır. Dünya Turist Rehberliği Birliği Federasyonuna (World Federation of Tourist Guiding Associations – WFTGA, 2019) göre turist rehberi ziyaretçileri kendi seçtikleri dilde yönlendiren ve normalde kişinin uygun otorite tarafından yayınlanan ve / veya tanınan bölgeye özgü bir niteliğe sahip olduğu bir bölgenin kültürel ve doğal mirasını yorumlayan bir kişi şeklinde tanımlanmaktadır.

Avrupa Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (European Federation Of Tourist Guide Associations - FEG) tarafından 1998 yılında yapılan tanıma göre turist rehberi; yurtiçinden ya da yurtdışından gelen grup ya da bireysel ziyaretçilerin tercih ettikleri dil doğrultusunda, bir bölgede ya da şehirde bulunan anıtları, müzeleri, doğal ve kültürel miras alanlarını ve bölgenin tarihini ilham verici ve eğlendirici bir anlatım tarzıyla ziyaretçilere aktaran kişi şeklinde tanımlanmıştır (Ap ve Wong, 2001).

Türkiye’de 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Yönetmeliği’nde yer alan tanıma göre turist rehberliği hizmeti; “*Seyahat acentalığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi*”dir (TUREB, 2019).

2.1.2. Turist Rehberliği Mesleğinin Önemi

Dünyada yaşanan hızlı gelişimlerin sonucunda insanlar birçok farklı nedenden dolayı seyahat etmektedirler. Sanayi Devrimi ve sonrasında yaşanan hızlı gelişmeler insanların boş zamanlarının artmasına, ekonomik düzeylerinin yükselmesine ve turizm faaliyetlerine yönelmesine neden olmuştur. Bu yüzden Dünya genelindeki turizm

faaliyetleri hız kazanmıştır. Turizm sektöründeki pazar paylarını arttırmak isteyen gelişmiş ülkeler, turistlere daha kaliteli hizmet vermeyi amaçlamıştır (Büyükkuru ve Aslan 2015: 339). Turizm sektöründe çalışan her birey, kaliteli hizmet sunmanın bir parçası olduğu için ülke turizmine doğrudan veya dolaylı yönden katkıda bulunmaktadır. Pazarın önemli paydaşlarından biri olan turist rehberleri ile ilgili son yıllarda yapılan araştırmaların sonuçları incelendiğinde, rehberlik hizmetinin kalitesinin artması, turistin yaşadığı deneyimlerden memnuniyetinin artmasıyla doğru orantılı olduğunu göstermiştir (Cohen, Ifergan ve Cohen, 2002: 920). Bu bağlamda destinasyon ile turist arasında bağ kuran ve tur boyunca turistler ile etkileşim içerisinde olan turist rehberleri, önemli bir yere sahiptir.

Turist rehberleri, bir destinasyonun temsil edilmesinde, turistlerin tur boyunca yaşadıkları deneyimlerinin kalitesinin artırılmasında, ülkeyi veya bir bölgeyi ziyarete gelen turistlerin kalış sürelerinin artmasında ve bölgede geçimini sürdüren yerel halk için ortaya çıkan ekonomik değer artmasında stratejik öneme sahip saha elemanlarıdır (Dahles, 2002: 783). Turistlere sunulan tur hizmetinin kalitesi ilgili turistin sahip olduğu genel izleniminden ve duyduğu memnuniyetten daha çok turist rehberleri sorumludurlar (Ap ve Wong, 2001).

Turist rehberleri bölgenin tarihi, coğrafyasını, mimari öğelerini, müzelerini, alışveriş merkezlerini, bölgeden bulunan en iyi restoranları ve eğlence tesislerini bilmenin yanı sıra tur programının aksamaması için gereken zaman yönetimini de hesaba katmaktadırlar. Bu doğrultuda turist rehberleri rotaya, hız sınırlarına, otel konumlarına, trafik saatlerine de dikkat etmektedirler (Ferguson, 2010). Turist rehberinin yapmış olduğu bu faaliyetlerin sonunda, turistlerin yapmış oldukları tatilden tatmin olmalarına ve turist olarak gittiği ülkeden memnun ayrılmalarına neden olmaktadır. Bir ülkeden memnun ayrılan turist, o ülkeye daha çok turistin gelmesine neden olmaktadır.

Bazı turistler, gittikleri bölgeler hakkında olumsuz ön yargılara ve yanlış bilgilere sahip olabilmektedirler. Bu vb. gibi durumlarda turist rehberleri, turistlerden elde etmiş olduğu saygınlık ve güven duygusu ile birlikte, turistlerin sahip oldukları önyargıların değişmesinde, yanlış bilinen bilgilerin düzeltilmesinde büyük öneme sahiptir (Soykan 2002). Ülkenin doğru bir şekilde temsil edilmesi ve turistlerin ülkeden memnun

ayrılmasının sonucunda daha çok turistin ülkeye akışı sağlanmış olur. Bu açıdan değerlendirildiğinde turist rehberliği mesleği, turizm sektöründeki yeri önemlidir.

2.1.3. Türkiye Cumhuriyetinde Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihçesi

Türkiye Cumhuriyeti'nde turist rehberliği mesleğinin tarihçesi, Osmanlı İmparatorluğu'na kadar dayanmaktadır. 18.yy.'da Fransız Devrimi'nin getirdiği "Milliyetçilik Akımı" içerisinde birçok ulusu barındıran büyük imparatorlukları olumsuz yönde etkilemiştir. Milliyetçilik akımının etkisiyle Osmanlı İmparatorluğu'ndan uluslar ayrılıp, kendi bağımsızlıklarını ilan etmeye başlamışlardır. Bu durum sonucunda Osmanlı İmparatorluğu ekonomik ve askeri koşullar nedeniyle olumsuz yönde etkilenmiştir ve birtakım yenilik hareketlerine yönelmiştir. 1839 yılında yayınlanan Tanzimat Fermanı ile birlikte güzel sanatlar, eğitim ve ticaret alanlarında ciddi atılımlar gerçekleşmiştir.

Avrupa'da Thomas Cook ve Belçika kökenli Wagons-Lits şirketlerinin birleşmesi sonucunda, 5 Haziran 1883'te Orient-Express Paris ile İstanbul arasında tarifeli tren seferleri başlamıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olan İstanbul, iş adamlarının, tacirlerin, gezginlerin ve sanatçıların ilgi odağı olmuştur. Orient Express seferiyle gelen ziyaretçiler Osmanlı İmparatorluğu hakkında batılı devletler tarafından yapılan olumsuz propagandalardan etkilenmiş ve Osmanlı karşıtı görüşlere sahip kişilerdir. Aynı zamanda Osmanlı İmparatorluğu'nda rehberlik hizmetinin, Müslüman Türk nüfus yerine, iyi düzeyde yabancı dil bilen azınlıklar ve levantenler¹ tarafından veriliyor olması da beraberine bazı problemleri getirmiştir. Bu problemlerin başında rehberlik hizmeti veren azınlıkların eğitimsiz olmaları, belli başlı eserleri okumamış olmaları, tarihsel gerçeklere aykırı, kulaktan dolma ve sempati duydukları grupların menfaatleri doğrultusunda turistlere bilgi aktarımı geliyordu. Bu durum Osmanlı Devleti'nde azınlıkların haklarının yeteri kadar korunmadığı algısını turistler üzerinde yaratmıştır. Osmanlı İmparatorluğu olumsuz propagandaları önlemek adına rehberlik hizmetini verecek kişileri 29 Ekim 1890 tarihinde "Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek 190 Sayılı Nizamname" ile izne bağlamıştır (Çolakoğlu, vd. 2007: 130-131; Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013; Kozak, vd. 2014: 101). Bu nizamname tercüman rehber olacak kişileri kontrol

¹ Osmanlı İmparatorluğu döneminde ticaretle uğraşan İtalyan ya da Fransız gibi batı Avrupa kökenli azınlıklara verilen isim.

altında tutabilmeyi ve aynı zamanda olumsuz propagandaları önlemeyi öngörüyordu. Nizamnamenin yürütme ve uygulanma işlemi dönemin içişleri bakanlığına ve belediyelere verilmiş ve nizamname yürürlüğe girmiştir. Ancak, nizamnamenin uygulanmasında yapılması gereken denetimler ile ilgilenilmemiştir (Çimrin, 1995: 11).

Nizamnameden anlaşılacağı gibi Osmanlı döneminde rehberlik bir meslek olarak tanınmamakta yabancı konukları gezdiren kişilerin onlara yalnızca çevirmenlik yaptıkları düşünülmektedir. Belki de bunun nedeni rehberliğin bugünkü yol göstericilik, bilgi aktarımı ve tanıtım fonksiyonlarının henüz gelişmemiş ya da ilgililerce kavranmamış olmasıdır (Ahipaşaoğlu, 2006: 20).

I. Dünya Savaşı'nın 1914 yılında patlak vermesiyle birlikte Osmanlı İmparatorluğu üzerinde tercüman - rehberlik hizmeti veren kişiler, Türkiye Cumhuriyeti kuruluncaya kadar tamamen denetimsiz kalmıştır. Fakat savaş sırasında İngiliz Kemal olarak bilinen Türk casusu Esat Tomruk, Kıbrıslı Hayri Bey ve daha pek çok vatansever aydınlar, kolej öğrencileri, yabancı dil bilen emekli subaylardan oluşan kadın ve erkek gönüllü rehberlerin, gerektiğinde yabancılara amatörce tercüman rehberlik hizmetleri verdiklerini bilinmektedir (Çimrin, 1995: 12).

1923 yılında Raşit Saffet Atabinen ve bir grup aydın tarafından kurulan "Türk Seyyahin Cemiyeti"² turizm alanında faaliyet gösteren ilk teşkilat olmuştur. Türk Seyyahin Cemiyeti bugünkü anlamda olmasa bile, tercüman rehber yetiştirmede önemli bir rol oynamış ve azınlıkların tekelinde olan rehberlik mesleğine Türk gençlerini yönlendirmiştir (Değirmencioğlu, 1998; Kozak, vd. 2014: 102).

Türkiye Cumhuriyeti hükümetinin kurulmasından 2 yıl sonra 8 Kasım 1925 tarihinde, 2730 sayılı "Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname" yayınlanmıştır. Bu kararnamede, rehberlik mesleğini icra edeceklerin uyması gereken kurallar 11 maddede toplamıştır. Kararnamenin uygulanma kısmında belediyeler görevlendirilmiştir. Ancak bazı belediyelerden tercüman rehber olabilmek için gerekli olan

² Günümüzde Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu olarak bilinmektedir.

vesikayı alabilmek bir formaliteden öteye geçememiş ve gerekli denetimler usulüne uygun yapılmamıştır (Çimrin, 1995).

İstanbul ili İktisat Müdürlüğü tarafından ilk kez 1928 yılında çevirmen rehberlik konusunda bir kurs düzenlenmiş ve o güne kadar belediyeler tarafından tanıdık kişilere dağıtılan tercüman rehberlik belgelerinin esasları belirlenmiştir. Bu kurstan 50 tercüman rehber mezun olmuştur. Aynı zamanda bu kurs ile birlikte rehberlik bir meslek dalı olarak ele alınmış ve 1930 yılından itibaren rehberlerin vergilendirmeleri yoluna gidilmiştir. 1935 yılında belediyelerde turizm şubeleri açılmış ve yine aynı yılda tercüman rehber ihtiyacından dolayı kurs açılmıştır. Bu kurstan 53 kişi mezun olmuştur (Çolakoğlu, vd. 2007: 135). II. Dünya Savaşı'nın 1939 yılında patlak vererek 1945 yılına kadar sürmesi, Dünya'daki turizm faaliyetlerini neredeyse durma noktasına getirmiş ve Türkiye'de tercüman rehberlik mesleğini icra eden kişilerin büyük bir kısmının mesleği bırakmak zorunda kaldıkları bilinmektedir (ARO, 2020).

1950 yılına kadar geçen süreçte tercüman rehberlik mesleği hiçbir değişikliğe uğramamıştır. 1950 yılında Türkiye modern turizm hareketlerine önem vermeye başlamış ve "İkinci Turizm Danışma Kurulu" yapılmıştır. Bu kurulda özellikle tercüman rehberlik mesleği üzerinde durulmuştur. Dönemin Basın - Yayın ve Turizm Genel Müdürü olan Halim Alyot tarafından "Turist Tercüman Rehberliği" başlıklı rapor danışma kuruluna sunulmuştur. Sunulan bu raporda tercüman rehberliği mesleğinin yeri ve önemi üzerinde durularak, tercüman rehberlerin milletlerarası turist akımlarına yön verdikleri ve ulusal bazda turizm gelişimine katkı sağladıkları ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra tercüman rehberlik mesleğini icra eden kişilerin, ülkenin canlı birer propagandacısı ve reklamcısı olduğu da belirtilmiştir (Çolakoğlu, vd. 2007: 135-136).

Türkiye Milli Talebe Federasyonu (TMTF) tarafından 1951 yılında yabancı dil bilen üniversite öğrencilerine yönelik rehberlik kursları açılmıştır ve 129 kursiyer başarıyla kursu tamamlayıp rehberlik mesleğine başlamışlardır. 1955- 1960 yılları arasında geçen süreçte yine çeşitli öğrenci derneklerinin destekleri ile açılan iki kurstan 128 kursiyer başarılı olmuş ve rehberlik mesleğini icra etmeye başlamışlardır (Değirmencioğlu, 1998: 19; Ahipaşaoğlu, 2006: 25).

20 Ağustos 1963 tarihinde “Turizm ve Tanıtma Bakanlığı” kurulmuş ve bakanlığın kuruluş kanununun 26. maddesine göre çalışma alanına giren konular üzerinde, Turizm Bakanlığına personel yetiştirmek amacıyla kurslar ve uzman okullar açabilme yetkisi verilmiştir. Bunun üzerine 1964-1968 yılları arasında kurslar açılmıştır (Değirmencioğlu, 1998: 20)

“Tercüman Rehberliği Kursları ve Tercüman Rehberliği Yönetmeliği” olarak adlandırılan 13945 sayılı ilk yönetmelik 3 Eylül 1971 tarihinde yayınlanmış ve günün koşullarına uygun şekilde uyarlanmıştır (MEGEP, 2013: 6).

1983 yılına kadar geçen süreçte öğrenci kuruluşlarının vermiş oldukları kokartlar ile bakanlık tarafından verilen kokartlar arasında amatör ve profesyonel kokart olarak anılmış fakat her ikisi de eşit koşullarda ve profesyonel anlamda çalışmalarını sürdürmüştür. 1983 yılında yayınlanan “Profesyonel Tercüman Rehber Yönetmeliği” ile meslekte profesyonel ve amatör kokart arasında bir ayrıma gidilmiştir. Piyasada oluşan huzursuzluklardan dolayı 1986 yılında bu yönetmelik yeniden düzenlenmiş ve “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adını almıştır. Bu yönetmelikle birlikte kokartlarını öğrenci birliklerinden alan kişilerin 2 yıl içerisinde Turizm Bakanlığı’na başvurup kokartlarını değiştirme hakkı tanınmıştır. Ayrıca profesyonel turist rehberliği ile ilgili kurs açma yetkisi tamamen Turizm Bakanlığı’na geçmiştir (Ahipaşaoğlu, 2006: 27-28). Bu yönetmelik 1988, 1995 ve 2005 tarihlerinde değişikliklere uğramıştır.

2005 yılında yapılan değişikliklerin ardından yönetmelik 2012 yılına kadar geçerli olmuştur. 22 Haziran 2012 tarihinde resmi gazetede 6326 sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” yayınlanmıştır. “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” çıktıktan 2 yıl sonra 26 Aralık 2014 tarihinde “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği” yürürlüğe girmiştir. Günümüzde 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Yasası ile Türkiye Turist Rehberliği Birliği (TUREB) 07.09.2022 tarihine kadar 13 oda ve 12083 üyesi faaliyetlerini sürdürmektedir.

2.1.4. Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB)

12 Eylül 1998 tarihinde dört meslek örgütünün (İstanbul Turist Rehberleri Esnaf Odası (IRO), İzmir Turist Rehberleri Odası (İZRO), Ankara Profesyonel Turizm Rehberleri Derneği (ARED) ve Antalya Rehberler Derneği (REHBERANT) bir araya gelmesiyle kurulmuştur. 15 Nisan 2002 tarihinde yedi meslek örgütünün yeniden hazırlanmış bir protokol etrafında bir araya gelmesiyle birlik yeniden yapılandırılmıştır. Günümüzde de kendisine bağlı yedi meslek odası ve altı bölgesel meslek odasıyla birlikte toplam on üç odayı kapsayan bir meslek üst kuruluşu haline gelmiştir (Kozak, vd. 2014: 129; Tetik, 2006: 16). 18.07.2013 tarihinde yapılan I. Olağan Genel Kurulu'nda birliğin merkezi Ankara seçilmiştir ve 01.10.2013 tarihinden itibaren Ankara merkezli olmak üzere ülke genelinde faaliyetlerini sürdürmektedir. Birliğin amacı turist rehberlerinin haklarını korumak, ülke turizminde rehberlerin daha aktif rol almalarını sağlamak, ülkenin kültür ve turizm politikaları çerçevesinde tanıtılmasını sağlamak ve yasadışı rehberlik faaliyetleriyle mücadele etmektir (Türkiye Turist Rehberleri Birliği, 2020).

22 Haziran 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6326 sayılı Kanun 8. Maddesi uyarınca herhangi bir ilde en az yüz elli turist rehberinin bulunması ve bir ile kayıtlı olan toplam meslek mensubu sayısının yüzde otuz üçünün valiliğe başvurusu ile bir meslek kuruluşu olan oda kurulabilmektedir. Ayrıca oda bulunmayan illerde en az elli turist rehberinin oda merkezinin bulunacağı ili belirten başvuruları üzerine, kamu kurumu niteliği taşıyan bölgesel odaların kurulmasına Kültür ve Turizm Bakanlığı izin verebilir. Bu bağlamda Türkiye Turist Rehberleri Birliği'ne bağlı olarak çeşitli illerde kurulmuş meslek odaları bulunmaktadır. Sırasıyla bu meslek odaları ve odaların yetki alanları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1

TUREB'e bağlı meslek odaları ve yetki alanları

MESLEK ODALARI	YETKİ ALANLARI
Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası (ADRO)	Adana, Osmaniye, Mersin
Ankara Turist Rehberleri Odası (ANRO)	Ankara, Bartın, Çankırı, Çorum, Eskişehir, Karabük, Karaman, Kastamonu, Kırıkkale, Konya, Zonguldak, Afyonkarahisar

Tablonun devamı

Antalya Turist Rehberleri Odası (ARO)	Antalya, Burdur, Isparta
Aydın Turist Rehberleri Odası (ATRO)	Aydın, Denizli
Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası (BURO)	Bursa, Kütahya, Bilecik
Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası (ÇARO)	Balıkesir, Çanakkale, Tekirdağ
Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası (GARO)	Gaziantep, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya, Hatay
İstanbul Turist Rehberleri Odası (İRO)	Bolu, Düzce, Edirne, İstanbul, Kocaeli, Sakarya, Yalova, Kırklareli
İzmir Turist Rehberleri Odası (İZRO)	İzmir, Manisa, Uşak
Muğla Turist Rehberleri Odası (MURO)	Muğla
Nevşehir Turist Rehberleri Odası (NERO)	Aksaray, Kayseri, Kırşehir, Nevşehir, Niğde, Sivas, Yozgat
Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası (ŞURO)	Adıyaman, Ağrı, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Hakkari, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak, Tunceli, Van
Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası (TRO)	Amasya, Ardahan, Artvin, Bayburt, Erzincan, Erzurum, Giresun, Gümüşhane, Iğdır, Kars, Ordu, Rize, Samsun, Sinop, Tokat, Trabzon

Tablo 1’ de yer alan meslek odalarına bağlı, odanın yetki alanları içerisinde ikamet eden, ülkesel³ - bölgesel⁴ ve eylemli⁵ - eylemsiz⁶ olmak üzere toplam 12083 ruhsatname sahibi turist rehberi bulunmaktadır. Bu rehberlerin odalara göre, ülkesel-bölgesel veya eylemli-eylemsiz olarak dağılımları Tablo 2’de verildiği gibidir.

³ Ülkesel Turist Rehberi: Ruhsatnamesinde ve çalışma kartında ülke genelinde çalışma hak ve yetkisine sahip olduğu belirtilen turist rehberlerine denilir.

⁴ Bölgesel Turist Rehberi: Ruhsatnamesinde ve çalışma kartında belirtilen coğrafi bölge veya bölgelerde çalışma hak ve yetkisine sahip olan turist rehberlerine denilir.

⁵ Eylemli Turist Rehberi: Çalışma kartı sahibi olup fiilen turist rehberliği hizmeti sunma hak ve yetkisine sahip turist rehberlerine denir.

⁶

Eylemsiz Turist Rehberi: Ruhsatname sahibi olup çalışma kartı olmayan turist rehberlerine denir.

Tablo 2

Turist rehberlerinin meslek odalarına göre dağılımı

Meslek Odası	Ülkesel	Bölgesel	Eylemli	Eylemsiz	Oda Toplam Rehber
Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası	153	29	120	62	182
Ankara Turist Rehberleri Odası	718	129	538	309	847
Antalya Turist Rehberleri Odası	1613	184	1352	445	1797
Aydın Turist Rehberleri Odası	570	155	610	115	725
Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası	102	52	120	34	154
Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası	153	90	203	40	243
Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası	125	61	148	38	186
İstanbul Turist Rehberleri Odası	4282	795	3862	12615	5077
İzmir Turist Rehberleri Odası	1004	169	830	343	1173
Muğla Turist Rehberleri Odası	412	52	344	120	464
Nevşehir Turist Rehberleri Odası	589	303	774	118	892
Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası	130	58	155	33	188
Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası	112	43	125	30	155
TOPLAM	9963	2120	9181	2902	12083

TUREB Rehber İstatistikleri 07.09.2022

2.1.5. Turist Rehberinin Roller

Turist rehberleri bir destinasyonun tanıtılmasında, destinasyona dair önyargıların kırılmasında, turist memnuniyetinin sağlanmasında önemli saha çalışanları olmuşlardır. Turist rehberlerinin rol ve görevleri üzerine yapılan çalışmaların sonucunda turist rehberleri bilgi verici, bilgi çeşmesi, öğretmen, tanıtıcı, motivasyon verici, çoban, ülke büyükelçisi, ülke misyoneri, grubun animatörü ya da analizcisi, grup lideri ve amiri gibi birçok tanımlama ve rol karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda Dahles (2002), turist rehberlerinin sadece çeviri yapan kişiler olmadıklarını, aynı zamanda turistlere sağladıkları bilgiler açısından turistlerin başka kültürler hakkında bilgi edinmesini ve deneyim

kazanmasını sağlayan kişiler olduklarını belirtmiştir. Bir başka deyişle turist rehberlerinin turisti başka kùltùrleri, gùrmeyi, duymayı, koklamayı, tatmayı ve hissetmeyi sağlayan kişiler olduğunu ifade etmiştir.

Bilinçli devlet yùneticileri, turist rehberlerinin turizm sektùrùndeki rolünü gözden kaçırmamaktadır. Yabancı turistler, ziyaret ettikleri ùlke hakkında olumsuz bir takım önyargılara sahip olabilmektedirler. Bu durumun bilincinde olan devlet yùneticileri, bir turist rehberinin rolünün sadece turistleri karşılamamanın ve bilgilendirmenin olmadığını görmüşler, aynı zamanda turist rehberlerinin bir bölge ve ya ùlke hakkında olumsuz algılara sahip turistlerin algılarını olumlu yönde değiştirebilecek bir sosyal propaganda aracı olarak görmüşlerdir. Bu bağlamda turist rehberleri doğru kurum ve kuruluşlara, bilimsel araştırmalar sonucunda elde edilen bulgulara atıflar yaparak, yabancı turistlerin yanlış kaynaklardan elde ettikleri bilgileri düzeltme ve aynı zamanda turistlerin elde ettikleri bilgiler ışığında sahip oldukları olumsuz değer yargılarını – olumsuz imajı kaldırmasına yardımcı olur. Bu yüzden turist rehberlerine bölgeye veya ùlkeye bir pencere olmak için halkla ilişkiler görevini emanet etmişlerdir (Güzel, 2007; Çokal 2015).

Turist rehberliği mesleği birçok konu hakkında bilgi sahibi olmayı gerektiren bir meslektir. Çünkü ziyaret edilen destinasyonun tarihi, kùltürù, doğası, sosyal ve ekonomik durumu turistler tarafından merak edilen konulardır. Bu yüzden birçok kişi turist rehberlerinin aynı zamanda öğretmenlik rolü üzerine dikkat çekmektedirler. Bu yüzden rehberlik mesleği ileri düzeyde bilgi sahibi olmayı gerektiren bir meslektir (Güzel, 2007).

Turist rehberliği mesleğinin sahip olduğu tanımlamalara ve rollere yönelik birçok araştırmacı araştırma yapmışlardır. Yapılan araştırmalarda turist rehberlerinin elçi, yorumcu-çevirmen, bilgi verici, aracı, satış elemanı, öğretmen şeklinde tanımlamalar yapılmıştır. Bu araştırmaların bir bölümü Tablo 3' de yer almaktadır.

Tablo 3

Turist rehberlerinin rollerine yönelik yapılan tanımlar

TANIM	ARAşTIRMACI	YIL
Aktör	Holloway	1981
Elçi	Holloway	1981

Tablonun devamı

Denge Unsuru	Schmidt	1979
	Holloway	1981
	Pearce	1982
	Fine ve Speer	1985
Bakıcı/Gözetmen	Fine ve Speer	1985
Katalizör	Holloway	1981
Kültür Sımsarı	Holloway	1981
	Katz	1985
Bilgi Aktarıcı	Holloway	1981
	Hughes	1991
Aracı	Schmidt	1979
	Ryan ve Dewar	1995
Yorumcu / Çevirmen	Almagador	1985
	Holloway	1981
	Katz	1985
	Ryan ve Dewar	1995
Lider	Cohen	1985
	Geva ve Goldman	1991
Arabulucu	Schmidt	1979
	Holloway	1981
	Cohen	1985
	Katz	1985
Organizatör	Van den Berghe	1980
	Hughes	1991
	Pearce	1982
	Schuchat	1983
Satış Elemanı	Fine ve Speer	1985
	Gronroos	1978
	Schmidt	1979
Öğretmen	Holloway	1981
	Pearce	1982
	Fine ve Speer	1985
	Manchini	2001

(Koroğlu, 2013)

2.1.6. Turist Rehberin Sahip Olması Gereken Nitelikler

Turist rehberliği mesleğini emek yoğun bir meslek olmakla beraber birçok niteliğe sahip olmayı da gerektiren bir meslektir. Rehberli turlar eşliğinde ziyaret edilen bir

destinasyonun, turistler üzerinde bıraktığı imaj, izlenimler ve ziyaretten duydukları memnuniyet düzeyleri, kısmen turist rehberleri tarafından yapılan anlatımlara, yorumlara, aktarılan bilgilere ve turist rehberinin sahip olduğu becerilere bağlıdır.

Turist rehberleri bir tur esnasında ziyaret edilen ülkenin ya da destinasyonun tarihini, kültürünü, gelenek-göreneklerini, nüfus yapısını, bölgenin doğal güzelliklerini, jeopolitik konumunu, sosyal politikalarını vb. bilmeleri gerekmektedir. Bu bilgilerin yanı sıra turist rehberleri tur esnasında karşılaşılabilecek problemlerin hızlı ve pratik çözümler geliştirerek giderilmesinde, turistlerin akıllarında bulunan soruların cevaplandırılmasında, zaman zaman esnek ve mizahi yönünü kullanarak turistlerin eğlenceli ve kaliteli vakit geçirmesinde önemli bir rol üstlenmektedirler (Bowie ve Chang, 2005).

Tur esnasında özellikle politika, din, ırk cinsiyet ayrımcılığı ve benzeri hassas, tartışmaya açık konular üzerinde gelen soruların yanıtlanması esnasında herhangi bir saldırgan davranışa maruz kalmamak turist rehberleri soğukkanlı bir biçimde bilgiler aktarmalıdır. Aksi bir durum yaşandığı takdirde turist rehberleri grubun kontrolünü sağlamak, karşılaşılan problemlere soğukkanlı ve sabırlı bir biçimde hızlı ve pratik çözümler bulmaları gerekmektedir (Dahles, 2002: 786). Mancini bir turist rehberi grubunu yönetebilmesi için bazı niteliklere sahip olması gerektiğini öne sürmüştür. Mancini'ye göre turist rehberi müşterilerinin beklentilerini karşılayabilen, adaletli olan, grubun davranışlarını gerektiğinde öven, esnek olan ve liderlik vasfına sahip olan bireylerdir (Bowie ve Chang, 2005).

Turist rehberleri, bir ülkeyi ziyaret eden yabancı turistlerin, ülkeye geldikleri günden, ülkeden ayrılacakları güne kadar en uzun etkileşim içerisinde olacakları ülke temsilcileridir. Bu durumda turistler gezdikleri ülkenin insanları hakkında fikir sahibi olmaya çalışırken turist rehberinin davranışlarını, olaylara bakış açısını ve düşünce yapısını bütün ülkenin insanların yaşayış biçimi ve görüşü olarak algılayacaklardır (Ahipaşaoğlu, 2006). Bu durumda turist rehberinin sahip olduğu kişilik özellikleri de ön plana çıkmaktadır. Turist rehberlerinin sahip olması gereken nitelikler Şekil 1' de verilmiştir.



Şekil 1: Turist Rehberlerinin Nitelikleri

Bilgi

Bir turist rehberinin sahip olması gereken en temel özelliği, çeşitli konularda belirli düzeylerde bilgi sahibi olmasıdır. Turist rehberlerinin bir tur esnasında ihtiyaç duyabilecekleri bilgiler 4 temel başlık altında incelenebilir. Bunlar; yabancı dil bilgisi, genel kültür bilgisi, diğer kültürler hakkında bilgi ve ilk yardım bilgisidir.

Yabancı Dil Bilgisi: Bir turist rehberi kendi anadilinin yanı sıra en az bir yabancı dili bilip etkin bir şekilde kullanıyor olması gerekmektedir. 2012 yılında yürürlüğe giren 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun üçüncü maddesine göre turist rehberi olabilmek için yabancı dil sınavından başarılı olma şartı aranmaktadır. Bu durumun temel sebebi turist rehberlerinin sadece kendi ülkesinin vatandaşı olan ve aynı dili konuşan yerli turistlere rehberlik etmenin yanı sıra, yabancı turistleri de talep edilen dil doğrultusunda yönlendirme ve rehberlik hizmeti verme durumunda olmalarından kaynaklanmaktadır. Yabancı dilin turist rehberi tarafından etkin bir şekilde kullanılması, turistle iletişim kurmak ve bilgiyi yabancı turistlere doğru bir şekilde iletmek için büyük önem taşımaktadır. Türkiye'de TUREB'e bağlı olan 12083 turist rehberi bulunmaktadır. TUREB'in resmi internet sitesinde yer alan 07.09.2022 tarihi verilerine göre toplam 38 farklı dilde rehberlik hizmeti verebilecek turist rehberleri bulunmaktadır. Bu turist rehberlerinin dillere göre dağılımı Tablo 4'de verildiği gibidir.

Tablo 4

Yabancı dillere göre turist rehberlerinin dağılımı

DİL	SAYI	DİL	SAYI	DİL	SAYI	DİL	SAYI
Almanca	1631	Farsça	46	İsveççe	28	Norveççe	32
Arapça	416	Fince	11	İtalyanca	547	Portekizce	395
Arnavutça	2	Fransızca	1125	İzlandaca	1	Romence	24
Boşnakça	14	Gürcüce	6	Japonca	594	Rusça	855
Bulgarca	268	Hırvatça	28	Korece	35	Sırpça	48
Çekçe	7	Hintçe	2	Lehçe	57	Slovakça	3
Çince	359	Hollandaca	235	Litvanca	2	Tayca	1
Danimarkaca	8	İbranice	25	Macarca	25	Urduca	9
Endonezce	178	İngilizce	7851	Makedonca	9	Yunanca	151
Ermenice	7	İspanyolca	958				

TUREB Rehber İstatistikleri 07.09.2022

Genel Kültür Bilgisi: Bir turist rehberinin temel görevi yerli veya yabancı turistleri yönlendirip, bir bölge hakkında bilgiler vermektir. Herhangi bir ülkeyi veya bölgeyi ziyaret eden turistler, o bölgenin tarihini, sahip olduğu doğal güzelliklerini, yerel yaşama dair kültürünü, gelenek ve göreneklerini, sosyal ve ekonomik yapısını öğrenmek ister. Bunun yanı sıra turistler bölge hakkında merak ettiklerini turist rehberlerine sorular yönlendirerek, kendilerini tatmin edecek düzeyde sordukları sorulara cevap beklerler. Bu yüzden bir turist rehberi tarih, arkeoloji, sanat tarihi, coğrafya, ekonomi, müzik, sanat, politika gibi konularda, rehberlik mesleğinin gerektirdiği düzeyde bilgilere sahip olması gerekmektedir. Ayrıca turist rehberleri elde edilen yeni bilgilerin ışığında, sahip oldukları bilgileri sürekli olarak güncelleyebilmelidir. Turist rehberliği mesleği farklı kültür ve değerlere sahip olan insanlarla muhatap olmayı gerektiren bir meslektir. Farklı kültür ve değerlere sahip olan kişiler, kendi kültürlerinde olmayan çeşitli halk uygulamalarını gördüklerinde, kendi düşünce tarzlarına uygun ve değerleri doğrultusunda muhakeme yapmaktadırlar. Bu yüzden bir turist rehberinin aynı zamanda turistleri daha iyi anlamak ve onları daha iyi yönlendirebilmek adına farklı ülkelerin sahip olduğu kültürel değerleri ve düşünce biçimlerini de bilmelidirler(Tetik, 2006). Bir turist rehberinden beklenen ve bilmesi gereken bilgiler Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5

Turist rehberlerinin temel bilgi alanları ve içerikleri

Tarih	Milli tarih, sanat ve dinler tarihi, geçmiş uygarlıkların politik durumları, sosyal yapılan, günlük yaşamları, dini yaşamları, savaş ve barışları, mimari tarzı, mitoloji, arkeolojik kazılar, eserlerin sınıflandırılması, sergilenmesi, tarihleme yöntemleri, tarihi eser kaçakçılığı.
Coğrafya	Dağlar, ormanlar, akarsular, göller, denizler, yer altı zenginlikleri, iklim
Ekonomi	Ekonomik yapı, ekonomik durum, tarımsal yapı
Yaşam	Kent ve köy hayatı, hukuki yapı, eğitim öğretim durumu, sendikal örgütlenme, gelenek ve görenekler, müzik, folklor, dans, giyim, yemek, basın-yayın, TV tartışmaları, kadın sorunları, çocuk ve insan hakları, düşünce ve konuşma özgürlüğü, suç isleme oranları
Politika	Ülkedeki politik geçmiş ve şimdiki durum, uluslararası ilişkiler
Sanat	Edebiyat, tiyatro, bale, sergiler, sezonluk kutlama ve gösteriler

Tetik, 2006: 54

Diğer Kültürler Hakkında Bilgi: Turist rehberleri kültürlerarası iletişimin elçileri gibidir. Çünkü turist rehberleri yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistlere de rehberlik hizmeti sunmaktadırlar. Turist rehberlerinin yabancı turistlere sağladığı rehberlik hizmetinden yabancı turistlerin memnun olması ve ülkeden memnun olarak ayrılması ülke imajını olumlu yönde etkiler (Çokal, 2015). Turistlerin ülkeden memnun olarak ayrılmaları beklentilerinin karşılanmasıyla birlikte doğru orantılıdır. Bu yüzden turist rehberleri, yabancı uyruklu turistlerin geldikleri ülkenin kültürünü, dinini, gelenek ve göreneklerini, ekonomik ve politik yapısını, düşünce tarzını ve toplumsal değerlerini bilmeleri gerekmektedir (Güzel, 2007). Bazı durumlarda yabancı uyruklu turistler kendi ülkelerinde olmayan ve kendi kültürlerine garip gelebilecek şeylerle ziyaret ettikleri destinasyonlarda karşılaşabilmektedirler. Bu ve benzeri durumlarda turist rehberi turistlerin kendi kültürlerinde olan şeyler üzerinden karşılaştırmalı örnekler verebilirler. Böylece turistler kendilerini daha rahat hissederler ve turist rehberini takdir ederler. Turist rehberleri çoğu zaman turistlerin kendi evlerinde hissetmelerini sağlamak için bazı tanıdık muameleler

yaparlar. Örneğin Çinli turistlere rehberlik hizmeti veren bir turist rehberi otelin 4 katındaki hiçbir odada turistlerin konaklama yaptırmazlar. Bu durumun temelinde Çin inanişında 4 rakamının uğursuzluk getireceğine olan inanç yatmaktadır. Dört rakamının ölüm kelimesiyle benzer seste olmasından dolayı, dört rakamının uğursuz olduğu inancı, binalarda, asansörlerde dört rakamını kullanmama derecesine kadar toplumu etkisi altına almıştır (Ulu, 2012). Böylelikle turist rehberinin diğer kültürler hakkında sahip olduğu bilgiler sayesinde önceden turist grubunun rahat ettirilmesine yönelik birtakım faaliyetler yapılabilir.

İlk Yardım Bilgisi: İlk yardım, herhangi bir kaza veya yaşamı tehlikeye düşüren durumlarda, ilk yardım eğitimi almış kişiler tarafından profesyonel tıbbi yardım sağlanıncaya kadar uygulanan, kazazedenin hayatın kurtarılmasına veya durumunun daha kötüye gitmesine engellemek adına olay yerinde yapılan müdahalelerdir. Bu müdahaleler herhangi bir tıbbi araç gereç aramadan, mevcut olan araç gereçlerle, herhangi bir ilaç kullanmadan yapılır (Altındış, Tok, Adıgöl, Ekerbiçer ve Altındış, 2017). Turist rehberliği mesleği de gerek uzun süreli seyahatler olsun gerekse açık alanlarda yapılan tırmanış ve doğa yürüyüşleri vb. faaliyetlerin çoğunlukta olması çeşitli tehlikeleri de beraberinde getirmektedir. Gezi programı esnasında grup içinde aniden rahatsızlanan turistler olabileceği gibi, ziyaret edilen bölgelerde ayak burkulması, arı – zehirli böcek sokmaları veya tur aracının seyir etmesi esnasında kazalar ile karşılaşılabilir. Bu vb. durumlarda profesyonel tıbbi yardım gelene kadar turist rehberleri ilk yardım uygulamaları hayati öneme sahiptir. Turist rehberleri sakinliklerini koruyarak soğukkanlı bir biçimde kazazedeyi sakinleştirmeli ve ilk yardım müdahalesinde bulunması gerekmektedir. Ayrıca en kısa sürede acil yardım çağırılmalıdır. Olası ölümle sonuçlanan vakalarda ise turist rehberleri ilgili mercilere haber vermelidir. Ayrıca mesleki düzeyde hukuki bilgilere sahip olması gerekmektedir(Tetik, 2006).

Yetenek ve Beceriler

Turist rehberleri sadece bilgisiyle değil, aynı zamanda sahip olduğu yetenek ve becerileriyle, turisti etkileyebilmektedirler. Turist rehberlerinin, turistlerin ihtiyaçlarına cevap verebilmek ve beklentilerini karşılayabilmek için bazı temel beceri ve yeteneklerle sahip olmaları gerekmektedir. Turistlerin akıllarında kalıcı olarak yer edecek benzersiz tur

deneyimi yaşamaları, turist rehberinin sahip olduğu beceri ve yeteneklere belirli ölçülerde bağlantılıdır. Turist rehberlerinin sahip oldukları bu beceri ve yetenekler çeşitli ortam koşullarından, yetiştirilme tarzı sosyal yaşam toplumun yapısı gelenek ve göreneklerine göre şekillenmektedir. Fakat çeşitli öğelerden etkilenen bu yetenek ve beceriler turist rehberleri tarafından geliştirilebilir(Tetik, 2006). Turist rehberlerinin sahip olması gereken yetenek ve beceriler aşağıda verilmiştir. Bunlar:

- İletişim Becerisi
- Anlatım Becerisi
- Koordinasyon Becerisi
- Sorularla Başa Çıkma Yeteneği
- Bilgilerini Güncelleyebilme Becerisi

İletişim Becerisi

İletişim, sosyal hayatın, insanların, grupların ve toplumların birbiri arasındaki ilişkinin temelini oluşturan; kişiler arasında duygu, düşünce ve bilgilerin aktarılma sürecidir. Cüceloğlu (2003) iletişimi, insanların birbirlerini farkına varması sonucunda başlayan bir süreç olduğunu belirtmektedir. İnsanların birbirlerinin farkına varmasıyla başlayan çok yönlü süreçte mesajlar, sözlü veya sözsüz olarak kaynaktan(iletişimi başlatan kişiden) alıcıya aktarılmaktadır. Sözlü olarak yapılan iletişimde konuşma, ses tonlaması ve kullanılan dil aracılığıyla alıcıya mesajlar aktarılırken, sözsüz iletişimde ise kişilerin duruşları ve beden dili alıcıya çeşitli mesajlar vermektedir (Cangil, 2004).

Turizm sektöründe etkili iletişim becerilerini kullanmak önemli bir yere sahiptir. Seyahat acentaları ve ya turizm sektöründe bulunan ve hizmet sağlayan paydaşlar turistler ile doğrudan iletişim kurmasalar da, turist rehberleri hizmet verdikleri gruptaki bütün bireyler ile doğrudan doğruya iletişim halindedirler. Burton, *“Dinleyicilerin bir konuşmacı hakkındaki yargılamayı ilk beş saniyelik süre içerisinde, onun dış görünüşüne, ses tonuna ve konuşma becerisine bakarak yaptıklarını belirtmiştir”* (Burton, 1995 aktaran Tetik, 2007). Her ne kadar bir turist rehberi iyi düzeyde bilgiye sahip ve duyarlı bir kişilik yapısı olsa da, turistler ile iyi iletişim kuramıyorsa alanında başarısız olacaktır (Çolakoğlu, vd. 2007: 143). Bu durumda turist rehberlerinin iletişim becerileri, turist rehberini tamamlayan ve diğer birçok işinde yardımcı olan önemli bir faktördür.

Her toplumun iletişim becerileri kendi buldukları sosyal ve doğal çevrenin yapısından etkilenmektedir. Bu durum bazı turistlerin bazı olaylar karşısında aşırı düzeyde tepki vermesine neden olabileceği gibi, bazı turistlerinde tepkisiz kalmasına veya durumu sıradan görmesiyle sonuçlanabilir. Bu ve benzeri durumlarda turist rehberleri, hizmet ettikleri turist grubunun profilini iyi analiz edebilmelidir. Turist rehberinin hizmet ettikleri turistlerin, sahip oldukları kültürel değerleri ve inanışları hakkında bilgi sahibi olması, turistlerle rahat iletişim kurulmasında yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda bu durum turist rehberinin turistler tarafından saygınlık kazanmasıyla sonuçlanır ve turist rehberi, grubun kontrolünü sağlayabilmesi için ihtiyaç duyduğu otoriteyi, turistlerin güveni sayesinde hiçbir otoriter davranış sergilemeden kazanabilmektedirler.

Genel olarak turist rehberlerinin iletişim becerileri, grup önünde hitap edebilme, heyecanın üstesinden gelme ve deneyim, göz kontağı kurabilmek beden dili kullanımı ve ses tonlaması olarak sıralanabilir (Tangüler, 2002: 19-20).

Grup Önünde Hitap Edebilme: Çoğu insan bir topluluk önünde konuşurken veya herhangi bir konu hakkında sunum yaparken endişelenir ve güçlük çeker. Turist rehberliği mesleği doğası gereği topluluk önünde sıklıkla hitap etmeyi gerektiren bir meslektir. Turist rehberlerinin sunum esnasında endişe duyarak anlatım yapmaları, anlatımın akışını bozabilmekte ve turistler bu durumdan rahatsızlık duyabilmektedirler. Bu gibi durumlar, turist rehberlerinin kariyerleri için yıkıcı sonuçlar doğurabilmektedir. Öte yandan turist rehberinin, grup veya topluluk önünde hitap edebilme becerisine sahip olması, grup üyelerini etkilemek için ihtiyaç duyduğu kendine güven duygusunu da beraberinde getirmektedir. Turist rehberlerinin gruba hitap ederken dikkat etmesi gereken bir diğer unsur ise kalıplaşmış ve aşağılayıcı cümlelerden kaçınmaları gerektiğidir. Kalıplaşmış ve aşağılayıcı cümlelerin sıklıkla turist rehberi tarafından ifade edilmesi turistlerin tepki vermesiyle sonuçlanabilmektedir(Tangüler, 2002).

Heyecanın Üstesinden Gelme ve Deneyim: Turist rehberinin bir konuya duyduğu ilgi ve bu konuyu turistlerle paylaşma isteği, sunum yaparken heyecanının üstesinden gelmeye yardımcı olacak ana faktördür. Turist rehberi konu anlatımını esnasında aşırı düzeyde heyecanlı ise anlatım esnasında ifade etmesi gereken cümleleri unuttur veya yanlış

ifade eder. Bu durumda konu bütünlüğü açısından ortaya bir karmaşa çıkar ve turistler anlatımdan memnun kalmayabilirler. Turist rehberlerinin bu gibi durumları aşmasını sağlayacak temel unsur heyecanı ve korkuyu yenmelerinden geçmektedir. Zaman içerisinde kazanılan deneyimler, turist rehberlerinin korkularını ve heyecanlarını yenmesini sağlar(Tetik, 2006).

Göz Teması: Göz teması sözsüz iletişimin en temel araçlarından biri olmakla birlikte, duyguları iletmede, insanların içinden geçirdiklerini samimi ve açık bir şekilde anlamaya yarayan önemli bir iletişim unsurudur (Düzgün ve Selçuk, 2018). Turist rehberleri turları esnasında göz teması kurarak, turistlerin anlık reaksiyonlarını ölçebilirler ve turistlerin ilgi düzeylerini veya ruh hallerini anında gözlemleyebilirler. Çok fazla göz teması, düşmanlık, kabalık veya üstünlük anlamına gelse de, çok az göz teması, turist rehberinin özgüven eksikliği, tura hazırlıksız ve yetersiz olduğu şeklinde turistler tarafından değerlendirilmesini sağlayacaktır (İrigüler, 2015).

Beden Dili Kullanımı: Yüz yüze gerçekleşen iletişimde düşünceler sözlü aktarılırken duygular ise sözsüz olarak adlandırdığımız, birçoğumuz tarafından farkında olmadan günlük yaşamda kullandığımız ve toplumun yaşadığı bölgelere ve kültürlere göre farklılık gösteren beden dili ile aktarılmaktadır. Yapılan bilimsel araştırmaların sonuçlarına göre beden dilinin, sözcükler ile ve ses tonu ile yapılan iletişime göre % 55 oran ile gerçekliği yansıttığı görülmüştür (İzgören, 2000; Cangil, 2004). Bu durumda turist rehberliği mesleğinde yüz yüze iletişimin sık kullanıldığı göz önünde bulundurulursa, turist rehberleri turistlerin gerçekte neler hissettiklerine dair kodları, yansıttıkları beden dilinden deşifre ederek bulabilir. Beden dilini etkin kullanan - gözlemleyen turist rehberleri, insanları kolayca okur ve turistlerin anlatımdan sıkılıp sıkılmadıkları, gerçek hissettikleri duyguları vb. fark ederek turist grubunun dikkatini yeniden toparlamasını sağlayacak unsurlara(espri yapma vb. gibi) başvurmasını sağlayabilmektedirler. Beden dilinin turist rehberi tarafından etkin ve doğru kullanılmaması, turistlerin rehberine duydukları güven ve saygının azalmasına neden olabilmektedir (Çolakoğlu, vd. 2007: 145). Turist rehberlerinin anlatım esnasında veya turisti dinlediği esnada kaçınması gereken ve dikkat dağıtıcı bazı davranışlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Takı veya saçlarla oynama,

- Zaman kazanabilmek adına “eeeeee” , “hımmm” gibi gereksiz seslerin sıklıkla kullanılması,
- Sert, kızgın bir yüz ifadesi ile turistlere bakmak,
- Günlük konuşma dilinin ve bazı argo ifadelerin sıklıkla kullanılması,
- Turistlere anlatım esnasında “Biliyor musunuz?”, “bilirsiniz işte”, “süper”, “inanılmaz”, “en çok sevdiğim şey” gibi söz ya da sözcüklerin çok sık kullanılması (Tetik, 2006; Çolakoğlu, vd. 2007: 148).

Ses ve Diksiyon: Bir konuşmacının sahip olduğu en önemli özelliklerinden bir tanesi ses kullanımı ve diksiyondur. Rehberli turlara katılan turistler, günde ortalama sekiz saat boyunca turist rehberini dinlerler. Turist rehberinin ses tonuna ve telaffuzlara dikkat etmesi uzun süreli dinleme yapan turistleri yormaz ve verilen bilgilerin daha kolay bir şekilde anlaşılmasına yardımcı olur. Öte yandan kötü bir sese ve diksiyona sahip turist rehberlerini dinleyen turistler için durum tam tersi bir hal alarak, turistler tarafından konunun anlaşılmamasına neden olacaktır. Bu gibi durumların önüne geçmek adına turist rehberleri ses tonlamasına, konuşma hızına ve kelimelerin telaffuzuna dikkat etmeleri gerekmektedir (Çolakoğlu, vd. 2007: 145-147).

Turist rehberleri anlatım yaparken çeşitli araç ve gerece ihtiyaç duyabilmektedirler. Turist rehberlerinin yolculuk esnasında en çok kullandığı araç gereçlerden bir tanesi mikrofondur. Rehberin anlatım yaptığı esnada mikrofonun hışırtılı olması veya rehberin sesinin belli belirsiz şekilde yankılanması belirli bir süre geçtikten sonra turistlerin dikkatini dağıtacak ve rahatsız etmeye başlayacaktır. Bu durumda turist rehberlerinin mikrofonu doğru bir biçimde ayarlaması ve uygun bir uzaklıkta tutarak anlatım yapması gerekmektedir (Çolakoğlu, vd. 2007: 148).

Anlatım Becerisi

Bireyler bilgiyi görsel veya işitsel gibi duyuumsal süreçlerle öğrenir ve özümserler. Bu durumda herhangi bir konu hakkında bilgi aktaran kişiler, aktardıkları bilgilerin, bireylerin zihninde daha kalıcı hale getirebilmek adına çeşitli araç-gereç kullanabilmektedirler. Kullanılan bu araç ve gereçlerle birlikte anlatımın içeriği zenginleşerek, bireyin anlatılan konu hakkında zihninde çeşitli canlandırmalar

yapabilmesine olanak tanır. Bu şekilde yapılan anlatımlar aracılığı ile bireyler kendilerini anlatımın bir parçası olarak hissetmektedirler (Kukeyse, 2005).

Anlatım yapabilme becerisi turist rehberliği mesleğinin önemli bir unsurudur. İyi bir turist rehberi anlatım esnasında, turistlerin görsel, işitsel veya diğer duyu organlarıyla algılayabilecekleri bilgileri sağlayarak, turistlerin kendilerini hikâyenin bir parçası gibi hissetmelerini sağlayan rehberdir. Çünkü rehberlik mesleği sadece bir yerlerde yaşanmış olan olayların tarihlerini konuşmaktan ziyade, ziyaret edilen bölgelerde kültürel öğeleri, insanların yaşayışlarını ve hayat hikayelerini, mitolojik hikayeleri, yaşanmış gerçek olayları gerçeklikten çarpıtmadan anlatmak, turistlerin deneyimlerini zenginleştirerek unutulmaz kılmak ve aynı zamanda turistler için motivasyon kaynağı yaratarak, turistlerin hayatlarına ufak dokunuşlar da yapabilmektir (Çolakoğlu, vd. 2007: 150).

Anlatımı zenginleştirebilmek için turist rehberleri, haritalar, fotoğraflar, planlar ve çizimler gibi görsel materyalleri kullanabilirler. Bu materyallerin dışında şiir ve müzik gibi anlatımı zenginleştirecek öğelere de başvurabilirler. Bu materyaller turistlerin görsel ve işitsel hissiyatlarını tamamlayarak, hayal güçlerini ve olayları zihinlerinde canlandırma yeteneklerini arttırmaktadır. Materyal kullanımı esnasında turist rehberi tarafından dikkat edilmesi gereken unsur ise, turistlerin kafalarında karışıklık yaratmamak adına aktarılan bilgiler ile anlatımı zenginleştirecek materyallerin doğru eşleştirilmesi durumudur. Materyaller yapılan anlatımla eşleşmez ise turistlerin yaşadıkları ve gözlemledikleri her şey karmaşık bir yapıya bürünür. Bu durumda da anlatım başarısızlıkla sonuçlanır.

Turist rehberinin anlatımını zenginleştirmesine yardımcı olan diğer bir unsur da turist rehberinin yorumlama gücüdür. Turist rehberi herhangi bir konuyu anlatırken geçmişte yaşanan olaylar ve günümüzde yaşanan olaylar arasında köprüler kurarak turistlerin konuyu daha kolay anlamasına ve zihinlerinde canlandırmasına yardımcı olurlar. Bu durumda rehberler eşliğinde yapılan turların değer kazanmasını sağlamaktadır (Büyükkuru ve Aslan, 2015) .

Son olarak turist rehberleri, turun başlangıcında tur programını ayrıntılı bir şekilde turistlere açıklamalı ve turistlerin aydınlanmasını sağlamalıdır. Turun sonunda ise turistlerin zihinlerini yeniden tazelemek için ziyaret edilen yerler bir özet halinde sunulmalıdırlar (Güzel, 2007).

Koordinasyon Becerisi

Turist rehberliđi mesleđi birçok Őeyi aynı anda dűŐűnűp, ani kararlar vermeyi gerektiren bir meslektir. Turist rehberinin en temel gűrevi turun akıŐını sađlayabilmektir. Bu temel gűrevi yerine getirebilmek için turist rehberi, gűvenlik, verimlilik ve zaman yűnetiminin farkında olması gerekmekte ve oluŐabilecek olası sorunlara karŐı hazırlıklı olmalıdır (Yelkenkaya ve Hakdűken, 2005). İyi bir turist rehberi, her tur űncesinde tur programını detaylı bir Őekilde inceleyerek planlama yapabilen, tur programında herhangi eksik bir Őeyin olup olmadıđını kontrol edendir. Turistlerin destinasyona giriŐinden ve destinasyondan çıkıŐına kadar ki sűrete turist rehberleri, turistleri ađırlar, konaklama, yiyecek-içecek ve eđlence tesisleri ile ilgili çeŐitli gűrűŐmeler yaparak dođrulama sađlar, turistleri tur programının akıŐı hakkında bilgilendirir ve zamanlama konusuna da dikkat eder. Bűtűn bu unsurlar dikkate alındıđında, turist rehberlerinin koordinasyon becerilerinde műkemmol olmalarını gerekmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinden, tur programının planlaması, tur programında olan çeŐitli etkinliklerin űn rezervasyonu yapılarak zaman konusunda planlanması, bűtűn bu planların uygulama aŐamasında herhangi bir problemin olup olmadıđını saptamak adına kontrol aŐamalarını yapması ve bu konular hakkında bilgi sahibi olması beklenmektedir (Tangűler, 2002).

