

Yayın Geliş Tarihi: 13.12.2012
Yayına Kabul Tarihi: 15.02.2013
Online Yayın Tarihi: 03.10.2013

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 15, Sayı: 2, Yıl: 2013, Sayfa: 233-251
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

TURİZM LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN DUYGUSAL EMEK DENEYİMLERİNİN KARIYER TERCİHLERİNE ETKİLERİ

Erol DURAN*
Murat GÜMÜŞ**

Öz

Bu çalışmanın amacı, turizm öğrencilerinin staj dönemlerinde yaşadıkları duygusal etkileşimlerin kariyer tercihlerine etkisini bir yapısal model üzerinden belirlemektir. Staj dönemi duygusal deneyimleri, öğrencilerin turizm işlerinin kendi duygusal yönlerine uygun olup olmadığının farkına varmaları açısından önemlidir. Turizm öğrencilerinin staj döneminde karşılaştıkları duygusal emek deneyimlerinin kariyer tercihlerine etkileri altı gizil yapı ve altı hipotezden oluşan bir model ile sınanmıştır. Bu kapsamda Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğrenim gören 163 katılımcıdan elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Elde edilen verilere LISREL 8,54 yapısal eşitlik paket programı aracılığıyla doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizi başarıyla uygulanmıştır. Sonuçlar turizm öğrencilerinin kariyer tercihlerinin turizm sektöründe karşılaştıkları duygusal emek deneyimlerinden yoğun olarak etkilendiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal Emek, Turizm Lisans Öğrencileri, Staj, Yapısal Eşitlik Modeli.*

EFFECTS OF TOURISM UNDERGRADUATE STUDENTS' EMOTIONAL LABOR EXPERIENCES ON THEIR CAREER PREFERENCES

Abstract

The aim of this study is to explore the effect of internship based emotional interactions of tourism students on their career preferences through structural equation modeling. The importance of internship based emotional experience of students is that they realize whether tourism works match their emotional sense or not. Factors influencing effects of emotional labor experiences during the internship period on tourism students' career preferences were examined using a model consisting six latent constructs and six path hypotheses. Within this context, findings from 163 student-respondents from Çanakkale Onsekiz Mart University, School of Tourism and Hotel Management were analyzed.

*Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, erolduran@comu.edu.tr

** Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, mgumus@comu.edu.tr

Utilizing LISREL 8,54 structural equation analysis package, a confirmatory factor analysis and path analysis were performed successively on the collected data. Results indicated that the tourism students' career preferences are likely to be strongly affected by their emotional labor experiences in tourism sector.

Keywords: *Emotional Labor, Tourism Undergraduate Students, Internship, Structural Equation Modeling.*

GİRİş

Günümüzde gelişmiş ülkelerin hemen hemen tamamında, ekonomi içinde hizmet sektörünün oranı imalat sektörünün üzerine çıkmıştır. Hizmet söz konusu olunca, çalışanların fiziksel ve entelektüel emekleriyle birlikte, duygusal emek ve yetkinlikleri veya kabiliyetleri de önem kazanmaktadır (Chu ve Murrmann, 2006: 1181). Genel anlamda hizmetler sektöründe, özel anlamda ise hizmet alt sektörü olan turizmde, çalışanların hizmet esnasında müşterilere yansıttıkları duyguların niteliği (yapay, derin veya samimi duygu) hem çalışanın işletmeye eklediği katma değer düzeyi, hem de müşterilerin ve çalışanların hizmete ilişkin deneyimleri yönünden önemli sonuçlar doğurmaktadır. Dolayısıyla, kişinin işiyle ilgili olarak gösterdiği duygu çabalarını ifade eden duygusal emek kavramı Hochschild'den (1983) buyana araştırmacıların artan bir şekilde ilgisini çekmiş ve turizm işletmeleri için kritik bir girdi olarak ortaya çıkmıştır. Turizm, çalışan-müşteri etkileşimlerinin yoğunlukla yüz yüze olduğu ve böylelikle çalışanların duygusal emek çabalarının pek çok sektöre oranla çok daha fazla olduğu bir alandır. Yüz yüze etkileşim Hochschild'in (1983) vurguladığı yüzeysel, derin ve samimi davranış kalıplarının yoğun olarak sergilendiği bir çalışma ortamını ifade etmektedir (Karatepe ve Aleshinloye, 2009: 349). Bu durum, çalışanların işe alım süreçlerinde entelektüel birikimlerinin yanında duygusal yetkinliklerinin de ön plana çıkmasını sağlamıştır. Artık işletmeler çalışan tercihlerinde müşteri ile ilgilenme, müşteriye karşı samimi davranışlar sergileme gibi duyguların yönetimine yönelik yetkinlikler ararken (Pala ve Tepeci, 2009) çalışanlar da, duygusal olarak sarf ettikleri emeğin karşılığını bulmayı sektör ve iş tercihlerinde ön planda tutmaktadırlar.

Duygusal emek kavramına ilişkin kavramsal belirsizlik devam etmektedir ancak tüm kavramsallaştırma çabalarının ortak paydası, Goffman'ın "uygun duygusal ifade" beklentilerine dayanan şekilde örgütsel veya mesleki gösterim kurallarıyla uyumlu olacak biçimde duyguların yönetilmesini ve duyguların ifade edilmesini kapsamaktadır (Glomb ve Tews, 2004:2). Örgütsel açıdan duygusal emek, örgütün tanımladığı kurallara ve usullere uygun şekilde çalışanların duygularını yönetmesi gereğini ifade etmektedir (Wharton, 2009:147). Hizmet sektörüne yönelik olarak yapılmış olan pek çok çalışma, duyguların yönetiminin çalışanların iş performansını doğrudan etkilediğini vurgulamaktadır (Tsai, 2009: 1437).

Bu bağlamda, öğrenim gördükleri dönem boyunca birer duygu emekçisi adayı olan turizm öğrencilerinin, staj kapsamında çalışma alanlarında yaşadıkları duygusal etkileşimler önemli bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma, staj yaptıkları dönemlerde turizm öğrencilerinin, iş yerlerinde karşılaştıkları duygusal etkileşimleri ve bunun gelecek iş tercihlerine etkilerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Pek çok turizm öğrencisi, sektörle ilgili temel algılarını ve geleceğe ilişkin hedeflerini staj dönemlerinde yaşadıkları duygusal etkileşimler, profesyonel ilişkiler ve iş tecrübeleri doğrultusunda belirlemektedirler. Dolayısıyla okudukları bu dört yıllık süreç içerisinde, insan ilişkilerine dayalı eğitim, arkadaşlık vb. pek çok tecrübenin yanında staj yaptıkları dönemde elde ettikleri iş tecrübelerinin de geleceğe yönelik büyük katkıları olmaktadır. Staj dönemi duygusal deneyimlerinin turizm alanında profesyonelliğe yönelme niyetini belirlemeye yönelik olan bu araştırma, alana katkı sağlar niteliktedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Duygular ve Yönetimi

Duygular birey ile başkaları arasında önemli bir iletişim kanalını temsil eden sosyal bir ihtiyaçtır (Chen vd., 2009: 1431). Bu kavram günümüzde işverenlerin, çalışanların duygularını ve duygusal gösterimlerini şekillendirme çabaları nedeniyle örgütsel davranış alanında önem kazanmaya başlamıştır. İlk defa Hochschild (1983) tarafından ayrıntılı bir şekilde ele alınan duygusal emek kavramı, son 30 yılda özellikle yurt dışı yazında yoğun olarak ele alınmış, hizmet sektöründe çalışanların, müşteriyle temaslarında sergilemeleri gereken gösterim kuralları pek çok araştırmaya zemin hazırlamıştır (Pugliesi, 1999; Tsai, 2009; Glomb ve Tews, 2004; Chen vd., 2009; Gardner ve Stough, 2002). Strongman'a göre duygular objektif ve sübjektif faktörler grubu arasındaki etkileşimlerden oluşmaktadır ve bunlar çoğunlukla etkileyici, hedefe dönük (amaçlı) ve uyarlanabilir davranışlarda meydana gelmektedir (Tsai, 2009: 1438). Duygular insan algılarını biçimlendirmekte, davranışlarına yön vermekte ve insanın başka insanlarla etkileşimlerini etkilemektedir (Glomb ve Tews, 2004: 1). Bu bağlamda duygular insan deneyimlerinin ayrılmaz bir parçası olup, bireyin ait olduğu sosyal kurumların varlığında da kaçınılmaz etkilere sahiptir. İşletmelerin birer sosyal kurum olarak çabalarının tarihi, bilimsel yönetim düşüncesi tarihinde yerini almıştır. Davranışsal kuramın ana ekseninde insan olgusu, fiziksel varlığın ötesinde ele alınmaktadır. Ancak duyguları yönetme düşüncesi ve duygulara odaklanma eğilimi 1980'li yıllarla beraber belirgin olarak incelemeye alınmıştır (Duran ve Gümüş, 2010).

