



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Magdalena JEVDJIC

ANTALYA BÖLGESİNDE ÇALIŞAN SIRP TUR OPERATÖR
TEMSİLCİLERİNİN İYİ OLUŞU ÜZERİNDE FENOMENOLOJİK BİR ARAŞTIRMA

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2025



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Magdalena JEVDJİC

ANTALYA BÖLGESİNDE ÇALIŞAN SIRP TUR OPERATÖR TEMSİLCİLERİNİN İYİ
OLUŞU ÜZERİNDE FENOMENOLOJİK BİR ARAŞTIRMA

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Edina AJANOVİC

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2025

T.C.

Akdeniz Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Magdalena Jevdjic'in bu çalışması, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Beykan ÇİZEL (İmza)

Üye (Danışman) : Dr. Öğr. Üyesi Edina AJANOVİĆ (İmza)

Üye : Doç. Dr. Caner ÜNAL (İmza)

Tez Başlığı: Antalya bölgesinde çalışan Sırp tur operatör temsilcilerinin iyi oluşu üzerinde fenomenolojik bir araştırma

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 30/06/2025

Mezuniyet Tarihi : 17/07/2025

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Antalya bölgesinde çalışan Sırp tur operatör temsilcilerinin iyi oluşu üzerinde fenomenolojik bir araştırma” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Magdalena JEVDJİC



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



09/07/2025

TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Magdalena Jevdjic
Öğrenci Numarası	202152003502
Anabilim Dalı	Turizm İşletmeciliği
Programı	Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Dr. Öğr. Üyesi Edina Ajanovic
Doktora Tez/Yüksek Lisans Tez/Dönem Projesi Başlığı	Antalya bölgesinde çalışan Sırp tur operatör temsilcilerinin iyi oluşu üzerinde fenomenolojik bir araştırma
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2712376639
Rapor Tarihi	09/07/2025
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %5 Alıntılar dahil: %6
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 176 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
TABLolar LİSTESİ	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
ÖZET	xi
SUMMARY	xiii
ÖNSÖZ	xv
GİRİŞ	2

BİRİNCİ BÖLÜM

TUR OPERATÖRÜ TEMSİLCİLERİNİN PSİKOLOJİK İYİ OLUŞU: KAVRAMSAL TEMELLER, ÇALIŞMA DİNAMİKLERİ VE SİSTEMATİK LİTERATÜR TARAMASI

1.1. İyi Oluş	3
1.1.1. İyi Oluş Çeşitleri.....	5
1.1.2. Özneİ İyi Oluş	7
1.1.3. Psikolojik İyi Oluş	14
1.2. Tur Operatörü Temsilcilerinin Tanımı ve Çalışma Süreçleri	31
1.2.1. Otel Rehberliğı	34
1.2.2. Transfer Rehberliğı.....	37
1.3. SistematiK Literatür Taraması.....	43
1.3.1. SistematiK Literatür Taraması Prosedürü.....	44
1.3.2. Literatür taraması.....	46

İKİNCİ BÖLÜM

TUR OPERATÖRÜ TEMSİLCİLERİNİN PSİKOLOJİK İYİ OLUŞUNA YÖNELİK NİTEL BİR İNCELEME: ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1. Araştırma Yöntemi.....	73
2.1.1. Araştırmanın amacı ve önemi	73
2.1.2. Araştırma soruları.....	74
2.1.3. Araştırma deseni.....	74
2.1.4. Araştırma ortamı, katılımcılar ve örnekleme stratejisi	77
2.1.5. Araştırma alanına ilişkin tecrübem ve kişilik bildirimi	80
2.1.6. Veri toplama araçları	81
2.1.7. Nitel veri analizi	85
2.1.8. Kodlama	87
2.1.9. Nitel İçerik Analizinin Güvenirliği ve Geçerliliği.....	89
2.2. Bulgular	91
2.2.1. Katılımcıların demografik özellikleri	91
2.2.2. Seyahat acenta temsilcilerinin çalışma alanları.....	93
2.2.3. Tur operatörü temsilcilerinin çalışma bağlamında Ryffs'ın Psikolojik İyi Oluş Modeli'nin analizi.....	95
 SONUÇ VE ÖNERİLER.....	 137
KAYNAKÇA	146
EK 1 – GÖRÜŞME FORMU	159
EK 2 - ÖZGEÇMİŞ	161

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1.1. Öznel İyi Oluş Modeli.....	12
Şekil 1.1.2. Ryff'ın Psikolojik İyi Oluşun Alternatif Modeli Kaynak: Ryff ve Singer, 2006.....	19
Şekil 1.1.3. Tur Operatör Temsilcilerinin Çalışma Alanları Kaynak: Yılmaz ve Oktay, 2018.....	34
Şekil 1.1.4. Turizm Çalışanlarının Psikolojik İyi Oluşu Araştırmalarının Yıllara Göre Dağılım Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.....	68
Şekil 2.1.1. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Çalışma Alanları	94
Şekil 2.1.2. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının	96
Şekil 2.1.3. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının Başkaları İle Olumlu İlişkiler Boyutu	101
Şekil 2.1.4. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının Çevresel Hakimiyet Boyutu.....	112
Şekil 2.1.5. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının Kişisel Gelişim Boyutu.....	121
Şekil 2.1.6. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının Yaşam Amacı Boyutu	126
Şekil 2.7. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarını Özerklik Boyutu	132

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Öznel İyi Oluşun Farklı Bileşenleri İçin Farklı Mutluluk Nedenleri ve Örnekler.....	10
Tablo 1.2. Öznel İyi Oluşun Bileşenleri	13
Tablo 1.3. İyi Oluş Kriterlerinin Tanımları	28
Tablo 1.4. Transfermenin Görevleri ve İşlemleri.....	40
Tablo 1.5. Dahil etme / Hariç tutma kriterleri.....	45
Tablo 1.6. Turizm ve Otelcilik Çalışanları Arasında Psikolojik İyi Oluş Üzerine Literatür İncelemesi	48
Tablo 2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	91

KISALTMALAR LİSTESİ

CFPB	Consumer Financial Protection Bureau
K	Katılımcı
KTB	Kültür ve Turizm Bakanlığı
M.Ö.	Millatan Önce
MYK	Mesleki Yeterlilik Kurumu
PLS SEM	Partial Least Squares Structural Equation Modeling
PRİSMA	Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses
SEM	Structural Equation Modeling
TCM	Teori, Bağlam, Metodoloji
TDK	Türk Dili Kurumu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
vb.	Ve benzeri
vd.	Ve diğerleri
WHO	Dünya Turizm Örgütü

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, tur operatörü temsilcilerinin mesleki yaşamlarında psikolojik iyi oluşu nasıl deneyimlediklerini keşfetmektir. Mevcut bir kuramsal çerçeveden yararlanarak, bu deneyimleri etkileyen faktörleri tanımlamak ve bu deneyimlerden yola çıkarak psikolojik iyi oluşu destekleyebilecek anlamlı mekanizmalar önermektir. Turizm ve seyahat sektöründe çalışanların psikolojik iyi oluşu bağlamında yapılan sistematik literatür taramasına göre, turizm çalışanları olan tur operatörü temsilcileri göz ardı edildiği sonucuna ulaşılmıştır. İlgili literatürde özellikle turist rehberlerinin psikolojik iyi oluşuna yönelik birçok araştırma bulunmuş, ancak tur operatörü temsilcilerine yönelik herhangi bir araştırma bulunmamıştır. Söz konusu olan çalışma grubuna odaklanan bu çalışmada, Ryff'ın Psikolojik İyi Oluş Modeli'ni temel olarak alarak Antalya'da yaz sezonunda çalışan 18 Sırp tur operatörü temsilcisi ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, veri setine odak grup görüşmeleri ve araştırmacının yansıtıcı gözlem notları da dahil edilmiştir.

Bu çalışmanın bulgular bölümünde Ryff'ın Psikolojik İyi Oluş Modeli'nin altı boyutu olan özerklik, yaşam amacı, başkaları ile olumlu ilişkiler, çevresel hakimiyet, kişisel gelişim ve öz kabul çerçevesinde Sırp tur operatörü temsilcilerinin deneyimleri derinlemesine incelenmiştir. Her bir boyut kapsamında, psikolojik iyi oluşlarını etkileyen belirleyici unsurlarını ayrıntılı bir biçimde ortaya konulmuştur. Bu çalışmanın bulguları, tur operatörü temsilcisi bağlamında turizm sektörünün uygulayabileceği iyileştirici yöntemlere doğrudan işaret etmiştir.

Özetle, bu çalışmanın sonuçları, tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşlarını belirleyen faktörlerin görev aldıkları alan, etkileşimde bulundukları kişiler ve karşılaştıkları sorunların niteliğine bağlı olarak farklılık gösterdikleri yönündedir. Tur operatörü temsilcileri üstlendikleri çeşitli operasyonel sorumluluklar bağlamında, transfer rehberi ve otel rehberi olarak iki grupta sınıflandırılmaktadır. Araştırma bulguları doğrultusunda Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşlarını en güçlü şekilde etkileyen faktörün, çalışma koşullarını belirleyen bağlı oldukları Sırp tur operatörü ile kurdukları ilişki olduğu tespit edilmiştir. Psikolojik iyi oluşları üzerinde etkisi olan ikinci önemli unsur olarak, organizasyonel yapısının etkinliği ve iş süreçlerinin kalitesiyle öne çıkan Türk incoming tur operatörü ile kurulan ilişkiler ortaya çıkmıştır. Destinasyondaki paydaşlarla kurulan ilişkileri kapsayan dışsal faktörlerin yanı sıra, Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşlarını etkileyen bir diğer önemli unsur ise; kişisel deneyimler, önceden edinilmiş bilgi ve becerileri ile bireyin karakter özellikleri gibi

bireysel faktörlerdir. Ancak, dikkat çeken noktalardan biri, bu bireysel faktörlerin çoğu zaman Sırp tur operatörü tarafından sağlanan destek ve güven duygusuyla pekiştirilmiş olmasıdır.

Bu çalışmanın, öncelikle Sırp tur operatörlerinin temsilcilerine, ardından da Antalya gibi bir turizm destinasyonunda faaliyet gösteren diğer pazarları olan temsilcilere önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Tur operatörleri çalışanlarının psikolojik iyi oluşuna dair bu çalışmada ortaya konan unsurları dikkate alınır, bu durum temsilcilerin iyi oluş hallerinin güçlenmesine, dolayısıyla destinasyondaki deneyimlerinin daha olumlu hale gelmesine katkı sağlayabilir. Aynı zamanda, sektördeki çalışan devir oranlarının azalmasına yönelik zemin hazırlayabilir.

Anahtar kelimeler: İyi Oluş, Psikolojik İyi Oluş, Antalya, Tur Operatörü Temsilcisi, Acenta Temsilcisi, Fenomenoloji, Nitel İçerik Analizi

SUMMARY

A PHENOMENOLOGICAL RESEARCH ON THE WELL-BEING OF TOUR OPERATOR REPRESENTATIVES WORKING IN ANTALYA REGION

The aim of this study is to examine in depth how tour operator representatives experience psychological well-being in their professional lives and how they attribute meaning to the elements that shape this experience. By utilizing an existing theoretical framework, it aims to identify the elements that influence these experiences and to propose meaningful mechanisms that can support psychological well-being of tour operator representatives. According to a systematic literature review conducted within the context of psychological well-being among employees in the tourism and travel sector, it has been concluded that tour operator representatives, as tourism employees, have been overlooked. While numerous studies focusing particularly on the psychological well-being of tourist guides were found in the relevant literature, no research has been identified concerning tour operator representatives. In this study, which focuses on the aforementioned group, semi-structured interviews were conducted with 18 Serbian tour operator representatives working in Antalya during the summer season, based on Ryff's Psychological Well-Being Model. In addition, the dataset includes focus group interviews and the researcher's reflective observation notes.

In the findings section of this study, the experiences of Serbian tour operator representatives were examined in depth within the framework of the six dimensions of Ryff's Psychological Well-Being Model: autonomy, purpose in life, positive relations with others, environmental mastery, personal growth, and self-acceptance. For each dimension, the key factors influencing their psychological well-being were identified in detail. Furthermore, these factors directly pointed to potential remedial methods that could be implemented by the tourism sector in the context of tour operator representatives.

In summary, the findings of this study suggest that the factors influencing the psychological well-being of tour operator representatives vary depending on the area in which they operate, the individuals they interact with, and the nature of the challenges they encounter. Tour operator representatives are categorized into two groups - transfer guides and hotel guides - based on their distinct operational responsibilities. According to the research findings, the most influential factor affecting the psychological well-being of Serbian tour operator representatives is the relationship they maintain with their parent Serbian tour operator, which determines their working conditions. The second most influential factor affecting the psychological well-being of tour operator representatives has been identified as the relationship

established with the Turkish incoming tour operator, which stands out with its organizational effectiveness and the quality of its operational processes. In addition to interactions with stakeholders at the destination- - another significant determinant of psychological well-being among Serbian tour operator representatives is the set of individual characteristics, such as personal experiences, previously acquired knowledge and skills, and character traits. Notably, these individual factors are often reinforced by the sense of support and security provided by the Serbian tour operator.

This study is expected to provide significant contributions primarily to the representatives of Serbian tour operators, and subsequently to those representing other markets operating in tourism destinations such as Antalya. If tour operators take into account the understandings of dimensions related to employees' psychological well-being identified in this research, it may contribute to strengthening the well-being of their representatives. Consequently, this could enhance the quality of their experiences at the destination and potentially create a foundation for reducing employee turnover within the sector.

Keywords: Well-Being, Psychological Well-Being, Antalya, Tour Operator Representative, Fenomenology, Qualitative Content Analysis

ÖNSÖZ

2021 yılında Türkiye Bursları kapsamında Sırbistan'dan yüksek lisans eğitimi almak için Türkiye'ye geldiğimde, bir gün bu ülkede edindiğim kişisel ve akademik deneyimlerim ışığında kendi izimi taşıyan bir akademik çalışmayı kaleme alacağımı hayal dahi edemezdim. Bu tez, turizm alanındaki eğitim yolculuğumun; turizm meslek lisesinden başlayıp, lisans öğrenimiyle devam eden ve Türkiye'deki yüksek lisans süreciyle pekişen bilgi birikimin sentezidir. Bu vesile ile, başta Sırbistan'daki öğretmenlerim olmak üzere, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde görev yapan tüm değerli hocalarıma, kariyerime turizm sektöründe devam etme konusunda bana verdikleri destek ve ilham için en içten teşekkürlerimi sunarım.

Büyük bir şükran borcumu, bu tezin araştırma ve yazma sürecinden keyif almamı sağlayan, kişisel ve akademik coşkusuyla süreci anlamlı kılan danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Edina AJANOVİĆ'e özellikle sunmak isterim. Sahip olduğum potansiyelleri fark ederek beni desteklemiş, tez süreciyle eş zamanlı olarak, Sırbistan'da turist rehberliği lisansı alma gibi yeni ve biraz da meşakkatli bir deneyime adım atmam konusunda cesaretlendirmiştir. Hayatın her zaman doğrusal bir çizgide ilerlemediğini, ancak yine de ne kadar güzel olabileceğini bana gösterdiği için, danışmama en içten teşekkürlerimi sunarım.

Türkiye'deki ilk adımlarım sırasında bana koşulsuz destek, ebeveyn şefkati ve derin bir anlayışla yaklaşan Akdeniz Üniversitesi TÖMER hocalarım olan Meryem YILMAZ KARACA, Emre KAYASANDIK ve Nami ERDOĞAN'a içten teşekkürlerimi sunarım. Türkçe öğrenmeme sürecinde ve Türk kültürüne dair bilgi edinmemde verdikleri katkılar sayesinde, Türkiye'deki yaşamım çok daha anlamlı ve zengin bir hâle gelmiştir.

Türkiye'de eğitim alma ve kişisel ile profesyonel gelişim imkânı sunduğu için, Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'na teşekkür ediyorum.

Ayrıca, hayatım boyunca bana sonsuz destek veren ve her zaman başaracağıma inanan aileme – babam Veroslav'a, annem Marijana'ya, kardeşim Mario'ya ve dedem Miloye'ye – en içten şükranlarımı sunarım. Türkiye'de geçirdiğim bu akademik yolculukta, bana en büyük destek veren ve hedeflerime ulaşmam konusunda beni daima motive eden kıymetli eşim Nikola'ya özel bir teşekkür borçluyum.

GİRİŞ

İyi oluş kavramı pozitif psikolojinin en temel kavramlarından birisidir. Literatürde iyi oluşun birbirinden farklı yaklaşımı ve algısıyla karşılaşmaktayız. Örneğin, Keyes'in (2007) yaklaşımına göre iyi oluş, duygusal iyi oluş, psikolojik iyi oluş ve sosyal iyi oluş gibi boyutlardan oluşmaktadır. Ruh sağlığıyla ilgili ifadesine göre bireye, ruhsal açıdan bakılabilmesi için onun pozitif duyguların varlığını, kişisel ve toplumsal hayattaki olumlu işlevselliği göze alınması gerekmektedir (Demirci vd., 2017).

Bu fenomenolojik araştırmanın amacı, Ryff'in altı boyutlu psikolojik iyi oluşu modeline dayanarak Antalya bölgesinde yaz sezonunda çalışan Sırp tur operatörü temsilcilerinin deneyimlerini incelemeyi ve anlamayı hedeflemektedir. Bu araştırma kapsamında Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluş hallerini etkileyen çalışma süreçleri ve faktörleri neler olduğu, cevaplanması gereken ana araştırma sorusudur. Ayrıca söz konusu olan temsilcilerin çalışma süreçlerinde psikolojik iyi oluşlarını artırmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesi konusunda cevaplar aranmaktadır.

Tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluş düzeylerini ve onları etkileyen faktörleri derinlemesine inceleyen bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde iyi oluş kavramı felsefi, sosyal ve psikolojik perspektiften ele alınmıştır; özellikle araştırmanın kuramsal temeli olan psikolojik iyi oluş üzerinde durulmuştur. İyi oluş kavramı üzerindeki çalışmalarda önde gelen Amerikan psikolog ve akademisyen Carol Ryff'in Psikolojik İyi Oluş Modeli, araştırmanın çerçevesi olarak alındığında göre, söz konusu bölümde Ryff'in bu alandaki araştırmalarına ve kendi psikolojik iyi oluş modelini geliştirme sürecine yer verilmiştir. Çalışmanın devamında, tur operatörü temsilcilerinin kavramsal açıklanması, çalışma süreçleri ve turizm sektöründeki yeri, özellikle de tur operatörü sektöründeki konumları ele alınacaktır. İlerleyen kısımda, turizm çalışanlarının psikolojik iyi oluş konusundaki çalışmaları araştırmak amacıyla yapılan sistematik literatür taramasının ayrıntıları tanıtılmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda seyahat acentaları sektörü bağlamında en fazla araştırmanın turist rehberleri üzerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. İlgili literatürde turist rehberlerinin nasıl incelendiği, çeşitli şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Son zamanlarda yapılan çalışmalar, turistlerin özgünlüğü ve mekan bağlılığını nasıl algıladıkları (Leong ve diğerleri 2024), yorumlarının birlikte yaratma sürecinde sahip olduğu rol (Leong ve diğerleri 2024) ve onların turist davranışına ilişkin mizahı arasında değişmektedir (Lin, 2022).

Diğer çalışmaların odağında duygusal emek (İrigüler ve Güler, 2016) ve iyi oluş hali (Alrawadieh ve ark., 2023) de yer almaktadır. Son olarak Houge Mackenzie ve Raymond, tur rehberlerinin refahına ilişkin anlayış eksikliğine, özellikle de sunulan turistik deneyimlerin etkisine dikkat çekti. Bu çalışmanın sonucunda yazarlar macera turların rehberinin iyi oluşuna ilişkin kavramsal modeli önermişlerdir (Houge Mackenzie ve Raymond, 2020). Ancak turizm sektöründeki çalışanlar, özellikle tur operatörü temsilcilerinin odak noktasında olduğu konuyla ilgili yeterli literatür bulunmamaktadır.

Ulusal ve uluslararası literatüre bakıldığında tur operatörü temsilcilerinin seyahat endüstrisindeki rolünün yeterince araştırılmadığı sonucuna ulaşılmıştır, kaldı ki Antalya gibi gelişmiş kitle turizmi olan destinasyonlarda seyahat endüstrisinin en önemli mesleklerinden biri olmasına rağmen akademik camiasında yeterince önem verilmedi. Ayrıca, ilgili literatürde psikolojik iyi oluşa yönelik pek çok araştırma bulunmaktadır, ancak tur operatörü temsilcilerine yönelik herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu tanımlardan yola çıkarak, bu tezin teorik katma değeri turistik destinasyonundaki tur operatörlerinin iş sistemi için hayati öneme sahip olabilecek konu ile literatürün zenginleştirilmesine yansımaktadır.

Bu çalışmanın ikinci bölümünde; araştırmanın amacı ve önemi, soruları, deseni, araştırma evreni ve örnekleme, araştırmacının seçilen alana ilişkin tecrübesi, veri toplama araçları, yarı-yapılandırılmış görüşme süreci, veri analizi, nitel içerik analizinin geçerliliği ve güvenilirliği konuları yer almıştır. Bulgular kısmında ise, Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluş düzeyleri, Ryff'ın 6 boyutlu modeli çerçevesinde her bir boyut üzerinde ayrıntılı olarak analiz edilmiştir. Bu çalışmada, Ryff'ın oluşturduğu Psikolojik İyi Oluş Modeli'nin boyutlarının temellerine dayanarak, Antalya'da çalışan Sırp tur operatörü temsilcilerinin her boyut çerçevesinde deneyimleri incelenmiştir. Bu analizlerin ardından, sonuç ve öneriler başlığın altında hem kuramsal çerçeveyi güçlendiren hem de saha uygulamaları açısından yol gösterici önerilere yer verilmiştir.

Sonuç olarak, bu çalışmadan elde edilen bulgular turizm sektörüne, özellikle tur operatörü şirketlerinde görev yapan üst düzey yöneticilere, tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluş düzeylerini etkileyen faktörleri anlamaları açısından katkılar sağlayacağı gibi; daha mutlu çalışanlara sahip olabilmek noktasında, hangi alanlara öncelik verilmesi gerektiğini de görmelerini sağlayacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TUR OPERATÖRÜ TEMSİLCİLERİNİN PSİKOLOJİK İYİ OLUŞU: KAVRAMSAL TEMELLER, ÇALIŞMA DİNAMİKLERİ VE SİSTEMATİK LİTERATÜR TARAMASI

1.1. İyi Oluş

İyi oluşla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında mutluluk kavramıyla birlikte öznel iyi oluş, psikolojik iyi oluş, yaşam doyumu, iyilik hali, yaşam kalitesi gibi kavramlara rastlanmaktadır (Tuzgöl, 2004). Kavramların farklı içeriklerinin olmasına rağmen, literatürde bazen birbirlerin yerine kullanılmaktadırlar (Duman, 2016).

Diğer bir tanım olarak ise Aristotel, mutluluğu iyi bir yaşam ve iyi oluş hali olarak adlandırmakta. Aristotel, “Politika’ ve Nikomakhos’a etik” eserinde mutluluğu, sadece kendisi için istenilen amaç olarak tanımlar ve kendi kendine yeten ve amaç gerektirmeyen faaliyet olduğundan dolayı, en iyi yaşam biçimini sağladığını söyler (Yazıcı, 2021: 2). Ayrıca, Aristotel’e göre tüm insanlar mutluluğun peşindedir. Mükemmeliğe ulaşmak için bir tür eğitimle belirli erdemler kazanılması gerekiyordur. Bu erdemlerin sayesinde bir insan mükemmel zihinsel ve pratik etkinliğe adandığında mutlu olur. Erdemlerin türü söz konusu olduğunda, Aristotel Politika’ında cesaret baştan olmak üzere adalet, dostluk, doğruluk, esprili olma, haksızlığa engel olma gibi erdemlerden bahsetmektedir (Büyükdüvenci, 1993).

Mutluluk üzerinde yapılan son bilimsel çalışmalar Eudaimonizm ve Hedonizm kavramları üzere iki boyutta ele alınır (Ryan and Deci, 2001; Waterman vd., 2008). Öznel iyi oluş insanın pozitif ve negatif duygularını hedonizm temelinde değerlendirirken, psikolojik iyi oluş kişisel mutluluktan daha fazlasına derişerek, bireyin potansiyellerini gerçekleştirmesini eudaimonizm felsefesine bağlamaktadır. Diğer bir ifade ile, öznel iyi oluş ile psikolojik iyi oluş arasındaki farklılıklara bakıldığında, öznel iyi oluş insanın yaşam doyumuna ilişkin yargılarıyla birlikte olumlu ve olumsuz duyguların dengesi olarak tanımlanırken, psikolojik iyi oluş bir insanın kendi potansiyellerini gerçekleştirip gerçekleştirmemesine, anlamlı ve ulaşılır yaşam amaçlarına sahip olup olmasına, kendisiyle ve çevresindeki insanlarla ilişkisinin pozitif olup olmasına yansımaktadır (Ryff ve Keyes, 1995).

Aristotele’e göre eudaimonik görüşü, kişinin kendi benliğini kanıtlamasını ve kendisini gerçekleştirmesinin önemini ortaya koyar, ayrıca kişinin potansiyellerini gerçekleştirdiği ya da sahip olduğu güçler ile ne kadar uyumlu yaşadığına odaklanmaktadır. Eudaimonizmde kişinin kendi merakına göre durumlara ilgi duyması ve bu durumların anlamını araması, bunun yanı

sıra kendi içindeki en iyiyi fark edebilme çabası vardır. Eudamonik iyi oluş, bireyin yaşamındaki anlam ve erdemliliğin (Ackrill, 2006), içselleştirilmiş bir olumlu işlev, memnuniyet, özerklik ve homeostaz durumu yoluyla elde edilmesini ifade eder (Henderson ve Knight, 2012).

Hedonik anlayışına göre iyi oluş, kişinin hayattan aldığı haz olarak belirlenir, yani hazdan kaçınmak veya acıdan kaçınmak olarak ele alınan bir kavram olduğu söylenmektedir. Çağdaş psikolojik literatüründe, araştırmalar genelde bireylerin iyi oluşunu hazcılık bakış açılarıyla ele almaktadır (Aydın, 2019: 4). “Hazza, fiziksel zevke hastalık derecesinde düşkünlük” olarak ifade edilen hedonizm, ekonomik bakış açısından ise “ekonomik etkinliğin, hazzın en yüksek derecesine varacak biçimde geliştirilme öğretisi” olarak belirlenmektedir (tdk.gov.tr, 2022). Hedonik iyi oluş, fiziksel, sosyal, psikolojik ve deneyimsel boyutları kapsayarak yaşamın temel amacının zevk almak ve acıdan kaçınmak olduğunu ifade eder (Steptoe vd., 2015).

İyi oluşun özellikle akıl hastalığı ve depresyonun önlenmesinde önemli olduğu öne sürülse de (Pilgrim, 2017), bilimsel literatür iyi oluşun tam olarak nasıl tanımlanması gerektiği konusunda hâlâ kararsızdır (Barry vd., 2013; Topp vd, 2015). Uluslararası sağlık, Dünya Sağlık Örgütü’nün iyi oluşla ilgili en doğru tanımına sahip olduğu varsaymaktadır (WHO, 2018). Buna göre iyi oluş, bireyin kendi potansiyelini gerçekleştirebileceği, normal stresle başa çıkabileceği, verimli çalışabileceği ve toplumuna katkıda bulunabileceği bir durum olarak tanımlamaktadır (WHO, 2001). Daha açık olarak, Dünya Sağlık Örgütü iyi oluşu “bireyin kendi yeteneklerinin farkında olması, yaşamında oluşan stresin üstesinden gelebilmesi, iş yaşamında üretken ve faydalı olabilmesi ve yetenekleri doğrultusunda toplumuna katkı yapması” olarak tanımladı (Gökcek ve Erin, 2021: 67). İyi oluş kavramı en temelde, bireyin yaşamını kendi belirlediği kriterlere göre değerlendirmesi ve bu yaşamı bilinçli bir irade ile sürdürmesi anlamına gelir.

Aşağıdaki bölümlerde, daha geniş literatürde bulunabilen farklı iyi oluş türleri sunulacaktır. İlk olarak, duygusal, manevi, çevresel, finansal ve sosyal iyi oluş hakkında genel bir açıklama sağlanacaktır. Uzun süre iyi oluş literatüründe en yaygın kullanılan ve kabul gören yaklaşım olduğu için, öznel iyi oluş kavramına özel bölüm ayrılacaktır. Öznel iyi oluşun evrimi ve ana yönlerinin daha ayrıntılı açıklamasıyla, psikolojik iyi oluş kavramının ortaya çıkarılmasına giriş sağlanacaktır. Psikolojik iyi oluş, literatürdeki iyi oluş kavramı tartışmalarında en son yaklaşım olarak kabul edilir ve mevcut tezin teorik tartışmasının merkezi konumundadır. Daha spesifik olarak, Ryff’in Psikolojik İyi Oluş Modeli mevcut tezde teorik

temel olarak kullanılacağından, bu modelin geliştirilmesine, boyutlarının daha ayrıntılı açıklanmasına ve mevcut araştırma çalışmasını tasarlarken, veri toplama aracını oluştururken ve analizde kullanılan en son iyileştirmelerine özel bir vurgu yapılacaktır.

1.1.1. İyi Oluş Çeşitleri

Duygusal iyi oluş (*Emotional well-being*) yaşamda deneyimlenen olumlu veya olumsuz duygular ile algılanan duygular (mutluluk ve yaşam tatmini) arasındaki denge olarak tanımlanmaktadır (Keyes, 2007). Bireyin duygusal iyi oluşun iki önemli boyutu, karakteristik ruh hali ve benlik saygısıdır. Ruh hali bireyin iyi oluşunun temel taşı olarak olumlu ve olumsuz duygulanım olmak üzere iki farklı özellikten oluşmaktadır. Yüksek seviyesi olumlu duygular coşku, uyanıklık, sakinlik ve dinginlik gibi duyguları içerirken, yüksek seviyedeki olumsuz duygular üzüntü ve uyuşukluk, öfke ve korku gibi duygulanımları içermektedir. Söz konusu olan benlik saygısı, bireyin kendilik değer algısına bağlı olan olumlu veya olumsuz duygusal öz değerlendirmesi olarak ifade edilmektedir. Öz saygısı yüksek olan bireylerin, depresyon, sosyal kaygı, yalnızlık, alkol ve madde bağımlılığı gibi zihinsel sağlık problemleri daha az yaşadıkları düşünülmektedir (Schutte vd., 2002). Bununla birlikte benlik saygısının seviyesi, bireyin öz değerlendirmeli duygusal sürecinin sonucu olduğu ileri sürülmüştür. Daha açık olarak birey, hayatında her şeyin yolunda olduğunu hissettiğinde veya ilgili alanlarda başarılar elde ettiğinde, kendisini iyi hisseder, öz saygısı ise yüksek olur (Bednar vd., 1989).

Manevi iyi oluş (*Spiritual well-being*) son zamandaki dini psikolojisi çalışmalarında sıklıkla kullanılan bir kavram haline gelmiştir (Tan ve Yıldız, 2022). İlk defa 1971 yılında kullanılmaya başlanan bu konseptin, maneviyat kavramının özelliğini taşıdığını öncelikle açıklamak gerekmektedir. Türkçe'ye Arapça'dan gelen maneviyat kavramı “maddi olmayan şeyler” olarak tanımlandı; ikinci ve üçüncü karşılığı olarak “inanç, ahlak, erdem vb. değerler bütünü” ve “moral” olarak tanımlama yapılmıştır (TDK, 2024). Tarih, psikoloji, psikiyatri, felsefe, edebiyat, teoloji gibi çeşitli disiplinlerin bakış açısından incelenen maneviyat, bireyin manevi hayatının gerçekliği olarak algılanmaktadır (Tan ve Yıldız, 2022). Bununla birlikte maneviyat, sağlığı ve iyi oluşu korumak için gerekli olan dengeyi sağlamada önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir (Jadidi vd., 2015). Maneviyat ile iyi oluş arasındaki ilişki, maneviyatın bireyin iyi oluşuna olumlu etkileri açısından gözlenebilmektedir (Tan ve Yıldız, 2022). Bu bağlamda maneviyat, bireyin kaygı ve depresyonunun azaltılması (Jadidi ve diğerleri, 2015), umut, barış, neşe, sevgi gibi olumlu duyguların artması (Tan ve Yıldız, 2022) ve genel olarak zihinsel ve fiziksel yaşam kalitesinin iyileşmesini (Jadidi vd., 2015) etkilemektedir.

İyi oluşun temel bir unsuru olarak kabul edilen (Adamczyk vd., 2023) manevi iyi oluş, “yaşamın Tanrı, kendi benliği, diğer insanlarla ve tam birlikteliği takdir eden çevre ile bir ilişki içinde görüldüğü bir inanç sistemidir” (Jadidi vd., 2015:129). Dünya Sağlık Örgütü tarafından yapılan bir açıklamada insan hayatının, fiziksel, zihinsel ve sosyal sağlığının yanı sıra manevi iyi oluşun da gerekli bir bileşeni olduğu görülebilmektedir (Jadidi vd., 2015). Bununla birlikte, manevi iyi oluş daha yüksek mutluluk ve psikolojik iyi oluşu yanı sıra daha düşük stresi öngördüğü bulunmuştur. İlaveten, bazı çalışmalar manevi iyi oluşun öz saygı, umut ve iç kontrol odağıyla pozitif, stres ve depresyonla ise negatif yönde ilişkili olduğunu kanıtlamıştır (Adamczyk vd., 2023). Son olarak, manevi iyi oluşa ilişkin farklı yaklaşımların olduğuna göre, bu kavramın tanımı bakıldığı perspektife bağlı olarak değerlendirilmesi önerilmektedir.

Çevresel iyi oluş (*Environmental well-being*) algılanan sosyal ve fiziksel çevreden memnuniyet durumu olduğu belirlenmektedir (Forjaz vd., 2011).

Finansal iyi oluş (*Financial well-being*), kişinin ciddi finansal stresinden, finansal durumundan son derece memnun olmasına kadar uzanan bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bir başka ifade ile finansal iyi oluş, „kişinin mevcut ve devam eden finansal yükümlülüklerini tam olarak karşılayabildiği, finansal geleceğinde kendini güvende hissedebildiği ve hayattan keyif almasını sağlayan seçimler yapabildiği bir varoluş durumu olarak tanımlanabilir” (CFPB, 2015:18). CFPB, (2015:19) çerçevesinde finansal iyi oluşunun diğer bir tanımı, “günlük ve aylık finans üzerinde kontrole sahip olma durumu; mali şoku absorbe etme kapasitesine sahip olma durumu; mali hedeflerine ulaşma yolunda olma durumu; ve hayattan keyif alınmasını sağlayacak seçimleri yapma konusunda finansal özgürlüğe sahip olma durumu“ olarak gösterilmektedir. Aynı rapora göre finansal iyi oluş, şu anda ve gelecekte finansal güvenliğe ve finansal seçim özgürlüğüne sahip olmak olarak şeklinde de tanımlanmaktadır (CFPB, 2015).

Söz konusu olan finansal iyi oluşu etkileyen faktörler arasında makroekonomik bağlam, aile zenginliği ve bağlantıları, eğitime erişim, coğrafi konum gibi yapısal fırsatlar bulunmaktadır. Dışsal fırsatların finansal iyi oluş üzerinde büyük rol oynadığına rağmen, CFPB (2015), bir kişinin bireysel faktörleri de göze alınması gerektiğini düşünmektedir. Bu anlamda bireysel davranış, finansal iyi oluşu destekleyen fırsatlar ile etkileşime girmektedir. Kapsamlı finansal davranışları ve kişisel özelliklerinin yanı sıra (CFPB, 2015) finansal bilgelik, olumlu finansal iyi oluşunun sağlanmasında büyük önem arz etmektedir. Genel olarak, finansal açıdan daha yüksek düzeyde bilgiye sahip bireyler, aileleri için daha akıllıca karar verirler, dolayısıyla ekonomik büyümeleri artırma konusunda daha iyi bir konumdadırlar.

Ayrıca, aldıkları iyi kararları, sağlıklı finansal piyasaları teşvik edilebileceği varsayılmaktadır (Lee vd., 2020).

Sosyal iyi oluş (*Social well-being*) fiziksel ve zihinsel boyutlarının yanı sıra, yaşam kalitesinin, sosyal etkileşimleri ve sosyal performansı olumlu yönde etkileyen sağlığın önemli bir boyutudur (Dunaeva, 2018). Sosyal iyi oluş, insanların aileyle, toplulukla ve toplumla anlamlı etkileşimi içeren olumlu sosyal yaşam arayışlarını tanımlamaktadır (Keyes, 1998). Bu bağlamda Dunaeva (2018), sosyal iyi oluşun iki önemli unsurdan oluştuğunu ileri sürmüştür: sosyal uyum ve sosyal destek. Sosyal uyum, ilişkilerden kişisel tatmini ve sosyal rolleri yerine getirilme olasılığını ifade ederken, ikinci unsur olan sosyal destek, bireyin sosyal ağındaki temasların kalitesi ve bu temaslarla ilgili korunma hissi anlamına gelir (Dunaeva, 2018). Diğer yandan Keyes (1998: 122-123) sosyal iyi oluşun 5 olası boyutunu önermiştir; sosyal entegrasyon („bireyin toplumla ve toplulukla ilişkisinin kalitesinin değerlendirilmesi”), sosyal kabul (“genelleştirilmiş bir kategori olarak diğer insanların karakter ve nitelikleri aracılığıyla yorumlanması”), sosyal katkı (“bireyin toplumsal değerinin değerlendirilmesi; bireyin toplumun hayati bir üyesi olduğu ve dünyaya verecek değerli bir şeyi olduğu inancını içerir”), sosyal gerçekleşme (“toplumun potansiyelinin ve gidişatının değerlendirilmesi”) ve sosyal tutarlılık (“sosyal dünyanın kalitesi, organizasyonu ve işleyişine ilişkin algı ve dünya hakkında bilgi sahibi olma kaygısını içerir”). Dunaeva (2018) sosyal iyi oluşu, insanların sosyal ilişkilerini, koşullarını ve sosyal topluluktaki işleyişini değerlendirmesi olarak tanımlamıştır. İlâveten, etkileşimde olan bireyin toplumda desteklenmiş olduğunu savunmuştur. Bununla birlikte bireyin mesleki gelişimi, kariyer yolu ve kendini gerçekleştirme potansiyeli, sosyal bağlantıları ve ağlarına bağlı olduğunu ortaya koymuştur. Son olarak sosyal iyi oluş, insanların yaşam tarzları, kendi geleneklerini ve topluma olan inançları ile barışık olma olanakları ve başkalarıyla güvenli etkileşimlerini ifade etmektedir (Dunaeva, 2018).

1.1.2. Öznel İyi Oluş

Öznel iyi oluşu inceleyen bilim adamları, iyi yaşamın temel bileşeninin bireyin kendi hayatını sevmesi olduğunu varsaymaktadır (Diener vd., 2002). Antik çağlardan beri insanlar iyi bir yaşamın ne olduğunu merak etmişlerdir. Öznel iyi oluş ve mutluluk kavramları Aristotel'in (384) ve Epikuros'un (341. - 270. MÖ.) eserlerinde belirtilmesine rağmen, öznel iyi oluş üzerine araştırmalar, yalnızca 20. yüzyılın gerçekleşmeye başladı. Büyük filozofların ortak sonucu, iyi yaşamın tam olarak mutlu bir yaşam olduğudur, tıpkı bu alandaki modern araştırmacıların ortak fikri; iyi yaşamın temel bir bileşeni, bir kişinin kendi hayatından memnun olmasıdır (Jugović vd., 2018: 43).

Toplumda mutluluk olarak bilinen öznel iyi oluş, pozitif psikolojinin en önemli çalışma ve araştırma alanlarından birisidir. Bu kavramla ilgili görüşler ilk çağ filozoflarına kadar dayanmaktadır. Onlar iyi bir hayatın doğası üzerine tartışmış ve sonuç olarak iyi bir hayatın ölçüğü mutluluk olduğunun farkına varmıştır. Aristotelese göre mutluluk, “yaşamın anlamı ve amacı, insan varoluşunun bütün amacı ve neticesidir” (Doğan ve Eryılmaz, 2013: 108). Felsefi zeminleri üzerinde çalışan Diener ve Suh, bir toplumun hayatını değerlendirmenin bir yolunu göstermişti. Onlara göre, bir toplumun mutlu olup olmadığını öğrenmek için sadece uzmanların görüşlerini değil, toplumun bireylerin kendi yaşamları hakkında düşündüklerini ve hissettikleri dikkate alınması gerekiyordur (Diener ve Suh, 1998).