Tur sűresince, gruptaki turistlerin baŐına herhangi bir Őey gelebilir. Turistlerin rahatsızlanması, kırıklı yaralanmaların yaŐanması, zehirli hayvanlar tarafından sokulma vakaları, seyir esnasında teker patlaması - trafik kazasının yaŐanması ve buna bağlı olarak űlűmlerin yaŐanması gibi birçok olayla turist rehberleri karŐılaŐmaktadırlar. Bu vb. gibi durumlarda turist rehberi soğukkanlı olmalı, turistleri yatıŐtırmalı ve hızlı bir Őekilde doğru kararlar verebilmelidir. Tur boyunca turist grubunun bűtűn sorumluluğu turist rehberinde olduğu için, rehber turist gurubunda karar veren kiŐidir. Turist rehberinin aldığı kararlar anlaşılır ve mantıklı olmalıdır. Ayrıca turist rehberleri herhangi bir olay durumunda karar verirken duygusal davranmamalıdır (Tetik, 2006: 60-61; Gűzel, 2007: 25).

Sorularla Başa ıkma Yeteneği

Turist rehberleri eŐliđinde gerçekleŐen turlarda sıklıkla turistler tarafından rehberlere çeŐitli konular hakkında sorular yűnlendirilir. Bu soruların bazıları turist rehberi tarafından

grubun dikkatini toplamak adına sorulsa da turistler tarafından sorulan soruların çeşitli amaçları olabilmektedir. İçerisinde merak duygusu bulunduran turistler gerçekten bir konu hakkında bilgi sahibi olmak adına sorular yönlendirirken, bazı turistler ise gittikleri destinasyon hakkında önceden sahip oldukları yargıları zihinlerinde eşleştirmek adına hassas konular üzerine(dini, siyasi vb.) sorular sorabilmektedirler. Bu gibi durumlarda mesleğe yeni başlayan turist rehberleri deneyim açısından eksik oldukları için sorulan sorular karşısında heyecana bağlı olarak cevapsız kalabilir. Turist rehberliği mesleğinde deneyim arttıkça turist rehberlerinin kendilerine karşı duydukları güven artar ve bu tarz sorularla başa çıkma yetenekleri zaman içerisinde gelişir (Tangüler, 2002). Turistler tarafından sıklıkla sorulan sorular kategorize edildiğinde aşağıdaki başlıklar altında değerlendirilebilir:

Turist rehberinin cevap veremediği sorular: Turist rehberliği mesleğinde, turistler birçok farklı meslek grubundan ve farklı alanlarda uzman olan kişilerden oluşabilmektedir. Bazen turistler, turist rehberlerine kendi mesleki alanları ile ilgili çok özel sorular sorabilmekte ve turist rehberinin bu sorulara cevap vermesini bekleyebilmektedirler. Bu gibi durumlarda turist rehberleri çok özel sorulara bazen cevap veremeyebilirler. Bu durumda turist, turist rehberinin konu hakkında yeterince yetkin ve detaylı bilgi sahibi olmadığını düşünür. Turist rehberleri bu tarz sorularla yüzleştikçe, konu hakkında daha detay bilgiye erişebilmek adına bu durumu değerlendirip araç olarak kullanmaları gerektiğini kendilerine hatırlatmalıdırlar. Turist rehberinin bilgi düzeyi arttıkça kendini daha rahat hisseder ve bu tarz soruların üstesinden rahatlıkla gelebilir.

Tartışmaya açık sorular: Bu kategoride yer alan sorular genelde siyasi, dini, yöre ile ilgili devam etmekte olan tartışmalar vb. gibi konuları içermektedir. Bu tarz sorular genelde turist rehberinin grubun saygınlığını kazanmasından sonra kendisine yönlendirilen sorulardır. Bu gibi durumlarda turist rehberi, grupta bulunan bütün turistlerin farklı görüşlere, inanışlara ve ya kültürlere ait olduklarını göz önünde bulundurarak ılımlı bir şekilde cevaplandırmalıdır.

Turist rehberinin gizliliğiyle ilgili sorular: Turist grubundan bazı kişiler, turist rehberine karşı turist rehberinin özel hayatı ile ilgili sorular yönlendirebilmektedirler. Bu sorulara örnek verecek olursak “Evli misiniz?”, “Çocuğunuz var mı?”, “Hangi inanca

sahipsiniz?”, “Bu işten çok para kazanıyor musunuz?” gibi çoğaltılabilir. Bu tarz sorularda turist rehberi cevap vermek zorunda değildir.

Aşağılayıcı veya karşıt sorular: Bu tarz sorular genelde turist rehberinin konuya tepkisini ölçmek için sorulur. Bu tarz sorularla karşılaşan turist rehberi, savunma yapmak yerine konunun farklı boyutlarını ele alarak açıklamalar yapması gerekmekte ve hızlı bir şekilde konuyu olumlu yöne çekerek esprilerle birlikte sorulan sorunun üstesinden gelmelidir.

Bilgilerini Güncelleyebilme Becerisi

Turist rehberleri, kuralların ve düzenlemelerin sürekli olarak değişiklik gösterdiği, farklı ortamlarda çalışırlar. Bir turist rehberi günün koşullarına ve mevzuattaki değişikliklere istinaden bilgilerini güncellemelidirler (Çimrin, 1995). Örneğin müze giriş ücretinin ve ya saatinin değişmesi, normal şartlarda turist rehberi tarafından sık kullanılan ve açık olarak bildiği yolun trafiğe geçici bir süreliğine kaza nedeniyle kapatılması, yeni kazılardan elde edilen bilgiler ışığında eski bilgilerin güncellenmesi vb. gibi durumlar söz konusu olabilmektedir. Bu gibi durumlardan turist rehberi önceden bilgi sahibi değil ise, uygulanması gereken tur programında aksaklıklar yaşanır ve turistler durumdan rahatsızlık duyarlar. Bu yüzden turist rehberleri çevresinde olan olayları takip etmeli, bilginin kaynağını bulup sahip olduğu bilgileri güncellemeleri gerekmektedir. Çünkü güncel olayların ve ortaya çıkan gelişmelerin farkında olmayan turist rehberleri monologlarını güncelleyemedikleri için turistlere güncelliğini yitirmiş bilgiler verir. Bu durumun sonucunda da turistlerin beklentilerini karşılayamadığı ve güncel bilgi konusunda diğer meslektaşlarının gerisinde kaldığı için iş bulmakta zorlanacaktır (Değirmencioğlu, 1997). Turist rehberleri güncel ve geçerli bilgilere, yerel rehberlerle iletişim sağlayarak da erişebilme imkânına sahiptirler (Güzel, 2007: 27).

Kişilik Özellikleri

Turist rehberliği bir ülkeyi ve bir yöreyi temsil edebilme özelliğine sahip bir meslektir. Bu yüzden turistler ziyaret ettikleri ülke hakkında ve yöre insanı hakkında akıllarında oluşturacakları imaj turist rehberinden etkilenir. Özellikle yabancı uyruklu

turistler, gittikleri ülke ya da destinasyondaki kişilerin yaşam tarzını, kültürel özelliklerini, sahip oldukları kişisel özellikleri gözlemlemeye çalışarak imaj oluştururlar. Fakat yerel insanlarla kısıtlı vakit nedeniyle çok sık etkileşime giremedikleri için, turist rehberinin kişilik özellikleri ve fiziksel görünümü üzerinden bütün ülkeyi ve ziyaret ettikleri destinasyondaki yaşayan yerel halkı yorumlamaktadırlar. Bu yüzden turist rehberleri mesleklerini icra ederken aynı zamanda ülkeyi ve yerel halkı temsil ettiğini unutmamalıdır (Tetik, 2006). Turist rehberleri bilgi ve bazı becerilerin yanı sıra, temsil özelliğini tamamlamaya yardımcı olan temel kişilik özellikleri ve fiziksel özellikleri şu şekilde açıklanmıştır.

Liderlik Ruhu: Belirli bir amaç doğrultusunda bir araya gelen kişilerin, amaçlarına ve ya hedeflerine doğru yönlendirilmesi, ayrı bir beceri ve ikna etme yeteneğini gerektirir. Bu bağlamda liderlik, “Bir grup insanı belirli amaçlar etrafında toplayabilme ve bu amaçları gerçekleştirmek için onları harekete geçirme bilgi ve yeteneklerinin toplamı” şeklinde tanımlanmaktadır (Eren, 2000). Lider ise, bir grubun benimsediği fikirler, düşünceler ve ilkeler etrafında birleştiren; bir amaca doğru insanları peşinden sürükleyen ya da başkalarını belirli amaçlar doğrultusunda davranışa sevk eden kişi olarak tanımlanmaktadır (Avcı ve Topaloğlu, 2009). Bir turist grubuna liderlik etmek oldukça zor ve karmaşıktır. Bu yüzden liderlik rolü, bir turist rehberinin diğer tüm görev ve sorumluluklarının başında gelir. Bir turist rehberi için temel liderlik gereksinimleri özgüven, tutarlı kişilik, samimiyet, canlılık, yaratıcı zekâ, sağduyu, insanları anlama ve haberleşebilmedir (Güzel, 2007: 16-18). Liderlik ruhu, turist grubunu yönlendirmek için, etkili ve keyifli bir tur sağlamak için önemli bir unsurdur. Turist rehberi, liderlik ruhundan yoksun olduğu takdirde, grubu yönlendirmesi, idare edebilmesi, motive etmesi ve etkilemesi pek mümkün değildir. Liderlik ruhuna sahip olan turist rehberleri, turistlere coşku ve heyecan kazandırmak, unutulmaz örnekler vermek ve turistleri yolculuk boyunca canlı tutmak konusunda sıkıntı yaşamamaktadırlar.

Dışadönük Kişilik: Turist rehberliği mesleği insan ilişkilerinin yoğunlukla kullanıldığı bir meslektir. Seyahat acentaları, turistlerle iyi iletişim kurabilen, sevecen ve dışadönük turist rehberleriyle birlikte çalışmak istemektedirler. Bu durumun temel nedeni turistlerin rahat hissetmelerini ve satın aldıkları tur paketinden memnun kalmalarını sağlamaktır. Ayrıca turistin zihninde olumlu bir seyahat acentası imajı da oluşturmak

acentaların dışadönük olan turist rehberleriyle çalışmak istemesinin bir diğer nedenidir. Turist rehberleri nazik, sabırlı, hassas, bencil olmayan ve en önemlisi koşullar ne olursa olsun öfkesini kontrol edebilen kişilerdir. Tatile çıkmış turist grubu, kendilerine saygı duyan ve içtenlikle dinleyen bir rehberden hoşlanırlar ve bu da rehberin grup içerisinde saygınlık kazanmasına neden olur (Tetik, 2006).

Misafirperverlik: Turistler kendi yaşadıkları çevrenin dışına çıktıkları andan güvenlik açısından kendilerini eksik hissederler. Bu durumun temel nedeni yaşam rutinlerinin dışına çıkmış olmalarından ve gittikleri ülkenin diline ve kültürüne hâkim olmamalarından kaynaklanmaktadır. Bu durumlarda turist rehberleri, turistleri daha iyi ve rahat hissettirebilmek için misafirperverlik göstermelidir. Evlerinden kilometrelerce uzakta olan turistlere gösterilecek ilgi, samimi davranışlar turistlerin daha iyi hissetmesine ve bölge hakkında rehberi temel alarak zihninde oluşturacağı imaj açısından önem arz etmektedir. Misafirperver bir turist rehberi, iyi niyet duygusu ile bütün turistlere nezaket gösterir ve nasıl iyi bir ev sahibi olmayı bilir. Ayrıca misafirperver bir turist rehberi insanları seven, insan ilişkilerine hevesli ve onlara rahat bir ortam sağlayabilen, gerektiğinde yardımcı olmaya istekli kişidir (Tangüler, 2002).

Esri Anlayışına Sahip Olma: İyi bir mizah anlayışına sahip olmak ve bazı konular hakkında ilginç bilgiler vermek tur esnasında anlatımlardan sıkılan turistlerin, dikkatlerini yeniden toplamak ve can sıkıntısını önlemek için önemlidir. Mizah duygusuna sahip olan turist rehberleri, her zaman bir geziyi daha unutulmaz hale getirir ve turistlerin turdan kazanacakları deneyim daha çok olacağı için, turistler ile turist rehberleri arasında olumlu bağlar kurulur. Turistler, turist rehberleri ile kurdukları olumlu iletişim bağlarının sonucunda turdan daha fazla keyif alma eğilimine sahiptirler. Özellikle hiçbir şeyden kolayca memnun olmayan en talepkar turistler bile, turist rehberinin yapacağı espriler aracılığıyla rahatlar ve memnuniyet düzeyi artar. Ancak turist rehberleri herhangi bir konu hakkında fıkra anlatacak veya mizahi yanını kullanarak esri yapacaksa dikkat etmesi gereken bazı durumlar söz konusudur. Turistlerin cinsiyetlerine, dinlerine, dillerine, kültürel öğelerine, etnik kökenlerine vb. yönelik espriler yapılmamalıdır. Çünkü bir turisti güldürecek olan esri diğer turisti gücendirebilir ve tur memnuniyeti azalır. Turist rehberleri önceki turlarda başına gelen veya diğer turistler ile yaşadığı bazı komik olayları turistlere paylaşması, birçok turist tarafından beğenilmektedir. Dikkat edilmesi gereken bir

diğer unsur ise espri yapmakta aşırıya kaçmamaktır. Turist rehberinin sürekli espri yapması belirli bir düzeyden sonra turistleri sıkar ve bu gibi durumlarda turist rehberi tepkiler alabilir. Eğlenmek ve şaka yapmak demek birisini sürekli güldürmek anlamına gelmez. Mizah, uygunsuz kullanıldığında rahatsız edici bir ortama ve düşmanlığa neden olabilir (Tangüler, 2002; Tetik, 2006; İrigüler, 2015).

Giyim-Kuşam: Bir turist rehberinin turist grubu ile ilk karşılaşmadaki verdiği izlenim, lider olma imajını büyük ölçüde etkilemektedir. Turist rehberi, grupta bulunan her turist tarafından yakından incelenen kişi olduğundan, kıyafetleri ve sahip olduğu aksesuarlar, turistlerin zihinlerinde bir görüntü oluşturmalarına yardımcı olur. Çalışma koşullarına göre uygun bir kıyafet ve kişisel bakım, turistler tarafından saygının bir göstergesi olarak algılanmaktadır. Bu yüzden turist rehberleri, turun türüne ve tur programında yapılması gereken aktivitelere uygun kıyafetler seçmelidirler. Seçilen giysiler rahat olmalı ve mevsim şartlarına uygun olmalıdır. Uzun süren turlarda turist rehberleri, yanlarında yeterince temiz kıyafet aldıklarından emin olmalıdırlar. Ayrıca turist rehberleri bir sonraki gün tur programı hakkında turistlere bilgi verirken, tercih edilmesi gereken kıyafeti ve ayakkabı türünü turistlere söylemelidir. Jeep safari, rafting veya animasyon parkı ziyaretleri gibi turlar özel ekipman veya gündelik kıyafetler gerektirebilir; şık kıyafetler bir akşam şehir turuna daha uygun olabilir. Ayrıca turist rehberleri mesleklerini icra ederken makyaj, aksesuar-takı, saç ve sakal kesimleri gibi unsurlara dikkat etmelidirler (Tetik,2006; Güzel, 2007).

2.2. Hikâye

Bu bölümde hikâye ve hikâye anlatıcılığı nedir, geçmişten günümüze hikâye ve anlatıcılığı tarihi, hikâye anlatıcısı ve özellikleri ve bir hikâye anlatıcısı olarak turist rehberi konuları ele alınmıştır.

2.2.1. Hikâye ve Hikâye Anlatıcılığı Nedir?

İnsanlar bir araya gelip küçük gruplar halinde yaşamasıyla birlikte kültürlerini, yaşam biçimlerini, başlarından geçen önemli olayları anlatmaya ihtiyaç duymuşlardır.

Sözlü gelenek aracılığıyla zihinlere kaydedilen olaylar nesilden nesile aktarılmış ve hikâyeler ortaya çıkmıştır (Ramsden ve Hollingsworth, 2017).

Hikâye, Arapça kökenli bir kelimdir ve Türk Dil Kurumu'na göre, “Bir olayın sözlü veya yazılı olarak anlatılması, gerçek veya tasarlanmış olayları anlatan düzyazı türü, öykü” şeklinde tanımlanmıştır. Literatürde ise hikâye kelimesi farklı disiplinlerde farklı şekillerde kullanıldığı için birçok farklı tanımla karşılaşılmaktadır. Sinclair'e (2005) göre hikâye bir olay örgüsüne sahip olan, gerçek veya gerçekleşmesi muhtemel olan olayların sözlü veya yazılı olarak betimlenmesidir. Wagner (2014) tarafından yapılan tanımlamaya göre hikâye, insanların düşüncelerini ve kendi kimliklerini ifade etme tarzıdır. Bennet ve Royle (2016) ise hikâyelerin belirli bir düzen içerisinde başlangıcı, ortası ve sonu olan olaylar dizisi olarak tanımlamaktadır. Başka bir tanımlama ise hikâyelerin, dinleyicilerin hayal gücü üzerinde durularak yapılmıştır. Simmons'a (2007) göre hikâyeler, dinleyicilerin bir anlatımı gerçekmiş gibi hayal etmelerini sağlayan, betimsel olarak detaylandırılmış ve insanların duygularına hitap eden deneyimlerdir.

Hikâyeler, insan yaşamının belirli bir bölümünde gerçekleşmiş olan ya da gerçekleşmesi olağan olayları, yer ve zaman kavramlarıyla birlikte ele alır. Gerçekleşen veya gerçekleşmesi muhtemel olan olaylar etkileyici ve sürükleyici bir anlatımla dinleyicilere aktarılır. Hikâyelerde temel amaç dinleyiciyi düşündürmekten öteye geçerek dinleyicinin duygularına inmektir. Böylelikle dinleyici hikâye ile bütünleşerek duygulanır. Hikâyeler kısa ve yalın bir olay örgüsü ve az sayıda karakter vardır. Hikâyelerde önemli olan olay örgüsünü uzatarak dinleyicinin dikkatini dağıtmak değil, aksine önemli olan olayları kısa bir şekilde dinleyiciye aktararak, dinleyicilerde yoğun etki uyandırmasını sağlamaktır. Anlatıcının hikâye anlatımı esnasında çeşitli betimlemeler yapmasıyla birlikte de okur hayal gücünü kullanarak gerçekleşen olaylar ve kişiler hakkında yargılara ulaşabilir (Ramsden, Hollingsworth, 2017).

İnsanlar hikâyeler yoluyla birbirlerine kim olduklarını, yaşam tarzlarını, ne bildiklerini ve dünyayı nasıl gördüklerini anlatırlar. Bu yüzden dünyada farklı dönemlerde, farklı araç ve gereçlerin kullanımına bağlı olarak birçok hikâye formu vardır. Bu formlar

sözlü veya yazılı efsaneler, masallar, kısa öyküler, duvar resimleri, kabartmalar, tablolar, reklamlar, filmler şeklinde olabilir (Çalışkan, 2018).

Hikâyeler aracılığıyla geçmişte yaşanmış veya yaşanması muhtemel olaylar anlatılır. Böylece hikâyeyi dinleyen çocukların, geleceklerini şekillendirmek için hikâyeye önemli bir araç haline gelir (StorytellingTürkiye, 2020). Hikâyelerin diğer bir önemli yanı ise duygulara hitap edebilmesi ve akılda kalıcılığıdır. Hikâyelerin akılda kalıcılığı ve insanların duygularına hitap etmesine bağlı olarak birçok marka kendi hikâyesini oluşturmakta ve pazarlama faaliyetlerini güçlendirmektedir (Akbayır, 2016).

Hikâye anlatımı ise bir bireyin deneyimlerini paylaşması, yaşanmış bir olayı ya da yaşanması muhtemel durumları kuşaktan kuşağa aktarmasıyla oluşan bir gelenek zinciridir (Sütçü, 2013). Yaman ve Köstekçi (1998) hikâye anlatımını *herhangi bir olayın belli bir akış içerisinde anlatılması, olayların belli bir düzene göre; zaman, yer ve oluş sıraları esas alınarak anlatılması* olarak açıklamıştır.

Hikâye anlatımı, bir insanın, toplumun bir üyesi olarak ortak bir alanda başkalarıyla kurdukları ilişkinin sonucudur. Benjamin (2006), hikâye anlatımının toplumu oluşturan bireylerin ortak alanlarda birbirleri ile etkileşimi sonucunda hikâyeye anlatımının gerçekleştiğini ifade etmektedir. İnsanların birbirleri ile etkileşim sağlaması için ortak alanlara ihtiyaç vardır. Bu ortak alanlar teknolojik gelişmeler ve modernleşme ile birlikte anlamını yitirmiştir. Bunun sonucu olarak da insanlar hikâyeye anlatımının kendilerine sunduğu deneyimlerden ve kültürel öğelerden uzaklaşmışlardır. Fakat teknolojik gelişmeler aracılığıyla sözlü gelenek yoluyla yapılan hikâyeye anlatıcılığı farklı bir boyut kazanmıştır. Frazel'e (2010) göre hikâyeye anlatımı toplumun ve kültürün temel bir bileşenidir. Bu yüzden bir zamanlar hikâyeye anlatımı bir alet ya da boya yardımıyla duvar resimleri veya kaya oymaları ile yapılırken, başka zamanlarda da sözlü gelenekle, yazıyla, matbaa ile televizyon ekranı veya bir film aracılığıyla aktarılabilir. Frazel'e göre her kültür, kendi yaşadıkları dönemin koşullarına göre çeşitli araç gereçlerden yararlanarak kendi hikâyelerini sunmak ve anlatmak için kendi yollarını geliştirmişlerdir.

2.2.2. Geçmişten Günümüze Hikâye ve Anlatıcılığı Tarihi

Hikâyeler, insanlık tarihi boyunca insanları eğlendiren, duygulandıran, düşündüren, bilgilerin nesiller boyu aktarılmasını sağlayan, kültürel yaşantının vazgeçilmez unsurları olmuşlardır. Bu yüzden hikâyenin ve hikâye anlatıcılığının tarihi de, insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Hikâye anlatımı farklı dönemlerde, dönemin koşullarına uygun bir şekilde evrilmiş ve farklı araç ve gereçler hikâye anlatımında kullanılmıştır. Hikâye özünde değişmese de farklı araç gereçlerin kullanımıyla değişen şey hikâyenin kaydedilme biçimi olmuştur. İnsanlık henüz yerleşik hayata geçmeden önce hikâyelerin kaydediliş şekli mağara resimleri iken, yerleşik hayata geçilmesi ve tarım devrimiyle birlikte nesilden nesile insanların zihinlerine kazılacak ezberleme yöntemiyle sözlü olarak aktarılmış. Daha sonraki dönemlerde yazının bulunmasıyla birlikte hikâyeler kâğıtlara veya parşömenlere kaydedilmiş ve günümüzde teknolojik ilerlemenin yaşanmasıyla birlikte hikâyelerin kaydedilmesi dijital ortama geçmiştir (Benjamin, 2006; Cannatella, 2006).

İnsanlık tarihi kadar eski olan hikâye ve anlatıcılığının sözlü gelenek döneminde ortaya çıktığı düşünülse de bu durumla ilgili kesin kanıtlar olmadığı için ne zaman başladığını söylemek mümkün değildir. İnsanların henüz yerleşik hayata geçmedikleri dönemden itibaren hikâye ve hikâye anlatıcılığının başladığı düşünülmektedir. Fransa'daki Chauvet mağarasında bulunan ve tarihi M.Ö. 30.000 yılına tekabül eden tarih öncesi çağlara ait çizimlerin, ilk hikâye ve hikâye anlatıcılığı örneği olduğu düşünülmektedir. Bölgede o dönem yaşamış geyik ve bizon gibi hayvanları ve hayatta kalma temalarını içeren çizimler mağara duvarlarında bulunmaktadır (Mendoza, 2015). Diğer bir örnek ise M.Ö. 15000 yılında Fransa'da bulunan Lascaux Mağarasındaki çizimleridir. Bu mağaranın duvarlarında çeşitli av hayvanlarına dair resimler görülmektedir. Çizilen bu görüntüler aracılığıyla insanlar, yaşadıkları dönem hakkında kendi hikâyelerini de kaydetmeye başlamışlardır (Benjamin, 2006: 160).

İnsanlık tarihinin daha sonraki dönemlerine bakıldığında insanlığın ve medeniyetin gelişimi açısından belli dönüm noktaları görülmektedir. Bu dönüm noktalarından biri tarım devrimiyle birlikte yerleşik hayata geçiş yaşam tarzının benimsenmesidir. Bu yeni hayat tarzının benimsenmesi ile birlikte insanların birbiri ile geçirdikleri zaman uzamış ve farklı mesleki alanların ve çeşitli sanatsal öğelerin ortaya çıkmasına elverişli bir ortam

hazırlamıştır. Bu dönemde hikâyeler sözlü anlatımlar aracılığıyla nesilden nesile aktarılırken aynı zamanda şekilleniyordu (Standage, 2018).

İnsanlık tarihinin gelişimindeki en büyük sıçrama ise hiç şüphesiz çivi yazısının Sümerler tarafından icat edilmesidir. Yazının kalıcılığı sayesinde insanlar yaptıkları şeyleri, kazandıkları deneyimleri kayıtlar altına alarak dönemin insanlık hikâyesine dair ışık tutmuşlardır. Bu sayede de insanlar ikinci bir kazanım olarak elde ettikleri bilgi, beceri ve tecrübelerin tekrar üretilmesinin önüne geçerek, sahip oldukları bilgi, beceri ve tecrübelerin üzerine yenilerinin eklenmesine olanak sağlamıştır. Böylelikle insanlık yazının bulunmasından sonra bilgi birikiminin de artışına paralel olarak daha hızlı gelişmeler sağlamıştır. Gelişmeler yaşanırken insanlar kendi kültürlerini yansıtan hikâyelerini ve sahip oldukları mitlerini de, sözlü anlatıma paralel olacak şekilde yazıya dökmüş ve farklı yazılı anlatıma dair eserler ortaya çıkmıştır (Karadağ, 2003). Bu dönemdeki anlatımlara ve hikâyelere örnek verecek olursak uzun yıllar boyunca sözlü gelenek yoluyla nesilden nesile aktarılmış ve yazının bulunmasıyla beraber Gılgamış Destanı tarihte kaydedilen ve ilk hikâye olmuştur. Gılgamış Destanı, yani bilinen ilk yazılı hikâye, 56 kil tablet üzerine çivi yazısı ile yazılmış ve Uruk Kralı Gilgameş'in Mezopotamya'dan Avrupa ve Asya'ya genişleyen ölümsüzlük arayışının hikâyesini anlatmaktadır (Cannatella, 2006). İnsanların büyük çoğunluğunun okuma ve yazma bilmedikleri dönemlerde destansı hikâyeler insanlara sözlü ve görsel yollar aracılığıyla uzun süre boyunca aktarılmaya devam etmiştir (Mendoza, 2015). Görsel yol olarak halka hikâyeleri anlatma aracı olarak da, gündelik hayatta kullanılan eşyaların ya da tören kaplarının üzerine kabartmalar veya boyamalar yaparak mitolojik hikâyeleri (onların inanç sistemlerinde din) halka aktarmışlardır. Bunun dışında heykel veya mimari öğeler üzerine kabartma tekniğiyle işleyerek yapmışlardır. Buna en güzel verilebilecek örneklerden bir tanesi de Çanakkale ilinin Gürpınar İlçesinde bulunan Apollon Smintheus kutsal alanında yer alan tapınağın frizleridir. Arkeolojik kazılar sonucunda bulunan tapınağa ait frizlerin üzerinde Troya Savaşını anlatan kabartmalar bulunmaktadır (Kırca, 2016: 189).

Hristiyanlık tarihinde kiliselerde kutsal kitabı anlatmak ve kutsal kitapta geçmeyen bazı olayları, hikâyeleri anlatmak için ikonalar⁷ sıklıkla kullanılıyordu. İkonaların sıklıkla kullanılma amacı ise Hristiyanlık tarihinde önemli yeri olan olayların, hikâyelerin ve kutsal kitabın, okuma - yazma bilmeyen halk tarafından anlaşılabilmesiydi (Küçük, 2016: 234). 1025 yılında toplanan Arras Ruhani Meclisi'ne göre okuma yazma bilmeyenler, yazı aracılığıyla anlamadıklarını resimler aracılığıyla anlayabilirler (Eco, 2017: 184). Daha sonraki dönemlerde de ikonalar kiliselerde halka dini olayları anlatmak ve anlaşılabilir olmasını sağlamak adına ikonoklazm⁸ dönemine kadar devam edecektir.

Ortaçağ'da Avrupa'da ortaya çıkan Rönesans Akımı kültürel, politik, bilim, siyasi, eğitim ve mimari alanlarda yenilikler yapılmasına neden olarak kiliselerin halkın üzerindeki etkisini azaltmıştır. Gelişen matbaa teknolojisi, hikâye anlatımına farklı bir boyut kazandırmıştır. Matbaanın bulunması ve geliştirilmesiyle birlikte hâlihazırda yazıya dökülmüş birçok hikâye çoğaltılmış ve okuryazarlık seviyesinin de artış göstermesiyle birlikte halk kitaplara erişim sağlayabilmişlerdir (Gümüş, 2010; Şebetci, 2016).

Endüstri Devriminin gerçekleşmesi ve teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesinin ardından hikâyelerin kaydedilmesi ve aktarılma şekli de değişmiştir. Bu dönemde fotoğraf makinesi, film makineleri ve radyo gibi buluşlar ile birlikte hikâyeler ve anlatımları sadece sözlü ve yazılı olmaktan çıkmış, görsel bir boyut kazanmıştır. Politikacılar hikâyeleri politik amaçlı kullanmış ve radyolar aracılığıyla kendi propagandalarını halka aktarmışlardır. 1920'li yıllarda televizyonun icat edilmesiyle birlikte çeşitli ürünleri üreten üreticiler, bu ürünlere dair kısa süren görsel ve işitsel hikâyeler olarak bilinen televizyon reklamlarını oluşturarak, ürünlerinin daha çok pazarlanması için çeşitli çabalara girişmişlerdir (Çalışkan, 2018: 14). Ticari faaliyetlerde hikâyenin gücü kullanılarak anlatım güçlendirilmiş, hikâyelerle dinleyenlerin duygularına inilerek insanlar ikna edilmiştir (StorytellingTürkiye, 2020). Günümüzde de internet teknolojinin gelişmesiyle birlikte instagram, youtube, twitter, facebook, çeşitli gezi blogları ve vloglar gibi birçok sosyal medya platformları oluşturulmuştur. Bu platformlar aracılığıyla insanlar kıtalararası mesafelerden kolaylıkla yaşadıkları deneyimleri hikâyeleştirerek birbirleriyle

⁷ Doğu Ortodoks Kilisesi'nde taşınabilir çeşitli ebatlardaki ahşap panolar üzerine yapılan dini konulu tasvirler ikona denir. Bizans İmparatorluğu Dönemi'nde ise icra edilen mozaiklere, duvar resimlerine(fresk), kitap resimlerine ve ahşap üzerine yapılmış tüm resimlere ikona adı veriliyordu.

⁸ İkonoklazm, bir kültürün kendi dini ikona ve diğer sembollerine ya da antlarına dini ya da politik güdülerle planlı saldırısıdır. Sıklıkla iç politik ya da dini değişimlerin ana parçasıdır.

paylaşmışlardır. Ayrıca çeşitli kurum ve kuruluşları da sosyal medyanın bu yönünü kullanarak, kendi hikâyelerini oluşturarak insanların duygularına erişebilmeyi hedeflemişlerdir (Mendoza, 2015).

2.2.3. Hikâye Anlatıcısı ve Özellikleri

Hikâye insanlık tarihi boyunca farklı toplum ve kültürler tarafından kullanılmış, geçmişten esinlenerek geleceğe yön vermesi açısından da önemsenmiştir. Farklı kültür ve inanışlara sahip olan insanlar, kendi değer ve yargılarını içeren hikâyelerini gelecek nesillere aktarırken farklı metotlar kullanmışlardır. Kullanılan bu metotlardan biri sözlü gelenek yoluyla hikâyelerin eklettik bir şekilde kuşaktan kuşağa aktarılmasıdır. Sözlü gelenekte bu görevi üstlenen kişiler de hikâye anlatıcıları olarak ortaya çıkmaktadır.

Hikâye anlatıcıları, genel olarak toplumda kabul gören ve deneyimlerine güvenilen kişilerdir. Bu bağlamda hikâye anlatıcıları yaşanmış veya yaşanması muhtemel olayları anlatarak toplumun geleceğine de yön verirler. Özellikle küçük çocuklara masal ve hikâyeler anlatarak onları geleceğe hazırlarlar. Gerek çocukları geleceğe hazırlaması, gerekse topluma yön vermesi için hikâye anlatıcısında birtakım fiziki özellikler ve beceriler bulunması gerekmektedir. Hikâye anlatıcısında bulunması gereken özellikler aşağıdaki gibidir (Tuncer, 1983: 12; Soysal, 2017).

- Hikâye anlatıcısı fiziki olarak uygun bir sese sahip olmalıdır.
- Hikâye anlatıcısının kelime dağarcığı geniş olmalıdır.
- Hikâye anlatıcısı, onu dinleyen insanları sıkmadan hikâyesini aktarabilmelidir.
- Hikâye anlatıcısı hikâyenin orijinal halini anlam olarak değiştirmeden aktarabilmelidir
- Hikâye anlatıcısı, hikâyeyi ilk dinlediği andan itibaren etkilenmiş olmalıdır
- Hikâye anlatıcısı bir hikâyeyi anlatarak ve tekrar ederek özümsemiş olmalıdır.
- Hikâye anlatıcısı, hikâyedeki bir karakter ya da kahraman olmadığı için hikâye anlatımı boyunca hikâyenin dışında kalabilmelidir.
- Hikâye anlatıcısı, hikâyeleri kendine özgü anlatım tarzına sahip olmalıdır.
- Hikâye anlatıcısı hikâyeyi-masalı seyircinin zihninde canlandırabilmelidir.

2.2.4. Bir Hikâye Anlatıcısı Olarak Turist Rehberi

Turist rehberliği mesleği anlatım becerileri ve iletişim becerileri yüksek olmasının gerektiği mesleklerden biridir. Bu durumun temel sebebi turistlerle geçirilen zamanın çok uzun olmasıdır. Aynı zamanda turistlerin turdan memnun bir şekilde ayrılmalarını sağlayabilmek adına, turistlerin ihtiyaçlarına cevap verebilmek, onların sorunlarını çözebilmek, çözülmesi güç sorunlarla karşılaşıldığında turistleri ikna edebilmek iletişim ve anlatım becerilerinden geçmektedir.

Turist rehberliği mesleği sadece bir yerlerde yaşanmış olan olayların tarihlerini konuşmaktan ziyade, ziyaret edilen bölgelerde kültürel öğeleri, insanların yaşayışlarını ve hayat hikayelerini, mitolojik hikayeleri, yaşanmış gerçek olayları gerçeklikten çarpıtmadan anlatmak, turistlerin deneyimlerini zenginleştirerek unutulmaz kılmak ve aynı zamanda turistler için motivasyon kaynağı yaratarak, turistlerin hayatlarına ufak dokunuşlar da yapabilmektir (Çolakoğlu, vd. 2007). Bu da turist rehberinin anlatım yapabilme becerisi ile gerçekleşir.

Anlatım yapabilme becerisi aracılığıyla turist rehberleri, aynı bir hikâye anlatıcısı gibi turistlerin görsel, işitsel veya diğer duyu organlarıyla algılayabilecekleri bilgileri sağlarlar. Böylece turistler, kendilerini hikâyenin bir parçası gibi hissederler ve deneyimleri artar. Bu durumda turistin memnuniyet düzeyini olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Bir hikâye anlatıcısı olarak turist rehberi uygun bir sese sahip olmalı, bir hikâye anlatırken, hikâye içerisinde geçen diyalogları uygun ses tonlamalarıyla karşı tarafa aktarabilmelidir. Bir hikâye anlatıcısı olarak turist rehberinin kelime dağarcığının çok geniş olması gerekmektedir. Bu durum hikâye aktarılırken hikâyenin sözlü olarak zenginleştirilmesini sağlayan bir unsur olabilmektedir.

Bir hikâye anlatıcısı olarak turist rehberi, anlatım yaparken, anlatım yaptığı kişilerin kendisini dinlemesini sağlayabilmelidir. Bu da anlatımı dinleyen kişilerin dikkatlerini ayık tutabilmekten geçmektedir. Turist rehberi zaman zaman anlatımın dışına çıkmadan ve

hikâyenin orjinaline bağlı kalarak, ziyaretçilerin dikkatlerini toparlayacak bilgiler aktarabilmelidir.

Turist rehberleri anlattıkları hikâyeleri ilk duydukları ya da okudukları andan itibaren etkilenmiş olmalıdır. Böylece hikâye anlatımı yaparken onu dinleyen turistlere aktarım yaptığı her seferde özümsemelidir. Turist rehberi anlatım yaptığı hikâyenin içindeki bir kahraman olmadığı için kendine özgü bir anlatım tarzıyla her zaman hikâyenin dışında kalmayı başarabilmelidir. Bunu yaparken de anlatım yaptığı hikâyeler turistin zihninde canlanabilmelidir.

2.3. Duygusal Emek

Bu bölümde emek ve duygu kavramları, duygusal emek kavramı ve gelişimi, duygusal emek yaklaşımları, duygusal emek stratejileri, duygusal emeği etkileyen faktörler ve duygusal emeğin sonuçları konuları ele alınmıştır.

2.3.1. Emek ve Duygu Kavramları

Latince kökenli bir sözcük olan “labor” kelimesinden batı dillerine labour, labor şeklinde geçen emek sözcüğü, çaba iş ödev zorluk ve gerilim anlamlarını taşımaktadır (Özgen, 2010). Yılmaz (2021) emeği, ürününün değerini yaratan, o ürünün üretim aşamasında gereken zaman şeklinde tanımlamaktadır. Emek bir işin yapılması için harcanan beden ve kafa gücü, mesai ve zahmet olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022).

Duygu kelimesi Latince kökenli bir sözcük olup yerinden etmek, yerini değiştirmek anlamlarını taşıyan emorve kelimesinden türetilmiştir. İngilizcedeki duygu kelimesini karşılayan “emotion” kelimesi de latince kökenli emorve kelimesinden türetilmiş ve etimolojik temel bakımından incelendiğinde ise anlam olarak içsel olarak bir halden başka bir hale geçmek şeklinde tanımlanmaktadır (Özgen, 2010). Bir diğer tanımlamada duygu belirli nesne, olay veya bireylerin insanın iç dünyasında uyandırdığı izlenim ve kişinin kendine özgü bir ruhsal hareket ve hareketlilik şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2022).

2.3.2. Duygusal Emek Kavramı ve Gelişimi

Günümüzde artan yoğun rekabet ortamı sonucunda her işletme kendi çalışanlarından, işletmenin iş hacmini arttıracığı ve şirket hakkında olumlu algılar yaratacağı tavırlara ve duygulara sahip olmasını beklemektedir (Kaya ve Özhan, 2012). Emek yoğun sektörlerde çalışanların müşterilerle olan ilişkilerinde kendi duygularını aktarmaları ve bu duygularla birlikte göstermiş oldukları tavırlar duygusal emek olarak adlandırılmaktadır. Duygusal emek kavramı ilk defa 1983 yılında Amerikalı bir sosyolog olan Arlie R. Hochschild tarafından *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling* (Yönetilen Kalp: İnsan Duygularının Ticarileştirilmesi) adlı kitapta kullanılmıştır. Hochschild çalışmasını hosteslerin duygusal emekleri üzerine yapmış ve araştırmasında hizmet sektöründe çalışan kişilerin duygularını davranışlarıyla yansıtırken mesleğin gerektirdiği kurallara uygun olarak ayarlanması üzerinde durmuştur. Hochschild müşterilerle etkileşim esnasında gösterilmesi ve hissedilmesi gereken duyguların yönetim tarafından belirlendiğini, yüzeysel ve derin davranışın işin bir parçası olduğunu savunmuştur (Hochschild, 1983).

Daha sonra Ashforth ve Humprey'in 1993 yılında yaptıkları çalışmalarında, çalışanların duygusal emek gösterme şekillerinin, hizmetin kalitesine, kişilerarası etkileşimin kalitesine ve duyguların türüne bağlı olduğunu belirtmişlerdir. Ashforth ve Humprey duygusal emek kavramını, hizmet verilirken, hizmeti sağlayan kişilerden beklenen davranışlar olarak tanımlamışlardır. Ashforth ve Humprey (1993), Hochschild'den farklı olarak davranışların altında yatan duygulara odaklanmak yerine, gözlemlenebilir davranışlara odaklanmışlardır. Gözlemlenebilir davranışlara odaklanmalarındaki en temel neden ise müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmesindeki en önemli bileşenin hizmet çalışanlarının davranışları olduğunu düşünmelerinden kaynaklanmaktadır. Müşterilerin kendilerine sunulan hizmet hakkındaki düşüncelerini olumlu yönde etkilemek, hizmet çalışanlarının müşteri ile etkileşim sırasında duygularını yönetmelerine bağlı olduğunu ve bu yüzden de duygusal emeği bir tür duygu yönetimi olarak açıklamaktadırlar. Ayrıca Hochschild (1983) çalışmasında duygusal emek gösterim davranışlarının derin ve yüzeysel davranışlar olarak iki şekilde gösterilebileceğini ifade etmiştir. Ancak Ashforth ve Humprey yaptıkları çalışmalarda, çalışanların göstermesi gereken duyguyu gerçekten hissettikleri durumların da olabileceğini, çalışanların yüzeysel

ve derin davranışların dışında samimi/doğal davranışlar sergileyebildiklerini ifade etmişlerdir (Ashforth ve Humphrey,1993: 93).

Morris ve Feldman (1996), yaptıkları çalışmada duygusal emeği kişilerarası etkileşim sırasında çalışanların, örgütün belirlediği kurallar çerçevesinde istenilen duyguları ifade etmek için gösterdikleri çaba, planlama ve kontrol olarak tanımlamışlardır. Bu yönüyle değerlendirildiğinde Hochschild (1983) ve Ashforth ve Humphrey (1993)'in bakış açılarına benzemektedir, çünkü duyguların bireyler tarafından değiştirilebileceğini ve kontrol edilebileceğini kabul ederler. Ayrıca Morris ve Feldman (1996), duygusal emeği dört boyutlu olarak ele almış ve bu boyutların sırasıyla duygu gösterim sıklığı, gerekli gösterim kurallarına dikkat etme, gösterilmesi gereken duyguların çeşitliliği ve duygusal uyumsuzluk olarak açıklamışlardır.

Daha sonrasında Kruml ve Geddes (2000), yaptıkları ve iki fazdan oluşan çalışma ile duygusal emek boyutlarını ve öncülleri arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışmışlardır. Çalışmanın birinci fazında duygusal emek boyutlarının “duygusal çaba” ve “duygusal uyumsuzluk” olarak iki boyutlu olduğunu ortaya koymuşlardır. Çalışmanın ikinci fazında ise duygusal emek boyutları ve öncülleri arasındaki ilişkiler test edilmiştir. Sonuç olarak erkeklerin, yaşça büyük çalışanların, müşterilere duygusal olarak bağlı olmayanların, duygusal bulaşma⁹ deneyimleyemeyenlerin ve duygularını nasıl ifade edeceklerini bilmeyenlerin büyük olasılıkla daha fazla duygusal uyumsuzluk yaşadıklarını göstermektedir. Ayrıca, yaşça büyük olan, duygularını nasıl ifade edecekleri konusunda daha fazla eğitim alanların ve müşterilerin olumsuz davrandığı çalışanların duruma uygun duyguları hissetmek için daha fazla duygusal çaba gösterdiklerini göstermektedir. Çalışma sonuçları, yaşlı çalışanların duygularını kontrol etmede, yani gerekli duyguları yaratmada ve uygun duyguları sergilemede daha becerikli olduklarını göstermiştir.

Grandey (2000), diğer duygusal emek yaklaşımlarından farklı olarak duygu düzenleme teorisini (emotion regulation theory) ortaya atmıştır. Ayrıca bu teoriye bağlı olarak duygusal emeğin öncülleri ve sonuçları ile mevcut bireysel ve durumsal değişkenlerin insan kaynakları süreçleri üzerindeki etkilerini ortaya çıkartmaya çalışmıştır.

⁹ “Bireyin başka bir insanı otomatik olarak taklit etme eğilimi, yüz ifadesinin ve beden duruşunun o bireyle senkronize olması ve bunun sonucunda da o bireyle duygusal olarak aynı noktada birleşmesidir”(Akın, Uysal ve Akın, 2015: 98) .

Duygu düzenleme teorisi, bireylerin hangi duygulara ne zaman sahip olduklarını, bu duyguları nasıl deneyimlediklerini ve bu duygularını ifade etmeyi içeren bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Grandey, 2000: 98). Duygu düzenleme süreci, iki şekilde açıklanmaya çalışılmıştır. Bunlar öncül odaklı duygu düzenleme (antecedent-focused) ve tepki odaklı duygu düzenleme (response-focused) şeklindedir (Gross, 1998). Grandey, Gross (1998) çalışmasında ortaya koyduğu öncül odaklı duygu düzenleme ve tepki odaklı duygu düzenleme biçimlerinin, derin ve yüzeysel davranışlara karşılık geldiğini ileri sürmüştür. Grandey (2000), duygu düzenleme sürecinde etkili olan diğer faktörleri bireysel ve örgütsel faktörler olarak ayırmıştır. Bireysel faktörler; cinsiyet, duygusal ifade, duygusal zekâ ve duygusallıktır. Örgütsel faktörler ise otonomi, yönetici desteği ve iş arkadaşı desteği, olarak kategorize edilmiştir. Buna göre kadınların, erkeklere göre daha çok duygusal emek gösterdiği, bireylerin sahip olduğu duygusal zekânın, duygusal emek sarf etme düzeylerinde bir etkiye sahip olduğu ileri sürülmüştür. Örgütsel faktörlerde ise yönetici ve iş arkadaşının desteğinin bulunduğu çalışma ortamlarında, duygusal emeğin olumsuz sonuçlarından olan tükenmişliğin ve işten uzaklaşmanın azalacağı belirtilmiştir.

2.3.3. Duygusal Emek Yaklaşımları

Duygusal emek kavramı Arlie Russell Hochschild (1983) tarafından “The Managed Heart” adlı kitabında ortaya atıldığından beri birçok araştırmacı tarafından anlaşılmaya çalışılmış ve duygusal emeğin boyutlarını geliştirmeye yönelik çeşitli yaklaşımlar ve modellerle ileriye sürmüştür. Hochschild’in duygusal emek üzerine yaptığı çalışma, güncelliğini koruyan bir araştırma konusudur. Bu durumun temel nedeni ise hizmet sektörünün yaygınlaşması ve insanlarla ikili iletişimi gerektiren meslek gruplarının yaygınlaşmasıdır. Duygusal emek alanında çok sayıda çalışma olmasına rağmen, bu çalışmalardan altı yaklaşım yaygın olarak kabul edilmektedir. Bu yaklaşımlar Hochschild duygusal emek yaklaşımı, Ashforth and Humphrey’in duygusal emek yaklaşımı, Morris and Feldman’in duygusal emek yaklaşımı, Kruml ve Geddes’in duygusal emek yaklaşımı, Grandey’in duygusal emek yaklaşımı ve Brotheridge ve Lee’nin duygusal emek yaklaşımı olmak üzere kronolojik sıraya uygun olarak aşağıda açıklanmıştır.

Hochschild Duygusal Emek Yaklaşımı (1983)

Diplomat bir ailenin çocuğu olan Arlie Russell Hochschild, çoğu kez ailesiyle birlikte katıldığı davetlerde, birçok kişinin sergilediği davranışların kendi duygularını yansıtmadığını gözlemlemiş ve ilerleyen yaşlarında bu konuyla ilgili araştırmalar yapmıştır (Özgen, 2010). Arlie Russell Hochschild, “The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling (1983)” adlı kitabının önsözünde, insanların gerçekte hissettikleri duyguları ile çelişen yüz ifadelerini ve davranışlarını şu şekilde ifade etmiştir:

“Kendimi pek çok misafirin arasında bir tabak fıstık ile dolaşırken ve misafirlerin gülümsemelerine bakarken buldum; diplomatik gülümsemeler aşağıdan bakıldığında karşıdan görüldüğünden farklı görünebilir. Daha sonra annemi ve babamı dinlerdim ve çeşitli jestleri yorumlardım. Bulgar elçisinin zoraki gülümsemesi, Çin konsolosunun gözlerden kaçan bakışları... Sadece kişiden kişiye değil, Sofya'dan Washington'a, Pekin'den Paris'e ve Paris'ten Washington'a nakledilen mesajları öğrendim. Acaba fıstıkları bir kişiye mi verdim yoksa bir oyuncuya mı? Kişi nerede bitti ve rol nerede başladı? Bir kişi bir rol ile nasıl ilişkilidir?”

Hochschild duygusal emek kavramını ilk kez 1983 yılında “Delta Havayolları” şirketinin uçuş görevlileri ile yaptığı çalışmada kullanmıştır. Önce Delta Havayolları'nın eğitim merkezinde gözlemler yapmış ve daha sonrasında Delta Havayolları'nda çalışan uçuş görevlileri, denetçiler ve hostesler ile görüşmeler yapmıştır. Yaptığı görüşmelerde havayolu çalışanlarının yüzlerindeki gülümsemenin sadece yüzlerinde görüldüğünü, fakat bu gülümsemenin onların bir parçası olmadığını belirtmişler. Bir uçuş görevlisi için gülümsemek, kendini koordine etmenin bir bileşeni ve yorgunluğu gizlemek için işin bir unsuru olarak görülmektedir. Bu yüzden havayolu çalışanları, gerçekte hissettikleri duygularını gülümsemelerinin ardına perdelemek zorunda kalmaktadırlar.

Hochschild duygusal emek kavramını “The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling” (1983) adlı kitabında ilk kez “çalışanların işyerinde, yönetimin belirlediği duygu kuralları çerçevesinde, kendi duygularını yönetmesi ve ücret karşılığında yapılan bu duygu yönetim sürecini işin bir parçası olarak görülmesi” şeklinde tanımlamıştır

(Hochschild, 1983: 7). Goffman'ın (1959) yaptığı çalışmadan ilham alan Hochschild, müşterilerle doğrudan etkileşimde olan hizmet sektörü çalışanlarını, bir tiyatro gösterisinde rol alan oyunculara benzetirken, müşterileri de tiyatro gösterisini izleyen izleyiciler olarak görmüştür. Bu yaklaşımla birlikte Hochschild, hizmet sektöründe çalışanların, işlerinin gerektirdiği gibi performans sergilemelerini ve işlerinin gerektirdiği gibi duygu ve davranışlarını müşterilere yansıtılmalarını bir tiyatro oyununda rol alan oyuncular ile ilişkilendirmiştir (Grandey, 2000: 96).

Hizmet sektöründe çalışanların, müşterilere yansıttıkları duyguları ve çalışanlar ile müşteriler arasındaki karşılıklı etkileşim organizasyonun hedeflerine ulaşabilmesi adına büyük bir önem arz etmektedir. Hizmet sektöründe çalışan bireylerden, müşteriler ile olan etkileşimlerinde organizasyonun belirlediği uygun davranışlara uymaları beklenmektedir. Bir çalışan, müşteriye karşı depresif bir ruh hali veya öfkeli bir şekilde etkileşime geçer ise, bu durum çalışanların ve organizasyonun performansını olumsuz yönde etkiler. Kısaca çalışanların duygularını kontrol edip, duygu yönetimini sağlamaları, çalışanların organizasyonel hedeflere ulaşmasının bir yoludur (Özgen, 2010).

Hochschild'e göre iki tür duygusal emek davranışı vardır. Bunlardan ilki, gerçekte hissedilmeden gösterilen duyguları kapsayan yüzeysel davranıştır. Örneğin türbülansa giren bir uçağın hostesi, korkmasına rağmen paniği engellemek adına soğukkanlı bir şekilde anons yapıp, herhangi bir sorunun olmadığını söylemesi yüzeysel davranıştır. İkinci duygusal emek davranışı ise, gerçekte hissedilen duyguları yönetmeyi içeren derin davranıştır. Derin davranış gösteren bir birey, sadece uygun duyguları sergilemekle kalmaz, aslında zorunlu olarak duyguyu içselleştirir (Hochschild, 2003). Örneğin, yakında ziyaretçilerle etkileşime girmeyi bekleyen bir turist rehberi, olumlu düşünceleri bilinçli olarak düşünerek olumlu bir ruh hali ortaya çıkarmayı seçebilir, bu da daha sonra doğal mutluluk görüntüleri yaratır (Dahling ve Perez, 2010).

Hochschild, hizmet sektöründe çalışan bireylerin gerçekte hissettikleri ve hissediyormuş gibi gösterdikleri duyguların arasında oluşacak farkın uzun vadede çalışanların üzerinde olumsuz bir baskı yarattığını ifade etmiştir. Bu baskının azaltılması için gerçekte hissedilen ve hissediliyormuş gibi sergilenen duygu ve davranışları birbirine yaklaştırılması gerektiğini belirtmiştir (Hochschild, 2003: 90). Aksi takdirde uzun vadede

çalışanların gerçekte hissetmediği duyguları, hissediyormuş gibi yapmaları tükenmişlik ve iş tatmininin sağlanamamasıyla sonuçlanır (Hochschild,1983; Mesmer-Magnus, DeChurch ve Wax, 2012).

Ashforth ve Humprey'in Duygusal Emek Yaklaşımı (1993)

Ashforth ve Humprey (1993), çalışanların duygusal emek gösterme şekillerinin, hizmetin kalitesine, kişilerarası etkileşimin kalitesine ve duyguların türüne bağlı olduğunu belirtmişlerdir. Ashforth ve Humprey duygusal emek kavramını, hizmetin verildiği anda, hizmet veren kişilerden beklenen davranışlar olarak tanımlamışlardır. Diğer bir ifade ile örgütün belirlemiş olduğu davranış gösterme kurallarına, çalışanların gözlemlenebilir davranışları olarak tanımlanmıştır.