Duyguların yönetimini iki yönlü olarak ele almak mümkündür. Birincisi işverenler ve yöneticiler açısından iş yerinde (hem atmosfer hem çalışan bağlamında) duyguların yönetimi sorunu, ikincisi ise, çalışanların kendi duygularını yönetebilme yetenekleridir. Bu kapsamda duygu yönetimini, kendinde ve başkalarında oluşan olumlu ve olumsuz duyguları yönetebilme kabiliyeti olarak

tanımlamak mümkündür (Gardner ve Stough, 2002: 72). Etkin duygu yönetiminin işverenler ve çalışanlar açısından pek çok kazanım sunduğu bir gerçektir. İşverenler ve yöneticiler açısından, hizmetlerden olumlu etkilenen müşterilerin yarattığı satış artışı, tekrarlanan iş ilişkileri, ağızdan ağza iletişim yoluyla oluşan tanıtım ve yeni iş olanakları ile işletme süreçlerinde iyileşme ve etkin iletişim gibi olumlu sonuçları üzerinde durulmaktadır (www.esrccoigroup.shef.ac.uk). Çalışanlar açısından bakıldığında ise çalışanların kendini geliştirmesi ve ifade etmesi, otonomi, yetkilendirme, statü farklılıklarını azaltma, verimli çalışabilme kaynaklı elde edilen ekstra gelirler, başarı ve iyi hissetme gibi duyguların artması, olumlu sonuçlar olarak vurgulanmaktadır (Pugliesi, 1999: 130, Duran ve Gümüş 2010). Buradan hareketle turizm işletmelerinde çalışanların aynı zamanda hem birer duygu yöneticisi, hem de Wharton'un (2009) deyimiyle birer duygu proleterleri (emekçisi) olduklarını belirtmek mümkündür.

Duygusal emek, örgütsel yazında iş ortamlarındaki duyguların denetimini kapsayan bir dizi kurguyu tanımlamak için kullanılan bir terimdir (Pala ve Tepeci, 2009: 114). Kavramı ilk defa ortaya atan ve yoğun ilgi gören sosyolog Arlie Hochschild (1983) duygusal emeği “gözlenebilir yüz ve bedensel gösterimler yaratmak üzere duygunun yönetimi” şeklinde tanımlamaktadır. Duygusal emek, örgütsel beklentilerin karşılanmasında çalışanların yüz yüze ya da söze söz olarak kişiler arası etkileşim sürecinde duygusal gösterimlerin yönetimi olarak tanımlanmaktadır (Van Dijk vd., 2009; Asforth ve Humphrey, 1993). Duygusal emek, öncelikle işletmelerin temel ve pazarlanabilir bileşenlerinden olan hizmet sağlayıcıların duygusal gösterimleri vasıtasıyla oluşan bir hizmet endüstrisi olgusu olarak ele alınmaktadır (Seymour, 2000). Hizmet çalışanı, rolünün bir gereği olarak ve aynı zamanda belli bir ücret karşılığında duygularını yönetir (Van Dijk, vd., 2009: 2). Yapılmış olan bu tanımlar ve açıklamalar, duygusal emek sürecinin yüz yüze ya da söze söz etkileşimler sonucu gerçekleştiğini (Hochschild, 1983; Syed, 2008), duygusal gösterimlerin diğer insanların duygularını, tutumlarını ve davranışlarını etkilemek üzere kurgulandığını (şekillendirildiğini) (Morris ve Feldman, 1997; Zapf, 2002) ve duygusal gösterimlerin belirli kuralları takip etmek zorunda olduğunu göstermektedir (Wong ve Wang, 2009: 250). Bunlar aynı zamanda duygusal emek sürecinin temel karakteristiklerini ifade etmektedir.

Hochschild (1983) duygusal emeği bir hizmet sunum sahnesi şeklinde kurgulamaktadır. Bu sahnede, hizmet bir “gösteri”, hizmet çalışanı “aktör”, müşteri “seyirci” ve işin yapılışı ise (hizmetin sunumu) oyunun bir “perdesidir” (Chu ve Murrmann, 2006: 1182). Aktörler ile izleyiciler arasındaki iletişim, örgütsel normlar ve kurallar çerçevesinde şekillenen gösterimin şekline ve bireysel algılarına bağlıdır (algıları çerçevesinde gerçekleşebilmektedir). Bu kapsamda Hochschild'in (1983) ve takiben Asforth ve Humphrey (1993), Seymour (2000), Gardner ve Stough (2002) gibi araştırmacıların da vurguladıkları gibi, aktör ve seyirci arasında oluşan bu etkileşim üç şekilde oluşmaktadır. Bunlar;

- Yüzeysel davranış; çalışan normalde hissetmediği duyguları hissediyormuş gibi yaparak işinin gerektirdiği duyguları sergiler.
- Derin davranış; çalışan duygu ve düşüncelerini kontrol altında tutarak, geçmiş duygu ve tecrübeleriyle duygularını olumlu anlamda yönlendirebilmektedir.
- Samimi davranış; çalışan müşteriye rol yapmamakta, duygularını olduğu gibi sergilemektedir.

Yüzeysel duygu gösterimlerinin özellikle duygusal tükenme ve duygusal kopmalarla daha fazla ilişkili olduğu, derinlemesine duygu sergilemelerinin ise daha fazla kişisel başarı ile olumlu olarak ilişkili olduğu, samimi duygu gösterimlerinin, çalışan ve müşteri için daha fazla yarar sağladığı vurgulanmıştır (Brotheridge ve Grandey, 2002: 34). Araştırmalar, yüzeysel davranışın derin davranışa oranla çalışanlar üzerinde daha fazla olumsuz etkilere sahip olduğu üzerinde durmaktadır (Pugliesi, 1999; Brotheridge ve Grandey, 2002). Benzer çalışmalar yüzeysel davranışın çalışma tecrübesi açısından bakıldığında tecrübesiz çalışanlar tarafından tecrübeli çalışanlara oranla daha sık tercih edildiğini göstermektedir (Grandey, 2003; Rupp ve Spencer, 2006). Güncel çalışmaların pek çoğu, duygusal emeği yüzeysel davranış kavramıyla bağlantılı olarak kavramsallaştırmaktadır. Buna göre çalışanlar o anki duyguları ne kadar farklı olursa olsun, gösterim kurallarının gerektirdiği duygusal ifadeleri (özellikle yüzeysel davranış) sergilemek zorundadır (Rupp ve Spencer, 2006: 972).

Gösterim kuralları, psikolog Paul Ekman tarafından, hizmet sunum sahnesinde gerçekleşen duygusal ifadelerle ilişkin normlar olarak tanımlanmaktadır. Ekman'a göre gösterim kuralları; sadece hangi duygunun uygun olduğuyla ilgili değil, aynı zamanda bu duyguların nasıl sergileneceği ve karşı tarafa nasıl iletileceği ile ilgili davranış standartlarıdır ve hizmet sunum sahnesinin boyutları ve kuralları ile sınırlıdır (Morris ve Feldman, 1996; Güngör, 2009). Dolayısıyla bu sahne içinde rol alan aktörlerin ne tür duygular içinde oldukları belirli bir noktaya kadar önemlidir, fakat bu duyguların ne tür davranışlara dönüştüğü, davranışların aynı zamanda gözlenebilir olması sebebiyle daha büyük bir öneme sahiptir (Güngör, 2009).