1999 yılında yapılan araştırmada Diener ve arkadaşları, öznel iyi oluş konseptine yönelik ilk çalışma Wilson tarafından olduğunu ifade etmiştir. 1967 yılında açıkladığı “Correlates of Avowe Happiness” çalışmasında Wilson, en fazla avantaja sahip olanların en mutlu olduğunu yazmıştır. Dolayısıyla bir kişinin mutluluğuna ulaşması için, sağlıklı ve dinç olması, iyi eğitim görmesi, evli olması ve gelir düzeyi iyi olması, pozitif yaklaşım ve hedefli olması, dışa dönük, iyimser, endişesiz, dindar, özgüveni yüksek, geniş bir zeka yelpazesi olan olması gibi şartları belirtmiştir (Diener vd., 1999). Wilson’un ikinci büyük görüşü, Yunan filozofların zamanından bu yana geçen iki bin yılda mutluluğu anlama konusunda çok az teorik ilerleme kaydedildiğidir (Diener vd., 1999).

Öznel iyi oluş kavramı ilk olarak Diener (1984) tarafından, insanların hem bilişsel yargıları hem de duyuşsal tepkileri de dahil olmak üzere yaşam kalitesine ilişkin değerlendirmelerini anlamaya çalışan, psikoloji alanını tanımlamanın bir aracı olarak tanıtıldı (Diener, vd., 1997). Diener tarafından tanıtılan öznel iyi oluş terimi, mutluluk başta olmak üzere, yaşam doyumu, yaşam kalitesi, iyilik hali, olumlu duygulanım terimleri ile birbirinin yerine kullanılır. Bu kavramların anlamaları ve içerikleri birbirinden farklı olmasına rağmen, bireyin mutluluğunu sağlayan koşullarla bağlantılı olduğu için birbirinden ayırmak mümkün değildir (Tuzgöl, 2005). Öznel iyi oluş, olumlu ve olumsuz duygusal tepkilerin algısı ve deneyimi ile yaşamdan memnuniyetin bilişsel değerlendirmeleridir. Diğer bir ifade ile öznel iyi oluş, “Bireyin yaşamı hakkındaki bilişsel ve duygusal değerlendirmeleri” olarak tanımlanmıştır (Diener vd., 2002: 63). Öznel iyi oluşun bilişsel boyutu yaşam doyumu olarak ifade edilmekte, yani bireyin kendi yaşamıyla ilgili değerlendirmelerini içerirken, duyuşsal boyutu bireyin olumlu ve olumsuz duygularını ifade etmektedir (Myers ve Diener, 1995). Diener’in öznel iyi oluşunun tanımına göre “Bir kişinin yaşam doyumu ve sık sık neşe yaşarsa ve yalnızca üzüntü veya öfke gibi hoş olmayan duygular nadiren yaşarsa, yüksek öznel iyi oluşa sahip olduğu

söylenir. Aksine, bir kişi yaşamdan memnun değilse, çok az neşe ve şefkat yaşarsa ve sıklıkla öfke veya endişe gibi olumsuz duyguları hissederse, öznel iyi oluşunun düşük olduğu söylenir” (Diener vd., 1997). Bununla birlikte psikopatolojinin yokluğunun pozitif öznel iyi oluşunun göstergesi olmadığı gibi, pozitif öznel iyi oluş da zihinsel veya psikolojik sağlıkla eş anlamlı olarak kabul edilmemeli. Bireyin düşük psikopatoloji ve düşük öznel iyi oluş seviyelerine sahip olması mümkün olduğu gibi, bireyin yüksek düzeyde psikopatoloji ve yüksek öznel iyi oluşa sahip olması da mümkündür (Proctor, 2014).

Diener ve Seligman’ın (2002) araştırmasında, çok mutlu insanların zengin ve tatmin edici sosyal ilişkilere sahip oldukları ve ortalama insanlara kıyasla yalnız başına çok az zaman harcadıkları gösterilmiştir. Bunun tam tersi, mutsuz insanların sosyal ilişkileri ortalamadan çok daha kötüdür. Ayrıca, yiyecek ve termoregülasyon gibi iyi sosyal ilişkilerin, insan ruh hali açısından evrensel olarak önemli olduğu varsayılabilir. Görüşlerine göre sosyal ilişkiler, yüksek mutluluk için gerekli ama mutluluğun tek bir koşulu değildir. İlaveten, bu şartın olması mutluluğu garanti etmez ama onsuz da gerçekleşmeyeceği düşünülür. Bununla birlikte dışadönüklük, düşük nevrozizm ve düşük seviyede psikopatoloji, yüksek mutluluk için gerekli ancak yeterli koşullar değildir. Sonuç olarak, yüksek mutluluğu oluşturacak tek bir koşul yoktur, aksine mutluluk meydana gelmeden önce birtakım önkoşullara sahip olunması gerekiyordur (Diener ve Seligman, 2002).

Lyubomirsky’nin (2001) araştırmasına göre, öznel iyi oluşu etkileyen belirleyiciler üç ana başlıkta toplanmaktadır. Bunlar, yaşam koşulları, hedeflere yönelik etkinlikler ve genetik faktörlerdir. Buna göre yaşam koşulları kapsamında belirlenen yaş, cinsiyet, eğitim, gelir düzeyi gibi demografik değişkenler, öznel iyi oluşun % 10’ unu etkilemektedir. Hedeflere yönelik etkinlikler (başarılı olma, yaşam hedefleri oluşturma ve onları gerçekleştirme, başkaları ile pozitif ilişkileri kurma, hayatı farklı anlamlar açısından yaşama, dini inançları vb.) bireyin öznel iyi oluşun % 40’ını açıklamaktadır. Kaldı ki bireyin genetik özellikleri ve kişilik, öznel iyi oluşunun % 50’sini ifade etmektedir (Lyubomirsky, 2001).

Öznel iyi oluş kavramı, mutluluk ve yaşam doyumu için bilimsel bir terim anlamına gelir ve bu terimin her bir bileşeni, insanların yaşamlarına ilişkin değerlendirmelerini yansıtırken, üçü bağımsız olarak öne çıkar, gerekli olarak kabul edilir ve ayrı ayrı incelenir. Bu bileşenler, olumlu duygular, olumsuz duyguların yokluğu ve yaşam doyumdur (Diener, 1984). Mutluluk ve öznel iyi oluş terimleri birbirinin yerine kullanılsa da, Tablo 1.1’de görüldüğü gibi, öznel iyi oluş terimi altında bilim adamları farklı mutluluk biçimlerine atıfta

bulunurlar (Jugović vd., 2018: 44). İlgili tablo ayrıca, mutluluk türlerine göre değişkenlik gösteren nedenlere işaret etmektedir.

Tablo 1.1. Öznel İyi Oluşun Farklı Bileşenleri İçin Farklı Mutluluk Nedenleri ve Örnekler

Mutluluğun üç ana türü	Örnekler	Nedenler
Yaşamdan Memnuniyet	▪ Hayatımın Harika Olduğunu Düşünüyorum ▪ İşimden Memnunum	▪ İyi Gelir ▪ Hedeflere Ulaşma ▪ Kendine Dair İyi Bir İmaja Sahip Olma
Olumlu Duygular	▪ Hayattan Zevk Alma ▪ Diğer İnsanlara Karşı Sevgi	▪ Destekçi Dostlar ▪ İlginç Bir İş ▪ Dışa Dönük Kişilik
Olumsuz Duyguların Düşük Düzeyi	▪ Az Endişe ▪ Nadir Öfke Veya Üzüntü	▪ Düşük Nevrotiklik ▪ Olumlu Görüş ve Algılar

Kaynak: Diener, 1984

Tabloda mutluluğun farklı nedenleri olduğunu ve bu nedenlerin çeşitli öznel iyi oluş türleri için aynı olmadığı görülmektedir. Bu nedenle, birkaç farklı önemli unsuru birleştirerek yüksek öznel iyi oluş elde edilir (Diener ve Biswas-Diener, 2008).

Olumlu öznel iyi oluşu olan bireylerin, sürekli olarak yüksek yaşam memnuniyetinin yanı sıra, evlilik, gelir, fiziksel sağlık gibi yaşam alanında memnuniyet, olumlu duygular, artan zihinsel sağlık ve daha uzun bir yaşama sahip oldukları görülmektedir. Mutlu insanlar daha dışadönük, sosyal, aktif, daha sağlıklı, olumlu ilişkilerinden hoşnutlar, onların hoş ruh halleri ise yaratıcılıklarını teşvik etmektedir (Lyubomirsky, 2001). Diener ve Myes (1995) ek olarak, mutlu insanların depresyondaki insanlara göre daha sevgi dolu, güvenilir, enerjik, yaratıcı, yardımsever ve sosyal olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca, mutlu insanlar daha az kendi odaklı yaşar, çevresine karşı daha az soğuk ve küfürlü, hatta hastalığa karşı daha dirençlidir.

1.1.2.1. Öznel İyi Oluşun Tarihsel Süreci

Tarih boyunca filozoflar, mutluluğun insan eylemi için en yüksek iyilik ve motivasyon olduğunu düşünmüşlerdir (Diener, 1984). Ayrıca, birçok filozof ve dini liderler anlamlı bir hayat için sevgi, bağlanma ve bilgelik gibi birtakım özelliklerin temel faktörlerin olduğunu belirtmişler (Diener vd., 2002). Jugović ve arkadaşları (2018), Van Hoorn ve Jeremy Bentham gibi klasik faydacıların hazzı artırma ve acıyı azaltma ilkesine dayanan iyi yaşam anlayışını, öznel iyi oluşun erken entelektüel temelleri arasında konumlandırır. Bu bağlamda, söz konusu

düşünürlerin insan mutluluğunu duygusal ve fiziksel hazlara indirgemeleri, Jugović vd. tarafından öznel iyi oluş araştırmalarının tarihsel arka planı olarak görülmekte ve bu yaklaşımın günümüz mutluluk araştırmalarında hâlâ etkili olduğu vurgulanmaktadır.

20. yüzyılın başlarında öznel iyi oluş üzerinde ampirik çalışmalar ortaya çıkmaya başladı. İngiliz denyesel psikolog ve psikanalist Flugel, özel iyi oluşu ölçmeye yönelik modern bir yaklaşıma örnek ortaya koydu. 1925 yılında Flugel, insanların duygusal durumlarını kaydederek ve o durumlara karşı onların verdikleri duygusal tepkilerini özetleyerek ruh hallerini değerlendirdi. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra anket araştırmacıları, basit genel anketleri kullanarak insanların mutlulukları ve yaşam memnuniyetini incelemeye başladı. Bu anketlerde birçok insan farklı milletlerin temsilcileri olarak katıldı (Diener vd., 2002). Ölçekli nicel araştırmaları yoluyla, öznel iyi oluşu analiz eden ilk sosyologlar arasında Gerald Gurin, Hedly Cantril ve George Gallup idi. Subjektif memnuniyet ve mutluluk duygusunun ölçeği “Ne kadar mutlusun?” sorusuna dayanmaktaydı. Ankete katılımcıların verebilecekleri cevaplar “çok mutluyum”, “pek mutlu değilim”, “mutsuzum” gibi idi.

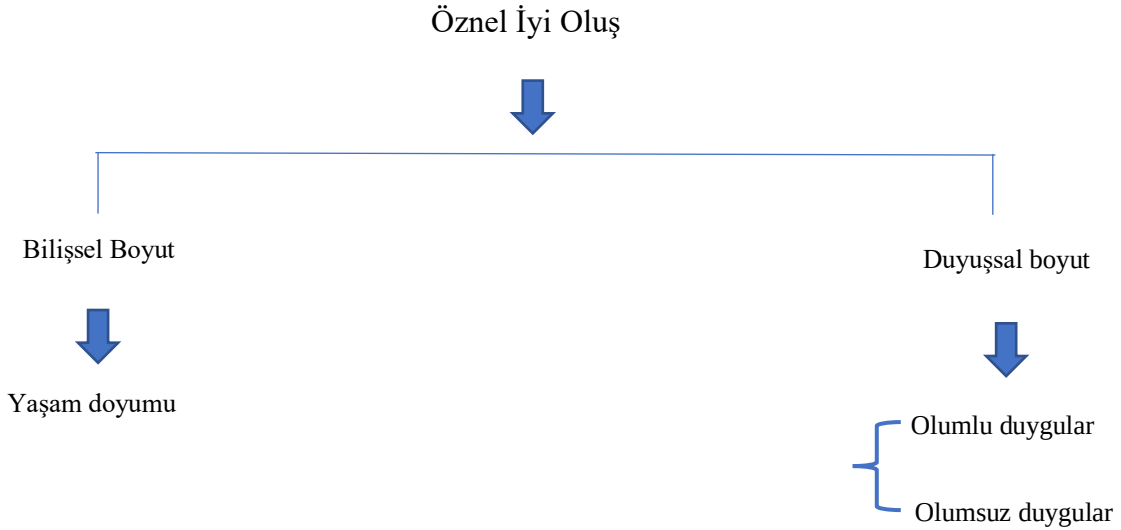
İleri yıllarda, öznel iyi oluş üzerinde yeni görüşleri ortaya koyan Bradburn, 1969 yılında hoş duyguların hoş olmayan duygularından bağımsız olduğunu, ayrıca birbirlerin zıdı olmadığını savundu. Böylelikle öznel iyi oluşun araştırmacıları, bireylerin öznel iyi oluşunu değerlendirirken, yukarıda bahsedilen iki duygu türünü ayrı ayrı incelemeleri gerektiğini tavsiyede bulunup çalışmalarına ışık tutacak yeni bir farkındalık oluşturdu (Pollock vd., 2018). Başında belirtildiği gibi 1967 yılında Wilson, öznel iyi oluşu yüksek bireyin tanımını vermekle “avowed happiness” – beyan edilen mutluluk üzerine yapılan yetersiz araştırmaları gözden geçirmişti (Diener vd., 2002). Wilson’un incelenmesinden, Diener’in 1984 yılında öznel iyi oluş konusunda yapacağı ilk çalışmaya kadar, 700’ün üzerinden çalışma yayınlandı. Diener’in öznel iyi oluş üzerinde ortaya çıkan literatürü incelendiğine göre, çoğu öznel iyi oluşun demografik ve diğer dışsal bağlantılarını araştırmıştır, ancak bulguları Wilson’un vardığı birkaç sonucu sorgulamıştır (Diener, 1984). Öznel iyi oluş ile ilgili yapılan birçok araştırmayı incelerken ve eksik yönlerini tanımlamaya çalışırken Diener, bugüne kadar bu alanı etkileyen ve çabasıyla şekillendiren araştırmacılar arasında öne çıkmaktadır (Larsen ve Eid, 2008).

Batıdaki postmateryalizmin gelişiyile öznel iyi oluş, bilimsel disiplin olarak hızla gelişmeye başladı (Diener vd., 2002). Postmateryalizm dünyasına giren batılı insanlar öyle bir maddi sağlık düzeyine ulaştı ki ekonomik refahın ötesindeki sorunlarla gibi yaşam kalitesi ile ilgilenmekte yoğunlaştı (Diener vd., 2002). Birçok Amerikalı popüler psikoloji yazarı, olumlu düşünmenin gücü, kendinin en iyi arkadaşı haline gelmesi, içindeki çocuğu bulması, çok az ya

da çok fazla sevmemesi gibi birçok yoluyla bireyin mutluluğa ulaşabileceğini ileri sürdüler (Lybomirsky, 2001). Öznel iyi oluş insanların kendi hayatları ve yaşam memnuniyeti hakkındaki düşünceleri ve hissettiklerine özen gösterdiğinden dolayı, hem akademik hem de popüler ilginin ışığında gelişmeye devam etti (Diener vd., 2002).

1.1.2.2. Öznel İyi Oluşun Bileşenleri

Mutluluk olarak adlandırılan öznel iyi oluş, bireyin kendi hayatı ile ilgili değerlendirmelerini içermektedir. Bu değerlendirme, bilişsel ve duyuşsal boyutları açısından yapılmaktadır (Diener ve Diener, 1996). Öznel iyi oluşun bilişsel bir bileşeni, bireyin yaşam doyumunu veya bireyin yaşamının değerlendirmesini içerirken, duyuşsal bir bileşeni, pozitif ve negatif duygularından oluşmaktadır. Diğer bir ifade ile bilişsel düzeyde öznel iyi oluş, bireyin iş ve evlilik gibi yaşam alanları ile memnuniyetlerden beslenen, hayattan genel bir memnuniyet duygusunu belirtmektedir. Duyuşsal bakış açısından yüksek öznel iyi oluşa sahip olan bireyler, mevcut olaylara ilişkin değerlendirmeleri olumlu olduklarından dolayı hoş duygular hissederek. Düşük öznel iyi oluşu olan bireyler, yaşamlarındaki olayları ve koşulları hoş olmayan olarak değerlendirdiklerinden öfke, depresyon ve kaygı gibi olumsuz duyguları yaşarlar (Diener ve Myers, 1995).



Şekil 1.1. Öznel İyi Oluş Modeli

Literatürde en sık kullanılan tanıma göre öznel iyi oluş, nispeten sık olumlu ve nispeten nadiren olumsuz duyguların deneyimi ile nispeten yüksek düzeyde yaşam doyumunu ve bireyin hayatına karşı olumlu bir genel değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır.

Öznel iyi oluş sadece farklı duyguların nedenleriyle ilgilenmekle kalmaz, mutluluğun düzeyleri ayırır ve zaman içinde bir bireyin mutluluğa neyin yol açtığını belirlemeye çalışır. Ayrıca anlık ruh hallerine ve geçici duygulara değil, uzun vadeli olumlu öznel iyi oluşun neyin teşvik ettiğine odaklanır. Öznel iyi oluşun diğer önemli klinik psikolojiden ayıran bir özelliği, bir kişinin kendi hayatını kendi bakış açısından değerlendirmesidir (Diener vd., 1997).

Öznel iyi oluş, bireyin duygusal tepkilerini, belirli yaşam alanında memnuniyetini ve yaşam doyumuna ilişkin genel yargılarını kapsayan geniş bir konsepttir. Özellikli bir yapı olduğu için, kapsadığı her bileşeni ayrı ayrı anlaşılması gerektiği düşünülmekle birlikte, bileşenleri ilişkili olduklarından daha yüksek mertebeden faktörlere ihtiyacı olduğu savunulmaktadır. Bununla birlikte, Diener ve diğerleri öznel iyi oluşu tek yapı olarak görmek yerine, bilim açısından ilgi çeken alanı olarak tanımlamaktadır. Tablo 1.2’de bu araştırmacıların belirlediği öznel iyi oluşun ana bölümleri ve alt bölümleri gösterilmektedir (Diener vd., 1999).

Tablo 1.2. Öznel İyi Oluşun Bileşenleri

Hoş duygular	Hoş olmayan duygular	Yaşam doyumu	Doyum alanları
Neşe	Suçluluk ve utanç	Yaşamı değiştirme isteği	İş
Coşku	Keder	Güncel yaşamın doyumu	Aile
Memnuniyet	Kaygı ve endişe	Geçmişten doyum	Serbest zaman
Gurur	Öfke	Gelecekte doyum	Sağlık
Şefkat	Stres	Bireyin yaşamıyla ilgili önemli bireylerin görüşleri	Para
Mutluluk	Depresyon		Benlik
Coşkunluk	Kıskançlık		Bireyin grubu

Kaynak: Diener vd., 1999

Tablo 1.2’de görüldüğü gibi Diener tarafından temel duygular, hoş ve hoş olmayan duygular olarak tanımlandı. Öznel iyi oluşun olumlu duyguları coşku, neşe, gurur, sevinç gibi duyguları içerirken, olumsuz duygular depresyon, utanma, stres gibi duyguları kapsar (Diener, 2001). Fredrickson ve Joiner’in (2002) tanımına göre hoş duyguların yüksek düzeyi olan insanlarda, öznel iyi oluş devamlı artır, hatta olumlu duygular kişinin hayata daha pozitif yaklaşımını, karşılaştığı sorunların üstesinden daha kolay gelebilmesini ve negatif durumların

karşısında pozitif sonuçlar çıkarabilmesini, ayrıca olaylara karşı daha geniş bakış açısını sağlar. Yüksek öznel iyi oluşa sahip insanlar hayat koşullarından tatmin olmakla birlikte, olumlu duyguları sıklıkla, olumsuz duyguları ise çok az yaşamaktadır (Eryılmaz ve Atak, 2011).

Öznel iyi oluşun bilişsel boyutu olan yaşam doyumu, bireyin yaşamı hakkında bir bütün olarak bilişsel bir yargıyı içerir (Eid ve Larsen, 2008). Gilbert ve Abdullah'ın (2004) görüşlerine göre yaşam doyumu, kişinin kendi yaşamı bir bütün olarak değerlendirmesi ve yaşamının sadece bir yönünü ele almamasıyla yaşam doyumunu belirlemesidir. Yaşam doyumunu kavram olarak, ilk defa 1961 yılında Neugarten ortaya koymuştur. Onun tanımına göre, eğer bir birey kendi beklentilerini en yüksek düzeyde elde ederse, sonuç olarak öznel iyi oluş ortaya çıkar (Köker, 1991). Diener yaşam doyumu, bir kişinin kendi hayatındaki koşulların iyi olduğu ile ilgili yansıtıcı yargıları olduğunu ileri sürmüştür. Görüşüne göre, araştırmacılar bireylerin yaşam doyumunu incelediğinde, onlardan yaşam koşullarını dikkate alarak bilinçli olarak değerlendirmelerini teşvik eder ve bunun için yaşam doyumu önlemleri veya alan doyumu önlemleri uygulamaktadırlar (Diener, 2009).

1.1.3. Psikolojik İyi Oluş

Psikolojik iyi oluşa ilişkin bilgiler, psikolojik işlev bozukluğu ile ilgili bilgilerin gerisinde kalmaktadır (Ryff, 1995). Bu dengesizlik, psikolojik sorunlar üzerine yapılan araştırmaların sayısının, pozitif psikolojik işlevsellğe ilişkin literatürden daha az olmasıyla açıkça görülmektedir. Ayrıca temel terimlerin anlamında sağlığı, hastalığın yokluğu ile eşitlenmektedir. Örneğin, bir kişi kaygı ve depresyon gibi psikolojik rahatsızlıklara maruz değilse, kişinin zihinsel sağlığı yerinde olarak kabul ediliyor. Bunula birlikte Ryff'in görüşüne göre, ruh sağlığı olumlu bir şeyin varlığı olarak tanımlanmalıdır çünkü sadece böylelikle iyilik halinin özüne ulaşılabilir. İlave olarak psikolojik iyi olmanın, sıkıntıdan veya diğer zihinsel sorunlardan uzak olmaktan daha fazla olduğunu ifade etmiştir (Ryff, 1995).

Ryff'in anlayışına göre (1989), bireyin kendini olduğu gibi kabul etmesi, başkalarına bağımlı olmadan kararları alabilmesi ve almış olduğu kararları çevresine tanıtmaktan korkmuyor olması, çevresiyle olumlu ilişkiler içinde kalabilmesi, bireyin içsel potansiyelini keşfederek kişisel gelişmesi, sürdürdüğü hayatında hiç kimsenin etkisiyle kendisine yönelik bir hedef belirlemiş olması, psikolojik iyi oluş kavramını ifade etmektedir. Ayrıca, Ryff, Magee, Kling ve Wing (1999) psikolojik iyi oluşu, bireyin kendini nasıl değerlendirdiği hakkında ve hayatının niteliğini hakkında bizleri bilgilendiren bir kavram olarak tanımlamaktadır. Diğer bir deyişle psikolojik iyi oluş, bireyin hayatının hedefleri olup olmadığını, kendi potansiyellerin

farkında olup olmadığını, çevresiyle olan etkileşimlerinin kalitesi ve kendi hayatından sorumlu hissedip hissetmediklerini içeren bir konsepttir.

Huppert'e göre (2009) psikolojik iyi oluşun, kişinin iyi gitmesiyle ilgilidir. İyi oluşun sürdürülebilmesi için kişinin her zaman iyi hissetmesi gerektirmez, hatta başarısızlık, hayal kırıklığı, üzüntü gibi duygular yaşamın normal bir parçası olduğu söylenir. Kederli hissettiren durumlarla baş edebilmek uzun vadeli iyilik için epeyce önemlidir. Kişinin negatif duyguları uzun zaman sürdüğünde, hatta onun günlük hayatında işlev görme yeteneği engellenmiş olduğunda, psikolojik iyi oluş hali zararı görür (Terzioğlu, 2022: 11).

Dienner'in (2009) belirttiğine göre psikolojik iyi oluş, üç farklı şekilde ifade edilmektedir. Birinci tanım, iyi oluş konsepti değerler ve erdem üzerinde tanımlamaktadır. Psikolojik iyi oluş kavramı ve mutluluk kavramı birbirine bağlı anlamlarda kullanıldığı için mutluluk kavramı subjektif olmasına göre daha çok normatif bir kavram olarak kabul edilmektedir. Bundan dolayı Aristoteles, mutluluğun erdemli bir hayat ile sağlanılabileceğini ifade etmiştir, ancak kişinin sadece erdemli olması ile mutluluğun elde edilmeyeceğini belirtmiş. İkincisi olarak iyi oluş kavramı, tatmin ile ilgili olduğunu ifade edilmiştir. Bu tanıma göre iyi bir yaşamın standartlarına bakıldığında, birey isteklerine ve amaçlarına ulaştığında tatmin olacaktır. Kavramın üçüncü tanımına göre psikolojik iyi oluş, tatmin edici duygusal tecrübeler şeklinde tanımlanmıştır (Karasakaloğlu, 2016: 281).

Csikszentmihaly (1990) tarafından mutluluğun sadece materyal ödüllerle kazanılmayacağı ifade edilmiştir. Mutlu bir aile yaşamı, samimi ve güvenilir dostlar, zamanı verimli bir şekilde değerlendirmek ve ilgili alanlara odaklanmak gibi koşulların, mutluluk ile ilişkili olduğunu belirtmiştir. Sigmund Freud de buna benzer algılarda bulunmuş ve bireyin aile sevgisi ve ilgi ihtiyacı karşılandığında, çalışma gücünün ve iradesinin ziyadesiyle olacağını, psikolojik gelişimin ise daha sağlam olacağını ifade etmiştir. İlaveten, mutluluk sadece bireyin kişisel faydaları sağlıyor değil, onun bulunduğu ve iletişim kurduğu çevresini de etkilemektedir. Wright ve Cropanzano'ya göre (2004) kişinin mutluluğu, sadece kendisine özgü bir sorumluluk değil, kişinin zor durumlarda destekleyici ve iradeli olabilmesi, çevresine karşı güvenilir bir gözlem verebilmesini sağlamaktadır.

Yukarıda belirtilenlere dayanarak, mutluluk ve psikolojik iyi oluşun birbirinin yerine kullanılan kavramlar olduğu ve bir kişinin mutlu ve/veya pozitif psikolojik iyi oluşa sahip olup olmayacağının hem bireysel hem de çevresel faktörlere bağlı olduğu sonucuna varabiliriz.

1.1.3.1. Psikolojik İyi Oluşu Eudaimonik Bir Yaklaşım

Eudaimonik iyi oluşun kavramsal temellerini güçlendirmek amacıyla, Ryff ve Singer (2006) Aristotel'in "Nikomakhos Etik" eserinde önemli görüşleri ele almakla birlikte, psikolojik iyi oluşu eudaimonik bir yaklaşımın özelliklerini ileri sürmüştür. Mutluluk ve iyi oluş araştırmalarında sıklıkla rastlanan anlaşılması zor bir terim olan eudaimonia, Ryff'in (2006) ifadesine göre mutluluk anlamına gelen yanlış tercüme edilen bir terim olarak Bradburn ve diğer 19. yüzyılın faydacı filozofları tarafından kullanmakta idi. Bilindiği gibi M.O. 350 yılında eudaimonia terimi ilk defa Aristotel tarafından "insanın eylemiyle elde edilebilecek tüm iyiliklerin en yükseği" olarak tanıtılmıştır. Bu terimin kullanımı ile ilgili olarak Ryff (2006), sadece Bradburn'un psikolojik iyi oluş üzerinde yaptığı çalışmasının Aristotel'in ismi yukarıda geçen eserinin hatalı tercümesine dayandığını savunmakla kalmaz, birçok filozofun eudaimonianın gerçek özünü ihmal ettiklerinin altını çizmiştir. Bununla birlikte, eudaimonia ile hedonia arasında eşdeğerlik, önerdiğinden eudaimonianın temel anlamları daha keskin bir odağa getirilmesi gerekmekte idi (Ryff ve Singer, 2006).

Eudaimonianın tanımı içinde açıklanması gereken bir sonraki önemli nokta erdemdir. Eserinde Aristotel, erdemi insanın tüm davranışlarının dengesi olduğunu savunurken, "Hem korku, hem güven, hem iştah, hem öfke ve acıma, hem de genel olarak zevk ve acı hem çok fazla hem de çok az hissedebilir ve her iki durumda da iyi değil; ama onları doğru zamanda, doğru nesnelerle ilgili olarak, doğru insanlara karşı, doğru sebeple ve doğru şekilde hissetmek hem orta hem de en iyi olandır ve bu da erdemin özelliğidir" ifadesini kullanmıştır (Aristotle/Ross, 1925: 38).

Fakat Aristotel iyi bir yaşamın sadece davranışların dengesinden ibaret olmadığını ve daha fazlasını içerdiğini ilave etmiştir. "Eğer mutluluk erdeme uygun bir faaliyet ise, onun en yüksek erdeme uygun olması en mantıklıdır ve bu içimizdeki en iyi şey olacak" (Aristotle/Ross, 1925: 263; Ryff ve Singer, 2006) ifadesi, Aristotel'in her birinin kendi yeteneklerine göre bireysel olarak kendini gerçekleştirme görevinde olduğu düşüncesini temsil etmektedir (Ryff ve Singer, 2006). Başka bir deyişle, "en yüksek insani iyilik hedefe yönelik ve amacı olan faaliyetleri içerir" (Ryff ve Singer, 2006: 17). Son olarak, psikolojik iyi oluşuna ilişkin Aristotel'in temel noktası, hayattaki mutlak amacın kişinin gerçek potansiyellerini gerçekleştirme çabası, yeteneklerini ve kapasitelerini en iyi şekilde kullanması ile aşırılık ve eksiklik arasında orta bir yolu bulmasıdır (Ryff ve Singer, 2006).

Aristotel'in eudaimonik yaklaşımını incelerken Ryff ve Singer (2006), Amerikan felsefeci David Norton'un 1976 yılında yayımladığı „Kişisel kaderler: Etik Bireycilik

Felsefesi” (Personal Destinies: A Philosophy of Ethical Individualism) adlı eserinin bazı ayrıntılarına değinmiştirler. Norton eudamoniayı, tüm insanlara doğumda verilen bir tür ruh olarak tanımlamıştır. Buna göre, her insan kendi eudaimoniasını bilmesi ve kendi hakikatına göre yaşamak zorundadır; bu hakikat zorunluktan ziyade bir sorumluluktur. (Norton, 1976; Ryff ve Singer, 2006). Norton’un eudaimonia tanımlamalarının merkezinde, Antik Yunanlar’ın hayat felsefesinin iki püf noktası bulunmaktadır; birincisi “Kendini bilmek”, ikincisi ise “Kendini keşfet” veya “Kendin ol” (Norton, 1976: 16; Ryff ve Singer, 2006: 18).

Aşağıda gösterilecek gibi, kendi psikolojik iyi oluş modeli üzerinde çalışan Ryff, pozitif işleyişin birçok formülasyonundaki yaklaşma noktalarını belirlemeye ve bütün halinde bütünleştirmeye çalışırken, yaşam boyu gelişim teorilerinin yanı sıra Aristotel’in eudaimonia kavramının temel noktasından yararlanmıştır. Açıkça, hayatta anlam ve amaç bulmak ile kendini gerçekleştirmek olan eudaimoniadan gelen fikirler, Ryff’ın ileri sürecek olan yeni psikolojik iyi oluş modelinin altı boyutundan üç boyutun oluşması için temel olmuştur. “Yaşam amacı”, “Öz kabul” ve “Kişisel gelişim” olan boyutların özünde, tüm zamanların en büyük felsefecinin insanoğluna aktardığı en derin mesajlar yatmaktadır.

1.1.3.2. Ryff’in Psikolojik İyi Oluş Modeli

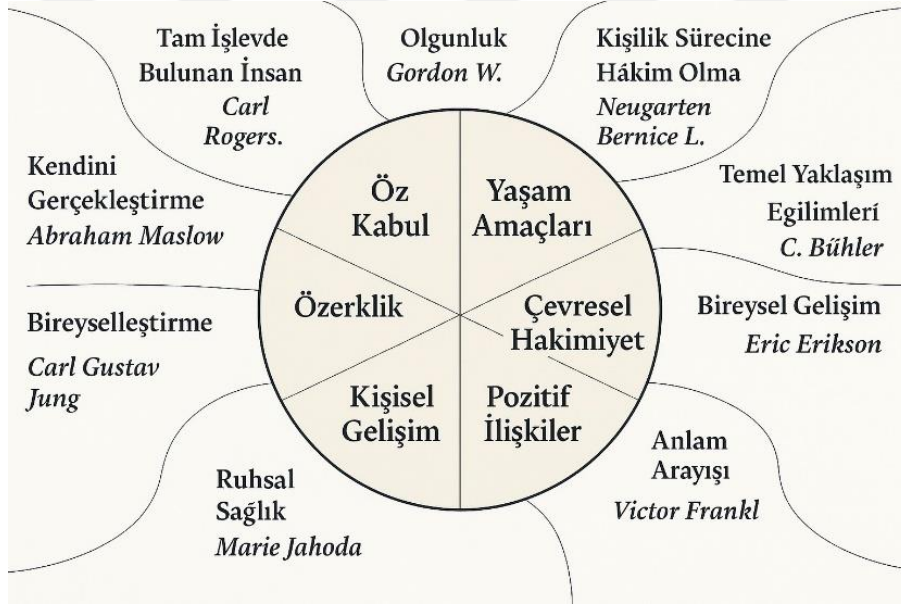
Yetişkin yaşamında psikolojik iyi oluşa dair çalışmasında Ryff (1995), pozitif zihinsel sağlığını incelemenin önemli olduğunu vurgulamıştır. En önemli nedenlerinden biri olarak, insanların hayatlarında neyin eksik olduğunu tespit etmektir. Daha açık bir ifade ile, bir tarafta psikolojik rahatsızlıklarından sıkıntı çeken insanlar varken, diğer tarafta psikolojik iyi oluş açısından yüksek düzeyde olanlar vardır. Yazara göre, bu iki kategori arasına giren üçüncü kategori, araştırmacıların en çok dikkatini çekmekle birlikte, gelecekteki araştırmalar için söz konusudur; psikolojik rahatsızlıkları olmayan, aynı zamanda yaşamlarında pek çok olumlu psikolojik faydadan yoksun insanlar (Ryff, 1995).

Psikolojik iyi oluş üzerindeki çalışmasında Amerikalı akademisyen ve psikolog Carol Ryff (1989a), psikolojik iyi oluşun temel yapısına dair literatürü gözden geçirmiştir. Bu bağlamda, tartışmalar neredeyse her zaman olumlu ve olumsuz duyguların ile yaşam doyumu arasındaki farklılıklar etrafında yoğunlaştığını ifade etmiştir. Diğer bir ifade ile, her ne kadar 1980’lerde önemli ampirik çalışmalar iyi oluş ile ilgili olsa da, büyük ölçüde mutluluk, yaşam memnuniyeti ve olumlu duygulanım raporlarına odaklanmıştır. Bununla birlikte, iyi oluşun temel özellikleri nelerdir sorusuna pek fazla ilgi gösterilmemiştir (Ryff, 2014). Örneğin, Bradburn’un psikolojik iyi oluş yapısı ile ilgili klasik çalışması, olumlu ve olumsuz duyguları

arasındaki ayrımı ileri sürmüştür. 1969 yılında diğer araştırmacılar ile yaptığı çalışmada sonuç değişkeni olarak mutluluğa odaklanmaya karar vermişler. İlk ampirik kararları, mutluluğu olumlu ve olumsuz duyguları arasındaki denge olarak işlevselleştirmek idi. Bu iki boyutu incelediklerinde, farklı korelasyonlara sahip olduğunu bulunduklarından, olumlu ve olumsuz duyguların iyi oluşun farklı boyutları olduğunu ve arasındaki denge mutluluğu belirttiğini ortaya koymuştur (Ryff, 1989a). Aynı dönemde iyi oluş üzerine oluşturulan literatürde, mutluluğun yanında yaşam doyumu kavramı ve Yaşam doyumu endeksi (Life Satisfaction Index-LSI) de olumlu psikolojik işleyişin göstergesi olarak ortaya çıkmıştır. Ancak yaşam doyumu, sadece psikolojik iyi oluşun yapısını tanımlamak için değil, başarılı bir şekilde yaşlanan bireyleri yaşamayanlardan ayırmak için ileri sürülmüştür. Ryff'in görüşüne göre, sonraki araştırmalar da olumlu ve olumsuz etkilerin yanı sıra çeşitli faktörler arasındaki farklılıkları belirlemeye devam ettiler. İlaveten Ryff, literatür taramasının sonucuna göre, iyi oluş ile ilgili araçların başka amaçlar için geliştirildiğini ve olumlu psikolojik işleyişi tanımlamak için temel hale geldiğini savunmuştur. Önceki çıkarımlar pozitif psikolojik işleyişin ihmal ettiği sonucundan yola çıkarak, psikolojik iyi oluş konusundaki diğer literatürü incelemeye karar vermiştir (Ryff, 1989a).

Ryff (1989a), öncelikle pozitif psikolojik işleyişi belirlemeyi amaçlayan, Maslow'un kendini gerçekleştirme anlayışı, Jung'un bireyleşmenin formülasyonu, Allport'un olgunluk anlayışı, Rogers'in kapasitesini tam olarak kullanan kimse konsepti, Jahoda'nın ruh sağlığının pozitif kriterleri gibi farklı teori alanlarını incelemiştir. Ayrıca Jahoda'nın teorisinde, kişinin yaşamında ortaya koyduğu olumlu davranışlar, kişinin ruh açısından olan sağlıklı sonucunda belirlenmektedir (Deci ve Ryan, 2008). Jahoda'nın ruh sağlığı için kriterleri özellikle önemlidir, çünkü bireyin pozitif işleyişine odaklanmaktadır. Ruh hastalığının yokluğunun, ruh sağlığı için uygun olmayan bir tanım olduğu düşüncesini ileri sürerek, pozitif ruh sağlığı için 6 kriterleri tanıtmıştır. Bu altı kriter; olumlu öz tutumlar, büyüme ve kendini gerçekleştirme, kişiliğin bütünleşmesi, özerklik, gerçeklik algısı ve çevresel hakimiyettir (Ryff, 1989b). Bununla birlikte, yaşam boyu gelişim perspektiflerine dair Erikson'un psikososyal aşamalar modeli, Neugarten'in yetişkinlik ve yaşlılıktaki kişilik değişimine ilişkin açıklamaları ve Buhler'in yaşam doyumuna ulaşması sağlayan temel yaşam eğilimleri, yukarıda bahsedilen literatürde yer almaktadır. Bu teorilerde iyi oluşun kriterleri çeşitli ve kapsamlı olduğunun yanı sıra, çok tanım arasında hangisinin pozitif psikolojik işleyişin temel özellikleri olarak görülmesi gerektiğini belirlemek zor olduğundan dolayı, Ryff bu bakış açılarının bir özete entegre edilebileceğini ileri sürmüştür (Ryff, 1989a). Örneğin, sadece Maslow "kendini gerçekleştirme" teorisinde kendini kabul eden ve gerçekleştiren bireyin 15 özeliğini tanımladı.

Dolayısıyla, yukarıda geçen kapsamlı çerçeveleri daha sade bir özete indirgemek pozitif psikolojik işleyişi tanımlamanın daha mantıklı bir yol idi (Ryff, 1989b). Ryff, tüm bu bakış açılarının benzer ve tamamlayıcı olumlu psikolojik işlev kriterleri içerdiğini savundu. Özellikle pozitif işleyişin altı boyutu yaşam boyu gelişim, kişisel gelişim ve zihinsel sağlıkla ilgili literatürde defalarca değinilmektedir (Ryff, 1989a; 1989b). Ayrıca, teorilerin hepsinde iyimserlik perspektifi açık bir şekilde görülmekte ve bireyin sürekli büyüme ve gelişme kapasitesini vurgulamaktadır. Önemli bir benzerlik, kriterlerin hepsinin hastalık yerine iyi oluş açısından formüle edilmiş olmasıdır; hastalıktan ziyade sağlıklı yaşamın doğasını ifade eder (Ryff, 1989b). Daha açık bir ifade ile bu bakış açısı, “sadece hastalığın yokluğu değil, olumlu bir şeyin varlığı” olarak sağlık anlayışına dayanan yeni bir sağlık modeli oluşturmuştur (van Dierendonck vd., 2008). Önceki teorilerin yaklaşma noktaları, Ryff’in psikolojik iyi oluşun alternatif modelin temel boyutlarını oluşturmaktadır (Ryff, 1989a).