Ashforth ve Humprey, Hochschild'in yaptığı gibi davranışların altında yatan duygulara odaklanmak yerine, gözlemlenebilir davranışlara odaklanmışlardır. Hochschild'den farklı olarak gözlemlenebilir davranışlara odaklanmalarının en temel nedeni ise, müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmesindeki en önemli bileşenin hizmet çalışanlarının davranışları olduğunu düşünmeleridir. Müşterilerin kendilerine sunulan hizmet hakkındaki düşüncelerini olumlu yönde etkilemek, hizmet çalışanlarının müşteri ile etkileşim sırasında duygularını yönetmelerine bağlı olduğunu ve bu yüzden de duygusal emeği bir tür duygu yönetimi olarak açıklamaktadırlar (Özgen, 2010).

Hochschild (1983) çalışmasında duygusal emek gösterim davranışlarının derin ve yüzeysel davranışlar olarak iki şekilde gösterilebileceğini ifade etmiştir. Ancak Ashforth ve Humprey yaptıkları çalışmalarda, çalışanların göstermesi gereken duyguyu gerçekten hissettikleri durumların da olabileceğini, çalışanların yüzeysel ve derin davranışların dışında samimi/doğal davranışlar sergileyebildiklerini ifade etmişlerdir. Örneğin kansere yakalanmış bir çocuğa bakan bir hemşirenin, çocuğun ölümü ile gerçekten üzülmesi ve bu durumu davranışlarıyla göstermesi samimi/doğal davranıştır. Samimi/doğal davranışta, yüzeysel davranışlarda olduğu gibi hissettiklerinizin aksine gösterdiğiniz davranışları kontrol altında tutma çabası yoktur. Aynı zamanda da derin davranışta olduğu gibi duygulara hükmetme durumu da söz konusu değildir. Samimi davranışta bireylerin göstermesi gereken davranışlar, birey tarafından gerçekten hissedilmekte ve davranış

olarak yansıtılmaktadır (Ashforth ve Humprey,1993: 93). Ayrıca, duygusal emeğin az çaba gerektiren veya hiç çaba gerektirmeyen davranışları da içerdiğini belirten Ashforth ve Humprey, çalışanların duygusal emek gösterim kurallarını sürekli tekrar etmesi durumunda, bu tür davranışları alışkanlık haline getirmelerine neden olduğunu ifade etmişlerdir.

Hizmet sektörü çalışanları açısından duygusal emeğin sonuçları bazen olumlu, bazen olumsuz olabilmektedir. Hizmet sektörü çalışanlarının, kendine özgü davranışlar sergileyerek, organizasyonel olarak belirlenen kurallara uymaları duygusal emeğin olumlu yanları olarak sunulur. Böylelikle çalışanların kendi bireysel özelliklerine bağlı olarak duygusal emek gösterim kurallarını uyarlayarak kendini ifade etme becerisini geliştirebilecekleri belirtilmektedir. Öte yandan, örgütsel olarak belirlenen kurallara uymak adına, gerçekte hissedilmeyen duyguların, hissediliyormuş gibi sergilenmesi gerekliliği sonucunda, çalışanlarda duygusal uyumsuzluğun ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum duygusal emeğin çalışanlar üzerindeki olumsuz etkilerini ortaya çıkarmaktadır. Duygusal uyumsuzluğun ortaya çıkması durumunda, çalışanlarda benlik saygısında azalma görüldüğü ve işten ayrılma niyetlerinde bir artışa yol açtığı da belirtilmektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993).

Morris ve Feldman'ın Duygusal Emek Yaklaşımı (1996)

Morris ve Feldman (1996) duygusal emeği kişilerarası etkileşim sırasında çalışanların, örgütün belirlediği kurallar çerçevesinde istenilen duyguları ifade etmek için gösterdikleri çaba, planlama ve kontrol olarak tanımlamışlardır. Bu tanım, duyguların sosyal çevrede ifade edildiği ve kısmen belirlendiği etkileşimci bir yaklaşımdan gelir. Bu bakış açısı, Hochschild (1983) ve Ashforth ve Humphrey (1993)'in bakış açısına benzemektedir, çünkü duyguların bireyler tarafından değiştirilebileceğini ve kontrol edilebileceğini kabul ederler.

Morris ve Feldman (1996), duygusal emeği dört boyutlu olarak ele almıştır. Sırasıyla bu boyutlar (a) duygu gösterim sıklığı, (b) gerekli gösterim kurallarına dikkat etme, (c) gösterilmesi gereken duyguların çeşitliliği ve (d) duygusal uyumsuzluktur.

Duygu gösterim sıklığı: Müşteriler hizmet aldıkları işletmeler ile arasında beğenme, güven ve saygıya ilişkin çeşitli duygusal bağlar kurmaktadır ve bu durum işletmeler veya organizasyonlar açısından değerlendirildiğinde, işletmenin-organizasyonun iş yapma olasılığının daha yüksek olması demektir (Wharton ve Erickson, 1993: 465). Bu durumda da işletmelerde-organizasyonlarda çalışan bireyler yaptıkları işe uygun ve işin gerektirdiği sıklıkta duygu gösterimi yapmaktadırlar. Duygu gösteriminin sık olduğu iş gruplarında, işletmelerin-organizasyonların duygu gösterimi ile ilgili taleplerinin artmasına neden olmaktadır (Morris ve Feldman, 1996: 989).

Gerekli Gösterim Kurallarına Yönelik Dikkat Etme: Duygusal emeğin ikinci boyutu, işin gerektirdiği kuralları sergilemeye dikkat etme düzeyidir. Bir hizmet çalışanı, işin gerektirdiği kuralları sergilemek için ne kadar dikkatli olursa, o kadar fazla psikolojik enerji ve fiziksel çaba harcar. Bu durum yoğun “duygusal emek” gösterimini gerektirir. Gerekli gösterim kurallarına yönelik dikkat, hem duygu gösteriminin süresinden, hem de duygu gösteriminin yoğunluğundan oluşur (Morris ve Feldman, 1996: 989).

Duygu gösterim süresi kısa olan iş gruplarında duygusal emeğin az kullanıldığı görülmüştür. Örneğin; kasiyerin veya tezgâhtarın müşteriye karşı tebessüm etmesi, güler yüzlü olması, selamlaşması ve gerektiğinde teşekkür etmesi gibi (Sutton ve Rafaeli, 1988: 467). Daha uzun süreli duygu gösterimi, daha fazla çaba ve dolayısıyla daha fazla duygusal emek gerektirmektedir. Uzun süreli duygu gösterimini gerektiren işler, duygusal dayanıklılık (Hochschild, 1983) gerektirir. Çünkü çalışan ile müşterinin etkileşim süresi arttıkça, çalışanlar müşteri hakkında daha fazla bilgiye sahip olabilmekte ve bu bilgi, çalışanların kendi kişisel duygularını göstermekten kaçınmalarını zorlaştırabilmektedir. Dolayısıyla örgütsel veya mesleki normları ihlal edilebilmektedir (Smith, 1992). Duygu gösteriminin yoğunluğu ise, bir duygunun ne kadar güçlü veya ne büyüklükte deneyimlendiğini ifade eder.

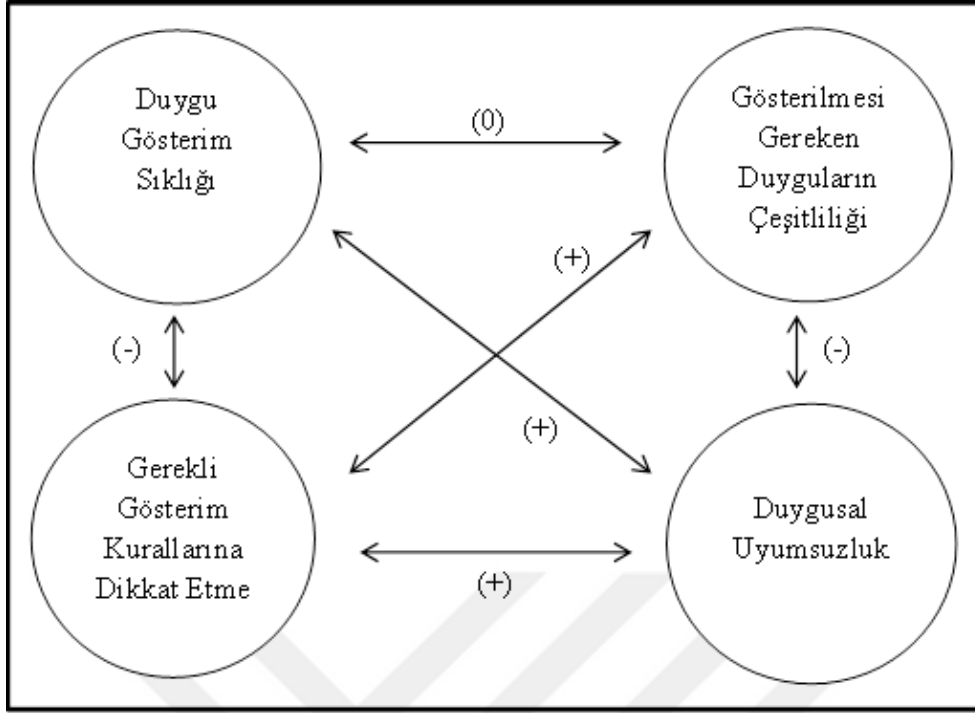
Gösterilmesi Gereken Duyguların Çeşitliliği: Duygusal emeğin üçüncü boyutu, iş rollerinin gerektirdiği duyguların çeşitliliğidir. Gösterilmesi gereken duyguların çeşitliliği ne kadar fazlaysa, çalışanların sarf ettiği duygusal emek de o kadar büyük olacaktır. Çalışanların, belirli durumlara uyacak şekilde gösterilen duygu türlerini değiştirmeleri gerekmektedir. Bu yüzden çalışanlar, davranışlarını daha aktif bir şekilde

planlamak zorundadırlar ve bu durum çalışanların, duygusal emek için harcamaları gereken psikolojik enerji miktarı da arttırmaktadır.

Örgütlerde duygu gösterim kuralları, olumlu, nötr ve olumsuz duygu gösterimi olarak karakterize edilmiştir (Morris ve Feldman, 1996: 991). Olumlu duygu gösterimi, çalışanlar ve müşteriler arasındaki beğenme bağlarını artırmayı amaçlamaktadır. Nötr ve ya tarafsız duygu gösterimini vurgulayan kurallar, yetki ve statüyü korumak için kullanılmaktadır. Öfke ve düşmanlığı vurgulayan olumsuz duygu gösterim kuralları ise genellikle müşterileri (örneğin, fedai kişileri) sindirmek veya bastırmak için kullanılır.

Duygusal Uyumsuzluk: Morris ve Feldman (1996), duygusal emeğin bir sonucu olarak ele alınan duygusal uyumsuzluk kavramını, duygusal emeğin bir boyutu olarak ele almışlardır. Duygusal uyumsuzluk, organizasyonlarda sergilenmesi gereken duygular ile çalışanların gerçek duyguları arasındaki çatışmadır. Duygusal uyumsuzluk, bir bireyin gerçekten hissettikleriyle çelişen belirli duyguları sergileme zorunluluğunun bir sonucudur ve bir tür kişi-rol çatışması olarak tanımlanmıştır (Middleton, 1989: 199). Duygusal uyumsuzlukta çalışan birey işin gereklilikleriyle özdeşleşemez. Organizasyonun beklentileri karşılamak için daha fazla çaba sarf eden birey, duygularını kontrol etmeye çalışır ve tepkilerini değiştirmek zorunda kalır. Bu durumda daha çok duygusal emek gerektirecektir (Morris ve Feldman, 1996: 992).

Duygusal Emeğin Dört Boyutu Arasındaki İlişkiler: Duygusal emeğin dört boyutu arasındaki ilişkiler Şekil 2’de gösterilmiştir. Buna göre duygu gösterim sıklığı ve gerekli gösterim kurallarına dikkat etme boyutları arasında negatif yönlü, duygu gösterim sıklığı ve duygusal uyumsuzluk arasında pozitif yönlü, duygu gösterim sıklığı ve gösterilmesi gereken duyguların çeşitliliği arasında nötr ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca gösterilmesi gereken duyguların çeşitliliği ve duygusal uyumsuzluk arasında negatif yönlü, gerekli gösterim kurallarına dikkat etme ve duygusal uyumsuzluk arasında pozitif yönlü, gerekli gösterim kurallarına dikkat etme ve gösterilmesi gereken duyguların çeşitliliği arasında pozitif yönlü ilişkiler olduğu bulunmuştur.



Morris ve Feldman, (1996: 993)

Şekil 2. Duygusal emeğin dört boyutu arasındaki ilişki

Kruml ve Geddes'in Duygusal Emek Yaklaşımı (2000)

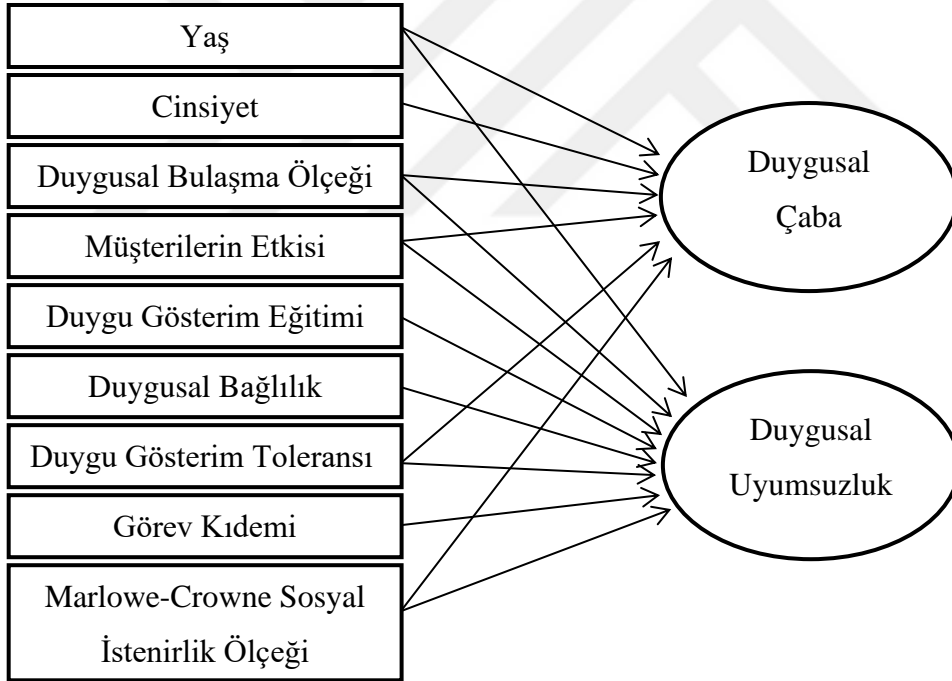
Kruml ve Geddes'e (2000) göre, duygusal emeğin çalışan ve şirket performansı üzerinde büyük bir etkisinin olduğu bilinmesine rağmen, birtakım temel sorunların hala çözülememiştir. Kruml ve Geddes (2000) yaptıkları çalışma ile duygusal emeğin tanımlayıcı özelliklerinin neler olduğuna, duygusal emeğin nasıl ölçülebileceğine ve duygusal emeğin, hizmet çalışanları ve şirketleri için zararlı mı yoksa sağlıklı mı gibi sorulara cevap aramışlardır. Kruml ve Geddes (2000) iki aşamalı olarak ele almışlardır:

Faz 1: Duygusal Emek Boyutlarını Keşfetmek:

Çalışmanın birinci aşaması olan Faz 1'in iki amacı vardır. Bu amaçlardan birincisi, Hochschild'in (1983) rol(oyunculuk) kavramını birleştirerek, duygusal emeğin tanımlayıcı boyutlarını belirlemektir. Faz 1 in ikinci amacı ise, önceden hazırlanmış duygusal emek ölçeklerini geliştirerek daha güvenilir ve geçerli bir duygusal emek ölçeği oluşturmaktır. Yapılan çalışmanın sonucunda duygusal emeğin "duygusal çaba" ve duygusal uyumsuzluk" olarak iki boyutlu olduğu ortaya çıkmıştır.

Faz 2: İlişkilerin Test Edilmesi:

Çalışmanın ikinci aşaması olan Faz 2'nin amacı, duygusal emek boyutları ve öncülleri arasındaki ilişkileri test etmektir. Ayrıca Faz 2'nin amacı, Faz 1'de geliştirilen ölçeğin güvenilirliğini artırmak, duygusal uyumsuzluk ile duygusal çaba ve bu boyutların öncülleri ile ilgili hipotezleri test ederek duygusal emek boyutları ve öncülleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkartmaktır. Kruml ve Geddes yaptıkları çalışmada öncülleri; yaş, cinsiyet, duygusal bulaşma ölçeği, müşterilerin etkisi, duygu gösterim eğitimi, duygusal bağlılık, duygu gösterim toleransı, görev kıdemi, Marlowe -Crowne sosyal istenirlik ölçeği olarak belirlemişlerdir. Buna göre duygusal emek boyutları ve öncülleri arasındaki ilişki Şekil 3'teki gibidir.



Kruml ve Geddes, (2000: 36)

Şekil 3. Duygusal emek boyutları ile öncülleri arasındaki ilişki

Erkeklerin, yaşça büyük çalışanların, müşterilere duygusal olarak bağlı olmayanların, olumsuz duygular sergileyen müşterilerin, duygusal bulaşma deneyimleyemeyenlerin ve duygularını nasıl ifade edeceklerini seçme konusunda daha az

toleransı olanların büyük olasılıkla daha fazla duygusal uyumsuzluk yaşadıklarını göstermektedir. Ayrıca, yaşça büyük olan, duygularını nasıl ifade edecekleri konusunda daha fazla eğitim alan, halkla çalışma konusunda daha az deneyime sahip, kendilerini nasıl ifade edeceklerini seçme konusunda çok az duygu gösterim toleransına sahip olan ve müşterilerin olumsuz davrandığı çalışanların duruma uygun duyguları hissetmek için daha fazla duygusal çaba göstereceklerini göstermektedir. Çalışma sonuçları, yaşlı çalışanların duygularını kontrol etmede, yani gerekli duyguları yaratmada ve uygun duyguları sergilemede daha becerikli olduklarını göstermiştir.

Grandey'in Duygusal Emek Yaklaşımı (2000)

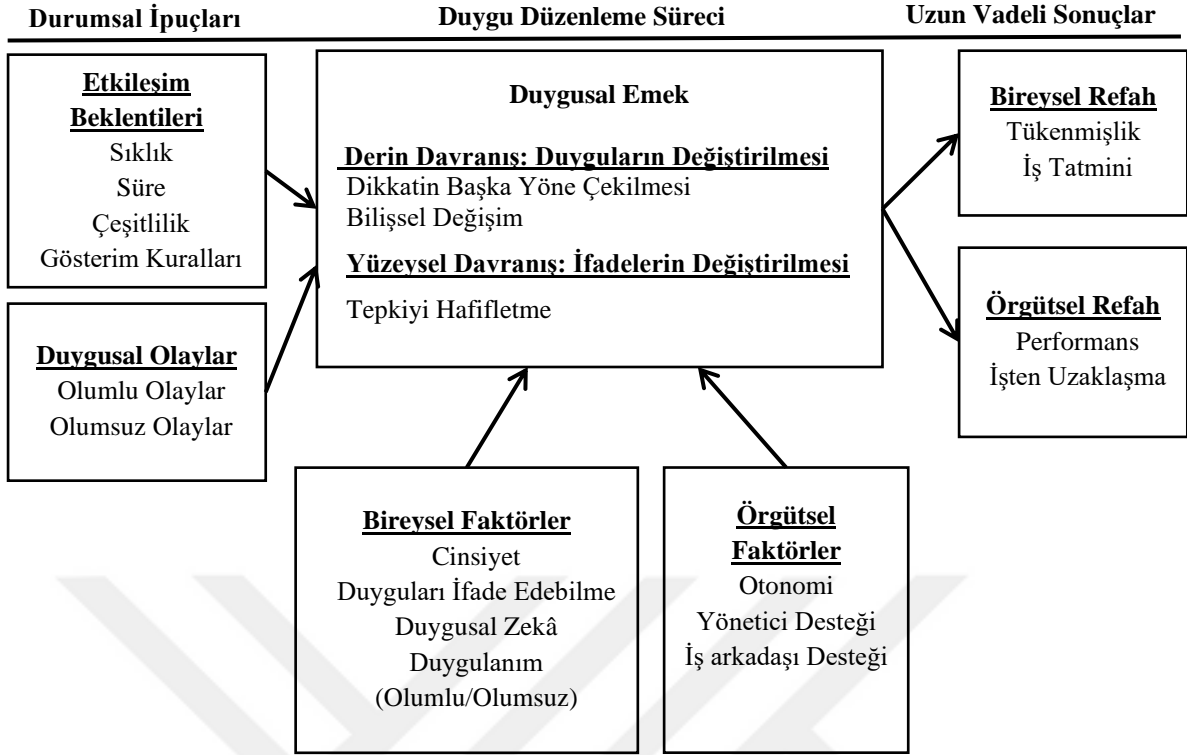
Grandey (2000), diğer duygusal emek yaklaşımlarından farklı olarak çalışmasında duygusal emeğin bireyler için stresli olabileceği ancak yine de organizasyon için yararlı olabileceği mekanizmaları anlamak için duygu düzenleme teorisini (emotion regulation theory) ortaya atmıştır. Ayrıca bu teoriye bağlı olarak duygusal emeğin öncülleri ve sonuçları ile mevcut bireysel ve durumsal değişkenlerin insan kaynakları süreçleri üzerinde olabilecek etkilerini ortaya çıkartmaya çalışmıştır. Grandey'e göre duygusal emeği, öncüllerini ve sonuçlarını daha iyi anlamak için, duygusal emeğin bir süreç olarak görülmesi ve analiz edilmesi önemlidir. Duygu düzenleme teorisi böyle bir yaklaşımı mümkün kılmıştır (Gosserand, 2003).

Duygu düzenleme teorisi, “bireylerin hangi duygulara ne zaman sahip olduklarını, bu duyguları nasıl deneyimledikleri ve bu duygularını ifade etmeyi içeren bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Grandey, 2000: 98). Günlük hayatta insanlar sıklıkla ve farkında olmadan duygularını düzenlerler. Ancak duyguların sıklıkla düzenlenmesi her ne kadar bireylerin yaratacakları kendi kişisel izlenimleri açısından olumlu olsa da, zaman içinde bu durumu sıklıkla tekrar etmek bireylerin yoğun düzeyde baskı altında hissetmesine neden olmaktadır (Grandey, 2000: 100). Örneğin resmi bir toplantıda çok komik olan bir duruma karşı kendimizi tutup gülmememiz duygu düzenleme sürecinin bir sonucudur.

Duyguların düzenlenme süreci, iki şekilde açıklanmaya çalışılmıştır. Bunlar öncül odaklı duygu düzenleme (antecedent-focused) ve tepki odaklı duygu düzenleme (response-focused) şeklindedir.

Öncül odaklı duygu düzenleme biçiminde birey, değerlendirmeler yaparak duyguların öncüllerini düzenleyebilir. Örneğin bir bireyin hoşlanmadığı bir ortama girmemesi ve ortam tercih etmesi öncül odaklı duygu düzenlemedir. Öncül odaklı duygu düzenleme henüz duygu oluşmadan önce gerçekleşir ve kişi, uyarıcının kendisini veya uyarıcının değerlendirmesini değiştirir. Dört tür öncül odaklı duygu düzenlemesi vardır. Bunlar; durum seçimi (situation selection), durum değişimi (situation modification), dikkat dağıtımı (attentional deployment) ve bilişsel değişimdir (cognitive change) (Gross, 1998). Durum seçimi, seçmek veya önlemek anlamına gelir. Durum seçimi kişinin dâhil olduğu bir durumu önceden yapacağı müdahaleler ile önlemeye çalışmasını içerir. Örneğin bir kişinin belirli kişileri veya yerleri seçmesi veya bu kişi ve yerlerden kaçınması gibi. Durum değişiminde ise kişiler mevcut durumda çeşitli değişiklikler yaparak oluşabilecek olumsuzlukları önlemeye çalışır. Örneğin bir çalışan hoş olmayan bir yüz yüze görüşmeyi, telefon görüşmesine dönüştürebilir. Dikkat dağıtımı, bir çalışanın içinde bulunduğu zorlayıcı duygu durumundan kurtulması için, güzel şeyleri düşünmesi durumudur. Diğer öncül odaklı yöntem, kişinin durumu algısal anlamda değiştirerek duygusal etkiyi azaltmaya çalıştığı, bilişsel değişimdir. Örneğin bir yöneticinin bir işi “stresli iş” yerine “zorlayıcı iş” olarak tanımlayarak, çalışmada bilişsel bir değişim yaratmaya çalışır(Özgen, 2010).

Tepki odaklı olarak adlandırılan ikinci duygu düzenleme biçiminde ise birey, duygularının fizyolojik veya gözlemlenebilir belirtilerini değiştirir. Bu duygu düzenleme biçiminde çalışanlar hissettiklerinden daha fazla duygu sergilemeye ya da gerçek duyguları bastırmaya ve kabul edilebilir ifadeler göstermeye çalışırlar. Bu duygu düzenleme tekniği, derin oyunculukta olduğu gibi iç duyguları değil, ifadeyi değiştirmekle ilgilidir. Bir çalışanın sinir bozucu bir müşteri karşısında, gerçekte hissettiği duyguları sergilemek yerine nazik kalması bu duruma örnek olarak verilebilir. Grandey, Gross(1998) çalışmasında ortaya koyduğu öncül odaklı duygu düzenleme ve tepki odaklı duygu düzenleme biçimlerinin, derin ve yüzeysel davranışlara karşılık geldiğini ileri sürmüştür.



Grandey, (2000: 101)

Şekil 4. Grandey'in duygusal emek modeli

Grandey (2000), duygu düzenleme sürecinde etkili olan diğer faktörleri bireysel ve örgütsel faktörler olarak ayırmıştır. Bireysel faktörler; cinsiyet, duygusal ifade, duygusal zekâ ve duygusallıktır. Örgütsel faktörler ise otonomi, yönetici desteği ve iş arkadaşı desteği, olarak kategorize edilmiştir. Buna göre kadınların, erkeklere göre daha çok duygusal emek gösterdiği, bireylerin sahip olduğu duygusal zekânın, duygusal emek sarf etme düzeylerinde bir etkiye sahip olduğu ileri sürülmüştür. Örgütsel faktörlerde ise yönetici ve iş arkadaşının desteğinin bulunduğu çalışma ortamlarında, duygusal emeğin olumsuz sonuçlarından olan tükenmişliğin ve işten uzaklaşmanın azalacağı belirtilmiştir.

Brotheridge ve Lee'nin Duygusal Emek Yaklaşımı (2003)

Brotheridge ve Lee (2003) yaptıkları çalışma ile 15 sorudan oluşan duygusal emek ölçeğini geliştirmişlerdir. Brotheridge ve Lee çalışmalarının ilk aşamasında 19 sorudan oluşan anketi Kanada'da yer alan bir üniversitede çeşitli lisans ve yüksek lisans düzeyindeki işletme sınıflarına kaydolmuş 296 öğrenci üzerinde uygulamışlardır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda ankette 4 soru çıkartılmıştır. Çalışmanın ikinci aşamasında

ise hizmet sektöründe çalışan 238 kişiye 15 soruluk anket uygulanmıştır. Çalışmada, yüzeysel davranışın artması, kişisel başarı duygusunda ve olumlu duygulanımda azalmaya neden olmaktadır. Ayrıca yüzeysel davranış sergilemedeki artışın, zaman içerisinde duygusal tükenme ve olumsuz duygulanımın artmasına neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

2.3.4. Duygusal Emek Stratejileri

Yapılan araştırmalar sonucunda çalışanların duygularını yönetmek için kullandıkları üç duygusal emek stratejisi ortaya çıkmıştır. Bu duygusal emek stratejileri; yüzeysel davranış (surface acting), derin davranış (deep acting) ve samimi davranış (genuine expression) olarak belirlenmiştir.

Yüzeysel Davranış

Duygusal emek stratejilerinden ilki olan yüzeysel davranış, gözlemlenebilir ifadelerin yönetilmesi, çalışanların gerçekte hissetmediği duyguların, duygu yönetimi aracılığıyla sergilemesi durumu olarak tanımlanmaktadır. Bir başka ifadeyle yüzeysel davranış çalışanların, asıl hissettikleri duyguları yansıtmak yerine, işletme çıkarlarına ve işin gerekliliğine göre davranışlar sergilemesi durumudur (Grandey, 2000; Çoruk, 2014). Çalışanlar yüzeysel davranış sergilerken, hissettikleri duygularda herhangi bir değişiklik olmaksızın, sadece mimikleri, jestleri ve ses tonları değişir (Hochschild, 1983). Örneğin herhangi bir havayolu firmasında çalışan hostesin sürekli gülümsemesi yüzeysel davranışa örnektir.

Derin Davranış

Yüzeysel davranış çalışanların yüzlerindeki ifadenin değişimi anlamına gelirken, derin davranış ise çalışanların duygularını değiştirmeleri anlamına gelir. Derin davranış çalışanların göstermek istedikleri duyguların tecrübe edilmesiyle ortaya çıkan davranış türüdür. Çalışanlar sahip oldukları rolleri hakkında duygusal anlamda bir iç gözlem yaparlar ve bu iç gözlem sonucunda da göstermeleri gereken duyguyu derinlemesine

deneyimledikleri için daha özgün bir yaklaşım sergilerler. Yüzeysel davranışta bireyler sergiledikleri yüz ifadelerine odaklanırken; derin davranışta bireyler kendi iç süreçlerinin uyanmasına izin verirler (Hochschild, 1983). Diğer bir deyişle çalışanların işletme çıkarları doğrultusunda göstermek istedikleri duyguları zaten kendi içlerinde yaşıyor olmaları durumudur. Çalışanlar, derin davranış sergilemeyi başarırlarsa, daha samimi olarak algılanırlar (Kim, 2008). Bu durum müşteri memnuniyeti ve organizasyonel refah üzerinde olumlu bir etki yaratır (Humphrey, Ashforth ve Diefendorff, 2015). Ayrıca çalışanlar daha fazla derin davranış gösterirlerse, daha düşük duygusal tükenme yaşarlar (Cheung ve Tang, 2010).

Samimi Davranış

Ashforth ve Humphrey (1993) yapmış oldukları çalışmada samimi davranış kavramı ortaya atılmıştır. Ashforth ve Humphrey'e göre bireylerin rol gereklerini yerine getirmeleri için her zaman rol yapması gerekmediğini, bazı durumlarda gerçek duygularıyla işletmenin çıkarları doğrultusunda sergiledikleri duyguların birbirinin aynı olabileceğini ifade etmişlerdir. Samimi davranış, çalışanların yansıtmak durumunda oldukları duyguları zaten hissediyor olmaları durumunda ortaya çıkan davranış türüdür. Ashforth ve Humphrey (1993), bu davranış türünde kişinin çok az duygusal emek harcadığını ifade etmişlerdir. Humphrey ve diğerleri (2015), yüzeysel davranış dışındaki derin davranış ve samimi davranışın çalışan bireyin refahı ve iş performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir.

2.3.5. Duygusal Emegi Etkileyen Faktörler

Duygusal emegi etkileyen faktörler literatürde üç başlık altında incelenmektedir. Bu faktörler bireysel faktörler, örgütsel faktörler ve durumsal faktörler olarak adlandırılmakta ve her bir faktör kendi içerisinde alt başlıklarda incelenmektedir.

Bireysel Faktörler

Duygusal emeği etkileyen bireysel faktörler kişilerin cinsiyeti, yaşı, gelir durumu, medeni durumu, kişilik özellikleri, empati, duygulanım ve duygusal zeka olarak ele alınmaktadır.

Cinsiyet: Bireysel faktörler üzerinde en çok durulan faktör cinsiyettir. Birçok toplumda bireyler cinsiyet ayrımına göre yetiştirilmektedirler. Toplumların kadınlardan ve erkeklerden beklentileri doğrultusunda bu ayrım ve yetiştirilme tarzı bireylerin toplumda edineceği rolleri de belirlemektedir. Bireylerin kadın- erkek ayrımı yapılarak yetiştirilmesi aynı zamanda duyguların gösteriminde de çeşitli farklılıklara neden olmaktadır. Yapılan araştırmalara göre kadınlar erkeklerden daha rahat ve daha fazla duygusal gösterimde bulunduğu görülmüştür (Deaux; 1985: 72-73). Örneğin iş yaşantısında kadınlar, erkek çalışanlara göre derin davranışlar gösterirken, erkek çalışanlar daha yüzeysel davranışlar sergilemektedirler. Bu doğrultuda kadınların duygularını yönetme konusunda erkeklere göre daha başarılıdırlar. Bu yüzden kadın çalışanlar genellikle duygusal emeğin yoğun şekilde kullanıldığı, müşterilerle yüz yüze iletişim kurmayı gerektiren meslek sınıflarında ve hizmet sektörlerinde istihdam edilmektedirler (Oğuz ve Özkul, 2016). Grandey'in (2000) yapmış olduğu çalışmada duygu düzenleme konusunda kadınların temel motivasyon kaynaklarının "iyi geçinme" olduğu ifade edilirken, erkeklerde temel motivasyon kaynağının "kontrol gücünü elinde tutabilme" olduğu görülmüştür. Erickson ve Ritter'in (2001) yapmış oldukları çalışmada ise kadınlar çalışma hayatındaki yaşadıkları olumsuzluklara karşı olumsuz tepkiler vermemek için erkeklere göre duygusal emeği daha yoğun kullanarak gerçek hissettikleri duygularını bastırmaktadır. Bu durum kadınların iş hayatında tükenmişlik yaşama eğilimlerini arttırdığı gözlemlenmiştir.

Yaş: Bireyler yaşamları boyunca elde ettikleri deneyimler, duygularını ve davranışlarını etkilemektedir. Bireylerin yaşı arttıkça olumsuz duygu göstermeleri azalmakta ve olumlu duygu gösterme süreleri artmaktadır (Özgen, 2010). Dahling ve Perez'in (2010) yaptıkları çalışmada da bireylerin yaşı arttıkça olumlu deneyimlerin arttığını, olumsuz deneyimlerinin ise bireylerin azaltılmaya çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan çalışmalardan elde edilen bilgiler doğrultusunda bireylerin yaşlarının arttıkça

olumlu duygu gösteriminin ve duygu kontrolünün arttığını, olumsuz duygu gösteriminin azaldığını söylemek mümkündür.

Gelir: İşverenler, duygusal emeği işin bir parçası halinde görürken, duygusal emeğin ekonomik karşılığını değerlendirmemektedirler. Duygusal emek ve gelir kavramları arasında ilişkiyi araştıran Glomb, Kammayer-Mueller ve Rotundo (2004) duygusal emek gerektiren 15 meslek sınıfı ve bu meslek sınıflarının gerektirdiği bilgi birikimi ile saatlik ücret açısından gelir ilişkileri değerlendirilmiştir. Bu araştırmanın sonucuna göre yoğun bir şekilde duygusal emek gösterimi düşük düzeyde bilgi birikimi gerektiren mesleklerde elde edilen gelir veya saatlik ücret az, yüksek düzeyde bilgi birikimi gerektiren mesleklerde gelir veya saatlik ücret daha fazladır. Bu bağlamda duygusal emeğin yoğun olduğu işlerde, gelir veya saatlik ücret, bilgi birikimine bağlı olarak artış göstermektedir.

Kişilik Özellikleri: Bireylerin günlük hayatta veya iş hayatında gösterdikleri duyguların ve gerçekleşen olaylar karşısında verdikleri tepkilerin oluşturulmasında bireylerin kişilik özellikleri önemli bir düzeyini yansıtmaktadır. Kişilik, bir bireyi diğer bireylerden ayıran, doğuştan gelen ve sonradan deneyim yolu ile kazanılan, tutarlı bir şekilde sergilenen özelliklere denilir (Özdemir, Özdemir, Kadak ve Nasıroğlu, 2012). Bireylerde kişilik gelişiminin bazı yönleri kalıtsal faktörlerden, bazı yönleri de çevresel faktörlerden etkilenirken, birçok yönü ise her iki faktörden de etkilenmektedir. Kısaca kişilik gelişiminde, doğuştan gelen genlerle birlikte çevresel faktörler de etkili olmaktadır. 1917 yılından günümüze kadar birçok araştırmacı tarafından kişilik gelişimi araştırılmıştır. Her dilde yerleşmiş olan kişilik sıfatları, araştırmacılar için kişilik özelliklerini ölçmede yardımcı olmuştur. Yapılan analizlerde birçok kişilik faktörünün 5 ana faktör altında toplandığı belirlenmiştir (Somer, Korkmaz ve Tatar, 2002):

Faktör I Dışadönüklük / İçedönüklük: Bu faktör hayat dolu, heyecanlı, neşeli, konuşkan, girişken ve sosyal olma ve ya olmama gibi özellikleri içermektedir.

Faktör II Yumuşak Başlılık / Düşmanlık: Bu faktörün olumlu ucunda nazik, ince, saygılı, güvenli, esnek, açık kalpli ve merhametli gibi özellikler bulunmaktadır.

Faktör III Öz Denetim / Sorumluluk-Yönsüzlük / Dağınıklık: Başarı ihtiyacı ve çalışma kararlılığı, ahlaki titizlilik ve tedbirlilik gibi özellikler bu faktörün içerisinde yer almaktadır.

Faktör IV Duygusal Denge-Dengesizlik: Bu faktör Nörotisizm olarak da adlandırılmakta olup, çeşitli araştırmalarda endişeli, güvensiz, kendisiyle uğraşan, sınırlı, kaygılı gibi özelliklerle tanımlanmaktadır.

Faktör V Gelişime Açıklık/ Zekâ – Gelişmemişlik: Faktörün tanımlayıcı özellikleri arasında analitik, karmaşık, meraklı, bağımsız, yaratıcı, liberal, geleneksel olmayan, orijinal, hayal gücü kuvvetli, ilgileri geniş, cesur, değişikliği seven, artistik, açık fikirli gibi sıfatlar bu faktör altında yer almaktadır.

Empati: Empati, kişinin bir iletişim esnasında, kendisini karşısındakinin yerine koyarak olaylara onun bakış açısıyla bakarak duygu ve düşüncelerini doğru olarak anlamaya çalışması ve duyarlı bir yaklaşım içinde olmasıdır. Diğer bir deyişle, empati başka bir kişinin iç dünyasında düşünebilme, hissedebilme, duygu ve düşüncelerine karşılık verebilme olarak da düşünülebilir (Pala, 2008). Chu, Baker ve Murrmann (2012) ise empatiyi “başka birinin nasıl hissettiğini hissetme yeteneği” şeklinde tanımlamışlardır. Diğer bireylerin duygularını anlama yeteneği, duygusal emeğin aşırı yüklenmesini azaltmanın güçlü bir yoludur. Çalışanların empati kurması, duygusal uyumsuzluk yaşama olasılıklarını azaltmaya yardımcı olur. Çalışanlarda duygusal uyumsuzluk yaşama olasılığının artması ise, duygusal tükenme gibi zararlı sonuçlara neden olabilir (Hodges ve Klein, 2001: 437). Ayrıca Grandey (2000), derin davranışın ve empatinin ilişkili kavramlar olduğunu ve bu ilişkinin olumlu müşteri deneyimine yol açtığını belirtmiştir.

Duygulanım: Duygulanım, bireylerin herhangi bir şeye olan duygusal eğilimidir (Oral ve Köse, 2011). Olumlu ve olumsuz olmak üzere iki tür duygulanım vardır: Olumlu duygulanım, bireylerin olumlu bir bakış açısına sahip olduğu, olumlu duyguları içeren duygulanım türüdür. Olumsuz duygulanım ise hayata karşı olumsuz bir bakış açısına sahip olmak demektir (Grandey, Tam ve Brauburger, 2002). Morris ve Feldman'a (1996) göre, olumlu / olumsuz duyguların sergilenmesi gerektiğinde, olumsuz / olumlu duygulanımın sahibi duygusal uyumsuzluk yaşayabilir. Buna göre olumlu duygulanım artarsa çalışanların

sergileyeceği yüzeysel davranışlar azalır. Fakat olumsuz duygulanım artarsa çalışanların sergileyeceği yüzeysel davranışlar da artacaktır ve uzun vadede bu durumun sonucunda duygusal uyumsuzluk ortaya çıkabilir. Olumsuz duygulanım ile derin davranış arasındaki ilişki incelendiğinde; olumsuz duygulanım artarsa çalışanların sergilediği derin davranış azalır, olumsuz duygulanım azalırsa çalışanların sergilediği derin davranış da artar. Duygulanım iş tatmini yönünden ele alındığında, olumlu duygulanıma sahip çalışanların iş tatmini sağlarken, olumsuz duygulanıma sahip çalışanların iş tatminsizliği ortaya çıkar (Özgen 2010: 44).

Duygusal Zekâ: Duygusal zekâ, kişinin kendi duygularını ve başkalarının duygularını izleme, aralarında ayırım yapma ve elde ettiği bilgiyi de düşünce ve eylemlerinde kullanma becerisini içeren sosyal zekânın bir alt kümesi olarak tanımlanmıştır (Salovey ve Mayer, 1990: 189). Bir başka çalışmada ise, duygusal zekâdan, bireyin kişisel duygularının farkında olma ve başka bir kişinin duygusal durumunun farkında olma yeteneği olarak bahsedilmiştir (Mastracci, Newman ve Guy, 2010: 134). Duygusal zekâ, duygusal emek için bir zorunluluk olarak görülmektedir. Çünkü duygusal zekâ yeteneğine sahip bir çalışan, belirli bir durumda kendisinden hangi duyguların beklendiğini, kişilerarası etkileşimde neyin kabul edilebilir olduğunu ve neyin olmadığını çok iyi bilir. Duygusal zekâyâ sahip çalışanlar, daha çok derin davranış gösterme eğilimindedirler ve yüzeysel davranışın getirdiği olumsuzluklarla baş edebilme eğilimine sahiptirler. Bu bağlamda Carmeli ve Josman (2006) tarafından yapılan çalışmada, duygusal zekâ becerileri gelişmiş olan çalışanların, yüzeysel davranışın getirmiş olduğu olumsuzlukların etkisinin azaltılmasında önemli bir yer tuttuğunu belirtilmiştir.

Örgütsel Faktörler

Duygusal emeği etkileyen bireysel faktörlerin yanı sıra, bireyin içinde bulunduğu iş ortamından ve örgütsel özelliklerinden de etkilenir. Bir çalışanın doğru işi bulması ve olumlu bir çalışma ortamına sahip olması bazı durumlarda mümkün olmamaktadır. İsteddiği işi yapan ve koordineli iş arkadaşlarına sahip olan çalışan ile elverişsiz koşullarda çalışan ve kendisi için doğru bulduğu işi yapmayan çalışanların duygusal anlamda harcadıkları emek düzeyleri birbirinden farklı olacaktır. Bu durumda bireylerin duygusal emeklerini

bireysel faktörlerin yanı sıra, örgütsel faktörler de etki etmektedir. Duygusal emeği etkileyen örgütsel faktörler de otonomi ve sosyal destek olarak ikiye ayrılmaktadır.

Otonomi: Bir çalışanın bir işteki karar verme yetkisi, bir işin programlanması, görevlerin yerine getirilmesi için kullanılan yöntemleri seçmek için özgür, bağımsız yetkiye sahip olması durumu otonomi olarak tanımlanmıştır. Diğer bir ifadeyle görevlerin planlanması ve uygulanması sırasında kullanılacak prosedürlerin belirlenmesinde, çalışanın bağımsız kararlar alabilmesi deneyimi, otonomi olarak tanımlanmaktadır (Hackman ve Oldham, 1975, Hackman ve Oldham, 1976; Morgeson, Delaney-Klinger ve Hemingway, 2005). Yapılan araştırmalarda bir kişi, bir işte ne kadar bağımsız olursa, sarf ettiği duygusal emek de o kadar az olur. Ayrıca buna bağlı olarak gerçekleşen duygusal uyumsuzluğun da o kadar az olduğunu bulmuşlardır (Morris ve Feldman, 1996). Bir işte bağımsız kararlar alamayan çalışanlar, örgütün belirlediği gerekli duygusal gösterim kuralları ile doğal olarak hissettikleri duygularla eşleşmediğinden, örgütsel gösterim kurallarını ihlal etme eğilimindedirler. Bu durumda örgütün belirlediği katı kuralların, bireylerin duygusal ifadelerini sınırladığı durumlarda, duygusal emeğin olumsuz sonuçları güçlü olmaktadır (Oral ve Köse, 2011).

Sosyal Destek: Sosyal destek genelde bireylerin stres altında veya zorlayıcı durumlarda kaldıklarında, çevresindeki insanlar tarafından sağlanan maddi ve manevi yardım olarak tanımlanmaktadır. Çalışma ortamındaki iş arkadaşlarından ve yöneticilerden alınan sosyal destek, duygusal emeğin zararlı etkilerini azaltmaktadır (Oral ve Köse, 2011). Hochschild (1983), kabin personelinin meslektaşlarından aldıkları sosyal destekle duygusal olarak daha rahat hissettiğini belirtmiştir. Grandey (2000), kişilerarası ilişkilerin destekleyici ve faydalı olduğu durumlarda, hizmet ortamı esnasında gösterilmesi gereken duyguların doğal olarak çalışanlar tarafından yansıtıldığını söylemiştir. Olumlu ifadelerin çok sık kullanıldığı müşteri hizmetleri gibi sektörlerde çalışan bireylerin, sosyal çevreleri hakkında olumlu hissettiklerinde, daha az duygusal emek gösterdikleri görülmüştür. Bu yüzden hizmet sektöründe sosyal destek, çalışanların daha az duygusal emek sarf etmelerini sağlayacağından, çalışanları stresten korumak için faydalı olmaktadır.

Durumsal Faktörler

Duygusal emeği etkileyen faktörlerden bir diğeri ise durumsal faktörlerdir. Çalışanların duygusal emeğine etki eden durumsal faktörler de kendi içerisinde dörde ayrılmaktadır. Bunlar; müşterilerle etkileşim süresi, müşteri yoğunluğu, müşterilere gösterilen duyguların çeşitliliği ve müşteri saldırganlığıdır.

Müşterilerle Etkileşim Süresi: Müşterilerle etkileşim süresinin uzunluğu, çalışanların müşterileriyle ne kadar uzun süre karşılaştıkları ile ilgilidir. Müşterilerle etkileşim süresi, işin niteliğine veya farklı çalışma saatlerine bağlı olarak değişmektedir. Bazı işler müşterilerle kısa aralıklarla etkileşim gerektirirken, bazı işler daha uzun aralıklarla gerçekleşebilmektedir (Diefendorff, Croyle ve Gosserand, 2005: 343). Örneğin bir kasiyer ile bir turist rehberinin müşteriler ile etkileşim süreleri birbirinden farklıdır. Kasiyerin müşteri ile etkileşimi kısa iken bir turist rehberi ile turist arasındaki etkileşim süresi turun başlangıcından sonuna kadardır. Bu süre bazen 1 gün bazen de 1 haftaya kadar çıkabilmektedir. Turist rehberi ve turist arasında çok uzun ve yoğun bir etkileşim söz konusudur (Wong ve Wang, 2009: 250). Müşteriler ile etkileşim süresi arttıkça çalışanların sarf edecekleri duygusal emek miktarı doğru orantılı bir şekilde artış göstermektedir. Brotheridge ve Lee (2003: 370) ve Brotheridge ve Grandey (2002: 26), etkileşim sıklığının hem yüzeysel davranış, hem de derin davranış ile pozitif yönlü bir ilişkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca, müşteriler ile çalışanlar arasındaki etkileşim süresinin artması, çalışanlara belirli bir zaman yükü getirmekte ve bireylerin doğal olarak hissettiği duyguları sergilemesini neredeyse imkânsız hale getirmektedir. Bu durumda da çalışanlar daha çok duygusal emek sarf etmektedirler. Çalışanların çok fazla duygusal emek sarf etmesi yabancılaşmaya ve bitkinliğe yol açacaktır (Hochschild, 1983: 135).

Müşteri Yoğunluğu: Sutton ve Rafaeli (1998) yaptıkları çalışma ile uzun kuyrukların olduğu ve müşteri yoğunluğunun fazla olduğu mağazalarda, müşteriler ile mağaza çalışanlarının mümkün oldukça daha hızlı hareket etmeye çalıştıklarını gözlemlemişlerdir. Müşteri yoğunluğunun fazla olduğu mağazalarda çalışan personelin, müşterilere karşı pozitif duyguları içeren gülümseme, göz temasından ve karşılama cümlelerinden(Hoşgeldiniz, iyi günler vb.)kaçındıklarını ve örgütün belirlediği duygu gösterim kuralları yerine gerçekte hissettikleri duyguları müşterilere yansıttıklarını bulmuşlardır. Fakat yoğunluk bittiğinde çalışanların müşterilere gülümsedikleri, müşterilerle göz temasında bulduklarını ve müşterilere karşılama cümlelerini ifade

ettiklerini gözlemlemişlerdir. Aşağıda belirtilen olayda müşteri yoğunluğunun olduğu zamanlarda çalışanların nasıl duygusal sapma yaşadıklarına ve örgüt gösterim kurallarını nasıl ihlal ettiklerine dair bir örnektir (Özgen, 2010: s.76).

“Herkesin akın ettiği yeni bir mekâna gitmiştik. Siparişlerimizi verdikten sonra yaklaşık 10 dakika çaylarımızı bekledik. Garsonu yakalayıp 10 dakikadır çay bekliyoruz dediğimizde verdiği yanıt şu oldu: Bu yoğunlukta az bile beklemişsiniz.”

Yukarıdaki örnekte olduğu gibi çalışanlar müşteri yoğunluğunun olduğu vakitlerde örgütün belirlediği duygu gösterim kurallarına uymak yerine, o anda hissettikleri duygular ile müşterilerle etkileşime geçmektedirler. Müşteri yoğunluğunun sürekli olduğu mağazalarda örgütsel gösterim kurallarına uyan çalışanların daha fazla duygusal emek sarf edecekleri ve uzun vadede bu durumun tükenmişlik ile sonuçlanacağı belirtilmiştir.

Müşterilere Gösterilen Duyguların Çeşitliliği: Duygusal emeği etkileyen durumsal faktörlerden biri de müşterilere gösterilen duyguların çeşitliliğidir. Müşterilere gösterilecek duyguların çeşitliliği işin niteliğine bağlı olarak az ya da çok olabilmektedir. Müşterilere gösterilen duyguların çeşitliliği ne kadar fazla ise, çalışanın sarf edeceği duygusal emek de o kadar fazladır (Morris ve Feldman, 1996: 991). Wharton ve Erickson (1993: 463) müşterilere gösterilen duyguların çeşitliliğini üçe ayırarak sınıflandırmıştır. Bunlar olumlu duygular, olumsuz duygular ve nötr duygulardır. Olumlu duygular aşk, sadakat ve gurur gibi bütünleştirici duyguları içermektedir. Olumsuz duygular korku, öfke ve aşağılama gibi duyguları içermektedir. Son olarak nötr duygular ise duyguları maskeleyerek tarafsız kalmayı içermektedir. Örneğin bir anaokulu öğretmenin çocuklara karşı gülümsemesi olumlu duyguları içerirken; bir hapisane gardiyanının disiplini sağlamak adına sert davranışlarının olması olumsuz duyguları içerir. Hakim veya bir psikoloğun tarafsız tutumda kalmaları nötr duyguları içermektedir.

Müşteri Saldırganlığı: Duygusal emeği etkileyen bir diğer durumsal faktör müşteri saldırganlığıdır. Hizmet sektörü çalışanlarında, yüz yüze görüşmeyi ve sözlü iletişimin yoğun olduğu iş gruplarında çalışanlar sıklıkla müşterilerin saldırılarına uğramaktadırlar. Bu saldırılar sözlü, psikolojik ve fiziksel olmaktadır. Havayolu

çalışanlarında özellikle hostesler üzerinde yapılan araştırmada, havayolu firmalarının kendilerine daha çok gelir getiren iş adamlarını etkileyebilmek adına hostesleri birer cinsel obje olarak kullanması ya da hostesleri birer geysa gibi göstermeleri sonucunda hostesler işlerini yapmakta güçlükler çekmekte ve sözlü veya fiziksel tacize uğramaktalar. Bu durum hosteslerin daha fazla duygusal emek sarf etmesine neden olmaktadır (Hoschschild 2003: 92-94).

2.3.6. Duygusal Emegın Sonuçları

Çalışanların duygusal emek kullanımı, organizasyonun beklentilerine, işin niteliğine, türüne ve bireysel farklılıklara bağılı olarak farklı düzeylerde olmaktadır. Bu yüzden duygusal emegın sonuçları bazen olumlu, bazen de olumsuz olmaktadır.

Olumlu Sonuçları

Literatürde yer alan araştırmalar incelendiğinde genel anlamda duygusal emegın bireylerin psikolojik sağılığı üzerindeki olumsuz sonuçlarından bahsedilmektedir. Ancak duygusal emek, işverenler ve çalışanlar açısından bazı faydalar sağılayabilir. Çeşitli araştırmalar incelendiğinde (Wharton, 1993; Ashforth ve Humphrey, 1993), duygusal emegın, iş tatminini, işten gurur duymayı, öz saygıyı ve görevdeki etkinliğı arttırdığını göstermektedir.

Wharton (1993), yoğun bir şekilde duygusal emek kullanımını gerektiren işlerde, diğer insanlarla çalışmak için uygun kişisel niteliklere sahip olan çalışanların, işlerinden büyüledikleri ve sonuç olarak çalışanların kişisel özelliklerinin iş talepleriyle daha iyi örtüştüğünü öne sürmüştür. Bu uyumun, yüksek düzeyde iş tatmini sağıladığını da belirtmiştir. Bu yüzden duygusal emek gösterimini yoğun bir şekilde gerektiren hizmet işlerinde, işverenlerin, işe uygun ve gerekli kişilik özelliklerine sahip bireyleri istihdam etmesi önemlidir (Wharton, 1993: 210).

Rafaeli ve Sutton (1987) yapmış oldukları çalışmada, çalışanların duygularını samimi bir şekilde sergilediklerinde, finansal refahlarının da etkilendiğini belirtmişlerdir.