Glomb ve Tews (2004), hissedilen ve gösterilen duygular arasındaki tutarsızlıkların, çalışan açısından bir tehdit niteliğinde olduğunu belirtmektedir. Gerçekte hissedilmeyen ve var olmayan olumlu duyguların varmış gibi ifade edilmesi hizmet veren kişide zamanla kendine saygıda azalma (Mann, 1999), duygusal tükenmişlik (Brotheridge ve Grandey, 2002), duygusal yorgunluk (Morris ve Feldman, 1997), iş stresi (Pugliesi, 1999), işe veya kendine yabancılaşma gibi (Hochschild, 1983) pek çok olumsuz durumlara neden olabilmektedir. Uygun olan duygunun ortaya konması, esas duygunun bastırılması anlamına geldiğinden, duygusal uyumsuzluk, tatminsizlik, aşırı rol yüklenmişlik hissi, tükenme ve duygularını bastırmaktan ötürü pek çok rahatsızlığa da yakalanma tehlikesini arttırabilmektedir (Mann, 2005: 307). Diğer yandan, hissetmediği duyguları varmış

gibi gösteren çalışandan hizmet alan müşteri ise, deneyimleri ile bunu hissedebilmekte ve bu durum, ilişki kalitesini olumsuz etkileyebilmektedir. Bunun için uygun işe uygun çalışan istihdam etmenin yanı sıra, iş doyumunun sağlanarak ve sürekli kılınarak çalışanların iş yerinde göstereceği olumlu duygu durumlarının teşvik edilmesi önem kazanmaktadır (Chen vd, 2009). Ancak daha da önemlisi yapılan iş müşteri ile yoğun etkileşimi gerektiriyorsa, istihdam edilen kişinin müşteri duygularına hitap edebilecek, gerçekten yardıma hazır ve gönüllü kişilik yapılarındaki kişilerden seçilmesi, müşteri tatmini ve ilişkinin kalitesinin yüksek algılanması bakımından da önem kazanmaktadır (Şengül, 2009: 1204).

Turizmde Duygusal Emek

Hizmetler sektörünün bir alt sektörü olan turizm, duygusal emeğe doğal olarak en çok gereksinim doğuran alanlardan birisidir. Bu nedenle, duygusal emek konusunda yapılan çalışmalar arasında turizm işletmeleri veya turizmi gerçekleştiren temel görevler yoğunlukla araştırılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla turizm alanında nispeten yeni bir kavram olsa da duygusal emek alanında yapılmış pek çok nitel ve nicel araştırma bulunmaktadır (Deadrick ve McAfee, 2001; Thurau vd, 2006; Chu ve Murnmann, 2006; Kim, 2008; Wong ve Wang, 2009; Van Dijk vd., 2009). Söz gelimi Seymour (2000) iki farklı hizmet sunum tarzına sahip olan yiyecek içecek işletmeleri arasındaki duygusal emek düzeylerini ölçmek amacıyla geleneksel gümüş servis restoranları çalışanları ve fast-food işletmeleri çalışanlarına yönelik görüşmeler yapmış, geleneksel işletmelerde duygusal emek yoğunluğunun çok daha fazla olduğunu belirlemiştir. Kim (2008), iki duygusal emek stratejisinin (yüzeysel ve derin davranış) konaklama endüstrisi içindeki önceliklerini ve sonuçlarını incelemiştir. Çalışma yüzeysel davranış sergileyen çalışanların, derin davranış sergileyenlere oranla daha fazla yıprandığını ve bitkin düştüğünü göstermiştir. Zapf ve Holz (2006), Almanya’da otel işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri ve çağrı merkezlerinde yapmış oldukları araştırmada, duygusal emek ile tükenmişlik sendromu arasında sıkı bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir (bkz. Avcı ve Kılıç, 2010: 293). Chen ve diğerleri (2009), öğrencilerin staj dönemlerinde, çalışma isteklerinin ve duygusal farkındalıklarının, iş tatminlerini ne yönde etkilediğini belirlemeye çalışmış, duygusal farkındalığın ve çalışma isteğinin iş tatminini pozitif yönde etkilediğini belirlemişlerdir.

Yerli yazında ise, Avcı ve Boylu (2010), lisans ve ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde yaptıkları bir araştırma ile Chu ve Murnmann’ın (2006) geliştirmiş olduğu ölçeğin Türkiye için geçerlemesini yapmışlardır. Avcı ve Kılıç (2010), aynı ölçek üzerinden, konaklama sektöründe çalışanların duygusal emek davranışlarının hangi boyutta farklılık gösterdiğini belirlemeye çalışmışlardır. Araştırmada duygusal emek davranışları “duygusal çaba” ve “duygusal çelişki” boyutlarıyla ele alınmış, çalışanlarda duygusal emeğin “duygusal çelişki” boyutuyla farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Benzer şekilde Pala ve Tepeci (2009), turizm işletmelerinde çalışanların duygusal emek düzeyleri ve boyutlarını ölçmeye dönük bir araştırma yapmış, turizm işletmelerinde duygusal

emeği oluşturan boyutlar, “derin davranış” ve “yüzeysel davranış” olarak bulunmuştur. Kozak ve Güçlü (2008), turizm işletmelerinde duygusal emek faktörlerinin işe alma sürecinde ne oranda dikkate alındığını belirlemeye yönelik bir araştırma yapmış, araştırma sonucunda “samimi davranış” faktörünün en fazla önem verilen duygusal emek faktörü olduğu bulunmuştur.

Benzer şekilde turizm alan yazınında yapılmış olan diğer pek çok çalışma, duygusal yönetimin çalışanların iş performansını etkilediğini vurgulamaktadır (Morris ve Feldman, 1997; Tsai, 2009; Deadrick ve McAfee, 2001). Yapılmış olan araştırmaların temel vurgusu, duygusal emek performansının, hizmet sunum süreci boyunca sergilenmesi gereken uygun nezaket ve güler yüzün çok daha ötesinde olduğu ve çok daha fazlasını ifade ettiği. Nitekim hem çalışanlar ve müşteriler hem de çevre açısından turizm içindeki etkileşimler, diğer pek çok hizmet temelli etkileşimden çok daha fazla etkin ve zararlı olabilmektedir (Beardsworth ve Bryman, 2001; Van Dijk vd, 2009).

Hizmet işlerinin sunulmasında fiziksel, zihinsel ve duygusal emeği de talep edilen hizmet çalışanlarının, konaklama endüstrisi özelinde hizmet ürününe katma değer kattıkları varsayımı nedeniyle, duygusal emek ve yönetimi önemli bir olgu olarak görülmektedir (Chu ve Murrmann, 2006; Van Dijk vd, 2009). Aynı durum diğer turizm alanları için de söz konusudur. Örneğin, turizm rehberinin duygusal emeği, rehberin kurumsal temsil, rol model olması bağlamında ürüne dışlanamaz bir değer katmaktadır (Van Dijk, vd., 2009:1; Duran ve Gümüş, 2010: 174).