Şekil 1.2. Ryff'in Psikolojik İyi Oluşun Alternatif Modeli

Kaynak: Ryff ve Singer, 2006

Ryff'in sunmuş olduğu psikolojik iyi oluş modelinde, bireyin kendi hayatında sahip olduğu amaçlar ve yaşamın anlamlı olduğu inancı (yaşam amacı), kendi niyetleri ve görüşlerine uyumlu bir yaşam sürdürmesi (özerklik), birey olarak kendi potansiyellerini ve yeteneklerini kullanma derecesi, büyüme ve gelişme duygusu (kişisel gelişim), bireyin kendine yönelik değerine çevresini seçebilmesi ve ona adapte olabilmesi (çevresel hakimiyet), çevresindeki insanlarla sağlam ilişkilere sahip olabilmesi (olumlu ilişkiler), bireyin kendisine yönelik duygular içinde kalabilmesi ve kendisini olduğu gibi kabullenmesi (öz kabul) olmak üzere toplam 6 boyutu içermektedir (Ryff, 1989a; 1989b).

Olgunluk, kendini gerçekleştirme, işlevsellik, bireysel gelişim kavramları, psikolojik iyi oluş modelinin temellerini kurmakta yol gösterici teoriler olmuştur. Şekil 1.2’de görüldüğü gibi, Ryff psikolojik iyi oluşun boyutlarının terimlerini oluştururken, ruh sağlığını ifade eden temel faktörleri de değerlendirmişti. Şeklin merkezinde yer alan psikolojik iyi oluşun altı temel boyutların her biri, sağlıklı, iyi ve tam işlevsel olmanın ne anlama geldiğinin sıklıkla onaylanan yönlerini temsil etmektedir. Bu altı boyutun kavramsal temelleri yukarıda kısaca anlatıldı ve devamında her bir boyut hakkında daha detaylı bilgi verilmektedir.

Öz Kabul

Yunanlılar kendimizi tanımamız gerektiğini, yani kendi eylemlerimizi, motivasyonlarımızı ve duygularımızı doğru algılamaya çalışmamız gerektiğini öğütlediler. Ancak yukarıdaki modellerin çoğu, olumlu bir öz saygıya sahip olma ihtiyacını vurguladı. Bu, zihinsel sağlığın (Jahoda) merkezi bir özelliğinin yanı sıra kendini gerçekleştirme (Maslow), optimal işleyiş (Rogers) ve olgunluğun (Allport) bir özelliği olarak tanımlanır. Yaşam süresi teorileri, kişinin geçmiş yaşamı da dahil olmak üzere kendini kabul etmenin önemini vurguladı (Erikson, Neugarten). Bireyleşme süreci (Jung), kişinin benliğinin karanlık tarafıyla (gölge) uzlaşma ihtiyacının altını çizmekle birlikte (Ryff ve Singer, 2008), kişinin iyi ve kötü yönlerini tanıması gerektiğini ortaya koydu (Ryff, 1989b). Bu nedenle, hem Erikson’un ego bütünlüğü modeli hem de Jung’un bireyleşme, standart benlik saygısı görüşlerinden özellikle daha zengin olan bir tür kendini kabullenmeyi vurguladı. Uzun vadeli olan ve hem kişisel güçlü hem de zayıf yönlerin farkındalığını ve kabulünü içeren bir tür öz değerlendirmedir (Ryff ve Singer, 2008).

Ryff (1989), öz kabulü zihinsel sağlığın merkezi bir özelliği olarak tanımlamakla birlikte, optimal işleyiş ve olgunluğun bir göstergesi olduğunu ifade etmektedir. Ryff ve Singer’in bakış açısından (2008) kendini kabul eden bir kişi, kendini gerçekleştirmiş bir bireyin özelliklerini ifade eder ve zayıf olduğu alanlarda kendini iyi hissetmektedir. Başka bir ifadeyle, kendini kabul eden bir kişinin en temel özelliklerinden birisi, kendine karşı pozitif tutum ve kendi duygulardan farkında olarak uyum içerisinde yaşıyor olmasıdır. Böylece öz kabul, olumlu psikolojik işleyişin temel bir özelliği olarak ortaya çıkmaktadır (Ryff, 1989).

Maslow’a göre öz kabul, bireyin sadece kendini değil, doğayı ve çevrildiği insanları kabul etmesi demektir ve bu da kendini gerçekleştirmenin bir özelliğidir (Ryff, 1989b). Erikson’un tutumuna bakıldığında, bireyin yalnızca şimdiki durumu değil, geçmiş hayatı, hayat kırıklarını ve başarılarını da dikkate alınması gerekmektedir. İlaveten, yaşam süresi teorileri de

bireyin geçmiş yaşamının kabulünü vurgulamaktadır (Ryff, 1989a). Jahoda ise bir kişinin kendini kabul etmesi, kendine güvenmesi ve kendine karşı olumlu tutumlara sahip olmasını, mental sağlığının ön koşullar olarak tanımlamaktadır (Ryff, 1989b). Son olarak, bu konu üzerinde önemli çalışmaları elde eden Ryff'a göre bireyin, kendisine yönelik olumlu tutumun sayesinde, yaşadığı hayatı iyi oluşun merkezinde bulunacağını ifade etmektedir.

Başkaları İle Olumlu İlişkiler

Yukarıdaki bakış açılarının tümü, olumlu kişilerarası alanı, iyi yaşanmış bir yaşamın merkezi bir özelliği olarak tanımlar. Örneğin Aristoteles'in Ahlakı, arkadaşlık ve sevgi üzerine uzun bölümler içeriyor, Mill'in otobiyografisi hayatının büyük aşkı hakkında çok ayrıntı sunuyor ve Russell, sevgiyi iki büyük mutluluk kaynağından biri olarak görüyordur. Jahoda ise sevme yeteneğini ve kişilerarası ilişkilerde yeterliliğin ruh sağlığının, merkezi bileşenleri olarak görürken, Maslow kendini gerçekleştirenlerin, kendini gerçekleştirmeyenlere göre, daha güçlü empati ve şefkat duygularına; büyük sevgi, derin dostluk ve başkalarıyla yakın özdeşleşme kapasitesine sahip olduğunu tanımladı (Ryff, 1989b).

Kişisel gelişim ve sosyal ilişkiler kavramları üzerinde önemli katkı sağlayan birçok teorisyen, insanlar arası sıcaklığın ve güven duygularının önemini vurgulamıştır (Ryff, 1989b). Örneğin Allport (1961), olgunluğun tanımını açıkladığında, diğer insanlara samimiyet gösterme beceresinin yanında, aile üyelerine ve dostlarına sevgi, bağlılık ve minnettarlık gösterme kabiliyetine sahip olan bireyin olgun olduğunu ifade etmiştir. Diğer bir ifade ile, sıcak ilişkileri kurabilme kabiliyetine sahip birey, olgun bir bireydir. Erikson, yetişkinlik aşamalarını tanımlarken, bireyin başkaları ile yakınlaşabilmesi ve başkalarının yönlendirilmesini becerebilmesi, bireyin önemli kabiliyetleri olarak belirtmiştir (Ryff, 1989b). Khaw ve Kern'e göre, başkaları tarafından sevilme ve destek görme şeklinde ilişkiler, bireyin bulunduğu çevresi ile bütünleşme duygusunu ve yakınları tarafından takdir edilmesini, sosyal çevresinden ise memnun olmasını göstermektedir (Demirci vd., 2017). Maslow (1968), toplumsal duygu gösteren olanları, kendini kabul etmeyen ve yetersiz hisseden bireyleri ile kıyasladığında, birinci tür insanların daha samimi ve sevgi dolu olabildiklerini belirtmiştir. Ryff ve arkadaşları (1999), kişinin diğerleri ile bulunduğu saygı ve anlayış dolu ilişkileri, kendi ruhsal halini pozitif etkilediğinin yanında, stresi ve kaygıyı düşürerek, hem fiziksel sağlığı hem de mental sağlığını koruduğunu söylemektedir (Aksel, 2018). Son olarak Birren ve Renner (1980), bireyin toplumla olumlu ilişkileri kurabilmesi, yeteneğe bağlı olduğunu ifade etmektedirler. Yaklaşımına göre, kişinin zihinsel olarak sağlıklı olabilmesi için olumlu ilişkileri kurabilme yeteneğine sahip olması gerekiyordur (Birren ve Renner, 1980). Ruh sağlığı iyi olanlar

çevrildiği insanları seviyor, onlar tarafından seviliyor ve ilgilerini görüyordur. Yetişkin gelişim evresi teorileri, aynı zamanda başkalarıyla yakınlığın sağlanmasına ve başkalarının rehberliğine ve yönlendirmesine vurgu yapar (Ryff, 1989b).

Başkaları ile olumlu ilişkiler boyutu kapsamında, ilişkileri yüksek seviyesi bireyin özellikleri sıcak, tatmin edici, güvene dayalı ilişkilere sahip olma; başkasının iyi oluşu konusunda endişe duyuyor olma, güçlü empati, şefkat ve yakınlık yeteneğine sahip olma, insan ilişkilerinde almak-vermek prensibi anlıyor olmasıdır. Başkaları ile ilişkileri kurmakta güçlük çeken olan, az yakın ve güvene dayalı ilişkilere sahiptir; başkalarına karşı sıcak, açık ve ilgili olmayı zor buluyor, kişilerarası ilişkilerde izole edilmiş ve hüsrana uğramış; başkalarıyla önemli bağları sürdürmek için ödünç vermeye istekli değildir (Ryff, 1995).

Kişisel Gelişim

Psikolojik iyi oluş modelinin bir başka boyutu olan kişisel gelişim, bireyin devamlı olarak potansiyellerini geliştirme, kendisini anlama ve farkındalık edinme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Ryff, 1989a). Ryff, kişinin kendisini tanıdığı, gönlünün muradını keşfettiği ve kendisini yetenekleri doğrultusunda yetiştirdiği zaman, kişinin inançlarında ve davranışlarında değişim oluştuğunu ifade etmektedir. Başka bir ifade ile, kendini geliştirme yolunda sürekli olarak bulunan ve edindiği bilgiler ile değişen bir kişi, bireysel gelişim seviyesi yüksek olan kişidir (Ryff ve Singer, 1998). Gelişmeye devam ettiği duygusuna sahip olmak, kendini gelişen ve olgun biri olarak görmek, yeni deneyimlere açık olmak, yeteneklerini gerçekleştirebildiğini hissetmek, zaman içinde psikolojik dünyasında değişim olduğunu fark etmek, kişiliğini tanıyarak verimli olarak geliştiğini düşünmek kişisel gelişim boyutunu oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra Ryff, deneyimlere açık olmanın, bireyin anahtar özelliği olduğunu ifade etmektedir (Ryff, 1989a).

Optimal gelişim, kişinin yalnızca belirlediği hedeflere ulaşmasını değil, aynı zamanda kişinin potansiyelini geliştirmeye devam etmesini, bir kişi olarak büyüüp gelişmesini de gerektirir. Dünya sürekli değiştiği için, bireyin bu dünyaya uyum sağlaması hayati öneme sahiptir, dolayısıyla bunu başarabilmek için birey durmaksızın kişisel değişim sürecinde olması gerekiyordur (Ryff, 1989b). İyi oluşun tüm yönleri arasında, anlam bakımından Aristoteles'in eudamonia'sına en yakın olan kişisel gelişim, bireyin kendini gerçekleştirmeyle ilgilidir. Dolayısıyla, olumlu işleyişin bu kısmı dinamik ve kişinin potansiyelini sürekli olarak geliştirme sürecini içerir (Ryff ve Singer, 2008). Kendini gerçekleştirme ve potansiyellerini gerçekleştirme ihtiyacı, kişisel gelişim konusundaki klinik bakış açılarının merkezinde yer alır

(Ryff, 1989b). Rogers'e göre tam işlevli kişi, tüm sorunların çözüldüğü sabit bir duruma ulaşmaktan ziyade, sürekli olarak geliştiği ve oluştuğu deneyime açık olan kişidir. Hayata açık bir birey, içinde yaşadığı çevresinin daha fazla farkında ve insanlar ile ilişkilerinde daha az önyargılı olur (Ryff, 1989b). Rogers ve Maslow, pozitif işleyişin önemli bir niteliği olarak süreci vurgulamıştır. Maslow'un görüşüne göre, kendini gerçekleştirmeye adanmış birisinin çabası sürekli bir süreçtir. Maslow'un kavradığı kendini gerçekleştirme ve Jahoda'nın olumlu ruh sağlığı anlayışı, Buhler, Erikson, Neugarten ve Jung'un yaşam süresi teorileri gibi sürekli büyüme ve yaşamın farklı dönemlerinde yeni zorluklara yüzleşme ile ilgilidir (Ryff ve Singer, 2008). Son olarak, Ryff'ın incelediği teorilerde, kişisel gelişimin ve kendini gerçekleştirmenin önemi sıklıkla vurgulandığından, psikolojik iyi oluşun bu bütünleştirici modelin boyutlarından birisidir (Ryff, 1989b).

Özerklik

Ryff (1989) özerkliği, öz belirtim, bağımsızlık, içsel kontrol odağı, bireyselleşme ve davranışın içsel düzenlenmesi gibi niteliklerle bağlamaktadır. Ryff ve Singer'e göre (2008), özerklik kişinin bireysel standartlarına göre kendini değerlendirebilmesi, sosyal baskılara dayalı olmadan davranabilme ve düşünebilme yeteneğini ifade etmektedir. Rogers tarafından tanımlanan tam işlevli kişinin içsel bir değerlendirme odağı vardır, dolayısıyla sosyal geleneklere direnme yeteneğine sahip olduğu için, çevre tarafından onaylanma gereksinimi hissetmez ve kendisini kendi ölçütlerine göre değerlendirir. Buna benzer olarak Ryff'a göre, içsel değerlendirme yapabilen birey başkalarının onayına ihtiyaç duymaz, çünkü kendini kendi belirlediği standartlara göre değerlendirir. Bireyselleşme kişinin artık kitlelerin kolektif inançlarına, korkularına ve yasalarına ait olmadığı olarak da tanımlanmaktadır (Ryff, 1989). Yaşam boyu gelişimi konusu üzerinde önemli katkılar sağlayan Erikson, Neugarten ve Jung, yaşamın sonraki yıllarında, içe dönmenin ve buna bağlı olarak günlük yaşamı yöneten normlardan biri özgürlük duygusu kazanmanın önemine vurgu yapmışlardır (Ryff, 1989; Ryff ve Singer, 2008).

Christopher'e (1999) göre özerklik, tarihsel nedenlerle batı kültüründe çıkan bir değerdir. Otonomi kavramı, bireyin içinde yaşadığı sosyal ortamın standartları ve beklentilerine göre düşünme ve davranma mecburiyeti olmadan yaşayabilmesi, başka insanların görüşlerine yaslanmadan kendi kararlarını alabilmesi ve bir onay için başkalarına dönmeden kendini kişisel ölçülerine göre değerlendirmesidir. Önemli olarak, özerkliğin anlamı kültürler arasında da farklılık gösterebilir, dolayısıyla hangi derecede uygun olup olmadığı, farklı sosyal ortamlara

göre yorumlanmaktadır. Ayrıca bazı kültürlerin temelinde otoriteye bağımlı ve itaat ederken, saygılı insanların yetiştirilmesine özen gösterilirken, batı kültüründe beklenti otoritenin üzerine odaklanmış değildir. Sonuç olarak, özerkliğin hem anlamı hem de ağırlığı yerel bağlamlara bağlı olarak değişebilmektedir (Christopher, 1999).

Türk psikolog ve akademisyen Profesör Doktor Mehmet Doğan Cüceloğlu, 2008 yılında yazdığı “Korku kültürü” adlı kitabında, Türk kültürünü batı toplumun kültürü ile kıyaslayarak “mış gibi yaşamak” kapsamını incelemiş ve hayatında önemli bir yer tutan “mış gibi” projesinin kişisel görüşlerini aktarmıştır. “Kalıplanmak ya da gelişmek” adlı bu kitabın bölümünde Cüceloğlu, ana baba-çocuk ilişkilerini incelerken çocuğun varoluşuyla, kendi doğasıyla ve özüyle ilgilenmeyen bir korku kültürü içinde büyümek ve çocuğun varoluşuyla, karar verme ve seçim yapma özgürlüğüyle, özüyle ilgilenen bir saygı kültürü içinde büyümek arasındaki farkı irdelemektedir (Cüceloğlu, 2008).

Kalıplayan korku kültürü ile geliştiren saygı kültürü karşılaştırdığında, korku kültürünün niyeti, kişiyi önceden oluşmuş bazı düşünceler ve davranış kalıplarına alıştırmak olduğunu ifade ederek, yazar bireyin otonomine vurgu yapmıştır. “Beklendikleri sonuç otoriteye bağımlı, kendi başına bir şey yapmayan, sürekli otoriteye danışan, itaat eden, otoritenin beklentilerini yerine getirmeyi yaşamının en yüce hedefi sayan, söylenenleri sorgusuz sualsiz kabul eden, sözden çıkmayan, birbirine benzer, prototip bir insan yetiştirmektir.” ifadesiyle Cüceloğlu (2008), korku kültüründe yetiştirilen bireyin özelliklerini tanıtmıştır. Diğer taraftan, geliştiren saygı kültüründe çocuğun, kendini bulması, tanınması, değer vermesi ve bireyselliği bozulmadan gelişmesine özen gösterildiği ifade edilmektedir. Bu tarz kültürün eyleminin temelinde, bireyin öğrenme ve gelişme arzusu yatar. Bu kültürün istediği insan tipi, kendi gelişmesine önem veren, kendi yaşam hakkında karar verebilen ve aldığı kararlardan sorumluluk alabilen insandır. Buna ek olarak, en temel özgürlük, insanın kendisi olarak yaşamında var olabilmesi ve kendi bütünlüğünü yaşayabilmesidir (Cüceloğlu, 2008).

Yaşam Amacı

Psikolojik iyi oluş modelinin beşinci boyutu olan yaşam amacı, bireyin hayatında kendi misyonun keşfetmesi, yaşamının devamında kendine yönelik hedeflerini belirlemeye devam etmesi ve kendi seçtiği yaşam tarzında güçlü bir maksadına sahip olması anlamına gelmektedir (Moneta, 2014). Bu düşünceye bakıldığında, geçmişteki ve günümüzdeki yaşantıların bir manaya sahip olduğu için birey, hayatının amacına mutlaka bağlı olacağını düşünmesi ifade edilmektedir. Onun diğer bir ifadesiyle, bir kişi amaçlarını belirlerken, bunu bireysel olarak

yapabilmeli ve kimsenin görüşlerine bağımlı olmadan özgür kalabilmelidir. Bunun yanı sıra Ryff, yaşam amaçlarına ulaşmaya emek veren olan bir kişi, geçmişteki ve günümüzdeki yaşadıklarının anlamlı olduğunu, belirlediği amaçlar doğrultusunda harekete geçen olan yaşam amacına sahip bir bireyin olduğunu belirtmektedir (Ryff, 1989a). Anlamlı bir yaşam amacına sahip olmayan birey, hayatında anlam ve yönlendirilmişlik duygusundan yoksundur, çok az hedefi var, geçmiş yaşamın anlamını görmez, hayata anlam katan bakış açıları veya inançları yoktur (Ryff, 1995).

Ruh sağlığı tanımı, bireyin yaşam amacının ve anlamının olduğuna vurgu yapmaktadır. Olgunluğun tanımı aynı zamanda bireyin yaşam amacının olması, yönlendirilmişlik duygusunun ve niyetliliğin açık bir şekilde anlaşılmasının altını çizmektedir. Yaşam boyu gelişim teorileri, üretken ve yaratıcı olmak, aynı zamanda duygusal bütünleşmeyi başarmak gibi yaşamdaki çeşitli hedefleri ortaya koymaktadır. İlave olarak, liderlik kapasitelerini kullanma hedefi, bu teorilerin merkezinde yer almaktadır. Bu olgudan yola çıkarak bireyin amaçları, niyetleri ve yönlendirilmişlik duygusu, yaşamının anlamlı olduğu hissini güçlendirdiği sonuca varılmaktadır (Ryff, 1989b).

Kişinin yaşam amacı ile ilgili filozoflar, psikologlar, sosyologlar ve bilimsel araştırmacılarının değişik bakış açıları tanımlanmaktadır. Örneğin, Jahoda bu konuyu zihinsel sağlığı tanımı açısından ele alırken, bireyin hayatında anlam ve amaç duygusunu sağlayan inançların önemine açık bir vurgu yaptı. Diğer bir bakış açısıyla, Allport olgunluk tanımını verirken, yön duygusu ve yaşamın net olarak anlaşılan amacına sahip olma olgunlaşmış bir kişinin niteliklerini belirlemektedir. Buhler'in, temel yaşam eğilimleri, ilk önce orta yıllarda dünyayı yaratıcı bir şekilde değiştirmeye ilişkin hedeflerin altını çizmiştir. Daha sonraki yıllarda bu eğilimlere, bireyin iç düzeni koruma hedefini eklemiştir (Ryff, 1989b). Russell'in zevke verdiği vurgu temel olarak, hayata aktif olarak dahil olmak ve hayata karşı yansıtıcı bir duruş sergilemekle ilgilidir. Avusturyalı nörolog ve psikiyatrist Viktor Frankl'ın geliştirdiği logoterapisi, insanların yaşam sıkıntıları ve ıstıraplarında amaç bulmalarına yardımcı olmakla doğrudan ilgilidir. Sartre'nin görüşüne göre, yaşama anlam ve yön belirlemek, otantik bir şekilde yaşamının temel meselesidir (Ryff ve Singer, 2008). Buhler, Erikson ve Yung'un yaklaşımlarında bireyin pozitif amaçları olması ve yönlendirilmişlik duygusuna sahip olması, kişinin hayattaki anlam duygusuna katkıda bulunmaktadır. Birren ve Renner, bireyin yaşlılığa giden dönemde yaşadığı geçmiş deneyimlerini anlamlı bir şekilde algılaması önemli olduğunu ileri sürmüştür (Ryff, 1989b). Sonuç olarak, yaşam amacı psikolojik iyi oluşun önemli bir göstergesi olarak tanımlanmaktadır (Ryff ve Essex, 1991). Ryff'a göre, olumlu işleyen birey

hedeflere, niyetlere ve geliştiği net bir yöne sahiptir. Böylece, anlamlılık ve bütünleşme duyguları bireyin yaşamının farklı alanlarında büyük katkı sağlayacaktır (Ryff, 1989b).

Çevresel Hakimiyet

Psikolojik iyi oluş modelinin bir diğer boyutu olan çevresel hakimiyet, bireyin kendi ruhsal ve fiziksel yapısına uygun ortamı seçme veya yaratma yeteneğini ifade etmektedir (Keyes ve Ryff, 2002). Bu kriter aynı zamanda bireyciliğin bir merkezi parçasıdır (Spring, 1999). Psikolojik ve fiziksel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sosyal ortamı kendine uydurabilen bir birey, ortamı yönetebilme kabiliyetine sahip olduğunu göstermektedir (Keyes ve Ryff, 2002). Cooper ve arkadaşlarının (1995) yaklaşımına göre “çevresini zihinsel veya fiziksel etkinliklerle değiştirmeyi başaran kişi, kendi etkileşim ortamlarını da kontrol edebilmekte, çevresine hakim olabilen kişi sürekli değişen çevreyle başa çıkabilmekte, uyum sağlamakta ve etkileşim içinde olabilmektedir”. Wang ve diğerleri, kişinin psikolojik haline en uygun çevreyi seçme becerisinin, onun otonomisini yansıttığını ve kişinin yaşadığı topluma yönelik bir kontrol duygusu kazandırdığını ileri sürmektedir (Wang vd., 2015).

Jahoda, bireyin ruhsal koşullarına uygun ortamları seçme veya yaratma yeteneğini, ruh sağlığının temel bir özelliği olarak tanımladı. Buna ilişkin olarak yaşam boyu gelişim teorileri, özellikle orta yaşta olan bireylerin karmaşık ortamları manipüle edebilmenin ve kontrol edebilmenin yanı sıra, zihinsel ve fiziksel aktiviteler yoluyla çevresini değiştirme kapasitesinin önemini vurgulamaktadır. Alport ise olgunluk kriterlerine, bireyin “benliği genişletme” kapasitesini dahil etmektedir; bu kavramla benliğin ötesine geçen önemli çaba alanlarına katılabilmeyi kastetmektedir (Ryff ve Singer, 2008). Diğer bir ifade ile, olgunluğun benlik dışında önemli bir faaliyet alanına katılımı gerektirdiği görülmektedir. Psikolojik iyi oluşun 6 boyutlu modelini, başarılı yaşlanmaya alternatif bir yaklaşım olarak sunan Ryff’a göre (1989a), başarılı yaşlanma kişinin çevresel fırsatlardan ne ölçüde yararlandığını da vurgulamaktadır (Ryff, 1989b). Benzer şekilde Neugarten, orta yaştaki kişiliğin süreçlerini anlatırken, bireyin çevresinin manipüle etmesi ve kontrol altında tutması, hakimiyet ve yeterlilik gibi özelliklerden bahsetmiştir (Ryff 1989b). Allport (1961) olgun kişiyi tanımlarken, kendisinin dışında olan durumlarda kendi çıkarlarını koruyabilen ve geliştirebilen, bunun yanı sıra hızlı değişen çevreye hâkim olabilen biri olarak belirtmektedir. Taylor’un (1975) bakış açısına göre olgun birey, hayal kırıklığını yaşatan dünyayla rasyonel olarak yüzleşebilen ve kendi seçtiği hedeflere ulaşmanın en etkili yolunu hesaplayabilen kişidir. Bununla birlikte, çevreyi manipüle etme, kontrol etme veya ona hakim olma yeteneği, bu dünya görüşünün hayal kırıklığına uğramış olduğunu hem doğruluyor hem de kanıtlıyordur.

İyi oluşun bu boyutu, öz yeterlilik ve kontrol duygusu gibi psikolojik yapılarına benzerlik gösterse de, bireyin kişisel ihtiyaçlarına ve kapasitelerine uygun bir çevre bağlamı bulma veya oluşturma çevresel hakimiyete özgüdür (Ryff ve Singer, 2008). İlave olarak, bu perspektifler çevreye aktif katılımın ve çevreye hâkim olmanın, olumlu psikolojik işleyişin önemli unsurları olduğunu varsaymaktadır (Ryff, 1989b). Ryff ve arkadaşlarının (1999) açıklamalarına bakıldığında, çevresinde kendi egemenliğini yürütebilen ve kendine yönelik gereksinimleri karşılayabilen bir kişi, iyi oluş hakkında değerli görüşleri sağladığından dolayı çevresel hakimiyet, ayrı ve özel boyut olarak psikolojik iyi oluş kavramında yatmaktadır.

Çevresel hakimiyetin anlamı farklı kültürler arasında farklılık göstermektedir. Bazı kültürler dünyayı daha büyük bir kozmosun veya düzenin parçası olarak gördüklerinden dolayı, bireyin çevresiyle uyumunu teşvik etmektedir. Spring (1999), psikolojik kontrolü üzerine kültürler arası çalışmalarında batılı ve batı olmayan yaklaşımlardan bahsedildiğini ileri sürmektedir. Batı kültürün temsilcisi olarak Amerikalılar, çevrelerini kontrol etmek veya onlara hakim olmak için çaba sarf ederek kendi seçtikleri hedefleri takip etmeye teşvik edilirken, Batı olmayan birçok kültür, bireyin sosyal düzene uyum sağlamasını motive etmektedir. Bununla ilgili Spring, Weisz, Rothbaum ve Blackburn'un, insanların kullandığı iki tür kontrol tanımladıklarını dile getirdiklerini ileri sürmektedir. Birinci kontrol, bireyin kişisel eylemlilik, hakimiyet ve saldırganlık yoluyla mevcut gerçekleri etkilemesine dayanırken, ikinci tür kontrol, olayların psikolojik etkisi üzerinde kontrol uygulayarak ve çevreyi çok değişmeden bırakarak, kendilerini mevcut gerçeklerle uyumlu hale getirmeye çalışan bireyleri ifade etmektedir. Weisz ve arkadaşlarının çalışmasının sonucuna göre Amerikalılar, ağırlıklı olarak birinci kontrolü uygularken, Japonlar daha çok ikinci tür kontrole güvenmektedir (Spring, 1999).

Pozitif psikolojik işleyişin modeline dair açıklamaları ortaya koyduklarında Ryff ve Singer (1996), literatürde görünen sağlıklı yaşamın formülasyonu ile iyi yaşamın anlamına ilişkin felsefi bakış açıları arasında dikkate değer paralelliklerin olduğunu altını çizmiştir. Örneğin, farklı felsefi çerçeveler bireylerin yaşama onur veren aktif uğraşlara sahip olmasına vurgu yapar. Çevresel hakimiyet felsefi tanımlamalarındaki kendine hakim olmak ile paralellik gösterir, yani karar almak ve eyleme geçmek demektir. Kendini sevmeye ve saygı duymaya fikirleri, öz kabul boyutu ile paralellik gösterirken, kişisel gelişim boyutu Aristoteles'in insanın gelişmesi ve potansiyellerinin farkına varması kavramları ile benzerlik göstermektedir (Ryff ve Singer, 1996). Bireylerin çevresindeki insanlara duyduğu ilgi, şefkat, sevgi ve arkadaşlıklarına ilişkin felsefi yazılar, başkaları ile olumlu ilişkilerin önemine vurgu yapmaktadır. Son olarak, Ryff ve Singer'in görüşlerine göre felsefeciler yaşamın bir alanına bakmakla kalmaz, zaman

içerisinde bireyin yaşamının tüm yönlerine odaklanmanın önemini vurgularlar (Ryff ve Singer, 1996), dolayısıyla Ryff yeni psikolojik iyi oluş modelini oluştururken bu mantığından yola çıktığı sonucuna varılmaktadır.

1.1.3.3. Ryff'in Psikolojik İyi Oluş Modeli'nin Yeni Kriterlerin Değerlendirilmesi

Ryff'in sunduğu yeni model, yaşam boyu gelişim, kişisel gelişim ve zihinsel sağlık konusundaki literatürün ortak noktalarını temsil etmektedir. Yukarıda belirtildiği gibi çeşitli teorilerde görülen bu yaklaşma noktaları, yeni bir iyi oluş modelini sağlamaktadır (Ryff, 1989b). Ancak Ryff'in çeşitli teorileri bütünleştirerek oluşturduğu psikolojik iyi oluşun altı boyutunu işlevsel hale getirebilmesi için, bu yapıları yansıtan öz raporlama araçları geliştirmesi gerekiyordu. Daha önce açıklanan altı boyutun her biri, pozitif işleyişin farklı yönlerine işaret eden teorik yapılardır. Amaç, bu yapıların göstergesi olarak hizmet edecek yapılandırılmış, öz raporlama araçları geliştirmektir (Ryff, 1989a, : 1072). 1989 yılındaki çalışmasında belirttiği gibi, onun boyutlarına benzer adlara sahip ölçeklerin olmasına rağmen, başka amaçlar için geliştirilmiş, ayrıca onların maddeleri Ryff'in yeni iyi oluş konseptine yön veren kavramsal tanımları yansıtmamaktadır (Ryff, 1989a). Dolayısıyla, değerlendirme araçları ile kavramsal literatür arasındaki uyumu en üst düzeye çıkarmak için Ryff (1989a), kendi ölçümleri sıklıkla kullanılan psikolojik iyi oluş endeksleri ile karşılaştırarak yeni ölçümleri ortaya koymuştur. Ryff'in (1989a) gözden geçirdiği iyi oluşun önceki ölçümler, Duygulanım dengesi ölçeği (Affect Balance Scale), Yaşam memnuniyeti endeksi (The Life Satisfaction Index) , Benlik saygısı ölçeği (Self-Esteem Scale), PGC Moral Ölçeği (The Revised Philadelphia Geriatric Center Morale Scale), Kontrol odağı ölçeği (Locus of Control Scale) ve Kendini değerlendirme depresyon ölçeğidir (Self-Rating Depression Scale).

Tablo 1.3. İyi Oluş Kriterlerinin Tanımları

<i>Boyutlar</i>	<i>Tanımlar</i>
Öz kabul	
<i>Yüksek puan alanlar</i>	Kendine karşı olumlu bir tutuma sahiptir; iyi ve kötü nitelikler dahil olmak üzere benliğin birçok yönünü kabul eder; kendini geçmiş yaşamı ile ilgili olumlu hisseder
<i>Düşük puan alanlar</i>	Kendinden memnun değil; geçmişte yaşananlardan dolayı hayal kırıklığına uğramış; bazı kişisel niteliklerden rahatsız; olduğundan farklı olmak ister

Başkaları ile olumlu ilişkiler <i>Yüksek puan alanlar</i> <i>Düşük puan alanlar</i>	Başkaları ile ilişkileri sıcak, tatmin edici ve güvene dayalıdır; başkalarının iyi oluşu konusunda endişe duyan; güçlü empati, samimiyet ve şefkat duyma kabiliyetinde; insan ilişkilerinde verme-alma prensibini anlar Başkaları ile çok az samimi ve güvene dayalı ilişkilere sahip; sıcakkanlı, açık olmak ve başkaları ile ilgilenmek zor bulur; kişilerarası ilişkilerde izole edilmiş ve hüsrana uğramış; önemli bağları sürdürmek için kendinden taviz vermeye istekli değil
Özerklik <i>Yüksek puan alanlar</i> <i>Düşük puan alanlar</i>	Kendi kaderini tayin eden ve bağımsızdır; düşünme ve hareket etmede toplumsal baskılara direnebilme yeteneğine sahiptir; kendi davranışını içeriden düzenler; kendini kişisel standartlara göre değerlendirir Başkalarının beklenti ve değerlendirmeleri ile ilgilenir; önemli kararlar alırken başkalarının yargılarına güvenir; belirli şekillerde düşünmek ve hareket etmede sosyal baskılara uyum sağlar
Çevresel hakimiyet <i>Yüksek puan alanlar</i> <i>Düşük puan alanlar</i>	Çevreyi yönetme konusunda ustalık ve yeterlilik duygusuna sahiptir; karmaşık dış faaliyetler dizisini kontrol eder; çevredeki fırsatları etkili bir şekilde kullanır; kişisel ihtiyaçlara ve değerlere uygun bağlamları seçme veya yaratma yeteneğine sahiptir Günlük işleri yönetmekte zorluk çeker; çevredeki bağlamı değiştirmeyeceğini veya iyileştireceğini hisseder; çevredeki fırsatların farkında değildir; dış dünya üzerinde kontrol duygusundan yoksundur

Yaşam amacı	
<i>Yüksek puan alanlar</i>	Hayatta hedefleri ve yön duygusu vardır; şimdiki ve geçmiş yaşamın bir anlamı olduğunu hisseder; yaşam amacı veren inançlara sahiptir; yaşamak için amaç ve hedefleri vardır
<i>Düşük puan alanlar</i>	Yaşamda anlam duygusundan yoksundur; çok az hedefi veya amacı vardır; yön duygusundan yoksundur; geçmiş hayatın anlamını görmez; hayata anlam veren bir bakış açısı ya da inancı yoktur
Kişisel gelişim	
<i>Yüksek puan alanlar</i>	Sürekli gelişme hissine sahiptir; kendini büyüyen ve genişleyen bir kişi olarak görür; yeni deneyimlere açıktır; kendi potansiyelinin farkına varma duygusuna sahiptir; zaman içinde kendisinde ve davranışlarında iyileşme görür; daha fazla öz bilgi ve etkililiği yansıtacak şekilde değişiyor
<i>Düşük puan alanlar</i>	Kişisel durgunluk hissi vardır; zaman içinde gelişme veya genişleme duygusundan yoksundur; yeni tutum ve davranışlar geliştiremeyeceğini düşünüyor; hayattan sıkılmış ve ilgisiz hissediyor

Kaynak: Ryff, 1989b

Ryff'ın çalışmasının ana amacı, zihinsel olarak sağlıklı olmanın ne anlama geldiğine dair teoriye dayalı ampirik bir yaklaşım oluşturmak idi. Sosyal bilimciler öznel iyi oluşu uzun bir zaman incelediklerine rağmen, temel göstergeler teorik temellerden yoksundu (Ryff ve Singer, 2006). Dolayısıyla, yaşam boyu gelişim kavramlarında tanımlanan olgunluk, bireyleşme, kendini gerçekleştirme, tam işlevsel kişi ve olumlu ruh sağlığı, pozitif psikolojik işleyişin yönleri olarak ihmal edildi. Bu yaklaşımların güvenilir değerlendirme araçlarının olmadığından dolayı Ryff, aralarındaki temel ortak noktalarını tanımlamaya çalıştı ve böylece altı boyutlu ölçek geliştirdi (Ryff ve Singer, 2006).

Ryff'ın (1989a) ölçek oluşturma sürecinde, ilk önce teorilerden oluşturulan psikolojik iyi oluşun altı boyutunun tanımları yazılmıştır. Tablo 1.3'te sunulduğu gibi, bu ölçek tanımları yüksek ve düşük puan alanlar açısından değerlendirildi. Bir ileri adımda, maddelerin

oluşturulmasında iki kutuplu ölçek tanımlarına dayanarak ve maddelerin ön değerlendirmesinin sonunda her ölçek başına 32 madde (16 olumlu ve 16 olumsuz) oluştu. Bu ölçek ilk defa 321 genç, orta yaşlı ve yaşlı yetişkinlerinden oluşan araştırma örneklemine uygulanmıştır. Her iki cinsiyete ve her yaştaki yetişkinlere uygulanabilecek her madde için araştırmaya katılanlar kendilerini, kesinlikle katılıyorum ve kesinlikle katılmıyorum arasında değişen 6 puanlık bir ölçeğe göre değerlendirmiştiler (Ryff, 1989a).

İyi oluş konsept üzerine incelenen literatüre dayanarak ve karmaşıklığı, bütünsel doğası ve önceki çalışmalara dayanan ayrıntılı açıklaması nedeniyle, Ryff'in altı boyutlu Psikolojik İyi Oluş Modeli mevcut tezdeki araştırmayı yürütmek için teorik altıyapı olarak kullanıldı. Bu boyutların turizm endüstrisi kapsamında belirli bir iş gücü türü olarak tur operatörü temsilcileri bağlamında nasıl yansıdığına dair daha derin bir anlayış sağlamak için, veri toplama aracı geliştirilirken Tablo 1.3'te verilen 6 boyutun açıklamaları kullanıldı. Araştırılacak katılımcı grubu hakkında ayrıntılı açıklama devamında sağlanmış olup, ardından turizm ve otelcilik endüstrisindeki çalışanların psikolojik iyi oluş konuları üzerine sistematik literatür taraması yapılmıştır.

1.2. Tur Operatörü Temsilcilerinin Tanımı ve Çalışma Süreçleri

Turizm işletmeleri günümüz koşullarının yoğun rekabet ortamında ve sürekli gelişim ve değişim içerisinde olma zorunluluğu olan işletmelerdir, zira turist memnuniyeti, turizm piyasasında rekabet üstünlüğü sağlamada en önemli etkenlerden biridir (Yurcu ve Atay, 2015). Bu işletmelerin rekabet gücünü göstermesi ve rakip işletmelerin bir adım önde kalabilmesi için, piyasaya sundukları hizmetlerin kalitesi sürekli olarak geliştirilmesi gerekmektedir. Ülke ekonomisine önemli katkılarda bulunan turizm işletmelerinin en önemli sermayesi olarak meslek açısından donanımlı ve eğitilmiş personel, bahsedilen hizmet kalitesini yüksek düzeyde tutabilecek en önemli faktörlerdendir (Yılmaz ve Oktay, 2018). Örneğin, bir ülkeye gelen yabancı turistlerin gelecek tatili ile ilgili verecek kararı, o ülkede tatilleri sırasında iletişim kurdukları turizm personeli, özellikle acentalarda çalışan acenta temsilcilerinin yaklaşımı ve davranışlarından etkilenebilmektedir (Yılmaz ve Oktay, 2018). Bu perspektiften bakıldığında acenta temsilcileri kendi davranışları, bilgileri ve becerileri ile yabancı turistlere karşı sadece çalıştığı acentalarını ve destinasyonu değil, bütün ülkeyi temsil etmekte, dolayısıyla turizm sektöründe üstlenmeleri rolün önemli olduğu söylenebilmektedir.

İngilizce'deki "representative" kelimesinin çevirisi olan temsilci, Türk Dil Kurumu'na (2024) göre, "Hak ve görev bakımından birinin veya bir topluluğun adına davranan kimse;

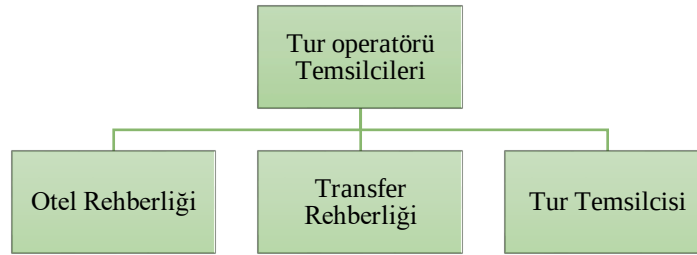
mümessil” anlamına gelmektedir. Acenta temsilcisi (turizm sektöründe temsilci kelimesinin karşılığı olan rep de sıklıkla kullanılır), paket turların kapsamında belli bir destinasyonda tura katılan konukları ağırlayan, tatillerin başlangıç noktasından bitiş noktasına kadar konukları ile ilgilenen ve tur operatör acentasını temsil eden kişidir (Çolakoğlu vd., 2010). Diğer bir ifade ile, acenta temsilcisi destinasyonlarda turistlere tatil süresince refakat hizmeti veren, turistlerin tatillerinde ihtiyaçları ile ilgilenen ve yaşayabilecekleri problemleri çözmeye çalışan, ayrıca karşılayıcı acentanın (İngilizce “incoming agency”) organize ettiği günlük turların satışını yapmakla yükümlü olan acenta personelidir (Türker, 2016).