Hizmet sektöründe çalışan bireyin, müşterilere karşı samimi davranışlar ve neşeli ruh halleri sergilemesi, çalışanın daha fazla tercih edilmesine neden olmakta, gelirini arttırmaktadır. Çünkü uygun davranışları ve duyguları göstermek, müşteriler için hoş bir ortam oluşturur ve çalışan birey için de yeni iş imkânlarını beraberinde getirir. Ayrıca, finansal sonuçlarının yanı sıra, duygusal uyum içerisinde çalışan bireylerde, içsel duygularla, sergiledikleri duygular arasında çelişki yaşamamaları, çalışanın çalışma ortamıyla tam bir uyum içinde çalışmasına, stresten uzak ve sağlıklı kalmasına olanak tanır (Rafaeli ve Sutton 1987: 29).

Olumsuz Sonuçları

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, genel anlamda duygusal emeğin olumsuz sonuçları üzerine yapılmış araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırmalar incelendiğinde ise duygusal emeğin olumsuz sonuçları genellikle iki ana kavram altında açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu iki kavramdan birincisi iş tatminsizliği, ikincisi ise tükenmişlik duygusudur. Yine de olumsuz etkiler her zaman benzer koşullarda, her çalışan için aynı şekilde ortaya çıkmayabiliyor (Barsade ve Gibson, 2007: 52).

Çalışanların asıl hissettikleri duygular ile müşterilere karşı sergiledikleri duygular arasında tutarsızlıklar yaşaması, çalışan ve organizasyon açısından olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir. İfade edilen duygular ile hissedilen duygular arasındaki uyumsuzluk, duygusal uyumsuzluktur. Bir kişi kendini çevresine karşı(iş ortamı, müşteriler, sosyal çevre, aile) neşeli ve coşkulu bir şekilde ifade ediyor, ancak gerçekte üzgün ve endişeli hissediyorsa, duygusal uyumsuzluk durumu ortaya çıkar. Duygusal uyumsuzluk durumunun sürekli olarak tekrarlanması ve çalışanın gerçekte bağdaşmayan duygular sergilemesi zaman içerisinde birey üzerinde olumsuz etkiler yaratır (Hochschild, 1983). Birey sahte davranışlar sergilediği için kendini ikiyüzlü hissetmeye başlar. Sonraki süreçte zihinsel ve fiziksel sağlık üzerinde olumsuz sonuçlar doğurur. Yapılan araştırmalarda duygusal uyumsuzluğun sürekli yaşanması kişinin kendine duyduğu öz saygı ve özgüvende azalmalara neden olur. Kişinin ruhsal anlamda çökmesine, karşısındaki diğer insanlara karşı şüphe duymasına, gereksiz kaygılara ve işten uzaklaşmasına neden olduğu görüşmüştür (Ashforth ve Humphrey, 1993: 97).

Çalışanların yüzeysel davranışlar sergilemeleri, onları duygusal anlamda zorlamakta ve yıpratmaktadır. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde duygusal emeğin yoğun kullanımını gerektiren işlerde çalışan bireylerde, tükenmişlik sendromunun arttığı, iş tatmin düzeylerinin azaldığı, sağlık sorunlarında artış görüldüğü, uyku sorunları yaşadıkları, kaygı ve intihar eğilimi gibi psikolojik sorunlarda artışların olduğu ortaya konulmuştur (Brotheridge ve Grandey, 2002: 22; Brotheridge ve Lee, 2003: 372; Yang ve Chang, 2008: 879).

Duygusal emek kavramını ortaya atan Hochschild (1983: 135), duygusal emeğin kişilerin psikolojik iyi oluşları üzerinde olumsuz etkileri olduğunu savunmuştur. Delta Havayolları'nda çalışan uçuş görevlileri, denetçiler ve hostesler üzerinde yaptığı araştırmasında, duygusal emeğin çalışanlar için olumsuz psikolojik sonuçları olduğunu açıklamıştır. Hochschild, havayolu çalışanlarıyla yapmış olduğu görüşmelerde ve gözlemlerde havayolu çalışanlarının, azalan öz saygıdan, özgün olmama duygusundan, duygu kaybından ve tükenmişlik sendromundan muzdarip olduğunu ortaya çıkartmıştır.

2.4. İş Tatmini

Bu bölümde iş tatmini kavramı, iş tatmini kavramının önemi, iş tatminini etkileyen faktörler, iş tatmini sağlamaya yönelik uygulamalar ve iş tatmininin sonuçları ele alınmıştır.

2.4.1. İş Tatmini Kavramı

İş tatmini, bir bireyin görevlerini yerine getirirken ne kadar mutlu hissettiğini gösteren öznel bir göstergedir. İş tatmini tek başına ve tek bir ölçümle tanımlanamayacağı için öznelidir. İş tatmini bir bireyin yaptığı işle ilişkili duyduğu memnuniyet miktarıdır. Bir çalışan işini yoğun bir şekilde seviyorsa, yüksek düzeyde iş tatmini yaşamaktadır. Ancak çalışan yaptığı işten hoşlanmıyorsa, bu durum sonucunda iş tatminsizliği yaşayabilir İş tatmini, bireyin işin kendisine verdiği duygusal tepkidir. Örgütsel açıdan değerlendirildiğine ise bir bireyin işine karşı geliştirdiği tutumlardır (Özkalp, 2003: 75)

İş tatmini kavramı, iş dünyasında geçtiğimiz on yıllarda popülerlik kazanan nispeten yeni bir eğilimdir ve bunu ölçmek, farklı sektörlerdeki modern işletmeler için bir zorunluluk haline gelmiştir. Literatürde iş tatmini ile ilgili birçok farklı tanım bulunmaktadır. Araştırmacılar arasında iş tatmini kavramının tanımı ile ilgili ortak bir fikir birliği yoktur. Bu durumun nedeni iş tatmini kavramının özneliği ve tanımlamada kullanılan terminolojinin farklılığıdır.

İş tatmininin erken tanımlarından biri, Locke'a aittir. Locke (1969), iş tatminini bir kişinin işinden ya da iş deneyimlerinin değerlendirilmesinden kaynaklanan zevkli ya da olumlu bir duygusal durum olarak tanımlamıştır. Bireyin işine ve iş özelliklerine karşı olumlu duygular hissetmesi olarak açıklanmaktadır. Locke'un yapmış olduğu tanımlama, sevgiye dayalı olarak kabul edilmekte ve bir kişinin işine karşı olumlu duygulara sahip olarak yüksek iş tatmini sağlayacağı belirtilmektedir. Ancak Zhu (2012), bu tanımlamanın yoruma dayalı olduğunu, iş tatmini etkin bir şekilde ölçülemeyeceğini iddia ederek bu tanımı eleştirmiş ve iş tatminini daha akılcı, daha mantıklı bir değerlendirme olduğunu öne sürmüşlerdir. İş tatmininin sadece duygusal değerlendirmeyi değil, aynı zamanda davranışsal ve bilişsel bileşenleri de içermektedir.

Berry (1997)'ye göre iş tatmini, çalışanlar tarafından örgüte tepki olarak kabul edilmiştir. Başka bir tanıma göre iş tatmini, işin özelliklerine sahip olduğunda ve çalışan için değerli olan nitelikleri sağladığında ortaya çıkan bir tatmin duygusudur. Yani iş tatmini, işe yönelik tutumları ifade etmektedir (Özkalp ve Kırel, 2001). Bu tanımlara göre iş tatmini, çalışanın işinden kaynaklanan tatmin edici bir durumu yansıtır. İş tatmini, işle ilgili duygu ve düşüncelerin iç içe geçtiği bir durum olarak düşünülebilir. Çalışanların davranışları, memnuniyet düzeylerine göre olumlu veya olumsuz duygu ve tutumlar olarak şekillenir (Erdoğan, 1996: 231).

Sonuç olarak, iş tatmini düzeyi yüksek olan bir çalışanın işi hakkında olumlu duygu ve düşünceleri varken, düşük iş tatmin düzeyine sahip bir çalışanın işiyle ilgili olumsuz duygu ve düşünceleri vardır (Robbins ve Judge, 2013). Bu nedenle iş tatmini, motive olmanın ve işten zevk almanın duygusal hali olarak ifade edilebilir. Günümüzde organizasyon sadece çalışanlar tarafından para kazandıkları bir yer olarak görülmemektedir. Örgütlerde psiko-sosyal ihtiyaçların karşılanmak istendiği bazı alanlar

vardır (Tengilimoğlu, 2005). Bisen ve Priya'ya (2010) göre, çalışanlar sosyal, ekonomik ve psikolojik ihtiyaçlar konusunda kendilerini güvensiz hissederlerse, iş tatminleri olumsuz etkilenebilir.

2.4.2. İş Tatmini Kavramının nemi

Bireyin düzgün bir işe sahip olması ve işini severek yapması bireyin mutluluk ve tatmin duygusuna katkıda bulunur. İşinden tatmin olan bireyler daha üretken daha başarılı ve daha mutlu bireyler olurken, işinden tatmin olmayan bireyler ise genellikle mutsuz, içindeki verimi düşük ve yeteri kadar üretken olmayan kişilerdir. Bu durum organizasyonlar açısından ciddi sorunlar üretir. Organizasyonlar, performans ve proje başarısı üzerinde etkisi olduğu için çoğunlukla çalışanın iş tatmininin öneminin farkındadır. Bu yüzden organizasyonlar, işletmelerinde iş tatminini ölçmeye çalışırlar ve işi geliştirmek için, çalışanların iş tatmin düzeylerini iyileştirmeye çalışırlar.

İş tatmini, yaşam tatmini ile ilişkilidir, yöneticiler ve organizasyonlar genel olarak daha memnun çalışanlar ister. Çünkü yapılan birçok araştırmanın bulguları çalışanların iş tatmin düzeyleri ile işten ayrılma oranları, işe katılım veya çalışanların örgüt içindeki genel performansları arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir (Tarigan ve Ariani, 2015; De Simone, Planta ve Cicotto, 2018).

Sonuç olarak çalışanların iş tatmin düzeylerinin yüksek olması organizasyonların geleceği açısından önemlidir. Çünkü iş tatmin oranlarının yüksek olmasının işletmeyi işten ayrılma, devamsızlık ve tükenmişlikten kaynaklanan birçok maliyetten kurtaracağına inanılmaktadır.

2.4.3 İş Tatminini Etkileyen Faktörler

İş tatminini etkileyen faktörler iki alt ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar; bireysel faktörler ve örgütsel faktörlerdir. İş tatmini, hem bireysel hem de örgütsel faktörler birlikte çalışarak, bireylerin yaptıkları işten memnun olmalarına veya işlerinden memnun olmamalarına neden olur. İş tatmini veya tatminsizliği hem yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi gibi demografik unsurların hem de işin kendisi, kazançlar, yönetim politikaları, çalışma

koşulları ve iş arkadaşları gibi örgütsel ve çevresel unsurların bir sonucudur (Sinha ve Shukla, 2013: 35).

Bireysel Faktörler

İş tatmini düzeyini etkileyen bireysel faktörler, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve kişilik özellikleridir.

Cinsiyet: İş tatmini düzeyini etkileyen bireysel faktörlerden olan cinsiyet değişkeni üzerinde yapılan araştırmalar sonucunda hangi cinsiyetin daha çok iş tatmini yaşadığı konusunda tutarsızlıklar vardır (Hulin ve Smith, 1967; Clark, 1997; Castillo ve Cano, 2004; Bender, Donohue ve Heywood, 2005). Bu araştırmaların bazıları, erkeklere göre daha kötü şartlar altında çalışan kadınların, daha az maaş ve daha kötü mevkilerde çalışmalarına rağmen daha fazla iş tatminine sahip olduklarını göstermiştir (Clark, 1997; Bender vd. 2005). Ancak Hulin ve Smith'in (1967) yaptıkları çalışmada, iş tatmini üzerinde cinsiyet faktörünün oldukça etkili olduğunu ve kadınların iş tatmininin erkeklere oranla daha düşük olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca kadınların iş tatmininin daha düşük olduğunu belirten araştırmalar, bu sonucu kadınların annelik rollerine öncelik vermesi ile ilgili kaygı ve mutluluk olarak açıklamaktadır. Bu duruma benzer olarak bir başka çalışmada, kadın öğretim üyeleri ve erkek öğretim üyelerinin yaptıkları işten memnuniyet düzeyleri araştırılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre genel olarak fakültede çalışan erkek ve kadın öğretim üyeleri işlerinden memnun oldukları, ancak kadın öğretim üyeleri, erkek öğretim üyelerine göre daha az memnun olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Castillo ve Cano, 2004).

Yaş: İş tatminini etkileyen bireysel faktörlerden biri de yaş faktörüdür. Çalışmaya yeni başlayan genç bireyler, sahip oldukları pozisyonları olumlu olarak algılamaktalar ve çalışma coşkusuyla sahip olmaktadır. Bu yüzden çalışmaya yeni başlayan bireylerin iş tatmini yüksek olmaktadır. Ancak ilerleyen yıllarda, bireylerin sahip olduğu çalışma coşkusu yerini can sıkıntısına bırakır ve bu durumda bireylerin iş tatmini azalır. Zaman geçtikçe, birey mevcut iş koşullarına ve rutinine alışır ve iş tatmini düzeyinde bir artış gözlenir (Clark, Oswald ve Warr, 1996: 57). Bu duruma benzer olarak başka bir çalışmada, işe yeni başlayan 19-20 ve 21-22 yaş aralıklarında olan genç bireylerin, işe büyük bir

coşkuyla ve hevesle başladıklarını, ancak bu bireyler 30'lu yaşlara gelindiklerinde yaptıkları işe karşı daha isteksiz olduklarını ve düşük performans gösterdiklerini gözlemlenmiştir (McCormick ve Tiffin, 1974: 295). Çalışanların kariyer beklentilerinin yerine getirilmesi, daha yüksek ücretler, daha fazla sorumluluk sahibi olmaları ve daha üst düzey pozisyonlara sahip olmaları, yaşlandıkça kendine veya tecrübeye daha fazla güvenme de daha yüksek iş tatmini üzerinde olumlu etkilere sahiptir (McCormick ve Tiffin, 1974; Çarıkçı, 2000: 162).

Medeni Durum: İş tatminini etkileyen bireysel faktörlerden biri diğeri de çalışanların medeni durumlarıdır. Evlilik yapmış olan çalışan bireylerin sorumluluklarının artması veya çocuk sahibi olma düşünceleri, yaptıkları işin karşılığında aldıkları ücretin önem düzeyi artmaktadır. Bu duruma bağlı olarak da, bireylerin işe olan bağımlılıklarının arttığı düşünülmektedir. Çalışan bireylerin sahip oldukları çocuk sayısının fazla olması, bireyin sorumluluk düzeyinin daha da artacağı anlamına gelmektedir. Bu durumda birey yaptığı işin karşılığında daha fazla ücret talep etmesi durumu ortaya çıkacaktır. Dolaylı olarak iş tatmini ya da iş tatminsizliği durumu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca çalışan bireylerin ailesi ile işi arasında ortaya çıkabilecek sorunların da iş tatminini olumsuz yönde etkilediği gözlemlenmiştir (Sürek, 2007: 46). King, Murray ve Atkinson'un (1982) yaptıkları çalışmada evli bireylerin yaptıkları işten, dullar veya bekârlara oranla daha fazla haz aldıkları ortaya çıkmıştır. Bu duruma benzer olan bir başka çalışmada ise, evli olan çalışanların iş tatmin düzeyinin, bekâr çalışanların iş tatmin düzeyine oranla daha yüksek olduğu bulunmuştur (Baştemur, 2006: 18).

Eğitim Düzeyi: Bireylerin, icra ettikleri mesleklerindeki yetkinlik düzeyleri, aldıkları eğitimin kalitesiyle ve düzeyi ile doğru orantılıdır. Bireylerin aldıkları eğitim kalitesi ve düzeyi, iş tatmininin üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etki yaratabilir. Eğitim düzeyi yüksek olan bireyler, denetleme veya yönetim düzeyinde daha fazla kar getiren işler bulabilirler ve bu nedenle işlerinden daha fazla memnuniyet elde edebilirler (Özer, 2014: 110). Bunun yanı sıra eğitim düzeyi daha düşük olan bireylerin çalışacakları pozisyonlar ve daha az kar getiren işler olacağı için iş tatminleri daha az olacaktır. Çalışanların eğitim düzeylerinin, iş tatminleri üzerindeki etkileri anlamaya yönelik yapılan araştırmalarda, genellikle yüksek eğitim düzeyine sahip çalışanların iş tatminlerinin eğitim düzeyi daha düşük çalışanlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Çalışanlar, eğitim

düzeylelerine ve sahip oldukları ve deneyimlerine uygun pozisyonlarda yer alamadıklarında iş tatmini azalmaktadır. Ayrıca çalışanların, sahip olduğu yeterliliklerden daha fazla beklentinin olması, çalışanların yüksek düzeyde endişe ve stres yaşamasına ve bu durum sonucunda da dolaylı olarak çalışanların iş tatminlerinin azalmasına neden olmaktadır. Çalışanın nitelikleri ve eğitim düzeyleri birbiriyle eşleşmediğinde veya işin gerektirdiği nitelikleri çok aştığında da iş tatminsizliğinin ortaya çıkmaktadır (Aşık, 2010).

Kişisel özellikler: Bazı insanların olaylara veya sahip oldukları işe bakış açıları, kişisel özelliklerinden etkilenebilmektedir. Bazı insanlar iş ortamları ne olursa olsun, işlerinden elde ettikleri tatmin düzeyi yüksek iken bazılarının sahip olduğu iş tatmin düzeyi düşük olabilmektedir. Bu kişilerin iş tatmini, işyerinden veya çalışma koşullarından bağımsız olarak sahip oldukları kişilik özelliklerine göre değişmektedir (Solmuş, 2004: 187). Olumlu bir birey, sahip olduğu işi tatmin edici, zorlayıcı ve heyecan verici olarak algılar ve işten daha çok memnun kalmaktadır. Olumsuz kişiler ise sıklıkla işin olumsuz yanlarını görerek ve daha az tatmin düzeyine sahip olmaktadır. Ayrıca bu kişiler daha kolay ve zorlayıcı olmayan görevlere yönelmektedirler. Bu durum bu kişileri sürekli tekrarlayan tekdüze işlerde sıkışıp kalmalarına neden olmaktadır. Bu durumun sonucunda da bu bireylerin iş tatminleri düşük olduğu görülmektedir (Weiss ve Cropanzano, 1996: 24).

Örgütsel Faktörler

İş tatminini etkileyen diğer faktörler de örgütsel faktörler başlığı altında toplanmıştır. Bu faktörler; işin niteliği, ücret, yükselme olanağı (terfi), çalışma arkadaşları, yönetim tarzı, çalışma ortamının özellikleri ve koşullarıdır.

İşin Niteliği: İnsanlar yaşamlarını sürdürebilmek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına bir işe ihtiyaç duyarlar. Bireyin sevdiği işi yapması, işin sahip olduğu nitelikler, işin toplum tarafından kabul görmesi, bireyin iş tatmin düzeyinin yükselmesini sağlayan unsurlardır. Bireyin yaptığı iş ve ya meslek grubu, toplum tarafından yeteri düzeyde kabul görmüyor ise bireyin iş tatmini bu duruma bağlı olarak düşmektedir. Yapılan işin farklı olması, kişinin kendini geliştirmesine ve öğrenmesine fırsat vermesi ve sorumluluk gerektirmesi tatmin nedeni olarak sayılabilir (Ardıç ve Baş, 2001). Karakuş'un (2011),

hemşirelerin iş tatmin düzeyini araştırmaya yönelik yaptığı çalışmada, araştırmaya katılan 329 hemşirenin, %42,49'u mesleklerinde iş tatmini yaşamadıkları bulunmuştur. Bu durumun temel nedenleri arasında hemşirelik mesleğinde var olan nöbet sistemi, yoğun çalışma temposu, terfi ve yükselme olanaklarını yeterli olmaması gibi mesleğin çalışma koşullarının zorlu olmasıdır. Yaşanan bu olumsuz durumlara bağlı olarak hemşirelerin %68,4'ü başka bir iş yapmak istediğini, %49,9'u mesleğinden ayrılmayı düşündüğünü, %42'si işinde mutlu olmadığını, %63,5'i yaptığı işi başkasına tavsiye etmeyeceğini belirtmektedir. Sonuç olarak yukarıdaki örnekte de olduğu gibi işin niteliği ve çalışma olanakları bireylerin iş tatmin düzeyini olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir.

Ücret: İnsanlar yaptıkları işin karşılığında belirli düzeylerde ücret sistemi aracılığıyla maaş almaktadır ve aldıkları bu maaş ile yaşamlarını idame ettirmektedir. Bireylerin aldıkları maaşlar, onların iş tatmini düzeylerini belirleyen unsurlardandır. Yaşamını idame ettirmek için yeterli parası olmayan bireyler veya az gelişmiş ülkelerde hayatta kalmaya çalışan insanlar için ücret, iş tatmini ve memnuniyetle doğrudan bağlantılıdır. Bu ve benzeri ülkede yaşayan insanlar için yapılacak ücret artışı iş tatmin düzeylerine olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Ancak rahat bir yaşam düzeyine ulaşmış olan bireyler ve ya gelişmiş ülkelerde çalışan bireyler için ücret, iş tatmin düzeyine doğrudan etki etmeyebilir ve iş tatmini ile ücret arasındaki ilişki neredeyse ortadan kalkabilir (Robbins ve Judge, 2013: 81). Bu gibi durumlarda ise ücret, yönetimin çalışan bireylere nasıl baktığının bir yansımasıdır (Saygılı, 2008: 34). Çalışanların beklentileriyle eşit ya da adil olarak gördükleri ücret sistemi önem taşımaktadır. Beklentiler karşılandığında çalışanların verimlilikleri ve performanslarında artış görülmektedir. Eğer çalışanların ücret anlamında beklentileri karşılanmazsa iş tatminsizliği ortaya çıkacaktır (Söylemezoğlu, 2019).

Yükselme Olanığı (Terfi): Bir işte yükselmek ve terfi almak birçok çalışan için önemli bir konudur. Çünkü bir çalışan terfi alırsa, yaptığı işten alacağı statü ve ücret de bu yükselmeye bağlı olarak artacaktır. Bu durumun sonucunda da çalışan işinden tatmin olacaktır. Eğer birey yaptığı işinde terfi almaz ise, zaman içerisinde bireyin iş tatmin düzeyi düşecektir ve işten ayrılma niyeti ortaya çıkacaktır. Kunaviktikul, Nuntasupawat, Srisuphan ve Booth (2000), Tayland'da hemşireler üzerinde yaptıkları araştırmada, ücret ve terfi fırsatları konularında tatmin olan hemşirelerin işlerinde kalma niyetlerinin yüksek

olduğunu belirtmişlerdir. Tayland'ın hastanelerindeki; araştırma ve terfi fırsatları gibi alanlardaki gelişmelere paralel olarak hemşirelerin işlerinde kalma niyetlerini değiştirebilecekleri tespit edilmiştir. Yine hemşireler üzerinde Karakuş (2011) tarafından yapılan araştırma sonuçlarında da, hemşirelerin neredeyse yarısı (%42,49) iş tatmini yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Bu durumun temel nedenleri arasında da hemşirelik mesleğinde var olan nöbet sistemi, yoğun çalışma temposu ve terfi, yükselme olanaklarını yeterli olmaması gibi mesleğin çalışma koşullarının zorlu olması sıralanmaktadır. Sonuç olarak iki örnekten de anlaşıldığı gibi bir meslekte yükselme olanağı ve terfi alma ihtimali arttıkça iş tatmini artmakta, işten ayrılma niyeti de bu duruma bağlı olarak azalmaktadır.

Çalışma Arkadaşları: Çalışan bireylerin iş tatmini sağlamanın ardındaki örgütsel etmenlerden biri de çalışma arkadaşlarıdır. Çalışma arkadaşları, çalışan bireyler üzerinde olumlu veya olumsuz etkiler yaratabilir. Çalışma arkadaşları ile olan ilişkilerin olumlu yönde olması, çalışan bireylerin yaptığı işi daha ilen işletmeler, çalışma arkadaşlarının birbirleriyle olumlu yönde ilişkiler geliştirmelerini sağlamak adına kahve veya çay molaları verirler. Bunun dışında işletmeler, bütün çalışma arkadaşlarının bir arada olacakları, işletme dışı faaliyetler (akşam yemeği, gezi organizasyonları gibi) organize ederek çalışma arkadaşları arasındaki ilişkileri kuvvetlendirmeyi ve dolaylı olarak çalışanların yaptıkları işten tatmin olmalarını sağlamaktadır (Telman ve Ünsal, 2004: 46). Çalışan bireylerin iş arkadaşlarının zor karakterlere sahip olmaları, iş arkadaşları arasında birtakım olumsuz olayların yaşanması gibi nedenler sonucunda çalışanların iş tatmin düzeyleri üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir (Aycan, 1998; Derin, 2007; Akbal, 2010). Aycan (1998), yaptığı çalışmada erkek çalışanların, kadın çalışanlara karşı ön yargının yüksek olmasından dolayı kadın çalışanların iş tatmin düzeylerinin düşük olduğunu gözlemlemiştir. Çalışma arkadaşlarının birbirlerine destek olarak dayanışma odaklı yaptıkları çalışmalarda, çalışanların iş tatmin düzeyleri olumlu yönde etkilenmektedir. Literatürde yapılan çalışmalarda çalışma arkadaşlarının birbirleriyle uyumlu bir şekilde çalışmaları sonucunda bireylerin iş tatmin düzeylerinin arttığı görülmektedir (Aycan, 1998: 17-18; Küçük, 2014: 20).

Yönetim Tarzı: İşletmelerde yönetim, çalışan bireylerin iş tatmin düzeylerini etkileyen önemli bir unsurdur. Yönetimin çalışan bireylerin fikirlerini ve önerilerini benimseyerek, alınacak olan kararlara çalışan bireylerin de fikirlerinin dâhil edilmesi,

çalışan bireylerin yapmış oldukları işlerde söz sahibi olmalarını ve sorumluluk almalarını sağlamaları, çalışan bireylerin iyi hissetmelerine ve işlerinden tatmin olmalarına olanak tanımaktadır (Bingöl, 1997: 24-26).

Çalışma Ortamının Özellikleri ve Koşulları: Çalışanların iş tatminleri ile ilgili değişken faktörlerden biri de çalışma ortamının özellikleri ve koşullarıdır. Bu kıstas çalışan bireylerin fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarına yönelik bir takım unsurları içinde barındırır. Bu unsurlar çalışılan ortamın sıcaklığı, rutubet düzeyi, havalandırma olanakları, ışıklandırma, gürültü, iş yerinin temizliği ve iş yerinde yeterli araç gereçlerin bulunması gibi unsurlardır (Arnold ve Feldman,1986: 90). İş tatmininin bu özelliklerden etkilenmesinin iki nedeni vardır. Birinci neden çalışanların iyi çalışma ortamına ve şartlarına sahip olması, çalışan için fiziksel anlamda büyük bir rahatlık sağlayacak olmasıdır. Rahat çalışma koşullarına ve ortamına sahip çalışanların iş tatmin düzeyleri bu nedenlere bağlı olarak artmaktadır. İkinci neden ise çalışma şartlarının ve ortamının, çalışanların iş dışındaki yaşamlarını etkilemesidir (Öztekin, 2008). Uzun çalışma saatleri ve mesai çalışanların ailelerine, arkadaşlarına ve dinlenmeye daha az vakit ayırmalarına neden olmaktadır. Bu durumun sonucunda da iş tatminsizliği durumu ortaya çıkabilir. Bu duruma örnek olarak Karakuş (2011), hemşirelerin iş tatmin düzeyini araştırmaya yönelik yaptığı çalışmasında, araştırmaya katılan 329 hemşirenin, %42,49'u mesleklerinde iş tatmini yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Bunun temel nedenleri arasında hemşirelik mesleğinde var olan nöbet sistemi, yoğun çalışma temposu gibi mesleğin çalışma koşullarının zorlu olmasıdır. Yaşanan bu olumsuz durumlara bağlı olarak hemşirelerin %68,4'ü başka bir iş yapmak istediğini, %49,9'u mesleğinden ayrılmayı düşündüğünü, %42'si işinde mutlu olmadığını, %63,5'i yaptığı işi başkasına tavsiye etmeyeceğini belirtmiştir. Gellis, Kim ve Hwang (2004), yaptıkları çalışmada iş tatmininin; çalışma şartlarının kötü olması ve çalışanın zaman baskısı altında hissetmesi, çalışan bireyin iş yükünün ağır olması iş tatmin düzeyini olumsuz yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Korunka, Scharitzer, Carayon ve Sainfort (2003), hizmet sektöründe çalışanlara yönelik yaptıkları araştırmada ise iş tatminindeki artışın, çalışma koşullarıyla doğru orantılı olduğunu ifade etmişlerdir.

2.4.4. İş Tatmini Sağlamaya Yönelik Uygulamalar

Çalışanların iş tatminlerinin yüksek olması organizasyonlar açısından hayati bir öneme sahiptir. Çünkü çalışan bireylerin iş tatmin oranıyla doğru orantılı olan davranışları, organizasyonu maddi açıdan doğrudan etkilemektedir. Yöneticiler çalışanlarını her zaman organizasyonun amaçlarına uygun şekilde yönlendirmek istemektedir. Bu yönlendirme sağlanırken de çalışanların iş tatmin düzeylerini arttıracak bir takım uygulamalara başvurmaktadır. Organizasyonlarda bireylerin iş tatmini sağlamalarına yönelik yapılan bu uygulamalar; rotasyon, işin zenginleştirilmesi, azaltılmış iş günü sayısı, esnek zaman uygulaması, iş paylaşımı ve eğitimidir.

Rotasyon

Rotasyon bir çalışanın yılın belirli dönemlerinde kendi işlerine benzer niteliklere sahip başka işlerde çalıştırma durumudur. Rotasyon yapılarak çalışan bireylerin kendi işlerine duydukları ilgiyi ve motivasyonu canlı tutmak hedeflenmektedir. İş çalışan için sıkıcı olmaya başlamasıyla birlikte, çalışan benzer becerileri gerektiren başka işlere gönderilirler (Aşan, 2001: 242). Rotasyon aracılığıyla çalışanların iş alanları yatay doğrultuda değiştirilirken de aynı zamanda çalışan bireyler için artık kalıplaşmış monoton iş düzeni de değiştirilmiş olmaktadır. Ayrıca rotasyon aracılığıyla farklı birimlerde, farklı işler yapan çalışanların yeni beceriler kazanması sağlanmaktadır. Çalışan birçok farklı işi öğrenme olanağına sahip olur ve farklı birimlerde çalıştığı için işletmede üretilen üründe kendinin de bir payı olduğunu düşünerek organizasyona bağlı aidiyet duygusu artmaktadır. Ayrıca rotasyon aracılığıyla çalışanın, diğer farklı alanlardaki çalışanlarla tanışma fırsatı bularak sosyal çevresi genişlemiş olur (Eren, 2000: 194).

İşin Zenginleştirilmesi

Bir çalışanın yapması gereken işin içeriği zenginleştirilerek, çalışanın daha çok iş tatmini sağlanabilmektedir. İşin zenginleştirilmesi aşamasında, çalışanın da bu sürece dâhil edilerek görev ve sorumluluklarının bilincinde olması hedeflenmektedir (Telman ve Ünsal, 2004). Çalışanların sadece ücret veya işyerindeki sosyal ortamdan etkilenmedikleri, işin içeriğinden de etkilendikleri yapılan araştırmalar sonucunda anlaşılmıştır. İşin içeriği

çalışanların yeteneklerini sergilemelerine olanak tanıdığı durumlarda, çalışanlar kendilerinden beklenilenden daha çok performans gösterdikleri görülmüştür. Bu bağlamda işin içeriğini çalışanlar için daha çekici hale getirmek için Herzberg iki faktörlü teoriyi geliştirmiştir. Herzberg'in iki faktörlü teorisinin içeriklerinden birisi de işin zenginleştirilmesidir. Çalışanlarının iş motivasyonlarını sağlamak adına, işin içeriğinde farklılıklar yapılarak işin zenginleştirilmesi sağlanmaktadır. Çalışanların kendi işlerine motive olmalarıyla birlikte iş tatmin düzeyleri de artmaktadır (Lundberg, Gudmundson ve Andersson, 2009; Dobre, Davidescu ve Issa Eid, 2017).

Azaltılmış İş Günü Sayısı

Çalışanların iş tatmin düzeylerini arttırmak için yapılan uygulamalardan birisi de azaltılmış iş günü sayısıdır. Bu uygulamaya göre klasik olan haftada 5 günlük çalışma süresini, haftada 4 veya 3 güne düşürecek yeni düzenleme getirilmesidir. En yaygın uygulanan olanı haftada 4-40 uygulamasıdır. Klasik uygulamada çalışanlar haftanın 5 günü günde 8 saat çalışmaktadırlar. 4-40 uygulamasına göre çalışan birey haftanın 4 günü ve günde 10 saat olacak şekilde çalışmaktadır. Bu sayede çalışan bireyin kendine ve özel hayatına daha fazla zaman ayırması sağlanmış olur. Ayrıca azaltılmış iş günü sayısı ile çalışan bireyin, organizasyona olan bağlılığının ve motivasyonunun artacağı düşünülmektedir (Asan, 2001: 248; Köse ve Bal, 2018).

Esnek Zaman Uygulaması

Klasik uygulamada bir çalışanın mesai saatleri belirlidir ve bu mesai saatleri dışında kendi işini yapması beklenmektedir. Organizasyon tarafından belirlenmiş bu iş saatleri kapsamında, bazı çalışanların işi olmadığı halde işletmede zaman geçirmesi istenmektedir. Ancak esnek zaman uygulamasıyla bazı organizasyonlar belirlemiş oldukları gün içerisindeki zorunlu mesai saatleri dışında, çalışanlarına gün içerisinde zaman serbestisi tanırlar. Bu yol aracılığıyla çalışanların gün içerisinde işletme dışındaki işlerini de yapmalarına olanak tanıyarak, çalışanların devamsızlık yapmalarının önüne geçerler. Ayrıca bu durumda çalışanların işi olmadığı hallerde işletmede bulunma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Buna bağlı olarak çalışan bireyin iş tatmin düzeyi artmaktadır (Can, 1997: 190; Köse ve Bal, 2018).

İş Paylaşımı

Organizasyonlarda çalışan bireylerin iş tatmini sağlamalarının yollarından bir tanesi de iş paylaşımıdır. Bir organizasyonda çalışan bireylerin, yönetimin onayını alarak, bir çalışma gününü, iki ya da daha fazla kişinin arasında uzlaşım sağlayarak bölmesi iş paylaşımı olarak adlandırılmaktadır. Bu paylaşım yapılırken herkesin çalışma saatleri eşit olacak bir şekilde yapılmalıdır. İş paylaşımı genelde yarım günlük çalışma olarak iki kişi arasında yapılmaktadır. Organizasyonları iş paylaşımı düzenlemesi yapmasına neden olan durum tam gün çalışmak istemeyen yetenekli ve nitelikli çalışanları kaybetmeme isteği ve organizasyona dâhil etme istekleridir. Böylece organizasyon hem nitelikli elemanın iş tatmin düzeyini arttırmış olur hem de nitelikli iş gücünü kaybetmemiş olur (Hackman ve Oldham, 1976: 250).

Part Time Çalışma

Bir organizasyonda çalışan ve yönetici arasında yapılan karşılıklı anlaşma sonucunda ortaya çıkan ve standart çalışma saatlerinden daha az çalışma saatine tekabül eden yöntem part-time çalışma adı verilir (Aydıntan ve Kördeve, 2016). Bu tanıma göre haftada 40 saatten daha az çalışmaya olanak tanıyan bir uygulamadır. Part-time çalışma geçici ve kalıcı olmak üzere kendi içerisinde ayrılmaktadır. Geçici part time uygulaması bir işletmenin çalışana ihtiyaç olduğu dönemlerde geçici bir süreliğine yaptığı işçi alımlarını kapsarken, kalıcı part time uygulamasında durum farklıdır. Kalıcı part time uygulaması bir işletmede çalışan bir bireyin günün belirli bir zamanını işletmede geçirmesine olanak tanırken aynı zamanda da bu çalışanın farklı sorumluluklarını da yerine getirebilmesinin önünü açar (Aşan, 2001: 249). Örneğin doktora yapmak isteyen ve bir acentaya bağlı olarak çalışan bir turist rehberinin acentadaki çalışması, kalıcı part time çalışmadır.

Eğitim

Organizasyonlarda bireyler gibi canlı birer varlık gibidirler ve yaşamlarını sürdürebilmek için sürekli olarak öğrenmeye ihtiyaç duyarlar. Günümüzde organizasyonlar

bilgiye ulaşan, bilgiyi kullanarak işleyen, teknolojiye dönüştüren ve yeni bilgi üreten olabilmek için eğitim ve araştırma - geliştirme faaliyetlerine çok önem vermektedir. Organizasyonun hedeflerine ulaşabilmesini sağlamak adına, çalışanlara stratejik olarak eğitimler verilmesi organizasyonların kullandıkları önemli araçlarından birisidir (Atak ve Atik, 2007). Mesleki anlamda ilerlemeyi ve teknolojik gelişmeyi takip edebilmek adına çalışanların teknik ve bilimsel konulardaki bilgileri de sürekli olarak güncellenmelidir. Bu güncellemeler organizasyon tarafından belirli dönemde ve belirli aralıklarla, çalışanların mesleki bilgi birikimini arttıran, becerilerini ve yeteneklerini geliştirecek düzeyde yapılmalıdır. Bu sayede çalışanların mesleki bilgi birikimleri ile becerileri artacaktır. Bununla birlikte çalışanların organizasyona duydukları güven artarak iş tatmini düzeylerinin artmasına neden olmaktadır (Sabuncuoğlu, 2001: 168).

2.4.5. İş Tatmininin Sonuçları

İş tatmini kavramının hem olumlu hem de olumsuz sonuçları vardır. Bireylerin işlerini sevmeleri ve işlerinden memnun olma durumları iş tatmini sağlarken, bireylerin işlerinden veya işin koşullarından dolayı memnuniyetsiz olmaları ise iş tatminsizliği ile sonuçlanmaktadır. Bu bağlamda iş tatmini kavramına yönelik bu olumlu ve olumsuz sonuçlar dört alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar devamsızlık, iş gücü devri, yaşam tatmini ile fiziksel ve zihinsel sağlıktır.

Devamsızlık

İş tatmini kavramının sonuçlarından biri olan devamsızlık, bir çalışanın, çalışma saatleri boyunca veya çalışma saatleri içerisinde işinde olmaması durumu olarak tanımlanmaktadır (Şahal, 2005). Devamsızlık kavramı işgücü devrini etkileyen ve genel çalışma ortamını etkileyen, yüksek maliyetli bir faktördür (Matrunola, 1996: 827).

İşinde veya işyerinde mutlu olamayan çalışanların devamsızlık yaptıkları ve işe geç geldikleri yapılan araştırmalar ile ortaya çıkmıştır. Ancak iş tatmini ve devamsızlık kavramları arasındaki ilişkiyi anlamak üzerine yapılan araştırmaların bazı durumlarda tutarlı sonuçlar elde etmediği görülmüştür (Başaran, 2003). Bunun temel sebebi ise

devamsızlık kavramının kolay ölçülebilir bir kavram olmamasından kaynaklanmaktadır. İşlerin doğası nedeniyle devamsızlık kavramı bir işten, başka bir işe göre farklılık göstermektedir. Örneğin bir fabrikada çalışan işçinin, bir araştırmacı veya gazeteci olan biriyle işyerlerinde çalışma ve bulunma süreleri birbirlerinden farklıdır (Telman ve Ünsal, 2004: 71). Devamsızlık ve iş tatmini kavramları arasındaki ilişki incelenirken işin doğal özellikleri belirleyici bir unsur olmaktadır.

Devamsızlık ve iş tatmini kavramları arasındaki ilişkiyi belirleyen bir diğer unsur da mazeretli devamsızlıklar ve mazeretsiz devamsızlıklardır. İş tatminsizliği ve devamsızlık arasındaki ilişki ele alınırken, mazeretsiz bir şekilde yapılan devamsızlıklar dikkate alınmalıdır. Çünkü çalışan bireyler eğer zorunlu haller dışında can sıkıntısı, bıkkınlık, yorgunluk gibi durumlarda devamsızlık yapıyorlarsa, bu durumun nedeninin iş tatminsizliğinden kaynaklandığı düşünülebilir (Telman ve Ünsal, 2004: 73).

İş Gücü Devri

Bir işletmeyi veya organizasyonu olumsuz yönde etkileyen ve iş tatminsizliğinin sonuçlarından biri olan iş gücü devri; bir işletmedeki çalışanların işten ayrılması, çıkış yapması durumudur. Mobley (1977), çalışanın iş tatminsizliğinin, kendi işini bırakması sonucunda muhtemelen daha tatmin edici bir iş bulacağı beklentisiyle işten ayrılma düşüncelerine çevrildiğini savunmuştur. Diğer bir tanıma göre işgücü devri, bir çalışanın ihtiyaçlarını karşılayabildiği bir başka iş için kendi işinden ayrılma niyeti olarak tanımlanmıştır (Abu-Bader, 2000).

Bir işletmede gerçekleşen çıkışlar, çalışanın kendi isteğiyle ayrılma isteği, emeklilik, ölüm, işveren tarafından çalışanın işine son verilmesi şeklinde gerçekleşebilmektedir. Ancak iş gücü devri ve iş tatmini arasındaki ilişki araştırılırken çalışanların işlerinden kendi istekleriyle işlerinden ayrılma durumları dikkate alınmaktadır.

Çalışanların bir işten ayrılma niyetleri; işletmeye bağlı nedenlerden, işletmeden bağımsız nedenlerden veya kişisel yaşamdan kaynaklanan nedenlerden olabilmektedir. Bir çalışanın işten ayrılma niyetini belirleyen ve işletmeye bağlı olarak gelişen nedenler arasında iş yerinin yeri ve ulaşım olanakları, yapılan işin çalışma koşulları ve özellikleri,

işletmenin personel yönetimi ve iş yerindeki ilişkiler gibi faktörler söz konusudur. İşletmeden bağımsız olarak gelişen, ekonominin genel durumu ile işgücü piyasası ve iş gücüne yönelik kanunlar gibi değişkenler, çalışanların işten ayrılma niyetlerinin belirleyici unsurları olmaktadır. Çalışanların kendi kişisel yaşamlarından kaynaklanan nedenler arasında ise kişinin demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, medeni durum... vb.), kişinin işini sevmesi ve işine karşı duyduğu isteklilik, kişinin beklentileri ve kişinin psikolojik-fizyolojik unsurları gibi değişkenlerin de etkileri görülmektedir (Kaynak, 1996: 36).

Yaşam Tatmini

İş tatmininin sonuçlarından bir tanesi de, çalışan bireylerin yaşam tatminidir. İş tatmini ve yaşam tatmini arasında doğru orantılı bir ilişki söz konusudur. Bir çalışanın iş tatmin düzeyi ne kadar yüksekse yaşam tatmin düzeyi de orantılı bir şekilde yüksektir (Şahin, 2019). Ayrıca iş tatminini olumlu veya olumsuz yönde etkileyen faktörlerde (işin koşulları, yapılan işin ücret karşılığı vb. gibi) dolaylı yollardan yaşam tatminini etkilemektedir.

Fiziksel ve Zihinsel Sağlık

İş tatmini veya iş tatminsizliğinin sonuçlarından biri de fiziksel ve zihinsel sağlıktır. Yapılan araştırmalar sonucunda bir çalışanın kendi işinden tatmin olması fiziksel ve zihinsel sağlığını olumlu yönde etkilemekte ve uzun ömrün anahtarı olarak görülmektedir (Palmore, 1969). Hemşireler üzerine yapılan bir çalışmada çalışan bireylerin işin özelliklerine bağlı olarak sağladıkları iş tatmin düzeylerinin, çalışanların fiziksel ve zihinsel sağlıklarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Charkhabi, Alimohammadi ve Charkhabi, 2014).

Buna karşın iş tatminsizliğinin çalışanlar üzerinde bazı sağlık sorunları yarattığı yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçlarla desteklenmektedir. İş tatminsizliğinin artmasıyla birlikte zihinsel ve fiziksel birtakım sağlık problemlerinin de arttığı gözlemlenmiştir. Çalışan bireylerde ortaya çıkan zihinsel ve bedensel yorgunluk hissi, isteksizlik, baş ağrısı, tansiyon, nefes alma sorunları, terleme, mide rahatsızlıkları (ülser, bulantı hissi vb. gibi) ve kalp rahatsızlıkları gibi hastalıklarında iş tatminsizliğinden kaynaklanabileceği görülmektedir (Argyle, 1989; Erdoğan,1997: 379-380).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİST REHBERLERİNDE HİKÂYE ANLATIMI, DUYGUSAL EMEK VE İŞ TATMİNİ: GELİBOLU YARIMADASI ÖRNEĞİ

Tezin bu bölümünde araştırmanın evreni ve örnekleme, veri toplama yöntemi ve süreci ve verilerin analizi ele alınmıştır.

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Çanakkale bölgesel turist rehberleri odasına verilerin toplandığı tarih itibari ile 243 üye kayıtlıdır. Bu üyelerin 203'ü eylemli turist rehberi iken 40 eylemsiz turist rehberidir. Bu araştırma Çanakkale Gelibolu Tarihi yarımadasında aktif rehberlik hizmeti veren Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odasına (ÇARO) kayıtlı olan eylemli olan 203 turist rehberi üzerine yapılmıştır. Araştırmada yargısal örnekleme yöntemi ile 30 turist rehberi belirlenmiş ve bu turist rehberleri ile görüşmeler yapılmıştır.

3.2. Veri Toplama Yöntemi ve Süreci

Yargısal örnekleme yöntemi ile belirlenmiş 30 turist rehberinin sözlü rızaları alınmış olup araştırmaya dâhil olmayı kabul etmişlerdir. Katılımcıların kendilerini rahatça ifade edebilmeleri için, belirlenen randevu tarihinde ve saatinde telefon görüşmeleri ile veriler toplanmıştır. Veri toplama işlemi Şubat 2022 ile Mart 2022 tarihleri arasında 2 aylık süre zarfında gerçekleşmiştir. Yapılan telefon görüşmeleri arka planda kayıt cihazı ile kaydedilmiş olup, bu kayda dair turist rehberlerinin rızaları alınmıştır. Her bir telefon görüşmesi ortalama 30 dk-60 dk arasında sürmüştür. Bu görüşmelerde turist rehberlerine EK 3'te yer alan yapılandırılmış soru formuyla toplamda 16 adet soru yönlendirilmiştir. Bu soru formu 2 akedemisyen ve 1 turist rehberi yardımlarıyla birlikte hazırlanmıştır. Yapılandırılmış soru formunun katılımcıları yönlendirmeyen, rahat, anlaşılabilir tarzda olmasına dikkat edilmiştir (Bogdan ve Biklen, 1992). Bu soruların ilk 10 tanesi turist rehberlerinin duygusal emek düzeylerini anlamaya yöneliktir. Bu sorular hazırlanırken EK 1 de yer alan duygusal emek ölçeğinden yararlanılmış ve bu çalışmaya göre uyarlanmıştır. Diğer 6 soru ise turist rehberlerinin duygusal emek düzeylerinin iş tatminlerini ne düzeyde

etkilediğini anlamaya yöneliktir. Bu sorular hazırlanırken de EK 2 de yer alan iş tatmini ölçeğinden yararlanılarak çalışmaya uyarlanmıştır. Bu soruların dışında katılımcılara birtakım demografik sorular yönlendirilmiştir. Yapılan görüşmelerde, bu formda yer alan sorular turist rehberlerine yönlendirilmiş ve bunları cevaplandırmaları sağlanmıştır. İlk 17 görüşmeden sonra cevaplar kendini tekrar etmeye başlamıştır ancak araştırmanın güvenilirliğinin yüksek olması açısından 30 kişi ile görüşmeler sağlanmıştır. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin kişisel verilerinin ve bilgilerinin gizliliği için kodlamalar yapılmıştır. Bu kodlamada turist rehberleri; Katılımcı 1, Katılımcı 2, ... Katılımcı 30 şeklinde kodlanmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Ses kaydı alınarak yapılan telefon görüşmelerinin çözümlenmesi sonucunda toplamda 120 sayfalık veri elde edilmiştir. Veriler yazıya döküldükten sonra tekrardan ses kayıtları dinlenerek doğruluğu sağlanmıştır. Verilerin analizinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır ve katılımcıların sorulara verdikleri cevapların doğrudan alıntılar yapılarak turist rehberlerinin hikâye anlatımlarına bağlı duygusal emek düzeyinin nasıl olduğu ve bunun turist rehberlerinin iş tatminine olan etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Nitel araştırmalarda geçerliliğin sağlanması, nicel araştırma yöntemlerine göre farklılıklar göstermektedir. Dış geçerliliğin sağlanabilmesi adına verilerin toplama süreci ve veri analiz süreçleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Bununla birlikte iç geçerliliğin sağlanabilmesi için de mümkün oldukça doğrudan alıntılara yer verilmiştir ve tarafsızlık sağlanmaya çalışılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 257).

Veriler yazıya döküldükten sonra temalar belirlenmiştir. Bu bağlamda 3 ana tema altında veriler yorumlanarak analiz edilmiştir. Oluşturulan bu temalar “anlatıma bağlı karşılaşılan zorluklar”, “duygusal emek davranışları” ve “iş tatmini” temalarıdır. Bu ana temaların da kendi içerisinde alt temalar ortaya çıkmıştır. Anlatıma bağlı karşılaşılan zorluklar teması altında 5 alt tema ortaya çıkmıştır. Bunlar; yanlış bilgiler ve hurafeler, zaman ve mekân, farklı görüş ve beklentiler, önceki deneyimler ve anlatım bölünmesi, ses tonu ve boğaz problemidir. Duygusal emek davranışları teması altında iki alt tema oluşmuştur. Bunlar; derin davranış ve yüzeysel davranıştır. İş tatmini teması altında da iki

alt tema oluşmuştur. Bunlar; olumlu duygular ve olumsuz duygulardır. Bu temalar ve alt temalar Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6

Veri analizi kapsamında oluşturulan temalar ve alt temalar

Tema 1	Anlatıma Bağlı Karşılaşılan Zorluklar
	Yanlış Bilgiler ve Hurafeler (15)
	Zaman ve Mekân (10)
	Farklı Görüş ve Beklentiler (7)
	Önceki Deneyimler ve Anlatım Bölünmesi (5)
	Ses Tonu ve Boğaz Problemi (5)
Tema 2	Duygusal Emek Davranışları
	Derin Davranış (27)
	Yüzeysel Davranış (3)
Tema 3	İş Tatmini
	Olumlu Duygular (28)
	Olumsuz Duygular (2)

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUMLAR

Tezin bu bölümünde araştırma bulgularının değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu bağlamda ortaya çıkan 3 tema ayrı başlıklar altında ele alınmıştır.

4.1. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Çanakkale Gelibolu Yarımadası'nda aktif rehberlik hizmeti veren turist rehberlerine 16 adet soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar, oluşturulan 3 ana tema altında verilmiştir. Ayrıca bu soruların dışında, turist rehberlerinin birtakım demografik özelliklerinin de öğrenilmesi ve turist rehberlerinin demografik faktörlerindeki farklılıkların iş tatminlerini nasıl etkilediğini anlamak için demografik özelliklere yönelik birtakım sorular sorulmuştur. Bu sorularda turist rehberinin cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim düzeyi ve kaç yıl hizmet verdiği sorulmuştur. Turist rehberlerinin gizliliğinin sağlanması adına yapılan görüşmelerde katılımcı numarasını ifade etmek için turist rehberlerine kısaltılarak K1, K2, K3,...K30 vb. biçiminde kısaltılarak gösterilmektedir. Alıntıların yer aldığı tablolarda ise görüşülen turist rehberinin nitelikleri sırasıyla katılımcı numarasını (K1-K30) verilmiştir. Başka bir ifadeyle, her bir turist rehberi ile yapılan görüşmelerde “Katılımcıyı” yi ifade ettiği için “K” olarak kodlanmış ve yapılan değerlendirmede katılımcıların görüşleri direkt olarak verilmiştir. Ayrıca katılımcılar arasından K1, K7, K8, K12, K16, K18 ve K29 yanlarına “*” simgesi konularak gösterilmiştir. “*” simgesinin konulmasının nedeni de bu katılımcıların vermiş oldukları ifadelerden dolayı anahtar katılımcı olarak seçilmesinden kaynaklanmaktadır.

Turist rehberlerinin demografik özellikleri Tablo 7’de gösterilmiştir. Bu tabloya göre, görüşmeye katılan turist rehberlerinin büyük çoğunluğu yüksek eğitim düzeyine sahip iken, sadece bir kişi ortaöğretim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Görüşme yapılan turist rehberlerinin tümü herhangi bir kurum ve kuruluşa bağlı olmadan, serbest bir şekilde mesleklerini icra etmektedirler. Hizmet verdikleri yıllar açısından görüşme yapılan turist rehberlerini değerlendirildiğinde, turist rehberlerinin 2 yıl ile 35 yıl arasında rehberlik hizmeti verdikleri görülmektedir. Görüşme yapılan turist rehberlerinin üçü 2 yıldır, altısı 3

yıldır, üçü 4 yıldır, üçü 5 yıldır, biri 6 yıldır, biri 7 yıldır, ikisi 12 yıldır, biri 13 yıldır, üçü 15 yıldır, biri 16 yıldır, biri 17 yıldır, biri 18 yıldır, biri 20 yıldır, ikisi 22 yıldır ve biri 35 yıldır Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda turist rehberliği hizmeti vermişlerdir. Genelde hizmet verilen ziyaretçi grupları yerli olsa da, bazı turist rehberlerinin Avusturalyalı, Yeni Zelandalı, Amerikan, İngiliz, Alman ve Kanadalı ziyaretçi gruplarına da hizmet verdikleri görülmektedir. Görüşme yapılan turist rehberlerinin 19 tanesinin tek geçim kaynağı turist rehberlik mesleği iken, iki kişinin ikincil gelir kaynağını oluşturmaktadır. Diğer dokuz turist rehberi ise yakın zamanda yaşanan pandeminin getirmiş olduğu ekonomik zorluklardan dolayı bu işi ikincil iş olarak yapmaya başlamışlardır.