ARAŞTIRMA MODELİ

Bu araştırmada, öğrenim gördükleri 4 yıllık süre zarfında turizm sektöründe staj yapan öğrencilerin, staj yaptıkları dönem boyunca sektörde karşılaştıkları ya da uyguladıkları duygusal etkileşimlerin, mezun olduktan sonra iş ve sektör tercihlerine olan etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu’nda okumakta olan Seyahat ve Turizm Rehberliği ile Konaklama İşletmeciliği bölümü öğrencilerine yönelik anket tekniği uygulanmıştır. Araştırma süresince elde edilen verilerin analizinde Lisrel 8,54 paket programı kullanılarak Yapısal Eşitlik Modelinden (YEM) faydalanılmıştır. Araştırmacılar veri setini oluştururken doğrudan gözlenen ve ölçülen değişkenlerin yanında gözlenemeyen değişkenlerle de ilgilenirler. Bu değişkenler direkt gözlenemediğinden doğrudan ölçülemezler. Bu değişkenlere gizil (latent) değişkenler veya faktörler denir. Yapısal eşitlik modelleri (YEM) gözlenen ve gözlenemeyen değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin sınanmasında kullanılan kapsamlı bir istatistiksel tekniktir. YEM gizil değişkenler seti arasında bir nedensellik yapısının var olduğunu ve gizil değişkenlerin gözlenen değişkenler aracılığıyla ölçülebildiğini varsayar (Yılmaz, 2004). YEM, verilen bir modeldeki gözlenen değişkenlere (hem bağımlı hem bağımsız) ilişkin ölçüm hatalarını açıkça hesaba katan bir yöntemdir.

İnsan odaklı bir sektör olarak turizm işletmelerinde, yapılan işin gerektirdiği duyguların yoğunluğu, yazında duygusal emek sıklığı, çeşitliliği ve süresi ile tükenmişlik gibi negatif bireysel çıktıları arasında pozitif bir ilişki olduğunu ileri sürmekle beraber, duygu gerektiren birçok işin bireyleri çok farklı etkilediği ve kariyer tercihlerini belirlediği görülmektedir (Lui vd., 2004; Pala ve Tepeci, 2009). Yapılan araştırmalar, duyguların yönetiminin çalışanların iş performanslarını ve devamında kariyerlerine yönelik pek çok kararı doğrudan etkilediğini vurgulamaktadır (Asforth ve Humphrey, 1993; Gardner ve Stough, 2002; Tsai, 2009). Dolayısıyla iş yaşamına giriş niteliğindeki staj dönemi, öğrencilerin kendi duygularını yönetebilme ve iş süreçlerine yöneltebilme yeteneklerini görmeleri, yaptıkları ya da gelecekte yapmayı düşündükleri işin gerektirdiği duygusal gösterim kurallarını tanımaları ve kariyer tercihlerini bu kuralların gerektirdiği duyguları sergileyebilme becerileri doğrultusunda belirlemeleri açısından önemli bir evredir.

Araştırmada lisans düzeyinde öğrenim gören turizm öğrencilerinin geleceğe ilişkin kariyer tercihlerinin sektörde “devam etmeye” dönük olup olmaması, staj yaptıkları işletmelerde karşılaştıkları duygusal gösterimlerin “sıklığı”, “yoğunluğu/şiddeti”, gösterilen duyguların “çeşitliliği”, “yüzeyselliği” ve “derinliği” gizil değişken olarak ele alınmıştır. Ayrıca sektörde çalışmaya “devam etme” gizil değişkeni ikinci düzey ölçüm modeline sahiptir. Araştırma kapsamında kurulmuş olan hipotezler aşağıdaki gibidir.

H₁: *Staj dönemlerinde öğrencilerin yaşadığı duygusal gösterimlerin sıklığı ile kariyer tercihleri arasında ilişki vardır.*

Turizm sektörü, hem yönetim kademesindeki çalışanlar açısından hem de daha alt kademelerdeki çalışanlar açısından pek çok duygusal gösterimlerin bir arada sunulmasını gerektirebilmektedir. Yöneticiler açısından hizmet verenlerin stresli ve üzgün olduğu durumlarda onları yatıştırmak ve sakinleştirmek, güvenini kazanmak gerektiğinde arkadaşça ve sempatik duygular ifade etmek, gülümsemek, onları dinlemek ve anladığını ifade etmek, disiplini sağlamak gerektiğinde ise sert bir ifade takınmak, otoriter tavırlar sergilemek vb. çeşitli durumlara yönelik duyguların ifade edilmesi gerekebilmektedir (Gardner ve Stough, 2002; şengül, 2009). Bu bir duygu işi olup özveri ve emek gerektirmektedir. Çalışanlar açısından ise, hoş olmayan bir durumla karşılaştığında kızgınlığını ve öfkesini gizlemesi, korku yaratan bir durumla ya da tehditkâr bir tavırla karşılaştığında korkularını gizlemesi, olumlu duyguların ya da mutlulukların dizginlenmesi gibi pek çok duygusal gösterimler sergilemesi gerekebilmektedir. Yine bu durum da bir duygu isidir ve emek ve özveri gerektirmektedir (şengül, 2009).

Çalışanların çok çeşitli duyguları bir arada sergileyebilme yetenekleri, içinde buldukları çalışma ortamına bağlılıklarını da arttırabilmekte ve kariyer tercihlerini yine aynı sektörden ve iş kolundan yana kullanmalarını sağlamaktadır. Aksi durumda ise tükenmişlik ve duygusal kopmalar gibi pek çok unsur, çalışanın

kariyer tercihini başka sektörlerle ve iş kollarına yönlendirmesinde etkili olmaktadır (Brotheridge ve Grandey, 2002; Türkay, vd., 2011).

H_{1a}: Staj döneminde yaşanan duygusal gösterimlerin sıklığı kariyer tercihlerini olumsuz etkiler.

H₂: Staj dönemlerinde yaşanan duygusal gösterimlerin yoğunluğu ile kariyer tercihleri arasında ilişki vardır.

Çalışma yaşamları boyunca yoğun duygusal gösterimlere maruz kalan ya da farklı duygusal gösterimleri çok sık bir arada sergilemek zorunda kalan çalışanların, bu süreçten farklı şekillerde etkilendikleri belirlenmiştir (Morris ve Feldman, 1996; Korczynski, 2002; Chau, vd., 2009). Özellikle insana dayalı bir sektör olan turizmde, çalışanlar sık sık müşteri ile yüz yüze temas halinde olduklarından olumlu veya olumsuz farklı duygusal gösterimleri aynı anda sergilemek zorunda kalabilmekte ve bu durum çalışanlar üzerinde farklı etkiler doğurabilmektedir. Çalışan duygularını iyi yönetebilme yeteneğine sahipse bu süreç, çalışan üzerinde işi sahiplenme, kuruma bağlılık, daha kaliteli hizmet sunma isteği ve sektörde kariyerini geliştirme isteği gibi sonuçlar doğurmaktadır (MacDonald ve Sirianni, 1996; Pugliesi, 1999; Jenks, vd., 2007). İşyerinde karşılaşılan yoğun duyguların çalışan üzerindeki olumsuz etkisi ise, duygusal uyumsuzluk, tatminsizlik, aşırı rol üstlenmişlik hissi, tükenmişlik, yoğun duygusal bastırımlardan kaynaklı hastalıklar ve kuruma bağlılıkta azalma gibi sonuçlar doğurmaktadır ve bu durum çalışanların kariyer tercihlerini olumsuz etkilemektedir (Mann, 2005; Telman ve Ünsal, 2004; Glomb ve Tews, 2004).

H₃: Staj dönemlerinde sergilenen duygusal gösterimlerin çeşitliliği ile kariyer tercihleri arasında ilişki vardır.

İş yaşamı süresince çalışanlar aynı zamanda birer duygu işçisi olarak duygularını “yüzeysel”, “derinlemesine” ve “samimi” olmak üzere üç farklı şekilde ortaya koyabilmektedir (Asforth ve Humphrey, 1993; Seymour, 2000; Gardner ve Stough, 2002). Çalışan, içinde bulunduğu çalışma sürecinin gerektirdiği duygusal gösterim kurallarını sergileyebildiği ölçüde ve duygularını yönetebildiği ölçüde kişisel başarıya ulaşabilmekte ve bu durum kariyer tercihlerini olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir (Pugliesi, 1999; Grandey, 2003; Rupp ve Spencer, 2006). Bu anlamda Wharton’un (2009) çalışması, duygusal emeğin iş doyumunu olumsuz etkilemediğini vurgulaması açısından önemli bir örnektir. Bu durumu, duygusal emeğin aslında bir işin gereği olmasının ötesinde, duyguların etkin yönetimine ve kabul edilebilir iş ilişkileri kurmanın anahtarı olmasına bağlamak mümkündür (Steinberg ve Figart, 1999: 23, Türkay, vd., 2011, Chau vd., 2009).