Acenta temsilcisi çoğunlukla, turistlerin geldiği yabancı ülke vatandaşıdır. Bu personel turizm sezonunun başlangıcından bitişine kadar destinasyonda, yani tur operatörü tarafından sağlanan konaklama tesislerinde kalmaktadır (Çolakoğlu vd., 2010). Ayrıca, çalıştıkları otellerde yeme-içme imkanlarına sahiptir. Kazançlarına gelince, temel bir ücretin üzerine sattıkları günübirlik turlardan hak ettikleri komisyonlarla aylık kazancı elde ederler (Türker, 2016). Bu satışlardan elde ettikleri komisyonların, aylık kazançlarının önemli bir kısmını oluşturduğunun altını çizmekte fayda vardır. Acenta temsilcilerinin görevlerinin önemli bölümü olan tur satışının olduğuna göre, ürün bilgisi ve sunumu, satış geliştirme yeteneği ve problem çözme gibi yeteneklere sahip olmaları yüksek performansları için büyük önem taşımaktadır (Türker vd., 2015).

Çolakoğlu’nun (2010) sıralamasına göre, tur yönetiminde görevde olan personel arasında operasyon müdürü, operasyon sorumlusu, rezervasyon sorumlusu , tur lideri, rehberler, bölge temsilcisi, acenta temsilcileri, transfer şefi ve transperciler bulunmaktadır. Nitekim, paket tur satın alan yabancı turistlerin tatilleri sırasında en büyük sorumluluk acenta temsilcileri üstlenmektedirler. Daha açık ifade ile, destinasyona gelen yabancı misafirler tatil paketi satın aldığı tur operatörünün kontrat müdürü veya satış elemanı ile değil, tur operatörü temsil eden temsilciler ile ilk görüşür ve iletişim halinde olurlar. Acenta temsilcilerinin bir diğer sorumluluğu, tatil yapanların beklentilerini karşılamaktır; tatilciler temsilcilerden destinasyonla ilgili bilgi açısından donanımlı, problemleri çözmek açısından ise becerikli olduklarını beklerler (Çolakoğlu vd., 2010). Bununla birlikte tur operatörler, turistlerle etkileşimde olan acenta temsilcilerinin, turist rehberlerin de olduğu gibi, turistler ile bağ kurmalarını, önceden belirlenen rolleri üstlenmelerini, gerçekten hissettikleri duyguları yansıtmamalarını, kendilerinden beklenen davranışı sergilemelerini ve bu şekilde hizmet kalitesini arttırmayı amaçlarlar (Binboğa, 2019).

Tur operatörü temsilcileri, destinasyonda acentanın misafirleri ile ilk temasa geçen çalışanlar olduğu gibi, onları karşılarırken stresli ve öngörülemeyen durumlara maruz kalan, misafirlerin destinasyondan ayrılması durumunda olumlu ve olumsuz eleştiri ve yorumlarla karşılaşan kişiler de olduklarından, her gün işlerine ne kadar stres ve duygusal çaba harcadıkları düşünülmeli. Çalıştıkları acentayı zarara uğratmamak ve müşterilerin memnuniyetsizliğine yol açmamak için, acenta müşterileri ile iletişimde iken gerginlik, kızgınlık, öfke, sevinç, mutluluk gibi duyguları kontrol altına tutmak zorundalardır (Türker, 2016). Bu bağlamda, iş performanslarını ve satış verimliliğini olumsuz yönde etkileyecek olan istenmeyen duyguları gizlemek için veya istenilen duygu durumuna girmek için, duygusal emek vermeleri önem arz etmektedir (Türker, 2016).

Turistlerin memnun ayrılmasının bir ayağını oluşturan tur operatörü temsilcileri, destinasyona gelen turistlerin ilk temas ettikleri ve yüz yüze iletişim halinde olan kişilerdir. Bu durumlarda temsilciler emeklerini sadece fiziksel değil aynı zamanda zihinsel olarak da sağlarlar. Bu nedenle duygusal emek sarf edilen bu meslekte, temsilcilerin kendi hissettiklerini değil, müşterilerin beklediklerini yansıtmaya çalışmaktadırlar (Binboğa, 2019). Bununla birlikte Yılmaz ve Oktay (2018), insanlar ile yüz yüze iletişimde olan acenta personelinin mesleki bilgi konusunda donanımlı olmasının yanında, ruh hali ve motivasyonunun yüksek olması, karşısındakilere pozitif olarak yansıyacağının altını çizmektedir. Daha açık olarak, bir acenta personelinin yüksek morali mesleki yetenekleri ile birleştiği zaman karşısındaki kişi, yani acenta müşterisi daha memnun olacaktır. İlaveten, misafirlerin bir destinasyon veya ülke hakkında edinecekleri olumlu veya olumsuz ilk izlenimin, büyük ölçüde acenta çalışanlarının tutum ve davranışlarından etkileneceğini ifade etmektedirler (Yılmaz ve Oktay, 2018). Yılmaz ve Oktay'ın (2018) Türkiye'deki seyahat sektöründe çalışan yabancı uyruklu personelin profilini ve karşılaşılan sorunları belirlemeyi amaçlayan çalışmalarında, acenta personelinden memnun olmayan turistler hizmetle ilgili memnuniyetsizliği “faturası haliyle ev sahibi ülkeye kesilecektir” ifadesiyle açıklamışlardır. Sonuç olarak turistlerin bir destinasyona tekrar gelmek istemeleri acenta çalışanlarının, yani temsilcilerinin sadece profesyonelliğine değil, onların kişilik yapısına ve verdikleri duygusal emeğe de bağlıdır.



Şekil 1.3. Tur Operatör Temsilcilerinin Çalışma Alanları
Kaynak: Yılmaz ve Oktay, 2018

Bir seyahat acentası temsilcisi üstlendiği sorumlulukları açısından, araştırılan literatürde (Çolakoğlu vd., 2010; 2017; Aslan vd., 2019; Guerrier and Adib, 2003; Türker vd., 2015) otel rehberliği kavramı ile aynı mertebeye gelmektedir. Ayrıca, Çolakoğlu ve arkadaşlarının (2010; 2017) literatüründe tur yönetimi personeli ve görevleri kapsamında, acenta temsilcileri (rep'ler) transpercilerden, “acentaların organizasyon şemalarında olduğu gibi, acentadan acentaya büyük farklılıklar göstermektedir” açıklaması ile ayrılmaktadır.

1.2.1. Otel Rehberliği

Acenta temsilcisi olarak otel rehberleri, çalıştıkları acenta tarafından organize edilen tatil programları sırasında acentanın misafirlerine hizmet veren, onların sorunları ile ilgilenen, çeşitli bilgileri veren ve karşılayıcı acentanın düzenlemiş olduğu günlük turların satışını gerçekleştiren personeldir. Otel rehberlerinin çalışmaları kapsamında müşteri odaklılık, satış ve ilişkisel çalışmaları ön planda bulunmaktadır (Aslan vd., 2019).

Otel rehberleri çalışma süresince çoğunlukla otellerde vakit geçirdikleri için acentanın misafirleri ile sık sık etkileşime giriyorlar, dolayısıyla kurdukları ilişkiler turist memnuniyeti açısından çok önemlidir (Guerrier ve Adib, 2003). Bu ilişkiler kapsamında otel rehberleri misafirlerin tatilleri sırasında turistlerinin sorunlarını çözer, çeşit türü bilgileri verir, belirli durumlarda neler yapılması ve destinasyonda hangi davranışlardan kaçınılması gerektiğini açıklarlar. İlaveten, turistlerin zevkleri, memnuniyetsizliği, yaşadıkları sorunları ve genel olarak tatillerinin tüm koşulları ile profesyonel bir şekilde ve zamanında ilgilenmekle yükümlüdür (Guerrier ve Adib, 2003). Bahsedilen sorumluluklara ek olarak Çolakoğlu ve arkadaşları (2010) acenta temsilcilerinin, yani otel rehberlerinin ettikleri diğer hizmetleri bu şekilde saymıştır:

- Merkez ofisten gelen bilgiler ve formlara göre otellere dağılım listelerinin ulaşmasını sağlamak
- Turistleri karşılamak
- Turistlere otelleri göstermek ve hakkında gerekli bilgileri sunmak

- Turistler ile hoş geldiniz toplantı yapmak
- Turistlere sorunsuz bir tatil geçirmeleri adına ihtiyaç oldukları zaman yardımcı olmak
- Turistlerin en çok ihtiyaç duyacakları bilgileri içeren (bölgeyi tanıtan bilgiler, bankalar, doktorlar, alışveriş yerleri, restoranlar, barlar, çevre turları, plajlar vb.) kitapçık veya dosyayı otellere ulaştırmak
- Akşam eğlenceleri düzenlemek
- Hastalanan turistlere gerekli sağlık hizmetlerinin alınması konusunda yardımcı olmak
- Tatilini tamamlamadan dönmesi gerekenler için düzenlemeleri yapmak ve
- Şikâyet formu doldurmak isteyen turistlerin kendilerini net bir şekilde ifade etmesini sağlamak.

Otel rehberlerinin turistler ile iletişim süreci, turistlerin destinasyona gelişinden sonraki günde düzenlenen hoş geldin veya info toplantısında başlar. Genellikle otel lobisinde yapılan bu toplantılarda otel rehberleri, turistlere kaldıkları otel, destinasyon ve gezilecek yerler, yerlilerin kültürü ve adetleri, dikkat edilmesi gereken davranışlar, döviz büroları, bozdurma ve ödeme şekilleri, alışveriş merkezleri ve alışveriş sırasında dikkat edilmesi noktalar, bölgeye özgü ürünleri ile ilgili gerekli bilgilendirme yapmaktadırlar (Çolakoğlu vd., 2010). Otel rehberleri info toplantıları dışında belirli aralıklarda otelleri ziyaret ederek turistlerin sorunları varsa, çözmekle ilgilenirler. Dolayısıyla, çalışma süreçleri sırasında otel rehberleri turistler ile iletişimde olmalarının yanı sıra, otel personeli ile de sürekli olarak iletişim halindedirler.

Müşteri hizmetleri masasının arkasında olmalarına rağmen, işlerinin çoğu turistlerin tüketim alanında geçmektedirler. Masada olmadıkları zamanlarda, üniformaları işte olduklarını gösteren ana işarettir (Guerrier ve Adib, 2003). Çalışma saatleri söz konusu olduğunda, tur operatörleri otel rehberlerinin sorumluluklarını belirlerken çoğunlukla net bir çizgi koymazlar (Çolakoğlu vd., 2010), dolayısıyla transferciler gibi uzun ve düzensiz saatler boyunca çalışırlar. Örneğin, turistlerin acil durumlarında hafta günü ve saate bakmaksızın ulaşılabilir olması gerekmektedir. İlave olarak otel rehberleri, transfer elemanı görevini yaptıklarında sabahın erken veya gece geç saatlerinde gerçekleşen havalimanı transferlerinde sorumluluklarını yerine getirmek zorundadırlar. Boş zamanlarının boşluklarını kapatmaları için mevcut koşulların gerektirdiği diğer işler ile ilgilenirler (Çolakoğlu vd., 2010) veya misafirlerine tavsiye ettikleri mekanlarda vakit geçirirler (Guerrier ve Adib, 2003).

Otel rehberleri aynı zamanda karşılayıcı seyahat acentasının günübirlik turlarının satışını da yapmaktadırlar. Bu satışlar karşılama toplantıları sırasında yapılmakta, ancak otel rehberleri acentanın müşterilerine turları satmak için onlara havuz kenarında yaklaşarak veya kapıyı  alarak satış yapmaları için teşvik edilmektedir (Guerrier ve Adib, 2003). Tekne turu, jeep safari, rafting, hamam turu, Türk gecesi gibi günübirlik turların satışlarından elde edilen kazanç, tur operatörleri ve seyahat acentaları için ana operasyonlarının yanında ekstra gelir kaynağı, yerel acentalar için ise ana gelir kaynağı anlamına gelmektedir (Caber ve Albayrak, 2016). Bu bağlamda, otel rehberlerinin tur satış performanslarının yüksek olması ile turistlerin yaşayabilecekleri sorunlara karşı hızlı çözüm bulmaları, bir tur operatörünün en önemli beklentileri arasındadır.

Seyahat acentasının yönetimi, otel rehberleri için satış hedeflerini belirlemek ve gerçekleştirdikleri tur satışları için belirli komisyonu (genelde sattıkları turdan %5 komisyonu alırlar) sağlamaktadır (Guerrier ve Adib, 2003). Otel rehberlerinin kazançlarının önemli bir kısmını turlardan elde ettikleri komisyon oluşturmakta, dolayısıyla çok satış yapmalarını sağlamak için motive edici bir sürü çalışmalarda bulunmaları gerekmektedir (Türker vd., 2015). Tur satış hedeflerine ulaşamayan otel rehberlerin üzerindeki baskı derecesi, acentadan acentaya değişmektedir; bazı acentalar onları azarlaması dışında herhangi bir ceza vermez, bazılar ise izin günlerini geri alır (Guerrier ve Adib, 2003). Bununla birlikte, hedeflerine ulaşmakta başarısız olan otel rehberlere, ek eğitim programları sağlanmakta veya satışı iyi yapan temsilcileri gözlemlemeleri teşvik edilmektedir (Guerrier ve Adib, 2003). Satışların artırılmasına ilişkin motivasyon mekanizmaları söz konusu olduğuunda, acentalar otel rehberlerinin daha çok satış yapmaları için, genelde temel maaşlarını düşük tutarak onların komisyon kazancına yönelmelerini teşvik etmektedir (Türker vd., 2015). Aynı zamanda iyi satıcılar olan otel rehberlerinin başarısı da ödüllendirilmesi gerekmektedir. Türker ve arkadaşları (2015) seyahat acentanın sıklıkla kullandıkları motivasyon araçları olarak parasal ve parasal olmayan mekanizmalardan bahsetmektedir. Parasal  d ll n n veya motivasyon aracının bir  rneği ekstra ikramiyeler iken, parasal olmayan ödüllü teşekkür belgesi, plaket ve kupa gibi araçları sıralamak mümkündür.

Otel rehberleri, turist ile seyahat acentası arasında aracılık edip turist memnuniyetinin sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedirler. Çalışma sürecinde turistler ile türlü etkileşimlerde bulunduklarına göre, otel rehberlerinin rolü oldukça çeşitlidir (Guerrier ve Adib, 2003). Daha önce belirtilen tatil süresince turistlere refakat etmek, turistlerin sorunları ve istekleri ile ilgilenmek, karşılayıcı (incoming) acentanın günlük turlarının satışını

gerçekleştirmek (Türker vd., 2015), bağlı oldukları her iki acentanın (outgoing ve incoming) beklentilerini karşılamak gibi sorumluluklarının yanı sıra, otel rehberleri zaman zaman otellerde müşteri hizmetleri görevlerinde bulunur veya havalimanda check-in personelinin görevlerini yerine getirir (Guerrier ve Adib, 2003). Turistler ile sürekli yüz yüze iletişim halinde ve yakın temasa sahip olan otel rehberleri, şirketin imajını şekillendiren, hem çalıştıkları seyahat acentalarını hem de bulundukları yabancı ülkenin temsilcisi konumundadırlar. Müşteri hizmetlerinde yüksek düzeyde kaliteyi sağlamaya çalışan, aynı zamanda turist rehberleri ile birlikte turizm geleceğini etkileyen otel rehberleri, turizm sektörü için önemli kişilerdir. Bu yönde, otel rehberlerinin çalışma süresince yaşadıkları fiziksel ve duygusal halleri, yaptığı meslekten aldıkları zevki ve turizm sezonu boyunca bulundukları durumun anlaması ve genel değerlendirmelerinin tespit edilmesi oldukça önemlidir.

1.2.2. Transfer Rehberliği

Seyahat acentası temsilcisi, tur operatör tarafından organize edilen paket turların kapsamında, havalimandan otellere geliş transferi ve otellerden havalimana dönüş transferi hizmetini sağlamaktadırlar. Bu transfer işlemini yerine getiren seyahat acentası temsilcisine transfer elemanı, transferci veya transfermen denilir. Transferci sözcüğü, İngilizcede “transferist” sözcüğünden türetilmiştir. Transfermen, seyahat acentasının misafirlerini havalimanında karşılayan, otobüse bindirmelerine yardım eden, havalimanından kalkmadan önce bagajlarını kontrol eden, yolculuk süresince misafirlere ülke ve yöre hakkında genel bilgiler veren, misafirleri konaklama tesislerine dağıtan, tatil programının sonunda misafirlerin havalimanına zamanında ulaşmalarını sağlayan, genellikle genç kesimlerden oluşan seyahat acentası personelidir (Çolakoğlu vd., 2010; T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2011).

Mesleki Yeterlilik Kurumu’na (2011) göre transfermen, seyahat acentaları, tur liderleri, kokartlı turist rehberleri, yabancı ve yerli turistler ve tur programı kapsamında turistlere hizmet veren kurum, kuruluş ve bireyler ile etkileşim içinde olan çalışan acenta personelidir. Çalışma koşulları söz konusu olduğunda transfermen, seyahat edilmesi gereken durumlarda pek uygun olmayan şartlarla karşılaşabilmekte; aşırı soğuk veya sıcak havada çalışma, vardiya çalışma, tatil günlerinde çalışma ve vardiyadan fazla çalışma koşullarından söz edilmektedir (MYK, 2011).

Turistlerin tatil programları boyunca transfermenin görevleri aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir:

- Misafirlerin geldikleri havaalanından ana ulaşım aracı ile konaklayacakları otellere kadar eşlik etmek; tatillerinin bitiminde misafirleri otellerde toplayarak ülkelerine gidecekleri havalimanına götürmek,
- Transfer yolculuğunun güvenli ve zamanlı yapılmasını sağlamak ve
- Transfer yolculuğu boyunca misafirlerin tatillerinde ihtiyaç duyabilecekleri türlü bilgileri vermek (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2011).

Transfer departmanı, görevleri açısından bir tur operatörün en önemli departmanları arasındadır. Misafirlerin karşılanması, konaklayacakları otellere yerleştirilmeleri sırasında uygulanacak usuller ve davranış biçimlerini tespit etmek ve uygulamak, bu departmanın işlevleri arasındadır (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2011). Tatil yapacağı ülkeye adım attığı anda, acenta misafirleri ilk olarak havalimanında onları karşılayan transfer elemanları ile karşılaşmaktadırlar, dolayısıyla acentalar transfermen seçiminde çok titiz ve seçici davranmaktadır. Seyahat acentası temsilcisi olan transfermenin acenta misafirlerine yaklaşım ve davranış biçimleri, ayrıca yaptığı iş esnasında gösterdiği sorumluluk, disiplin ve profesyonellik, misafirlerin tatilleri ile ilgili verecekleri kararı doğrudan olumlu veya olumsuz etkilemektedir. Bu etkileşimlerin devamında misafirlerin kararı, seyahat acentanın prestijini ve gelirini etkilemekle kalmayıp, turistleri ağırlayan ülkenin de prestijini şekillendirmektedir. Sonuç olarak, bir transfermen, otel rehberi gibi yalnızca çalıştığı seyahat acentasını değil, çalışmakta olduğu yabancı ülkeyi de temsil etmektedir.

Daha önce belirtildiği gibi, bir seyahat acentası temsilcisinin yaklaşım ve davranış biçimleri büyük ölçüde sadece acentanın başarısını değil, hizmet sunulduğu ülkenin uluslararası imajını da olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilir. Bununla birlikte, tatil programı çerçevesinde operasyonların başarılı gerçekleştirilmesi, görevli temsilcilerin bilgi seviyesi, yetenekleri, insanlara olan muameleleri, sorumluluk duygusu ve çalışkan olmasına bağlı olduğu söylenebilmektedir. TÜRSAB ve MYK'a (2011) göre, transfer işlerini yapan kişilerin tutum ve davranışları şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Çalışma zamanının iş emrine uygun şekilde etkili ve verimli kullanmak
- İş süresince planlı ve disiplinli olmak, işlemleri zamanında yerine getirmek
- Çevre korumaya karşı duyarlı olmak
- Cinsiyet, dil, ırk, din siyasi düşünce vb. mevzularda ayrımcılık yapmamak
- İletişim kurulduğu kişilere karşı güler yüzlü ve nazik davranmak, etkili ve güzel konuşmak

- Karşılaşılan sorunlar durumunda soğukkanlı ve hızlı çözüm üretici olmak
- İşletmeye ait araç ve donanımına özenle bakmak
- Dış görünüş ve hijyen açısından özen göstermek
- Mesleki ahlakına sahip olmak ve mesleki bilgileri geliştirmeye önem vermek
- Görevi ile ilgili trendleri takip etmek ve uygulamak
- Meslekle ilgili eğitim ve seminerlere ilgi göstermek.

Hizmet sektöründe çalışan kişilerin iletişim becerileri, kişilerarası ilişkiler ve duygusal emek becerileri, bir işletmenin başarısı açısından büyük önem taşımaktadır (Türker, 2016). İşletmeler, müşteri memnuniyetini ve yüksek oranda satışı sağlamaları için, çalışanlarından performanslarına zarar verebilecek duygularını kontrol etmelerini beklemektedir. Bu durumda kalan çalışanlar, gerçekten hissetmedikleri duyguları davranışlarında yansıtmamada zorluklar çekebilmektedirler (Türker, 2016). Dolayısıyla hizmet sektöründe, özellikle müşteri odaklı seyahat endüstrisinde görev üstlenen, misafirler ile sürekli iletişim halinde olan acenta personeli, kaçınılmaz olarak farklı duyguları yaşamak ve o sırada duygusal emek vermektedirler.

Acenta temsilcisi olan transfer elemanının daha verimli çalışabilmesi için, taşıması gereken bilgiler ve beceriler söz konusu olduğunda, anlatım becerisi, ekip içinde çalışma yeteneği, genel kültür ve genel turizm bilgisi, mesleki terim bilgisi, bildiklerini aktarabilme yeteneği, sözlü ve yazılı iletişim becerileri, protokol ve raporlama bilgisi, (MYK, 2011), yabancı dil bilgisi, özgüven, düzgün görünümlü ve güler yüzlü olma gibi özelliklerden bahsedilmektedir (Kıykaç, 2021).

Transfer elemanının günlük sorumlulukları ile ilgili literatüre (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 2011; MYK, 2011) göre, transfer öncesi hazırlıklar, geliş transferi ve dönüş transferi iş bölümleri kapsamında incelenebilmektedir. Aşağıdaki tabloda transfermenin bir çalışma gününde yapması gereken işlemler detaylı bir şekilde gösterilecektir.

Tablo 1.4. Transfermenin Görevleri ve İşlemleri

Görevler	İşlemler	Açıklama
İş organizasyonu yapmak	İş öncesi kişisel hazırlık yapmak	- Kişisel bakım ve hijyen kurallarını uygular; - İşletmenin kılık ve kıyafet prensiplerine uygun giyinir; - Transfer elemanı kimlik kartı ve varsa işletmenin logosunu görülebilecek şekilde takar.
	İş ile ilgili hazırlık yapmak	- Transfer listesini (gelen-giden konuk listeleri ve uçuş bilgileri listesi) kontrol eder; - Transfer araçlarının uygunluğunu kontrol eder; eksikleri varsa giderilmesini sağlar; - Oturma planını kontrol eder.
	İş için gerekli araç-gereçleri hazırlamak	Görevinde kullanacağı araç-gereç ve malzemelerin kullanıma uygunluğunu denetler, eksiklerini tamamlar.
Müşteriyi karşılamak	Müşterinin transfer başlangıç noktasından çıkışına yardımcı olmak	- Müşterinin seyahat detayları hakkında (uçanın kalkış ve iniş saatleri, yolcunun ineceği terminal, çıkış kapısı, bagaj durumu vs.) ilgili birimden bilgileri alır; - Müşteriyi beklerken, müşteri, grup veya acentanın isminin yazılı olduğu karşılama levhasını taşır; - Müşteriyi görebileceği ve müşteri tarafından görülebileceği bir noktada bekler; - Transfer aracının şoförü ile koordinasyonu sağlar; - Müşterilerin, kayıp ve hasarlı bagajları varsa bu konuda yardımcı olur.
	Müşterinin transfer aracına binişini sağlamak	- Gelen müşteriler ile isim listesinin karşılaştırmasını yapar ve binecekleri transfer aracının numarasını söyler; - Müşterinin transfer aracına sorunsuz bir şekilde ulaşmasını sağlar; - Araç başında isim listesinden gelen misafirlerin isim kontrolünü tekrar yapar;

		▪ Müşterinin bagajlarının transfer aracına eksiksiz ve sağlam bir şekilde yerleştirilmesini sağlar; ▪ Misafirler araca binince sayım yapar ve problem yoksa hareket edilir.
Müşterinin ulaşımını sağlamak	Transfer aracında görevli sürücü ve yardımcı personeli bilgilendirmek	▪ Transfer güzergâhında var ise farklı iniş-biniş yerleri ve varış noktası hakkında sürücüyü bilgilendirir; ▪ Transfer süresince yardımcı personel tarafından müşterilere verilecek hizmetlerin eksiksiz olarak yerine getirilmesini sağlar.
	Transfer süresince müşteri ile ilgilenmek	▪ Transferin başlangıcında misafirleri selamlar, kendisini ve kaptanı tanıtır; ▪ Müşterinin ihtiyaçları ve talepleri ile ilgilenir; ▪ Havaalanından çıktıktan sonra transfer infosunu verir (yolculuk, transfer süresi, oteller, ülke ve destinasyon hakkında bilgiler, döviz, telefon, ulaşım gibi konularda kısa bilgiler); ▪ Güzergâh süresince müşteri memnuniyetini sağlar.
Transferi sonlandırmak	Müşterinin varış noktasındaki görevliye ulaşmasını sağlamak	▪ Müşterinin transfer aracından şahsi eşyalarını almış olarak inişini sağlar; ▪ Müşterilerin bagajlarını eksiksiz olarak almalarını sağlar.
	Müşterinin check-in işlemlerine yardımcı olmak	▪ Müşteriyi check-in bankosuna veya resepsiyona yönlendirir; ▪ Rehber veya acenta sorumlusu olmadığı hallerde grup check-in işlemleri için özel grup check-in bankosu açtırır; ▪ Check-in işlemlerinin tamamlanıp tamamlanmadığını kontrol eder.
Dönüş transferi yapmak	Dönüş transferi hazırlıkları yapmak	▪ Operasyondan dönüş yolcu listesini alır;

		▪ Dönüş transferi alınış saatlerini misafirlere duyurur
	Dönüş transferi sırasında işlemler	▪ Ulaşım aracı ile buluşarak ilk otele gider; ▪ Misafirleri otelden sırayla alır ve isimlerini transfer listesinden kontrol eder; ▪ Misafirlere topluca selamlar, kendini tanıtır ve tatillerinin nasıl geçtiğini sorar; ▪ Dönüş infosunu verir (transfer süresi, uçuş ve varış saatleri, havaalanında yapmaları gerekenler); ▪ Havaalanına varıldığında, misafirlerin uçacakları hava yollarının check-in kontuarlarının numaraları bildirilir; ▪ Yolcuları iyi dileklerle ileterek uğurlar.

Kaynak: Mesleki Yeterlilik Kurumu, 2011

Mısırlı'nın (2002) Türkiye'deki turizm sektörüne bakış açısına göre transfer elemanlığı, tarifesiz uçak seferlerinin yoğunlaşması ve havalimanlarının işlerinin artmasıyla, seyahat acentaları transfer elemanları için ihtiyaç duymuş. Söz konusu ihtiyaç duyulan bu transfer elemanları, yarı zamanlı şeklinde istihdam edilmiştir. Nitekim günümüzdeki transfer elemanlarının görevleri daha önce seyahat acentalarının büro elemanları yerine getiriyordu. Özellikle Türkiye'de yabancı pazarların gelişile, yabancı dil bilgisine sahip olan yabancı uyruklu transfer elemanları acentalar tarafından istihdam edilmeye başlanmıştır. Bu elemanlar çoğunlukla büyük şehirlerden gelen yabancı dilleri bilen yüksekokul öğrencileri idi. Ayrıca Mısırlı (2002), bazı acentalar yabancı dil bilen transfer elemanlarından, profesyonel turist rehberi olarak yararlanmaya meyilli olduklarından, belgesiz turist rehberlerinin yaygınlaştığını ifade etmektedir. Transfer elemanlığının yarı zamanlı istihdam seviyesine getirilmesi ve uzun çalışma saatleri gibi sorunların sebebiyle, bu mesleği yapanlar operasyon elemanı veya rehber olarak çalışmaya yönelmiştir. Dolayısıyla seyahat acentaları nitelikli transfer elemanları istihdam etmekte sorun yaşamaya başlamıştır.

Transfer elemanlarının eğitimi söz konusu olduğunda, 2000'lerin başında kurumsal eğitiminin bulunmadığından bahsedilmektedir (Mısırlı, 2002). İlave olarak Mısırlı (2002), transfer elemanlığının dar kapsamlı olduğundan, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek okullarında bu mesleğin ayrıntıları ayrı bir ders şeklinde anlatıldığını ifade etmiştir.

Bunun yanında, kısa süreli seminerlerin veya kursların verilmesiyle, sektörün eleman ihtiyacının karşılanabileceği görüşü vardır. Günümüzdeki eğitim programları söz konusu olduğunda, TÜRSAB tarafından hazırlanmış, MYK tarafından onaylanmış Transfer elemanı ulusal yeterlilik mevcuttur (TÜRSAB, 2024). Yeterlilik taslağında yeterliliğin „seyahat acentası tarafından verilen ulaşım hizmetlerinin kalitesinin artırılması amacıyla transfer elemanının niteliklerinin belirlenmesi, bilgi, beceri ve davranışlarının tanımlanarak belgelendirilmesi amacıyla“ hazırlandığı belirlenmektedir. Yeterliliğin yapısı, zorunlu birimler olan a) A1- İş Sağlığı Güvenliği, b) A2- İş Organizasyonu ve Mesleki Gelişim Faaliyetleri ve c) A3- Transfer süreci olan bölümlerden oluşmaktadır. Aday, yeterlilik belgesi alabilmek için, sıralanan birimlerin tümünde belirlenen kriterlere göre başarılı olması gerekmektedir. Her üç birim kapsamında teorik sınav uygularken, performansa dayalı sınav (uygulama sınavı) sadece üçüncü olan Transfer biriminde uygulanmaktadır. Transfer elemanlığını yapacak olan adayların dil bilgisinin büyük önem taşıdığına göre, aday A2 düzeyinde dinleme, okuma, sözlü anlatım, karşılıklı konuşma becerisine, A1 düzeyinde ise yazılı anlatım becerisine sahip olması gerekmektedir. Transfer elemanının yeterlilik belgesinin süresi, belgenin düzenlendiği tarihten itibaren 5 yıl içerisinde geçerlidir. Süresi dolduktan sonra, belgenin uzatılması için ikinci bir performans değerlendirme raporu istenmektedir. Her iki raporun olumlu olması ve adayın transfer elemanlığını iki yıl sürekli olarak yapması şartlarıyla, yeterlilik belgesi 5 yıl süre ile uzatılır. İkinci 5 yıl sonunda birey yeterlilik sınavına tekrar girme hakkı kazanır (TÜRSAB, 2024).

Mısırlı'nın (2002) “Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü” isimli kitabında, transfer elemanlığına ilişkin genel görüşüne göre, Dünya genelinde turizm hareketinin yoğunlaşmasıyla, yabancı konukların tatil yapacakları otellere kesinlikle bir görevli tarafından götürülecek, bu meslek ise turizmin geleceğinde cazip bir hale gelip istihdamı giderek artacaktır (Mısırlı, 2002). O zamandan 23 yılın geçmesiyle birlikte, turizm sektöründe özellikle konu olan alanda, çeşitli gelişmeler olduklarından, bu çalışmanın yöntem ve bulgular bölümlerinde Türkiye’de, başta Antalya bölgesinde bu mesleğin yürütülme şekli ve ilişkili detaylardan bahsedilecektir.

1.3. Sistematik Literatür Taraması

Bu tezin kapsamındaki amaçlar arasında, sistematik literatür taraması yaklaşımı ile turizm çalışanlarının psikolojik iyi oluşu konusundaki çalışmaların mevcut durumunu araştırmaktır. Sistematik literatür taraması yöntemi, belirli bir konudaki mevcut çalışmaların bulgularını sistematik bir şekilde toplayan, eleştirel olarak inceleyen, şeffaf ve tekrarlanabilir

şekilde sentezleyen son derece etkili bilimsel bir araştırma metodolojisi olarak kabul edilmektedir (Yıldız, 2022; Kocaman, 2022). Diğer bir ifade ile, sistematik literatür taraması bir araştırma gündemine yanıt olarak, mevcut literatürü belirlemek, toplamak, seçmek, eleştirel olarak değerlendirmek, toplanan verileri analiz etmek, yorumlamak ve sonuçları sunmak için tekrarlanabilir yöntem ve prosedürlere dayanan bilimsel bir araştırma yaklaşımıdır (Lim vd., 2021; Bayram, 2023). Sistematik literatür taraması, ilgilenen araştırma alanında ampirik genellemeleri sınırlayan, tutarsızlıkları ve bilgi boşluklarını işaretlemenin (Lim vd., 2021) yanı sıra, araştırmacının kendi çalışmaları ile mevcut literatüre katkı sağlamasına ve gelecekte neye ihtiyaç duyulacağını tahmin etmeye fırsat sunmaktadır (Yıldız, 2022).

1.3.1. Sistematik Literatür Taraması Prosedürü

Sistematik literatür taraması sürecinin genel yapısı 3 ana aşamadan oluşmaktadır. Taramanın planlanması, taramanın incelenmesi ve taramanın rapor edilmesi ana aşamalarıdır (Yıldız, 2022). Bu tezin kapsamında yapılan sistematik literatür taramasının sorularının belirlendiği birinci aşamada, ana soru “Turizm araştırmalarında çalışanların psikolojik iyi oluşu nasıl araştırıldı ve hangi temalar açısından ele alınmıştır?” sorusu olmuştur. Araştırmada diğer önemli sorular ise; turizmde çalışanların psikolojik iyi oluşu hakkında kaç çalışma olduğu, kimler tarafından yazıldığı, hangi araştırma yöntemlerin kullanıldığı, araştırmaların hangi örneklemeler üzerinde yazıldığı, hangi konuları içerdiği ve turizm sektöründe çalışanların psikolojik iyi oluşuyla ilgili hangi sonuçlara ulaşıldığıdır.

Sistematik incelemeler ve meta analizler için tercih edilen raporlama öğeleri olan PRISMA protokolü uygulanmıştır. İnceleme sürecini net bir kılavuz sağlanan bu protokol dört aşamadan oluşur; tanımlama (identification), tarama (screening), uygunluk (eligibility) ve dahil etme (inclusion) (Lim vd., 2020).

Literatür taraması Şubat'ta 2024'te Scopus, Web of Science ve TR Dizin veri tabanlarında yapılmıştır. Bu veri tabanlarında bulunan araştırmaların kalitesi, çeşitli ve donanımlı olması açısından güvenilir oldukları için seçilmiştir. Araştırma bulgularının daha kapsamlı olması için tarama, Web of Science ve Scopus veri tabanlarında birbirinden çok farklı olmayan anahtar kelimeleriyle iki defa yapılmıştır. Web of Science ve Scopus veri tabanlarında ilk literatür taraması “psychological well being” ve “tour*” anahtar kelimeleri İngilizce olarak yapılmıştır. İkinci literatür taraması olarak aynı veri tabanları üzerinde “psychological well being”, “hospitality” ve “employee” anahtar kelimeleri taranmıştır. TR Dizin veri tabanında “psikolojik iyi oluş” ve “turizm” anahtar kelimeleri taranmıştır. Her üç veri tabanında belli bir

zaman sınırı getirilmemiştir. Scopus'ta “psychological well being” ve “tour*” ifadelerine yer veren toplam 106 makaleye, Web of Science'ta ise 64 makaleye erişilmiştir. “Psychological well being”, “hospitality” ve “employee” ifadeleri üzerinde yapılmış ikinci taramada, Scopus'ta 24 makaleye, Web of Science'te ise 14 makaleye ulaşılmıştır. TR Dizin'de ise “psikolojik iyi oluş” ve “turizm” anahtar kelimeleri üzerinde yapılan taramada 5 adet araştırma tespit edilmiştir. Veri tabanlarında yapılan tarama sonucunda listelenen 213 araştırma, Tablo 1.5'te yer alan dahil etme ve hariç tutma kriterlerine göre değerlendirilmiş ve dahil etme kriterlerine uygun olan 21 çalışma araştırmaya dahil edilmiştir. Bununla birlikte, Scopus ve Web of Science veri tabanlarında her iki taramada ortaya çıkan ortak çalışmaların tespit edildiğine göre, her iki veri tabanına özgü çalışmaların sayısı düştüğü söylenebilmektedir.

Tablo 1.5. Dahil etme / Hariç tutma kriterleri

Dahil edilme kriterleri	Hariç tutma kriterleri
▪ WOS, SCOPUS ve TR DİZİN veri tabanları ▪ Turizm çalışanlarının psikolojik iyi oluşuna odaklanan araştırmalar ▪ Dergilerde yayınlanan tam makaleler ▪ Yalnızca anahtar kelimelerde “psychological well being” ve “tour”, “psychological well being”, “hospitality” ve “employee” kelimelerini içeren araştırmalar ▪ WOS ve SCOPUS veri tabanında İngilizce olan makaleler	▪ Diğer veri tabanları ▪ Turizm çalışanlarının psikolojik iyi oluşuna odaklanmayan araştırmalar ▪ İlgili veri tabanlarında taranmayan makaleler ▪ Çalışanların psikolojik iyi oluşuyla ilgili olan ama turizm çalışanlarıyla ilgili olmayan araştırmalar

Kaynak: Yazar tarafınan oluşturulmuştur

Çalışmalar PRISMA protokolüne göre belirlendikten sonra, sistematik ve kapsamlı bir inceleme yapmak için TCM (Teori, Bağlam, Metodoloji) çerçevesi benimsendi. TCM çerçevesi Paul ve arkadaşları (2017) tarafından geliştirilmiştir. Burada, “T” teorileri, “C” bağlamları ve “M” yöntemleri ifade eder. Teoriler, bilim insanlarının araştırmalarını temellendirmek ve yönlendirmek için kullandıkları perspektifleri, kavramları veya olguları kapsarken, bağlamlar bir çalışmayı gerektiren koşulları tanımlar. Metodoloji, teori ve bağlam kadar önemlidir ve çalışmanın bilimsel geçerliliği ve güvenilirliği ile ürettiği kanıtların doğasına ışık tutar. Bu çerçevenin mevcut tezde benimsenmesinin nedenleri, tasarımında ve ulaşmayı amaçladığı hedefte yatmaktadır.

Öncelikle, mevcut fenomenolojik araştırma, tezin ilk bölümünde kapsamlı bir şekilde açıklanan ve altı ana boyuttan oluşan Ryff'in Psikolojik İyi Oluş modeline dayanmaktadır.

Bu nedenle, odak noktasında turizm ve otelcilik çalışanlarının psikolojik iyi oluşu olan tüm çalışmalarda teorik temellerin ne olduğuna dair bir fikir edinmek önemli olduğu görülmüştür. İkinci olarak, bu tez, çalışmaya katılan katılımcı grubunun deneyimlerine dayalı olarak psikolojik iyi oluşu daha iyi anlamak için, fenomenolojik yaklaşımı kullanarak nitel araştırma tasarımını takip etmektedir. Bu nedenle, mevcut literatürde benzer yaklaşımların bulunup bulunmadığını değerlendirmek ve kullanılan tüm alternatif araştırma tasarımlarını ve analizleri incelemek ve bulmak uygun bulunmuştur. Son olarak, mevcut tezin bağlamı, turizm ve otelcilik endüstrisindeki çalışanların belirli bir kolu arasındaki psikolojik iyi oluşu incelemektir. Bunlar, Türkiye'deki Antalya bölgesi gibi büyük turizm destinasyonlarında Sırp tur operatörü adına çalışmalarını yürüten, ancak aynı zamanda Türk incoming turoperatör ile yakın ilişki içinde olan Sırp tur operatörlerinin temsilcileridir. Bu nedenle, önceki literatürü gözden geçirmek ve değerlendirmek, yapılan çalışmanın literatürdeki önemli yönleri ve katılımcıların kimler olduğu, mevcut tezde bulunanlarla karşılaştırılması ve değerlendirilmesi açısından önemli görülmüştür.