Tablo 7

Görüşmeye katılan turist rehberlerinin demografik özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Düzeyi	Hizmet Verdiği Yıl
Katılımcı 1*	Kadın	27	Bekâr	Lisans	3 Yıl
Katılımcı 2	Erkek	28	Bekâr	Lisans	3 Yıl
Katılımcı 3	Erkek	26	Bekâr	Lisans	3 Yıl
Katılımcı 4	Erkek	50	Bekâr	Lisans	7 Yıl
Katılımcı 5	Erkek	28	Bekâr	Y. Lisans	5 Yıl
Katılımcı 6	Kadın	42	Bekâr	Lisans	22 Yıl
Katılımcı 7*	Kadın	26	Bekâr	Lisans	3 Yıl
Katılımcı 8*	Kadın	57	Evli	Y. Lisans	12 Yıl
Katılımcı 9	Erkek	52	Bekâr	Ortaöğretim	22 Yıl
Katılımcı 10	Kadın	33	Evli	Lisans	3 Yıl
Katılımcı 11	Erkek	60	Evli	Ön Lisans	5 Yıl
Katılımcı 12*	Kadın	50	Evli	Lisans	6 Yıl
Katılımcı 13	Erkek	53	Evli	Y. Lisans	20 Yıl
Katılımcı 14	Erkek	28	Bekâr	Y. Lisans	2 Yıl
Katılımcı 15	Kadın	27	Bekâr	Lisans	2 Yıl
Katılımcı 16*	Erkek	39	Evli	Doktora	13 Yıl
Katılımcı 17	Kadın	56	Evli	Lisans	15 Yıl
Katılımcı 18*	Kadın	36	Bekâr	Lisans	15 Yıl
Katılımcı 19	Erkek	45	Evli	Doktora	18 Yıl
Katılımcı 20	Erkek	40	Evli	Lisans	17 Yıl
Katılımcı 21	Erkek	28	Bekâr	Lisans	4 Yıl

Tablonun devamı

Katılımcı 22	Erkek	30	Evli	Lisans	3 Yıl
Katılımcı 23	Erkek	29	Bekâr	Lisans	4 Yıl
Katılımcı 24	Erkek	32	Bekâr	Lisans	5 Yıl
Katılımcı 25	Erkek	41	Evli	Lisans	12 Yıl
Katılımcı 26	Erkek	64	Bekâr	Y. Lisans	35 Yıl
Katılımcı 27	Erkek	39	Evli	Lisans	16 Yıl
Katılımcı 28	Kadın	26	Bekâr	Y. Lisans	2 Yıl
Katılımcı 29*	Erkek	37	Evli	Y. Lisans	15 Yıl
Katılımcı 30	Erkek	27	Bekâr	Lisans	4 yıl

**Anahtar Katılımcı*

4.1.1. Tema 1: Anlatıma Bağlı Karşılaşılan Zorluklar

Turist rehberlerinin anlatım özelinde karşılaştıkları problemlerin neler olduğunu ortaya koymak adına, turist rehberlerine 5 adet soru sorulmuştur. Bu sorulara turist rehberlerinin verdikleri cevaplarda “Anlatıma Bağlı Karşılaşılan Zorluklar” teması oluşturulmuştur ve bu tema altında 5 temel neden ortaya çıkmıştır. Bu temel nedenlerde ana temanın alt temalarını oluşturmaktadır. Bu bölümde Gelibolu Tarihi yarımadasına gelen ziyaretçilerin farklı görüşlere ve beklentilere sahip olmalarından kaynaklı, turist rehberlerinin anlatım yaptıkları sırada yaşadıkları zorluklar ele alınmıştır. Ayrıca, ziyaretçilerin önceki deneyimlerine bağlı olarak turist rehberlerine anlatım esnasında yaşattıkları zorluklar, bölgenin yoğun olan sezonlarında turist rehberlerinin anlatım özelinde zamanlama ve yer bulma konusunda sıkıntılar yaşamaları, anlatım yaparken ses tonlaması ve bir takım boğaz problemleri yaşamaları ve turist rehberlerinin anlatım yaptıkları sırada, ziyaretçiler tarafından anlatımlarının bölündüğü durumlarda yaşadıkları sıkıntılar ve duygu durumları ele alınmıştır.

Turist rehberleri ile yapılan görüşmelerde katılımcılara yönlendirilen “Gelibolu Yarımadasında anlatım yaparken karşılaştığınız zorluklar var mı? Açıklayınız.” sorusuna, turist rehberlerinin 27’si anlatım özelinde karşılaştıkları zorluklar olduğunu, 2’si feribot saatleri ile ilgili problem yaşadıklarını ifade etmişlerdir. 1 turist rehberi ise alanda anlatım yaparken karşılaştığı herhangi bir zorluk olmadığını ifade etmiştir.

Anlatım özelinde zorluk yaşıyan turist rehberlerinden 15' i yanlış bilgiler ve hurafe anlatımlardan kaynaklı problemler yaşadıklarını, 10'u bölgenin yoğun olduğu dönemlerde, taşıma kapasitesinin zorlanmasıyla birlikte gelen zaman ve mekân probleminden söz etmiştir. Turist rehberlerinden 7'si farklı ideolojiye ve beklentiye sahip ziyaretçilerin, kendilerine problem yarattığını ve anlatımı böldüklerini ifade ederken, 5 turist rehberi ise alanın büyük olmasına bağlı olarak, anlatılacak şeylerin çok olması ve gün boyu turist rehberinin anlatım yapmasının çeşitli ses problemlerine ve boğaz ağrısına neden olduğunu ifade etmişlerdir. 5 turist rehberi ise önceden alanı ziyaret eden turistlerin sahip oldukları önceki deneyimler yüzünden, yaptığı anlatıma müdahale edilmesinden söz etmiştir.

Anlatım özelinde en çok turist rehberleri tarafından dillendirilen zorluk, ziyaretçilerin doğru bildikleri fakat yanlış olan bir takım bilgiler ve hurafe anlatımlardır. Gelibolu tarihi yarımadası ile ilgili yıllar önce ortaya atılmış fakat gerçeklikle bağdaşmayan birtakım rivayet ve hikâyeler, turist rehberlerinin anlatım yaparken karşılaştıkları problemlerin başında gelmektedir. Bu bağlamda turist rehberlerinin büyük çoğunluğu kendi bildikleri doğru anlatımdan, kaynaklara dayanan anlatımları yaptıkları sırada, ziyaretçilerden birtakım hurafe veya rivayet içeren, gerçeklerle bağdaşmayan bir takım anlatımlar istendiğinde moral ve motivasyon kaybettiklerini ifade etmişlerdir. Yaklaşık 20-30 yıl önce insanların dikkatlerini bölgeye yoğunlaştırmak adına ortaya atılan bu efsaneler, rivayetler veya hurafeler, turist rehberlerinin günümüzde anlatım yaparken zorlayan unsurlar haline gelmişlerdir. Bununla ilgili olarak katılımcılar şu ifadeleri kullanmışlardır.

***K13:** "Muhakkak var. Daha önce anlatılan ve bunların video haline getirilip yayınlanmasından dolayı bazı doğru bilinen yanlışlar var. Efendim bizde ziyaretçileri gezdirirken **bu doğru bilinen yanlışlıklar hususunda zorluklar yaşıyoruz.** Tabii insanları ikna edebilmek için kaynak gösteriyoruz. Çok fazla beklenmedik tepki ile karşılaşıyoruz. Bir de bu beklenmedik tepkilerin verilmesi biraz da ziyaretçi profiline bağlı. Bazı şeylere salt inanmış olan kimseleri ikna etmek zor oluyor. Mesela 57. Alay'ın tamamen şehit olduğunu düşünen ve böyle inanan insanlara "Açın! Harp ceridelerindeki 57 Alay ile ilgili kısmı okuyun!" diyorum. Tabii yine ikna olmakta güçlük yaşıyorlar.*

Çünkü doğru bildikleri yanlışları, onlara birisinin göstermesi ve onların bunu kabullenmesi biraz zaman alıyor. **Duygusal anlamda bu durum beni yıpratıyor.** Sonuçta bunun büyük bir vebali olduğunu düşünüyorum. İnsanlara da bilgileri aktarırken, bu vebali göz önünde bulundurarak, doğru bilgiler aktarmaya çalışıyorum.”

K18*: “Tabii ki var. **Hurafeler olsun, farklı anlatım tarzları olsun... Bölge özelinde çok büyük bir bilgi kirliliği var.** Dolayısıyla da insanlara doğru aktarımı yapabilmek adına, herkesin sahip olduğu kültür seviyesine göre bir aktarım gerçekleştiriyorsunuz. **Tabi bu, deneyim sahibi oldukça zorluk yaratan bir durum olmaktan çıkıyor. Ama mesleğin ilk başlarında zorluk yaratabiliyor.”**

K20: “Tabii ki var. Özellikle Gelibolu Yarımadası ile ilgili yerli turist açısından çok fazla bilgi kirliliğine neden olan, hurafeler diyelim, gerçek dışı olaylar anlatılmakta ya da olayların bir kısmı olağanüstü bir hale getirmeye çalışılıyor. Yani insanların kulaktan duydukları bu kesin olmayan bilgiler ile ilgili sorular sorduklarında, bu doğru bildikleri yanlış şeyleri, onlara ifade etmeye çalışırken zorluklar yaşayabiliyoruz. Ben insanların doğru bilgiye ulaşması açısından bir uğraş ve çaba sarf ederim. Tabii duygusal anlamda, sürekli aynı bilgi kirliliği devam ettiği için, tekrar tekrar bunu anlatmak insanlara, zaman zaman bir bıkkınlık duygusu yaratıyor doğru söylemek gerekirse!”

K22: “Tabii ki karşılaşıyoruz. Özellikle halk dilinde efsaneleşmiş olan bir takım hikâyeler, gerçeklikle hiçbir bağı olmayan ve kulaktan kulağa yayılan bilgileri düzeltmeye çalışırken zorluk yaşıyoruz. Her turda muhakkak birileri bu bahsi açar ve efsaneleşmiş birtakım olayları sorar. Ben de olayların gerçek yüzünü, gerçekte nasıl olduğunu, onlara büyük bir zevkle anlatırım. Mantıklı bir şekilde açıklayarak bilgilendirmeyi sağlıyorum. Tabii bu bilgilendirme sırasında ülkemizin ne kadar çok eğitime ihtiyacı olduğunun farkına varıyorum. **Doğrusu üzüliyorum.** Ne kadar daha çok okumamız gerektiğini anlıyorum. **Bu durum beni tabii üzüyor.”**

K25: “Önyargı ve yanlış bilgilerle ile gelen ziyaretçiler var. Gelibolu Yarımadası ile ilgili maalesef internet ortamında çok yanlış bilgiler bulunmakta ya da sosyal medya hesaplarında yanlış bilgiler dolanmakta. Bu bilgileri birer satır, birer cümle ile gözden geçiren ziyaretçiler, bizim anlattığımız muharebe gerçekleri karşısında, internet ortamında görmüş oldukları bilgilerin doğru olduğunu iddia etmekte. Ayrıca bizim anlattıklarımızı ise yanlış olduğunu iddia eden bilinçsiz insanlar olduğunu zaman zaman turlarımızda da tespit ediyoruz. Bu durumda bizi üzüyor açıkçası. Ben bir örnek vereyim bu yanlış bilgilere. 18 Mart 1915'te deniz muharebelerinde zafer kazandığımız bir tarihtir. Ama 18 Mart deyince hemen hemen sosyal medya hesaplarının çoğunda (bunu yapan da toplum tarafından güvenilir bilinen ve takipçi sayısı fazla olan hesaplar diyelim) 57 Alay'ın bütün neferlerinin 18 Mart 1915'te tarihinde şehit olduğunu iddia ediyorlar. Hâlbuki kara muharebeleri 25 Nisan 1915'te tarihinde başlıyor. Tabi ziyaretçi sosyal medyada bu yanlış bilgiyi okuduktan sonra, siz grubunuza 57 Alay'ın hepsi şehit olmamıştır dediğinizde bir şaşkınlık yaşıyorlar. Bize bu yüzden küsen, kırılan ziyaretçiler olabiliyor maalesef. Bu durum duygusal anlamda beni anlık olarak etkiliyor.”

Bu ifadelerden yola çıkarak turist rehberlerinin doğru bilinen yanlışları düzeltirken karşılaştıkları tepkilerden duygusal anlamda etkilendiklerini dile getirmiştir. Kimi turist rehberleri “Duygusal anlamda bu durum beni yıpratıyor”, “...kişilere gerçekleri anlatmak bazen zor olabiliyor.”, “... zaman zaman bir bıkkınlık duygusu yaratıyor doğru söylemek gerekirse!”, “Doğrusu üzülüyorum.”, “Bu durum duygusal anlamda beni anlık olarak etkiliyor.” şeklinde ifadelerle bu durumun kendilerini nasıl etkilediğini ifade etmişlerdir. Bunun dışında bir turist rehberi de “Tabi bu, deneyim sahibi oldukça zorluk yaratan bir durum olmaktan çıkıyor. Ama mesleğin ilk başlarında zorluk yaratabiliyor.” ifadesiyle yanlış bilgidен ve hurafelerden dolayı yaşadığı zorluğu, deneyim kazandıkça azaldığını, mesleğin ilk yıllarında turist rehberlerine zorluk yaratabileceğini ifade etmiştir.

Bölgenin yoğun olduğu dönemlerde, taşıma kapasitesinin zorlanmasıyla birlikte bölgede anlatım yapan turist rehberleri, bu yoğunluktan dolayı oluşan kalabalıkta anlatım

yaparken güçlükler yaşadıklarını, anlatım yapılacak ana noktalarda, kalabalıktan dolayı anlatım yapabilecekleri müsait bir alan bulamadıklarını ifade etmişlerdir. Yoğunluktan dolayı ortaya çıkan zaman ve mekân probleminden yakınan turist rehberleri, şu ifadeleri kullanmışlardır:

K5: “Yoğun sezonlarda bazen sesimizi gruba duyurmamız zorlaşabiliyor. Bunun dışında günübirlik programlar yoğun olduğu için bazen zamana yetişmek adına anlatımları hızlandırabiliyor veya kısaltabiliyoruz. Zaman veya alan yoğunluğu açısından sıkıntı yaşadığımda, biraz yorgun hissediyorum.”

K15: “Bölge özellikler Mart-Nisan aylarında diğer aylara nazaran daha yoğun oluyor. Bu ayların da özellikle hafta sonuna gelen günlerinde turların yoğunlaşması yarımadayı çok yoğun bir bölge yapıyor. Durum böyle olunca zaman zaman anlatım yapacak bir boşluk bile bulmak zorlaşıyor.”

K19: “Gelibolu Yarımadası'nda özellikle hafta sonları ziyaret yoğunlaşması ve bölgenin taşıma kapasitesinin aşılmasından dolayı bir takım zorluk yaşıyoruz. Bu zorluklar sırasıyla araç park yeri bulma, anlatım yapacak uygun bir yer bulma, anlatım esnasında sessiz bir yer bulabilmek gibi sorunlarla karşılaşılıyor. Özellikle Şehitler Abidesi, 57 Alay Şehitliği ve Conkbayırı gibi noktalarda anlatım yaparken, önümüzde başka gruplar oluyor. Bu başka ziyaretçi gruplarının başındaki rehberlerin anlatım yapmasını bekliyorsunuz. Bu zorluklar duygusal anlamda bana pek bir şey hissettirmiyor. Çünkü üstesinden gelmeniz gereken sorunlar olduğunu biliyorsunuz. Bu yüzden duygusal anlamda beni hiç etkilemiyor.”

K26: “En büyük zorluk tabii ki kalabalık. Aynı anda 20-25 tane otobüsüün, aynı dakikada, aynı saatte benzer güzergâhı kullanarak, benzer ziyaret noktalarında bulunması çok büyük zorluk çıkartıyor anlatım bakımından. Birde sizin hemen 4-5 metre yanınızda başka bir rehber arkadaşın, bağırarak grubuna olayları anlatması yine bize zorluk çıkartıyor.”

Bu ifadeler doğrultusunda turist rehberleri, Gelibolu Tarihi Yarımadası'nın büyük olması ve anlatılacak yaşanmış olayların çok fazla olmasından dolayı zaman konusunda bir takım problemler yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu problemler özellikle Gelibolu Tarihi Yarımadasının en yoğun olduğu sezonda, alanın taşıma kapasitesinin zorlandığı ve aynı anda aynı belirli ziyaret noktalarına giden birçok tur aracının olduğu durumlarda yaşanmaktadır. Turist rehberlerinin bazıları bu yoğun dönemde, bazen alanda anlatım yapabilecek bir yer bulamadıklarını ve mekân konusunda problemler yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda turist rehberleri fiziki bir yorgunluk yaşadıklarını ancak bu durumdan duygusal olarak olumsuz etkilenmediklerini, bu zorluğu kendi işlerinin bir parçası olarak gördüklerini ifade etmişlerdir.

Bu soru bağlamında turist rehberlerinin 7'si farklı ideolojiye ve beklentiye sahip ziyaretçilerin, kendilerine problem yarattığını ve anlatımı böldüklerini ifade etmişlerdir. Alanı ziyarete gelen ziyaretçilerin sahip oldukları siyasi görüşler ve siyasi altyapı, turist rehberinin anlatım yaparken karşılaştığı sorunlardan birini oluşturmaktadır. Bunun Gelibolu Tarihi yarımadasında problem yaratmasının sebebi ise gelen ziyaretçilerin sahip oldukları ideolojiler çerçevesinde turist rehberinden anlatım yapmasını beklemelerinden kaynaklanmaktadır. Bununla ilgili olarak katılımcılar şu ifadeleri kullanmışlardır.

K16*: “Diğer bir zorlandığımız durum ise farklı siyasi görüşlere sahip yerli gruplar oluyor. Mesela bir grup geliyor tamamen dini yönü ağırlıklı olan bir anlatım istiyor. Tamamen dinin vurgulandığı, işte askerlerin tamamen dini altyapı sayesinde savaşı kazandığını anlatmamızı bekleyenler oluyor. Aslında durum böyle değil. Tabii ki dinin etkisi var, ancak askerlerin ve komutanların kabiliyetleri de çok önemli. Bunu söylediğiniz zaman "Ya bu turist rehberi anlatım yapmayı bilmiyor!" şeklinde yorumlarda yapabiliyorlar gelen ziyaretçiler. Bir de tam tersi görüşe sahip gruplar var. O gruplarda dini altyapıyı tamamen çıkartıp anlatımları yapmamızı bizden istiyorlar. Dini altyapıdan kastım da şu: Askerlerin büyük çoğunluğu Müslüman. Tabii içlerinde az da olsa gayrimüslimler de var. Bu askerlerin çoğu Müslümanlıkta var olan cihat ve şehadet inancıyla cepheye gelmişler. Şehit olmak ve şehitlik makamı peygamberlikten sonraki en yüksek makam gibi hislerle burada savaşıyorlar. Bu başarının olmasındaki etkenlerden bir tanesi de askerlerin bu inancı. Ama kimi ziyaretçiler de bu dini altyapıyı

*çıkartarak anlatım yapmamızı bekliyorlar. Tabii bunu da yapamıyorsunuz. Bizzat Mustafa Kemal Atatürk'ün kendisinin Bomba Sırtı vakasını anlatması var. Orada diyor ki kendinden önceki arkadaşının şehit olduğunu görüyor, üç dakika içerisinde de kendisi şehit olacağını biliyor, gözünü kırpmadan kurşuna atlıyor diye... İşte burada da askerlerin hissettikleri o duyguların, cennet ile ödüllendirilmesi, şehit olmak ve böylelikle cennet ile ödüllendirilmek gibi birtakım inançları var. Siz anlatım yaparken askerlerin hissettikleri bu dini duyguları da çıkartamazsınız. Bu mümkün değil. **Bir taraf dini ağır bir anlatım bekliyor! Bir taraf tamamen çıkarmanızı bekliyor!** Böyle gruplar geldiğinde, bu anlatımları yapmak, farklılaştırmak çok da kolay olmuyor. **Tabii ki bu durum da insanı yıpratıyor ve farklı duygular hissetmesine neden oluyor. Zorluyor!***

K18*: *"Farklı kültür seviyesine ve turist profiline farklı anlatımlar yapabilmek bu zor oluyor. Tabii anlatım yaparken karşı tarafı incitmeyecek, aynı zamanda ziyaretçinin büyük tepkisini çekmeyecek şekilde bir bilgi aktarımı yapabilmek biraz fazla çaba gerektiriyor. Bu bağlamda anlatımın bazı yerleri sadeleştirilebiliyor ve bu durum çok fazla çaba gerektirdiği için de zaman içerisinde yıpratıcı bir unsur haline dönüşebiliyor. Anlatımımı uyarlama sırasında genelde kendi kendime şunu söylüyorum: **"Keşke herkesin olaylara bakış açısı, algılayış açısı aynı olsa da kolay bir şekilde bilgi aktarımını gerçekleştirsem!"** diye..."*

Turist rehberlerinin vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda farklı ideolojilere beklentilere ve kültür seviyesine sahip inşalara anlatım yaparken güçlükler yaşadıklarını, bazı zamanlarda gelen ziyaretçilerin, kendi bildikleri bilginin aksini turist rehberi ifade ettiğinde, **"Ya bu turist rehberi anlatım yapmayı bilmiyor!"** şeklinde yorumlarda dahi bulduklarını ve zorluklar yaşattıklarını ifade etmişlerdir. Özellikle katılımcılar, bu farklı beklentilere, görüşlere, kültür seviyelerine sahip insanlara anlatım yaparken, bu ziyaretçilerin büyük tepkiler vermesini engelleyecek şekilde bilgi aktarımını gerçekleştirdiklerini ve bu durumun çok fazla çaba gerektirdiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca turist rehberleri böyle durumlarla karşılaşmanın yıpratıcı ve zorlayıcı olduğunu ifade etmişlerdir.

Anlatıma bağlı olarak Gelibolu Tarihi Yarımadasında turist rehberlerini zorlayan bir diğer husus ise, turist rehberlerinin anlatım yaptığı sırada duyguları ziyaretçilere aktarabilmek için yapmış oldukları ses tonlaması ile ilgili yaşadıkları güçlükten bahsetmişlerdir. Ayrıca alanın geniş olmasına bağlı olarak gün boyunca aralıksız anlatım yapmaları ve alan yoğun olduğu zamanlarda da seslerini ziyaretçilere duyurabilmek adına, yüksek sesle anlatım yaptıklarında boğaz problemleri yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda turist rehberlerinin vermiş oldukları ifadeler aşağıda verilmiştir.

K8*: “Evet, yaşadığım bir zorluk var. Biz Çanakkale’de turist rehberleri olarak aralıksız bir anlatım gerçekleştiriyoruz. Bu anlatımı gerçekleştirirken tarihi gerçekliği, halkın inandıklarını, sizin kendi birikimlerinizi aktarıyorsunuz. Tabi bu durumda da akşama kadar, anlatım özelinde inanılmaz bir yorgunluk yaratıyor. Anlatım yapmaktan boğazınız kuruyor, ağrıyor ve konuşmakta güçlük çekiyorsunuz. Aralık vermeden konuşmak ciddi anlamda yorucu oluyor.”

K12*: “Anlatım yaparken karşılaştığım zorluklar var. Anlatım yaparken özellikle rüzgârlı günlerde sesimizi duyurabilmek için yüksek bir şekilde kullanmamız gerekebiliyor. Bu durum boğazımızın ağrmasına ve hatta ertesi gün zaman zaman sesimin kısılmasına neden oluyor. Bunun dışında gelen ziyaretçilere coşkuyu ve heyecanı vurgulayabilmek için biraz daha sesi alçaltıp yükseltme, heyecanla anlatmak problem olabiliyor. Ziyaretçilere o hissiyatı aktarayım derken sesimizi kontrol edemeyebiliyoruz.”

K23: “...alanın çok geniş olması ve anlatılacak konuların çok fazla olması, gün boyunca biz turist rehberinin sürekli olarak konuşmasına ve yorulmasına neden olmakta. Bu durumun sonucunda da boğaz problemleri yaşamaktayız.”

K30: “Alanın çok büyük olması ve yoğun bir anlatım içermesi, gün boyunca dinlenmeden konuşma açısından biz turist rehberlerinin zorlayabiliyor. Alanda anlatım yapmamız gereken ziyaret noktaları oluyor ve yeri geliyor

sesimizi yükselttiğimiz anlar oluyor. Bunun yanı sıra duygulu bir anlatım ve aktarım yapabilmek için ses tonumuzda yükseltme ve alçaltma yapmak durumunda kalıyoruz. Bu da ister istemez zorlayıcı bir unsur olabiliyor.”

Ayrıca bu konuyla bağlantılı olarak K28’in farklı bir soruya vermiş olduğu cevaba göre, ikili diyaloglarda yapılan ses tonlamalarının öneminden bahsetmektedir. Bazı seyahat acentalarının, erkek turist rehberlerinin komutan ve askerler arasında geçen diyaloglarda, hitabetlerde ses tonlamalarını kadınlara göre daha iyi ayarlamalarını, önemli bir unsur olarak görmekteyler. Bu acentalar müşteri memnuniyetini sağlamak adına da Gelibolu Tarihi Yarımadası’nda, kadın turist rehberi yerine özellikle erkek turist rehberlerinden hizmet aldıklarını K28 ifade etmiştir.

K28: “Anlatım yaparken duygusal çaba sarf ediyorum. Çünkü özellikle bazı seyahat acentaları, erkek turist rehberlerinin Çanakkale özelinde yapılan anlatımları daha başarılı yaptığını ifade etmekte. Çünkü ikili diyaloglarda geçen askerlerin arasındaki konuşmaları, Atatürk’ün cephanesi tükenen askerlere hitabını canlandırma konusunda daha başarılı olduğu için bazı seyahat acentalarının özellikle Çanakkale bölgesinde erkek Turist rehberi ile tercih ettiğini duymuşluğum var. Bu nedenle biz kadın turist rehberlerinin de bu duyguyu yaşatabileceğimizi göstermek adına kendimi biraz daha geliştirmeye çalışıyorum. Bu aşamada kendimi biraz daha zorluyorum ve duygusal anlamda bir çaba sarf ediyorum.”

Turist rehberlerinin söylemiş olduğu ifadeler doğrultusunda, seste tonlama yapmanın zorlayıcı bir unsur olduğunu, fiziki anlamda yorgunluğa neden olduğunu, ancak duygusal anlamda turist rehberlerini etkilemediğini ifade etmişlerdir. Bu soru bağlamında son olarak turist rehberlerinin bazıları, Gelibolu Tarihi Yarımadası’nı önceden ziyaret eden turistlerin, sahip oldukları önceki deneyimleri yüzünden de, kendi yaptıkları anlatıma turistlerin müdahale ettiğini ifade etmişlerdir.

Bu tema kapsamında katılımcılara yönlendirilen “Gelibolu Tarihi Yarımadasını ziyaret eden bir gruba, anlatım yaparken sizi rahatsız eden (söz kesilmesi, anlatıma müdahale edilmesi, grubun anlatımı dinlememesi, vb.) durumlarla karşılaştınız mı?

Açıklayınız.” sorusuna 24 turist rehberi problem yaşadıklarını ifade ederken, 6 turist rehberi ise söz kesilmesi, anlatıma müdahale edilmesi vb. gibi bir durumla karşılaşmadıklarını ifade etmişlerdir. Problem yaşayan turist rehberlerinin 9 tanesi okul gruplarında genelde bu gibi problemlerin yaşandığını ifade ederken, geriye kalanlar ise gereksiz yere soru sorulması, önceki deneyimlere bağlı olarak anlatımın bölünmesi, ziyaretçilerin sahip oldukları yanlış bilgiler yüzünden rehberin anlatımını bölmesi ve ziyaretçilerin sahip oldukları farklı görüşlerden - beklentilerden kaynaklı rehberin anlatımını böldüklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca 4 turist rehberi de ziyaretçilerin Güney-Kuzey Cepheleri hakkında bilgi sahibi olmadıkları için anlatıma müdahale ettiklerini ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinin 19 tanesi sözlerinin kesilmesi, anlatıma müdahale edilmesi ve grubun anlatımı dinlemediği anlarda moral ve motivasyonlarının olumsuz olarak etkilendiğini, bu durumun duygusal anlamda kendilerini yıprattığını ifade etmişlerdir. Ayrıca bu turist rehberleri yaşadıkları olumsuz duygu durumunu ziyaretçilere yansıtmamaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Diğer turist rehberleri bu durumun olağan olduğunu, deneyim kazandıkça bu durumdan duygusal anlamda olumsuz etkilenmediklerini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda turist rehberleri şu ifadeleri kullanmışlardır.

K16*: “En çok okul gruplarında karşılaştım. Genellikle okul grupları Gelibolu Tarihi Yarımadasını ziyarete gelirken başlarında öğretmenleri veya tarih öğretmenleri ile birlikte geliyorlar. Öğretmenlerde genelde bu işlere meraklı kişiler oluyorlar. **Siz anlatım yaparken durmadan anlatımına müdahale ediyorlar.**”, “...Siz anlatım yapmaya başladığınızda, ergenliğin getirmiş olduğu veya kendi aralarında yapmış oldukları birtakım şakalarla karşılaştığımızda, bir takımla hoş olmayan görüntüler ortaya çıkıyor. Ayrıca boş bir zaman verdiğimde neredeyse tutup oyun havası açıp şehitlikte oyun oynamaya yeltenenler bile olabiliyor. Bu durumlar da buraya getirilen ziyaretçilerin yeteri kadar motive edilmemiş bir şekilde getirilmelerinden kaynaklanıyor. İşte tam bu esnada sizde burasının bir mezarlık alanı, bir şehitlik alanı olduğunu ifade edip tepkinizi gösterdiğiniz de size karşı gruptan bazıları tepki gösterebiliyorlar. Bu da tabii anlatım yaparken bizleri demoralize ediyor. **En azından beni demoralize ediyor. Duygusal anlamda**

da yüksek bir yorgunluk hissi veriyor. Hatta şöyle diyorum bazen kendi kendime “Bu tarz grupları almayayım!”

K17: “Bu tür söz kesilmesi anlatımın dinlenmemesi gibi olaylar da genelde öğrenci gruplarında olur ki onlar da çocuktur zaten. Tabii biz öğrencilerin ve çocukların daha bilinçli bir şekilde yarımada’yı gezmelerini, aynı zamanda nereye geldiklerini bilmelerini, gidecekleri yer hakkında önceden çocukların öğretmenleri veya büyükleri tarafından bilgilendirilmelerini isteriz. Öğrencilerin Gelibolu Tarihi Yarımadasının bir eğlence yeri olmadığı bilinciyle gelmeleri, bizi daha çok motive eder. Tabii bu durumu küçük çocuklar için söylemiyorum. Hani lise öğrencisi veya kolej öğrencisi geldiğinde, en azından nereyi ziyaret ettiğini bilmesini istiyoruz. **Tabii kolej öğrencilerinin ya da lise öğrencilerinin kendi aralarında birbiriyle gırgır şamata yaparken, güler bir vaziyette şehitlikleri dolaşmaları bizi üzüyor.**”

K20: “Özellikle genç öğrenci grupları ya da dikkatini toplayamayacak yaşta küçük çocuklarda bu zorluklar oluyor. Çünkü belirli bir olgunluğa, belirli bir yaşa gelmiş olan bireylerin Çanakkale’ye geliş amaçları bellidir. Bunun bilincinde olarak geliyorlar ve Çanakkale’de yaşanan o savaşa dair bilgileri alabilmek amacıyla geldikleri için, daha ilgili oluyorlar çocuk gruplarına göre. Bunun zorluğunu yaşıyorum ara sıra. Tabii bu durum duygusal olarak beni etkiler. Sonuçta biz orada bir bilgilendirme yaptığımız için karşımızdaki öğrencilerin olsun ya da yetişkinlerin olsun o bilgiyi almaları amacıyla anlatımı gerçekleştiriyoruz. **Tabii anlatımlar dinlenmediği zamanda da bu bizim biraz hevesimizi kaçırıyor moralimizi düşürüyor.**”

Bu cevaplar doğrultusunda K16, K17 ve K20’nin ifadelerinde öğrencilerin yeteri düzeyde motive edilmeden Gelibolu Tarihi Yarımadası’na gelmeleri, geldikleri yer hakkında bu motivasyon ve ilgi eksikliğine bağlı olarak sergilemiş oldukları tutum ve davranışların uygun olmadığını ifade etmişlerdir. Öğrencilerin sergiledikleri bu uygun olmayan tutum ve davranışları turist rehberleri gördüklerinde de duygusal anlamda olumsuz etkilendiklerini ifade etmişlerdir.

Ziyaretçilerin önceden sahip oldukları deneyimler ve bilgiler, farklı görüşler ve beklentilerden kaynaklı turist rehberlerinin anlatımına müdahale edilmesi ve gereksiz sorular ile anlatımın bölmesini turist rehberleri aşağıdaki ifadelerle belirtmişlerdir.

K6: “Fazlasıyla oldu. Çok farklı olay yaşadım. Birkaç örnek vermek gerekirse; bir ziyaretçin bana “**Biz olayların teknik detayları ile ilgilenmiyoruz, bizi ağlat hocam!**” gibi söylemler ile karşılaştım resmen. Bu bana bu şekilde söylendiği için bunu aktarmaktan hiçbir şekilde çekinmiyorum. **Buna yönelik bazı tepkiler aldım.**”

K7*: “Genelde çok karşılaşmıyorum ama ister istemez az da olsa karşılaşıyoruz. Başıma bir olay gelmişti. Gelibolu Tarihi Yarımadası'ndaki turu tamamladıktan sonra Çanakkale Kent merkezine geçtim. Orada bir anlatım yaptığım sırada, işte herkes “Aynalı çarşıya gitmiyor muyuz?” diye soru sorarak anlatımı böldüler. Tabii kendimi çok kötü hissettim ve acaba anlattığım şey mi sıkıcı diye kendimi sorgulamaya başladım. **Moralim bozulmuştu baya...**”

K16*: “...herhangi bir siyasi görüşü olan kişiler geldiğinde ve Güney sektöründe anlatım yapıyorsak, biliyorsun ki Güney sektöründe Mustafa Kemal Atatürk bulunmuyor, Kuzey sektöründe Mustafa Kemal Atatürk'ü görüyoruz, Güney sektörüne girerken bu siyasi görüşlü gruplar “Mustafa Kemal Atatürk'ü neden anlatmıyorsun!” gibi birtakım söylemlere giriyorlar. Ya da tam tersi durum Kuzey sektörüne gittiğimiz zaman aşırı dini gruplarda, özellikle Atatürk'ü sevmeyen kişiler ise Kuzey sektöründe anlatım yaparken “Yaa durmadan Mustafa Kemal Atatürk'ü anlatıyorsun!” diye tepki gösteriyorlar. İşte bu gibi birçok müdahale gerçekleşiyor. Anlatım yaparken sözün kesiliyor. Ziyaretçiler istediklerini duymadıkları zaman da anlatımı dinlememeye başlıyorlar.”

K18*: “Bu tür durumlarda defalarca karşılaştım. Sözümün kesilmesi, anlatımın bölünmesi, anlatımın dinlenmemesi, **anlatım yaparken alakasız soruların sorulması** gibi... Ben bu esnada önemli bir şey anlatıyordum ve

sorulan soru yüzünden sözüm kesilebiliyor, dikkatim dağılıyor. İşte bu sorular genelde anlatım yaptığım konuyla ilgisiz sorular oluyor.”

K22: “Başka bir problem ise Gelibolu yarımadasını daha öncesinden ziyaret eden misafirlerle yeniden tur yapmak oluyor. Çünkü daha **öncesinden duymuş oldukları ya da öncesinden internet ortamında görmüş oldukları yanlış bilgiler doğrultusunda** ya da alan kılavuzlarından daha çok efsaneler katılmış bir anlatım tarzını duydukları için "İşte daha önce bize böyle denildi!" şeklinde ifadeler kullanarak sürekli sözün kesilmesi, anlatıma müdahale edilmesi gibi durumlarla sıklıkla karşılaşyoruz. Tabii bu durumlar rahatsız edici. Bu gibi durumlarla karşılaştığımda çok bir motivasyon kaybetmiyorum ancak insanlara daha çok doğruya anlatmaya çalışıyorum. **Tabii bu doğruyu anlatma çabası içerisine girmem, beni daha çok yoruyor.**”

K27: “Gelen ziyaretçilerin **anlatım konusunda farklı beklentilere sahip olması beni zorlar. Bu yüzden farklı beklentileri olan ziyaretçileri kabul etmemeye çalışıyorum.** Örneğin dini yönü ağır basan gruplarda çalışmayı tercih etmiyorum. Sebebi ise Conkbayırı'nda Mustafa Kemal'den bahsediyorsunuz. Arıburnu mücadelelerinden Anafartalar'dan bahsediyorsunuz. Tabi bu tarz kişiler “Neden sürekli Mustafa Kemal'i anlatıyorsunuz?”, “Savaşan bir tek o muydu?” gibi böyle bir takım saçma sapan söylemlerde bulunuyorlar. Biz sadece olan şey anlatıyoruz. Bir diğer başıma gelen olay, ziyaretçilerden birisi “Peygamber Efendimizin savaştığı noktada durur musunuz” diye bir talepte bulundu. Ben de “ilk defa böyle bir şey sizden duyuyorum” diye cevap verdiğimde ve “ben bunu bilmiyorum! Siz nereden okudunuz? Bana da öğretir misiniz?” diye bir soru sorduğumda, o kişinin doğrudan tutarsız olduğunu anladım. Duygusal anlamda bu tarz durumlarla karşılaşmak beni geriyor. **Zaten bu yüzden iki defa karakolluk oldum. Birisi Atatürk'e karşı ağza alınmayacak laflar sarf etti ve bunun üzerine bir tartışma, kavga ortamı oldu.**”

Turist rehberlerinin yukarıda vermiş oldukları ifadeleriyle, Gelibolu Tarihi Yarımadası'na gelen ziyaretçilerin, sahip oldukları birtakım siyasi görüşleri yüzünden, anlatımlarının böldüğünü belirtmişlerdir. Özellikle savaş tarihinin, turist rehberi tarafından kronolojik bir sıra ile önce Güney Cephesi, sonra Kuzey Cephesi şeklinde verilmesi, gelen bazı ziyaretçilerin tepki vermesine neden olmuştur. Bu tepkinin nedeni Güney Cephesinde boğaz harbinin yaşanması ve Güney Cephesindeki yaşanan kara muharebelerinde Musatafa Kemal Atatürk'ün olmamasına bağlı olarak, turist rehberinin bu anlatımında Mustafa Kemal Atatürk'ten bahsetmemesi bazı ziyaretçilerin turist rehberine tepki vermesine neden olmuştur. Ayrıca K27'nin verdiği ifadeye tam tersi bir durum söz konusudur. Kuzey Cephesinde yapılan kara savaşlarında Mustafa Kemal Atatürk'ten anlatımında sıklıkla bahsetmesi de, bazı karşıt ziyaretçilerin tepkisine neden olmuştur. Hatta K27, bir ziyaretçinin Mustafa Kemal Atatürke karşı sarfettiği sözlerden dolayı bir tartışma yaşadığını ve bu yüzden karakola giderek ifade verdiğini belirtmiştir. Farklı ideolojilere ve siyasi görüşlere sahip olan ziyaretçilerin, turist rehberine oldukça güçlükler yaşattığı görülmektedir. Bu gibi güçlükler karşısında 19 turist rehberi moral ve motivasyonlarının düştüğünü ve motivasyonları düştüğü zamanda da, gerçekte hissettikleri duyguları ziyaretçilere yansıtmadıklarını, sahte yüz ifadeleri sergilemek durumunda kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda turist rehberleri şu ifadeleri kullanmışlardır.

K1*: *“Tabii ben anlatımı yaparken biri aniden çıkıp bir şey sorduğu zaman, illaki afalladığım için bir tık geriliyorum. Ama bunu karşı tarafa belli etmemeye özen gösteriyorum.”*

K3: *“Kırıcı olmadan, daha sonrasında düşük bir ses tonuyla, sesi yükseltmeden **kendi içimde hissettiğim duyguları yansıtmamaya çalıştığım oluyor.** Ee tabii bu durum sizin sinir kat sayınızı çıkarıyor... Bazen sinirleniyorum. Açıkçası tam sinirlendiğim anda da duygularımı kontrol altına alarak, karşımdaki kişiyi kırıcı olmadan durdurup, anlatımına kaldığım yerden devam ediyorum.”*

K7*: *“O anda turistlere karşı hissettiğim gerçek duygularımı maskeleyerek durumunda kaldım. Güler yüzle "Peki! Tamam! Gideceğiz!" diyerek sahte bir yüz ifadesi ile karşılık verdim. Tabii o anda içimde bir moral bozukluğu vardı,*

sinirlendim. Tabii bu sınırimi onlara yansıtmadım ve gülerek maskeleyemeye çalıştım.”

Bu ifadelerden yola çıkarak turist rehberlerinin çoğunun anlatımı bölündüğü, sözünün kesildiği ve dinlenmediği gibi durumlarda gerçekte hissettikleri duyguları maskeleyerek yüzeysel davranışlar gösterdikleri ortaya çıkmaktadır.

Bu tema kapsamında katılımcılara yönlendirilen “Gelibolu Tarihi Yarımadasında hassas bir konu hakkında anlatım yaparken beklenmedik tepkilerle karşılaştığımız durumlar oldu mu? Açıklayınız.” sorusuna turist rehberlerinin 19 tanesi anlatım yaparken beklemedikleri tepkilerle karşılaştıklarını, 9 tanesi ise herhangi bir beklenmedik tepki ile karşılaşmadıklarını ifade etmişlerdir. İki turist rehberi ise bu soruya çekimser cevaplar vermişlerdir. Bu soru bağlamında turist rehberlerinin genelde karşılaştıkları bu beklenmedik tepkilerin, ziyaretçi grupların dini veya siyasi görüşlerinden ve ziyaretçilerin doğru bildikleri yanlışlardan kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinden 12 tanesi anlatım yaparken, gelen ziyaretçilerin dini-siyasi görüşleri doğrultusunda tepkiler verdiklerini, 11 tanesi ise anlatım yaparken ziyaretçilerin sahip oldukları ve doğru bildikleri yanlışlar doğrultusunda tepki verdiklerini ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinin 11’i karşılaştıkları bu beklenmedik tepkiler karşısında morallerinin ve motivasyonlarının düştüğünü ve anlatım yaparken baskı altında hissettiklerini ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinin 11’i de karşılaştıkları bu beklenmedik tepkiler karşısında gerçekte hissettikleri duyguları gelen ziyaretçilere yansıtmadığını ifade ederken, 5 tanesi duygularını hiçbir şekilde gizlemeden, gerçekte hissettiklerini ziyaretçilere yansıtarak tepki gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca 3 turist rehberi de gelen ziyaretçi grupların herhangi bir tepkisini çekmemek içinde anlatımlarında yumuşak ifadeler kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bu soru bağlamında turist rehberleri aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır.

K1*: “Evet, bazı gruplar gerçekten baskı altında hissettiriyor. Özellikle dini bütün gruplar geldiği zaman daha dikkatli sözcükleri seçtiğim anlar oldu. Biraz daha onların yaklaşımlarına yakın şekilde konuştuğum oldu. Özellikle sol görüşlü ziyaretçi gruplarına anlatım yaparken “Mustafa Kemal” dediğim zaman, “Neden Atatürk demiyorsun!” şeklinde tepkiler alıyorum. Bu tepkilere karşı verdiğim cevapta da soyadı kanununun Çanakkale muharebesi

yıllarında henüz çıkmadığını, Çanakkale Savaşı'nın bu kanun öncesinde yaşandığını ve Atatürk soy ismine sahip kurucu önderimizin adının da Mustafa Kemal olduğunu söyleyerek, bu şekilde ifade etmemdeki sakıncanın ne olduğunu soruyorum. Bu şekilde açıklamaya çalışıyorum. Ama yine de karşımdaki insanın o tepkisini görüyorum. Olumsuz hissettiriyor tabii ki böyle durumlar. Böyle karşılaştığım durumlarda ziyaretçileri tolere etmeye çalışıyorum. **Gerçekten hissettiğim duyguları yansıtmamaya çalışıyorum. İdare etmeye çalışıyorum.**

K6: Ziyaretçinin **“Benim görüşüme aykırı ifadeler kullandınız!”** şeklinde söylemleri ve tepkileriyle karşılaştığım durumlar oldu.

K12*: “Atatürk'ü anlattığımda da sıkıntı yaşadım, anlatmadığımda da sıkıntı yaşadım. Mesela Güney sektörünü yani boğaz harbinin gerçekleştiği bölümü gezerken ve anlatırken, gruptan birileri çıkıp neden Atatürk'ü anlatmıyorsunuz diye bana itiraz ediyor. Anlatımına müdahale ediyor. Tabii bu durum gelen ziyaretçilerdeki acelecilikten kaynaklanan bir durum... Daha Seyit onbaşının görev yaptığı tabyaya bile gelmeden, hemen ilk duymak istedikleri şey Mustafa Kemal Atatürk oluyor. Bazı gruplarda ilk dönemlerde çok nadir de olsa bununla ilgili sıkıntılar yaşadım. **Bazen de benim işte daha öncesinde görüntü itibariyle türban kullanmamdan dolayı birçok kendine Atatürkçü diyen gruplar, benim Mustafa Kemal'i Güney sektöründe anlatmamamı, kullandığım türbana bağlıyorlardı. Birde bu durumun tam tersinden bahsedelim. Kuzey sektörüne gittiğim zamanda da, böyle dini yani ağır basan gruplardan "Atatürk'ü anlatmayın!" diye tepki aldığım oldu. Tabii bu durum bana duygusal anlamda kötü hissettiriyor. Çünkü her iki tarafta uçlarda yaşıyorlar. Ben bu tarz insanlarla şehitlik gezmek istemiyorum ya! Bu bahsettiğim her iki grupta ve düşünceleri de beni rahatsız ediyor. Çünkü her iki grup da uç noktalarda yaşıyorlar. Tabii ben duygularımı saklayabilen biri olmadığım için, onlara gerektiği noktada, gereken tepkiyi gösteriyorum ve göstermeye devam edeceğim.”**

K19: “Tabii ki yaşadım. Şu anda insanlar çeşitli politik gelişmelerden dolayı kutuplaşmış durumda Örneğin aşırı dini değerlere sahip bir ziyaretçi grup ile Kuzey cephesinde gezerken bir durumla karşılaştım. Turist rehberleri Kuzey cephesine gittiklerinde, genelde 57 Alay ve Mustafa Kemal Atatürk'ü anlatırlar. Çünkü buradaki önemli olaylar, bu çerçevede gelişmiştir. Tabii Kuzey sektörünü bu dini yönü ağır olan ziyaretçi grubuyla gezerken, Mustafa Kemal Atatürk'ü anlatmamam istendi. Tabii bu durum beni üzdü. Duygusal anlamda da moralimi bozdu. Böyle bir olay yaşamıştım. **Bir de madalyonun diğer yüzü var.** Benzer şekilde bir emekli öğretmen hanımefendi vardı grubumun içerisinde. Bu sefer de güney sektöründe Rumeli Mecidiye tabyasını ziyaret ederken, 18 Mart boğaz harbini anlattığım sırada, bu hanımefendinin müdahalesi ile karşılaştım. "Mustafa Kemal Atatürk'ü neden anlatmıyorsun!" gibi sesini yükseltti ve bu savaşın Atatürk sayesinde kazanıldığını sinirli bir şekilde söyledi. Tabii bu durum beni üzdü, moralimi bozdu. Ben de Mustafa Kemal'in boğaz harbi bölümünde yer almadığını ifade ettim. Hanımefendiye gerekli açıklamayı yaptım. Mustafa Kemal Atatürk'ün bulunmuş olduğu cepheyi, yeri ve zamanı geldiğinde aktaracağımı ifade ettim. Mustafa Kemal'in savaşta yer aldığı, bulunduğu cephenin Arıburnu Cephesi, Conkbayırı olduğunu ve bu yerlerinde Kuzey cephesinde yer aldığını ifade ettiğim. **Bu iki durum da beni üzüyor. Tabii ister istemez bir moral motivasyon düşüklüğü yaşıyorsunuz ama hemen kendinizi toparlamanız gerekiyor.** Tabii dini Grup benden Mustafa Kemal'i anlatmamı istediğinde onların istediği doğrultusunda bir anlatım yapmadım. Buradaki önemli olayların Mustafa Kemal ve 57 Alay çerçevesinde geliştiğini anlatarak, yaptığım anlatıma kaldığım yerden devam ettim.”

K20: “Evet, tabii ki karşılaştım. Örneğin **İnsanlar kendine yakın gördüğü kesimi, siyasi partiyi veya kişiyi Çanakkale'de ön plana çıkarmamızı istiyor. Bizden, kendilerinin ön plana çıkarmak istedikleri kişi ile ilgili bilgi aktarmamızı bekliyorlar.** Tabii bununla ilgili olarak zaman zaman anlatımına müdahale edildiği oldu. Genel anlamda bu gibi durumlarda karşılaştığımda olayı siyasileştirmekten ya da kişiselleştirmekten ziyade, oradaki genel duruma insanların dikkatini çekmeye çalışıyorum.”

K30: *“Henüz Güney sektöründe, Seyit Onbaşı'nın bulunduğu yerde iken, daha savaşın boğaz harbi ile ilgili olan kısmını anlatırken, gruptan kendisini ileri görüşlü olarak ifade eden bir hanımefendi, benim anlatımına müdahale ederek neden hala Mustafa Kemal'i anlatmadığımı hiddetli bir şekilde sordu. Tabii bu benim için beklenmedik bir tepkiydi. Bu tepkiyi anlamakta güçlük çektim. Sonuçta yanlış olan herhangi bir bilgi aktarımı yapmıyordum. Ama hanımefendinin beklentisi biraz farklıydı. **Bu tepki karşısında kötü hissetsem de görünüş olarak yansıtılmaya çalıştım ve sakin kalarak hanımefendiye cevap verdim.** Kendisine Mustafa Kemal'in Çanakkale muharebelerindeki savaştığı yer hakkında soru sordum ve Anafartalar cevabını aldım. "Peki, Anafartalar tam olarak nerede?" diye sorduğumda ise herhangi bir cevap veremedi. Ben de günün ortalarına doğru Kuzey sektörüne geçiş yaptığımızda, Mustafa Kemal'in görev yaptığı alana gideceğimizi söyledim. Mustafa Kemal'in bulunduğu 261 rakımlı tepe, Conkbayırı ve Anafartalar'da Mustafa Kemal ismini sürekli olarak duyacağını ifade ettim. Sanırım verdiği bu tepkinin yanlış olduğunu kendisi de anlamış olacak ki daha sonradan yanıma gelerek özür diledi. Ara sıra böyle aşırı uçlarda yaşayan insanların tepkileri ile karşılaşılıyor. **Bir diğer tepkiyle ise bu seferde Conkbayırı'nda Mustafa Kemal Atatürk'ü anlatırken yaşadım. Dini yönü ağır basan bir kişi Mustafa Kemal ismini duyunca "Neden Mustafa Kemal'i anlatıyorsun!" diye bir tepki verdi. Ben de vermiş olduğu bu tepkinin ayarında, kendisine geri bir tepki vererek, bu ülkenin Mustafa Kemal ve silah arkadaşları tarafından kurulduğunu, bulunduğumuz cephede Mustafa Kemal'in bizzat görev aldığını ifade ettim. Dinlemek istemiyorsa kulaklarını tıkayabileceğini söyledim ve anlatımına kaldığım yerden devam ettim. **Bu şekilde uç görüşlere sahip insanların, Çanakkale'yi kendi siyasi emellerine alet etmelerinden nefret ediyorum.*****

Yukarıda altı turist rehberinin vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda, Gelibolu Tarihi Yarımadası'na gelen ziyaretçilerin sahip oldukları farklı siyasi görüşler yüzünden, turist rehberlerinin beklenmedik tepkilerle karşılaştığı görülmektedir. Turist rehberleri vermiş oldukları ifadelerle insanların kendilerine yakın gördükleri siyasi partiyi ön plana

çıkartmak için Gelibolu Tarihi Yarımadası'nı kullandıklarını, uç görüşlere sahip insanların Gelibolu Tarihi Yarımadasını kendi siyasi emelleri doğrultusunda kullandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca K12 "**Bazen de benim işte daha öncesinde görüntü itibariyle türban kullanmaktan dolayı birçok kendine Atatürkçü diyen gruplar, benim Mustafa Kemal'i Güney sektöründe anlatmamamı, kullandığım türbana bağlıyorlardı. Bir de bu durumun tam tersinden bahsedelim. Kuzey sektörüne gittiğim zamanda da, böyle dini yanı ağır basan gruplardan "Atatürk'ü anlatmayın!" diye tepki aldığımda oldu. Tabii bu durum bana duygusal anlamda kötü hissettiriyor.**" ifadesiyle bazı siyasi altyapıya sahip gruplar tarafından görüntü itibariyle yargılandığını ifade etmiştir. Mustafa Kemal Atatürk'ü Conkbayırı'nda anlatırken de bu sefer tam tersi zıt siyasi görüşe ve altyapıya sahip insanların kendisini zor durumda bıraktığını ifade etmiştir. Bu durumun kendisini de duygusal anlamda kötü hissetmesine neden olduğunu ifade etmiştir.

Turist rehberleri ziyaretçilerin önceden bildikleri ve doğru olduğuna inandıkları yanlışlıkları anlattıklarında, ziyaretçilerin birtakım tepkileriyle karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Ziyaretçilerin vermiş oldukları bu tepkileri turist rehberleri şu ifadelerle aktarmışlardır.

K3: "Çok oldu. Örnek verecek olursam, 15'li olayı... 15 yaşında ya da çocuk askerlerin Çanakkale'de savaştığına dair bir inanç var. Bu durumun aslını anlatınca beklenmedik tepkiler aldım. Tabii bu tepkiler olumsuzdu. Bunun dışında ben Çanakkale'yi anlatırken kronolojik bir sıra ile anlatmaya çalışırım. Belirli başlı bir çizelge üzerinde ilerlerim. Savaşın, eğitim üzerine etkisinden ve sosyal hayata etkisinden bahsederim. Seferberlikten, asker alım yaşından bahsederim. Tabii ben seferberlik yaşından bahsederken 15 yaşında olamayacaklarını söyleyince, ziyaretçi grubundan bağırarak dahi tepki aldığımda oldu. "**Yanlış anlatıyorsunuz!**" diye itiraz edenler oldu. Tabii bu ve benzeri tepkilerle karşılaştığımızda **modumuz düşmüyor değil. Modumuz düşüyor!**"

K7*: "Böyle bir durumla karşılaştım. 57 Alayı anlatırken, aslında buradaki alayın askerlerinin tamamının Çanakkale Savaşı'nda şehit olmadığını, hatta bazı askerlerinin daha sonra farklı cephelerde savaştıklarını ifade ettikten

sonra bir beyefendi yanıma geldi. 57 Alayın tamamının şehit olduğunu söyleyerek bana tepki gösterdi. **Tabii bu durumda ben güler yüzlü bir şekilde, bunun aslında doğru bilinen bir yanlış olduğunu ifade etsem de, kendisi tepki göstermeye devam etti. Tabii ben o anda sinirlendim ve sinirimi gizlemek durumunda kaldım. Duygusal anlamda bu durum beni üzdü ve sinirlendirdi.**”

K22: “Evet, oldu. Ben bu durumu bir tarih öğretmeni ile yaşadım. Conkbayırı’na çıkarken gruba anlatım yaparken sonradan tarih hocası olduğunu öğrendiğim bir kişi tam arkamda çocuklara seslendi ve "Çocuklar, işte burası şehitlerimizin kanlarıyla sulandığı için, yağmurlu havalarda insanlar burada hala yürürken ayakları kan olur!" şeklinde bir ifade kullandı. Açıkçası bütün verdiğim çabanın boşa gittiğini hissettim ve ülkem geleceği hakkında kurduğum hayallerim yıkıldı. O anda neler hissettiğimi şu anda ifade edemiyorum.”