H_{3a}: Staj dönemlerinde çok çeşitli duygusal gösterimler sergileyen öğrenciler kariyerlerine aynı sektörde devam etmeyi tercih etmektedirler.

H₄: Staj dönemlerinde yüzeysel duygular sergileme ile kariyer tercihleri arasında ilişki vardır.

Araştırmalar, yüzeysel duygu gösterimlerinin özellikle duygusal tükenme ve duygusal kopmalarla daha fazla ilişkili olduğunu göstermektedir (şengül, 2009; Brotheridge ve Grandey, 2002; Chu ve Murrmann, 2006). Gerçekte hissedilmeyen ve var olmayan olumlu duyguların varmış gibi ifade edilmesi, hizmet veren kişide zamanla kendisine olan saygısında azalma, duygusal tükenme, işe ve kendine yabancılaşma gibi olumsuz etkilere sebep olmaktadır (Glomb ve Tews, 2004; Mann, 2005; Brotheridge ve Grandey, 2002; şengül, 2009).

H_{4a}: Staj dönemlerinde yüzeysel duygular sergileyen öğrenciler sektörde devam etmeyi tercih etmektedirler.

H₅: Staj dönemlerinde sergilenen duyguların derinliği ile kariyer tercihleri arasında ilişki vardır.

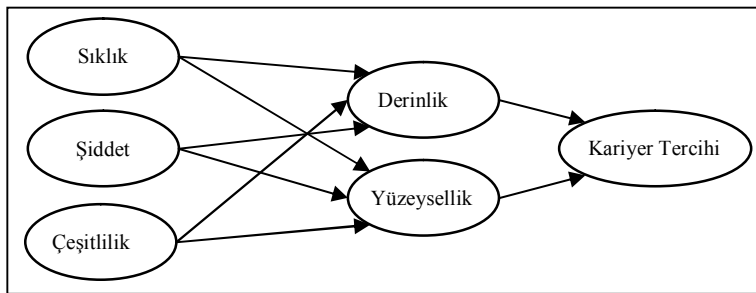
Araştırmalar, derinlemesine duygusal gösterimlerin çalışma hayatında kişisel başarıyı olumlu etkilediğini göstermektedir (Brotheridge ve Grandey, 2002; Türkay, vd., 2011). Çalışan, hizmet sunum sahnesinde oynamak zorunda kaldığı rolü, kontrollü ve olumlu yönde kanalize ederek seyirciye yani müşteriye yansıtıkça yaptığı işe olan bağlılığı, iş tatmini, öz saygısı, daha kaliteli hizmet sunma arayışı vb. unsurlar da artmaktadır (Steinberg ve Figart, 1999; Seymour, 2000). Dolayısıyla, bireyin iş yaşamında kişisel başarıya ulaşması, kariyer tercihini ve planlamasını bu yönde kullanmasında etkili olmaktadır.

H_{5a}: Staj dönemlerinde derin duygular sergileyen öğrenciler kariyerlerine sektörde devam etmeyi tercih etmektedirler.

H₆: Staj dönemlerinde yaşanan duygusal gösterim kurallarının niteliği çerçevesinde sektörde kariyere devam etme tercihi ile öğrencilerin okudukları bölüm arasında ilişki vardır.

H_{6a}: Staj dönemlerinde maruz kaldıkları duygusal gösterimler sonucu kariyerini sektör dışında sürdürme isteği öğrenilen bölüme göre farklılıklar göstermektedir.

şekil 1. Araştırma modeli



Belirtilen hipotezlerin sınanması ve gizil değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi, öğrencilerin staj dönemlerinde maruz kaldıkları duygusal gösterimlerin ve bunları yönetebilme kabiliyetlerinin kariyer hedeflerine etkilerini

belirlemeye yönelik önemli veriler sunacaktır. Belirlenmiş olan gizil değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik model Şekil 1’de verilmiştir.

YÖNTEM

Örneklem ve Veri Toplama Tekniği

Araştırma kapsamında yürütülen anket tekniği 2011 Ekim-Kasım dönemlerinde gerçekleştirilmiştir. Turizm öğrencilerinin staj yaptıkları dönem boyunca karşılaştıkları duygusal gösterimlerin niteliği ve sıklığı ile bunların kariyer tercihlerine olan etkilerinin belirlenmesine yönelik olarak hazırlanmış olan anketlerde, yazında yapılmış olan çalışmalardan ve kavramsal çerçevede yer alan faktörlerden yola çıkılarak ortaya konan değişkenlerle ilgili varsayımlara yönelik kapalı uçlu sorular sorulmuştur. Kapalı uçlu sorularda 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Anket soruları Brotheridge ve Lee (2003) tarafından yapılmış olan “Development and validation of the Emotional Labour Scale” adlı çalışmaları dikkate alınarak hazırlanmıştır. Adı geçen çalışmada, Brotheridge ve Lee (2003), 296 kişi üzerinde yaptıkları araştırma ile iş ortamında duygusal emeğin, sıklığı, yoğunluğu, duygusal gösterimlerin çeşitliliği, etkileşimde bulunma süresi ile yüz yüze ve derin duygusal gösterimlerden oluşan altı faktör üzerinden 15 soruluk bir duygusal emek ölçeği geliştirmiştir. Araştırmada yapılan doğrulayıcı faktör analizi bu altı faktörü desteklemiştir.

Hazırlanmış olan anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencilerinin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak hazırlanmış olan sorular oluşturmaktadır. İkinci bölüm ise 5’li Likert tipi ölçekle hazırlanmış kapalı uçlu sorulardan oluşmaktadır. Bu bölümde katılımcıların staj yaptıkları işletmelerde, staj yaptıkları dönem boyunca karşılaştıkları duygusal gösterimleri belirlemeye yönelik, gösterimlerin sıklığı, yoğunluğu (şiddet), çeşitliliği, yüz yüze ve derin duygular faktörleri çerçevesinde oluşturulmuş 14 kapalı uçlu soru bulunmaktadır. Elde edilen veriler SPSS 13 istatistiksel paket programı ve Lisrel 8.54 paket programı kullanılarak Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile analiz edilmiştir.

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nda okumakta olan 2 – 3 ve 4. sınıf öğrencileri araştırmanın ana kütlesini oluşturmaktadır. Birinci sınıflar henüz okula yeni kayıt yaptırdıklarından dolayı henüz yükseköğrenim seviyesinde staj yapma imkânına kavuşmamışlardır. Bu nedenle birinci sınıflar araştırma kapsamı dışında tutulmuş, geriye kalan tüm öğrencilerden staj yapmış olanlar araştırma kapsamına alınmıştır. Bu rakam yaklaşık olarak 550 öğrenciye tekabül etmekte olup bunlar içinden staj yapmamış olanlar ile araştırma sürecinde anket sorularına cevap vermek istemeyenler araştırma sürecinden çıkarılmıştır. Soru formları katılımcılara yüz yüze görüşme yöntemiyle dağıtılmıştır. Soru formlarının dağıtılmasında araştırmacılar bireysel olarak çaba sarf etmiş, mümkün olan en yüksek katılımın sağlanmasına

çalışılmıştır. Dağıtılan soru formlarından 180 adet geri dönüş gerçekleşmiştir. Soru formlarından bazıları eksik ve yetersiz doldurmadan dolayı geçersiz sayılmış ve toplamda 163 adet soru formu araştırmaya dâhil edilmiştir.