1.3.2. Literatür taraması

Tablo 1.6'da turizm ve otelcilik çalışanlarının psikolojik iyi oluş üzerine literatür taraması sunulmuştur. Tabloların ilk iki sütunu, verilen çalışmaya yapılan referansları ve ilgili araştırmanın temel amacını temsil etmektedir. Teori bölümünde, yalnızca çalışmada kullanılan tek bir teorik çerçeveye odaklanılmamakta, aynı zamanda ilgili çalışmalarda tartışılan ve test edilen değişkenlerin çoğunu kavramaya çalışmak için genişletilmektedir. Bu durum, psikolojik iyi oluş olgusunun karmaşık doğasından kaynaklanmaktadır; bazı kuramsal çerçeveler açıkça belirtilmişken, bazıları ise örtük olarak yer almaktadır. Bu nedenle, sistematik literatür taramasının bu bölümü genişletilecek ve psikolojik iyi oluşun teorik temelleri hakkında daha derinlemesine bir açıklama yapıp yapılmadığı veya türetilen hipotez ve ifadelerin önceki literatür taramalarına dayalı olarak yapıp yapılmadığı hakkında bilgi sağlanacaktır. Bağlam bölümüne gelince, ilgili çalışmanın yürütüldüğü bağlama ayrılmıştır ve araştırmanın yapıldığı ülke, katılımcı sayısı ve katılımcıların hangi sektörlerde çalıştıkları gibi bilgileri içermektedir. Yöntem sütununda, ilgili çalışmanın nitel, nicel veya karma yöntem olup olmadığı belirtilmiştir. Mümkün olan her yerde kullanılan analiz türü, psikolojik iyi oluşun değişken olarak nasıl ele alındığı ve psikolojik iyi oluşu ölçmek için seçilen ölçümünün adı veya referansı belirtildi. Son olarak, ilgili çalışmanın ana sonuçlarının, özellikle psikolojik iyi oluş ile bağlantılı olanların özetlenmiştir. Tabloda incelenen tüm çalışmalar listelendikten sonra, TCM çerçevesinin ana yönlerinin derinlemesine ve anlatımsal bir açıklaması, genel bir

değerlendirme, boşlukların belirlenmesi ve mevcut çalışmanın literatürdeki bu boşlukları nasıl giderebileceğine dair bir gerekçe ile sunulacaktır. Bu bölüm, kavramlar arasında daha iyi analitik genellemeyi desteklemek için sunulmuştur.



Tablo 1.6. Turizm ve Otelcilik Çalışanları Arasında Psikolojik İyi Oluş Üzerine Literatür İncelemesi

Yazar	Çalışmanın Amacı	Teori	Bağlam	Yöntem	Sonuç
(Houge Mackenzie ve Raymond, 2020)	Bu çalışmada, macera rehberlerinin psikolojik iyi oluşunu belirleyen temel faktörleri araştırıldı ve macera turist rehberinin iyi oluşuna ilişkin kavramsal bir model önermiştir	İyi oluş, hem hedonik (kısa vadeli pozitif etki) hem de eudaimonik (uzun vadeli tatmin, anlam, yaşam doyumu) perspektiflerden ele alınır (diğerlerinin yanı sıra Ryff'in çalışmalarına atıflar bulunur). Bu araştırmanın merkezinde, temel psikolojik ihtiyaçları (özerklik, yeterlilik ve ilişkili olma) karşılamanın, çeşitli alanlarda (örneğin iş, eğitim, eğlence) psikolojik gelişim ve iyi oluş için çok önemli olduğunu öne süren Öz Belirleme Teorisi (ÖBT) yer almaktadır. Bu nedenle, bu çalışma, macera rehberliğinde bu temel psikolojik ihtiyaçları karşılamanın rehberlerin psikolojik refahını nasıl etkilediğini anlamak için bir çerçeve olarak ÖBT'yi içermektedir.	Yeni Zelanda 21 macera turist rehberi ile yüz yüze görüşmeler yapıldı	Nitel çalışma: Veriler, Scanlan İşbirlikçi Görüşme Yöntemi kullanılarak toplanmış ve içerik analizi yöntemiyle işlenmiştir.	Analizin sonuçları, macera rehberlerinin psikolojik iyi oluşunu etkileyen üç temel faktörü tanımlamaktadır: insanlar (müşteriler, yardımcı rehberler, yöneticiler ve bireysel özellikler- rehberlik deneyimi, yaşam evresi, cinsiyet gibi bireysel faktörler); doğal çevre (uzaklık, doğal özellikler ve hava durumu) ve macera aktiviteleri (aktivite türü, gezi süresi, risk/zorluk seviyeleri, fiziksel talepler, ekipman vb.). Ayrıca, psikolojik iyi oluşun birincil (yeterlilik, doğayla bağ, iyilik yapma), ikincil (ilişkililik, özerklik) ve üçüncül (başarı, amaç duygusu, keyif alma, derin odaklanma) belirleyicilerini ortaya koymaktadır. Kavramsal model, macera rehberliği bağlamında bu birincil, ikincil ve üçüncül belirleyiciler desteklendiğinde rehberlerin psikolojik iyi oluşlarının arttığını ileri sürmektedir.
(Han, Huang ve Shen, 2022)	Bu çalışma, turizm odaklı araştırmalardaki bir boşluğu ele alarak, açıklayıcı stillerin turizm uygulayıcılarının psikolojik iyi oluşunu nasıl etkilediğini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma,	Çalışmanın kavramsal çerçevesi, psikolojik iyi oluşun hem hedonik hem de eudaimonik yönlerini bütünsel bir şekilde ele alan Seligman'ın PERMA modelini (pozitif duygu, katılım, ilişkiler, anlam, başarı) entegre eder. Ek olarak, bireylerin olumlu ve olumsuz olayları üç boyutta alışkanlık haline getirme biçimini şekillendiren bir bilişsel	Çin'in Zhejiang eyaletindeki Hangzhou şehrinde ve Fujian	Nicel çalışma: demografik betimsel analiz ve doğrulayıcı faktör analizi (CFA)	Turizm uygulayıcıları genel olarak nispeten yüksek iyi oluş bildirdiler. Olumlu olay atıfları beş boyutunun hepsinde önemli bir olumlu etkiye sahipken, olumsuz olay atıfları önemli olumsuz etkilere sahipti. Beş boyut arasında olumlu duygular en yüksek puanı aldı (turizm büyümesi ve gelir beklentileriyle bağlantılı), etkileşim ise en

	pozitif psikolojiyi bir çerçeve olarak kullanarak, bu ilişkileri bir seyahat bağlamında ampirik olarak test etmektedir.	kişilik değişkeni olarak açıklayıcı stilden (atıf stili) yararlanır: kişiselleştirme (içsel ve dışsal), kalıcılık (istikrarlı ve istikrarsız) ve yaygınlık (küresel ve spesifik).	eyaletindeki Wuyishan şehrin Otel çalışanları, servis personeli, turistik yer personeli, seyahat ürünleri satıcıları, trafik personeli, seyahat acenteleri ve diğerleri profesyonellerde n 303 geçerli anket toplanmıştır.		düşük puanı aldı (uzun çalışma saatleri nedeniyle). İyimser atıf stili, kötümser atıf stiline olumsuz etkisinden daha güçlü bir öngörücü etkiyle iyi oluşun olumlu şekilde tahmin etti. Doğu kolektivizminde kök salmış kültürel faktörlerin (duygusal öz kontrol, davranışsal uyum, olumlu açıklamalara değer verme) olumsuz olayların açıklayıcı gücünü azalttığı görüldü. Özellikle uygulayıcılar olumlu olayları içsel, istikrarsız ve belirli nedenlere, olumsuz olayları ise dışsal, istikrarlı ve küresel nedenlere atfetme eğilimindeydiler; bu da önceki araştırmalardan farklı bir örüntüydü.
(Sü Eroz ve Baysal, 2022)	Bu çalışmanın amacı; beş yıldızlı konaklama işletmelerinin önbüro departmanında çalışan personelin duygu düzenleme stratejileri kullanımı, psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin belirlenmesinin yanı sıra çalışanların kullandığı duygu düzenleme stratejileri ile psikolojik iyi oluş ve örgütsel özdeşleşme algıları arasındaki ilişkiyi belirlemektir	Gross'un (1998) "Bilişsel duygu düzenleme süreç modeli"- bireylerin hangi duygulara ne zaman sahip olduklarını, bu duyguları nasıl deneyimlediklerini ve dışı vurumlarının şekillendiği süreçleri ifade eder.	Marmaris / Türkiye 18 adet 5 yıldızlı otelde önbüro departmanında çalışan 78 resepsiyon personeli + önbüro departmanı müdürü de dahil edildi	Nicel çalışma: Araştırmada kullanılan ölçüm araçlarını literatürde bulunan kaynaklarını kullanarak geliştirilmiştir. Psikolojik iyi oluş bağımsız değişken olarak test edilmiştir.	Beş yıldızlı otel ortamlarında, ön büro çalışanları, yüksek psikolojik iyilik hali ve örgütsel özdeşleşme seviyelerinin yanı sıra, duygu düzenleme stratejileri olarak her iki durumlarda yüksek oranda kullandıklarını bildirdiler. Yeniden değerlendirme stratejisi kullanımı ile hem psikolojik iyi oluş hem de örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı bir pozitif ilişki bulundu. Ancak, bastırma stratejisi her iki sonuçla da anlamlı bir şekilde ilişkili değildi.

(Tsaaur ve Yen, 2018)	Bu araştırmanın amacı iş-serbest zaman çatışması (work-leisure conflict), boş zaman tatmini, psikolojik iyi oluş ve iş tatmini arasındaki ilişkileri incelemek ve aynı zamanda kuşak farklılıklarının düzenleyici etkisini detaylandırmaktır.	Yazarlar önceki araştırmalarında iş-boş zaman çatışmasını ve boş zaman-çalışma çatışmasını ve zaman, gerginlik ve davranış temelli iş-boş zaman çatışmalarını tanımladılar. <i>Kıtlık teorisine göre</i> hem iş hem de boş zaman rollerini üstlenen bireylerin yalnızca sabit miktarda zamanları ve enerjileri vardır. <i>Kaynakların korunumu (Conservation of resource - COR)</i> teorisi, bireylerin kaynakları (nesneler, koşullar, kişisel özellikler veya enerji türü) edinmeye ve korumaya çalıştıklarını ve bireylerin hem iş hem de boş zaman rollerini bir arada yürütmeleri durumunda sınırlı kaynaklarını kaybettiklerini varsayar. Test edilecek hipotezler, önceki literatürdeki önermelere dayanarak türetilmiştir.	Taiwan turizm ve otelcilik sektöründe çalışan 363 kişi (20 otel, 15 seyahat acentası, 15 tema parkı, 5 hava yolu şirketi)	Nicel çalışma: hiyerarşik regresyon analizi Psikolojik refah, bir sonuç/bağımlı değişken olarak test edildi ve Iwasaki ve Smale'nin (1998) beş maddelik ölçeği kullanılarak değerlendirildi.	Çalışma, iş-boş zamanı çatışmasının, boş zaman katılımını sınırlayarak ve strese neden olarak psikolojik iyi oluşu önemli ölçüde azalttığını göstermiştir. Her ili çatışma yönü memnuniyetini olumsuz etkilerken, yalnızca iş-boş zamanı çatışması boş zaman memnuniyetini ve psikolojik iyi oluşunu doğrudan etkiler. Baby Boomers, X Kuşağı ve Y Kuşağı'ndan daha yüksek iyi oluşu ve iş memnuniyeti bildirerek, iş-boş zaman çatışmasına karşı daha fazla dayanıklılık gösterdi ancak kişisel yaşamdan çok işe öncelik vermeleri nedeniyle boş zaman-çalışma çatışmasının iş memnuniyeti üzerindeki etkisine karşı daha fazla savunmasızlık gösterdi.
(Erkutlu ve Chafra, 2016)	Bu makalenin amacı iyiliksever liderlik ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi incelemek ve psikolojik güvenliğin ve psikolojik sözleşme ihlalinin bu ilişki üzerindeki düzenleyici rollerini test etmektir.	Hipotez geliştirme, iyi oluş ve onun temel öncülleri hakkındaki literatüre dayanmaktadır. İyiliksever liderlik aidiyet teorisine dayanırken, psikolojik güvenlik kişilerarası riskleri almaya yetecek kadar güvende hissetmekle ilgilidir. Psikolojik sözleşme toplumsal değişim teorisi çerçevesinde şekillenmiştir. İyi oluş kavramı için açıkça kapsayıcı bir teorik çerçeve sunulmamış olsa da, Ryff'in 17 maddelik ölçeği kullanılarak ölçüldü.	Türkiye 5 yıldızlı 23 otelden 1009 çalışan	Nicel çalışma: Psikolojik güvenliği ve Psikolojik sözleşme ihlalinin İyiliksever liderlik ve psikolojik iyi oluş ilişkisindeki düzenleyici rolleri moderatörlü hiyerarşik regresyon analizi kullanılarak test edildi.	Bu çalışma, iyiliksever liderliğin çalışanların psikolojik iyi oluşunu olumlu yönde etkilediğini ve olumlu etkinin yüksek algılanan destek ile güçlendirildiğini buldu. Ancak, yüksek düzeyde psikolojik sözleşme ihlali bu ilişkiyi zayıflatarak iyi oluş sonuçlarını azaltır. Çalışma, çalışanların iyi oluşunu desteklemek için yöneticilerin açık iletişimi teşvik etmeleri ve planlanmış insan kaynakları uygulamaları ve kurumsal politikalar aracılığıyla psikolojik sözleşme ihlalinin azaltılması gerektiğini öne sürmektedir.

				Ryff'in 17 maddelik ölçeği kullanıldı	
(Mensah, Azila-Gbette, Amissah ve Addison, 2022)	Bu çalışma, COVID-19'un otel çalışanlarının psikolojik iyi oluşu ve finansal kaygıları üzerindeki sonuçlarını incelemektedir.	Makalede psikolojik iyilik hali doğrudan tartışılmamış olsa da, literatür taraması, bir kişinin kararlarını ve davranışlarını etkileyebilecek psikolojik risk duygusu olan risk algısını inceleyerek hipotezler için bir temel sağlamıştır; özellikle olumsuz sağlık olaylarının (örn. COVID-19 gibi bulaşıcı hastalıklar) olasılığını değerlendirmede. Hipotezler, risk algısı, finansal kaygı ve psikolojik sıkıntı arasındaki bildirilen bağlantılardan bilgilendirilmiştir; psikolojik sıkıntı, insanların endişe verici ve zorlayıcı koşullarla başa çıkmak zorunda kaldıklarında deneyimledikleri duygusal durum olarak tanımlanmıştır. Ek olarak, sosyal işlevsellik, bireylerin çevreleriyle nasıl etkileşime girdiklerini ve işte, sosyal aktivitelerde ve ilişkilerde rollerini nasıl yerine getirdiklerini kapsayan temel bir faktör olarak tanıtılmıştır. Bu çeşitli yapılar birlikte, bu çalışmada psikolojik iyilik halinin önemli göstergeleri olarak görülmüştür.	Gana 173 otel çalışanı çevrim için anket dağıtımı	Nicel çalışma: PLS-SEM analiz kullanıldı Psikolojik sıkıntı ve sosyal işlevselliği ölçmek amacıyla Genel Sağlık Anketi (GHQ-12) kullanıldı.	Çalışmanın sonuçları COVID-19 risk algısının otel çalışanları arasında finansal kaygıyı yoğunlaştırdığını ve sosyal işlevselliği azalttığını gösterdi. Finansal kaygı, otel çalışanları arasında psikolojik sıkıntıya neden olurken sosyal işlevselliğini zayıflatır. COVID-19 risk algısı ile psikolojik sıkıntı arasındaki ilişki finansal kaygı tarafından aracılık edildi.
(Lin, Chen ve Wang, 2022)	Bu çalışma, iş-aile çatışmasının tur liderlerinin psikolojik iyi oluşu üzerindeki etkisini incelemekte ve serbest zaman başa çıkma tarzlarının düzenleyici	Bu çalışmada literatürde incelenen ve öz-belirleme teorisine dayanarak tanımlanan Planlı-Nefes Alan Boş Zaman Başa Çıkma Stili (Planned-Breather Leisure Coping Style - PBLCS) ve Kaçınan Boş Zaman Başa Çıkma Stili (Avoidant Leisure Coping Style-	Taiwan Taipei yabancı grup paket turlarını yöneten lisanslı ve tam zaman	Nicel çalışma: Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkileri incelemek ve önerilen	Sonuçlar, iş-aile çatışmasının tur liderlerinin psikolojik iyi oluşu üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, planlı-nefes alma boş zaman başa çıkma stili psikolojik iyi oluş üzerinde olumlu bir etkiye sahip olurken, kaçınan boş zaman başa çıkma stili olumsuz bir etkiye sahiptir. Dahası, planlı-nefes alma boş

	rolünü anlamayı amaçlamaktadır.	ALCS) gibi düzenleyici boş zaman başa çıkma stiller incelenmiştir. Bu iki boş zaman başa çıkma tarzlarının iş aile çatışmasının tur liderlerinin duygusal iyi oluşun üzerinde nasıl hafiflediği inceleniyor.	çalışan 288 tur lideri	hipotezleri test etmek için SEM (Yapısal Eşitlik Modellemesi). Önerilen araştırma modeline uygun olarak, iyi oluş ölçümü için Watson ve diğerlerinin (1988) PANAS ölçeği uygulamıştır	zaman başa çıkma stili, iş-aile çatışması ile psikolojik iyi oluş arasındaki olumsuz ilişkiyi tamponlayabilir ve kaçınan boş zaman başa çıkma stili, iş-aile çatışması ile psikolojik iyi oluş arasındaki olumsuz ilişkiyi güçlendirebilir.
(Chen ve Chen, 2021)	Bu çalışma, işsiz ve ücretsiz izinli konaklama çalışanlarının COVID-19 krizi sırasında yaşadıkları psikolojik sıkıntıyı incelemeyi ve bu sıkıntının onların kariyer değişikliği niyetlerini nasıl etkilediğini daha fazla araştırmayı amaçlamaktadır.	Psikolojik iyi oluş ile doğrudan ilişkili teorik temeller tartışılmamıştır. Çalışmanın kavramsal çerçevesi, Kahn'ın (1981) modeline dayanmaktadır ve üç stresörün - finansal gerginlik, pandemi kaynaklı panik ve sosyal izolasyon- psikolojik sıkıntıya ve misafirpervverlik sektöründen ayrılma niyetlerine (kariyer değişikliği) nasıl katkıda bulunduğunu araştırmaktadır. Psikolojik refahı daha fazla araştırmanın gerekliliği, iş kaybının yaşam anlamını, ilişkileri ve sosyal statüyü olumsuz etkileyebileceği için zihinsel sağlığı etkileyen temel bir stres faktörü olarak kabul edildiği önceki literatür tarafından desteklenen argümana dayanmaktadır.	Amerika Birleşik Devletleri 607 işsiz ve ücretli ve ücretsiz izinli konaklama çalışanı	Nicel çalışma: SEM (Yapısal Eşitlik Modellemesi) kullanılmıştır. Öznel iyi oluş, Dünya Sağlık Örgütü'nün beş altı puanlık maddeden oluşan beş iyi oluş endeksi (WHO-5) ile ölçüldü	Bu çalışma, işsiz ve ücretsiz izne çıkarılan konaklama çalışanlarının pandeminin etkileri nedeniyle mali açıdan zor durumda, depresif, sosyal olarak izole ve panik halinde olduğunu ortaya koyuyor. Bu etkiler, bozulmuş iyi oluş v hizmet sektöründen ayrılma niyetinin artmasına yol açıyor. Kadın ve genç çalışanlar daha fazla etkilenirken, ücretsiz izne çıkarılan çalışanlar işten çıkarılan meslektaşlarına kıyasla daha az etki gördü.
(Yoo,2023)	Bu araştırma, konaklama endüstrisinde iş stres etkenlerinin rolünü ve bunların ön büro	Bu çalışmanın hipotezleri, kişilerarası çatışmanın, duygusal emeğin ve iş güvencesizliğinin iş stresini ve psikolojik iyi oluş nasıl etkilediğini inceleyen literatürden	Güney Kore Seul ve Busan	Nicel çalışma: Kovaryans tabanlı Yapısal Eşitlik	Kişilerarası çatışma, duygusal emek ve iş güvencesizliği iş stresine önemli ölçüde katkıda bulunurken, bunların psikolojik iyi oluş üzerindeki doğrudan etkisinin

	çalışanların iş stresi ve psikolojik iyi oluşu üzerindeki etkisini incelemektedir. Tanımlanan benzersiz stres etkenleri arasında iş güvensizliği, kişilerarası çatışmalar ve duygusal emek yer alıyor ve bunların her biri iş stresi üzerinde önemli bir etkiye sahip.	türetilmiştir. Ek olarak, iş stresinin psikolojik iyi oluş üzerindeki doğrudan etkisi bu bağlamda test edildi. Psikolojik iyi oluş, daha önce doğrulanmış WHO-5 refah ölçeğinden uyarlanan beş maddelik bir ölçek kullanılarak ölçüldü; bu ölçek Ryff'in çerçevesine dayanıyor ve pozitif psikolojiyi, canlılığı ve genel ilgiyi yansıtmaktadır.	Otelcilik sektöründe 207 çalışanı (otel, yiyecek ve içecek, turizm, havaalanı, MICE)	Modellemesi metodolojisi (CB-SEM) Psikolojik iyi hali, daha önce doğrulanmış WHO-5 refah ölçeğinden uyarlanmış beş maddelik bir ölçek kullanılarak ölçüldü	istatistiksel olarak önemsiz olduğu bulundu. Bunun yerine, iş stresi bu iş stresörleri ve psikolojik iyi oluş arasında önemli bir aracı olarak ortaya çıktı. Bu nedenle, hizmet veren işletmelerin yalnızca iş stresörlerinin varlığını azaltmaya odaklanmak yerine etkili stres yönetimi ve azaltma stratejileri geliştirmeleri gerektiği önerilmektedir.
(Alrawadieh, Alrawadieh, Olya, Bayram ve Kahrama, 2022)	Bu çalışmada kadın tur rehberlerinin yaşadığı cinsel tacizin onların psikolojik iyi oluşunu ve iş tatminlerini nasıl etkilediğini araştırılmaktadır. Böylece bu çalışma, seyahat acenteleri ve tur operatörleri gibi seyahat endüstrisindeki farklı paydaşlara, cinsel tacizi azaltarak tur rehberlerinin iş tatminini ve psikolojik iyi oluşunu nasıl artıracakları konusunda ampirik kanıta dayalı bilgiler sağlamayı amaçlamaktadır.	Çalışma sosyal destek ve örgütsel destek teorilerinden yararlanıyor ve bunları cinsel taciz deneyimiyle ilişkilendiriyor. Ayrıca bu çalışma, cinsel tacizin toplumsal cinsiyet eşitliğinin ve dolayısıyla sürdürülebilir turizmin önünde bir engel olarak ele alınmasına yönelik son çağrılara yanıt vermektedir. Kaynakların Korunması Teorisi'nden (COR) ve bir cinsiyet perspektifinden yararlanan bu çalışma, cinsel taciz, tükenmişlik, algılanan sosyal ve örgütsel destek, psikolojik refah ve iş tatmini arasındaki ilişkileri varsayan kavramsal bir model öneriyor ve test ediyor. Psikolojik iyi oluş bağımlı bir değişken olarak kabul edildiğinden, teorik temelleri daha fazla açıklanmamıştır.	Türkiye 221 aktif kadın tur rehberi	Nicel çalışma: Keşfedici faktör analizi (EFA), doğrulayıcı faktör analizi ve CB-SEM (kovaryans tabanlı yapısal eşitlik modellemesi) kullanılarak ölçüldü ve Diener ve arkadaşları (1985) tarafından geliştirilen 5 soruluk bir ölçek kullanılarak ölçüldü.	Sonuçlar, kadın tur rehberlerinin cinsel taciz deneyiminin iş tatminleri ve psikolojik refahları üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Algılanan sosyal desteğin aksine, algılanan örgütsel destek cinsel tacizi tetiklemede önemli ve olumsuz bir rol oynamaktadır. Bulgular ayrıca tükenmişliğin cinsel taciz ile iş tatmini arasındaki ilişkide ve cinsel taciz ile psikolojik refah arasındaki ilişkide aracılık edici etkilerini doğrulamaktadır. Çalışma, cinsiyet eşitliği ve sürdürülebilirlik araştırmalarına katkıda bulunmakta ve seyahat endüstrisindeki ve kamu politikasındaki paydaşlar için çeşitli pratik çıkarımlar sunmaktadır.
(Adam, Agyeiwaah)	Bu çalışmanın amacı, göçmenlerin demografik	Mevcut çalışma, işyeri katılımını (bilgiye erişim, iş arkadaşlarına bağlılık ve kurumsal	Çin/Macau	Nicel çalışma:	Bulgular, resmi eğitim düzeyinin, kalış süresinin, turizm organizasyonunda çalışma

ve Dayour, 2023)	özelliklerinin işyerine katılımlarını belirlemedeki etkisini incelemek ve göçmenlerin işyerine katılımının psikolojik iyi oluşuna nasıl katkıda bulunduğunu incelemektir.	karar alma sürecine katılım) psikolojik refahla ilişkilendiren çok sayıda makale üzerine bir argüman inşa etti. Bu değişkenler mevcut literatüre dayanarak değerlendirildi.	440 turizm ve otelcilik çalışanı (otel, restoran, bar, pastaneler, havaalanı	İkili lojistik regresyon kullanıldı	süresinin, işyerinde yaratıcı çözümlere katkı sağlamanın ve iş arkadaşlarına yardım etmenin işyeri katılımına önemli ölçüde katkıda bulunduğunu ortaya koydu. Aidiyet ve benzersizlik olmak üzere iki katılım boyutu, göçmen işçilerin psikolojik iyi oluşunu önemli ölçüde belirledi.
(Vrontis, Chaudhuri , Chatterjee ve Galati, 2023)	Çalışmanın amacı COVID-19'un otelcilik ve turizm çalışanları üzerindeki etkisini araştırmak, başa çıkmanın psikolojik iyi oluşa aracılık edip etmediğini değerlendirmek ve yönetim desteğinin psikolojik iyi oluş üzerindeki düzenleyici rolünü incelemektir.	Çalışma, koruma motivasyon teorisi ve Kaynakların Korunması teorilerden yararlanmaktadır. Birinci teorisi, bireylerin tehditleri nasıl değerlendirdiğini ve krizler sırasında duygusal olarak nasıl tepki verdiğini açıklarken, ikinci teorisi kişisel kaynakların etkili başa çıkmayı nasıl sağladığını ve iyi oluşu nasıl koruduğunu vurgulamaktadır. Mevcut ampirik çalışmaların incelenmesine dayanarak bu çalışma, risk algısının (COVID-19 korkusu ve algılanan tehdit) duygu odaklı başa çıkma ve sorun odaklı başa çıkma stratejileri aracılığıyla otelcilik ve turizm çalışanlarının psikolojik iyi oluşunu nasıl etkilediğini ölçmek için bir model önerilmiştir.	Dünya genelinde Dünyanın en başarılı 100 şirketin 314 çalışanı ve yöneticisi	Nicel çalışma: Kısmi En Küçük Kareler (PLS) – Yapısal Eşitlik Modellemesi (SEM) tekniği kullanılmıştır	Sonuçlar her iki başa çıkma türünün de iyi oluşunu önemli ve olumlu şekilde etkilediğini gösterdi. Bu çalışma, başa çıkmanın bireylerin psikolojik iyi oluşun üzerinde önemli bir aracılık etkisi olduğunu ve yönetim desteğinin otelcilik ve turizm çalışanlarının psikolojik iyi oluşu önemli bir rol oynadığını buldu.
(Al Doghan ve Talat, 2023)	Bu çalışmanın temel amacı çeşitli stres faktörlerinin çalışanların psikolojik iyi oluşları üzerindeki etkisini incelemektir. Bu stres etkenleri arasında yönetici davranışı, örgütsel iklim, iş-yaşam dengesi, örgütsel özdeşleşme ve iş güvenliği	Hipotez geliştirme, önerilen stres faktörleri ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiye dair literatürden yararlanarak yapılmıştır. Belirli teorik çerçeveler incelenmezken, psikolojik iyi oluş literatürde daha önce kullanılan ölçeğin benimsenmesine dayanarak ölçüldü. Hipotez ifadesinde psikolojik iyi oluş yerine "psikolojik sağlık" kavramının kullanıldığını dikkat çekmektedir.	Suudi Arabistan Turizm ve otelcilik sektöründe çalışan 234 katılımcı	Nicel çalışma: SPSS'te doğrusal regresyon analizi yapılırken, moderasyon kavramı ise Hayes Süreci Makrosu'ndaki model 1	Çalışmada, yönetici davranışının, örgütsel iklimin, iş-yaşam dengesinin, örgütsel özdeşleşmenin ve iş güvenliğinin çalışanların psikolojik iyi oluşunu olumlu yönde etkilediğini bulunmuştur. Ayrıca sosyal desteğin, yönetici davranışı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ve iş-yaşam dengesi ile psikolojik iyi oluş bağları

	yer almaktadır. Ek olarak, araştırma, bu stres faktörlerinin çalışanların psikolojik iyi oluşu üzerindeki olumsuz etkilerini azaltma potansiyeline sahip olan sosyal desteğin düzenleyici etkisini incelemeyi amaçlamaktadır.			kullanılarak incelenmiştir.	güçlendiren önemli bir düzenleyici olduğu belirlendi. Bu çalışma, bir çalışanın psikolojik iyi oluşumunu artıracak kişisel ve organizasyonel oranları bir araya getiren kapsamlı bir araştırma modeli sunarak önemli bir bilimsel katkı sağlamaktadır.
(Selem, Ahmad, Belwal ve AlKayid, 2022)	Makale, psikolojik iyi oluşunun aracılık etkisi ve işyeri sağlık ve güvenlik yönetimi uygulamalarının düzenleyici etkisi hipotezini öne sürerek, COVID-19 korkusunun çalışanların işten ayrılma niyeti ve depresyonu üzerindeki etkisini araştırıyor.	Bu makale, sağlık ile ilgili tehditlerin (COVID-19 gibi) korku temelli bilişsel süreçler aracılığıyla tutumları ve davranışları nasıl etkilediğini açıklayan koruma motivasyonu teorisine ve bireylerin çevrelerindeki nedenleri nasıl yorumlayıp atfettiklerini ele alan atıf teorisine dayanmaktadır. Psikolojik iyi oluş, Hills ve Argyle (2002) tarafından yapılan çalışmaya dayalı olarak yaşamdan keyif alma derecesi ve kişinin psikolojik işleyişinin etkinliği olarak tanımlanır. Hedonik (haz ve yaşam doyumu arama, olumsuz deneyimlerden kaçınma - Keyes vd., 2002) ve eudaimonik (kendini ifade etme ve yaşam anlamı bulma - Ryff & Singer, 2008) perspektiflerle kavramsallaştırılmıştır.	Mısır Sharm el Sheikh 5 yıldızlı 26 otellerde çalışan 687 kişi	Nicel çalışma: Kısmi En Küçük Kareler (PLS) tabanlı yol modellemesi Hills ve Argyle (2002) çalışmada kullanılan ölçek uygulanmıştır	Bulgular, COVID-19 korkusu ile hem işten ayrılma niyeti hem de depresyon arasındaki ilişkilerde psikolojik iyi oluşun kısmi aracılık ettiğini ortaya koymaktadır. İşyeri güvenliği ve yönetim uygulamaları COVID-19 korkusu ile her iki işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi önemli ölçüde yumuşatırken, depresyon da ilişkiye aracılık etmektedir.
(Kimbu, Adam, Dayour ve de Jong, 2021)	Çalışma, COVID-19 ile ilişkili iş kaybı ve gelir azalmasının Sahra Altı Afrika'daki (SSA) turizm çalışanlarının sosyal ve	Bu çalışma, sosyo-psikolojik iyi oluş ve turizm bağlamlarındaki işsizlik konusundaki odağını çerçevelemek için dayanıklılık kavramını (krizler sırasında daha güçlü ortaya çıkmak için fırsatları belirleme	Gana 457 anket uygulandı ve işten çıkarılan 15 çalışan ile	Karma yöntem- Nicel veriler anket çalışması yoluyla ve ikili lojistik regresyon	Çalışma, psikolojik iyilik halinin, medeni durumun, resmi eğitimin, bağımlılık statüsünün ve turizm işletmesi türünün Gana'daki işte fazlalık olarak adlandırılacak turizm çalışanlarının psikolojik iyilik halini önemli

	psikolojik iyi oluşun nasıl etkilendiğini araştırıyor ve bu etkileri ve iş bağlılığı üzerindeki etkilerini incelemek için dayanıklılık çerçevesini kullanıyor. Ayrıca, bireysel dayanıklılığın pandemiye yanıt olarak nasıl ortaya çıktığını araştırıyor ve özellikle bir vaka çalışması olarak Gana'ya odaklanıyor.	kapasitesi) kullanır. Psikolojik iyi oluş, olumlu ve olumsuz duyguları yansıtan kümülatif bir yapı olarak kavramsallaştırılır ve dayanıklılıkla bağlantılıdır. Ancak, bu çalışmada psikolojik iyi oluş için (örneğin, Ryff veya Seligman modelleri) net bir teorik temel eksiktir ve bunun yerine duygusal ve ölçüm perspektiflerine odaklanmaktadır.	görüşme yapıldı. (İşten çıkarılan çalışanların altı turizm alt sektöründe bulundu; konaklama, yiyecek ve içecek, eğlence/etkinlikler, hediyelik eşya ticareti, seyahat ve tur şirketleri)	analizi, nitel veriler ise görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Transkriptlerin içerik analizi analitik tümevarım tekniği kullanılarak yürütülmüştür. Psikolojik iyilik hali, yaygın olarak ruh sağlığı teşhisinde kullanılan tek faktörlü genel sağlık anketi temel alınarak ölçülmüştür.	ölçüde tahmin ettiğini tespit etti. Ek olarak, medeni durum, yaş, eğitim ve kurumsal rütbe, sosyal iyilik hallerini önemli ölçüde tahmin etti.
(Houge Mackenzie, Boudreaux ve Raymond, 2020)	Macera turizminde çalışmanın macera rehberlerinin psikolojik iyi oluşunu nasıl etkilediğini anlamak, tur rehberliği teorisini ve sorumlu endüstri uygulamalarını geliştirmek için hayati öneme sahiptir. Ancak (commercial) macera tur rehberi olan kadınların iyi oluşunu inceleyen çok az araştırma var.	Bu çalışmanın teorik temeli, macera turizmi ile psikolojik iyi oluş arasındaki kanıtlanmış bağlantıya dayanmaktadır ve macera faaliyetlerinin Öz Belirleme Teorisi'nde özetlenen üç temel psikolojik ihtiyacı - yeterlilik, özerklik ve ilişkili olma- karşılayabileceğini vurgulamaktadır. Bu teorinin macera turizmi ortamlarında doğrudan uygulamaları sınırlı olsa da çalışmalar bu ortamların ihtiyaç tatminini teşvik ettiğini ve öz saygı, yaşam amacı, kişisel gelişim ve olumlu ilişkiler gibi refah sonuçlarına yol açtığını literatürde gösterildi	Yeni Zelanda Queenstown bölgesi Kendini kadın olarak tanımlayan ve kadınların macera rehberliği deneyimleri konusunda “önemli bir deneyime”	Nitel çalışma: Veriler, Scanlan İşbirlikçi Görüşme Yöntemi kullanılarak toplanmış ve tematik analizi yöntemiyle işlenmiştir.	Tematik analiz, kadın macera rehberleri için psikolojik iyi oluşun temelini oluşturan temel faktörleri tanımladı. Özellikle, rehberler cinsiyetlerinin müşteriler, yardımcı rehberler ve yönetimle etkileşimlerini nasıl etkilediğini ve bu cinsiyete dayalı etkileşimlerin yeterlilik, özerklik ve ilişkisellik için temel psikolojik ihtiyaçları nasıl desteklediğini veya engellediğini açıkladılar. Kavramsal olarak, yeterlilik, özerklik ve ilişkisellik kadın rehberlerin refahının

			ve/veya “önemli bir içgörüye” sahip olan katılımcılar, macera turizm endüstrisinde tam zamanlı rehberlik rolünde en az bir yıl çalışmış olmaları esas alınarak seçilmiştir.		temelini oluşturan temel faktörler gibi görünmektedir. Katılımcılar ayrıca bir 'anne figürü' olarak algılanmanın ve müşteri güvenliğinden sorumlu hissetmenin bir rehber olarak refahlarını engelleyebileceğini öne sürdüler.
(Atar ve Konaklıoğlu, 2018)	Lider davranışının örgütsel sessizliğe, örgütsel sessizliğin örgütsel sinizme ve örgütsel sinizmin psikolojik iyi oluşa etkisini belirlemek için temel amaç değişkenler arasındaki ilişkiyi ilişkilendirmektir. Çalışma aynı zamanda ilgili ülkelerdeki konaklama organizasyonlarının yöneticilerinin benimsediği liderlik türlerinin ve personelin çalıştıkları konaklama organizasyonuna karşı tutumlarının karşılaştırmalı bir analizini yapmayı amaçlamaktadır.	Dönüştürücü Liderlik Teorisi ve Etkileşimsel Liderlik Teorisi Bu çalışma, liderlik tarzının (özellikle etkileşimsel ve potansiyel olarak olumsuz liderlik davranışlarının) örgütsel sessizlik koşullarını (çalışanların ifade etme kapasitesine sahip olmalarına rağmen endişelerini kasıtlı olarak gizlemeleri) nasıl yaratabileceğini araştırmaktadır. Örgütsel sessizlik, örgütsel sinizmi (örgüte karşı olumsuz tutumlar ve kopukluk) besleyen bir aracı olarak teorize edilmiştir ve bu da nihayetinde çalışanlar arasında psikolojik iyi oluş azaltmasını varsaymaktadır.	Türkiye ve İtalya Antalya (Antalya merkez, Kemer, Belek, Side, Alanja) ve Amalfi bölgesi (Sorento, Capri, Salerno, Positano) konaklama sektöründe 1075 çalışanı	Nicel çalışma: Korelasyon analizi "Psikolojik İyi Oluş Ölçeği", Diener ve ark. (2010) "Yeni İyi Oluş Ölçümleri" adlı çalışmasından uyarlanmıştır ve on sorudan oluşan tek boyutlu bir ölçektir. Psikolojik iyi oluş sonuç veya bağımlı değişken olarak görülmüştür.	Çalışma, İtalya ve Türkiye arasında işlemsel liderlik, dönüşümsel liderlik, örgütsel sinizm ve psikolojik iyi oluş algılarında önemli kültürler arası farklılıklar buldu; ancak örgütsel sessizlikte değil. İtalyan çalışanlar daha yüksek işlemsel liderlik algıları bildirirken, Türk çalışanlar daha fazla dönüşümsel liderlik algıladı. Örgütsel sinizm İtalya'da daha yüksekken, psikolojik iyi oluş Türkiye'de daha yüksekti. Özellikle, çalışma doğrusal bir model yerine döngüsel bir model ortaya koydu; bu da liderlik tarzlarının (işlemsel/dönüşümsel) çalışanların sessizliğini, sinizmini ve psikolojik iyi oluşunu etkilediğini, ancak çalışanların psikolojik iyi oluşun da liderlik tarzını nasıl algıladıklarını şekillendirdiğini gösteriyor. Özellikle, olumlu psikolojik iyi oluşa sahip çalışanlar yöneticilerini dönüşümsel liderler olarak algılama eğilimindeyken, olumsuz psikolojik iyi

					oluşu sahip olanlar onları işlemsel liderler olarak görme eğilimindeydi. Bu, psikolojik iyi oluşu liderlik tarzı algılarında önemli bir faktör olarak vurgulamaktadır.
(Kim, Kim ve Koo, 2021)	Bu çalışma, konaklama şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin, ekip çalışmasını geliştirme yoluyla çalışanlarının iyi oluşunu ve iş performansını nasıl iyileştirdiğini incelemektedir. Spesifik olarak, bu çalışma, meslektaşlarla ekip çalışmasının oluşumunun üç aşamasını ve konaklama şirketlerinin sosyal sorumluluklarından kişisel faydalar ile örgütsel faydalar arasındaki ilişkiyi ampirik olarak belirlemeye odaklanmaktadır.	Bu çalışma iki ana teori kullanır. Birincisi, ikili endişe teorisi insanların başkalarının endişelerini ve duygularını anlamak için duygusal ve bilişsel çabalar sarf ettiğini öne sürer; özellikle de aynı ortamı (örneğin aynı iş yerinde) paylaştıklarında. İkincisi, atıf teorisi insanların başkalarının davranışlarının ardındaki nedenleri nasıl anlamaya çalıştıklarını açıklar. Bu araştırmada, bu teoriler çalışanların kuruluşlarının şirketlerin sosyal sorumluluk çabaları ve yönetim uygulamalarına ilişkin algılarının tutumlarını ve davranışlarını nasıl şekillendirdiğini açıklamaya yardımcı olmaktadır.	Güney Kore Havayolları, restoranlar, oteller ve seyahat acentalarında 324 ön büro çalışan dahil edildi	Nicel çalışma: Yazarlar, anket maddelerini, önceki titiz çalışmaların ölçümleri kavramsal olarak nasıl tanımladığına ve ampirik olarak nasıl doğruladığına göre seçtiler. Yapısal Eşitlik Modelleme kullanılmıştır	Yapısal eşitlik modellemesinden elde edilen ampirik sonuçlar, şirket sosyal sorumluluk için algılanan yönetim desteğinin ve şirket sosyal sorumluluk için algılanan meslektaş desteğinin meslektaş için empatik kaygı ve beklenen olumlu etki üzerinde ayrı ayrı önemli bir etkiye sahip olduğunu gösterdi. Ayrıca, empatik kaygı psikolojik refahı ve iş tatminini önemli ölçüde etkilerken, beklenen olumlu etki iş tatminini önemli ölçüde etkiledi. Son olarak, psikolojik refah ve iş tatmini iş performansı üzerinde önemli bir etkiye sahipti.
(Gip, Guchait, Paşamehmet oğlu ve Khoa, 2022)	Bu çalışma, psikolojik iyi oluşun örgütsel insandışlaştırma ile iki temel sonuç olan hizmet iyileştirme performansı ve hizmet sabotajı arasında aracı bir değişken olarak hareket edip etmediğini incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, bu	Çalışma, örgütsel insanlıktan çıkarmanın çalışanların temel psikolojik ihtiyaçlarını (yeterlilik, özerklik ve ilişki) zayıflatıldığını ve bunun da psikolojik iyilik halinin azalmasına yol açıldığını savunmak için Öz-Belirleme Teorisi'nden (SDT) yararlanmaktadır. Bu çalışmada psikolojik iyi hali, öznel iyilik hali ve çalışanların işteki deneyim ve işleyişinin genel kalitesi olarak kavramsallaştırılmıştır. Çalışma ayrıca Kaynakların Korunumu	Türkiye otellerde çalışan 200 ön büro personeli Çalışanların iyileştirme performanslarını amirleri	Nicel çalışma: Kısmi en küçük kareler yöntemi benimsendi Psikolojik iyi oluşu aracı değişken olarak kullanıldı ve mevcut çalışmada	Sonuçlar, örgütsel insandışlaştırmanın çalışanların psikolojik iyi oluşunu olumsuz etkilediğini göstermektedir. Ancak, örgütsel görev süresi bu ilişkiyi yumuşatır; örgütsel insandışlaştırmanın, daha uzun görev süresi olanlarda çalışanların psikolojik iyi oluşu üzerinde daha az olumsuz etkisi vardır. Psikolojik iyi oluşun, örgütsel insandışlaştırma ile hizmet iyileştirme performansı arasındaki ilişkiyi aracılık ettiği