Turist rehberlerinin vermiş oldukları bu ifadeler ışığında, araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğunun yoğun duygusal emek sarfettikleri görülmektedir. Bazı turist rehberleri bu beklenmedik tepkiler karşısında, gerçekte hissettikleri duygularını gizleyerek yüzeysel davranışlar sergileselerde, bazıları (K12) bu tepkiler karşısında gerçekte hissettikleri duygularla ziyaretçilere karşılık vermekteler. Buna dair turist rehberleri şu ifadeleri kullanmışlardır.

K2: “Genellikle de bu durumlarda karşılaştığımda duygularımı gizlemek zorunda hissediyorum. Öyle de yapıyorum. **Gerçekte hissettiğim duyguları ziyaretçilere yansıtıyorum.**”

K15: “Zaman zaman o cümleleri kuran insanlara karşı **duygularımı maskelemek zorunda kalıyorum.** Çünkü tur benim işim ve insanları kırmadan doğru bir şeyler katmamız gerekiyor.”

K12*: “Tabii ben duygularımı saklayabilen biri olmadığım için, **onlara gerektiği noktada, gereken tepkiyi gösteriyorum** ve göstermeye devam edeceğim.”

Bu soru bağlamında turist rehberlerinin bazıları gelen ziyaretçilerin tepkilerini almamak adına, yaptıkları anlatımı tepki çekmeyecek bir düzeye getirdiklerini şu ifadelerle aktarmışlardır.

K10: “Çok fazla dini veya siyasi konulara girmemeye çalışıyorum. Çünkü özellikle büyük gruplar özelinde konuşacak olursak, kimsenin hassas noktasına dokunmamak gerektiğine inanıyorum. Dolayısıyla biraz daha yuvarlayarak, anlatımı biraz daha törpüleyerek, biraz daha hafifleterek konuları anlatmaya özen gösteriyorum. Karşı taraftan herhangi bir tepki almamak için, insanların turlarının geri kalanında rahatsız olmalarını istemediğim için de böyle bir şey yapmaktayım. Anlatımlarımı böyle yuvarlayarak modernize etmem de beni hiçbir şekilde baskı altında hissettirmiyor... ..Sonuçta anlattığım şeyi yuvarlasam da yanlış değil. Sadece tek farkı kimseyi kırmadan anlatımımı gerçekleştiriyorum.”

K24: “Ben, siyasi veya dini yorumlarla karşılaşmayacak veya bu tarz yorumlara açık olmayacak şekilde anlatımlarımı yapıyorum. Bunu yaparken ziyaretçilerin, biraz suyuna giderek, onların beklentilerini karşılayarak, doğruluktan ve gerçeklikten sapmadan ve aynı zamanda kendi bildiğim doğruları onlara aktarmaya çalışarak anlatımına devam ediyorum.”

Bu tema kapsamında katılımcılara yönlendirilen “Gelibolu Yarımadasında yaptığınız anlatımlar sırasında, turistlerin sahip oldukları görüşler doğrultusunda mı anlatımlar yaparsınız? Açıklayınız.” sorusuna 23 turist rehberi anlatımlarını hiçbir şekilde değiştirmeden yaptıklarını, gelen ziyaretçilerin sahip oldukları görüşler doğrultusunda kesinlikle anlatım yapmadıklarını ve anlattıkları şeyleri güvenilir kaynaklara ve tarihi dökümanlara dayanarak tarafsız bir anlatım yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu soruyu cevaplandıran 6 turist rehberi ise tarihsel gerçeklere dayanarak anlatım yaptıklarını, güvenilir kaynaklardan edindikleri bilgileri ziyaretçilere aktardıklarını ancak grubun

ilgisine göre de anlatımı şekillendirdiklerini, gruptan tepki almamak adına birtakım ifadeleri törpüleyerek ya da grubun tepkisini çekmeyecek bir şekilde aktardıklarını ifade etmişlerdir. Bir turist rehberi ise bu soruya çekimser cevap vermiştir. Katılımcıların 4 tanesi dini ve siyasi birtakım görüşleri yoğun olan ziyaretçilere anlatım yaparken baskı altında hissettiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca turist rehberlerinin baskı altında hissetmesine neden olan ikinci husus ise ziyaretçiler tarafından doğru bilinen yanlışlar. Bu doğru bilinen yanlışları turist rehberleri ziyaretçilere doğru bir şekilde aktardıklarında zaman zaman tepkiler aldıkları için baskı altında hissetmelerine neden olmaktadır. Bununla ilgili turist rehberlerinin ifadeleri aşağıda verilmiştir.

K3: *“Benim gerçekten en nefret ettiğim şey şudur! Grubun siyasi görüşlerine veya inançlarına göre anlatım yapmak benim en nefret ettiğim şeylerin arasındadır. Örnek verecek olursam şu olabilir: Özellikle Kuzey bölgesinde 19. Tümen, Mustafa Kemal'den çok bahsedersiniz. Bazı gruplar Mustafa Kemal'in isminin anılmasından hoşnut olmazlar. Tabii bu durum insanın canını sıkıyor değil. Ben anlatımımı yapmaya devam ediyorum. Daha önceden de söylediğim gibi, benim anlatımım belirlidir, sınırları çizilmiştir. Yeri gelir bazı konuların yerlerini değiştirip anlatımı gerçekleştiririm. Onun dışında grubun siyasi görüşleri olsun, dini inançları olsun, bunları göz ardı ederek anlatımı gerçekleştiririm. Tarihi gerçeklere dayanan bir anlatım gerçekleştiririm.”*

K7*: *“Çok farklı siyasi görüşten olan insanlar geliyor, işte sağ görüşlü siyasi partiye mensup ya da sol görüşlü siyasi partiye mensup ziyaretçiler oluyor. Ben siyasete girmekten hoşlanmıyorum. Hiçbir şekilde girmemeye çalışıyorum. Hiçbir şekilde anlatımda siyasi görüşlere göre anlatım yapmıyorum. Tabii anlatım yaparken ister istemez **baskı altında** hissediyorum.”*

K18*: *“**Baskı altında hissettiğim** durumları genelde doğru bilinen yanlış bilgiler, ziyaretçiler tarafından sorulduğunda yaşıyorum. Çünkü karşımdaki insana ne cevap vereceğimi bilemiyorum. Tabii kişilik olarak doğru olmayan cevabı vermem. Ama "en doğru nasıl, ne şekilde verebilirim?" diye bir*

düşünce geldiğinde baskı altında hissediyorum. Böyle bir baskı durumunda dahi kalsam turistlerin sahip oldukları görüşler doğrultusunda asla doğru olmayan bilgileri aktarmam ve bu görüşler doğrultusunda anlatım yapmam.”

Bu cevaplar doğrultusunda turist rehberleri, zaman zaman farklı siyasi ideolojilere sahip insanlara anlatım yaparken veya doğru bilinen yanlışlar hakkında anlatım yaparken baskı altında hissettiklerini ifade etmişlerdir. Baskı altında hissetseler bile anlatımlarında herhangi bir değişiklik yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu soruya gelen ziyaretçilerin ilgilerine göre anlatımı şekillendirdiğini veya ziyaretçileri rahatsız edecek ve onların tepkisini çekebilecek veya gerilimi arttırabilecek bir takım ifadeleri törpüleyerek aktardıklarını belirten turist rehberlerinin ifadeleri de aşağıdaki gibidir.

K1*: *“Dediğim gibi bazen üslubumu ve kullandığım bir takım kelimeleri değiştiriyorum. Ama verdiğim bilgide herhangi bir değişiklik olmuyor.”*

K2: *“Dini yanı ağır basan gruplara karşı anlatımları yaparken biraz daha törpüleyerek anlatımı yapıyorum. Bunun dışında doğru neyse onu aktarıyorum.”, “...Özellikle istemeden de olsa törpüleyerek anlatım yaptığım zamanlarda gerçekte hissettiğim duygular ile ziyaretçilere yansıttığım duygular birbiri ile çelişiyor.”*

K12*: *“Yani nabza göre şerbet olayı var ama beni rahatsız ediyor bu durum. Beni bu durum rahatsız ettiği için ben karşımdaki insanlara Atatürk'ün o meşhur sözünü hatırlatarak bu olayı bertaraf etmeye çalışıyorum. "tarih yazan, tarih yapana sadık kalmadığı sürece; olaylar farklı mahiyetleri bürünür" sözünü ifade ediyorum ve rahatsız olduğumu da bu şekilde bir kinaye ile insanlara belirtmeye çalışıyorum. Tabii önceleri daha çok yaşıyordum ve duygusal anlamda çok fazla baskı hissediyordum. Tabii kitle turizminin çok yoğun olduğu dönemlerde bu durum genelde yaşanıyor. Özellikle de herhangi bir siyasi partiye ait belediyeler geldiğinde de veya bazı cemaatlerin tur programlarına yapmak zorunda kaldığım durumlarda zorluk yaşıyorum. Tabii bazı cemaatler çeşitli menkıbeler istiyorlar, bazı akıl ötesi birtakım varlıkların savaştığını duymak istiyorlar burada... Zaten sonrasında*

şekilleniyor olay. Bu gibi cemaatler kendilerine bunları anlatacak rehberleri buluyorlar zaten...”

K16*: *“Bazı hassas konuları aktarırken, gerilimi arttıracak konu varsa bu konuları törpüleyerek anlatım yapıyorum. Gelen ziyaretçilerin görüşleri doğrultusunda anlatım yapmak denemez pek buna. Sadece gerilimi arttıracak şeylerden uzak durmaya çaba sarf ediyorum. Biraz hassas davranıyorum. Önceden de belirttiğim gibi her doğruyu her yerde söylememeye özen gösteriyorum. Konulardan bahsediyorum, fakat ayrıntılara girmiyorum.”*

K29*: *“Yok olmadı. Burada önemli olan denge kurabilmektir. Denge de gidebilmek. Açık konuşmak gerekirse, insanları uzaktan birkaç konuşma sonrasında anlıyorsunuz. Aşırı derecede Atatürkçü mü, aşırı derecede Radikal mi, mutaassıp mı onu az çok konuşmalarından tanıyorsunuz. Burada önemli olan şey biraz nabza göre şerbet. “Vermeden alamazsın” diye bir şey vardır. İnsanların seni dinleyebilmeleri için onlara yakın bir başlangıç yapmak gerektiğine inanıyorum. Ama bu anlatımı tamamının değiştirecek bir durum değildir. Sonuçta senin mesajların bellidir. Sadece bir ağırlık verirsin.”*

Turist rehberlerinin bazıları bu şekilde gerilimi arttıracak birtakım ifadeler kullanmayarak, ya da anlatımın içerisinde ucu herhangi bir ideolojiye değecek olan ifadeleri kullanmayarak önce ziyaretçilerin güvenini kazanmak istemişlerdir. Elde ettikleri bu güven ve saygınlıktan sonra da ziyaretçilerin doğru bildikleri yanlışlıkları onları kırmadan, gücendirmeden doğruları aktararak daha başarılı sonuçlar elde edebileceklerini düşünmüşlerdir. Bu K29’un “İnsanların seni dinleyebilmeleri için onlara yakın bir başlangıç yapmak gerektiğine inanıyorum.” ve başka bir soru bünyesinde vermiş olduğu “Ben şuna inanıyorum. Turun başlangıcı çok önemli. Karşıdaki insanlar seni severlerse, senin niyetinin halis olduğunu, halisten kastım da sizin buraya gerçekten emek verdiğinizi, araştırma yaptığınızı ve bir ter döktüğünüzü kastediyorum, görmüşlerse veya bunu karşı tarafa geçirebilmişsen, gün sonunda çok büyük saygınlık kazanıyorsunuz.” ifadesinde açıkça görülmektedir.

Turist rehberlerinin çoğu doğru bildiklerini aktarırken derin ve samimi davranış tipi gösterdikleri görülmüştür. Ayrıca K2 anlatımlarında ziyaretçilerin tepkisini çekmemek adına yaptığı anlatım törpülemesinden dolayı yüzeysel davranışlar sergilediğini “*Özellikle istemedenden de olsa törpüleyerek anlatım yaptığım zamanlarda gerçekte hissettiğim duygular ile ziyaretçilere yansıttığım duygular birbiri ile çelişiyor.*” ifadesiyle belirtmiştir.

Bu tema kapsamında katılımcılara yönlendirilen “Sürekli olarak farklı karakterlere ve beklentileri olan turistlerle çalışmak sizi duygusal anlamda nasıl etkilemektedir? Açıklayınız.” sorusuna turist rehberlerinin 10 tanesi farklı beklentileri ve karakterleri olan insanlarla çalışmanın kendilerini etkilemediğini ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinden 13 tanesi farklı beklentileri ve karakterleri olan turist profilleriyle çalışmanın olumlu yönde kendilerini etkilediğini ifade etmişken, 7 tanesi ise olumsuz yönde etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Bu bağlamda olumlu yönde etkilendiğini ifade eden turist rehberlerinin bazılarının ifadeleri şu şekildedir.

K1*: *Bu soruyu olumlu diye cevaplandıracağım. Çünkü sürekli aynı karakteri olan ve beklentileri aynı olan insan tipi ile çalışıyor olsaydım kendimi ve ufkumu genişletemezdim. İnsanlara karşı tavırlarımı ve konuşma tarzımı etkilediği için kişisel anlamda da sürekli farklı karakterleri ve beklentileri olan insanlarla çalışmanın beni geliştirdiğini düşünüyorum. Beni kötü etkilemiyor.*

K11: *Sürekli farklı ve karakterleri ve beklentileri olan insanlarla çalışmak ya da onlara rehberlik hizmeti vermek beni olumsuz etkilemez. Aksine olumlu etkiler. Çünkü farklı insanları ortak değerlerde toplamak beni tatmin ediyor. Aslında farklılıklarımızı bizim zenginliğimiz olarak görüyorum. Bu millet aslında çok farklı görünse de, o kadar çok ortak noktamız var ki... Bu ortak noktalardan birisi de Çanakkale... Farklı görüşleri, karakterleri ve beklentileri olan insanları ortak bir çatı altında birleştirebilmek, onlara anlatım yapabilmek bana çok farklı bir haz katıyor.*

K25: *Etkiler. Ancak bunu karşı tarafa belli etmem. Bu şekilde de onları idare etmeye çalışırım. Olumlu yönde etkiler diyebilirim. Çünkü karşılaştığım her*

sorun, bana deneyim katıyor ve beni daha da iyi bir rehber yaptığını düşünüyorum. Dolayısıyla karşılaştığım sorunları hep bir ders olarak görmüşümdür.

Turist rehberlerinin vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda, farklı beklentileri ve karakterleri olan turistlerle çalışmayı dezavantaj olarak değil aksine bir avantaj olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Farklı karakterlere ve beklentilere sahip olan insanlara rehberlik hizmeti verirken, turist rehberleri de farklı bakış açıları kazandıklarını, ufuklarını geliştirdiklerini, turist rehberlerini daha fazla araştırma yapmaya sevk ettiğini ve kişisel gelişimleri açısından olumlu olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca K25 olumsuz bir durumla karşılaştığında moral ve motivasyon kaybettiğini, fakat bu durumu karşı tarafa hissettirmediğini, ve karşılaştığı sorunların kendisine deneyim kattığı için olumlu olarak etkilendiğini ifade etmiştir. Farklı karakterleri ve beklentileri olan ziyaretçilere rehberlik hizmeti vermenin kendilerini olumsuz etkilediğini ifade eden turist rehberleri şu ifadeleri kullanmışlardır.

K12*: *Tabii sürekli farklı karakterleri ve beklentileri olan insanlarla çalışmak beni duygusal anlamda etkiler. Genelde olumsuz etkileniyorum. Çünkü farklı karakterleri ve beklentileri olan insanlar, bir noktada uzlaşmada zorluk çekiyorlar ve siz onlarla onları ikna edeceğim diye mücadele etmek durumunda kalırsınız. Hep doğru bildikleri yanlışlarını düzelttiğiniz durumlarda bir tartışma ortamı oluşur. Zaten baktığınızda tarih her şeyi yazmış. Farklı bir şeyler üretip, bunun beklentilerine girmenin bir anlamı olmadığını düşünüyorum. Bu durum duygusal anlamda bana zorluk yaşatır.*

K16*: *“Tabii ki etkiliyor. Bıkkınlık veriyor. İş tatminimi düşürüyor. Yaptığın işten tatmin olmuyorsun. Bunun haricinde demoralize ediyorlar. Motivasyonumu olumsuz anlamda etkiliyor. Şöyle benim bir ay boyunca her gün tura çıktığımı düşünün ve her gün de birbirinden zıt, aykırı grupların geldiğini düşünün. Bir gün bir grubu törpülemek gerekiyor, bir gün diğer zıt aykırı grubu törpülemem gerekiyor. Bir yerde bir şey söyleyeceğim zaman "Acaba yanlış bir şey söyler miyim?" diye düşünüyorum. Bu hisle iş yapmak kolay değil. Bu hem insanı duygusal anlamda yıpratıyor, hem de bu mesleği*

yapma isteğini köreltiliyor. Bu durum Çanakkale'de çok görüliiyor. Az önce de belirttiğim gibi kimi gruplar dini anlatım bekliyor, kimisi ise din etkisinin tamamen ortadan kaldırıldığı bir anlatım beklentisine giriyor. Tabii bu durumda beni yoruyor.”

K21: *“Olumsuz etkileyebiliyor. Çünkü şunu şöyle açıklayabilirim ben normal yaşamda eğlenceli, konuşkan bir karaktere sahibim. Fakat şehitlik turlarında ister istemez bir ciddi olma durumu söz konusu oluyor. Çünkü gelen ziyaretçilerin farklı beklentileri var. İster istemez misafirlerime bu konuda yapmacık davranabiliyorum.”*

Olumsuz etkilendiklerini ifade eden turist rehberleri, farklı beklentileri ve karakterleri olan insanları ortak bir noktada uzlaştırmannın zor olduğunu, onları ikna çabası içerisinde girdiklerinde ise duygusal anlamda zorluklar yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca uzun süre boyunca farklı karakterlere ve beklentilere sahip olan insanlar için anlatımın sürekli olarak törpülenmesi, anlatım esnasında turist rehberinin *“Acaba yanlış bir şey söyler miyim?”* şeklinde sürekli endişe etmesine neden olduğu için duygusal anlamda yıprandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca K21 kendisini neşeli bir karakter yapısına sahip olduğunu belirterek, Çanakkale Gelibolu Tarihi Yarımadası'ndaki şehitliklerde ciddi bir şekilde anlatım yapmasını, uygun davranışlar sergilemesini kendi karakteriyle uyummadığı için, gelen ziyaretçilere hissetmediği şekilde yapmacık davranışlar sergilemek durumunda olduğunu ve bu durumda kendisini olumsuz yönde etkilediğini ifade etmiştir. Bu soru bağlamında farklı karakterleri ve beklentileri olan ziyaretçilerle çalışmanın kendilerini etkilemediğini ifade eden turist rehberlerinin ifadeleri şu şekildedir.

K17: *“Etkilemez. Çünkü bu işi yapa yapa artık insan sarrafi olduk deniyor ya... Karşınızdaki kişinin sizden ne istediğini, ne isteyebileceğini ve neden istediğini anlayabiliyorsunuz. Onun için çok farklı karakterleri ve beklentileri olan insanlarla çalışmak beni duygusal anlamda etkilemez.”*

K29*: *“Sürekli farklı karakterlere ve beklentilere sahip olan turistlerle çalışmak beni duygusal anlamda etkilemez. Çünkü ben işimi severek yapıyorum. Zaten gelen misafirlerin tur ile ilgili ister istemez farklı*

beklentileri olacaktır. Bizimde görevimiz bu beklentilerine cevap vererek, mutlu olmalarını sağlamak. Ben farklı beklentileri ve karakterleri olan turistlere hizmet verirken, duygusal anlamda etkilendiğimi sanmıyorum.”

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin bu soruya vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda 13 turist rehberinin farklı karakterleri ve beklentileri olan turistlere hizmet vermeyi avantaj olarak gördükleri için, duygusal anlamda olumlu etkilendikleri, yaptıkları işten haz aldıkları ve derin davranışlar gösterdikleri görülmüştür. Farklı karakterleri ve beklentileri olan ziyaretçilere rehberlik hizmeti verirken, olumsuz etkilenen turist rehberlerinden bazılarının gerçekte hissetmedikleri, fakat ziyaretçilere yansıttıkları birtakım yapmacık hareketler sergiledikleri, diğer bir deyişle yüzeysel davranışlar sergiledikleri görülmektedir.

Bu tema bağlamında sorulan sorular bir bütün olarak ele alındığında turist rehberlerinin çoğunun anlatımlarının bölünmesi, sözlerinin kesilmesi, gereksiz sorularla muhattap olmaları, beklenmedik tepkilerle karşılaşmaları gibi problemler karşısında duygusal anlamda olumsuz hissettikleri görülmektedir. Kimi turist rehberleri bu olumsuz duygu durumunu ziyaretçilere olduğu gibi yansıtsa da, turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun karşılaştıkları zorluklar aşamasında, yoğun duygusal emek sarfederek, gerçekte hissetmedikleri duyguları ziyaretçilere gösterdikleri görülmüştür. Turist rehberlerinin büyük çoğunluğu karşılaştıkları zorluklarla mücadele ederken yüzeysel davranışlar sergiledikleri belirlenmiştir.

4.1.2. Tema 2: Duygusal Emek Davranışları

Turist rehberlerinin anlatım yaparken hissettikleri duyguları ortaya çıkartabilmek ve gösterdikleri duygusal emek davranışlarını ortaya çıkartmak adına 5 tane soru sorulmuştur. Bu sorulara turist rehberlerinin verdikleri cevaplarla “Duygusal Emek Davranışları” teması oluşturulmuştur ve bu tema altında, iki alt tema ortaya çıkmıştır. Bunlar “Derin Davranış” ile “Yüzeysel Davranış” şeklinde adlandırılmıştır. Bu bağlamda turist rehberlerinin anlatım yaparken hissettikleri duygular ve ziyaretçilere karşı sergiledikleri davranışların uyumlu olması “Derin Davranış” alt teması altında ele alınırken, turist rehberlerinin bu anlatımları

yaparken ziyaretçilere karşı gösterdikleri ve gerçekte hissetmedikleri duygu durumları ise “Yüzeysel Davranış” alt teması altında ele alınmıştır.

Bu tema kapsamında katılımcıların duygusal emek düzeylerini anlamak için yönlendirilen “Gelibolu Tarihi yarımadasında anlatım yaparken duygusal olarak neler hissetmektesiniz? Açıklayınız.” sorusuna, turist rehberlerinin tamamı yoğun duygular yaşadıklarını ifade etmişler. Turist rehberlerinin yarısı (15) duygu karmaşası yaşadıklarını ifade etmişler. Genelde bu duygu karmaşasını buruk bir sevinç olarak tanımlamışlardır. Turist rehberleri, Gelibolu Tarihi Yarımadası’nda hayatını kaybetmiş olan askerlerimiz için hüznün, üzüntü ve burukluk yaşarken, bir yandan da kazanılmış olan zaferden dolayı sevinç, mutluluk, coşku, onur ve gurur duyduklarını ifade etmişlerdir.

K12*: *“Anlatım yaparken hüznünle gururu bir arada yaşıyorum. Anlatım yaparken genelde bu iki karmaşık duyguyu hissediyorum. Gelen misafirlerimin duygusu, coşkusu ve hüznü beni etkiliyor.”*

K18*: *“Yaşanan savaştan dolayı hüznleniyorum, üzüntü yaşıyorum. Sonuçta savaş başlı başına kötü bir olaydır. Üzücü bir duygu durumu yaşıyorum. Ancak bir de kazanılan zaferden dolayı da milli duyguların da, bu üzüntü ile beraber yaşadığımı ifade edebilirim. Bunun yanı sıra birde sorumluluk duygusunun da içerisinde bulunduğu bir ruh haline sahip oluyorum.”*

K22: *“Tabii ister istemez bir duygu karmaşası yaşıyorsunuz Çanakkale’de. Çünkü bir yandan kazandığımız bir 18 Mart tarihinde zafer var, diğer yandan kaybettiğimiz binlerce şehit... Buruk bir sevinç... Hüznün, aynı zamanda zafer kazanmanın mutluluğu gibi çeşitli duyguların karmaşasını yaşıyorum.”*

8 Turist rehberi Çanakkale’nin özel bir yere sahip olduğunu, oraya her gittiklerinde yaptıkları anlatımı boyun borcu, bir sorumluluk, bir görev olarak görmüşler. Böylece savaşan kahramanlara karşı minnet borçlarını kısmende olsa ödedikleri yer olarak görmüşlerdir.

K1*: “Bizim bir minnet borcumuz olduğunu düşünmekteyim ve ben ne kadar çok insana ulaşabilirsem doğruları o kadar çok aktarabilmiş ve minnet borcumu kısmen de olsa ödemiş olurum.

K4: “Gelibolu tarihi yarımadasına hiçbir zaman sadece rehberlik yaptığım olarak görmüyorum çünkü burasının bir savaş alanı olması ve Türkiye Cumhuriyeti'nin temellerinin burada atılmış olması aynı zamanda Osmanlı İmparatorluğu'ndan sonraki dönemde yaşadığımız süreçleri anlattığımız için burasını sadece bir rehberlik alanı veya rehberlik işi olarak görmüyorum. Burasını yaptığım anlatımlarla minnet borcumu, kısmen de olsa ödeyebileceğim bir yer olarak görüyorum.”

K8*: “Ben Gelibolu tarihi yarımadasına gittiğim zaman duygulanıyorum. Burası çok özel bir alan. Sonuçta şehitlikleri ziyaret ediyor ve ziyaretçilere savaş alanlarını gösteriyorsunuz. Bunun özel bir sorumluluğu olduğunu hissediyorum.”

K27: “Burada insanların ne yapmış olduklarını, buranın ne anlam ifade ettiğini, biraz okumuş olsanız zaten anlarsınız. Yapılan fedakârlıkları gördüğünüzde onlara minnet duyuyorsunuz. Bu minnet borcumu da onların anılarını yaşadıklarını doğruları aktararak ödemeye çalışıyorum.”

7 turist rehberi Gelibolu Tarihi Yarımadası'nın kendi milli duygularını ön plana çıkardığını ve vatan sevgilerini pekiştirdiklerini ifade ederken, bir turist rehberi (K6) ise alana uzun süre gitmediği zamanlarda özlem duygusu yaşadığını ve Gelibolu Tarihi Yarımadası'ndaki yaşanmışlıkların kendisine daha çok azim verdiğini ifade etmiştir. Buna dair turist rehberlerinin ifadeleri şu şekildedir:

K11: “Benim milliyetçi, vatansever bir kişiliğim var. Her seferinde her anlatımı yaptığımda duygusallıktan uzaklaşmadan bir anlatım gerçekleştiriyorum. Çanakkale'yi anlatırken gururla, onurla ve duygulu bir şekilde anlatıyorum.”

K16*: “...Sonuç olarak şunu net bir şekilde söyleyebilirim ki burada rehberlik yapmak beni gururlandırıyor. Milli duygularımı ön plana çıkartıyor ve iyi ki böyle bir milletin mensubuyum diye bana şükran duyuruyor.”

K6: “Büyük bir duygu yoğunluğu yaşıyorum. Uzun süre gitmediğim zaman özlediğim, kendime dair izler de bulabildiğim, günümü aydınlattığını düşündüğüm ve çok fazla çıkarımlarda bulunabileceğimizi düşündüğüm bir alan. ...Anlattıkça bazen gelen sorularla birlikte, daha çok kendimi geliştirmem gerektiğine ve daha çok konuya hâkim olmam gerektiğine dair izlenimler elde ediyorum. Bana hissettirdiği bu. Daha çok azim ve şevk hissediyorum”

Bu soru bağlamında turist rehberlerinin ziyaretçilere yansıttıkları davranışlar ele alındığında ise turist rehberlerinin büyük çoğunluğun derin ve samimi davranışlar sergiledikleri, anlatım yaparken anı yaşıyormuş gibi hissettiklerini, tüyelerinin ürperdiğini, seslerinin titrediğini ifade etmişlerdir. Bazı turist rehberleri ise gelen ziyaretçilerin ilgi düzeylerinin, yapmış oldukları anlatımı ve hissettikleri duygu yoğunluğunun zaman zaman grubun ilgisine bağlı olarak artış ve azalış gösterdiğini, ilgisiz gruplarda daha çok yüzeysel davranışlar sergilediklerini, ilgili gruplarda ise derin davranışlar sergilediklerini birtakım ifadelerle belirtmişlerdir.

K1*: “Ben biraz milliyetçi bir insanım. O yüzden anlatım yaparken herkesten önce kendim etkileniyorum. **Çanakkale'yi doğru tanıtmayı gerçekten boynumun borcuymuş gibi hissediyorum** bu mesleği yaparken. Bildiğim her şeyi de insanlara bir şekilde aktarmaya çalışıyorum. Herhangi bir şekilde insanları ağlatma gibi bir amacım yok. Ama ben doğru olduğunu bildiğim şeyi, kaynak göstererek gerçeklerle birlikte anlatıyorum. Anlatırken **sesimin titrediği anlar da oluyor.**”

K3: “Tabii bu alanda anlatım yaptığım zaman duygusal olarak da etkileniyorum. Çünkü gerçek siper alanların içerisinde geziyoruz. Siperlerde yürürken burada ne kadar büyük bir savaş olduğunun farkına varıyorsunuz ve o tarihlerde insanlar hiç gözlerini kırpmadan ölüme gitmişler. Dolayısıyla

duygusal anlamda insan etkileniyor. **Benim tüylerim ürperiyor...**
...Baktığınızda tarihi alan da küçücük bir yer aslında. Yaklaşık bir 100 kilometrelik alanı geziyorsunuz misafirleriniz ile birlikte... Küçücük bir alanda binlerce şehit... İngilizlerin, Fransızların, aslında Dünya'nın tüm milletlerinden insanların öldüğünü görüyorsunuz bir yandan da... Bir burukluk hissediyorsun bütün bu olayları anlatırken. Bir yandan da **o anı yaşıyormuş gibi hissediyorum. Dolayısıyla anlatımı yaparken, o anı yaşıyorum...**”

K8*: “Savaşı anlatırken sanki bir anı yaşıyormuşum gibi **gözlerimin önünden sahneler, canlandırmalar** geçiyor. Bu şekilde hissettiğim anlar çok oluyor. Bu şekilde hissettiğim anlar çok oluyor. Bunu çok küçük yaştaki öğrencilerle yaptığım turlarda hissetmiyorum ama daha çok üniversite öğrencileriyle ve aynı zamanda daha büyük yaşlardaki ziyaretçilerle yaptığım anlatımlarda sanki savaşta o anı hissediyormuş gibi yaşadığım çok oluyor. Çünkü bu yaştaki insanlar savaşı gözlerinin önünde canlandırabildikleri için, aynı zamanda siz de canlandırduğunuz için o anı yaşıyormuş gibi hissediyorsunuz duygusal anlamda. Ama küçük yaştaki çocuklara anlatım yaparken biraz daha dikkatli bir anlatım yapmanız gerekiyor. Çünkü küçük yaştaki çocuklara savaş tarihi anlatırken, onları ürkütmeden, korkutmadan, onların psikolojisini olumsuz bir şekilde etkilemeden bir anlatım yapma durumunuz söz konusu.””

K13: “...Ben Balıkesirli olduğum için benim ailemde 6 tane şehit var Çanakkale'de. Tabii bu durum beni çok etkiliyor. Bir yanım her daim Çanakkale'de gibi hissediyorum. Hüzünle beraber aynı zamanda buruk bir sevinç yaşıyorum. Bir de burada kendilerinden daha üstün düşmana karşı zafer kazanan kahraman Mehmetçğimiz ile gurur duyuyorum. Çanakkale aynı zamanda Türkiye Cumhuriyetimizin tapusunun alındığı yer bakacak olursanız. Bu yüzden bendeki yeri ayrıdır. Anlatımı yaparken gururlanıyorsunuz... ..Tabii bu hikâyeleri anlatırken ister istemez, **sanki ben de o anı yaşıyormuş gibi hissediyorum.**”

K17: “Konuları anlatırken tamamen savaşın içerisine girdiğimi hissediyorum. Zaten gelen ziyaretçilerin de bana en fazla söylediği şey " Savaş anını yaşıyormuşuz gibi hissediyoruz" oluyor. Onlar da benimle beraber, ben anlatım yaparken savaşı yaşadıklarını ifade ediyorlar. "Görsel olarak resmen bize savaşı yaşattınız" diye ifadeler kullanıyorlar genelde. Kendimiz de bu hissiyata sahip olmasaydık, gelen ziyaretçilere, yaşadığımız hissiyatı ve duygu yoğunluğunu geçiremeyeceğimizi düşünüyorum.”

K23: “Her Gelibolu Tarihi Yarımadası'na gittiğimde etkilenirim. **Anlatım yaparken arada sesimin titrediği olur.** Bu anlarda duygusal bir şeylerin bende ağır bastığını hissederim.”

K25: “Benim için çok özel bir yer Çanakkale. Ben bu milletin varoluş sebebinin Çanakkale'de verilmiş olan mücadeleden kaynaklandığını düşünürüm. Kurtuluş Savaşı'ndaki o güzel kadronun, Çanakkale'de oluştuğu bilincindeyim. Bunu da ziyaretçilere aktarmaya gayret ediyorum. Gelibolu Yarımadası'nda bir yaşanmışlık var; heba edilmiş hayatlar, dağılmış aileler, yalnız bırakılmış eşler, yetim kalmış çocuklar, gözü yaşlı anneler var. Belli etmemeye çalışsa da sade bir duvar dibine çekilip ya da kapalı bir odada yalnız başına kalıp içli içli ağlayan babalar var. Çanakkale herhangi bir mezar taşına baktığım zaman bunları görüyorum ve bundan sonrasındaki yaşanmış olanları da hissediyorum. Savaşın etkilerini üzerinden atamamış ve savaş bittikten sonra dahi, ruhsal olarak toparlayamamış, ailesi bu sebepten dolayı dağılmış insanları görüyorum...”

K26: “Savaşla ilgili bir anı anlatırken, benim de o anı derinlerimde bir yerde hissettiğim anlar kısmen oluyor.”

Turist rehberlerinin 21 tanesi vermiş oldukları “Anlatırken sesimin titrediği anlar da oluyor.”, “Benim tüylerim ürperiyor.”, “...o anı yaşıyormuş gibi hissediyorum.”, “Savaşı anlatırken sanki bir anı yaşıyormuşum gibi gözlerimin önünden sahneler, canlandırmalar geçiyor.”, “Konuları anlatırken tamamen savaşın içerisine girdiğimi hissediyorum.”, “Savaşla ilgili bir anı anlatırken, benim de o anı derinlerimde bir yerde

hissettiğim anlar kısmen oluyor.” vb. ifadeleriyle, savaş tarihini veya olayı ziyaretçilere aktarırken, olayın örgüsüne kapılıp, olayın içindeymiş gibi hissettiklerini belirtmişlerdir. Bu turist rehberleri derin ve gerçek davranış gösterdikleri, verdikleri ifadelerden anlaşılmaktadır. Öte yandan turist rehberlerinin 9 tanesinin ifadelerinden de farklı nedenlerden dolayı yüzeysel davranışlar sergiledikleri ortaya çıkmıştır.

Bazı turist rehberleri(4) ise sürekli olarak benzer olayları aktarmanın zaman içerisinde monotonlaştığını, kendilerine gelişim açısından bir şey katmadığını, yaptıkları anlatımların rutine bindiği için anı yaşıyormuş gibi bir duygu yoğunluğu yaşamadıklarını, sıkılma ve bıkkınlık duygusuna kapıldıklarını ifade etmişlerdir.

K2: *“Benzer hikâyeleri ve olayları anlatmak açıkçası bir yerden sonra bıkkınlık oluşturabiliyor...”*

K12*: *“Gelen misafirlerimin duygusu, coşkusu ve hüznü beni etkiliyor. Ancak sürekli benzer hikâyeleri anlatmak beni sıkıyor. Bu yüzden çalışma kartıma hep aynı bir bölgede kalmak ve aynı anlatımları yapmak istemediğim için diğer bölgeleri eklettim. Aynı şeyi tekrar tekrar anlatmak beni geliştirmiyor. Genelde gelen ziyaretçi profilleri de düşük ilgiye sahip ve çok fazla tarih sevmeyen, tarihe merakı olmayan insanlar oluyor. Bundan dolayı kendime bir şey katmadığını hissettiğim için farklı bölgelere yönelmek istiyorum. Bildiğin ezbere bir anlatımı yapıyorsun.”*

K18*: *“Sürekli aynı yerde rehberlik hizmeti vermek belirli bir süreden sonra biraz bıkkınlık duygusunu yaratabiliyor doğru konuşmak gerekirse.”*

Kimi turist rehberleri de(4) meslekte deneyim kazandıkça hissedilen duygu yoğunluğunun azaldığını, defalarca anlattıkları hikâyeden her seferinde aynı düzeyde etkilenmelerinin imkânsız olduğunu ifade etmişlerdir.

K6: *“...o anı yaşadığım gibi yaşadığımı söyleyemem. Ayrıca profesyonel olduğum için birkaç kez den fazla aynı olayı anlattığım için, aynı duygu yoğunluğunu yaşamam mümkün değil. Ben bu işi 22 senedir yapıyorum.”*

K15: “Özellikle turlarıma başladığım ilk dönemlerde çok heyecanlı ve mutlu hissediyordum. Ancak bölgesel turist rehberi olduğumdan sürekli aynı bölgeye tur yaptığım için bu heyecan zamanla yerini monotonluğa bıraktı. Her ne kadar anlatım yaptığım konuyu hissettirebilmek adına çaba sarf ediyor olsam da gerek bölgenin yoğunluğu gerekse insanların günü birlik turlar ile gelmesi neticesinde yorgun olmasından dolayı biraz zor oluyor.”

K29*: “Dürüst olmak gerekirse, ilk başladığımız yıllardaki duyguyu zamanla kaybediyoruz. Yani kaybediyoruz ama gelen turistlere çaktırmamaya çalışıyoruz. Bir itiraf gibi olacak belki. Hani zaten aynı duyguyla yapamazsın bu işi, sonuçta bir insansın sende. Burada bizim duygularımızdan çok karşıya duyguyu geçirebilmek önemli diye düşünüyorum. Bu da aslında biraz profesyonelliğe giriyor. Yani karşımda insanlar ağlayabiliyor ama sen her gün o şekilde ağlayamazsın. Ya da ağlarken anlatamazsın. Burada önemli olan dediğim gibi duyguyu karşıya geçirebilmek. Bizim burada Çanakkale'de yapmaya çalıştığımız şey, aslında kendimizin duygularından çok bu duyguları karşı tarafa geçirmeye çalışmak, karşı tarafın hissetmesini sağlamak...
...Mesleğimin ilk yıllarında Üsteğmen Hasan ve Didar hikâyesini anlattığım zaman çok etkileniyordum. Çok duygulanarak anlatıyordum. Ben belki de bu hikâyeyi 3 binden fazla defadır bölgede aktarmışım. Duygu durumu her aktarımda, her zaman aynı olmuyor. Meslekte deneyim kazandıkça, hissettiğim duyguların yoğunluğu da azalıyor. Ancak bu duygu durumunuzu karşı tarafa çaktırmamanız gerekiyor. Ben birçok turistten şöyle övgüler alıyorum: “Hocam sanki o anı yaşıyormuşsunuz gibi anlatım yaptınız!” diye. Hâlbuki ben yaşar gibi anlatmıyorum, normal anlatıyorum. Ama karşı taraf o şekilde algılayabiliyorsa bu benim için gurur kaynağı oluyor.”

Turist rehberleri meslekte deneyim kazandıkça ve aynı olayı veya hikâyeyi sürekli olarak aktardıkları için eskisi gibi heyecanlı ve yoğun duygulu hissetmediklerini(5) belirtmişlerdir. Ayrıca bazı turist rehberleri gelen ziyaretçilere de bu duygu yoğunluğunu ve hissiyatı geçirmek için çaba sarf ettiklerini ifade etmişlerdir. Bir turist rehberi anlatım yaparken herhangi bir duygu yaşamadan ya da hissetmeden aktarım yaptığını ifade

etmiştir. Bir turist rehberi ise kendi karakterinden dolayı Gelibolu Tarihi Yarımadası'na gittiğinde, kendinin mutlu bir ruh haline ve kişiliğe sahip olması, Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda rehberlik hizmeti verirken de oldukça ciddi bir ortamın olması ve hüznü hikâyelerin ziyaretçilere aktarılmasından dolayı duygu çelişkisi yaşadığını ifade etmiştir. Ayrıca gerçekte hissetmediği duyguları gelen ziyaretçilere yansıttığını ifade etmiştir. Turist rehberlerinin verdiği ifade aşağıdaki gibidir.

K7: “Benim için Gelibolu da çalışmak büyük bir öneme sahip. Çünkü Gelibolu Yarımadası'nda çalışmak gerçekten çok zor. Orada duyguyu karşı tarafta gelen ziyaretçilere aktarabilmek çok önemli... ..Ben karakter olarak çok mutlu neşeli bir insanım. Örneğin Bozcaada ya da Gökçeada turu yaptığım zaman çok neşeli olduğumu görürsünüz. Ama Gelibolu Yarımadası'na gittiğim zaman işler değişiyor. Mod olarak bir hüznü yaşıyorsunuz. Sonuçta yaşanmış elim bir olay var, bir savaş anlatıyorsunuz. Gelen ziyaretçilere bu savaşta hayatını kaybeden gencecik insanlardan bahsediyorsunuz. İster istemez üzüliyorsunuz.”, “Sürekli olarak benzer şeyleri anlata anlata artık tekrar ediyormuş gibi hissediyorum. Eski heyecanım kalmıyor, eski duygularım, duygu yoğunluğu kalmıyor. Sürekli olarak anlatım yaptığım için, belirli bir süreden sonra duygu yoğunluğu ile anlatım yapamıyorum. İster istemez hissetmediğim duyguları, karşıya aktarmaya çalışırken de aynı zamanda karşı tarafın duygulanmasını istediğim için bir duygusal çaba sarf ediyorum.”*

Bazı turist rehberleri (8), ziyaretçi grubunun ilgisinin ve merakının, kendi yapmış oldukları anlatım hissiyatını etkilediğini ifade etmişlerdir. Gelibolu Tarihi Yarımadası'na gelen ziyaretçilerin ilgi düzeyleri, rehberin anlatım yaparken hissettiği duygu yoğunluğunu etkilediği için, turist rehberlerinin derin veya yüzeysel davranışlar sergilemelerine neden olduğu görülmüştür. İlgili ziyaretçilere anlatım yapan turist rehberleri, derin davranışlar gösterirken, ilgisi olmayan veya ilgi alanları farklı olan ziyaretçilere anlatım yapan turist rehberleri de yüzeysel davranışlar sergilemekte. Benzer bir şekilde K8 küçük çocuklara (ilgi alanları oyun olan yaşta çocuklar) anlatım yaparken, küçük çocukların psikolojisini kötü etkilemeyecek bir şekilde aktarım yapmaya çalıştığında, duygusal olarak yoğun hissetmediğini, yetişkin bireyler ile yaptığı turlarda, duygu yoğunluğunu daha çok

yaşadığını ifade etmiştir. Bunun sebebini de, anlattıkları olayları yetişkin insanların zihinlerinde daha kolay canlandırabilmelerine ve böylece aynı anda turist rehberi dekendi zihininde canlandırmalar yaparak anın içerisine dâhil olabildiğine bağlamıştır.

K12*: *“Tabii anlatım yaparken zaman zaman grupla alakalı olarak hissiyatımın kuvveti azalabiliyor veya artabiliyor. Eğer ziyaretçiler meraklı ise ben anlatımı yaparken duygusallaşıyorum.”*

Bu tema kapsamında turist rehberlerinin anlattıkları yaşanmış olaylardan ve kahramanlardan bahsederken hissetmiş oldukları duygusal emek düzeylerini anlamak için yönlendirilen “Gelibolu Tarihi Yarımadası özelinde hangi ziyaret noktalarında ve hangi kahramanları anlatırken duygusal anlamda yoğun hissediyorsunuz? Açıklayınız.” sorusuna, turist rehberlerinin tamamı yaşanmış gerçek olayları ve kahramanları anlatırken yoğun duygular yaşadıklarını ifade etmişler. Bu bağlamda turist rehberlerinin 15’i yaşadıkları bu duygu yoğunluğunun sebebini kahramanların savaşın kaderini değiştirmelerine ve onlara duydukları minnet borcuna bağlamışlardır. Katılımcıların 27’si Mustafa Kemal Atatürk’ten ve Conkbayırı’ndan, 13’ü 57. Alay ve Hüseyin Avni Bey’den, 11’i Seyit Onbaşı’dan, 11’i Ezineli Yahya Çavuş’tan, 8’i 27. Alay ve Şefik Aker’den bahsederken duygu yoğunluğu yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Bu isimlerin dışında katılımcıların zikrettiği diğer isimler ve yerler Nazif Çakmak, Şehitlik Abidesi ve Meçhul Asker Mezarı, Tophaneli Hakkı Bey ve Nusrat Mayın Gemisi, Yusuf Kenan, Bigalı Mehmet Çavuş, Bomba Sırtı ve Dardanos Bataryası’nda Hasan ve Mevsuf Bey, turist rehberlerinin en yoğun şekilde duygusallaştığı noktalar ve isimler olmuştur.

Katılımcıların Çanakkale muharebelerinde yaşanan gelişmeleri ve daha sonraki süreçte Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin kurulmasının temelini Çanakkale’de atıldığına inanmaları, bugün sahip oldukları özgürlüklerin Mustafa Kemal Atatürk ile Çanakkale’de savaşan komutan ve askerlerimiz sayesinde olduğunu düşünmelerinden kaynaklanmaktadır:

K17: *“Daha çok Conkbayırı’nda anlatım yaparken duygusal anlamda yoğunluğu yaşıyorum. Yani o gün Güney Cephesi’nden başlayıp, yarımadaanın tamamını dolaşıp, son nokta olan Conkbayırı’na geldiğimde ve*

çok yorulduğumu hissetmeme rağmen; anlatım yapmaya başladığımda, kendimi anlatıma kaptırıldığımı hissediyorum. Conkbayırı'nın anlatımı bu yüzden benim için çok farklı oluyor. Yaşadığım duygu yoğunluğunun sebebi, herhalde Mustafa Kemal Atatürk'e duyduğum sevgiden kaynaklanmakta. Yani bu özellikle kendime yaşattığım bir olay değil. Conkbayırı'nda farklı bir boyuta giriyormuş gibi hissediyorum. Orası beni hep motive ediyor ve orada anlatım yaparken coşuyorum. Kendi içimde Vatanıma duyduğum sevgi, Mustafa Kemal'in Çanakkale cephesinde yaptığı önemli girişimleri ve Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ne giden süreç duygu yoğunluğu yaşamamı tetikleyen temel unsurlar aslında. Çünkü ben Conkbayırı'nı vatanın kapısı olarak görüyorum. Yani eğer Conkbayırı düşseydi, düşman gemilerinin Çanakkale'den İstanbul'a ulaşabilmeleri mümkün olacaktı. Bunu engelleyen kim Conkbayırı özelinde? Mustafa Kemal Atatürk! Benim özgür yaşamamın temelini atıldığı yer Conkbayırı olduğu için duygu yoğunluğu hissediyorum...”

K28: *“Hissettiğim bu duygu yoğunluğunun sebebi ise bu topraklarda, bu şekilde rahat yaşayabilmemizin minnet duygusu. Aslında onlara duyduğum minnet borcu... Onlara duyduğum bu minnet borcu, benim kendi işimi yapmam için beni motive eden bir unsur haline alır.”*

K30: *“Yaşadığım bu duygu yoğunluğunun nedenini Çanakkale muharebelerinde savaşan askerlerimizin yapmış oldukları fedakârlıklara ve kahramanlıklara duyduğum minnetten dolayı olduğunu düşünmekteyim. Ayriyeten bulunduğu konumu onlara borçlu olduğumu hissetmemden dolayı duygu yoğunluğu yaşamaktayım. Eğer bugün bu topraklarda, özgür bir şekilde yaşayabiliyorsam ve ben turist rehberliği mesleğini özgür bir şekilde icra edebiliyorsam bunu onlara borçluyum.”*

Diğer katılımcılar ise ayrı ayrı olayların ve kahramanların hayat hikâyelerinden ve savaşan askerlerin gözlerini kırpmadan canlarını vatanları için feda etmelerinden etkilendiklerini ifade etmişlerdir:

K8*: “Seyit Onbaşı’yı anlatırken, Nusrat Mayın gemisini anlatırken, Yahya Çavuş anlatırken, Şehitlik Abidesi’nde meçhul askeri anlatırken duygulanarak anlatım yaparım. Hatta grubun içerisinde ağlayanlar da olur. **Bazen benim de gözümde yaşlar süzülür.** Bomba sırtında Mustafa Kemal Atatürk’ün İşte o siperler arasındaki mesafenin 8 metreyi bulduğu demecini aktarıyorum. Hatta anlatım yaparken sesim titrer. Çok duygusal anlar yaşıyorum. Sanki en çok Kuzey sektöründe bomba sırtında, 57 Alay’da ve Conkbayırı’nda anlatım yaparken yoğun bir şekilde duygulanıyorum.”

K16*: “Deniz savaşlarındaki önemli iki kahramanımız var. Bunlardan bir tanesi Nusret Mayın gemisi ve Tophaneli Yüzbaşı Hakkı Bey ile mayın grup komutanı Nazmi Bey. Düşünün ki etrafınız onlarca gemi ile sarılmış ve siz bu gemilere rağmen bir mayın döşeme operasyonu yapmanız gerekiyor. Üstelik Tophaneli Yüzbaşı Hakkı Bey ise kalp hastası. 7 Mart’ı 8 Mart’a bağlayan gece bu operasyonu yürütürken kendisi zaten kalp krizi sonucunda şehit oluyor. Normalde kendisi operasyona çıkartılmak istenmiyor. Değiştirilmek isteniyor. Fakat geminin eğitimini kendisi aldığı için ve vatanın bekası söz konusu olduğu için bu değişimi reddediyor ve kendisi bu göreve çıkıyor. Sonucunda da kalbi bu görevin getirmiş olduğu ağırlığa yenik düşerek şehit oluyor. Yüzbaşı Hakkı Bey anlatırken duygulanıyorum... ..Tabii bu isimleri, kişileri aktarıyorum. Bölgeyi ziyarete gelen ziyaretçilere “atalarımız bizlere güzel bir vatan bırakmak için ellerinden, kollarından, ayaklarından ve canlarından vazgeçmişler. Bunun sonucunda da bize bu vatani emanet etmişler. Biz de onlara yakışır evlatlar ve torunlar olalım!” diye aktarmaya çalışıyorum. İşte tam bu esnada yoğun duygular yaşıyorum. Bazen gözümün dolduğu bile oluyor.”

K25: “Ben en çok İkiz Koyu’ndaki 26 Alay, 2. Tabur, 7 bölük kumandanı Yüzbaşı Yusuf Kenan’ın, 25 Nisan’da inisiyatif olarak, İngiliz birliklerinin İkiz Koyu’ndaki çıkartma hareketine karşı durması beni çok etkiler. Kendisi 27 yaşındadır. Alçıtepe köyünden, Seddülbahir bölgesine takviye birlik olması yönünde emir alır. Yolda giderken İkiz Koyu’na çıkarma yapıldığını fark

eder. Komutanı kendisine bir görev vermiştir. Ancak bu görevi yerine getirmeye giderken, yolda çok farklı bir durumla karşılaşmıştır. 27 yaşında Yusuf Kenan bu karşılaştığı durum karşısında hemen inisiyatif kullanarak, İkiz Koyu'na çıkartma yapan İngiliz kuvvetlerine, tereddüt etmeden, yaklaşık 300 kişilik bir birlikle, kendinden kat kat üstten düşmana hücum etmiştir. İkiz Koyu'na İngiliz kuvvetlerinin kısa sürede çıkış yapmasını engellemiştir. Tam olarak çıkmalarına engel olamamıştır ama onları geciktirmiştir. Kendisi bu manevrayı yaparken şehit olmuştur. Seddülbahir bölgesindeki savaşın seyrini değiştirir kendisi. Artık Yusuf Kenan Çanakkale toprağına karışmıştır... Bunu anlatırken çok duygulanıyorum. Çünkü Yusuf Kenan çok genç, 27 yaşında ve evli. Onu bugünkü 27 yaşındaki gençlerle mukayese ederken, hem üzülüyorum, hem de onun için gururlandığımı söyleyebilirim. Bu duygu durumunu yaşamamın temel sebebi; burada bir fedakârlık söz konusu... Yusuf Kenan bu inisiyatifi almadan, belki Çanakkale muharebelerinde hayatta kalabilirdi ve Çanakkale muharebelerinin seyri çok farklı bir şekilde ilerleyebilirdi. Belki Yusuf Kenan bu manevrayı yapmamış olsaydı, kaybımız iki katına çıkabilirdi ya da ilk gün çıkartma yapan İngiliz Kuvvetleri hedeflerinde bulunan Alçıtepe Köyüne ulaşabilirdi. Buradaki Savaş belki 9 ay değil de 19 ay sürebilirdi. 9 aydaki zayıtımızın 2-3 katı bir zayıt verebilirdik. İngilizlerin galibiyeti ile de son bulabilirdi. Bu benim açımdan çok önemli ve inanılmaz bir şey. O yüzden duygu yoğunluğu yaşıyorum.”

K26 ise anlattığı gerçek olay ve kahramanlardan etkilenmenin yanı sıra, gelen ziyaretçilerin duygu yoğunluğuna girmelerinin kendi anlatımını etkilediğini ve kendisinin de gelen ziyaretçilerle beraber duygu yoğunluğu yaşadığını ve ifade etmiştir. Bu bağlamda derin davranışlar sergilediği görülmüştür.