Araştırma Bulguları

Araştırmaya katılan turizm öğrencilerinin yaş ortalaması 22'dir. Katılımcıların % 55,2'si kadın, % 44,8'i ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların staj yaptıkları sürelele bakıldığında, 1 ay (%8,6), 2 ay (%46) 3 ay (%27,6) ve 3+ ay (% 17,8) olarak dağılmaktadır. Öğrencilerin %32,5'i zincir otelde, %39,3'ü bağımsız otelde, % 20,2'si seyahat acentesinde ve kalan kesim diğer işletmelerde staj yaptıklarını beyan etmişlerdir. Staj yapılan departmanlar içerisinde ön büro % 27, F&B % 37,4 ve satış/kontuvar % 9,8 ile ön plan çıkmaktadır. Öğrencilerin % 64,4'ü geleceğe dönük kariyer tercihleri sorulduğunda turizmde devam etmeyi düşündüğünü belirtmiş, % 35,6'sı ise kariyerine başka bir sektörde devam etmek istediğini beyan etmiştir. Kariyerine turizm sektöründe devam etmek istediğini belirtenlerin % 55,5'i konaklama işletmelerinde, % 21'i seyahat acentesinde, % 11'i yiyecek içecek işletmesinde kariyerine devam etmek istediğini belirtmiş kalan kesim ise diğer turizm işletmelerinde kariyerine devam etmek istediğini belirtmişlerdir.

Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik katsayısı kabul edilebilir düzeyde bulunmuştur (Cronbach's Alpha =,73). Buna ek olarak, yapısal eşitlik modeline başlamadan önce araştırmada kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğinin ölçülmesi için gizil (latent) değişkenlerle bu değişkenlerin ilgili olduğu gözlenen değişkenler arasındaki uyumu gösteren uyum iyiliği indekslerinin belirlenmesi gerekmektedir. Eğer ölçüm modelinin uyum iyiliği indeksleri belirli kritik değerlerin altındaysa ölçüm modelinde bazı değişiklikler yapılır. Uyum iyiliği indeksleri kritik değeri aşan ölçüm modeli, bir sonraki aşamaya geçer. Bu aşamada yapı geçerliliği için doğrulayıcı faktör analizi (DFA), güvenilirlik için ise faktörlerin açıklanan varyans tahminleri ve faktörlerin güvenilirlik katsayıları kullanılır. Doğrulayıcı faktör analizinde model içinde kullanılacak gizil değişkenlerin doğruluk oranı araştırılarak her gizli değişkene ait gözlenen değişkenlerin gerçekten bağlı oldukları gizli değişkeni açıklayıp açıklamadığı ölçülür. DFA sonucunda gizil değişkenlerin ilgili gözlenen değişkenleri üzerindeki standardize faktör yüklerinin 0.70'ten yüksek bir değer alması ve "t" değerinin de anlamlı olması gerekmektedir. Güvenilirlik için ise gizil değişkenlerin güvenilirlik katsayılarının %70'in üzerinde, açıklanan varyans tahmin değerlerinin de % 50'nin üstünde olması beklenmektedir (Yuan vd., 2008).

Turizm öğrencilerinin staj dönemleri sonrası kariyer tercihlerini belirlemeye yönelik ölçeklerin ikinci düzey (Second Order) Doğrulayıcı Faktör Analizleri yapılmıştır. Buna göre, sektöre devam etme ölçeğinde $\chi^2/df=1,12$ ve $RMSA=0,025$ hesaplanmıştır. Duygusal gösterimlerin sıklığı ölçeğinde $\chi^2/df= 1,26$ ve $RMSA= 0,018$ olarak hesaplanmıştır. Duygusal gösterimlerin şiddeti ölçeğinde $\chi^2/df=1,05$ ve $RMSA=0,021$, duygusal gösterimlerin çeşitliliği ölçeğinde ise

$x^2/df=1,18$ ve $RMSA= 0,023$ olarak hesaplanmıştır. Duygusal gösterimlerin derinliğine ilişkin ölçekte $x^2/df=1,62$, $RMSA=0,025$ ve duygusal gösterimlerin yüzeyselliğine ilişkin ölçekte ise $x^2/df=1,24$ ve $RMSA=0,018$ olarak elde edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, ölçekler kapsamında DFA sonuçlarının yüksek düzeyde kabul edilebilir olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın genel ölçüm modeline yine Lisrel 8.54 programı vasıtasıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Araştırmada kurulan yapısal eşitlik modelinin sınanmasında elde edilen uyum iyiliği indeksleri, ölçüm modelinin yüksek uyumlu olduğunu göstermiştir ($x^2= 100,40$; $df.= 93$; $x^2/d.f.= 1,07$; $P\text{-value}= 0,281$; $RMSA= 0,022$; $NFI = 0,90$; $NNFI = 0,99$; $PNFI = 0,69$; $CFI = 0,99$; $IFI= 0,99$, $RFI = 0,87$, $RMR= 0,051$; $GFI=0,93$; $AGFI=0,89$). Turizm öğrencilerinin staj yaptıkları dönem boyunca maruz kaldıkları ya da karşılaştıkları duygusal gösterimlerin kariyer tercihlerine etkilerinin ölçümüne yönelik olarak oluşturulan yapısal model Şekil 2'deki gibidir. Şekil 2, standartlaştırılmış çözümü göstermektedir. Staj sürecince karşılaşılan duygusal gösterimlerin turizm öğrencilerinin kariyer tercihlerine yönelik etkileri yapısal modelinde yer alan tüm ilişki katsayıları (Pathlar) istatistiksel açıdan $p < 0,01$ anlam düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Yapısal modelde elde edilen ilişkiler t istatistiği ile sınanmıştır. En küçük t değeri duygusal gösterimlerin yüzeyselliği gizil değişkeninde $t=1,55$ olacak şekilde elde edilmiştir.

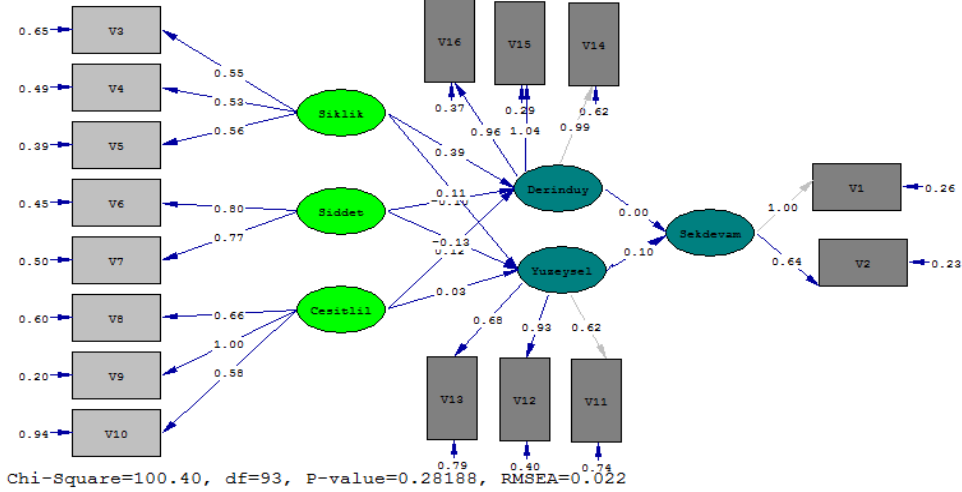
Yapısal eşitlik modellemesi sonucunda elde edilen parametre tahminleri ve hipotez sonuçları Tablo1'de verilmiştir. Araştırmada kurulan tüm ana hipotezler doğrulanmış, ancak $H_{4a,5a,6a}$ hipotezleri doğrulanmamıştır.