	çalışmada örgütsel görev süresinin örgütsel insandışlaştırma ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkiyi düzenleyip düzenlemediğini araştırılmaktadır.	(COR) teorisini kullanarak, örgütsel görev süresinin insandışlaştırma ve psikolojik iyi hali arasındaki bağlantıyı yumuşattığını ileri sürmektedir. Mekanistik insandışlaştırma genel sağlık ve refahı azalttığı, bilişsel katılığa, duygusal uyumaya, suçluluk ve utanca yol açtığı belirtilmektedir.	tarafından değerlendirildi.	kullanılan 8 maddeli ölçek Berkman (1971) tarafından geliştirildi.	bulunmuştur. Son olarak, örgütsel insandışlaştırma ile hizmet sabotajı arasındaki ilişkiyi da aracılık eder.
(Yorumlaz ve Basol, 2024)	Çalışmanın amacı, ticari yatılılıkta yat mürettebatı arasında psikolojik sermayenin nasıl düzenleyici olduğunu ve güvenlik ikliminin psikolojik iyi oluş ile etik iklim algısı arasındaki ilişkiyi nasıl aracılık ettiğini incelemektir. Amaç hem mürettebat refahını hem de yat işletme yönetimini destekleyen içgörüler sunmak ve deniz turizmi çalışanları hakkındaki literatürdeki boşluğu gidermektir.	Çalışma, etik iklim algısı, güvenlik iklimi ve psikolojik sermayeyi hizmet ortamlarında psikolojik iyi oluşunu bağlayan literatürden yararlanmaktadır. Psikolojik iyi oluş derinlemesine teorize edilmemiş olsa da çalışma ortamı, işyeri güvenliği ve bireysel kaynaklar algılarından etkilenen bir sonuç değişkeni olarak ele alınmaktadır. Güvenlik iklimin aracılık rolü ve psikolojik sermayenin düzenleyici rolü, Öz-Belirleme Teorisine ve pozitif örgütsel davranış çalışmalarına atıfta bulunarak bu kavramsal model içinde araştırılmaktadır. Turizm ve denizcilik sektörlerinde ve örgütsel davranışta taranan literatür sonuçlarını kurulan hipotezlerini desteklemektedir. Bu çerçevede, psikolojik iyi oluşun, özellikle zorlu denizcilik çalışma ortamlarında, örgütsel iklim faktörleri ile bireysel psikolojik kaynaklar arasındaki dinamik etkileşimler tarafından şekillendirildiğini vurgulamaktadır.	Türkiye 339 yat mürettebatı	Nicel çalışma-psikolojik iyi oluşu ölçmek için Zheng ve arkadaşları (2015) tarafından oluşturulan tek boyutlu altı maddelik ölçek kullanıldı. Doğrulamalı faktör analizi (CFA) yapıldı ve Hipotezleri ve modelini test etmek için önyükleme (n 5 5.000) kullanıldı; Bu çalışma ayrıca, düzenleyici etki için Hayes'in (2019) Süreç makrosunun (v3.4) Model 1'ine, aracılık	Bu çalışma, yat mürettebatının psikolojik iyi oluşunun şekillendirmede güvenlik iklimi ve psikolojik sermayenin kritik rollerini vurgulamaktadır. Bulgular, yat mürettebatının etik iklim algılarının güvenlik iklimin aracılığıyla psikolojik iyi oluşu üzerinde hem doğrudan hem de dolaylı etkileri olduğunu ve bu etkilerin psikolojik sermaye seviyeleri tarafından yumuşatıldığını ortaya koymaktadır. Daha yüksek psikolojik sermayenin seviyelerine sahip mürettebat, güvenlik iklimin psikolojik iyi oluş üzerinde daha güçlü aracılık etkileri deneyimlemektedir ve bu dapsikolojik sermayenin etik iklim algılarının refah üzerindeki olumlu etkisini güçlendirdiğini göstermektedir. Çalışma, psikolojik sermaye ve güvenlik ikliminin zorlu deniz turizmi ortamlarında çalışanların iş tutumlarını ve algılarını önemli ölçüde etkilediği için refahı artırmak için kurumsal destek ve İK uygulamalarını dikkate almanın önemini vurgulamaktadır.

				etkisi için Model 4'e ve düzenleyici aracılık etkisi için Model 14'e dayanmıştır.	
(Li, Xu, Yu ve Meadows, 2023)	Çalışma, COVID-19 sırasında paylaşım ekonomisi çalışanları arasında güvencesiz geçici iş (gig work) çalışanların iyi oluşu birden fazla yönünü (fiziksel, psikolojik, sosyal, öznel) nasıl etkilediğini incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, geçici iş doğasının ve pandemi bağlamının iyi oluşunu nasıl şekillendirdiğini araştırarak, bu sonuçlara iç çalışma koşullarını ve dış baskıları bağlayan bir çerçeve oluşturmayı amaçlamaktadır.	Bu çalışma, iyi oluşun çok boyutlu bir yapı olarak kavramsallaştırır. Dört temel boyutlar şunlar: fiziksel, psikolojik, sosyal ve öznel. Psikolojik refahı (özerklik, kendini kabul etme, amaç, olumlu ilişkiler) tanımlamak için Ryff ve Keyes modellerini kullanır ve algoritmik kontrol, iş güvencesizliği ve güvencesiz koşullarla karakterize edilen geçici işlerin bu iyi oluşun boyutlarını nasıl etkilediğini açıklamak için örgütsel ve psikolojik literatürü entegre etmektedir. Çerçeve ayrıca COVID-19 ve güvencesiz çalışma düzenlemelerinin iyi oluşunu etkilemek için nasıl etkileşime girdiğini araştırır ve refahın dört boyutunun birbiriyle oldukça ilişkili olduğunu vurgulamaktadır.	Birleşik Krallık'taki konaklama, turizm ve etkinlik sektörlerindeki paylaşım ekonomisi geçici işçileri için Uber sürücüler, Deliveroo yolcuları ve etkinlik serbest çalışanları gibi bir dizi sosyal medya grubu katılımcıları işe almak için kullanıldı. Bu çalışmaya 22 katılımcı dahil edildi ve bunların tümü, pandeminin neden olduğu karantina dalgası sırasında paylaşım	Nitel çalışma: Metodolojik olarak bu çalışma nitel yaklaşımların harmanlandığı, günlüklerin ve derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşmelerin kullanıldığı bir çalışmadır). Bu çalışmada toplanan nitel veriler kapsamında görüşmelerin yanı sıra 18 günlük de sağlanmıştır. Onay alındıktan sonra katılımcılardan bir çalışma haftası (yedi gün) boyunca günlük olarak günlük tutmaları istendi. Bunlarla sınırlı olmamakla birlikte iş	Bulgular, paylaşım ekonomisi çalışanlarının fiziksel, öznel, psikolojik ve sosyal iyi oluşun dahil olmak üzere dört boyutlu iyi oluşun karmaşık bir resmini göstermektedir. Daha fazla zaman, kısıtlama, ekonomik durgunluk ve belirsizlik gibi bir dizi COVID-19 pandemi bağlamının, bu çalışanların iyi oluşunu hem olumlu hem de olumsuz etkiler de dahil olmak üzere farklı şekillerde etkilediği görülmüştür. Paylaşım ekonomisi içindeki geçici işlerin güvencesiz doğasının da etkili olduğu bulunmuştur; buna esneklik, belirsizlik, zamansallık ve çeşitlilik dahildir. Dahası, otelcilik, turizm ve etkinlik sektörünün belirli bağlamları (işgücü yoğun, düşük öz saygı, öz değer ve yaşam amacı gibi) da geçici iş çalışanlarının fiziksel ve psikolojik iyi oluşunu çeşitli şekillerde etkilemiştir. Temel bulgular şunlardır: Yaşam amacı, pandemiyle ilgili iş kesintileri ve geçici iş rollerinde sınırlı değer hissinden (örneğin, "anahtar çalışanlara" kıyasla teslimat işi) olumsuz etkilenmiştir. Özerklik algıları çeşitlilik gösterdi: Bazı çalışanlar esnekliğe ve gig işinin sunduğu kontrole değer verirken, diğerleri öngörülemeyen talep ve istikrarsız gelir

			ekonomisinde gig çalışanı olarak (full time veya part time) çalışıyor olmaları gerektiği şeklindeki dahil edilme kriterini karşıladı.	deneyimlerini, hafta içindeki iyi ve kötü anları, haftanın ilgili fiziksel ve sosyal ortamını ve en önemlisi hafta içindeki duygu ve duygularını kaydetmekti.	nedeniyle sınırlı özerklik ve kaygı hissetti, özellikle pandemi sırasında. Kişisel gelişim, bazı katılımcılar yeni beceriler geliştirip gelişen çalışma ortamındaki yeni zorluklara uyum sağladıkça olumlu etkilendi. Genel olarak, veriler pandeminin ve geçici işte çalışanların işinin psikolojik iyi oluşun temel boyutlarını, özellikle amaç, özerklik ve kişisel gelişimi nasıl aynı anda şekillendirdiğini gösteriyor.
--	--	--	--	--	---

Kaynak: Yazar tarafından oluşturuldu

1.3.2.1. Teoriler

Psikolojik iyi oluş üzerine yapılan çalışmalarda kullanılan çeşitli teorik çerçeveler, kavramlar ve değişkenler incelendiğinde, psikolojik iyi oluşun karmaşık, çok yönlü ve çok boyutlu bir yapı olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır. Bu durum, psikolojik iyi oluş gibi karmaşık bir kavramın tam açıklamasını sunabilen tek bir teorinin nadiren bulunabildiği gerçek dünyanın gerçekliğini yansıtır ve psikolojik iyi oluş hakkındaki anlayışı ve bilgiyi zenginleştirmek için birden fazla çerçevenin etkileşimine ve birleşimine ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla, bu teorik perspektiflerin analizi, bazıları doğrudan psikolojik iyi oluşunu tanımlarken, diğerleri psikolojik iyi oluşu öncüllerine açıklamalar sağlayarak ve bunların iyi oluşu nasıl şekillendirdiğini ve etkilediğini açıklayarak, dolaylı olarak etkileyen çok sayıda çerçeve ortaya koymaktadır.

Tablodan açıkça görüldüğü üzere bazı çalışmalar, Han vd. (2022) tarafından Seligman'ın PERMA modelini kullanan çalışmalar ve Selem vd. (2022) ve Li vd. (2023) tarafından yapılan çalışmalar gibi doğrudan iyi oluş ile ilgili teorik çerçeveye açıkça argümanlarını dayandırmaktadır. Bu çalışmalar psikolojik iyi oluş için klasik çerçevelere (Ryff, Keyes, Diener) bağlamış ve bunları araştırma bağlamına ve çalışmalarındaki katılımcılara uyarlamıştır. Han vd. (2022) çalışmalarında Seligman'ın PERMA modelini (olumlu duygu, katılım, ilişkiler, anlam, başarı) ve açıklayıcı stili birleştirerek turizm çalışanlarının psikolojik iyi oluşunu incelemiş ve iyimser ve kötümser açıklayıcı stillerin etkisini test etmiştir. Bu çalışmadaki açıklayıcı stillerini analize dahil edilerek bilişsel bir perspektifini eklemiştir. Çalışma Çin'de yürütüldüğünden, bu teorik kombinasyon ve nicel analiz, farklı kültürel ortamların psikolojik iyi oluş bilgisine zengin tartışmalar ve değerli sonuçları sunmuştur. Selem vd. (2022) tarafından yapılan bir başka çalışma, hem hedonik hem eudaimonik perspektifleri kullanarak psikolojik iyi oluşunu kavramsallaştırmıştır. Hedonik iyi oluş, olumsuz deneyimlerden kaçınırken zevk ve yaşam doyumunu aramakla ilişkili olurken (Keyes vd., 2002), eudaimonik iyi oluş, benliğin ifadesine ve hayatta anlam ve amaç arayışına dayanmaktadır (Ryff ve Singer, 2008). Dahası, Li vd. (2023) de psikolojik iyi oluşu (özerklik, kendini kabul etme, amaç, olumlu ilişkiler) tanımlamak için Ryff ve Keyes'in modellerini kullandı. Bu çalışmanın amacı, geçici işlerde çalışanların COVID-19'un psikolojik iyi oluşunu nasıl etkilediğini incelemektedir ve bunun teorik altyapı oluştururken farklı iyi oluş türlerinin derinlemesine tartışılmıştır.

Ancak, çeşitli faktörlerin psikolojik iyi oluşunu nasıl etkilediğini açıklamada önemli bir rol oynayan dolaylı teorik çerçeveler de vardır. Örneğin, öz-belirleme teorisi veya sosyal

değişim teorisi, psikolojik iyi oluşu başlı başına tanımlamaz; bunun yerine, stres, dayanıklılık ve destekleyici iklimler gibi öncüllerin psikolojik iyi oluşunu nasıl etkilediğini açıklamaktadır. Bu dolaylı çerçeveler, çevresel ve kişisel faktörlerin psikolojik iyi oluşa giden veya ondan uzaklaşan yolları nasıl şekillendirdiğini ortaya koyan açıklayıcı mekanizmalar sunmaktadır. Böylece psikolojik iyi oluşu hem bir sonuç hem de dinamik bir süreç olarak genel anlayışını zenginleştirmektedir. Bu anlamda en çok kullanılan çerçeveler arasında, psikolojik iyi oluşun temel teorilerinden biri olan Öz-Belirleme Teorisi, ki bu teori Ryff'in Psikolojik İyi Oluş modelinde de yer almaktadır. İncelenen literatürün toplam 21'in beşinde ya tek olarak veya diğer teorilerle birlikte açıklamaktadır. Örneğin (Houge Mackenzie ve Raymond, 2020) ve (Houge Mackenzie vd., 2020) tarafından yapılan çalışmalarda, macera rehberlerinin deneyimlerini incelemek ve bu tür rehberliği etkileyen faktörler etrafında kavramsal bir model oluşturmak için, Öz-Belirleme Teorisi ana çerçeve olarak kullanılmıştır. Lin vd. (2022) çalışmasında iş-aile çatışmasını ve tur liderlerinin psikolojik iyi oluşuna yansımalarını incelemek için Planlı Nefes Alma ve Kaçınan Boş Zaman başa çıkma stilleri ile birleştirirken, Gip vd. (2022) çalışmasında örgütsel insanlıktan çıkarma ile iki sonuç değişkeni olan hizmet iyileştirme performansı ve hizmet sabotajı arasındaki ilişkinin psikolojik iyi oluş aracılığı etkisini incelemek için, ikinci en yaygın teori olan Kaynakların Korunumu ile birleştirilmiştir. Kaynakların Korunumu Teorisi, iş-boş zaman çatışması (Tsaor ve Yen, 2018), kadın tur rehberlerin cinsel tacizi incelenmesi (Alrawadiehd vd., 2022) ve kişisel kaynakların etkili başa çıkmayı nasıl sağladığı ve iyi oluşunu nasıl koruduğu (Vrontis ve diğerleri, 2023) bağlamında psikolojik iyi oluşu incelemek için teorik altyapı olarak kullanılmıştır. Vrontis ve diğerlerinin (2023) çalışmasında, risk algısının (COVID-19 korkusu ve algılanan tehdit) duygu odaklı başa çıkma ve sorun odaklı başa çıkma stratejileri aracılığıyla, otelcilik ve turizm çalışanlarının psikolojik iyi oluşu nasıl etkilediğini anlamak için, Koruma Motivasyonu Teorisi ile birleştirilmiştir. Koruma Motivasyonu Teorisi ayrıca Selem ve diğerleri (2022) tarafından Atıf Teorisiyle birlikte kullanılmıştır. Atıf Teorisi Kim ve diğerleri (2021) tarafından konaklama şirketlerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ekip çalışması geliştirme yoluyla çalışanların iyi oluşunu ve iş performansını nasıl iyileştirdiğini incelemek için ikili endişe teorisiyle birlikte kullanılmıştır. Örgütsel bağlamda yürütülen çalışmalar, Atar ve Konaklıoğlu'nda (2018) dönüşümsel ve işlemsel, Erkutlu ve Chafra'da (2016) aidiyet teorisine dayanan yardımsever liderlik gibi farklı liderlik teorilerinden bilgi alarak farklı değişkenler arasındaki etkileri ve ilişkileri test etmektedir. Atar ve Konaklıoğlu (2018), liderlik tarzının, psikolojik iyi oluşu olumsuz etkileyen aracı örgütsel sinizmi daha da besleyen örgütsel sessizliği nasıl yaratabileceğine dair bir cevap bulmaya çalışırken, Erkutlu ve Chafra (2016),

yardımsever liderliğin psikolojik iyi oluşu nasıl etkilediğini ve bu ilişkinin sosyal değişim teorisinde kök salmış olan psikolojik güvenlik ve psikolojik sözleşme kopma değişkeninden nasıl etkilendiğini incelemiştir. Son olarak, Kahn'ın (1981) modeli, Chen ve Chen'in (2021) çalışmasında, COVID - 19 salgını sırasında üç stres faktörünün (finansal zorluk, pandemi kaynaklı panik ve sosyal izolasyon) psikolojik sıkıntıya (bozulmuş refah) ve konaklama sektöründen ayrılma niyetine nasıl katkıda bulunduğunu incelemek için kullanılmıştır.

Bazı çalışmaların belirli bir kuramsal çerçeveye atıfta bulunmadığını belirtmek önemlidir (Al Doghan ve Talat, 2023; Adam vd., 2023; Kimbu vd., 2021; Mensah vd., 2023; Yoo, 2023). Ancak aynı zamanda, bu çalışmalar önceki literatüre yapılan atıflar ve bulgular doğrultusunda çeşitli kavramları listelemiş ve tartışmıştır. Bu yaklaşımı temel alarak model geliştiren çalışmalarda, bu çeşitli yapıların psikolojik iyi oluşun önemli göstergeleri olarak görüldüğü düşünülmüştür. Bir örnek verilmek gerekirse, Yorulmaz ve Başol (2024) tarafından önerilen çerçeve, iyi oluşun, özellikle zorlu denizcilik çalışma ortamlarında, örgütsel iklim faktörleri ile bireysel psikolojik kaynaklar (güvenlik iklimi, psikolojik sermaye ve etik iklim algıları gibi) arasındaki dinamik etkileşimler tarafından nasıl şekillendirildiğini vurgulamaktadır. Bu durum, bazı çalışmaların psikolojik iyi oluşu tanımlarken, doğrudan belirli bir kuramsal modele ya da açıkça tanımlanmış öncül değişkenlere dayanmadığını göstermektedir. Bunun yerine, bu çalışmalar mevcut literatürden yararlanarak çevresel kavramları çerçevelendirmekte ve bu unsurların psikolojik iyi oluşun anlaşılmasına ve açıklanmasına anlamlı katkılar sağlayabileceğini öne sürmektedir.

Teorik temele ilişkin son açıklamalarda, bazı çalışmalarda psikolojik iyi oluşu öznel bir durum ve çalışanların ruh sağlığı veya psikosomatik semptomlara ilişkin algılarını güçlendiren duygu deneyimi olarak kavramsallaştıran literatüre atıfta bulunulduğu görülmüştür (Gip vd., 2022). Literatürde, çoğu bu tezin ilk bölümünde de belirtilen, farklı iyi oluş türlerine atıfta bulunarak iyi oluş terimlerinin kullanımı konusunda önemli farklılıklar olduğu gözlemlenebilir. Ancak, belirgin olan şey, çalışmalarındaki yazarların çoğunun psikolojik iyi oluş kavramlarının daha derin ve ayrıntılı teorik tartışmasına girmemiş olmasıdır. Bağlam veya seçilen katılımcı segmenti (konaklama sektörü çalışanları, göçmenler, geçici işçiler, yat işçileri) ve uygulanan metodoloji türü (niceliksel) ne kadar belirliyse, psikolojik iyi oluş ile ilişkilerini incelemek için yeni değişkenler tanıtan çalışmalar o kadar fazlaydı. Bu durumlarda, liderlik, sosyal projeler veya stresle başa çıkma, iş-yaşam/iş-aile dengesi, dayanıklılık ve benzeri gibi bazı kişisel kaynaklar gibi örgütsel ortamlarla ilgili değişkenleri açıklamak için çeşitli teorik çerçevelerin kullanıldığı fark edilmektedir. Bunlar, psikolojik iyi oluş hakkında teorik bilgiyi dolaylı olarak

bilgilendiren ve zenginleştiren unsurlar olarak düşünülebilir. İyi oluş konusu, tüm farklı türleriyle onlarca yıldır inceleniyor olsa da, bu kavramın teorik ayrımları konusunda hâlâ belirsizlik olduğu sonucuna varılabilir (Selem vd., 2022). Bu durum, muhtemelen iyi oluşu doğrudan ve/veya dolaylı olarak açıklamaya çalışan farklı kuramsal çerçevelerin çeşitli şekillerde bir araya getirilmesine ve aynı zamanda önceki çalışmaların bulgularından oluşan geniş bir literatürün, psikolojik iyi oluşun anlaşılmasına katkı sağlamaya devam etmesine neden olacaktır.

1.3.2.2. Bağlam

Çalışmaların yürütüldüğü bağlama baktığımızda, Asya'daki ülkelerin psikolojik iyi oluş üzerine seçilen literatürde önemli bir role sahip olduğunu görebiliriz. Bunlar arasında Çin, Güney Kore, Tayvan ve Suudi Arabistan bulunmaktadır. Bununla birlikte, Afrika'daki Gana ve Mısır, İngiltere ve ABD gibi diğer kıtalarda ve ülkelerde çalışmalar yürütülmüştür ve ayrıca Yeni Zelanda'da yürütülen iki nitel çalışma bulunmaktadır. Bu incelemenin kapsamındaki 21 çalışmadan altısının Türkiye'de yürütülmüş olması ilgi çekmektedir; bunlardan biri Türkiye ile İtalya arasında çok nadiren kullanılan karşılaştırmalı bir çalışmadır (Atar ve Konaklıoğlu, 2018). Son olarak, kapsamı itibarıyla dünyanın her yerinden çalışanları hedefleyen bazı çalışmalar vardı. Buna göre, Vrontis ve diğerlerinin (2023) çalışmasında araştırma, dünya çapında faaliyet gösteren 100 şirketin kapsamındaki farklı çalışanlar ve yöneticiler arasında yürütülmüştür.

Katılımcıların en yaygın araştırılan grubu açık ara otelcilik sektörü çalışanlarıdır (Gip vd. 2022; Atar ve Konaklıoğlu, 2018; Selem vd. 2022; Al Doghan ve Talat, 2023; Erkutlu ve Chafra, 2016). Bu anlaşılabilir bir durumdur çünkü otel çalışanlarının iyi oluşu oldukça önemli, çünkü yüksek stres ve yoğun müşteri talepleriyle karakterize edilen çalışma ortamları psikolojik sağlıklarını önemli ölçüde etkiler (Chen ve Chen, 2021). Konaklama sektöründeki kariyerler genellikle yalnızca finansal ödüllerden ziyade içsel motivasyonla yönlendirildiğinden, adanmış bir iş gücünü sürdürmek için çalışanların iyi oluşunu desteklemek esastır. Sonuç olarak, otel çalışanlarının iyi oluşunu incelemek yalnızca bireysel sağlığı ele almakla kalmaz, aynı zamanda otelcilik sektörünün genel sürdürülebilirliğine ve etkinliğine de katkıda bulunur (Yoo, 2023). Ayrıca, COVID-19 salgınıyla birlikte ortaya çıkan yeni koşullar nedeniyle, turizm ve otelcilik çalışanlarının psikolojik iyi oluşu üzerine önemli çalışmalar yürütülmüştür. Bu bağlamda, yine çalışma katılımcıları arasında otelcilik sektörü çalışanları (Mensah vd., 2023; Chen ve Chen, 2021), daha geniş turizm bağlamında çalışanlar (Vrontis vd., 2023; Kimbu vd., 2021), göçmenler (Adam vd., 2023) ve geçici iş sektöründe çalışanlar (Li vd., 2023) bulunmaktadır.

Ayrıca, bazı çalışmaların tek bir sektörden değil, turizm endüstrisindeki farklı sektörlerin birleşiminden gelen katılımcıları da kapsadığını belirtmekte fayda var (Adam vd., 2023; Kim vd., 2021; Yoo, 2023; Tsaur ve Yen, 2018; Han vd., 2022). Daha önce bahsedilen geçici işlerde çalışanlar (Li vd., 2023) ve yat mürettebatı çalışanları (Yorumlaz ve Başol, 2024) gibi odak noktasında turizmle ilgili oldukça spesifik katılımcılarla olan çalışmalar da vardı. Son olarak, mevcut tez çalışmasının bağlamı tur operatörü temsilcileri olduğundan, bu belirli grubun psikolojik iyi oluş halinin şu anda incelenen literatür kapsamında araştırılmadığı açıktır. Ancak, bu katılımcı grubuna en yakın olanı, nicel bir araştırma tasarımıyla Tayvan'daki 288 tur liderinin iş-aile çatışması ve boş zamanlarını en iyi şekilde değerlendirmek için başa çıkma mekanizmalarıyla ilgili psikolojik iyilik hallerini inceleyen Lin vd. (2022) tarafından yapılan çalışmada araştırılmıştır. Şu anda incelenen çalışmaların yürütüldüğü bağlamla ilgili değerlendirmenin son kısmı için kadın tur rehberlerinin özel odakta olduğunu belirtmek önemlidir (Alrawadieh vd. 2022; Houge Mackenzie vd., 2020; Houge Mackenzie ve Raymond, 2020;). Houge Mackenzie ve diğerleri (2020) ile Houge Mackenzie ve Raymond (2020) kadın macera tur rehberlerine odaklanırken, Alrawadieh ve diğerleri (2022) tarafından yapılan çalışmada ana hedeflerden biri, kadın tur rehberlerinin yaşadığı cinsel tacizin psikolojik iyi oluşunu ve iş tatminlerini nasıl etkilediğini araştırmaktır. Belirli bir grubu etkileyen hassas ve genellikle göz ardı edilen bir konuya ışık tutarak, özellikle insana yakışır iş, cinsiyet eşitliği ve ruh sağlığı ile ilgili olanlar olmak üzere küresel sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin ilerlemesine de katkıda bulunmaktadır.

1.3.2.3. Yöntem

Literatür tarama tablosuna (Tablo 1.6) hızlıca bir göz atıldığında, çalışmaların çoğunluğunun nicel araştırma tasarımı benimsediği, sadece üç nitel çalışmanın (Houge Mackenzie vd., 2020; Houge Mackenzie ve Raymond, 2020; Li vd., 2023) ve bir çalışmanın (Kimbu vd., 2021) karma yöntem tasarımı kullandığı sonucuna varılabilir. Her bir çalışmadaki metodoloji seçimi, açıkça araştırma amacı, teorik yönelimi, bağlamsal ortamı ve katılımcı seçimi tarafından şekillendirilmiştir.

İncelenen çalışmaları teorik temelleri üzerinden incelediğimizde, çerçevelerin ve kavramsal yaklaşımların çeşitli kombinasyonlarının büyük ölçüde nicel araştırma tasarımlarının baskınlığından etkilendiği ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmalar genellikle psikolojik iyi oluş ile diğer değişkenler arasındaki etkileri ve ilişkileri ampirik olarak test etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda yürütülen nicel çalışmaların daha fazla incelenmesi, gerçek zamanlı ve çevrimiçi anketlerin esas olarak veri toplama aracı olarak kullanıldığı, analizler

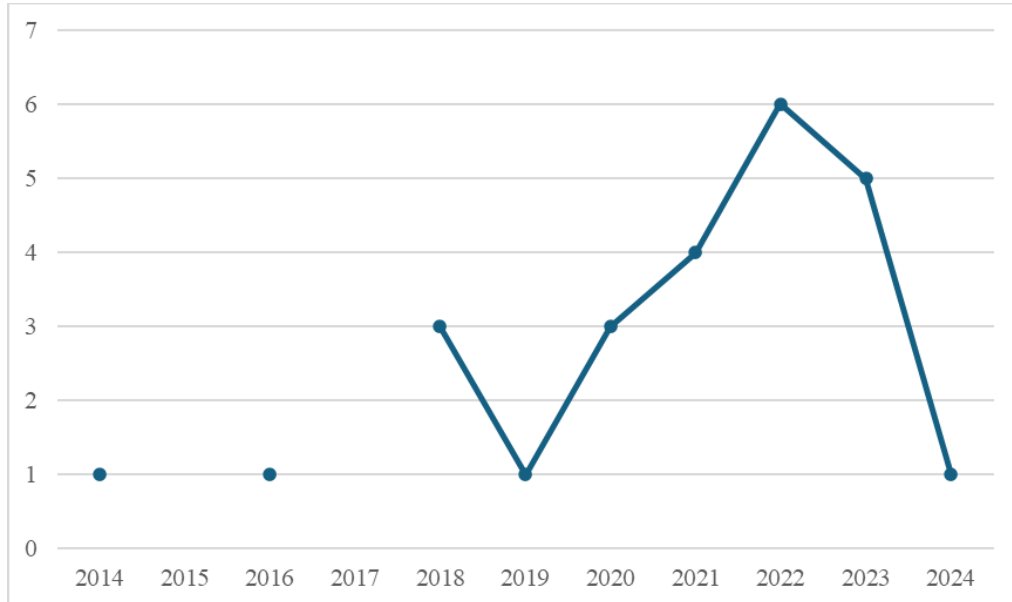
arasında farklı türde regresyon analizi ile SEM ve PLS SEM'in yaygın olarak uygulandığı sonucuna varmıştır. Bununla birlikte, psikolojik iyi oluşu ölçmek için kullanılan ölçeklerin çeşitliliğinden de bahsetmek gerekmektedir. Çalışmalar arasında, mevcut tezde yapılan teorik seçimle uyumlu olan Ryff'in 17 maddelik ölçeğini kullanan Erkutlu ve Chafra (2016) çalışmasında yer almıştır. Dahası, Ryff'in çerçevesine dayanan WHO-5 iyi oluş ölçeğini Yoo (2003) çalışmasında kullanmıştır. Son olarak, bu çalışma kapsamında incelenen nicel çalışmaların çoğunda, psikolojik iyi oluş, varsayılan modellerde bağımlı veya sonuç değişkeni olarak test edilmiştir. Ancak, psikolojik iyi oluşun aracılık etkisini test eden çalışmalar (Gip vd. 2022; Selem vd. (2023) da vardı, ki bu çalışmalarda psikolojik iyi oluşun diğer değişkenleri ve bunlar arasındaki ilişkileri etkileme gücünü öne sürmektedir. Gip vd. (2022) tarafından yapılan araştırmaya göre, psikolojik iyi oluşun, örgütsel insanlıktan çıkarma ile hizmet iyileştirme performansı arasındaki ilişkinin yanı sıra, örgütsel insandışlaştırma ile hizmet sabotajı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği bulunmuştur. Dahası, Selem vd. (2023) tarafından yapılan çalışmada elde edilen bulgular, COVID-19 korkusu ile işten ayrılma niyeti ve depresyon arasındaki ilişkilerde, psikolojik iyi oluşun aracılık rolünü ortaya koymaktadır. Bu tespitler, daha önce de belirtildiği gibi, psikolojik iyi oluş kavramının karmaşık ve çok yönlü doğasını kanıtlamaktadır.

Nitel çalışmalara baktığımızda, çoğunlukla veri toplama yöntemi olarak görüşme kullanılırken, Li vd. (2023) tarafından yapılan çalışmada ek olarak günlük tutma kullanılmıştır. Analiz seçimine gelince, tematik ve içerik analizi yürütülmüştür. Li vd. (2023), COVID-19 sırasında paylaşım ekonomisi çalışanları arasında güvencesiz geçici çalışanların, psikolojik iyi oluşun çoklu yönlerini nasıl etkilediğini incelemeyi amaçlayan çalışmalarında, dört iyi oluş boyutunu açıkça tanımlamış ve birbirinden ayırmıştır. Bu dört boyut arasında, daha ayrıntılı olarak açıklanan ve kavramsal netlik sağlanan fiziksel, psikolojik, sosyal ve öznel iyş oluş vardır. Ancak, diğer nicel yaklaşımlarda olduğu gibi, bu belirli turizm çalışanı grubu için psikolojik iyi oluşun bağlamsal veya yaşanmış nüanslarının derinlemesine tartışılması hâlâ sınırlıdır. Bu nedenle, psikolojik iyi oluş olgusunun nüanslarını daha fazla aydınlatmak ve onu daha iyi anlamak için, daha nitel araştırma tasarımları ve yaklaşımlarının kullanılabileceği sonucuna varılabilir. Diğer iki nitel çalışmaya baktığımızda (Houge Mackenzie et.al. 2020; Houge Mackenzie ve Raymond, 2020) her ikisi de Yeni Zelanda'da macera tur rehberleri arasında yürütülmüştür. Nitel araştırma tasarımı ve tematik ve içerik analizi yoluyla bu çalışmalar, psikolojik iyi oluş ile ilişkili olarak kara, su ve hava tabanlı aktivitelerdeki kadın macera turizmi rehberlerinin deneyimlerini keşfetmeyi ve anlamayı ve kavramsal model sağlayarak psikolojik iyi oluşu çevreleyen temel faktörleri tanımlamayı amaçlamıştır.

İncelemede tanımlanan tek karma yöntemli araştırma, Gana'daki turizm çalışanlarının psikolojik ve sosyal iyi oluşu üzerinde COVID-19 ile ilişkili iş kaybı ve gelir azalmasının etkisini incelemiştir. Çalışmanın nicel kısmında, altı turizm alt sektöründen 400'den fazla katılımcının anket verileri toplanmışken, işten çıkarılmış 15 çalışanla yapılan derinlemesine görüşmelerle nitel veriler toplanmıştır. Bu çalışma, istatistiksel eğilimleri zengin anlatı içgörülerıyla bütünleştirerek, bu karma yöntemli tasarımın yalnızca bir kriz bağlamında psikolojik iyi oluş anlayışını derinleştirmekle kalmayıp, aynı zamanda turizm çalışanlarının karşılaştığı karmaşık ve çok yönlü gerçeklikleri yakalamada metodolojik çoğulculuğun değerini de gösterdiğine dair iyi bir örnek teşkil etmektedir. Gelecekteki araştırmalara tek yöntemli yaklaşımların sınırlamalarının ötesine geçmek adına karma yöntemi iyi bir yön sunmaktadır.

1.3.2.4. Genel Bir Değerlendirme ve Literatürde Tespit Edilen Boşluklar

Turizm çalışanlarının psikolojik iyi oluşu yıllar itibari ile ne ölçüde araştırıldığını göstermek üzere şekil 1.4.'te yıllara göre dağılım gösterilmiştir. Şekilde görüldüğü üzere, çalışmaların 2020 yılından başlayarak artış gösterdiği, 2022 yılında en üst noktaya ulaştığı görülmektedir ve bu durum, yapılan çalışmaların COVID-19 pandemi döneminde turizm sektöründeki çalışanlarının iyi oluşu üzerinde daha fazla odaklandığını ispatlamaktadır.



Şekil 1.4. Turizm Çalışanlarının Psikolojik İyi Oluşu Araştırmalarının Yıllara Göre Dağılım
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Şekilden de açıkça görüldüğü üzere, COVID-19 krizi sırasında turizm ve konaklama sektörü çalışanları arasında Psikolojik İyi Oluş konusuna yönelik ilgi ve bu alandaki çalışmaların sayısında artış yaşanmıştır. Pandemi, işyeri ortamlarını önemli ölçüde etkileyen belirli bir bozucu olgu olarak değerlendirilmiştir. Bu dönemde yürütülen, çoğunlukla nicel çalışmalarda farklı çalışan türleri incelenmiş; ayrıca psikolojik iyi oluş, COVID-19 korkusu ile hem işten ayrılma niyeti hem de depresyon arasındaki ilişkide kısmen aracılık eden bir değişken olarak ele alınmıştır (Selem vd., 2022).

Bu literatürden çıkarılabilecek temel sonuç, psikolojik iyi oluşun turizm ve konaklama çalışanları bağlamında yürütülen çalışmalarda merkezi bir rol oynadığıdır. Ayrıca mevcut literatürde sunulan bulgular, yalnızca dışsal ya da örgütsel faktörlerin değil, bireyin işe ilişkin etmenlere nasıl yanıt verdiğini doğrudan şekillendiren kişisel kaynakların da büyük öneme sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, söz konusu bireysel kaynakların düzenleyici (moderating) etkilerini kanıtlamaktadır. Bu durum, turizm sektöründeki çalışanların psikolojik iyi oluşunun artırılabilmesi için, hem bireysel destek sistemlerinin hem de örgütsel uygulamaların birlikte ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, örgütsel iklimin (örneğin örgütsel destek, liderlik tarzı, iş güvencesi iklimi vb.), konaklama sektörü, yat turizmi, rehberlik ya da gig çalışanlar gibi çeşitli bağlamlarda, psikolojik iyi oluşun temel belirleyicilerinden biri olduğu sonucuna varılabilir. Dolayısıyla, destekleyici çalışma ortamına dair algılar ve olumlu zihinsel eğilimler (iyimser atıf tarzları, psikolojik dayanıklılık ve başa çıkma mekanizmaları gibi), farklı turizm çalışanları arasında iyi oluş düzeyini desteklemektedir. Ayrıca, Yorulmaz ve Başol (2024) tarafından denizcilik bağlamında yürütülen çalışma, turizm sektörü içinde sektör-özü çalışmaların neden hayati olduğunu ortaya koyan çarpıcı bir örnek teşkil etmektedir. Bu çalışma ile birlikte, COVID-19 sürecinde gig çalışanlarının dayanıklılığına ya da kıdemin düzenleyici rolüne (Gip vd., 2022) odaklanan diğer araştırmalar, psikolojik iyi oluşun şekillenmesinde bireysel psikolojik kaynakların – başa çıkma stratejileri, iş-yaşam dengesi ya da uyum sağlama kapasitesi gibi – önemini vurgulamaktadır. Bu çalışmaların tümü, psikolojik iyi oluşun bağlamsal olarak derinlemesine yerleşik olduğunu ve hem bireysel geçmişlerden hem de yapısal koşullardan etkilendiğini desteklemektedir. Bu nedenle, turizm alt sektörlerinin araştırılmasına devam edilmesi, yalnızca gerekçelendirilmiş değil, aynı zamanda farklı çalışma ortamlarında ortaya çıkan özgün iyi oluş örüntülerini ortaya koymak açısından da zorunludur.

Turizm ve konaklama sektöründe çalışanların psikolojik iyi oluşuna yönelik yapılan ampirik çalışmalar çoğu zaman "beklenmedik" sayılabilecek sonuçlar ortaya koymaktadır.