K26: “Bir anlatımda ağladığımı hatırlıyorum. Bayağı kendimi kaptırdım, sesim kısıldı, anlatmakta zorlandım. Ziyaretçiler mendil verdiler. Ama bir kere oldu... ..Özellikle o ağladığım zaman **grup çok iyi dinleyen bir gruptu.** Almanya'dan gelen Türklerdi ve her anlattığım şey onlarda, yerli gruplara göre 2-3 misli etki yaratıyordu. Onların arasından da ağlayan çıkıyordu. Normalde ben olayları gerçekçi anlattığım için çok fazla karşılaştığım bir

durumda değil ziyaretçilerin ağlamaları. Bu bahsi geçen ziyaretçiler sanırım Almanya'dan geldikleri için, çok duygusaldılar. Bu durumda o anda ben de onlarla beraber duygusallaşmaya başladım ve öyle onlara anlatım yaparken ağlamaya başladım.”

Turist rehberlerinin ifadeleri doğrultusunda, turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun yaşanmış gerçek bir olayı veya bir kahramanı anlatırken, gerçekte hissettikleri duygular ile ziyaretçilere yansıttıkları duyguların aynı olduğu ve derin davranışlar sergiledikleri görülmüştür. Bununla beraber Tema 1 de ortaya çıkan ve turist rehberleri için sorun olarak görünen Gelibolu Yarımadası ile ilgili ziyaretçiler tarafından doğru bilinen yanlışlar ve birtakım hurafe anlatımların olması, turist rehberlerinde duygusal olarak yorgunluk hissi yarattmaktadır. Turist rehberlerinin, doğru bilinen yanlışları düzeltirken ve bir takım efsanenin, uydurulmuş hikâyeler-hurafeler olduğunu aktarırken ziyaretçilerin tepkileriyle karşılaştıklarında, bu tepkiler karşısında da yüzeysel davranışlar sergiledikleri görülmüştür. Ayrıca meslekte deneyim kazandıkça, turist rehberlerinin hissettikleri duygu yoğunluğunun azaldığı görülmüştür.

Bu tema kapsamında turist rehberlerinin, gelen ziyaretçilere birşeyler katıp katmadıklarını ve aynı zamanda bunun, duygusal olarak kendilerini nasıl etkilediğini anlamak için yönlendirilen “Gelibolu Yarımadasında yaptığınız anlatımların gelen ziyaretçilere bir şeyler kattığını düşünüyor musunuz? Açıklayınız” sorusuna, turist rehberlerinin tamamı gelen ziyaretçilere birşeyler kattıklarını düşünmektedirler. Katılımcıların 16 tanesi, ziyaretçilerin doğru olarak bildikleri yanlışlarını düzelterek katkı sağladıklarını ve Çanakkale hakkında doğru bilincin oluşmasına katkı sağladıklarını, 7 tanesi Gelibolu Tarihi Yarımadası’nda yaşanmış olan olaylar üzerinden örnekler vererek günümüzü kıyasladıklarını ve ziyaretçilere sorgulama duygusunu tetiklediklerini, sosyal mesajlar verdiklerini, 3 tanesi vatan sevgisi ve birlik-beraberlik duygusunu ziyaretçilere aşıladıklarını ifade etmişlerdir. Bunların dışında 3 turist rehberi ziyaretçilerine kitap önerilerinde bulduklarını, 2 tanesi disiplin-özverili çalışma duygusunu ve liderlik ruhunu gelen ziyaretçilere kattıklarını düşünmektedirler.

K3: *“Öncelikle bu alan gezilirken doğru anlatımlar yaparak, gelen ziyaretçilerin doğru bildiği yanlışları düzeltebiliyoruz...”*

K10: “Evet, katkı sağladığımı düşünüyorum. Öncelikle turdan sonra genellikle yanıma gelen ziyaretçiler bana şu ifadeyi çok sıklıkla kullanmaktalar: “Biz savaşı böyle bilmiyorduk!”. En başında Çanakkale Savaşı'nu birçok insan 18 Mart'ta bittiğini düşünüyorlar veya biliyorlar. En basit örnekten yola çıkarsak, burada askerler ne yemişler, ne içmişler, hangi şartlar altında savaşmışlar... Bunun gibi pek çok şey dilden dile anlatılırken Çanakkale'de romantize edilerek anlatım yapılmış zamanında. Yaşananların romantize edilmeden de, abartılmadan da, hikâyeleştirilmeden de aslında her şeyin çok duygusal olduğunu fark ettiklerini söylüyorlar. Hurafelere gerek yokmuş zaten diyor insanlar. Genellikle bu tarz olumlu geri dönüşler alınca da, kendimi çok gururlu hissediyorum. Sanki hedefime ulaşmışım gibi hissediyorum.”

K12*: “Çok şey kattığını düşünüyorum. Çünkü anlatımı mesajlarla yapmaya çalışıyorum. Yıllardır yaptığım anlatımlarda mesajlar vererek, günümüzde kıyaslayarak anlatım yapmayı tercih ediyorum. Örneğin Gelibolu Yarımadasında yaşanmış yangını bile anlatırken yeşili korumamız gerektiğini, çevremize ve dünyamıza sahip çıkmamız gerektiğini, su kaynaklarımızı kirletmememiz gerektiğini gibi... Böyle konulara bağlayarak mesajlar vermeye çalışıyorum. Tabii kalktı sağlığı düşünmem duygusal anlamda beni olumlu etkiler. Günün sonunda yaptığım işi hakkaniyeti ile yaptığımı, aldığım paranın son kuruşuna kadar helal olduğunu hissederim.”

Turist rehberlerinden 28'i gelen ziyaretçilere katkı sağladıklarını düşündüklerinde olumlu hissettiklerini, mutlu olduklarını, gururlu hissettiklerini, işlerini yaparken daha istekli ve özverili olduklarını ve işlerine bağlandıklarını ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinden 2 tanesi ise olumlu birşeyler kattığını düşündüklerinde ise sadece işlerini yaptıklarını, duygusal anlamda etkilenmediklerini ifade etmişlerdir.

K18*: “Tabii ziyaretçilere bir şey kattığımı düşünmek duygusal anlamda görevimi iyi yaptığımı hissettiriyor. Bu duygu durumu da bana iyi hissettiriyor. Sonuçta Gelibolu Yarımadası'nda rehberlik hizmeti veriyorsanız

büyük bir sorumluluk üzerinizde var. İnsanları doğru bir şekilde bilinçlendirme açısından değerlendirdiğimizde rehberlerinde birer nefer olduğunu söyleyebilirim. İnsanlara az da olsa bir şeyler katabilmek mutluluk veriyor.”

K21: *“Kesinlikle duygusal anlamda etkiler. Belli bir tatmin sağladığını söyleyebilirim bunun. Birçok insan mesleği gereği kalkıp da, sürekli olarak yeni yeni 40-45 kişilik bir gruba karşı konuşma imkânı bulamayabiliyor. Ben sürekli olarak o insanlarla yaşanan olayları ve bu olayların dışında kendimle alakalı bir takım şeyleri paylaşma fırsatı bulabiliyorum. 45 kişinin karşısında bilgi biriktirmeye oturmuş ve kendini geliştirmiş bir birey olarak, onlara bir şeyleri anlatmak mesleki açıdan da bir doyum sağlıyor. Bir özgüven iyileşmesine de sebep olabiliyor diyebilirim.”*

K22: *“...Tabii ki duygusal anlamda bu beni olumlu etkiliyor. Öncelikli olarak gururlandırıyor ve yaptığım işten zevk almaya başlıyorum. Daha bir şevkle yapmaya başlıyorum işimi. Yani işime motive oluyorum.”*

Turist rehberlerinden 27 tanesi gelen ziyaretçilere bir katkı sağlamadığını düşündüklerinde üzüldüklerini, moral ve motivasyon açısından olumsuz hissettiklerini ifade etmişlerdir. Bunun dışında kalan 3 turist rehberi ise gelen ziyaretçilere katkı sağlamadıklarını düşündükleri durumlarda, profesyonel olarak iş yaptıklarını ve bu yüzden duygusal olarak etkilenmediklerini ifade etmişlerdir:

K28: *“Eğer katkı sağlamadığımı düşünürsem, karşı tarafa bilgi aktaramadığımı, yetersiz olduğunu düşünürsem moralim bozulur. Ama tam tersi bir durum söz konusu olursa ve ben onlara bir şeyler kattığımı hissedersen, anlattıklarımın farklı bir şey duyduklarında, gözlerindeki ışığı görürsem de daha fazla tatmin olmuş oluyorum ve daha fazla bilgi vermeye eğilimli oluyorum.”*

K27: *“Duygusal anlamda ziyaretçilere bir şey kattığımı veya katmadığımı düşünmem beni duygusal anlamda etkilemez. Çünkü kimseye bir şey öğretmek*

gibi bir zorunluluğum yok. Ben olaya biraz daha profesyonel yaklaşıyorum. Ben her zaman elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım. Anlatabildiğim şeyleri anlatırım. Almak isteyen alır, almak istemeyen için de zaten yapacak bir şey yoktur. Kimseye zorla bir şeyler anlatmanın ya da bir şeyler anlatmaya çalışmanın bir anlamı yok.”

Bu tema içerisinde turist rehberlerinin tur sonunda kendilerini duygusal anlamda nasıl hissettiklerini öğrenmek adına “Gelibolu Yarımadası’nda gerçekleştirdiğiniz turun sonunda kendinizi nasıl hissediyorsunuz? Açıklayınız” sorusu sorulmuştur. Bu soruya cevap veren turist rehberlerinin 25 tanesi Gelibolu Tarihi Yarımadasında gerçekleştirdikleri turdan sonra duygusal anlamda iyi hissettiği ifade etmişlerdir. 3 turist rehberi eğer turdaki ziyaretçileri ilgiliyse ve tur iyi geçtiyse iyi hissettiklerini, eğer bir problem yaşarlarsa da kötü hissettiklerini ifade etmişlerdir. K27 duygusal anlamda yorgun hissettiğini ifade etmişken, K29 bu soruya net bir cevap vermemiştir. Turist rehberlerinden 12 tanesi bu soru özelinde, Tema 1 içerisinde yer alan zorlukların getirmiş olduğu fiziki yorgunluklara değinmişlerdir. Gelibolu Yarımadasının oldukça büyük olması, anlatımın yoğun olarak yapılmasından kaynaklı fiziki tatlı bir yorgunluk yaşadıklarını ifade eden turist rehberleri, duygusal olarak da işlerini tamamlamış olmanın verdiği huzur ve mutluluğu yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Buna ek olarak 15 turist rehberi, Gelibolu Yarımadası’ndaki turlarını tamamladıktan sonra, duygusal açıdan tatmin olduklarını, manevi açıdan huzur bulduklarını ifade ederken, 5 turist rehberide gururlu ve ayrıcalıklı olarak hissettiklerini ifade etmişlerdir.

K6: *“Turun sonunda kendimi yorgun hissedirim. Fiziki yorgunluktan bahsediyorum... Ama manevi açıdan son derece dinlenmiş, Huzur bulmuş olarak ayrılıyorum yarımadadan. Ben şahsen turlarımın süresini, fiziki yorgunluğumu görmezden gelerek, olabildiğince uzatmaya çalışıyorum. Tabii hissiyatım da bu doğrultuda ise ve grup da bu doğrultuda katılım sağlıyorsa çok güzel oluyor. Manevi anlamda çok çok iyi hissediyorum. Özellikle ziyaretçi grubu son derece uyumlu ve bilgiye alıcı bir grupsa işimi tam anlamı ile yapmış hissederek evime huzurlu ve gururlu bir şekilde dönüyorum.”*

K11: “Mutlu hissediyorum. Görevimi yapmış olmanın verdiği bir huzur doğuyor içime. Ben buradaki yaptığım anlatımları sadece bir rehberlik hizmeti olarak değil, aynı zamanda ciddi bir görev olarak algılıyorum. Sanki Çanakkale'nin tanıtımı ile ilgili görevli biri gibi hissediyorum. Çanakkale'nin benim açımdan yeri farklıdır. Vatani bir görev olarak görüyorum. Herkese nasip olmayan, herkesin elde edemeyeceği bir görev diye kendimi ayrıcalıklı hissediyorum.”

K13: “Manevi yönden kendimi çok zirvede hissediyorum. Tabii zirvede hissetmeme neden olan duygu aslında vatanıma duyduğum sevgidir.”

K21: “Açıkçası genel olarak iyi hissediyorum. Ufak bir yorgunluk mutlaka oluyor. Çünkü takdir edersiniz ki birçok bölgede yapılan anlatımlardan daha çok anlatım yapıyorsunuz Gelibolu tarihi Yarımadası'nda. Aynı zamanda manevi yönü de ağır. İster istemez bir yorgunluk hissi insanda yaratıyor. Ama onun dışında günün sonunda da birçok insanın doğru bildiği yanlışları düzenlemenin düzeltmenin mutluluğu da oluyor açıkçası.”

K27: “Yorgun hissediyorum. Aslında yorgunluğum hem ruhsal hem bedensel. Ben Çanakkale'nin Gelibolu Yarımadası'nın gerek arazi olsun, gerekse anlatımlar olsun en güzel rehberlik yapılabilecek alan olduğunu düşünüyorum. Çünkü burada dengeyi çok iyi korumanız gerekiyor. Kullanacağınız ifadeler çok önemli. Bu kullanacağınız ifadelere gelebilecek tepkileri, önceden ön görmeniz gerekiyor. Tabii bu durum sizi ruhen ve bedenlen yoruyor.”

K21 Gelibolu Tarihi Yarımadası'nın manevi yönüne dikkat çekerek, tarihi yarımada da yaşanan olayların duygusal anlamda yaraladığına, üzüntü ve hüznü yarattığına dikkat çekmiştir. Bu duygusal yorgunluğa rağmen iyi hissetmesinin altında yatan sebep ise insanlara birşeyler katabilmek, gelen ziyaretçilerin doğru bildikleri yanlışları düzeltebilmek olabilir. Öte yandan diğer katılımcılardan farklı olarak K27, fiziki ve duygusal anlamda bir yorgunluk yaşadığını, ziyaretçilerden tepki almamak için anlatım

yaparken sürekli olarak kullanacağı ifadelere dikkat etmesinin kendisini ruhen ve bedenlen yordugunu ifade etmiştir.

Bu tema içerisinde son olarak turist rehberlerine Gelibolu Yarımadası'na gelen ziyaretçilerin tur süresi boyunca özel istekleri olup olmadığını ve bu özel isteklerin turist rehberlerinin duygu durumlarını nasıl etkilediğini, hangi davranış türlerini ziyaretçilere karşı sergilediklerini anlayabilmek için “ Gelibolu Tarihi Yarımadası'nı ziyarete gelen gruplardan gerek yapacağınız anlatımlar gerekse farklı konular hakkında hiç özel bir istekte veya talepte bulunuldu mu? Açıklayınız.” sorusu sorulmuştur. Bu soruya cevap veren turist rehberlerinin 27 tanesi gelen ziyaretçilerin birtakım özel istekleriyle karşılaştıklarını ifade ederlerken, 3 tanesi ise hatırladıkları kadarıyla herhangi bir özel istekle karşılaşmadıklarını ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinin ifadeleri doğrultusunda bu özel istekler; şehit yakınlarının kaybetmiş oldukları akrabalarının mezarını bulmak istemeleri ve savaştığı cepheye gidip görme isteği (13), turist rehberinden gerçeklikle bağdaşmayan bir takım hurafelerin anlatılması isteği (8), tur programı dışındaki yerlere gitme isteği (7), biryerlerde birşeyler okuyup da gelen ziyaretçilerin, özel sorular sormaları (5), gelen ziyaretçilerin Şehitlik Abidesi'nde ya da Namazgâh Tabyasında ibadet etme isteği (3) ve gelen ziyaretçilerin turist rehberinden kendilerini ağlatmalarını istemeleri (K14 ve K18) şeklindedir. Bu özel isteklerin turist rehberlerinin duygu durumunu nasıl etkilediğini öğrenmek adına yöneltilen soruya ise turist rehberlerinin 13 tanesi olumlu yönde etkilendiklerini, ziyaretçilerin özel isteklerini yerine getirerek mutlu olduklarını (9), daha motive olduklarını (3), gururlandıklarını (2) ve tatmin olduklarını (2) belirtmişlerdir. Bu soruya 8 turist rehberi kötü etkilendiklerini ifade ederken, 9 turist rehberi ise ziyaretçilerin özel isteklerini gerçekleştirip gerçekleştirilememeden duygusal olarak etkilenmediklerini ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinin ifadeleri aşağıda verilmiştir.

K3: “Zamanında burada hayatını kaybetmiş, dedesi savaşta hayatını kaybetmiş, şehit olmuş kişilerin torunları bölgeyi ziyarete geldiklerinde, bunlarla ilgili özel anlatımlar isteyenler olabiliyor. Bunun yanı sıra cephe gerisinde, sargı yerlerinde çalışan sağlıkçılara yönelik birtakım sorular gelebiliyor... ...Tabii duygusal anlamda da, size yönlendirilen soruyu cevaplamak sizi çok rahatlatıyor. Duygusal olarak olumlu hissetmenize neden oluyor, motive oluyorsunuz. Aynı zamanda siz cevap verdiğiniz zaman,

ziyaretçinin tatmin olduğunu da gözlemliyorsunuz. Bu da ayrı bir mutluluk veriyor.”

K3 bölgeye gelen ziyaretçilerin, hayatını kaybeden yakınlarına ait mezarlarını ve savaştığı cepheleri görmek istediklerini ve özel anlatımlar talep ettiklerini ifade etmiştir. Ayrıca ziyaretçilerin bu özel istekleri bağlamında sordukları soruları cevaplandırıldığında mutluluk yaşadığını ifade etmiştir. Hurafe anlatımları ile ilgili olarak da K4 ve K12 aşağıdaki ifadeleri söylemiştir.

K4: *“Tabii öyle özel istekler geliyor. Örneğin üniversitede elektronik ve haberleşme dördüncü sınıf olan bir öğrenci kendisine anlatılan bir olayı anlattı bana: “Bir evliya varmış. Sirtında kamburu varmış. Kamburunu kesmiş ve bütün ordu'ya su vermiş” gibi... “Böyle bir şeyden haberiniz var mı?” diye sordu. Ben de böyle bir şeyin olamayacağını, kendisinin üniversite 4. sınıf öğrencisi olarak böyle bir düşünceyi nasıl kabul ettiğini hayret ederek belirttim.”*

K12*: *“Tabii oluyor önceden ismini vermek istemediğim bir sözde yazarın kitabını okuyup gelenler, bu yazarın yazdığı kitaptaki, gerçeklikle bağdaşmayan hikâyeleri duymak istiyorlar. Öğrencilerin başında gelen öğretmenlerin “Bunları çocuklara anlatsanız” demeleri beni üzüyor. Yani ben her ne kadar olayın böyle olmadığını onlara izah etmeye, doğrusunu aktarmaya çalışsam da ne kadar etkili olduğumu bilemiyorum.”*

K4 ve K12 nin vermiş oldukları ifadeler doğrultusunda turist rehberlerinin bir şaşkınlık yaşadığı ve üzüntü gibi olumsuz duygular yaşadıkları anlaşılmıştır. Yine bununla bağlantılı olarak K18 hem gelen ziyaretçilerin gerçeklikle bağdaşmayan hurafe anlatım taleplerine karşı, hem de ziyaretçilerin kendisinden, kendilerini ağlatmasını istemelerine isyan ettiği aşağıdaki ifadesinden anlaşılmaktadır.

K18*: *“Tabii tur programına başlamadan telefonda önceden arayıp “Bu konuları anlatacak mısınız?”, “Lütfen güzel güzel anlatın, bol bol ağlayalım!” gibi bir takım özel istekleri oluyordu. Ben de bol bol ağlatan*

*diye ifade eden kişilere zaten yaşanan savaşın oldukça hazin olduğunu, hayatını kaybeden yirmili otuzlu yaşlardaki genç insanların, gözlerini kırpmadan vatanlarını kurtarmak için hayatlarını ortaya koyduklarını ve bu durumun yeteri kadar ağlanması gereken bir durum olduğunu ifade edince geri adım atıyorlar. **Bence savaşta hayatını kaybetmiş insanların ölümü bu kadar duyarsızlaştırmamalı...** Zaten Mehmetçiğin yapmış olduğu fedakârlıkları göz önünde bulundurarak, anlatım yapsanız bile yeterli olacaktır. Tabii böyle özel istekler gelince, bunlar beni biraz **sinirlendiriyor**. Bazen kendi içimden “Yetmiyor mu? İnsanlar zaten hayatını Ortaya koymuş! İlla olağanüstü hikâyeler mi duymak ve ağlamak istiyorsunuz! Neden sürekli askerlerin perişan bir vaziyette olmaları gerektiğini görmek istiyorsunuz! Buradaki insanlar savaşta kolunu, bacağını kaybediyor zaten! En önemli şey yaa hayatını kaybediyor! Daha ne bekliyorsunuz! Neden aç kaldıklarını üzüm hoşafı ve kuru ekmek yediklerini duyup ağlamak istiyorsunuz!” diye **söyleniyorum.**”*

Genelde ziyaretçilerin özel isteklerini çeşitli nedenlerden dolayı gerçekleştirilemeyen turist rehberleri duygusal anlamda kötü etkilendikleri görülmektedir. Ayrıca ziyaretçilerin turist rehberinden bir takım gerçeklikle bağdaşmayan hikâyeleri anlatmasını ve ağlatmasını istemeleri, turist rehberlerinin bazılarını duygusal anlamda kötü etkilediği görülmüştür. Bununla ilgili olarak K18 vermiş olduğu ifadesinde gerçekte hissettiği duyguları olduğu gibi karşı tarafa iletmediğini belirtmiş ve K18’in yoğun duygusal emek sarfettiği görülmüştür.

Son olarak bu soru kapsamında ziyaretçilerin özel istekleri gerçekleştirilebilen turist rehberlerinin bazılarının derin davranışlar (15) sergilediği görülürken, bazı turist rehberlerinin yüzeysel davranışlar (2) sergilediği ifadelerinden anlaşılmıştır. Bununla ilgili turist rehberlerinin verdikleri ifadeler aşağıda yer almaktadır.

K25: *Kesinlikle oluyor. Özellikle yabancı ziyaretçiler de bu sıklıkla karşılaştığımız bir durum oluyor. Özellikle burada savaşan aile fertlerinin, mezar yerlerini, savaşmış olabileceği cepheleeri, siper hatlarını görmek istiyorlar. Bu özel istekleri gerçekleştirilemediğim bir zaman olmadı. Çünkü tura başlamadan önce, özellikle yabancı ziyaretçilere sorarız; "Özel olarak*

ziyaret etmek istediğiniz bir nokta var mıdır?" ya da "Gelibolu ile alakalı özel bir durumunuz söz konusu mu?" diye. Bu soruları sorduğumuzda zaten cevap gelir. Bizde tur programını bu özel durumlara göre revize ederiz. Tabii bu özel istekleri gerçekleştirdiğinizde, ziyaretçilerle duygusal anlamda bir bağ kuruyorsunuz. Çünkü ziyaretçi elinde çok az bir bilgi ile gelmiştir. bizim bağlantılarımız ve bugüne kadar biriktirdiğimiz bilgi birikimiyle, ziyaretçinin bize verdiği küçük bilgiyi, biraz araştırmayla büyütürüz. Elde ettiğimiz bilgi ışığında, çok yakın tahminlerde bulunuruz. Nokta atışı yaptığımız durumlar da olabiliyor. Artık bu durum ziyaretçi ile sizi bağlayan bir nokta oluyor. **Çünkü aile bireyinin hayatını kaybettiği yeri birlikte yürümek, defin edildiği alını göstermek ve orada herkese bir zaman tanımak duygusal anlamda gerçekten büyük bir bağ kurmamıza neden oluyor. Burada benim ne kadar hüznü olsam da, karşı tarafın hüznünün yanında, benim hüznümün çok fazla değeri olmadığını düşünüyorum. Burada binlerce, on binlerce ana evladı, insan hayatı yok olmuş. Her iki taraftan bahsediyorum... Bu noktada karşı tarafı anlamaya çalışıyorsunuz. Sadece bu kişiyle(ziyaretçiyle) onun hüznünü **paylaştığınızı hissettirmeye çalışıyorsunuz. Tabii bu durum beni etkiliyor. Hüznülenmemek gerçekten elde değil...****

K25 yabancı ziyaretçilerden gelen yakınlarına ait mezarın ve savaştığı alanların bulunması ve ardından ziyaretçilerle birlikte mezarı ziyaret etmesi, ziyaretçilerle birlikte hüznün yaşaması derin davranış gösterdiği görülmektedir. K16 verdiği ifadeye ise yabancı ziyaretçilerden gelen benzer istek karşısında onların acısını paylaşmış gibi göstererek yüzeysel davranışlar sergilemektedir.

K16*: "Oluyor. Özellikle yabancılarda burada savaşmış ve burada hayatını kaybetmiş akrabaları olan ziyaretçiler alanı ziyaret ediyorlar. Yabancılarda ölen askerlerin nerede hayatını kaybettiği, nerede savaştığı ve nerede defin edildiği hakkında bilgiler var. Bunlar yazıyor. Bu yabancı Ziyaretçiler de bu noktalara akrabalarının veya dedelerinin hayatını kaybettiği, savaştığı noktaları ziyaret etmek istiyorlar. Böyle talepleri geliyor. Tabii biz de bu talepler doğrultusunda gelen ziyaretçileri istedikleri noktalara götürüyoruz. o

anda bir duygu seli yaşıyor ister istemez. O noktada yabancı ziyaretçiye destek olmaya çalışıyoruz. Bu durum insan olarak duygusal anlamda beni etkiliyor. Ancak en nihayetinde orada hayatını kaybeden kişi benim ülkemi işgale gelen bir kişi. Sonuç olarak ben Türk vatandaşıyım ve burada hayatını kaybetmiş şehit olmuş Türk askerlerinin torunuyum. İster istemez "İyi ki geçememişler" hissi oluyor. Ama her ne kadar düşman da olsa sonuçta bir insan. 100 yıl sonra torunu gelip dedesinin mezarı başında ağlayınca destek olup teselli etmeye çalışıyorum."

Bu tema bağlamında sorulan sorular bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin, tamamının yoğun duygusal emek sarfettiklerini, büyük çoğunluğunun derin davranışlar sergilediği, ifadelerinden anlaşılmaktadır.

4.1.3. Tema 3: Yapılan Anlatımlara Bağlı Olarak Hissedilen İş Tatmini

Turist rehberlerinin yaptıkları anlatımlara bağlı olarak, işlerinden ne düzeyde tatmin olduğunu ortaya çıkarabilmek adına iş tatmini teması oluşturulmuştur. Bu temanın altında da olumlu duygular ve olumsuz duygular olarak alt temalar oluşturulmuştur. Turist rehberlerinin iş tatmini yaşamasını sağlayan olumlu duygular "Olumlu Duygular" alt teması içerisinde verilirken, turist rehberlerinin iş tatminsizliği yaşamalarına neden olacak olumsuz duygularda "Olumsuz Duygular" alt teması içerisinde verilmiştir. Bu bağlamda turist rehberlerinin iş tatmin düzeylerini anlayabilmek adına, turist rehberlerine 6 tane soru yönlendirilmiştir. Bu sorulara turist rehberlerinin verdikleri cevaplarla iş tatmin düzeyleri ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır.

Turist rehberlerine yönlendirilen "Gelibolu Tarihi yarımadasında yaptığınız turlardan sonra yaptığımız işle ilgili neler hissedersiniz? Açıklayınız." Sorusuna turist rehberlerinin büyük çoğunluğu (24) genelde yaptıkları turlardan sonra, kendi işleriyle ilgili olarak olumlu duygular hissettiklerini ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinin tur sonunda, kendileri ile ilgili hissettikleri olumlu duygular genelde tatmin duygusu (12), mutluluk ve memnuniyet duyguları (21), zevk almak (5), gurur duymak (4), huzurlu ve rahatlamış

hissetmek (4) ve ayrıcalıklı hissetmek olarak çıkmıştır. Turist rehberlerinin Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda yaptıkları anlatımlarla insanlara faydalı olduklarını düşünmeleri (9), turist rehberliği mesleğinin hayallerindeki iş olduğu, Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda verdikleri rehberlik hizmetinin de sıradan rehberlik hizmeti olmadığını, burada verilen rehberlik hizmetini bir görev veya vatani görev olarak görmeleri (2), turist rehberlerinin anlatım yaparken manevi açıdan meshuliyet hissetmeleri (1) gibi nedenler olumlu duygular hissetmelerine ve iş doyumunu yaşamalarına neden olmuştur.

K1*: *Bu meslek benim hayalim. Ben liseye başladığım günden itibaren turist rehberi olmak istediğimi biliyordum ve gün sonunda da bunu başarabilmiş olmanın verdiği bir rahatlıkla birlikte mutlu oluyorum. Tabii gün içerisinde problem yaşamışsam, onun yorgunluğu oluyor. Yaptığım işi çok sevdiğim için kendimi çok iyi hissediyorum. Yapmaktan inanılmaz keyif aldığım bir mesleğe sahip olduğum için çok mutlu ve tatmin olmuş hissediyorum.*

K4: *Karşı tarafı ben hiçbir zaman rehberlik yaptığım bir alan olarak göremedim. Evet, karşı tarafta yaptığım anlatımlara istinaden bir rehberlik ücreti alıyorum. Ancak burayı ben rehberlikten çok daha öte bir yer olarak görüyorum. Çünkü Türkiye Cumhuriyeti'nin temelini atıldığı yer burası. Ben bunu vatan görevi olarak görüyorum. bu yüzden de oldukça memnunum.*

K8*: *Kendimi çok iyi hissediyorum. Kendimin de yaptığım anlatımlardan manevi haz aldığımı düşünüyorum. Şehitliği anlatarak tarihimize anlatarak insanlara faydalı olduğumu düşünüyorum. Özellikle kendimi işe yaramış hissediyorum. Fiziksel ve duygusal yorgunluğa rağmen kendimi işe yaramış hissetmem bana iyi hissettiriyor. Duygusal anlamda doyuma ulaşıyorum.*

K18*: *Kendi üzerime düşen görevini yerine getirebilmenin huzuru, insanlara bir şey katabilmiş olmanın tatmin duygusu, benim kendi yaptığım işimden memnun olmamı sağlıyor*

K22: *Yaptığım iş maddi anlamda beni tatmin ediyor. Zaman içerisinde yaptığım işin ne kadar önemli olduğunun farkına vardım. İlk başlarda*

Çanakkale'deki tur rehberliği hakkında pek bir bilince sahip olmuyorsun. Daha sonrasında turlara çıktıkça bu bilinç yerine oturuyor ve yaptığın işin ne kadar önemli olduğunun farkına varıyorsun açıkçası. Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda insanlara anlatım yaparken, geçmişten günümüze örneklemeler vererek, bugün neleri yapmamız ve neleri yapmamız gerektiği hakkında bilgiler veriyorum. İnsanları doğru bildiğim yola yönlendirmeye çalışıyorum. Gelibolu Yarımadası'ndaki rehberlik hizmetini bir görev olarak görüyorum. Bu yüzden yaptığım işi seviyorum.

3 turist rehberi yaptıkları işle ilgili olarak olumlu ve olumsuz duygular hissetmelerini, turun gidişatı ile ilgili olduğunu ifade etmişlerdir. Genel anlamda olumlu hissedenden bu 3 turist rehberi, eğer turda aykırı gruplar olursa veya herhangi bir olumsuzluk yaşarlarsa yorgunluk, yarım kalmışlık ve sıkılma-bıkkınlık gibi olumsuz duygular hissettiklerini ifade etmişlerdir:

K10: *Genellikle memnuniyet hissederim. Turu tamamladıktan sonra çok ender de olsa yolcudan veya hava koşullarından kaynaklı bazı noktaları atlamak zorunda kaldıysam yarım kalmış hissederim. Çünkü her yerin ayrı bir anlatımı var o zaman bazen bende böyle bir yarım kalmış hissedebiliyorum. Kendi içimde iki gün düşünürüm. Keşke şöyle yapsaydım, böyle yapsaydım, keşke anlatım yapabilseydim gibisinden. Ama genelde tatmin olmuş hissediyorum kendimi.*

Son olarak K21 olumsuz duygular hissettiğini ve iş doyumunun zamanla azaldığını ifade etmiştir.

K21: *Açıkçası çok fazla anlatım var ve bu anlatımı sürekli olarak yapmak belli bir ölçüde tatmin sağlama hissi veriyor. Fakat yapılan turların çeşitli olmaması, tekdüze olması, bir yerden sonra sürekli tekrar etmesi beni olumsuz yönde etkiliyor diyebilirim. Çünkü sürekli olarak aynı şeyleri tekrar ediyorsun, sürekli olarak kendini geliştirmenize rağmen, karşıda sizin kendinizi geliştirmeniz gerektiği ile ilgili tetikleyici bir şey görmüyorsunuz,*

böyle bir talep yok. Yüzeysel anlatıma razı kalıyorlar. Sürekli olarak yüzeysel anlatım yapmak bir yerden sonra artık tatmin etmiyor diyebilirim.

Genel anlamda turist rehberlerinin büyük çoğunlu Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda gerçekleştirdikleri turun sonunda mutlu, huzurlu, rahatlamış, görevini yerine getirmiş şekilde hissetmektedirler. Bu durumda onların iş doyumunu olumlu yönde etkilemektedir. Hatta bazı turist rehberleri ziyaretçilerden aldıkları olumlu geri dönüşler sonucunda mutlu olduklarını ve işlerine daha çok bağlandıklarını ifade etmişlerdir.

K12*: *İşimi çok sevdiğimi, gruptan geri bildirim aldığımda ve o tur güzel geçtiyse, işime bağlandığımı hissediyorum. Her olumlu biten tur sonrası işime duyduğum bağlılık artıyor.*

Turist rehberlerine yönlendirilen “Yaptığınız anlatımlara bağlı olarak hissettiğiniz duyguları ele aldığınızda işinizden duyduğunuz memnuniyet düzeyiniz nedir? Açıklayınız.” sorusuna turist rehberlerinin büyük çoğunluğu(28) yapmış oldukları anlatım üzerinden yaptıkları işin kendilerini memnun ettiğini ifade etmişlerdir. Turist rehberlerinin memnuniyetini etkileyen temel nedenin, turist rehberlerinin, insanlara katkı sağladıklarını düşüncülerinden (12) kaynaklandığı görülmüştür.

K9: *Yine bu soruya cevabım iyi olacak. Çünkü yaptığımız anlatımın sonucu olarak, buradan memnun kalan ziyaretçi, kendi şehrine geri dönüş yaptığında, tanıdıklarını yönlendirmeye başlıyor. Tabii bu durum bana meslek olarak ve maddi anlamda bir şeyler kazandırıyor. Tabii yaptığım anlatımlar kötü olsaydı bu geri dönüşler ve bu tavsiye şeklinde yapılan yönlendirmeler olmazdı. Bu durum bana iyi hissettiriyor. İşimi sevmeme ve daha çok bağlanmama neden oluyor.*

K15: *İnsanlara doğru bilgiler vermeye çalışmak beni vicdanen rahatlatıyor. Herhalde insanlara birçok yanlış bilginin dolaştığı bir bölgede doğru şeyler anlatmak, onların gözünde bir parıltı ve merak uyandırmak işimden duyduğum memnuniyeti en üst seviyeye çıkartıyor.*

K30: *Yaptığım anlatımları düşündüğümde aslında ne kadar önemli bir iş yaptığının farkına varıyorum. İnsanların hayatlarına dokunabilme ve belki de onların sahip olduğu birtakım yanlış düşünceleri düzeltme fırsatı bulabiliyorum. Böyle düşündüğümde yaptığım işten oldukça memnunum.*

Bunun dışında turist rehberleri tarafından ifade edilen hurafe anlatımlardan(2) ve savaş ve ölümden(2) bahsetmek memnuniyet düzeyini olumsuz etkilediği ifadelerden görülmüştür. Turist rehberlerinden K8 ve K21 yaptıkları anlatımları düşündüklerinde ise sürekli olarak savaş ve ölümden bahsetmenin kendileri açısından duygusal bir yorgunluk hissi yarattığını ve kötü hissetmelerine neden olduğunu, yapılan turların çeşitli olmaması, tekdüze olması ve sürekli aynı şeylerin tekrar etmesinin kendilerine katkı sağlamadığı için tatminsizlik yaşadıklarını ifade etmişlerdir. K 25 ise işinden memnun olduğunu ancak yarımadaya gittiği her seferde manevi yönden sarsıldığını ifade etmiştir. Bununla ilgili olarak K8, K21 ve K25'in ifadeleri şu şekildedir:

K8*: *Çanakkale'de yaşarken üst üste yarımadaya tur yapılması fiziksel ve duygusal açıdan yoruyor. Az önce de bahsettiğim gibi sesimizi çok etkin kullanmaktayız. Yarımadada çok fazla anlatım var. Aynı zamanda açık alanlarda da anlatım yapıyoruz. Bu da sesinizi zaman zaman yüksek bir tonda kullanmanıza neden oluyor. Sürekli olarak bunu yapmanız, boğaz ağrısına ve sesimizin kısılmasına neden oluyor. Bu bağlamda sürekli şehitlik turu yapmak beni aşıyor. Aynı zamanda yaptığım anlatımlar duygusal anlamda beni yoruyor. Her ne kadar gurur duysam da, sürekli olarak bir savaş ve ölümden bahsetmek, duygusal anlamda beni olumsuz etkiliyor. Üst üste şehitlik turuna çıkmak yorucu ve yıpratıcı oluyor.*

K21: *Açıkçası çok fazla anlatım var ve bu anlatımı sürekli olarak yapmak belli bir ölçüde tatmin sağlama hissi veriyor. Fakat yapılan turların çeşitli olmaması, tekdüze olması, bir yerden sonra sürekli tekrar etmesi beni olumsuz yönde etkiliyor diyebilirim. Çünkü sürekli olarak aynı şeyleri tekrar ediyorsun, sürekli olarak kendini geliştirmenize rağmen, karşıda sizin kendinizi geliştirmeniz gerektiği ile ilgili tetikleyici bir şey görmüyorsunuz,*

böyle bir talep yok. Yüzeysel anlatıma razı kalıyorlar. Sürekli olarak yüzeysel anlatım yapmak bir yerden sonra artık tatmin etmiyor diyebilirim.

***K25:** İşimden çok memnunum. Zaman zaman beni manevi yönden sarısa da, günlük yaşantıma döndüğüm zaman o sarsıntı orada kalıyor. Ama yarımadaya her zaman gittiğimde aynı hislere kapıldığımı söyleyebilirim.*

Bu bağlamda araştırmaya dâhil olan turist rehberlerinin K8 ve K21 dışında kalan büyük çoğunluğun yaptıkları anlatımlardan dolayı ve insanlara katkı sağladıklarını düşündüklerinden dolayı iş tatmin ve işlerine bağlılık düzeyleri yüksektir. Diğer iki turist rehberinden K8 hergün Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda savaştan ve ölümden bahsetmelerine bağlı olarak duygusal anlamda yıprandığını, K21'in ise sürekli benzer şeyleri anlatmanın artık kendisini tatmin etmediğini ve memnuniyetlerinin de bu durum ilişkili olarak azaldığını ifade etmişlerdir.

Turist rehberlerine yönlendirilen “Yaptığınız anlatımların turist grubu tarafından dinlenmesi, onlara bir şeyler kattığımı hissetmeniz işinize olan memnuniyet düzeyini nasıl etkiler? Açıklayınız.” ve “Yaptığınız anlatımların turist grubu tarafından dinlenmemesi işinize duyduğunuz memnuniyet düzeyini nasıl etkiler? Açıklayınız.” soruları bir arada değerlendirilmiştir. Bu bağlamda turist rehberlerinin tamamı katkı sağladığını düşündüğü takdirde yaptığı işten memnuniyet düzeyinin arttığını, işini daha çok sevip bağlandıklarını ifade etmişlerdir. Ancak turist rehberlerinden 15 tanesi gelen ziyaretçilere katkı sağlayamadığını düşündüğü takdirde moral ve motivasyon kaybettiklerini, iş tatminlerinin azaldığını ifade etmişlerdir. 12 turist rehberi ise katkı sağlamadıklarını düşündükleri takdirde, neden katkı sağlayamadığını araştırma yoluna gittiklerini ifade etmişlerdir. Genelde sorunun kendilerinden kaynaklanmayıp, gece boyunca seyahat eden grupların, gündüz boyunca yarımadada yorgun ve uykusuz bir şekilde yarımadayı gezmelerine bağlı olarak bazen birşeyler katamadıklarını düşünmüşlerdir. Bu durum turist rehberlerini üzse de iş tatminlerini olumsuz olarak etkilemediğini ifade etmişlerdir. Ayrıca 3 turist rehberi ise katkı sağladıklarını düşündüklerinde iş tatmini yaşadıklarını ifade ederken, şu ana kadar da gelen ziyaretçilere katkı sağlamadıklarını düşünmediklerini belirtmişlerdir.

K1*: “Şöyle daha önce de söylediğim gibi biraz kendimi suçluyorum. Acaba ben mi aktaramadım diye. Ama geniş pencereden baktığım zaman turların çoğunluğunda bir şekilde insanlara ulaşabilmiş olmanın verdiği bir özgüven var ve ben bu özgüvenle gerçekten bir şeyleri başarabildiğime inanıyorum. Eğer iletişim anında bir kopukluk olmuşsa, bir şekilde o insanlara ulaşamamışsam sonunda talihsizlik diyerek geçiyorum. Açıkçası çok da üstünde durmuyorum. Belki azıcık işime duyduğum memnuniyetimi de olumsuz etkiliyor, biraz tadım kaçıyor çünkü. Ama genel anlamda çok fazla bir değişiklik olmuyor.”

K14: “Olumlu katkı sağlar. İşime daha fazla sarılmama neden olur. Dinlenmemesi olumsuz bir katkı sağlar. İşini yanlış yaptığımı düşünmeme sebebiyet verir. **Bu da işten soğumaya kadar gider.**”

K17: “Şu ana kadar yaptığım anlatımlar çok nadir dinlenmemiştir. Bu durumda öğrenci gruplarında olmuştur. Tabii yaptığım anlatımların dinlenmemesi ve gelen öğrencilere bir şey katamama duygusu devreye girerse çok üzülürüm. Ama **bu benim işime duyduğum memnuniyeti etkilemez.** Çünkü yapmış olduğum turlarda neredeyse hiç olumsuz geri bildirim almadım. Bu durumda ziyaretçilere muhakkak bir şey kattığımı düşünürüm. Ve bu düşünce de beni mutlu eder. İşimi sevdirebilir ve yeni konuları araştırmama, daha çok okuma yapmama vesile olur.”

K22: “Duygusal olarak beni etkiler. Fakat benim bu benim işime duyduğum memnuniyet düzeyimi etkilemez. Sebebi ise şu; grubun ilgisinin ve dinamiklerinin her zaman değişken olabileceğinin farkındayım. Hiçbir zaman “İşte karşımdaki insanlar beni çok iyi dinliyor. bu yüzden ben şok iyi rehberim” ya da “hiç dinlemiyor ben kötü rehberim” diye bir yargılamaya girmedim. Ben daha çok insanların motivasyonunu sorguluyorum. Bu gibi durumlarda daha çok onları anlamaya çalışıyorum.”

Bu bağlamda araştırmaya katılan turist rehberlerinin yarısı gelen ziyaretçilere katkı sağlamadığını düşündüğünde moral ve motivasyon kaybettiklerini, işlerine duydukları memnuniyet düzeylerinin olumsuz etkilendiğini ve hatta işten soğumaya kadar gittiğini ifadeleriyle belirtmişlerdir.

Turist rehberlerine yönlendirilen “Gelibolu Tarihi Yarımadasında hassas bir konu hakkında anlatım yaparken beklenmedik tepkilerle karşılaştığımız durumlarda işinizi bırakmayı düşündüğünüz anlar oldu mu? Neden? Açıklayınız.” sorusuna turist rehberlerinin büyük çoğunluğu(27) tanesi anlatım yaparken karşılaştıkları beklenmedik tepkiler karşısında iş bırakmak gibi bir düşüncelerinin olmadığını ifade etmişlerdir.

***K4:** Beklemediğim tepkilerle karşılaştım. Ama asla işimi bırakmayı düşünmedim.*

***K8*:** Herhangi bir olumsuzluk yaşadığımda işimi bırakmayı asla düşünmedim. Rehberlikten emekli olmayı hiç düşünmüyorum. Sağlığım elverdiği sürece işimi yapmaya devam edeceğim.*

Diğer 3 turist rehberi ise birtakım hurafe hikâyelerden kaynaklanan beklenmedik tepkilerle karşılaştıklarında zor durumlar yaşadıklarını ve bu yüzden de belirli bir süre işlerini bırakmayı düşündüklerini, daha sonrasında ise zamanla duruma alıştıklarını ve bu düşüncenin son bulduğunu, işlerine yeniden bağlandıklarını, tur esnasında farkında olmadan kullandıkları kelimelere karşı tepki gösterildiğinde de iş bırakmayı belirli bir süre düşündüklerini ifade etmişlerdir.

***K1*:** Oldu. Çanakkale'de gerçekleştiğine inanılan bir takım efsanevi olaylar vardır. Örneğin bir bulut efsanesi vardır. Bir İngiliz taburunun bu bulut tarafından alınıp götürüldüğüne dair... Turlarımın bir tanesinde, bir ziyaretçi grup benden bu hikâyeyi veya efsaneyi duymak istedi: “Böyle bir şey varmış!*

Neden anlatmıyorsunuz! Neden bizden saklıyorsunuz!” şeklinde tepkiler göstererek üzerime yürüdüler. Bu grup biraz dini bütün bir gruptu. Bende olan şeyleri anlatırken onlara, onların görüşünün zıttı bir görüşe sahip bir kişi olarak göründüm. O gün benim üzerime o kadar geldiler ki, bütün gün benimle uğraştılar. Ben de o gün mesleği bırakmayı düşündüm. Çünkü mesleğe ilk başladığım turlardan üçüncüsüydü. Ben ağlayarak eve gittiğimi hatırlıyorum. Hem de hıçkırığa hıçkırığa ağlıyordum! Dedim ki kendi kendime: “Ben bırakıyorum! Ben bu işi yapamam!”. Bu durum ilk zamanların vermiş olduğu acemilikten kaynaklanıyordu. Sonra turlara çıkmaya devam ettim ve tekrardan işime geri bağlandım.

K21: *Ya aslında öyle düşündüğüm bazı anlarım oluyor. İş bırakmaya varır mı sonucu bilmiyorum. Sebebi ise şu Bizler aynı zamanda yabancı insanlara da hizmet Turist Rehberliği hizmeti vermekteyiz Dolayısıyla olayları dışarıdan bir gözle anlatmak objektif anlatmak durumunda kalabiliyoruz Şimdi en basit örneğinden Şehitlik dediğim zaman "İşte burası da yabancıların şehitliği" diye ağızımdan kaçırduğumda, Türk gruplarından tepki alabiliyorum. Çünkü şehitlik makamı Müslümanlıkla bağdaştırılan bir kavram. Bu gibi durumlarla karşılaştığımda ve bu durumlar çok yoğun olduğu zamanlarda işimi bırakmayı düşünebiliyorum.*

Turist rehberlerinin verdikleri ifadelerden büyük çoğunluğunun birtakım beklenmedik tepkilerle karşılaştıkları ancak bu tepkilerin iş bırakmayı düşündürecek kadar yoğun olmadığını ifade etmişlerdir. Ayrıca bazı turist rehberleri karşılaştıkları bu zor durumda, iş bırakma düşüncesinin profesyonel olmadığını ifade etmişlerdir:

K19: *Hayır olmadı. Sadece hassas bir konu hakkında anlatım yaparken beklenmedik tepkiyle karşılaştınız diye yaptığınız işi bırakmak profesyonel değildir.*

Turist rehberlerine yönlendirilen “Gelibolu Yarımadası’nda yaşanmış gerçek olayları ve hikâyeleri aynı zamanda kahramanları anlatırken hissetmiş olduğunuz duyguları göz önünde bulundurduğunuzda yaptığınız işten ne düzeyde memnunsunuz? Neden? Açıklayınız.” sorusuna turist rehberlerinin neredeyse tamamı Gelibolu Tarihi Yarımadası’nda yaşanan olayları ve hikâyeleri anlatırken olumlu duygular hissettiklerini ifade etmişlerdir. Bu duygulardan en çok ifade edilenler kahramanlara duyulan minnet borcu ve görev bilinci (19), savaşan kahramanları anlatırken gururlanma (10) ve turist rehberlerinin savaşan kahramanlarla empati kurması (5) şeklindedir. Bununla ilgili turist rehberlerinin bazılarının vermiş oldukları ifadeler aşağıdaki gibidir.

K13: Çok memnunum. Empati yapıyorum ben. Cephede savaşan askerler ile kendimi karşılaştırıyorum. Bu yüzden savaşan kahramanlarımıza duyduğum minnet borcunu, onların aziz hatırasını doğru bir şekilde ziyaretçilere aktararak ve işimi doğru bir şekilde yaparak ödeyeceğimin bilincindeyim. Bu yüzden onların kahramanlıklarını anlattığım her an işime duyduğum bağlılık artıyor diyebilirim.

K17: Gerçek olan olayları, yaşanmış kahramanlıkları ve vatan mücadelesini anlatmam benim işime duyduğum bağlılığı artırıyor. Her seferinde işime yeniden bağlandığımı hissediyorum.

K18*: Önemli insanları anlatmak, o kahramanların yaşamış oldukları şeyleri gelen ziyaretçileri anlatmak Yaptığım işten büyük bir zevk almama neden oluyor. Evet, o insanlar belki hayatlarını kaybetti üzerinden 100 yıl geçti ama o isimlerin dillendirilmesi onları kısmen bir anlamda onore etmektir. Tabii burada gurur duygusu ön plana çıkıyor Yaptığım işten oldukça memnunum bu konuda.

K19: Oldukça memnunum. Bu memnuniyetin sebebi fedakârlıktır. 250.000 şehit ve gazinin kanlarına döküp savaşması, gazi veya şehit olması sonucunda da Çanakkale Savaşı'nın kazanılması, daha sonra İstiklal Savaşı sürecinde, önder olarak ortaya çıkacak olan Mustafa Kemal Atatürk'ün, Çanakkale Savaşı'nda Anafartalar Kahramanı olması, aynı zamanda Çanakkale

Savaşı'ndaki komutan kadrosunun daha sonra İstiklal Savaşı'nda komuta kadrosunda olup, Atatürk'le beraber çarpışarak Türkiye Cumhuriyeti'ni kurmaları beni gururlandırıyor. Onları anlatmak beni mutlu ediyor ve işime memnuniyetim artıyor.

Görüşme yapılan turist rehberlerinden K21 gelen ziyaretçi grupların ilgisizliği yüzünden memnuniyetsizliğini ifade etmiştir. Ayrıca yarımada gün boyu ciddiyetini ve resmiyeti koruması kendi kişiliği ile çeliştiği için memnuniyetsiz olduğunu ifade etmiştir. K 21 in ifadesi aşağıda verilmiştir.

K21: *Olumsuz diyebilirim. Benim kişiliğime çok uygun bir tur konsepti değil. Çünkü tur boyunca ciddiyeti korumak durumundasınız. Aynı zamanda Çanakkale'ye gelen birçok tur grubunun ilgili olmaması, meraklı olmaması da bu tatminsizliğe neden oluyor. Turların yüzeysel olarak kalması, benim sürekli aynı şeyi tekrar ediyor olmak beni olumsuz etkileyebiliyor. Ancak karşımda ilgili insanların oluşturduğu bir grup olsa, günlerce, aylarca aynı turu yapabilirim. Çünkü o zaman bir şeylere dokunabildiğimi hissediyorum.*

Bu bağlamda turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun yaşanmış gerçek olayları aktarması, savaşan kahramanların anılarından ve hikâyelerinden bahsederken gururlandıklarını, savaşan kahramanlara duydukları minnet borcunu ise gelen ziyaretçilere onların aziz hatırasını aktararak kısmen de olsa ödediklerini düşünmeleri işlerine duydukları memnuniyeti ve bağlılığı arttıran bir faktör olarak görülmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tezin bu bölümünde araştırmanın sonuçları ortaya çıkartılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda önerilerde bulunulmuştur.

5.1. Sonuç

Bu araştırma, turist rehberliği mesleği kapsamında, yapılan hikâye anlatımlarına bağlı olarak, turist rehberlerinin duygusal emek kullanımını ve buna bağlı iş tatmin düzeylerini ortaya çıkarmak amacıyla hazırlanmıştır. Bu amaçla ÇARO'ya kayıtlı ve Gelibolu Yarımadası'nda aktif rehberlik hizmeti veren turist rehberleri üzerinde bu çalışma yapılmıştır. Günlük meslek dışı ilişkilerin bile duyguların düzenlenmesinin gerekliliği düşünüldüğünde, duygu yönetiminin sosyal, mesleki ve örgütsel ortamlara ilişkin bu kadar çok gösterim kuralının olduğunu, profesyonel ortamda çok daha yoğun olacağını anlamak zor olmayacaktır. Çok yönlü sorumlulukları gerektiren işler, sadece zihinsel ve fiziksel yorgunluğa neden olmakla kalmamakta, aynı zamanda duygusal bir emek yükünü de beraberinde getirmektedir. Turist rehberliği mesleği de çok yönlü sorumluluklar gerektiren, turist rehberlerini zihinsel ve fiziksel olarak yoran, duygusal emek yükünün de fazla olduğu bir meslektir.

Turist rehberleri işlerinin doğası gereği gününbirlik veya paket tur sırasında, misafirleri ile güçlü yüz yüze ilişkiler kurmaktadır. Bu şekilde tur süresince aktif olarak misafirlerle kurulan yüz yüze ilişkiler turist rehberlerine duygusal bir yük getirmektedir. Turist rehberleri yapacakları anlatımlarla ve ziyaretçilerin karşılaşılabilecekleri problemlerin çözümü ile gelen ziyaretçilerin beklentilerini karşılayacaktır. Ziyaretçilerin bir takım beklentilerinin karşılanması, doğrudan ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerine etki edeceği için, bu durum turist rehberini birer duygu işçisi haline getirmektedir.

Her yıl Türkiye'nin ve Dünya'nın farklı noktalarından (özellikle Avustralya, Yeni Zelanda, İngiltere, Amerika, Kanada ve Almanya) ziyaretçiler ağırlayan Gelibolu Tarihi Yarımadası, I. Dünya Savaşı'nın yaşandığı en önemli cepheler arasında yer almaktadır.