Tablo1. Hipotezler, standart parametre tahmin değerleri ve t değerleri

Hipotezler	Faktörler arası ilişkiler	Standartlaştırılmış parametre tahmin değeri	t- değeri	Sonuç
H ₁	Sıklık - Yüzeysel duygular	0,39	5,44	Doğrulandı
H ₂	Şiddet - Yüzeysel duygular	0,14	2,66	Doğrulandı
H ₃	Çeşitlilik - Yüzeysel duygular	0,13	2,23	Doğrulandı
H ₄	Sıklık - Derin duygular	0,11	2,23	Doğrulandı
H ₅	Şiddet - Derin duygular	0,16	2,52	Doğrulandı
H ₆	Çeşitlilik - Derin duygular	0,13	2,25	Doğrulandı
H _{1-2,3a}	Sektörde devam – Yüzeysel duygular	0,10	2,22	Doğrulandı
H _{4-5,6a}	Sektörde devam – Derin duygular	0,00	1,55	Doğrulandı

Şekil 2'de görüldüğü üzere, turizm öğrencilerinin staj dönemlerinde maruz kaldıkları duygusal emek deneyimlerinin sıklığı, şiddeti ve çeşitliliği, öğrencilerin sergiledikleri duygusal gösterimlerin yüzeyselliğine ya da derinliğine göre farklılıklar sergilemekte ve bu durum geleceğe dönük kariyer tercihlerini etkilemektedir. Staj evrelerinde yaşanan duygusal emek deneyimlerinin sıklığındaki bir birimlik artış, sergilenen duygusal gösterimlerin derinliğinde 0,39 birim artışa neden olmaktadır. Benzer şekilde yaşanan duygusal emek deneyimlerinin sıklığındaki bir birimlik artış, sergilenen duygusal gösterimlerin yüzeyselliğinde de 0,11 birim artışa neden olmaktadır. Böylelikle, duygunun sıklığı ile derin duygu arasında yüzeysel duygudan daha güçlü bir ilişki ortaya çıkmıştır.

Şekil 2. Turizm öğrencilerinin duygusal emek deneyimlerinin kariyer tercihlerine etkileri yapısal modeli



Öğrencilerin staj dönemlerinde yaşadıkları duygusal emek deneyimlerinin şiddetindeki bir birimlik artış, sergilenen duygusal gösterimlerin derinliğinde 0,14 birim artışa neden olmaktadır. Benzer şekilde duygusal emek deneyimlerinin şiddetindeki bir birimlik artış, yüzeysel duyguların sergilenmesinde de 0,16 birimlik artışa neden olmaktadır.

Turizm öğrencilerinin staj dönemlerinde yaşadıkları duygusal emek deneyimlerinin çeşitliliğindeki bir birimlik artış, sergiledikleri duygusal gösterimlerin derinliğinde 0,13 birim artışa neden olmaktadır. Aynı şekilde karşılaşılan duygusal emek deneyimindeki bir birimlik artış yüzeysel duyguların sergilenmesinde de yine 0,13 birimlik artışa neden olmaktadır.

Modelde çıkan en önemli sonuç ise öğrencilerin staj dönemlerinde yaşadıkları duygusal emek deneyimleri neticesinde sergiledikleri duygusal gösterimlerin derinliğinin sektördeki kariyer tercihlerini etkilememesidir. Bunun yanında, öğrencilerin staj evrelerinde yaşadıkları duygusal emek deneyimleri çerçevesinde sergiledikleri duygusal gösterimlerin yüzeyselliğinin sektör tercihlerini olumlu etkilediği görülmektedir. Bu kapsamda yüzeysel duygular sergileyen turizm öğrencilerinin duygusal gösterimlerindeki bir birimlik artış kariyer tercihlerini 0,10 birim etkilemektedir. Bu durum staj dönemlerinde yüzeysel duygular sergileyen turizm öğrencilerinin kariyerlerine turizm sektöründe devam etmeye, derin duygular sergileyen turizm öğrencilerine oranla daha yatkın olduklarını göstermektedir.

Elde edilen sonuçlar, alan yazında yapılmış olan çalışma sonuçlarıyla (Steinberg ve Figart, 1999: 23, Türkay, vd., 2011, Chau vd., 2009) ve bu kapsamda kurulmuş olan hipotezlerle genel hatlarıyla uyumaktadır. Sonuçlar turizm

öğrencilerinin staj yaptıkları dönemler boyunca yaşadıkları duygusal emek deneyimlerinin çalışma hayatlarını olumlu ya da olumsuz büyük ölçüde etkilediğini ve bu süreçte öğrencilerin duygularını yönetebilme kabiliyetlerinin sektörel anlamda kariyer tercihlerini etkilediğini göstermektedir.

SONUÇ

Her iş ve çalışma ortamı, belli davranışlar ve bu davranışların arkasında yer alması gereken belli bilişsel nitelikler kadar, duygusal niteliklere de sahip olma yükü yüklemektedir. Bu gereksinimler, hizmet sunan işletmelerde ve dolayısıyla turizmde kariyer süreçlerinde belirleyici roller üstlenebilmektedir. Yüz yüze iletişimin ve etkileşimin yoğun olduğu insan odaklı bir sektör olan turizm, belli davranışları ve bu davranışları destekleyen duygusal gösterimleri yoğun olarak gerektirmektedir. Bu nedenle, çalışma ortamı ve koşulları içinde birey, duygularını yaptığı işin gereklerine uygun bir şekilde yönetebildiği sürece işe bağlılık, motivasyon, kendine ve yaptığı işe saygı ve bireysel mutluluk gibi belli çıktılara ulaşabilmekte ve kariyer gelişimine bu pozitif çıktılar üzerinden yön verebilmektedir. Ters durumda ise çalışanlar, duygularını yönetebilme becerisi gösterememenin getirdiği olumsuz etkiler nedeniyle kariyer planlamasını farklı sektörlere ve iş alanlarına doğru yönlendirebilmektedir.

Staj dönemi, öğrencinin kariyer planlaması yapabilmesi açısından önemli bir süreçtir. Bu dönem boyunca çalışma koşullarında maruz kalınan duygusal emeğin sıklığı, şiddeti ve yoğunluğu, kişinin duygularını yönetebilme becerisine göre bireyi ve bireyin ileriye dönük kariyer planını etkilemektedir. Araştırma sonuçları, staj yaptıkları dönemlerde öğrencilerin çalışma ortamlarında maruz kaldıkları duygusal emeğin boyutlarının öğrencileri, sergiledikleri duygusal gösterimlerin niteliğine göre farklı şekillerde etkilediğini ve bu durumun kariyer süreçlerini farklı boyutlarda şekillendirdiğini ortaya koymuştur.

Bu çalışma, staj döneminin kariyer tercihlerinin yönünün belirlenmesinde önemli bir evre olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda öğrencilerin geleceğe dönük hedeflerinin ve kariyer planlarının da bir öngörüsünü vermesi açısından önemli bulgular sunmuştur. İleriki dönemlerde, araştırmanın mezun olmuş öğrenciler üzerinde de yapılması, çalıştıkları sektör ile staj yaptıkları dönemlerde maruz kaldıkları duygusal emeğin ve sergiledikleri duygusal gösterimlerin niteliği arasındaki ilişkinin tam anlamıyla belirlenebilmesi açısından önemlidir.

Araştırmanın ortaya koyduğu bulgulara göre, turizm lisans öğrencileri yüzeysel duygu gösteriminin etkisiyle kariyerlerine bu alanda devam etmeyi düşünmektedirler. Bu sonuç, yüzeysel duygu davranışının çalışanlarda yoğun sorunlara yol açacağını işaret etmektedir. Başka bir anlatımla, yapay duyguların hâkim olması gelecekte bu kişilerin tükenmişlik gibi kritik sağlık sorunlarıyla karşılaşacağına işaret etmektedir. Öte yandan samimi ve derin duygu çabalarından ziyade yüzeysel davranış yönlü durum, hizmet sunulan misafirlerin algılarında da

sorunlara davetiye çıkaracak demektir. Çalışmanın gelecekte, sektörde çalışan turizm mezunlarının fiili duygu durumları ile staj dönemi duygu deneyimlerinin karşılaştırıldığı bir tasarımla yenilenmesi, turizm sektörü için önemli öngörüler sunabilir.