Örneğin, Gip ve arkadaşlarının (2022) bulguları, insanlık dışı muamele gibi olumsuz örgütsel deneyimlerin psikolojik iyi oluş üzerinde her zaman tek tip ve zararlı etkiler yaratacağı yönündeki yaygın varsayıma meydan okumaktadır. İlginç bir şekilde, söz konusu çalışma, örgütte geçirilen sürenin (kıdemin) bu olumsuz etkiyi azaltabileceğini, yani turizm çalışanlarının zamanla uyum sağlayıcı mekanizmalar geliştirdiğini ya da deneyimlerini yeniden çerçevelediklerini ortaya koymaktadır. Bu durum, psikolojik iyi oluşun değerlendirilmesinde zamansal ve deneyimsel faktörlerin dikkate alınmasının önemini vurgulamaktadır. Teorik olarak zararlı olduğu varsayılan bir olgu (ve insanlık dışı muamele bu tür bir olgu olarak değerlendirilebilir), uygulamada bireysel ve bağlamsal değişkenlere bağlı olarak farklı şekilde algılanıp işlenebilmektedir. Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde, psikolojik iyi oluş dinamik bir olgu olarak ele alınmalıdır; bu da her "olumsuz" değişkenin her bireyde veya her zaman diliminde aynı şekilde işlemediğini varsayar.

İncelenen literatürün analizinden çıkarılabilecek bir diğer önemli sonuç ise, psikolojik iyi oluşun bağlamsal ve dinamik doğasını dikkate alan ve statik modellerin ötesine geçen bir anlayışın geliştirilmesi gerektiğidir. Daha önceki çeşitli çalışmalarla birlikte, Yorulmaz ve Başol (2024), psikolojik iyi oluşun yalnızca liderlik ve örgütsel iklim gibi dışsal faktörler tarafından şekillendirilen bir olgu olmadığını, aynı zamanda kendisi de şekillendirici bir unsur olarak işlev gördüğünü vurgulamaktadır. Bu iki yönlü ilişki, çalışanların psikolojik durumlarının örgütsel çevreyi nasıl algıladıkları ve bu çevreye nasıl tepki verdikleri üzerinde etkili olabileceğini göstermekte; dolayısıyla psikolojik iyi oluşun hem bir sonuç hem de bir neden olarak işlev görebileceğini ortaya koymaktadır. Bu tür bulgular, araştırmacıları yalnızca doğrusal nedenselliklere dayanan yaklaşımlar yerine, bir döngü içinde tekrar eden ve evrim geçiren etkileşimleri hesaba katan daha karmaşık kavramsal çerçeveler benimsemeye teşvik etmektedir.

Psikolojik iyi oluşun döngüsel ve evrim geçiren doğasını tam olarak kavrayabilmek için, gelecekteki araştırmaların, iyi oluş düzeyindeki değişimleri zaman içinde ve farklı örgütsel ya da yaşam evrelerinde izleyebilecek boylamsal desenlerden faydalanması yararlı olacaktır. Buna ek olarak, karma yöntem yaklaşımları, özellikle yaşantıların belirleyici olduğu ve yeterince incelenmemiş turizm alt sektörlerinde, nicel örüntüleri nitel anlatılarla birleştirerek daha derinlemesine içgörüler sunabilir. Bu tür bir yöntemsel çoğulluk, psikolojik iyi oluşunun turizm sektöründe nasıl inşa edildiğini, sürdürüldüğünü veya kesintiye uğradığını daha bütüncül ve bağlama duyarlı bir şekilde anlamayı mümkün kılacaktır.

Bu çalışmanın amacı ve tasarımı doğrultusunda gerçekleştirilen araştırma, aynı zamanda literatürdeki aşağıdaki boşlukları doldurmayı hedeflemektedir:

- Ampirik çalışmalara dair geniş bir literatür bulunmasına rağmen, bu çalışmaların çoğu psikolojik iyi oluşa ilişkin doğrudan kuramsal çerçeveye yeterli düzeyde yer vermemekte, bu çerçeveyi açıklayıp uygulamaya dökmemektedir. Bu eksiklik, mevcut tezin odaklandığı başlıca alanlardan biridir; zira araştırma tasarımı, veri toplama araçları ve analiz süreci, Ryff'in psikolojik iyi oluşun altı boyutlu modeli temel alınarak yapılandırılmıştır.
- İncelenen literatürde dikkat çeken bir diğer boşluk, psikolojik iyi oluşa dair kavramların tutarsız ve birbirinin yerine kullanılmasıdır. Örneğin, Chen ve Chen (2021) çalışmalarında “iyi oluş”, “öznel iyi oluş” ve “psikolojik iyi oluş” terimlerini birbirinin yerine kullanmakta, kavramsal ayrımlara açıklık getirmemektedir. Benzer şekilde, Al Doghan ve Talat (2023) “psikolojik sağlık” terimini hipotezlerinde kullanmakta, ancak kullandıkları ölçekler ve kavramsal çerçeve psikolojik iyi oluş ile daha uyumludur. Kimbu ve arkadaşları (2021) ise psikolojik iyi oluşu, temelde zihinsel sağlık tanısında kullanılan Genel Sağlık Anketi ile ölçmüş ve bu da psikolojik iyi oluş ile ruh sağlığı arasındaki sınırların daha da bulanmasına neden olmuştur. Mevcut çalışma, bu kavramsal belirsizliğe yanıt olarak, yalnızca kuramsal temellere dayalı ve açıkça tanımlanmış bir yapı olan psikolojik iyi oluşa odaklanmakta ve öznel iyi oluş ile psikolojik iyi oluşun tarihsel gelişimini detaylı bir biçimde ele alarak, turizm ve konaklama araştırmalarında kuramsal netlik ve kavramsal kesinlik sağlamayı amaçlamaktadır.
- Mevcut literatürde tur rehberleri, temsilciler ve liderler üzerine yapılan çalışmalar oldukça sınırlı sayıdadır ve bu çalışmaların çoğu nicel araştırma tasarımı ile yürütülmüştür. Bu çalışma, nitel ve fenomenolojik bir yaklaşımla, bu yeterince araştırılmamış turizm profesyonellerinin deneyimlerine dayalı, bağlam zengini içgörüler sunmayı amaçlamaktadır.
- Tur rehberi, transfer görevlisi, otel rehberi ve tur operatörü temsilcisi gibi rollerin birbirini tamamlayıcı ve ilişkili yapısı göz önünde bulundurularak, bu çalışma bu gruplara özellikle odaklanmaktadır. Bu tür bir örneklem seçimi, söz konusu meslek gruplarının ortak mesleki zorluklarını ve yaşanmış deneyimlerini daha derinlemesine anlamaya olanak tanırken, aynı zamanda roller arasındaki ayrımlara da saygı göstermektedir.

- Tur operatörü temsilciliği rolü yüksek düzeyde karmaşıklık, duygusal emek ve bağlama özgü stres faktörleri ile karakterizedir. Bu çalışma, bu mesleğin psikolojik iyi oluşunu şekillendiren temel boyutları ortaya koymayı ve bu sıklıkla göz ardı edilen turizm çalışanları segmentine dair derinlemesine bir anlayış geliştirmeyi hedeflemektedir.
- Yöntemsel açıdan, bu çalışma fenomenolojik bir araştırma olarak kurgulanmıştır. Katılımcılardan yaşanmış deneyimlerini hatırlamaları istenecektir ve bu süreç, Ryff'in Psikolojik İyi Oluş Modeli temel alınarak geliştirilen yarı-yapılandırılmış sorular aracılığıyla yürütülecektir. Veri toplama sürecinde bire bir görüşmelere ek olarak odak grup görüşmeleri de gerçekleştirilecektir. Ayrıca, bu çalışmanın yazarı, Antalya destinasyonunda iki yıl boyunca tur operatörü temsilcisi olarak çalışmış olduğundan, bu süreçte tuttuğu yansıtıcı gözlem notları da veri setine dahil edilmiştir. Bu, psikolojik iyi oluşun turizm çalışanları - özellikle tur operatörü temsilcileri - bağlamındaki daha geniş akademik literatürü içerisinde ek bir veri toplama yöntemi ve nitel veri türü olarak değerlendirilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

TUR OPERATÖRÜ TEMSİLCİLERİNİN PSİKOLOJİK İYİ OLUŞUNA YÖNELİK NİTEL BİR İNCELEME: ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1. Araştırma Yöntemi

Bu başlık altında araştırmanın amacı ve önemi, varsayımları ve sınırlılıkları, araştırma soruları, araştırma konusu ve alanın seçimi, yazarın sektör tecrübesi, araştırma grubu, veri toplama araçları, yarı yapılandırılmış görüşme süreci, veri analizi, araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği detaylı şekilde sunulmuştur.

2.1.1. Araştırmanın amacı ve önemi

Tur operatörü temsilcileri, destinasyonda acentanın misafirleri ile ilk temasa geçen çalışanlar olduğu gibi, onları karşılarken stresli ve öngörülemeyen durumlara maruz kalan, misafirlerin destinasyondan ayrılması durumunda olumlu ve olumsuz eleştiri ve yorumlarla karşılaşan, her gün duygusal çaba harcayan kişilerdir. Bütün bu varsayımlara rağmen, ilgili literatürde ve sektörde, özellikle tur operatörü ortamında bu probleme yeterince önem verilmediği düşünülmektedir.

Bu çalışma, tur operatörü temsilcilerinin çalışma koşullarının, genel yaşam kaliteleri ve psikolojik iyi oluşu daha derin bir şekilde anlamak için nitel ve fenomenolojik yaklaşımı benimsemiştir. Ayrıca bu çalışma, Antalya destinasyonunda görev yapan Sırp tur operatörü temsilcilerin iyi oluş hakkında bir çıkarımda bulunmak ve iyi oluşunu sağlayacak olan mekanizmaları önermeyi amaçlamaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Antalya bölgesinde faaliyet gösteren Sırp tur operatörü temsilcilerin Ryff'ın literatür taramada anlatan altı boyutlu psikolojik iyi oluşunu teorik çerçeveye dayanarak anlamayı hedeflemektedir. Bu araştırmanın sonucunda aşağıdakiler hedeflenmektedir :

- Tur operatörü temsilcilerinin deneyimini incelemek ve anlamak
- Tur operatörü temsilcilerinin fiziksel ve psikolojik durumlarını belirlemek
- Tur operatörü temsilcilerin fiziki çevre koşullarını ortaya koymak ve sosyal ilişkilerinin nasıl olduğunu belirlemek

- Tur operatörü temsilcilerinin iyi oluşunu sağlayacak mekanizmaları ortaya koymak

2.1.2. Araştırma soruları

Lehana ve arkadaşları (2009), herhangi bir araştırma sürecinin başarısı, kısmen araştırmacıların ilgili problemi araştırma sorusuna ne kadar iyi dönüştürebildiklerine bağlı olduğuna dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, araştırma sorusu “araştırma mimarisini, stratejisini ve metodolojisini belirleyen” önemli bir itici güç olduğunu ifade etmektedir. Genellikle, tek bir araştırma sorusuna odaklanmak tavsiye edilmektedir. Nitekim, kaynakların iyi bir şekilde kullanılmasını sağlayan çeşitli araştırma soruları da iyi bir araştırma stratejisi olabilmektedir (Lehana vd., 2009). Bu araştırma kapsamında cevaplanması gereken ana araştırma soruları şu şekildedir:

- Sırp tur operatörü temsilcileri psikolojik iyi oluş hallerini nasıl açıklamakta ve onların deneyimlerine dayanarak psikolojik iyi oluşlarını etkileyen çalışma süreçleri ve unsurlar nelerdir?
- Sırp tur operatörü temsilcilerinin çalışma sürecinde iyi oluşlarını artırmaya yönelik hangi stratejiler uyulanabilir?

2.1.3. Araştırma deseni

Bu çalışmada katılımcıların yaşam deneyimlerini derinlemesine anlamak amacıyla fenomenolojik yaklaşım kullanan nitel bir araştırma deseni kullanılmıştır. Bu çalışmada, Antalya bölgesinde çalışan Sırp tur operatörü temsilcilerinin deneyiminin, çalışma süreçlerinin ve karşılaştıkları sorunların, iyi oluş hallerini nasıl etkilediklerini daha iyi anlamak ve psikolojik iyi oluş fenomene derinlemesine odaklanmak amacıyla, fenomenolojik nitel yaklaşımı benimsenmiştir.

Fenomenolojinin bir yöntem olarak sistematik şekilde geliştirilmesi Edmund Husserl ile mümkün olmuştur. Husserl, fenomenolojiyi yalnızca bir algı süreci olarak değil, bilincin sürekli akan ve yönelimli yaşantıları aracılığıyla ortaya çıkan özlere ulaşma çabası olarak tanımlar. Ona göre fenomenoloji, var olan felsefi kuramlar yerine doğrudan fenomenlere yönelmeli, önyargılardan arınmış bir bilinçle ele alınmalıdır. Bu nedenle “yeniden fenomenlere dönelim” çağırısı, fenomenolojinin en bilinen temel ilkesine dönüşmüştür. Husserl’in bu yaklaşımı, olguların özünü kavramak için, bireyin dış dünyaya dair inançlarını ve yargılarını paranteze almasını, yani bilinçli bir şekilde askıya almasını gerektirir (Yalçın, 2022; Özalp ve Ergen, 2017).

Fenomenoloji, birkaç kişinin olgu veya kavramla ilgili algıları, duyguları, deneyimleri ve bakış açılarını anlamaya çalışan bir yaklaşımdır (Tekindal ve Arsu, 2020). Fenomenolojinin temel hedefleri, insanların deneyimlerini tanımlamalarını sağlamak ve belli bir durum konusundaki yaşantılarını nasıl değerlendiklerini göstermektir (Acar, 2014). Bununla birlikte fenomenoloji, insanların farkında oldukları ancak derin bir anlayışa sahip olmadıkları olguları araştırmaya odaklanan bir tasarımıdır. İnsanlar yaşadıkları dünyada olgularla farklı şekillerde karşılaşabilmekte, ancak bu olgular yabancı olmasa da her zaman tam olarak anlaşılamayabilirler (Acar, 2014). Bu noktada, farkında olunan ama anlamının tam anlamıyla kavranılamayan olguları, nesneleri ve davranışları inceleyen fenomenoloji, zengin bir fikir kaynağı olarak devreye girmektedir (Özdemir, 2018). Fenomenoloji, sağlık, psikoloji, sosyoloji, eğitim ve felsefe gibi sosyal bilimler alanlarında yaygın olarak kullanılmaktadır (Acar, 2014; Tekindal ve Arsu, 2020; Yalçın, 2022).

Fenomenoloji, sosyal ortamda bize sunulan sanıları ve kalıpları sorgulamamızı istemektedir. İnsanlar toplumsallaşma sırasında öğrenmiş olduğu bilgileri ile çevresini anlamaya çalışmak üzerine büyütülmüştür. Böyle benimsetilmiş düşünce biçimlerini içselleştirir ve onları doğrudan kabul edip doğal sayarlar (Özalp ve Ergen, 2017). Bununla birlikte, insan kendi gerçeklerini etrafıca düşünse de, kendisine uygun bulduğu bilgilerin iç yüzünü araştırmadan benimseme eğilimindedir. Husserl'e göre, öğretilmiş bilgilerimizi sorgulamadan onaylamamız doğru değildir; onları tekrar sorgulamamız gerekmektedir (Özalp ve Ergen, 2017; Yalçın, 2022).

Husserl'in bakış açılarına dayanarak fenomenolojiyi din perspektifinden araştıran Özalp ve Ergen'in (2017) çalışmalarında, Husserl'in fenomenolojik yöntemi hangi amaçla ileri sürdüğüne dair detaylı bir açıklama bulunmaktadır. Husserl'e göre toplumun içinde her imgenin tek bir tanımlama ile ifade edilemez, çünkü insanlar bir objeyi kavrarken onu gerçek haliyle değil, kendi geçmiş hayatında yaşadıkları duygular üzerinden tanımlamaktadır. Başka bir ifade ile, her insan bir fenomen hakkındaki düşüncelerini açıklarken geçmişte yaşananlara odaklanır (Alas, 2019). Bununla birlikte Husserl, bilimsel bilginin gündelik yaşamla bağlantısını kopardığı için, fenomenolojiyi aralarındaki bağı tekrar kurulması için şart olarak görmektedir. Son olarak Husserl'e göre, fenomenolojinin görevi bu iki kavramın ilişkisini tekrardan sağlamaktır (Özalp ve Ergen, 2017).

Nitel araştırma, kuram oluşturma, durum çalışması, etnografi, anlatı araştırması gibi birçok yaklaşım içerdiği gibi, fenomenoloji yaklaşımı da kapsamaktadır (Tekindal ve Arsu, 2020). Cresswel, etnografi ve kuram oluşturma gibi nitel araştırma yöntemlerinin

araştırmacıdan deneyim ve daha çok zaman gerektirdiği için, fenomenolojinin daha uygulanabilir olduğunu, dolayısıyla diğer yaklaşımlara göre daha çok tercih edildiğini ileri sürmektedir (Tekindal ve Arsu, 2020). Fenomenoloji deseninin genel amacının insan deneyimini anlamaktır. Bu tür çalışmalarda katılımcıların bir fenomen ile ilgili algıları, bakış açıları ve yaşanmış deneyimlerinin ortak yönleri incelenmektedir. Bununla birlikte fenomenoloji, insanların ortak deneyimlerinin özünü belirtmeye odaklanan, nitel araştırmanın zeminlerini oluşturan bir bakış açısı olarak tanımlanabilmektedir (Tekindal ve Arsu, 2020). Bazı referanslarda fenomenoloji, bakış açısı olarak turist bakış açısıyla aynı anlama getirildiği görülebilmektedir. Turist bakış açısına göre, bir insan yabancı bir ülkeye gittiğinde, o ülkede karşılaştığı her şey ona yabancı gelir, dolayısıyla etrafında gördüklerini inceler ve anlamaya çalışır. Bu bağlamda, fenomenoloji araştırmacılarından ele aldıkları olgulara turist bakış açısıyla odaklanmalarını ister, yabancı bir ülkeden gelen bir ziyaretçi gözüyle (Yalçın, 2022).

Fenomenolojik çalışmalarda araştırmacılar insanların belli bir fenomen hakkındaki algıları araştırır ve insanların ortak deneyimlerinden yola çıkarak ele aldıkları fenomenin temel yapısını tanımlamaya çalışır. Fenomenolojinin temel özelliklerinden birisi, bir olgunun doğasını tanımlamayı amaçlamasıdır. Buna göre araştırmacılar farklı insanların tecrübe ettikleri fenomenle ilgili algıları derinlemesine gözden geçirir ve o algıların ortak algılarını tespit etmeye çalışır (Yalçın, 2022). Fenomenolojik araştırma sırasında araştırmacı, katılımcılar tarafından aynı olgu hakkında farklı yaşanmışlıklarla karşılaşır, çünkü her katılımcı kendine özgü bir şekilde yarattığı algıları ortaya koyar. Katılımcıların farklı deneyimlerinin var olmasına rağmen, ortak yönlerin de ortaya çıkacağı bilinmesi önemlidir, dolayısıyla katılımcıları benzersiz görmemesi gerektiği göz önünde bulunmalıdır. Sonuçta, katılımcıların ortak deneyimleri ele alınan olgunun özüne yol açacaktır (Alas, 2019).

Araştırma deseni olarak fenomenolojinin bir diğer önemli prensibi, araştırmacının değerlendirme yaparken objektif olmasıdır. Örneğin, bir destinasyonda acenta temsilcisi olarak çalışan bir araştırmacı aynı pozisyonda çalışan katılımcıların çalışma süreçlerini ele aldığı, yaptığı görüşmelerden veri analizine kadar kendi tecrübeleri ve ön yargılarının farkında olup bir kenara bırakmalı ve tarafsız olarak hareket etmeli. Bununla birlikte, araştırmacı katılımcıların ifadelerinin üzerinde daha iyi ve daha kötü ya da doğru ve doğru değil olarak yorum yapmamalı, çünkü tek bir doğru görüş yoktur (Yalçın, 2022).

Tezin ilk bölümünde ifade edildiği gibi turizm sektöründeki çalışanların iyi oluşuyla ilgili araştırmaların yeterince bulunmamasıyla birlikte, bu alanda gerçekleştirilen nitel çalışmaların sayısı azdır. Özellikle tezin odak noktasındaki fenomen olan tur operatörü

temsilcilerinin psikolojik iyi oluşu, yerli ve yabancı kaynaklarda yeterince araştırılmamış olduğu görülmektedir. Bu sebeple bu çalışmada, Antalya bölgesinde yaz sezonunda çalışan Sırp tur operatörü temsilcilerinin farklı deneyimleri üzerinden psikolojik iyi oluşla ilgili bir sonuca varmak niyetlenmiştir. Veri toplama yöntemi olan fenomenolojik görüşmeler, adı geçen temsilcilerin iyi oluşuyla ilgili önemli açıklamalara gelmekte kilit bir rol üstlenecektir. Sırbistan'dan gelen acenta temsilcilerinin Antalya'da yaz sezonunda çalışma süreçlerinde deneyimledikleri, bu çalışmanın temelinde yatmakta, fenomenoloji ise iyi oluşlarını belirleyen unsurları derinlemesine betimleyecek bir yaklaşım olarak kullanılmaktadır.

2.1.4. Araştırma ortamı, katılımcılar ve örnekleme stratejisi

Bu araştırma, Türkiye'de ve özellikle Antalya bölgesinde yaz sezonu boyunca çalışan Sırp tur operatör temsilcisi arasında gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın özellikle bu bağlamda ve yapılması için çeşitli sebepleri vardır. Antalya bölgesi, Sırp turistler açısından bakıldığında ama aynı zamanda küresel olarak da, en gelişmiş turistik bölgelerden biridir ve her yıl artan ziyaretçi sayısı bazı dünya rekorlarına ulaşmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan alınan verilere göre, 2024 yılının Ocak-Ağustos dönemlerinde Antalya'ya yurtdışından gelen ziyaretçi turist sayısı 14 milyona ulaşırken, şehir yeni bir eşiğe ulaştı. Antalya'ya gelen ziyaretçilerin ülkelere göre dağılımında Rusya Federasyonu önde bulunurken, Almanya ve İngiltere onu takip etmektedir (KTB, 2024). Diğer pazarlara gelince, Sırbistan pazarı önde gelen pazarlara göre küçük olsa da çok yoğun reklam çalışmaları ve ağırlamalar gerçekleştirildiğinden, Sırp vatandaşlarının Antalya tatillerinin 2022'de rekor kırdığı bilinmektedir. Büyüme potansiyeli yüksek olan Sırbistan pazarında rol üstlenen en büyük tur operatörlerin Antalya'nın turizm sezonunda çalışması, Antalya'da çalışan karşılayıcı acentaları ile ilişkilidir. Ayrıca, Sırp tur operatörlerin işini daha spesifik hale getiren şey, diğer Balkan ülkelerindeki çok sayıda alt acentasıyla olan işbirlikleridir. Böylece Antalya bölgesi için tatil paketlerini satan Sırp tur operatörleri, Antalya'nın karşılayıcı acentalarıyla geniş bir Balkan turist yelpazesinin kabulünü organize etmektedir.

Nitel araştırmalarda örneklemin seçilmesi araştırma fenomeni, araştırmanın tasarımı (Tekindal ve Arsu, 2020), araştırmacın sahip olduğu kaynaklara (Kıykaç, 2021) göre değişiklik gösterebilmektedir. Çalışma grubun seçilmesinde yaş, cinsiyet, kültürel faktörler, din ve etnik yapı, ekonomik faktörler dikkate alınmalarına rağmen, göz önünde bulundurulması gereken esas nokta, katılımcıların belli fenomenle ilgili deneyimlere sahip olmaları (Moustakas, 1994) ya da fenomeni tecrübe etmiş kişilerle temasta olmaları (Baltacı, 2018). Ayrıca, katılımcıların

araştırmaya gönüllü olarak katılmak istemeleri, araştırmanın önemli bir prensipidir (Moustakes, 1994).

Cresswel (2020), nitel araştırmalarda örneklem seçim stratejilerinin nispeten dar olduğunu belirtmiştir. Fenomenolojik araştırmaya katılacak olan bireyleri bulmakta temel kriter, o katılımcıların incelenen fenomene ilişkin tecrübelerine sahip olmaları ve onları keşfetmeye özen göstermeleri. Dolayısıyla fenomenolojik araştırmalarda yaygın olarak kullanılan örnekleme yöntemi olasılıklı olmayan (amaca yönelik) örneklemedir. Bu bağlamda fenomenolojik çalışmanın daha derinlemesine yapılabilmesi adına, bilgi açısından zengin örneklem seçilmektedir. Örneklemden sağlanan bilginin çeşitliliği ve derinliğinden dolayı, amaca yönelik örnekleme nitel araştırmalarda en yaygın kullanılan bir stratejidir (Baltacı, 2018). Olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemleri çeşitli literatürde farklı şekillerde sınıflanmaktadır. Neuman (2000) amaçlı örnekleme yöntemleri uyarlanabilir, amaçsal, kota, kartopu, kolay ulaşılabilir, sapkın durum, ardışık ve teorik olmak üzere 8 örnekleme türü olarak sınıflandırmaktadır.

Kolay ulaşılabilir veya elverişli örnekleme, nitel araştırmalarda en sık kullanılan bir tekniktir. Araştırmacının bu stratejiyi uygulandığı durumda, hız ve maliyet açısından büyük tasarruf sağlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2011). Dolayısıyla araştırmacının kolay ulaşılması ve pahalı olmayan örnekleme seçmesi bilinmektedir. Bu örneklemede araştırma yürüten birey, kendisine yakın ve erişilmesi kolay katılımcıları seçmektedir (Baltacı, 2018). Kartopu veya zincir örnekleme tekniği, zengin veri elde edilebilecek katılımcıların seçiminde faydalı olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Kartopu örnekleme uygulanan araştırmacı, ilk ulaşılan katılımcıdan aynı tür deneyimleri olan diğer katılımcıları tavsiye etmesini isteyerek veriler toplamaktadır. Bu yöntemde araştırmanın başında, kimseyi tanımayan araştırmacı ilk katılımcının sayesinde diğer katılımcılara daha kolay ulaşmaktadır. Kartopu tekniği uygulamak isteyen araştırmacı, incelediği fenomenle ilgili olan evrende en çok tecrübeli düşündüğü bireylere, bu konuda başka kiminle görüşebileceğini sorarak yeni bilgilere ulaşabilmektedir (Baltacı, 2018). Katılımcıların araştırmacıya yeni kişileri bulmakta referans olmaları ve araştırıldığı konuyla ilgili deneyimlerini dürüstçe söylemeleri için, katılımcılar öncelikle güven duygusu hissetmeli. Dolayısıyla verilerin etkin toplanması için, araştırmacı görüşmeler yaptığı insanların güvenini kazanması, kilit bir rol oynamaktadır (Baltacı, 2018). Baltacı (2018) örneklemin belirlenmesinin, nitel araştırma yöntemlerinde farklılık gösterdiğini belirtmektedir. Söz konusu olan fenomenolojik çalışmalara kaç kişinin katılacaklarına ilişkin görüşler, literatürde çeşitlilik göstermektedir (Fındıklı, 2019). Creswell, katılımcı sayısının 5 ile 25 kişi

arasında değişebileceğini önerirken, Dukes (1984) 3-10 kişi olabileceğini ifade etmektedir. Yıldırım ve Şimşek (2013) katılımcı sayısı 5-6 kişiden oluşabileceğini belirtmekle birlikte, aynı yazarlar katılımcı sayısının (2016) 10 kişiyi aşmaması gerektiğini vurgulamıştır. Çalışma grubunun sayısının belirlenmesinde katı bir kural olmamasının yanı sıra (Wilson, 2015), kaliteli bir nitel araştırma için örneklem büyüklüğünün, örneklemden toplanan verilerin kalitesiyle ilgili bir fikir birliğine varılmıştır (Watson vd., 2017). Bryman'ın (2007) görüşüne göre araştırılan fenomenle ilgili olarak, az sayıda katılımcıdan elde edilen ayrıntılı bilgiler, geniş bir katılımcı grubundan sağlanan yüzeysel bilgilere kıyasla daha faydalı olabilir. Bu son ifade göz önüne bulunduğu, çalışma grubunun geniş olmasından ziyade araştırma konusunda en iyi anlayışı ve bilgi sahibi olanların seçilmesi daha önemli olduğu sonucuna varılmaktadır (Fındıklı, 2019). Bu çerçevede, katılımcı sayısının yeterli olup olmadığına karar vermekte doygunluk kavramı faydalı olabilmektedir. Doygunluk, nitel araştırmaların örneklem büyüklüğünün belirlenmesi durumunda sıklıkla başvurulan bir kavramdır. Araştırmacı görüşmelerde, katılımcılardan aynı veya benzer yorumları duymaya başladığında veri doygunluğuna ulaşıldığı neticeye varılır. Bu durumda verilerin toplanması durdurulur, toplanan veriler ise analiz edilmeye başlanır. Dolayısıyla doygunluk, elde edilen mevcut verilere dayanarak, daha fazla bilgilere ulaşması gerekli olmadığını belirtmek ve bilgilerin daha fazla toplanmasını durdurmak için sıklıkla tercih edilen bir kriterdir (Yağar, 2023).

Bu araştırma, Antalya bölgesinde (Kemer, Belek, Antalya merkez, Side ve Alanya) 2023 ve 2024 yaz sezonlarında çalışan Sırp tur operatörü temsilcilerinin arasında yapılmıştır. Çalışmanın fenomenolojik doğasına uygun olarak, Antalya gibi bir bölgede transfer rehberi ve otel reheberi olarak çalışmanın nasıl bir deneyim olduğunu doğrudan yaşayan katılımcılardan veriler toplanmıştır. Bu çalışmada yazarın üniversite okuduğu ve turizm sezonunda iki yıl çalıştığı Antalya bölgesi destinasyonun seçilmesi, tanıştığı ve çalıştığı Sırp tur operatörü temsilcilerine, yani katılımcılara ulaşmakta kolaylıklar sağlamıştır. Ayrıca, kartopu örneklem yöntemiyle, ilk görüşme yapılan katılımcılardan diğer tecrübeli, farklı destinasyonlarda, uzun süreli ve zengin deneyimlere sahip olan temsilciler için öneri alınmıştır. Bu tez çalışmasında araştırmanın amacına uygun olarak, gerekli veri gereksinimleri toplandığı, yani verilerin doyuma ulaştığı noktada veri toplanması durduruldu.

2.1.5. Araştırma alanına ilişkin tecrübem ve kişilik bildirimi

Fenomenoloji yaklaşımın benimsendiği nitel araştırma sürecinde derinlemesine bilgi edinmek amacıyla, araştırmacı ile katılımcı arasında güvene dayalı ve empati temelli bir ilişki kurulmalı. Böyle bir ilişkinin kurulmasını sağlayacak en önemli unsurlar, araştırmacının iletişim kabiliyeti ve katılımcı ile konuştuğu konu hakkında sahip olduğu bilgiler (Tekindal ve Arsu, 2020). Bu bağlamda empatiden yola çıkarak, araştırmacıyı önemli sonuçlara ulaşmaya yaklaştıracak emik kavrayışından söz edilmesi faydalı olabilmektedir. “İçeriden” veya “gerçekliğin yerli perspektifi” (Yarar, 2018: 37) olarak ifade edilen emik anlayışı, bir insanın deneyimleri ve olayları kendi perspektifine göre anlamaya yönelik bir yaklaşımdır. Yıldırım ve Şimşek’e göre (2013), sosyal bilimci emik bir bakış açısına sahip olmalı, yani olayları ve davranışları katılımcıların gözünden anlamaya çalışmalı. Başka bir ifade ile, “öznenin nelere ne anlam verdiğini, neleri hissettiğini ve nasıl düşündüğünü, kendi deneyiminin kendisi için olan anlamını, davranışlarının kendi hayatı ve sorunları içindeki yerini anlamaktır” (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Emik yaklaşımı, sosyal gerçekleri daha detaylı anlamaya ve bireylerin davranışlarını doğru bir şekilde kavramaya yardımcı olduğu görülmektedir (Yarar, 2018). Bu bağlamda, 2023 ve 2024 yılın turizm sezonunda Antalya’da Sırp tur operatörü temsilcisi olarak görev üstlenmem, bu araştırmanın katılımcıları ile empati kurmama ve söz konusu olan fenomene ilişkin bakış açılarını daha iyi anlamamı sağlamanın yanı sıra emik anlayışı geliştirmeme katkıda bulunmuştur.

Nitel çalışmanın sonuçlarının güvenilirliğinin ve kalitesinin önemi açısından, araştırmacının araştırma alanıyla ilgili konumunu, eğitimsel ve mesleki deneyimi açıklamak, yorumlayıcı araştırmada önemli kabul edilmektedir (Denzin, 1986). Daha açık bir ifade ile, Denzin’in (1986) görüşüne göre, yorumlayıcı araştırmanın başlangıcı ve bitişinde araştırmacının biyografisi ve araştırma konusuna dair kişisel yorumların yer alması gerekmektedir. Araştırmacının kişisel bildirimi okuyucuların araştırmacının çalışmada üstlendiği rolü ve verilerden sağlanan sonuçların çıkarılmalarında etkisini daha iyi anlamasına imkân verebilecektir (Ajanovic, 2018). Bu doğrultuda, yazarın kendisini tanıtmayı çalışmanın bu aşamasında uygun görülmektedir.

Sırbistan’ın Kruševac şehrinde doğdum ve büyüdüm. Sırbistan’dan ziyade Avrupa’nın en bilinen kaplıca ve kür merkezlerinden olan Vrnjačka Banja’da 2013 yılında Otelcilik ve Turizm Meslek Lise’sine yazıldığımdan beri turizm alanında eğitim almaya devam ediyorum. 2017 yılında ülkemizin ikinci büyük üniversite şehri olan Novi Sad’da, Fen Fakültesi’nin Coğrafya, Turizm ve Otelcilik departmanında turizm bölümünde lisans eğitimi almaya

başladım. Lisans eğitimimin son yılı olan 2020’de Türk kültür merkezi olan Yunus Emre Enstitüsü’nde Türkçe öğrenmeye başladım. Lisans eğitimi bitmek üzere iken Türkiye Cumhuriyeti’nin uluslararası öğrencilere yönelik yükseköğrenim burs programı olan Türkiye bursları için başvuru yapıp, Türkiye’nin özellikle Antalya Akdeniz Üniversitesi’nde yüksek lisans eğitimi almayı hedeflenmişim. 2021 yılından beri adı geçen üniversite ve Türkiye ile Avrupa’nın turizm cenneti olan Antalya’da Türkiye burslusu olarak turizm bölümünde okuyorum.

Yıllardır okuduğum alanda, özellikle acenta sektöründe yeni bilgileri ve tecrübeleri edinmek adına, 2023 yaz sezonunda Antalya bölgesine paket turları düzenleyen, Sırbistan’ın iş hacmi açısından en büyük tur operatorün temsilcisi olarak çalıştım. Antalya’nın Kemer ilçesinde transfer elemanı olduğum süreçte gidiş-dönüş transferlerinin sorunsuz sağlanması ve günübirlik turlarda müşterilerin refakatçi olmasından sorumluydum. Antalya’nın 2024 yaz sezonunda transfer elemanlığından daha ileri görevler üstlenmeye hazır olduğumu düşündüğüm için, Sırbistan’ın 2023 sezonundan farklı olarak diğer bir tur operatörün temsilcisi olup Side ve Alanya’da aynı zamanda transfer elemanı ve otel rehberi olarak çalıştım. Bu süreçte ise acenta müşterilerinin havalimanda karşılanması, havalimanı-otel transferlerinin en kaliteli şekilde gerçekleştirilmesi, otellerde misafirlere info toplantıların verilmesi, karşılayıcı acentanın günübirlik turların satılması ve misafirlerin tatillerinin sorunsuz geçmesi için gereken yardımların sağlanmasında sorumluluk üstlendim. Her iki yaz sezonunda Antalya bölgesinde farklı Sırp tur operatörü için çalışan temsilcilerle yakın ilişkiler kurma, onların çalışma süreçlerinde bulundukları olumlu ve olumsuz durumları öğrenme ve değerlendirme fırsatım oldu. Bunun yanı sıra pek çok konuda birbirimize danışarak bilgi paylaşımında bulunduk. Son olarak, Sırbistan’da kokartlı rehber unvanını alarak literatürde tanımlanan tur operatör temsilciliğinin tüm alanlarında deneyim kazanmıştım. Sonuçta, bu meslekte kendi deneyimlerim, araştırma alanını daha iyi anlamama, katılımcılara ulaşmama ve odaklanılan fenomenle ilgili edilmesi gereken kaliteli verilere ulaşmama önemli katkıda bulunmuştur.

2.1.6. Veri toplama araçları

Nitel araştırmalarda veri toplama formları olan görüşmeler, dokümanlar, görsel-işitsel materyaller ve gözlemler, temel bilgi çeşidi olarak sınıflandırılmaktadır (Creswell, 2020). Çeşitli veri toplama tekniğinin olmasına rağmen, nitel çalışmalarda görüşmeler ve odak grupları en sık kullanılan yöntemlerdir (Starks ve Trinidad, 2007). Fenomenolojik çalışmalarda ise temel veri oluşturma ve çoğu zaman başvuru alanı yöntem derinlemesine yüz yüze görüşmeler ve odak grup görüşmeleridir (Creswell, 2020). Bu çalışmanın veri toplama sürecinde seçilmiş

çalışma grubunun, uygulanan veri toplama yöntemleri derinlemesine ve odak grup görüşmeler olduğuna göre, bu iki yöntemin özellikleri ve mevcut çalışmada nasıl uygulandıkları ilerleyen paragraflarda ele alınacaktır. Ayrıca, bu araştırma sürecinde araştırmacının bir tur operatörü temsilcisi olarak görev yapmış olması nedeniyle, veri toplama tekniklerinden biri de alan notları olmuştur. Dolayısıyla nitel bir araştırma yapmak için en etkili yol, sahaya inip doğrudan gözlem yapmaktır (Çelik vd., 2020).

Görüşmenin özünde soru sorma ve yanıt alma yer alsa da, nitel araştırma bağlamında daha derin bir anlam ifade etmektedir (Punch, 2014). Mil (2007) derinlemesine görüşmeye, sanat ve bilim olmak üzere iki boyutlu olarak bakmaktadır. Bunun açıklaması görüşmenin disiplin, odaklanma, sosyal anlayış, duyumsallık, beceri ve zihinsel farkındalık gibi çeşitli öğeleri kapsadığında yatmaktadır. Nitel görüşmenin ana amacı, katılımcıların fenomene ilişkin duygularını, yaşantılarını, bilgileri, anlamları, motivasyonlarını, düşünceleri ve inançlarını anlamak, yorumlamak ve açıklamaktır (Johnson ve Christensen, 2014; Punch, 2014). Diğer bir ifade ile fenomenolojik görüşmenin hedefi, katılımcıların rahat ve huzurlu hissetmelerini sağlayarak, onların birinci şahıs bakış açılarını öğrenmektir. İlaveten Richardson ve İnsch (2021) görüşmeciyi, katılımcı karşısında dinleyici ve teşvik edici olarak gördükleri yanı sıra, onu uzman olarak değil, katılımcıların fenomen hakkında deneyimlerini özgür bir şekilde anlatabilmelerine yardımcı olarak görmektedirler. Son olarak, Smith ve Osborn (2008) nitel çalışmaların görüşmelerini amaçlı sohbet olarak değerlendirmektedir. Metafor olarak kullanılan sohbet kelimesi bu bağlamda, görüşmenin katılımcıların kendi görüşlerini kendi sözcükleriyle ifade etmelerine olanak tanınması anlamında kullanılmıştır. Bu durumda, katılımcı deneyimlerini anlatırken, görüşmeci genellikle dinler (Smith ve Osborn, 2008).

Nitel çalışmalarda belirlenen amaca bağlı olarak üç farklı görüşme stili kullanıldığı bilinmektedir; yapılandırılmış, yarı-yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme (Creswell, 2016). Yapılandırılmış görüşmede önceden oluşturulan sorular, sıralarında değişiklik yapılmadan tüm katılımcılara aynı şekilde iletilir. Yapılandırılmamış görüşme sürecinde sorular katılımcılara spontane sorulduğuna göre, bu görüşme tekniği hem araştırmacılar hem de katılımcılara eneklik ve özgürlük sunmaktadır (Karahan vd., 2022). Görüşme türlerinin üçüncüsü olan yarı-yapılandırılmış görüşme, ilk iki teknik arasında nitel görüşmelerde genellikle en tercih edilen görüşme tekniğidir (Karasar, 2014). Yarı yapılandırılmış görüşmede sorular önceden hazırlanmış olsa da, araştırma konusuna bağlı olarak katılımcıların yanıtlarını genişletmek ve deneyimlerini daha ayrıntılı bir şekilde araştırmak adına, soruların sayısı ve sırası değişebilmektedir (Karahan vd., 2022).