Her yıl bölgede yapılan anma etkinliklerinde yerli ve yabancı ziyaretçiler ağırlanmakta, gelen ziyaretçilere turist rehberleri tarafından savaş tarihiyle ilgili bilgiler aktarılmaktadır. Gelibolu Tarihi Yarımadası'nı ziyaret eden kişiler arasında farklı görüşleri, farklı inançları, farklı kültür seviyeleri olan ziyaretçiler bulunmaktadır. Ayrıca Gelibolu Tarihi Yarımadası'nı defalarca ziyaret edip, Gelibolu Tarihi Yarımadası hakkında bilgi sahibi olanlar da mevcuttur. Bu bağlamda Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda aktif rehberlik hizmeti veren turist rehberleri, ziyaretçilerin sahip oldukları gerek farklı ideolojiler, gerek farklı beklentiler, gerekse ziyaretçilerin daha önceki deneyimlerden edindikleri veya internet ortamından edindikleri bilgiler ışığında turist rehberlerine birtakım zorluklar yaşatmaktadırlar. Turist rehberlerinin ne gibi zorluklarla karşılaştıklarını, bu zorluklar karşısında ziyaretçilere olan tutum ve davranışlarının nasıl olduğunu, ne gibi duygusal emek davranışları gösterdikleri bu çalışmada ortaya konulmuştur.

Bu çalışma kapsamında Gelibolu Tarihi Yarımadasının yoğun sezonlarında hemen hergün yarımadada bulunan ve anlatım yapan turist rehberleriyle görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerden elde edilen veriler, bulgular bölümünde 3 tema altında incelenmiştir. Bu temalar “ Anlatıma Bağlı Karşılaşılan Zorluklar”, “ Duygusal Emek” ve “İş Tatmini” temaları olarak belirlenmiştir.

Bu temalardan “Anlatıma Bağlı Karşılaşılan Zorluklar” içinde turist rehberlerinin özellikle karşılaştığı 5 problemten dolayı zorluklar yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Bu zorlukların kendilerini fiziki ve mental olarak yorduğunu ifade etmişlerdir.

Bu tema altında ortaya çıkan ve turist rehberlerini en çok zorlayan unsurun ziyaretçilerin sahip oldukları “Yanlış Bilgiler ve Hurafeler” olduğu ortaya çıkmıştır. Gelibolu Tarihi Yarımadasının ön plana çıkarılmasını sağlamak adına, geçmişte anlatılmış ve kulaktan kulağa yayılıp aktarılan, herhangi bir kaynağa dayanmayan birtakım efsanelerin günümüzde anlatım yapan turist rehberlerini zorlayan bir unsur haline geldiği araştırmanın sonucunda ortaya çıkmıştır. İnsanların farklı kişilerden duydukları veya çeşitli internet bloglarından okudukları, geçerliliği olan bir kaynağa dayanmayan ve doğruluğu olmayan bilgileri turist rehberlerinden talep etmeleri, turist rehberlerini moral ve motivasyon açısından olumsuz etkilediği ortaya çıkmıştır. Turist rehberleri doğru bildikleri ve kaynaklara dayanan bir anlatım yaparken, hemen hemen her ziyaretçi grubundan bir -

iki kişinin birtakım efsanevi anlatımlar beklediğini, bu beklentiyle birlikte turist rehberlerinin yaptıkları anlatıma müdahale ettiklerini, sözlerini kestiklerini ifade etmişlerdir.

Turist rehberlerinin karşılaştıkları ve anlatım yaptıkları sırada kendilerine zorluk yarattığını ifade ettikleri bir diğer problem, alanın yoğun olduğu zamanlarda anlatım yapacak bir yer bulamamaları ve alanda anlatılacak çok olayın olmasından dolayı da zaman problemi yaşamaları olmuştur. Anlatılacak çok şeyin olması ve turist rehberlerinin yeteri kadar sürelerinin olmaması bazı noktalarda anlatımın kısıtlanmasıyla sonuçlanmaktadır. Bu bağlamda turist rehberleri anlatımı kısıtladıkları için duygusal anlamda bir rahatsızlık hissetmektedirler.

Gelibolu Tarihi Yarımadası'na gelen ziyaretçilerin farklı ideolojilere sahip olmaları ve bu ideolojileri doğrutusunda, turist rehberlerinden anlatım yapmalarını beklemeleri, turist rehberlerini zorlayan ve duygusal anlamda olumsuz etkileyen bir unsur haline gelmiştir. Özellikle farklı ideolojik veya siyasi düşünceye sahip olan ziyaretçilerin kendi beklentileri doğrutusunda, turist rehberlerinin yaptığı anlatıma müdahale etmesiyle turist rehberleri büyük güçlükler yaşamaktadırlar. Yaşadıkları bu güçlükler turist rehberlerini moral ve motivasyon açısından olumsuz etkilediği görülmüştür. Büyüktepe, Gökdemir ve Korkmaz (2019)'ın yaptıkları çalışmada da bu çalışmayı destekler niteliktedir. Çanakkale'de rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin karşılaştıkları problemler arasında gelen ziyaretçilerin siyasi görüşleri ve önceden edindikleri bilgiler doğrutusunda turist rehberlerinden anlatım beklemeleri, turist rehberlerine problem oluşturan bir unsur olduğu görülmektedir (Büyüktepe, Gökdemir ve Korkmaz, 2019). Ancak turist rehberlerinin deneyimi arttıkça, beklenmedik tepkilerle karşılaştığında, bu durum bir problem olmaktan çıkmaktadır. Benzer olarak Guerrier ve Adlib'in (2003) yaptıkları çalışmada, turist rehberlerinin işte kazandıkları tecrübelerin, tur katılımcılarının saldırgan davranışlarıyla baş etmede avantaj sağladığı, turist rehberlerinin arkadaşça davranmaları sonucunda müşterilerle olan ilişkiyi kolaylaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda turist rehberlerinin tur katılımcılarının çeşitli sorunlarıyla ilgilendikleri ve bu sorunlar esnasında çeşitli duygular yaşadıkları belirlenmiştir. Yoğun yaşanan çeşitli duyguların turist rehberlerinin yoğun bir şekilde duygusal emek göstermesini de beraberinde getirdiği belirtilmiştir.

Turist rehberlerini olumsuz olarak etkileyen ve anlatım özelinde karşılaştıkları bir diğer problem ise ses tonlaması ve boğaz problemleri olmuştur. Gelibolu Tarihi Yarımadasında komutanlar ve askerler arasında geçen diyalogların ziyaretçilere aktarılması sırasında, turist rehberleri ses tonlamaları yapmaktadırlar. Bazı turist rehberleri duygu durumunu karşıya geçirebilmek adına bu diyalogları ziyaretçilere aktarırken ses tonlama problemleri yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Özellikle kadın turist rehberlerinden bazıları verdikleri ifadelerinde, bazı seyahat acentalarının askerler ve komutanlar arasında geçen diyaloglarda, erkek turist rehberlerinin ses tonlamasını, kadın turist rehberlerine göre daha iyi yaptıklarını ve bu yüzden de erkek turist rehberleriyle çalışmak istediklerinden yakınmışlardır. Ayrıca Gelibolu Tarihi Yarımadası'nın çok büyük olması ve anlatılacak çok fazla konunun olması, turist rehberlerinin gün boyunca aralıksız konuşmasına neden olmaktadır. Gün boyunca aralıksız bir şekilde konuşmak turist rehberlerinde bazı boğaz problemleri yaşamalarına neden olmaktadır.

Turist rehberleri bu ve benzeri zorluklarla karşılaştıklarında, gerçekte hissettikleri duygularını, ziyaretçilere yansıtmayarak maskeleyen durumda olduklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda turist rehberleri anlatım yaparlarken sözlerinin kesildiği, yaptıkları anlatımlar karşısında beklenmedik tepkiler aldıklarında ve karşılaştıkları zorluklar sırasında yüzeysel davranışlar sergiledikleri ortaya çıkmıştır.

Turist rehberlerinin birçoğu, yaşanmış hayat hikâyelerini ve olayları ve kahramanları anlatırken duygusal anlamda etkilendiklerini ifade etmişlerdir. Bazı turist rehberleri gerçekte yaşanmış olayları ve kahramanları gelen ziyaretçilere aktarırken zaman zaman seslerinin titrediğini, ürperdiklerini, anlattıkları olayı kendileri de yaşıyormuş gibi hissettiklerini, gözlerinden yaşlar süzüldüğünü ifade etmişlerdir. Turist rehberleri yaşanmış olan olayları ve kahramanları gelen ziyaretçilere aktarırken derin davranışlar sergilediği görülmüştür. Ancak gelen ziyaretçilerden doğruluğu kesin olmayan, herhangi bir kaynağa dayanmayan efsane veya hurafe gibi anlatımlar yapılması istendiğinde ise turist rehberlerinin bu gibi anlatımları yapmak istemedikleri, bu anlatımları yapmak zorunda olsalar bile yüzeysel davranışlar sergiledikleri, gerçekte hissettikleri duyguları nazik ve kibar konuşarak gizlemeye çalıştıkları görülmüştür. Benzer olarak Wong ve Wang'ın 2009 yılında Tayvanlı turist rehberleri üzerine yapmış oldukları çalışmada Tayvanlı turist

rehberlerinin yoğun duygusal emek gösterdiği, müşterilerin istedikleri şekilde davranmadıkları durumlarda başarısız olacaklarını düşündükleri belirlenmiştir. Araştırmanın sonucuna göre rehberlerin en çok gösterdiği duyguların nazik davranma, coşku ve arkadaşça davranma iken en çok gizledikleri duyguların ise kızgınlık korku ve bıkkınlık olduğu belirlenmiştir (Wong ve Wang, 2009). Uzun yıllardır alanda rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin bazıları, sürekli olarak benzer olay ve kahramanları anlattıklarında her zaman aynı duygu yoğunluğunu yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Hissettikleri duygu yoğunluğunun, gelen ziyaretçilerin ilgi düzeyleriyle doğru orantılı olduğunu ifade etmişlerdir.

Turist rehberleri yaptıkları anlatımı doğru bildikleri gerçekliklere bağlı kalarak, inanarak ve özümseyerek yaptıkları takdirde derin davranışlar sergiledikleri ve daha rahat anlatım yaptıkları, gerçekliğe bağlı kalmadan yaptıkların anlatımlarda ise az da olsa yüzeysel davranışlar sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda Mathisen'in 2017 yılında yapmış olduğu çalışmayla bu durumun benzerlik gösterdiği görülmektedir. Bu çalışmaya göre rehberlerin tur esnasında turist rehberinin derin davranışlar sergilemesi, hikâye anlatımını daha kolay bir hale getireceği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda bu çalışmada rehberlerin kendi kişisel hikâyelerini ve yaşamlarını şekillendiren hikâyeleri turistlerle etkileşim içindeyken paylaşmaları, turist rehberlerinin duygusal emeklerini desteklemeye yardımcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Mathisen, 2017).

Son olarak turist rehberleri yaptıkları anlatımların önem arz ettiğini, bazı turist rehberlerinin Gelibolu Tarihi Yarımadası'nda verdikleri rehberlik hizmetinin, sıradan rehberberlik hizmetinden çok daha farklı olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca turist rehberleri burada hayatını kaybeden şehitlere minnet borçlarını ödedikleri ve gelen ziyaretçilere buradaki yaşanmışlıklardan ders alınıp geleceğe şekil verilebilecek önemli mesajların verildiği bir yer olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Her ne kadar anlatım yaparken zorluklar yaşasalar da burada yaptıkları anlatımlardan büyük haz aldıklarını, işlerini severek yaptıklarını ve mutlu olduklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde Gelibolu Tarihi Yarımadasında rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin genel olarak derin davranışlar sergiledikleri ve yaptıkları anlatımlardan dolayı da yüksek iş tatmini yaşadıkları ortaya çıkmıştır.

5.2. Öneriler

Turist rehberlerinin karşılaştıkları problemler hususunda, zaman içerisinde alanla ilgili ortaya çıkmış birtakım efsanelerin, Gelibolu Tarihi Yarımadası ve Harp Tarihi alanında uzman kişilerin yaptıkları çalışmaların halka ulaşılabilirliğini sağlanmasıyla zamanla elimine edilecektir. Ayrıca Gelibolu Tarihi Yarımadasına yapılan günübirlik turların önemli ölçüde problemler yarattığı ve alanın tanıtımının yarım yapılmasına neden olduğu düşünülmektedir. Çanakkaleye Türkiye'nin uzak şehirlerinden günübirlik olarak gelen ziyaretçiler, gece boyunca yol geldikleri, uykusuz oldukları için gün boyunca turist rehberinin anlatımlarını dinlemede problemler yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda seyahat acentaları tur programlarını oluştururken, Gelibolu Tarihi Yarımadası'nın doğru bir şekilde tanıtımının yapılması adına uzak şehirlerden gelen ziyaretçilerin en az bir gece konaklamalı tur yapmaları doğru olacaktır.

Bölgeyi ziyaret etmek üzere getirilen oyun yaşındaki küçük çocukların, motive edilmeden savaş alanına getirildiklerinde turist rehberlerinin problemler yaşadıkları görülmüştür. Bu bağlamda yaşanan problemin küçük çocukların savaş tarihi ile ilgili yapılan anlatımı dinlememesi ve turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun herhangi bir formasyon eğitimi olmadığı için savaş tarihini bu yaştaki çocuklara nasıl aktarabileceği konusunda sıkıntılar yaşaması olduğu görülmüştür. Bu küçük yaştaki küçük çocukların Gelibolu Tarihi Yarımadası'na getirilmeden önce öğretmenleri tarafından motivasyonlarının artırılması gerekmektedir. Ayrıca turist rehberlerinin de küçük yaştaki çocuklara uygun bir şekilde anlatım yapabilmesi adına kamu kurum ve kuruluşlarınca eğitim programları, formasyon benzeri kurslar verilmelidir.

KAYNAKÇA

- Abu-Bader, S. H. (2000). Work Satisfaction, Burnout, And Turnover Among Social Workers In Israel: A Causal Diagram. *International Journal Of Social Welfare*, 9(3), 191-200.
- Ahipaşaoğlu, H. S. (2006). *Turizmde Rehberlik*. II. Basım. Gazi Kitabevi: Ankara.
- Akbal, B. (2010). Bankalarda Uygulanan Performans Değerlendirme Kriterlerinin, Çalışanların İş Tatminleri Üzerindeki İlişisini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması: Ankara İli Özel Ve Kamu Bankaları Karşılaştırması. Yüksek Lisans Tezi, *Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Finansman Bilim Dalı*, Ankara
- Akbayır, Z. (2016). Bana Bir Hikâye Anlat: Marka İletişiminde Hikâyeleştirme ve İnternet. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 67-84.
- Akın, A., Uysal, R., ve Akın, Ü. (2015). Duygusal Bulaşma Ölçeği'nin Türkçe Formu'nun Geçerlik Ve Güvenirliği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 97-104.
- Altındış, S., Şeyda, Tok., Aslan, F. G., vd. (2017). Üniversite Öğrencilerinin İlk Yardım Bilgi Düzeylerinin Değerlendirilmesi. *Sakarya Tıp Dergisi*, 7(3), 125-130.
- Ap, J. ve Wong, K. K. F. (2001). "Case Study On Tour Guiding: Professionalism, Issues And Problems", *Tourism Management*, 22/5, 551-563.
- Ardıç, K., Baş T., (2001). "Kamu Ve Vakıf Üniversitelerindeki Akademik Personelin İş Tatmin Düzeylerinin Karşılaştırılması". 9.Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi, İstanbul
- Argyle, M. (1989). Do Happy Workers Work Harder? The Effect Of Job Satisfaction On Work Performance. How Harmful Is Happiness, 94-105.
- Arnold, Hugh J. ve Feldman, Daniel C., (1986). *Organizational Behavior*, Mcgraw-Hill International Editions.
- Ashforth, B. E., ve Humphrey, R. H. (1993). Emotional Labor In Service Roles: The Influence Of Identity. *Academy Of Management Review*, 18(1), 88-115.
- Aşan, Ö., ve Motivasyon, S. G. (2001). *Yönetim ve organizasyon*. Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Aşık, N. A. (2010). Çalışanların İş Tatminini Etkileyen Bireysel Ve Örgütsel Faktörler İle Sonuçlarına İlişkin Kavramsal Bir Değerlendirme. *Türk İdare Dergisi*, 467, 31-51.

- Atak, M., ve Atik, İ. (2007). Örgütlerde Sürekli Eğitimin Önemi Ve Öğrenen Örgüt Oluşturma Sürecine Etkisi. *Journal Of Aeronautics And Space Technologies*, 3(1), 63-70.
- Avcı, U., ve Topaloğlu, C. (2009). Hiyerarşik Kademelere Göre Liderlik Davranışlarını Algılama Farklılıkları: Otel Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2009(1), 1-20.
- Avrupa Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (FEG). (2019, 24 Aralık). Erişim Adresi: <https://www.feg-touristguides.com/about.php>
- Aycan, Z. (1998). Kadınların İş Hayatında Başarılarını Etkileyen Faktörler, *Human Resources*, Sayı:7: 78-86
- Aydıntan, B. ve Kördeve, M. K. (2016). Çalışanların Esnek Çalışma Modeli Çerçevesinde Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Değerlendirilmesi. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 2(3), 27-48.
- Barsade, S. G. ve Gibson, D. E. (2007). Why Does Affect Matter In Organizations?. *Academy Of Management Perspectives*, 21(1), 36-59.
- Başaran, H. (2003). Çalışanların İş Tatminine Yol Açan Faktörler Ve İş Tatmininin Sonuçlarına İlişkin Olarak Kkk Kara Havacılık Sınıfında Yapılan Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: İstanbul.
- Baştemur, Y. (2006). İş Tatmini İle Yaşam Tatmini Arasındaki İlişkiler: Kayseri Emniyet Müdürlüğünde Bir Araştırma. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi: Kayseri.
- Bender, K. A., Donohue, S. M. ve Heywood, J. S. (2005). Job Satisfaction and Gender Segregation. *Oxford Economic Papers*. 57(3): 479-496.
- Benjamin, B. (2006). The Case Study: Storytelling In The Industrial Age And Beyond. On The Horizon-The Strategic Planning Resource For Education Professionals, 14(4), 159-164.
- Bennett, A. ve Royle, N. (2016). *An Introduction To Literature, Criticism and Theory*. Ny: Routledge: New York.
- Berry, J. W. (1997). Immigration, Acculturation, and Adaptation. *Applied Psychology*, 46(1), 5-34.
- Bhatia, A. K. (2002). *Tourism Development: Principles and Practices*. Sterling Publishers Pvt. Ltd: New Delhi.

- Bingöl, D. (1997). *Personel Yönetimi*. Beta Yayınları: İstanbul.
- Bogdan, R., ve Biklen, S. K. (1997). *Qualitative research for education*. MA: Allyn & Bacon: Boston.
- Bowie, D., ve Chang, J. C. (2005). Tourist Satisfaction: A View From A Mixed International Guided Package Tour. *Journal Of Vacation Marketing*, 11(4), 303-322.
- Brotheridge, C. M., Lee, R. T. (2003). Development and Validation Of The Emotional Labor Scale. *Journal Of Occupational And Organizational Psychology*. 76(3): 365–379.
- Brotheridge, C. M., ve Grandey, A. A. (2002). Emotional Labor And Burnout: Comparing Two Perspectives Of “People Work”. *Journal Of Vocational Behavior*, 60(1), 17-39.
- Büyükkuru, M. ve Aslan, Z. (2015). Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneyimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma/The Effect Of Communication Skills Of Tourist Guides On Tourists’ Tour Experiences: A Research In Nevşehir. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34).
- Büyüktepe, H. S., Gökdemir, S. ve Korkmaz, H. (2020). Turist Rehberlerinin Sorunları Üzerine Nitel Bir Araştırma: Çanakkale Örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, (14), 94-117
- Can, Halil. (1997). *Organizasyon ve Yönetim*. Siyasal Kitabevi: Ankara.
- Cangil, B. E. (2004). Beden Dili ve Kültürlerarası İletişim. *Hayef Journal Of Education*, 1(2), 69-78.
- Cannatella, H. J. (2006). Plato And Aristotle’s Educational Lessons From The Iliad. *Philosophical Inquiry In Education*, 15(2), 5-13.
- Carmeli, A., ve Josman, Z. E. (2006). The Relationship Among Emotional Intelligence, Task Performance, And Organizational Citizenship Behaviors. *Human Performance*, 19(4), 403-419.
- Castillo, J. X., Cano, J. (2004). Factors Explaining Job Satisfaction Among Faculty. *Journal Of Agricultural Education*. 45(3): 65-74.
- Charkhabi, M., Alimohammadi, S., & Charkhabi, S. (2014). The Full Mediator Role Of Job Satisfaction In Relationship Between Job Characteristics And Health Outcomes

- In Hospital Nurses: A New Conceptual Model. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 159, 365-369.
- Cheung, F. Y., ve Tang, C. S. (2010). Effects Of Age, Gender, And Emotional Labor Strategies On Job Outcomes: Moderated Mediation Analyses. *Applied Psychology: Health And Well-Being*, 2(3), 323-339.
- Chu, K. H., Baker, M. A., ve Murrmann, S. K. (2012). When We Are Onstage, We Smile: The Effects Of Emotional Labor On Employee Work Outcomes. *International Journal Of Hospitality Management*, 31, 906-915.
- Clark, A. E. (1997). Job Satisfaction And Gender: Why Are Women So Happy At Work?. *Labour Economics*. 4(4): 341-372.
- Clark, A., Georgellis, Y., ve Sanfey, P. (1998) Job Satisfaction, Wage Changes And Quits: Evidence From Germany. *Research In Labor Economics*, 17, 95–122
- Clark, A., Oswald, A., Warr, P. (1996). Is Job Satisfaction U-Shaped In Age?. *Journal Of Occupational And Organizational Psychology*. 69: 57-81.
- Cohen, E. H., Ifergan, M., ve Cohen, E. (2002). A New Paradigm In Guiding: The Madrich As A Role Model. *Annals Of Tourism Research*, 29(4), 919-932.
- Cüceloğlu, Doğan (2003): *Keşke'siz Bir Yaşam İçin İletişim Donanımları*, Remzi Kitabevi: İstanbul.
- Çalışkan, U. (2018). Türkiye’de Reklam Filmlerinde Hikâye Anlatıcılığı Kullanımı: 2017 Kristal Elma Festivali Örneği. Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çarıkçı, İ. H. (2000). Çalışanların İş Tatminlerini Etkileyen Kişisel Özellikler: Süpermarket Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 5(2): 155-168.
- Çimrin, H. (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin Abc'si*. Akdeniz Kitabevi.
- Çokal, Z., ve Aslan, Z. (2015). Bir Kültür Elçisi Olarak Profesyonel Turist Rehberinin Turistlere Aktarılan Kültürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Çolakoğlu, O. E., Epik, F., ve Efendi, E. (2007). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*. Detay Yayıncılık.
- Çoruk, A. (2014). Yükseköğretim Kurumlarında Görev Yapan İdari Personelin Duygusal Emek Davranışları. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(1), 79-93.

- Dahles, H. (2002). The Politics Of Tour Guiding: Image Management In Indonesia. *Annals Of Tourism Research*, 29(3), 783-800.
- Dahling, J. J., ve Perez, L. A. (2010). Older Worker, Different Actor? Linking Age And Emotional Labor Strategies. *Personality And Individual Differences*, 48(5), 574-578.
- De Simone, S., Planta, A., ve Cicotto, G. (2018). The Role Of Job Satisfaction, Work Engagement, Self-Efficacy And Agentic Capacities On Nurses' Turnover İntention And Patient Satisfaction. *Applied Nursing Research*, 39, 130-140.
- Deaux, K. (1985). Sex And Gender. *Annual Review Of Psychology*, 36(1), 49-81.
- Değirmencioğlu, A. Ö., (1997), 'Ülkesel Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinde Yeni Gelişmelerin İzlenebilirliği', Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Nevşehir.
- Değirmencioğlu, A. Ö., (1998). Türkiye'de Turist Rehberliği Eğitime Bir Yaklaşım, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Derin, N. (2007). Devlet Hastanelerinde Çalışan Sağlık Personelinin İş Doyum Düzeyleri Ve Etkileyen Faktörler. Osmangazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Hemşirelik Anabilim Dalı Psikiyatri Hemşirelik Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi: Eskişehir.
- Diefendorff, J. M., Croyle, M., Gosserand, R. H. (2005). The Dimensionality And Antecedents Of Emotional Labor Strategies. *Journal Of Vocational Behavior*. 66: 339–357.
- Dobre, I., Davidescu, A. A., ve Issa Eid, M. T. (2017). Key Factors Of Health Employee Motivation In Jordan. Evidence From Dual-Factor Theory Based On Structural Equation Models. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 51(2).
- Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (WFTGA). (2019, 24 Aralık). Erişim Adresi:
- Düzgün, S., ve Selçuk, Z. (2018). Sözsüz İletişim Becerilerinden Öğretmenlerin Öğrencilerle Göz Teması Kurma Davranışlarının Bazı Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 771-795.
- Eco, U. (2017). *Ortaçağ Estetiğinde Sanat ve Güzellik*. İstanbul.
- Erdoğan, İ. (1996). *İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış*, Avcıol Basım Yayın: İstanbul.
- Erdoğan, İ. (1997). *İşletmelerde Davranış*, İü İşletme Fakültesi Yayınları: İstanbul
- Eren, E. (2000). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayınları: İstanbul.

- Erickson, R. J., Ritter, C. (2001). Emotional Labor, Burnout, And Inauthenticity: Does Gender Matter? *Social Psychology Quarterly*, 64(2): 146-163.
- Ferguson P. (2010). *What Can I Do Now? Travel And Tourism*. Infobase Publishing: New York.
- Frazel, M. (2010). *Digital Storytelling Guide For Educators*. International Society For Technology In Education.
- Gellis, Z. D., Kim, J., ve Hwang, S. C. (2004). New York State Case Manager Survey: Urban and Rural Differences In Job Activities, Job Stress, And Job Satisfaction. *The Journal Of Behavioral Health Services & Research*, 31(4), 430-440.
- Genç, V. (2013). Alanya'daki Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Ve Duygusal Zekâ Düzeylerinin İş Tatminine Etkileri. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart University Graduate School of Social Sciences.
- Glomb, T. M., Kammeyer-Mueller, J. D., ve Rotundo, M. (2004). Emotional Labor Demands And Compensating Wage Differentials. *Journal Of Applied Psychology*, 89(4), 700.
- Gosserand, R. H. (2003). An Examination Of Individual And Organizational Factors Related To Emotional Labor. Louisiana State University, Doctoral Dissertation: Louisiana.
- Grandey, A. A. (2000). Emotional Regulation In The Workplace: A New Way To Conceptualize Emotional Labor. *Journal Of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95.
- Grandey, A. A., Tam, A. P., ve Brauburger, A. L. (2002). Affective States And Traits In The Workplace: Diary And Survey Data From Young Workers. *Motivation And Emotion*, 26(1), 31-55.
- Gross, J. J. (1998). The Emerging Field Of Emotion Regulation: An Integrative Review. *Review Of General Psychology*, 2(3), 271-299.
- Guerrier, Y., ve Adib, A. (2003). Work At Leisure And Leisure At Work: A Study Of The Emotional Labour Of Tour Reps. *Human Relations*, 56(11), 1399-1417.
- Gümüş, T. (2010). Ortaçağ'dan Erken Modern Döneme Batı Avrupa'da Eğitim Tarihi: Yeni Yaklaşımlar. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 25-40.
- Güzel, Ö. (2007). Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma. (Unpublished Master's Dissertation). Balıkesir: Balıkesir University Graduate School Of Social Sciences.

- Güzel, Ö., Türker, A., ve Şahin, İ. (2014). Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2(2), 179-180.
- Hackman, J. R., ve Oldham, G. R. (1975). Development Of The Job Diagnostic Survey. *Journal Of Applied Psychology*, 60, 159 - 170.
- Hackman, J. R., ve Oldham, G. R. (1976). Motivation Through The Design Of Work: Test Of A Theory. *Organizational Behavior And Human Performance*, 16(2), 250-279.
- Hochschild, A. R. (1983). *The Managed Heart Commercialization Of Human Feeling*. Berkeley: University Of California Press.
- Hochschild, A. R. (2003). *The Commercialization Of Intimate Life: Notes From Home and Work*. Univ Of California Press.
- Hodges, S. D., ve Klein, K. J. (2001). Regulating The Costs Of Empathy: The Price Of Being Human. *The Journal Of Socio-Economics*, 30(5), 437-452.
<http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide>
- Hulin, Charles L., Patricia A. Smith (1967). “ An Empirical Investigation Of Two Implications Of The Two-Factor Theory Of Job Satisfaction”. *Journal Of Applied Psychology*, 51(5, Pt.1): 396-402
- Humphrey, R. H., Ashforth, B. E., ve Diefendorff, J. M. (2015). The Bright Side Of Emotional Labor. *Journal Of Organizational Behavior*, 36, 749-769
- İrigüler, F. (2015). A Research On Tour Guides' Use Of Emotional Labor And The Relationship Between Their Job Satisfaction And Burnout Levels: The Sample Of İzmir (Master's Thesis).
- İzğören, Ahmet Şerif (2000): *Dikkat Vücudunuz Konuşuyor - Türkiye'de Beden Dili, İş Yaşamı ve Renkler*, Academyplus Yayınevi, Ankara
- Judge, T. A., Robbins, S. P. (2013). *Organizational Behavior*. Pearson Education: New Jersey.
- Karadağ, Ö. (2003). Türkçe Eğitiminde Anlatım Tarzları. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 79-92.
- Karakuş, H. (2011). Hemşirelerin İş Tatmin Düzeyleri: Sivas İli Örneği. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(6), 46-57.
- Kaya, U, Özhan, Ç. (2012). Duygusal Emek Ve Tükenmişlik İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 3 (2), 109-130.
- Kaynak, T. (1996). *İnsan Kaynakları Planlaması*. Alfa Basım Yayım Dağıtım: İstanbul.

- Kırca, A. D. (2016). Sözlü Edebiyattan Porselen Eserlere: Apollon ve Faresi. *Art Sanat*, 185.
- Kim, H. J. (2008). Hotel Service Providers' Emotional Labor: The Antecedents And Effects On Burnout. *International Journal Of Hospitality Management*, 27(2), 151-161.
- King, M., Murray, M. A., ve Atkinson, T. (1982). Background, Personality, Job Characteristics, And Satisfaction With Work In A National Sample. *Human Relations*, 35(2), 119-133.
- Korunka, C., Scharitzer, D., Carayon P. ve Sainfort. F., (2003) "Employee Strain Ana Job Satisfaction Related On An Implementation Of Quality In A Public Service Organization: A Longitudinal Study", *Work and Stres, Vol.17, No.1*, 52-72.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2014). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar (15. Baskı)*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Köroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 91-112.
- Köse, N., ve Bal, Y.(2018) Örgütsel İkliminin İş Tatmini Ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi. Kongre Tam Metin Kitabı, 82-93
- Kruml, S. M., ve Geddes, D. (2000). Exploring The Dimensions Of Emotional Labor: The Heart Of Hochschild's Work. *Management Communication Quarterly*, 14(1), 8-49.
- Kukeynel, M., (2005), "Turistlere Bilgi Vermek Ve Yorum Yapmak", *Rehber Dünyası*, Sayı: 37, 58-59.
- Kunaviktikul, W., Nuntasupawat, R., Srisuphan, W. ve Booth, R. Z., (2000). "Relationships Among Conflict, Conflict Management, Job Satisfaction, Intent To Stay, And Turnover Of Professional Nurses In Thailand", *Nursing & Health Sciences*, Vol.2, Issue 1, 9-16.
- Küçük, M. A. (2016). İkonografiden İnanca "İsa Mesih'in Dirilişi/Paskalya" Süreci. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(8), 230-274.
- Küçük, S. (2014). Sağlık Çalışanlarında İş Doyumu Ve İş Doyumunu Etkileyen Stres Faktörleri (Akdeniz Üniversitesi Hastanesi Laboratuvar Teknikerleri Örneği). Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Hastane Ve Sağlık Kurumları Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.

- Leclerc, D. ve Martin, J. N. (2004). "Tour Guide Communication Competence: French, German And American Tourists' Perceptions", *International Journal Of Intercultural Relations*, 28/3-4, 181-200.
- Locke, E. A. (1969). What Is Job Satisfaction?. *Organizational Behavior And Human Performance*, 4(4), 309-336.
- Lundberg, C., Gudmundson, A., ve Andersson, T. D. (2009). Herzberg's Two-Factor Theory Of Work Motivation Tested Empirically On Seasonal Workers In Hospitality And Tourism. *Tourism Management*, 30(6), 890-899.
- Mastracci, S. H., Newman, M. A., ve Guy, M. E. (2010). Emotional Labor: Why And How To Teach It. *Journal Of Public Affairs Education*, 16(2), 123-141
- Mathisen, L. (2019). Storytelling: A way for winter adventure guides to manage emotional labour. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(1), 66-81.
- Matrunola, P. (1996). Is There A Relationship Between Job Satisfaction And Absenteeism? *Journal Of Advanced Nursing*, 23(4), 827-834.
- Mccormick, E. J., Tiffin J., (1974). *Industrial Psychology*. Prentice-Hall Inc: New Jersey.
- MEGEP. (2019, 21 Aralık). Erişim Adresi: http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Rehberlik%20Hizmetleri.pdf
- Mesmer-Magnus, J. R., Dechurch, L. A., ve Wax, A. (2012). Moving Emotional Labor Beyond Surface And Deep Acting: A Discordance–Congruence Perspective. *Organizational Psychology Review*, 2(1), 6-53.
- Mobley, W. H. (1977). Intermediate Linkages In The Relationship Between Job Satisfaction And Employee Turnover. *Journal Of Applied Psychology*, 62(2), 237.
- Morgeson, F. P., Delaney-Klinger, K., ve Hemingway, M. A. (2005). The Importance Of Job Autonomy, Cognitive Ability, And Job-Related Skill For Predicting Role Breadth And Job Performance. *Journal Of Applied Psychology*, 90(2), 399.
- Morris, J. A., ve Feldman, D. C. (1996). The Dimensions, Antecedents, And Consequences Of Emotional Labor. *Academy Of Management Review*, 21(4), 986-1010.
- Oğuz, H., ve Özkul, M. (2016). Duygusal Emek Sürecine Yön Veren Sosyolojik Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Batı Akdeniz Uygulaması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 130-154.

- Oral, A. ve Köse, S. (2011). Hekimlerin Duygusal Emek Kullanımı İle İş Tatmini Ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 463-492.
- Özdemir, O., Özdemir, P. G., Kadak, M. T., ve Nasıroğlu, S. (2012). Kişilik Gelişimi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 4(4), 566-589.
- Özer, B. C. (2014). Hastanelerde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Sağlık Personelinin İş Tatminine Etkisi. Unpublished Master's Dissertation. Ankara: Gazi University Graduate School Of Social Sciences.
- Özgen, I. (2010). *Turizm İşletmelerinde Duygusal Emek*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Özkalp, E. (2003). *Örgütsel Davranış*. Anadolu Üniversitesi.
- Özkalp, E., ve Kırel, Ç. (2001). *Örgütsel Davranış*. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir.
- Öztekin, Z. S. (2008). Orduda İş Tatmini: Subayların İş Tatminini Etkileyen Faktörler Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma. Doktora Tezi: Anadolu Üniversitesi.
- Pala, A. (2008). Öğretmen Adaylarının Empati Kurma Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(23), 13-23.
- Palmore, E. (1969). Predicting Longevity: A Follow-Up Controlling For Age. *The Gerontologist*, 9(4_Part_1), 247-250.
- Rafaeli, A., ve Sutton, R. I. (1987). Expression Of Emotion As Part Of The Work Role. *Academy Of Management Review*, 12(1), 23-37.
- Ramsden, A., ve Hollingsworth, S. (2017). *Hikâye anlatma sanatı*. İletişim Yayınevi: İstanbul.
- Rehber İstatistikleri (TUREB). (2022, 07 Eylül). Erişim Adresi: <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>
- Sabuncuoglu, Z., (2001). *Örgütsel Psikoloji*. Ezgi Kitabevi: Bursa.
- Salovey, P., ve Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition And Personality*, 9(3), 185-211.
- Saygılı, M. (2008). Hastane Çalışanlarının Çalışma Ortamlarına İlişkin Algıları İle İş Doyumu Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Kurumları Yönetimi Programı, Ankara.
- Simmons, A. (2006). *The Story Factor: Inspiration, Influence, And Persuasion Through The Art Of Storytelling*. Cambridge, Ma: Basic Books.

- Sinclair, J. (2005). The Impact Of Stories. *Leading Issues In Knowledge Management Research*, 3(1), 53-64.
- Sinha, D., ve Shukla, S. K. (2013). Study Of Job Satisfaction Of The Employees Of Private Sector Banks. *International Journal Of Education And Psychological Research*, 2(2), 33-40.
- Smith, P. (1992). The Emotional Labour Of Nursing: Its Impact On İnterpersonal Relations, Management And Educational Environment. Macmillan International Higher Education.
- Solmuş, T. (2004). *İş Yaşamında Duygular Ve Kişilerarası İlişkiler Psikoloji Penceresinden İnsan Kaynakları Yönetimi*. Beta Basım: İstanbul.
- Somer, O., Korkmaz, M., ve Tatar, A. (2002). Beş Faktör Kişilik Envanterinin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 17(49), 21-33.
- Soykan, F., (2002), “Profesyonel Turist Rehberliği Derslerindeki Kursların Yeniden Değerlendirilmesi ve Türkiye’nin Turizm Coğrafyası Dersine Eleştirel Yaklaşım”, Turizm Eğitimi Konferansı - Workshop, Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara
- Söylemezoğlu, A. (2019). İş Tatmininin Duygusal Emek Üzerine Etkisi: Bahçeşehir ve Esenyurt Bölgesindeki Mevduat Bankaları Üzerine Bir Araştırma. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Abd, Yüksek Lisans Tezi.
- Standage, T. (2018). *İnsanlığın yeme tarihi*. Maya Kitap: İstanbul.
- StorytellingTurkiye. (2020, 12 Şubat) Erişim Adresi: <http://www.storytellingturkiye.com/>
"The Evolution of Storytelling." Reporter. (2020, 18 Şubat) Erişim Adresi: <https://reporter.rit.edu/tech/evolution-storytelling>.
- Sutton, R. I., ve Rafaeli, A. (1988). Untangling The Relationship Between Displayed Emotions And Organizational Sales: The Case Of Convenience Stores. *Academy Of Management Journal*, 31(3), 461-487.
- Sürek, M. (2007). İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında Görevli Üye Temsilcilerinin İş Tatmini Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.

- Sütçü, Y. (2013). Ortak Bir Dünya Deneyimi: Hikâye Anlatıcısı. *Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 6(2), 76-92.
- Şahal, E. (2005). Akademik Örgütlerde Örgüt Kültürü Ve İş Tatmini Arasındaki İlişki: Akdeniz Üniversitesi'nde Doktora Yapan Araştırma Görevlilerinin Örgüt Kültürüne ve İş Tatminine Yönelik Algı Ve Kanaatleri. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, Türkiye.
- Şahin, Y. (2019). Kamu Çalışanlarında Performans Değerlendirmesi Ve Performans Değerlendirmenin İş Tatmini İle İlişkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Şerbetçi, H. (2016). 11.-12. Yüzyıllarda Ortaçağ Avrupası'nın Eğitime Genel Yaklaşımı. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 91-105.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı. (2013). *Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Turizm Rehberlik*. Ankara.
- Tangüler, A. (2002). Profesyonel Turist Rehberliği ve Turist Rehberlerinin Seyahat Acentesi Ve Müşteri İlişkileri: Kapadokya Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Tarigan, V., ve Ariani, D. W. (2015). Empirical Study Relations Job Satisfaction, Organizational Commitment, And Turnover Intention. *Advances In Management And Applied Economics*, 5(2), 21.
- Telman, N. ve Ünsal, P. (2004). Çalışan Memnuniyeti. Epsilon Yayıncılık. İstanbul.
- Tetik, N. (2006). Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği Ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği) (Master's Thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Tuncer, N. (1983). Masal Anlatma Tekniği. *Türk Kütüphaneciliği*, 32(1), 11-15.
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012), T.C. Resmi Gazete, 28331, 22 Haziran 2012.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2019, 15 Kasım). Erişim Adresi: <http://www.tdk.gov.tr/>
- Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB). (2019, 21 Aralık). Erişim Adresi: <http://tureb.org.tr/tr>
- Ulu, G. (2012). Batıl İnançların Çin Toplum Yaşamına Etkisi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doğu Dilleri Ve Edebiyatları (Sinoloji) Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Wagner, J., 2014. Natural Storytelling, In Storytelling, Pp. 1-74, Panow, M. & Wagner, J., (Eds.). Lodz: The Lodz Film School.

- Weiss, H. M., Cropanzano, R. (1996). Affective Events Theory: A Theoretical Discussion Of The Structure, Causes And Consequences Of Affective Experiences At Work. *Research In Organizational Behavior*.(Pp. 1-74). Editor: Staw, B., Cummings, L..Greenwich: Jai Press.
- Wharton, A. S. (1993). The Affective Consequences Of Service Work: Managing Emotions On The Job. *Work And Occupations*, 20(2), 205-232.
- Wharton, A. S., ve Erickson, R. I. (1993). Managing Emotions On The Job And At Home: Understanding The Consequences Of Multiple Emotional Roles. *Academy Of Management Review*, 18(3), 457-486.
- Wong, J. Y., ve Wang, C. H. (2009). Emotional Labor Of The Tour Leaders: An Exploratory Study. *Tourism Management*, 30(2), 249-259.
- Yaman, E., ve Köstekçi, M. (1998). *Türk Dili ve Kompozisyon*. Gazi Kitabevi: Ankara.
- Yang, F. H., ve Chang, C. C. (2008). Emotional Labour, Job Satisfaction And Organizational Commitment Amongst Clinical Nurses: A Questionnaire Survey. *International Journal Of Nursing Studies*, 45(6), 879-887.
- Yazıcıoğlu, İ., Tokmak, C., Uzun, S., vd., (2008). Turist Rehberlerinin Rehberlik Mesleğine Bakışı. *Üniversite ve Toplum Dergisi*, 8(2), 1-19.
- Yelkenkaya, S. E., ve Hakdüken, S. N. (2005). Profesyonel Turist Rehberi Kime Denir? 1. Bursa Turizm Sempozyumu (30 Eylül-2 Ekim 2005) Bildiriler Kitabı, 136-144.
- Yenipınar, U., ve Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 111-136.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Yılmaz, Ö., (2021). Emegin Değişen Yüzü: Dijital Emek Sömürüsü. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 68-78.
- Zhu, Y. (2012). A Review Of Job Satisfaction. *Asian Social Science*, 9(1), 293-299.

EKLER

EK 1: Duygusal Emek Ölçeği

İFADELER	SIKLIK				
	1	2	3	4	5
1) Müşterilerle etkileşim kurarken iyi bir ruh haline sahipmişim gibi taklit yaparım (YD).	1	2	3	4	5
2) Müşterilerle uğraşırken gösterdiğim duygular gerçek duygularımı yansıtmaz(YD).	1	2	3	4	5
3) İşimin gerektirdiği doğru duyguları sergilemek için gerçek duygularımı maskelerim (YD).	1	2	3	4	5
4) Müşterilere gösterdiğim duygular, gerçekten hissettiklerime uyuyor (GD).	1	2	3	4	5
5) Gerçekten hissettiklerimden farklı bir şekilde davranırım (YD).	1	2	3	4	5
6) Müşterilerle uygun bir şekilde ilgilenmek için harekete geçerim (YD).	1	2	3	4	5
7) Müşterilerle etkileşimim çok robotik (YD).	1	2	3	4	5
8) Aslında hissetmediğim duyguları sergiliyorum (YD).	1	2	3	4	5
9) Müşterilerle uğraşırken gerçek hislerimi örtbas etmeliyim (YD).	1	2	3	4	5
10) Aslında işimi iyi yapmak için göstermem gereken duyguları hissediyorum (GD).	1	2	3	4	5
11) İçimde hissettiğim duyguları müşterilere de gösteririm (GD).	1	2	3	4	5
12) Gerçek duygularımı müşterilere ifade etmem gerekenlerle eşleşecek şekilde değiştirmeye çalışırım (DD).	1	2	3	4	5
13) Müşterilerle çalışırken, şirketimin arzuladığı imajı sunan belirli duyguları kendimde yaratmaya çalışırım(YD).	1	2	3	4	5
14) İşe hazırlanırken hoş şeyler düşünürüm (DD).	1	2	3	4	5
15) Müşterilere yardım ederken (GD) gerçekten ne hissettiğimi belli etmemeye çalışıyorum	1	2	3	4	5
16) İşe hazırlanırken kendime iyi bir gün geçireceğimi söylerim (DD).	1	2	3	4	5
17) Müşterilerle (DD) etkileşim kurarken göstermem gereken duyguları gerçekten deneyimlemeye çalışırım.	1	2	3	4	5
18) Müşterilere göstermem gereken duyguları dile getirmek için çalışırım (DD).	1	2	3	4	5
19) Aslında hissetmediğim bir duyguyu sergilerken, davranışlarıma daha fazla konsantre olmam gerekiyor (YD).	1	2	3	4	5

YD: Yüzeysel Davranış DD: Derin Davranış GD: Gerçek Davranış.
Sıklık İfadeleri : “hiçbir zaman” (1), “nadiren” (2), “ bazen” (3), “sık sık” (4) ila “her zaman” (5).

EK 2: İş Tatmini Ölçeği

Minnesota Memnuniyet Anketi (Minnesota Satisfaction Questionnaire), Weiss, Dawis, England ve Lofquist tarafından geliştirilmiştir(1967). Katılımcıların iş tatmin düzeyleri hakkında veri toplamak için kullanılmıştır. MSQ 20 ifadeden oluşan ve 5'li Likert ölçeğe sahiptir. MSQ iki farklı bileşeni ölçmek için kullanılabilir. Bunlar içsel iş tatmini ve dışsal iş tatminidir. İçsel iş tatmini, insanların iş görevlerinin doğası hakkında kendilerini nasıl hissettiklerini ifade ederken, dışsal iş tatmini, insanların iş durumunun iş görevlerinin veya işin kendisinin dışındaki yönleri hakkında nasıl hissettiklerini ifade eder.

“İşimin bu yönünden ne kadar memnunum?” sorusuna cevap arayan 20 ifadeden oluşmaktadır.

İFADELER	SIKLIK				
	1	2	3	4	5
1) Her zaman meşgul kalabilmek. (İçsel (İ))	1	2	3	4	5
2) İşyerinde yalnız çalışma şansı (İ)	1	2	3	4	5
3) Zaman zaman farklı şeyler yapma şansı (İ)	1	2	3	4	5
4) Toplulukta “birisi” olma şansı. (İ)	1	2	3	4	5
5) Patronumun çalışanlarına davranış şekli.(Dışsal (D))	1	2	3	4	5
6) Yöneticimin karar vermedeki yetkinliği. (D)	1	2	3	4	5
7) Vicdanıma aykırı olmayan şeyler yapabilmek. (İ)	1	2	3	4	5
8) 8. İşimin sürekli istihdam sağlama şekli.(İ)	1	2	3	4	5
9) 9. Başkaları için bir şeyler yapma şansı. (İ)	1	2	3	4	5
10) 10. İnsanlara ne yapacaklarını söyleme şansı. (İ)	1	2	3	4	5
11) 11. Yeteneklerimi kullanan bir şey yapma şansı. (İ)	1	2	3	4	5
12) 12. Şirket politikalarının uygulanma şekli. (D)	1	2	3	4	5
13) 13. Ücretim ve yaptığım iş miktarı. (D)	1	2	3	4	5
14) 14. Bu işte yükselme şansı. (D)	1	2	3	4	5
15) 15. Kendi yargımı kullanma özgürlüğü. (İ)	1	2	3	4	5
16) 16. İş yaparken kendi yöntemlerimi deneme şansı. (İ)	1	2	3	4	5
17) Çalışma koşulları. (D)	1	2	3	4	5
18) 18. İş arkadaşlarımla birbirleriyle anlaşma şekli. (D)	1	2	3	4	5
19) 19. İyi bir iş çıkardığım için aldığım övgü. (D)	1	2	3	4	5
20) 20. İşten aldığım başarı hissi. (İ)	1	2	3	4	5

İçsel : İ Dışsal: D

Sıklık: 5'li Likert tipi ölçekte “Memnun Değilim” (1), “Biraz Memnunum” (2), “Memnunum” (3), “Çok Memnunum” (4) ve “Son Derece Memnunum” (5) şeklinde derecelendirilmiştir.

EK 3: Yapılandırılmış Görüşme Formu

GÖRÜŞME FORMU

Sayın Katılımcı,

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalında yüksek lisans öğrencisiyim. Çanakkale Gelibolu Tarihi yarımadasında yoğun bir şekilde turist rehberliği hizmeti veren turist rehberlerinin hikâye anlatımlarına bağlı duygusal emeklerini ve buna bağlı iş tatminlerini belirlemek amacıyla bir araştırma yapmaktayım. Bu araştırma için turist rehberleriyle görüşmeler yapıyorum. Yaptığım bütün görüşmelerde topladığım bilgiler sadece bu araştırma için kullanılacak ve kişisel bilgiler gizli tutulacaktır. Görüşmenin bir saat süreceğini tahmin ediyorum. İzin verirseniz görüşmemizi ses kayıt cihazıyla kaydetmek istiyorum. Böylelikle hem zamanı daha iyi kullanacağız, hem de sorulara verdiğiniz yanıtların kaydını daha ayrıntılı tutma fırsatı elde edeceğim. Bu araştırmaya katıldığınız için teşekkür ederim.

Doç Dr. Halil KORKMAZ

Hüseyin Süleyman BÜYÜKTEPE

SORULAR

Demografik Sorular

- 1) Cinsiyet
- 2) Yaş
- 3) Medeni Hali (Evli- Bekar)
- 4) Eğitim Durumu(Lise- Lisans-Önlisans-Y.Lisans)
- 5) Belgeyi Alış Türü (Bakanlık Kursu – Diploma)
- 6) Çalışma Türü (Serbest- Seyahat Acentasına Bağlı)
- 7) Deneyim (Kaç Yıl Rehberlik Hizmeti Vermiş)
- 8) Genelde hizmet verdiğiniz grupların milliyeti

Görüşme Soruları (Hikaye Anlatımı ve Duygusal Emekle İlgili Sorular)

- 1) Gelibolu Tarihi yarımadasında anlatım yaparken duygusal olarak neler hissetmektesiniz? Açıklayınız.
- 2) Gelibolu Yarımadasında anlatım yaparken karşılaştığınız zorluklar var mı? Açıklayınız.
- 3) Gelibolu Tarihi Yarımadasını ziyaret eden bir gruba, anlatım yaparken sizi rahatsız eden(Söz kesilmesi, anlatıma müdahale edilmesi, grubun anlatımı dinlememesi, vb.) durumlarla karşılaştınız mı? Açıklayınız.
- 4) Gelibolu Tarihi Yarımadasında hassas bir konu hakkında anlatım yaparken beklenmedik tepkilerle karşılaştığınız durumlar oldu mu? Açıklayınız.

Gelibolu Tarihi Yarımadası özelinde hangi ziyaret noktalarında ve hangi kahramanları anlatırken duygusal anlamda yoğun hissediyorsunuz? Açıklayınız.

- 1) Gelibolu Yarımadasında yaptığınız anlatımların gelen ziyaretçilere bir şeyler kattığını düşünüyor musunuz? Açıklayınız
- 2) Gelibolu Yarımadasında yaptığınız anlatımlar sırasında, turistlerin sahip oldukları görüşler doğrultusunda mı anlatımlar yaparsınız? Açıklayınız.
- 3) Gelibolu Yarımadasında gerçekleştirdiğiniz turun sonunda kendinizi nasıl hissediyorsunuz? Açıklayınız
- 4) Gelibolu Tarihi yarımadayı ziyarete gelen gruplardan gerek yapacağınız anlatımlar gerekse farklı konular hakkında hiç özel bir istekte veya talepte bulunuldu mu? Açıklayınız.
- 5) Sürekli olarak farklı karakterlere ve beklentileri olan turistlerle çalışmak sizi duygusal anlamda nasıl etkilemektedir? Açıklayınız.

Görüşme Soruları (İş Tatmini ile İlgili Sorular)

- 6) Gelibolu Tarihi yarımadasında yaptığınız turlardan sonra yaptığınız işle ilgili neler hissedersiniz? Açıklayınız
- 7) Yaptığınız anlatımlara bağlı olarak hissettiğiniz duyguları ele aldığımızda işinizden duyduğunuz memnuniyet düzeyiniz nedir? Açıklayınız
- 8) Yaptığınız anlatımların turist grubu tarafından dinlenmesi, onlara bir şeyler kattığını hissetmeniz işinize olan memnuniyet düzeyini nasıl etkiler? Açıklayınız
- 9) Yaptığınız anlatımların turist grubu tarafından dinlenmemesi işinize duyduğunuz memnuniyet düzeyini nasıl etkiler? Açıklayınız.
- 10) Gelibolu Tarihi Yarımadasında hassas bir konu hakkında anlatım yaparken beklenmedik tepkilerle karşılaştığınız durumlarda işinizi bırakmayı düşündüğünüz anlar oldu mu? Neden? Açıklayınız
- 11) Gelibolu yarımadasında yaşanmış gerçek olayları ve hikâyeleri aynı zamanda kahramanları anlatırken hissetmiş olduğunuz duyguları göz önünde bulundurduğunuzda yaptığınız işten ne düzeyde memnunsunuz? Neden? Açıklayınız

EK 4: Etik Kurul Raporu



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu
Bilimsel Araştırma Etik Kurulu



Sayı : E-84026528-050.01.04-2200082396
Konu : Başvuru İncelenmesi

15.04.2022

Sayın Hüseyin Süleyman BÜYÜKTEPE

Yürütücülüğünüzü yapmış olduğunuz 2022-YÖNP-0280 nolu projeniz ile ilgili Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun almış olduğu 14.04.2022 tarih ve 08/51 sayılı kararı aşağıdadır.

Bilgilerinize rica ederim.

KARAR 51- Hüseyin Süleyman BÜYÜKTEPE'nin sorumlu yürütücülüğünü yaptığı "Turist Rehberlerinde Hikâye Anlatımına Bağlı Duygusal EMEĞİN İş Tatminine Etkisi: Gelibolu Yarımadası Örneği" başlıklı araştırmasının, Bilimsel Araştırmalar Etik Kurul ilkelerine **uygun** olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Salih Zeki GENÇ
Kurul Başkanı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: 4E7DCP7

Belge Takip Adresi: dogrulama.comu.edu.tr

Adres: Onsekiz Mart Üniversitesi Terzioğlu Yerleşkesi Çanakkale

Telefon No: (0 286) 2180018
Kurul Memur

Faks No:

e-Posta:

İnternet Adresi: <https://www.comu.edu.tr>

Kep

Adresi:

comu@hs01.kep.tr

Telefon no:

(0 286)

2180018

- 1040

Bilgi için :

Emine Ateş
Fen Bilimleri Enstitüsü Etik

Telefon No:

(0 286) 2180018 - 1040Kep



Adresi: comu@hs01.kep.tr