KAYNAKÇA

Ashforth, B. E. ve Humphrey, R. H. (1993). Emotional labor in service roles: the influence of identity. *The Academy of Management Review*, 18 (1): 88-115.

Avcı, U. ve Kılıç, B. (2010). Konaklama Sektöründe Duygusal Emek Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *11. Ulusal Turizm Kongresi*, 2-5 Aralık, Adnan Menderes Üniversitesi, Kuşadası, Aydın.

Avcı, U. ve Boylu, Y. (2010). Türk turizm çalışanları için duygusal emek geçeriemesi. *SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7 (2): 20-29.

Beardsworth A. ve Bryman A. (2001). The wild animal in late modernity: The case of the Disneyization of zoos. *Tourist Studies*, 1 (1): 83-104.

Brotheridge, C. M. ve Grandey, A. (2002). Emotional labor and burnout: Comparing two perspectives of people work. *Journal of Vocational Behavior*, 60 (1): 17-39.

Brotheridge, C. M. ve Lee, R. T. (2003). Development and validation of the Emotional Labor Scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76 (3): 365-379.

Chau, S. L., Dahling J. J., Levy, P. E. ve Diefendorff, J. M. (2009). A predictive study of emotional labor and turnover. *Journal of Organizational Behavior*, 30 (8): 1151-1163.

Chen, X., Yao, X., ve Kotha, S. B. (2009). Passion and preparedness in entrepreneurs' business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management Journal*, 52 (1): 199-214.

Chu, K. H-L. & Murrmann, S. K. (2006). Development and validation of the hospitality emotional labor scale. *Tourism Management*, 27 (6): 1181-1191.

Deadrack, D. L. ve McAfee R. B. (2001). Service with a smile leagal and emotional issues. *Journal of Quality Management*, 6 (1): 99-110.

Duran, E., Gümüş, M. (2010). Turizm İşletmelerinde Duyguların Yönetimi Sorunu. *11. Ulusal Turizm Kongresi*, 2-5 Aralık, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

Gardner, L. ve Stough, C. (2002). Examining the relationship between leadership and emotional intelligence in senior level managers. *Leadership and Organization Development Journal*, (23) 2: 68-78.

Glomb, T. M. ve Tews, M. J. (2004). Emotional labor: A conceptualization and scale development. *Journal of Vocational Behavior*, 64: 1-23.

Grandey, A. A. (2003). When “the Show must go on”: Surface acting and deep acting as determinants of emotional exhaustion and peer-rated service delivery. *Academy of Management Journal*, 46 (1): 86-96.

Güngör, M. (2009). Duygusal emek kavramı: Süreci ve sonuçları. *Kamu-İş*, 11 (1): 167-184.

Hochschild, A. R. (1983). *The managed hearth: Commercialization of human feeling*. Berkeley, CA: University of California Press.

Jenks, D. A., Carter, J. S. ve Jenks C. A. (2007). Command staff leadership training and job commitment in the LAPD. *Southwest Journal of Criminal Justice*. 4 (2): 106-119.

Karatepe, O. M. ve Aleshinloye, K. D. (2009). Emotional dissonance and emotional exhaustion among hotel employees in Nigeria. *International Journal of Hospitality Management*, 28 (3): 349-358.

Kim, H. J. (2008). Hotel service providers’ emotional labor: The antecedents and effects on burnout. *International Journal of Hospitality Management*, 27 (2): 151-161.

Korczynski, M. (2002). *Human resource management in service work*. Basingstoke: Palgrave.

Kozak, M. A. ve Güçlü, H. (2008). Turizm işletmelerinde duygusal çaba faktörlerinin işe alma sürecinde kullanılması üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2): 39-56.

Lui Y., Perrewe P. L., Hochwarter W. A. ve Kacmar C. J. (2004). Dispositional antecedents and consequences of emotional labor at work. *Journal of Leadership and Organization Studies*, 10 (4): 12-25.

MacDonald, C. L. ve Sirianni, C. (1996). The service society and the changing experience of work. In C. L. MacDonald & C. Sirianni (Eds). *Working in the service society*: 1-26. Philadelphia: Temple University Press.

Mann, S. (1999). Emotion at work: To what extent are we expressing, suppressing, or faking it?. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8 (3): 347-369.

Mann, S. (2005). A health-care model of emotional labour: an evaluation of the literature and development of a model. *Journal of Health Organization and Management*, 19 (4/5): 304-317.

Morris, J. A. ve Feldman, D. C. (1997). Managing emotions in the workplace. *Journal of Managerial Issues*, 9 (3): 257-274.

Morris, J. A. ve Feldman, D. C. (1996). The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor. *The Academy of Management Review*, 21 (4): 986-1010.

Pala, T. ve Tepeci, M. (2009). Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Düzeyi ve Duygusal Emegin Çalışanların Tutumlarına Etkileri. *17.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 21-23 Mayıs, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.

Pugliesi, K. (1999). The consequences of emotional labor: Effects on work stress, job satisfaction, and well-being, *Motivation and Emotion*, 23 (2): 125-154.

Rupp, D. E., Spencer, S. (2006). When customers lash out: The effects of customer interactional injustice on emotional labor and mediating role of discrete emotions, *Journal of Applied Psychology*, 91 (4): 971-978.

Seymour, D. (2000). Emotional Labour: A comparison between fast food and traditional service work, *International Journal of Hospitality Management*, 19 (2): 159-171.

Steinberg, R. J. ve Figart, D. M. (1999). Emotional Demands at Work: A Job Content Analysis. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 561 (1): 177-191.

Syed, J. (2008). From Transgression to Suppression: Implications of Moral Values and Societal Norms on Emotional Labour. *Gender, Work and Organization*, 15 (2): 182-201. (doi:10.1111/j.1468-0432.2007.00356.x).

Şengül, A. (2009). Hizmet işletmelerinde yüksek ilişki kalitesine ulaşılmasında sınır birim işgörenlerinin duygu işçisi olarak değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 9 (4): 1193-1211.

Telman, N. ve Ünsal, P. (2004). *Çalışan Memnuniyeti*. 1. Baskı. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

Thurau, H. T., Groth, M., Paul, M. ve Gremler, D. D. (2006). Are All Smiles Created Equal? How Emotional Contagion and Emotional Labor Affect Service Relationships. *Journal of Marketing*, 70 (3): 58-73.

Tsai, Chien-Wen (2009). The important effect of employee's emotion management ability on his/her service behaviour in the international tourist hotel. *The Service Industries Journal*, 29 (10): 1437-1449.

Türkay, O., Ünal, A., Taşar, O. (2011). Motivasyonel ve yapısal etkenler altında duygusal emeğin işe bağlılığa etkisi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (14): 201-222.

Van Dijk, P. A., Smith, L. D. G. ve Cooper, B. K. (2009). Are you for real? An evaluation of the relationship between emotional labour and visitor outcomes. *Tourism Management*, in pres- doi:10.1016/j.tourman.2009.11.001: 1-7.

Wong, J.-Y. ve Wang, C.-H. (2009). Emotional labor of the tour leaders: An exploratory study. *Tourism Management*, 30 (2): 249-259.

Wharton, A. S. (2009). The sociology of emotional labor. *Annual Review of Sociology*, 35: 147-165.

Yılmaz, V. (2004). Consumer behaviour of shopping center choice. *Social Behaviour and Personality*, 32 (8): 783-790.

Yuan, J. J., Morrison, A. M., Cai L. A. ve Linton, S. (2008). A model of wine tourist behaviour: A festival approach. *International Journal of Tourism Research*, 10 (3): 207-219.

Zapf, D. (2002). Emotion work and psychological well-being: a review of the literature and some conceptual considerations. *Human Resource Management Review*, 12 (2): 237-268.

Zapf, D., Holz, M. (2006). On the positive and negative effects of emotion work in organizations. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 15 (1): 1-28. http://esrccoi.group.shef.ac.uk/pdf/errs_45.pdf, (14.11.2011).

<http://www.esrccoi.group.shef.ac.uk>, (14.04.2012).