Yarı-yapılandırılmış görüşme esnek bir yapı olarak, görüşmecinin ile katılımcılarla diyalog kurmasına imkan tanımaktadır (Pietkiewicz ve Smith, 2014). Görüşme sırasında araştırmacı, katılımcılardan bilgileri daha ayrıntılı bir biçimde elde etmek için, araştırılan fenomene bağlı kalarak aklına anlık gelen soruları sorabilir ve eğer katılımcılar bazı sorulara araştırmacı sormadan önce cevap verdiyse, araştırmacı soracağı soruları tekrarlamayabilir (Creswell, 2016). Bu bağlamda, katılımcıların cevaplarının derinliğini sağlamak ve daha sistematik bilgiler türetmek adına yeni sorular iletebilmek için, bu tezin çalışmasında veri toplama aracı olarak yarı-yapılandırılmış görüşme uygulanmıştır.

Toplanan verilerin güvenilirliği sağlanması amacıyla yarı-yapılandırılmış görüşmelerin ardından 4 tur operatörü temsilcisi ile odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmeleri, belirlenen bir araştırma konusunu tartışmak üzere, araştırmacının bir grubu bir araya getirdiği ve grup içindeki etkileşime dayanarak katılımcıların kişisel deneyimleri, inançları, tutumları ve algılamalarından faydalandığı bir görüşme tekniğidir (Gibbs, 1997; Karahan vd., 2022). Odak grup çalışmaların temel amacı, amaçlı olarak seçilen bireylerin bir konuya ilişkin tutumları, duyguları, inançları ve deneyimlerini dile getirmeleridir. Bireysel görüşmelere kıyasla, odak grup görüşmesinde, grubun dinamiğinin etkisiyle daha kısa zamanda çok fazla bakış açısı ve duygusal süreci ortaya çıkmaktadır (Gibbs, 1997). Odak grup görüşmesinin en önemli özellikleri arasında, bireysel duygulara ve tecrübelere ulaşmak; bilgi ve fikir geliştirmeyi teşvik etmek ve grup halinde anlam oluşturma sürecini gözlemleme imkânı sunmaktır (Wilkinson, 1998).

2.1.6.1. Araştırma kapsamında yapılan yarı-yapılandırılmış ve odak grup görüşme süreci

Görüşmenin verilerin zenginliği ve gerçekliği açısından başarılı olması için, katılımcılar görüşmeye istekli ve gönüllü olarak katılmayı istemelidir (Tekindal ve Arsu, 2020). Fenomenolojik görüşmelerde, katılımcının tutumları ve deneyimlerini dürüst ve kapsamlı bir şekilde ifade edebilmesi için, araştırmacı rahat ve güven verici ortamı kurmaya özen göstermeli (Karahan vd., 2022). Araştırmacının söz konusu olan fenomene bilgi açısından hakim olmasıyla birlikte, iletişim becerileri de ileri düzeyde olması, katılımcı ile olumlu ilişki kurması için önemli rol oynamaktadır (Tekindal ve Arsu, 2020). Bunun yanında, görüşmenin sohbet şeklinde başlaması hem katılımcıları rahatlayabilir hem de doğal ve rahat bir atmosfer oluşturabilir. Bu sürecin devamında, katılımcılara fenomene ilişkin deneyimlerini hatırlamaları için kısa zaman tanır, görüşmeci tarafından ise görüşmenin amacı, fenomenin tanımlanması ve genel hedefi tanıtıldıktan sonra, katılımcılarla görüşmeye başlanmaktadır (Moustakas, 1994). Görüşmenin verimli geçmesini sağlayan diğer önemli unsur mekânın seçimidir. Dolayısıyla,

araştırmacı, katılımcılarının rahat edebilecekleri ve cevaplarını titizlikle verebilecekleri samimi bir ortamın yaratılması araştırmacının sorumluluğundadır (Moustakas, 1994).

Bu araştırma çerçevesinde Antalya bölgesinin 2023-2024 yaz sezonunda çalışan toplam 18 Sırp tur operatörü temsilcisi ile yarı-yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Araştırmacı soruların anlaşılır olup olmadığına karar vermek için, pilot uygulama kapsamında bir tur operatörü temsilcisi ile 2024 Nisan ayının başında bir görüşme yapılmıştır. Araştırmada kullanılan nihai görüşme formuna EK 1’de yer verilmiştir. Bu sorular Ryff’in 6 boyutlu psikolojik iyi oluşu modeline dayanarak hazırlanmıştır. Katılımcıların bazıları söz konusu destinasyonda daha önce tur operatörü temsilcisi olarak çalıştı ve son iki sene çalışan katılımcılara göre farklı bakış açıları sunmuştur. Görüşmeler 2024 yılının Nisan ile Ekim ayları arasında araştırmacı ile katılımcılarının belirlediği uygun tarihlerde gerçekleştirilmiştir. Toplam 18 katılımcıdan 14 katılımcı araştırma sürecinde araştırmacının oturduğu şehre göre uzak olduğundan, görüşmeler çevrimiçi görüntülü olarak yapılmıştır. 14 çevrimiçi görüşme Nisan-Mayıs tarihlerinde, 4 yüz yüze görüşme ise Antalya’da yaz sezonu boyunca, Ağustos-Ekim tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşmelerin en kısısı 21 dakika, en uzununu ise 72 dakika sürmüştür.

Her görüşmeye başlanmadan önce katılımcılardan ses kayıt cihazlarının kullanılması için izin istenmiştir. Veri toplamada ses kayıt cihazı yöntemi, araştırmacının önemli ayrıntıları ele alması ve katılımcıların söylediklerine tamamen odaklanmasını önemli ölçüde kolaylaştırmaktadır (Creswell, 2018). Kayıt alma işleminin sayesinde araştırmacı tüm dikkatini katılımcıya odaklayarak, soru sorma, dinleme ve not alma işlemlerini daha kolay bir şekilde yürütebilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Anlatılan süreçlerin daha sağlıklı gerçekleşmesinin yanında, yüksek nitelikli ses kayıt cihazları araştırmanın güvenilirliğinin artmasına yardımcı olabilmektedir (Creswell, 2013). Görüşmeye katılan tüm katılımcılar, ses kayıt cihazının kullanılmasını kabul etmiştir. Verileri toplarken araştırmacı, görüşmeye gönüllü katılan kişilere, verilerin sadece çalışma amacıyla toplanacağı, isimlerin tam gizlilikler ele alınacağı ve araştırmadan istedikleri zaman herhangi bir nedenle geri çekebileceklerini bildirmiştir. Kayıt cihazı ile elde edilen cevaplar her görüşmenin yapıldığı aynı gün içinde, Word programı kullanılarak kelimesi kelimesine yazıya dökülmüştür. Bir sonraki aşamada, her görüşme ayrı bir dosya olarak NVivo programına yüklenip, verilerin analiz kısmına geçilmiştir.

2.1.7. Nitel veri analizi

Nitel araştırmaların derinliği ve ağırlılığını sağlayan nitel veri analizi, araştırmacının yoğun bir çaba sarf etmesi, kapsamlı çalışmalar yapması (elik vd., 2020) ve kendi entelektüel kapasitelerini kullanması gerektiren bir süreç olarak ifade edilebilmektedir (Hatch, 2002; izel vd., 2017). Creswell (2021) nitel veri analizi, verilerin toplanması, kodların oluşturulup sadeleştirilmesi, temaların belirlenmesi ve sonrasında bu bulguların şekiller, tablolar veya bir tartışma şeklinde raporlanarak sunulmasından oluştuğunu ileri sürmektedir. elik ve arkadaşları (2020) nitel veri analizi incelenen veri ile ilgili anlamlar ortaya koymak ve veri kümesindeki öğelere dair açıklamalar geliştirmek adına, gerçekleştirilen bir sınıflandırma ve yorumlama işlemi olarak belirtmektedir. Nitel araştırma dünyaya dair yorumlayıcı ve natüralist bir yaklaşımı benimsediğine göre, nitel araştırmacılar söz konusu olan durumların insanların onlara atfettiği anlamları anlamaya ve yorumlamaya çalışırken, nesneleri doğal ortamında değerlendirmektedir (Denzin ve Linkoln, 2003; izel vd., 2017).

Nitel veri analizinde ulaşılması istenen amaç; araştırma sorusuna dair derinlemesine bilgi edinmek, somutlaştırmak, temel konuları keşfetmek, elde edilen verilerin içeriklerini yapılandırmak ve belirli çerçeveye göre verileri sadeleştirmektir (Sandelowski vd., 1997). Daha açık bir ifade ile, veri analizin ana amaı ham veriden çıkarımda bulunmaktır (elik vd., 2020). Araştırmacı, bir olgu veya fenomeni daha detaylı bir şekilde tanımlamak, fenomenle ilgili olan benzerlikleri ve farklılıkları yansıtan durumları karşılaştırmak ve her ikisinin nedenlerini açıklamak amaçıyla nitel verileri inceler. Araştırmanın temel amaçlarından birisi, fenomenle ilgili var olan teori geliştirmek veya yeni teori ileri sürmektir (izel vd., 2017). Araştırmacı bu amaçları gerçekleştirmeye çalışırken, izel ve arkadaşlarının (2017) değindikleri 3 yaklaşımdan faydanabilmektedir. İlk olarak, araştırmacı bahsedilen amaçları gerçekleştirmeye çalışırken, katılımcıların deneyimlerine odaklanarak, onların bakış açısından fenomeni incelemeye karar verebilir. İkinci yaklaşıma göre, araştırmacı gerçek ortamlarında katılımcılar ya da olaylar arasındaki etkileşimi gözlemleyip kaydederek toplumsal durumu tanımlamaya çalışabilir. Son olarak, üçüncü yaklaşımı benimseyerek, ilk iki yaklaşımın ötesine geçip, toplumsal olguların bilinçaltı yönlerini keşfetmeye odaklanabilir.

Nitel araştırma, insanların deneyimleyip, ifade ettikleri bireysel ve toplumsal olaylar ve fenomenlerin temel özelliklerini tanımlamak amaçıyla, araştırmacının insanları doğal ortamlarında gözlemlemesi ve olayların ile fenomenlerin oluşum süreçlerini analiz etmesi yoluyla, gerçekleştirdiği açıklama ve yorumlama sürecidir (Creswell, 2013; Mertens, 2014; Baltacı, 2018). Bu bağlamda nitel veri analizinde ölçüm veya miktar kavramları yerine kalite,

esneklik ve yaratıcılık öncelik kazanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Neuman, 2014). Nitel araştırmaların keşifsel özelliğinin yanında, içinde yapılan en önemli adımı olan analiz sürecinin dinamik olduğundan bahsetmek gerekmektedir. Bu çerçevede, Miles ve Huberman (2016) oldukça karmaşık veri analiz sürecinin üç adımını sunmaktadır: a) *Veri azaltımı* (araştırma sonunda toplanan verilerin seçilmesi, analiz edilmesi, sadeleştirilmesi, özelenmesi ve dönüştürülmesi sürecidir); b) *Veri gösterimi* (sonuçları sunmak için elde edilen verileri düzenlenmiş haline getirme süreci); c) *Sonuç çıkarma/doğrulama* (olaylar ve öğeler arasındaki neden-sonuç ilişkileri, desenleri ve yapıları belirleme, elde edilen sonuçları geçerlilik bakımından test etme süreci).

Nitel araştırmanın veri analiz süreci seçilen araştırma desenlerine göre farklılık gösterdiğini ileri sürmekle birlikte Creswell (2021) genel analiz sürecini aşağıdaki basamaklarla tanıtmaktadır:

1. *Veri yönetimi*; Araştırmacılar analize toplanan verileri düzenleyerek başlarlar. Elde ettikleri verileri bilgisayar programları aracılığıyla ya da kağıt üzerinde metin formatına dönüştürürler
2. *Okuma ve hatırlatıcı notlar alma*; Veriler üzerinde yapılan düzenlemeden sonra bu aşamada, metin birkaç defa dikkatlice okunup anlam çıkarmaya odaklanılmaktadır. Ayrıca, anlam oluşturulmasına yardımcı olacak fikirler, ifadeler ve anahtar kavramlarına ilişkin hatırlatıcı notlar kaydedilmektedir.
3. *Betimleme, sınıflandırma ve yorumlama*; Bu basamakta, okunan ve not alınan veriler detaylı bir şekilde tanımlanır ve kodlar ile temalar oluşturulur. Bir sonraki adımda, araştırma yaklaşımına göre araştırmacı kişisel görüşleri veya mevcut bilgilerden yola çıkarak yorumlarda bulunur.
4. *Sunma ve görselleştirme*; Nitel veri analizinin son aşamasında araştırmacı topladıkları verileri metin, tablo veya şekillerle düzenleyerek sunum yapmaktadır. Sunma hedefiyle yapılan tasarımda sayılar üzerinden ziyade, kelimeler ile anlatılan bilgileri barındırır.

Nitel araştırma sürecinde araştırmacının aktif bir rol oyandığından söz etmek gerektiği düşünülmektedir. Veri analizi başta olmak üzere, nitel araştırmanın tüm aşamalarında araştırmacı sahip olduğu bilgileri, becerileri ve yetenekleri en iyi şekilde kullanması gerekmektedir. Bununla birlikte veri analizi yapan araştırmacının kendisi olduğundan, nitel veri toplama araçlarından biri olarak kabul edilmektedir (Creswell, 2013). Bu ifadelere ek olarak, Miles ve arkadaşları (2014) nitel araştırmalarda çoğunlukla daha az standartlaştırılmış araçlar kullanılır, dolayısıyla bu durumun araştırmacıyı araştırmanın esas aracı olarak ön plana

çıkardığını belirtmektedir. Nitel analizde toplanan niteliksel verileri anlamak için, araştırmacı kendi zihinsel yeteneklerini kullanmaktadır.

Nitel içerik analizi, nitel verilerin sistematik olarak kategorilere ayrılması ve bu kategorilerin öznel olarak yorumlanması sürecine dayanan esnek ve yorumlayıcı bir analiz yöntemidir (Hsieh ve Shannon, 2005). Bu yöntem, araştırmacının sosyal gerçekliği metinlerdeki tema ve desenleri analiz ederek anlamlandırmasına olanak tanır (Zhang ve Wildemuth, 2009). Schreier'e (2014) göre nitel içerik analizinin üç temel özelliği vardır: indirgemeci, sistematik ve esnek olması. Araştırmacı, kodlama çerçevesi aracılığıyla verilerden özel anlamlar çıkarır, sistematik prosedürlerle tüm materyali analiz eder ve veri ile kuram arasında esnek geçişler sağlar. Yorumlama süreci, araştırmacının metinle etkileşiminde anlamları yeniden inşa etmesiyle gerçekleşir, ancak bu süreçte metne dışsal anlamlar yüklememeye özen gösterilmelidir (Graneheim ve Lundman, 2004). Soyutlama ise veriden türeyen kategorilerin üst düzeyde temsilini içerirken, kodlama işlemi metindeki bilgilerin yapılandırılmasını sağlar (Weber, 1990; Schreier, 2014). Nitel içerik analizi; özellikle sosyal bilimler, sağlık ve turizm gibi alanlarda, derinlikli ve bağlamsal yorumlar sunması açısından tercih edilen güçlü bir yöntemdir (Morgan, 1993). Bu çalışmada önceden belirlenmiş kategoriler ve çerçeveler doğrultusunda, analiz edilen materyaldeki belirli tema ve kalıpların sistematik olarak incelenmesini sağlayan yönlendirilmiş içerik analizi benimsenmiştir.

Söz konusu olan araştırmaya ilişkin yapılan veri toplama işlemiyle ilgili ayrıntılar, veri toplama araçları başlığı kapsamında verildiğine göre, nitel araştırma desenlerinde araştırmacı tarafından takip edilen adımlardan olan verilerin işlenmesi ileri satırlarda açıklanacaktır. Araştırma sırasında ses kayıt cihazı ile elde edilen veriler, Word dosyasına dönüştürüldükten sonra, tutarlı ve anlamlı bir şekilde birleştirilmiş ve kodlamalar gerçekleştirilmiş. Dolayısıyla kodlama işlemi daha ayrıntılı olarak tanımlanacaktır.

2.1.8. Kodlama

Kodlama, metne dönüştürülen verilere içerik analizi uygulanarak, verilerin anlamlı parçaların belirlenmesi ve analitik kategorilerin veya kodların oluşturulması sürecini kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Miles ve Huberman, 2016). Ajanovic (2018) kodlamayı, en anlamlı veriyi seçme, birbiriyle ilişkili veri kısımlarını birleştirme ve bu verileri kolayca analiz edilebilecek unsurlara dönüştürme işlevi içeren bir veri yoğunlaştırma süreci olarak ifade etmektedir. Ayrıca, bunu yaparken Miles ve Huberman (2016), parçalar arasında anlam bütünlüğünün korunması gerektiğine vurgu yapmaktadır. İsimlendirilmesi gereken

parçalar, bir kelime, cümle, paragraf veya bir sayfalık metin olabilmektedir. Araştırmacı, bahsedilen bu kısımları küçük bilgi kategorilerine toplayıp açıklayıcı isimler vererek kodlama yapmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Kodlama çerçevesinin oluşturulmasıyla ilgili Ajanovic (2018), malzeme seçiminin kullanılması gerektiğinin altını çizmektedir. Daha açık bir ifade ile, bu durumda araştırmacı verileri analiz etmeye başlamadan önce hangi verileri kullanacağını seçmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu işlemin amacı ana kategorileri ve alt kategorileri oluşturmaktır. Bu iki tür kategoriyi oluştururken, araştırmacı kavram güdülü (concept-driven) ve veri güdülü (data driven) olan yaklaşımları bir araya getiren stratejiyi uygulamaktadır. Ana kategoriler mevcut kuramlar ve teorik çerçeveler dikkate alınarak türetilirken, alt kategoriler araştırmacının topladığı verilerden elde edilen bilgileri kullanılarak oluşturulmuştur (Schreier, 2014; Ajanovic, 2018). Yıldırım ve Şimşek (2013) veri kodlama sürecinin, araştırmacıdan hem fiziksel hem de zihinsel yönden çok emek gerektirdiğine dikkat çekmektedir.

Nitel veri analizinde kodlama, elle veya bilgisayar yazılım programları kullanılarak gerçekleştirilebilmektedir. Başka bir deyişle kodlama, kağıtlar ve renkli kalemler, Excel tabloları veya bilgisayar tabanlı nitel veri analizi programları ile yapılabilir (Tracy, 2013). Nitel araştırmalarda yaygın olarak tercih edilen programları arasında Nvivo, Maxqda, HyperResearch, Atlas.ti gibi programlar bulunmaktadır (Karahan vd., 2022). Kolay kullanılabilirliği ve çok düzeyli araştırma tasarımına sahip olduğu için, nitel veri analiz yazılım programı olan Nvivo, bu çalışma için verimli olacağına kanaat getirilmiştir. Veri toplama sürecinde veri setini organize etmek için uygulanan Nvivo yazılım programının birtakım faydaları arasında, bulguların karşılaştırılmasını kolaylaştırma ve araştırmacının veri kümeleri üzerinde denetim kurabilerek işin düzenlenmesine katkıda bulunmasıdır (Altınay ve Paraskevas, 2008; Kozinets, 2010; Ajanovic, 2018). Bu nedenle, bu çalışmada Nvivo programının temel amacı, toplanan verileri düzgün bir şekilde düzenlemek ve yapılandırmakla birlikte, kodlama sürecini daha pratik hale getirmektir. Önceki çalışmalarda ortaya konduğu üzere (Ajanovic, 2018; Çelik vd., 2020), nitel veri analizi yazılım programları verileri analiz ederken, otomatik olarak kodlayabilir ve belirli kategorileri arama yaparak bulabilir. Bu araştırmada, yazılımın otomatik çözümlerinden faydalanmak yerine, araştırmacı (kodlayıcı) kendi öznel yorumlamalarından yararlanmıştır. Bununla birlikte, kodlama süreci kodlayıcının soyutlamasına da dayanmaktadır. Diğer bir ifade ile, elde edilen verilerin daha derinlemesine analiz edilmesi üzere, genel çıkarımları yapılmıştır.

Çizel ve çalışma arkadaşlarının (2017) ifade ettikleri doğrultuda, nitel araştırmalar doğal olarak yorumlayıcı bir yaklaşım benimser. Dolayısıyla, araştırmacılar çevresindeki dünya hakkındaki bakış açıları ve yaklaşımları araştırma sürecine yansıtır. İfadelerine göre, kalitatif veya nitel veriler kendiliğinden bir anlam ifade edemez, araştırmacı bu verileri kendi paradigmaları üzerinden okur. Özetle, araştırmacının sahip olduğu felsefi yaklaşımı, verileri nasıl yorumlayacağı ve nasıl anlam çıkaracağını belirtmektedir (Çizel vd., 2017).

Bu çalışmanın kodlama sürecinin ilk aşamasında, yönlendirilmiş içerik analizin prensiplerine uygun olarak literatüre dayalı merkezi veya ana kategorileri belirlenmiştir. Öncelikli amaç mevcut ana kategorileri incelenmek olmasına rağmen, alandaki verilerden ortaya çıkan yeni kodları dikkate alınmıştır. Süreç sırasında oluşturulan kodlara gittikçe daha fazla veri dahil edilmiş, bazı kodların isimleri değişmiş, bazı kodların ise işe yaramayacağına ve iptal edileceğine karar verilmiştir. Kodlar yeniden kontrol edildikten ve yeni bir bilginin gelmediğine kanat getirdikten sonra, kodlar doygunluğa ulaştığına karar verilmiştir. Dolayısıyla o noktada kodlama sürecinin bitmiş olduğu kabul edilmiştir. Kodlama süresince araştırmacı da danışman ile düzenli görüşmeler yapılarak oluşturan kodlar ve onları doğru bir şekilde kategorilere ve alt-kategorilere düzenlemek için uzlaşmışlardır.

Sonuçların sunulmasından önce, bir sonraki kısımda bu araştırmanın güvenilirliği ve geçerliğine bağlı açıklamalar sunulmuştur.

2.1.9. Nitel İçerik Analizinin Güvenirliği ve Geçerliliği

Birçok araştırmacı nitel bir çalışmada güvenilirlik ve geçerlilik terimlerinin yerine; inandırıcılık, özgünlük, onaylanabilirlik, aktarılabilirlik kavramlarının çoğunlukla kullanıldığı görülmektedir (Lincoln ve Gruba, 1985; Creswell, 2021, Çizel vd., 2017). Nitel araştırmalarda geçerlilik, iç ve dış geçerlilik olarak ortaya çıkmaktadır. İç geçerlilik, araştırmacının verileri toplarken, analiz ederken ve yorumlarken, tutarlılık göstermesi ve bu tutarlı yaklaşımı ne şekilde sağladığını ayrıntılı olarak açıklaması ile ilgilidir. Dış geçerlik ise araştırmada ulaşılan sonuçların daha geniş bir evrene genellenebilme derecesini ifade etmektedir. Başka bir ifade ile, dış geçerlilik elde edilen araştırma bulgularının farklı örneklemeler için de geçerli olup olmadığını gösteren bir ölçüttür (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Nitel araştırmalarda iç güvenilirlik, farklı araştırmacıların aynı yöntemleri uygulayarak aynı sonuçlara ulaşımaya dayandığına dayanmaktadır. Bu bağlamda dış güvenilirlik, elde edilen bulguların benzer ortamlarda tekrarlanabilirliğini ifade etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Araştırma sonuçlarının inandırıcılığını yüksek seviyeye çıkartmak ve veri doygunluğunu sağlamak için, çalışmalarda farklı tekniklerin kullanıldığı görülmektedir. Çizel ve arkadaşları (2017) çeşitleme yapılmasını önerirken, Creswell ve Miller (2000) sıklıkla başvurulmuş dokuz farklı geçerlilik stratejisinden söz etmektedir. Bu stratejiler; veri üçgenlemesi, olumsuz durum analizi, uzun süreli katılımcı gözlem, akran değerlendirmesi, yoğun betimleme yapılması, araştırmacının önyargılarının açıklanması, elde edilen analiz sonuçlarının katılımcılara tekrar iletilerek doğrulanması, işbirliği süreci ve uzman görüşü alınması olarak sıralanmaktadır. Creswell (2014) ise çalışmada, uzman incelemesi ve ayrıntılı betimleme yöntem olarak uygulanmasını ileri sürmektedir. Bu doğrultuda araştırılan konuya uygun bir yöntem belirlenmiş; görüşme soruları hazırlandıktan sonra, ilgili konu ve yöntem hakkında uzman kişilerden görüş alınarak gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

Araştırma sonuçlarının güvenilirliğini sağlamak ve doğruluğunu değerlendirebilmek üzere Maxwell (1992), elde edilen bulguları katılımcılarla paylaşılabilirliğini önermektedir. Bununla birlikte, çalışma sonuçlarının raporlanmasında katılımcılar ile yapılan görüşmelerden alıntılarının gösterilmesi, çalışmanın inandırıcılığını artıran önemli bir unsurdur. Dolayısıyla bu araştırmanın bulgular kısmında, iç güvenilirliğini artırmak ve incelenen konuyu derinlemesine yansıtmak için katılımcıların alıntıları kelime kelimesine aktarılmıştır.

Çalışmanın güvenilirliğini sağlamak adına Creswell (2021), esas olarak kodlayıcılar arasında mevcut konu ile ilgili görüş birliğinin önemine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, kodlamaların hangi biçimde yapıldığı (örneğin, kelimeler, pasajlar veya ifadeler düzeyinde) ve temaların hangi ortak düşünce etrafında oluştuğunun ifade edilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada araştırmanın güvenilirliğini temin etmek adına, verimli ilerlemesi gereken kodlama sürecinde danışmanın uzmanlığına başvurulmuş, gerekli yönlendirmeleri doğrultusunda kodlamalar oluşturulmuştur. Nitel araştırma yazılımı olan Nvivo kullanılarak danışmanın rehberliğinde şekillenen tüm kodlar, doygunluk sağlanana dek, tekrar tekrar gözden geçirilmiştir. Bu şekilde çalışmada bu geçerlilik stratejisi kullanılarak, uygulanan diğer stratejiler tamamlanmış haline getirilmiştir.

Son olarak, araştırma niteliğinin sağlanması, yürütülen tüm sürecin ayrıntılı ve açık bir şekilde aktarılmasıyla mümkün kılınmaktadır (Aslan, 2011). Bu bağlamda, veri toplama süreci, analiz ve bulguların sunumu dahil olmak üzere araştırmanın tüm aşamaları ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. Veri toplama süreci sırasında Antalya'da yaz sezonunda bir Sırp acentasının temsilcisi olarak yazarın çalışması, araştırma alanına yakınlık geliştirmiş ve meslektaşları olan katılımcılarla güçlü bir iletişim kurmasına imkân tanımıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşmeler

ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve sonunda yazılı olarak Word dosyasına aktarılmıştır. Araştırmanın diğer bir veri toplama yöntemi olarak, odak grup görüşmesi de gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem ile veri kaynakları çeşitlilik açısından daha zengin hale getirilip, farklı bakış açıları dikkate alınmıştır. Ayrıca, araştırma bulgularının doğruluğunu tespit etmek amacıyla elde edilen veriler, üç katılımcıyla paylaşılıp, bulguların geçerliliğine ilişkin görüşlerini iletmeleri rica edilmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşmelerin Word programı yoluyla yazıya çevirildikten sonra, ilgili literatür ile toplanan veriler arasındaki etkileşim ışığında nitel veri analizi yapılmıştır. Nitel veri analizinin son aşaması olan kodlama süreci tamamlandığında, bulguların sunumunda elde edilen sonuçları destekleyecek olan katılımcıların ifadeleri alıntı olarak sunulmuştur. Sonunda, bahsedilen süreç diğer araştırmacıların aynı konuda doğru bilgiye ulaşmaları (geçerlilik) ve aynı veya benzer sonuçları çıkarmalarına (güvenirlik) olanak tanımıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Neuman, 2000).

2.2. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma kapsamında yürütülen analizler sonucunda elde edilen bulgular, ayrıntılı bir biçimde raporlanmaktadır. Analiz neticesinde belirlenen kategoriler ve alt kategoriler hem görsel olarak sunulmuştur hem de katılımcı alıntılarıyla desteklenerek detaylı bir şekilde yorumlanmıştır.

2.2.1. Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, medeni durum, sektör tecrübesi ve çalıştıkları pozisyon gibi demografik özelliklerine ait bulgular tablo 2.1’de gösterilmektedir.

Tablo 2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı kodu	Cinsiyet	Yaş	Medeni durum	Eğitim seviyesi	Sektör tecrübesi	Yapılan iş
K1	Erkek	26	Bekâr	Lisans	3 yıl	Transfer rehberi
K2	Erkek	30	Evli	Lisans	10 yıl	Otel rehberi
K3	Kadın	28	Bekâr	Lisans	2 yıl	Transfer rehberi
K4	Erkek	29	Bekâr	Lisans	4 yıl	Otel rehberi
K5	Kadın	50	Evli	Lisans	3 yıl	Otel rehberi

K 6	Kadın	26	Evli	Yüksek lisans	3 yıl	Transfer rehberi + otel rehberi
K7	Kadın	23	Bekâr	Lisans	3 yıl	Transfer rehberi
K8	Kadın	23	Bekâr	Lisans	3 yıl	Transfer rehberi
K9	Erkek	23	Bekâr	Lisans	3 yıl	Transfer rehberi
K10	Erkek	38	Bekâr	Yüksek lisans	10 yıl	Transfer rehberi + otel rehberi
K11	Kadın	23	Bekâr	Lisans	3 yıl	Transfer rehberi
K12	Kadın	29	Bekâr	Lisans	4 yıl	Otel rehberi
K13	Kadın	23	Bekâr	Lisans	3 yıl	Transfer rehberi
K14	Kadın	23	Bekâr	Lisans	3 yıl	Transfer rehberi
K15	Kadın	26	Bekâr	Lisans	5 yıl	Otel rehberi
K16	Kadın	30	Bekâr	Lisans	10 yıl	Otel rehberi
K17	Kadın	31	Bekâr	Lisans	5 yıl	Transfer rehberi
K18	Kadın	27	Evli	Yüksek lisans	2 yıl	Transfer rehberi + Otel rehberi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

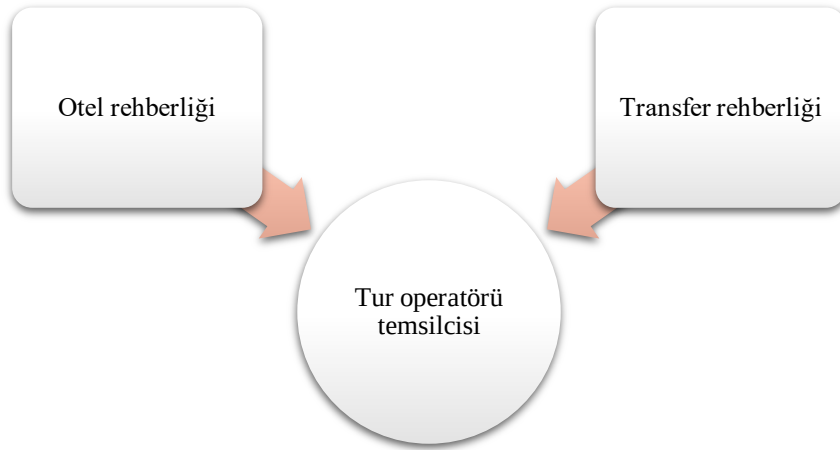
Araştırmaya katılan temsilcilerin tümü, Antalya bölgesinde Sırp turistlere yönelik hizmet vermektedir. Görüşmeler sonucunda, katılımcıların ağırlıklı olarak kadınlardan oluştuğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların çoğu 20'li yaş grubunda yer almakta, daha az sayıda katılımcı ise 30'lu yaşlarda bulunmaktadır; yalnızca bir katılımcı 50 yaş ve üzerindedir. Medeni durum

açısından bakıldığında, büyük çoğunluğun bekâr olduğu, daha az sayıda katılımcının ise evli olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumu incelendiğinde, çoğu katılımcının lisans eğitimi alarak rehberlik yaptığı, daha azının ise yüksek lisans derecesine sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca, bu temsilcilerin bir kısmı hâlen turizm alanında lisans eğitimine devam etmekte, bazıları ise lisans eğitimini tamamlamış durumdadır. Sektör tecrübesine bakıldığında, yalnızca az sayıda temsilcinin Antalya bölgesinde uzun yıllara dayanan deneyimi olduğu, çoğunun ise üç ila on yıl arasında değişen bir mesleki geçmişe sahip olduğu anlaşılmaktadır. Araştırma sonucuna göre, katılımcıların otel rehberi ve transfer rehberi olarak iki gruba ayrılmasına rağmen, bazı katılımcılar her iki pozisyonda da görev yaptıklarını belirtmiştir. Bunun nedeni, bazı tur operatörlerde pozisyonlar arasında net bir ayrımın bulunmaması ve temsilcilerin her iki görevi de yerine getirmesidir.

Çoğu katılımcı, Antalya bölgesinde uzun yıllardır faaliyet gösteren ve Sırp pazarında tanınan büyük Sırp tur operatörlerinin temsilcisi olarak görev yapmaktadır. Bu tur operatörlerinin Antalya bölgesinde, Kemer, Belek, Side, Alanya ve Antalya şehir merkezi gibi turistik bölgelerde, bazıları otel rehberi, bazıları ise transfer rehberi olarak çalışan, 40'a kadar temsilci istihdam ettikleri bilinmektedir. Çok sayıda çalışanı olan tur operatörlerin genellikle yüksek satış hacmi olmakla birlikte, Belgrad-Antalya veya Niş-Antalya arasında günlük charter seferleri düzenlemekte; en büyük tur operatörlerinin ise günde iki uçuş gerçekleştirdiği görülmektedir. Daha karmaşık bir organizasyon yapısına ve daha geniş bir faaliyet alanına sahip bu tur operatörlerin Antalya'daki iş ortakları büyük karşılayıcı acentaları olup, çok sayıda turistini karşılanmasını sağlamaktadır. Öte yandan, daha küçük tur operatörlerinde çalışan bazı temsilciler, satış hacmi daha düşük olduğu için, pozisyonları arasında net bir ayrım olmadan birden fazla görev yapmaktadır; örneğin, aynı kişi hem transfer rehberi hem de otel rehberi olarak görev üstlenmektedir. Bu durumların dikkate alınması, elde edilen sonuçların daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

2.2.2. Seyahat acenta temsilcilerinin çalışma alanları

Antalya bölgesinde turizm sektöründe istihdam edilen yabancı personel genellikle, “otel rehberi”, ”transfer rehberi” ve “tur temsilcisi” unvanlarla 3 farklı alanda görev yaptığı bilinmektedir (Yılmaz ve Oktay, 2018). Bu araştırmaya ilişkin olarak Antalya'da yaz sezonunda çalışan Sırp tur operatörü temsilcileri, otel rehberliği ve transfer rehberliği olan 2 hizmet alanında görev üstlenmektedir.



Şekil 2.5. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Çalışma Alanları

Yaz sezonunda iken Sırp tur operatörü temsilcilerinin, özellikle kültürel turlarda turist rehberliği yapmak için gerekli kokarda sahip olmadıklarından, söz konusu turlarda profesyonel kokartlı rehberlerin yanında yardımcı konumunda görev almaktadırlar.

Katılımcıların bazıları öncelikle transfer rehberi, sonrasında otel rehberi olarak çalıştığını ve bu şekilde özgüven kazandığını ifade etmiştir.

“Kendime olan özgüvenimi transfer rehberi olarak çalıştığım ilk sezonda kazandım. Dolayısıyla, ikinci sezona geldiğimde her şey çok daha kolaydı, özellikle destinasyonu tanıdığım için. Sezonun başlangıcında beni özgüvensiz kılan şey, bilmem gereken otelleri bilmemem idi... Otel rehberi olarak çalışmaya başladığımda biraz özgüvensizlik vardı, çünkü bazı durumlarda nasıl davranmam gerektiğini bilmiyordum, ama aynı durumu birkaç defa yaşadıktan sonra her şey çok daha kolay hale geldi”. (K15)

Benzer şekilde, 4. katılımcı transfer rehberliği alanından otel rehberliği alanına geçtiği süreci anlatmıştır.

“Geçen yıl otel rehberi olarak çalıştım..İlk başta transfer görevlisiydim, sonra otel rehberi oldum...”. (K4)

Bu ifadeler, tur operatörü temsilcilerinin kariyerleri boyunca farklı rollerden geçebileceklerini ve bu sürecin hız ve artan sorumluluk ve stresle başa çıkma becerilerini nasıl algıladıkları açısından değişebileceğini kanıtlıyor.

2.2.3. Tur operatörü temsilcilerinin çalışma bağlamında Ryff'sın Psikolojik İyi Oluş Modeli'nin analizi

Bu çalışmada Ryff'ın Psikolojik İyi Oluş Modeli, Antalya bölgesinde yaz sezonunda çalışan Sırp tur operatörü temsilcilerinin deneyimlerinin ve çalışma süreçlerindeki yaşadıkları sorunların iyi oluşlarını nasıl etkilediklerini incelemek için temel bir çerçeve olarak kullanılmıştır. Ryff'ın İyi Oluş Modeli baştan öz kabul boyutu üzere, başkaları ile olumlu ilişkiler, özerklik, çevresel hakimiyet, kişisel gelişim ve yaşam amacı olan 6 boyuttan oluşmaktadır.

Araştırmanın amacı, Ryff'ın modeli bir çerçeve olarak kullanılarak, Antalya'da acenta temsilciliği görevini üstleyen Sırp çalışanlarının psikolojik iyi oluş düzeylerini analiz etmektedir. Araştırma sırasında gerçekleşen derinlemesine görüşmelerdeki sorular, Ryff'ın psikolojik iyi oluş modelinin boyutları üzerinde belirlenmiştir. Bu modelin her bir boyutu, Ryff'ın tanımları ve açıklamalarına dayanarak Sırp tur operatörü temsilcilerinin profesyonel yaşamları ve çalışma koşullarına uygun şekilde sorular haline getirilmiştir. Ryff'ın modelinin her bir boyutuna bağlanan bu sorular, tur operatörü temsilcilerinin iş yerindeki insani etkileşimleri, gelişme potansiyelleri, iş bağlamında anlam duyguları, günlük aktiviteleri yönetebilme yeteneklerini ve günlük iş deneyimlerini anlamaya odaklanmaktadır. Örneğin, “çevresel hakimiyet” boyutu üzerinden, günlük işleri yönetmekte karşılaştıkları zorluklarla nasıl başa çıktıkları ve bu zorlukların fiziksel ve duygusal olarak kendilerini nasıl etkiledikleri soruldu. Benzer şekilde, kullanılan modelin diğer boyutları için de, tur operatörü temsilcilerinin çalışma yaşamındaki deneyimleri doğrultusunda özelleştirilmiş sorular hazırlanmıştır.

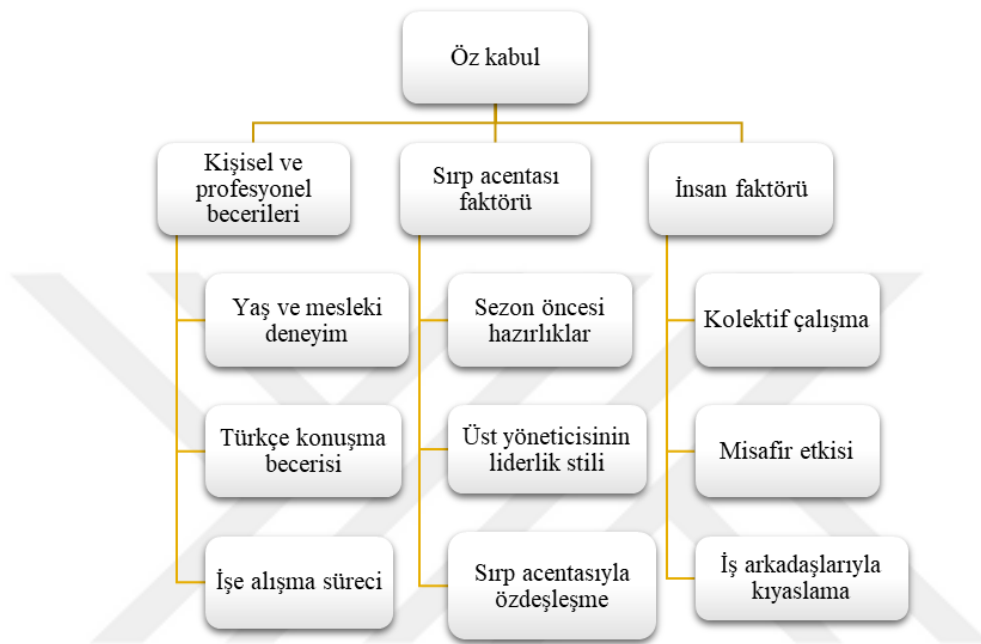
Yukarıda tanımlanan yaklaşımın yoluyla elde edilen bulgular, bu çalışmanın ileri başlıklar altında sunulmaktadır.

2.2.3.1. Tur operatörü temsilcilerinin “Öz Kabul” Boyutunun Analizi

Ryff'ın Psikolojik İyi Oluş Modeli'nde temel boyutlardan olan öz kabul, bireyin kendisine karşı anlayışlı tutum sergilemesi, kişisel nitelikleriyle barışık olması ile kendini ve geçmişini olduğu gibi kabullenmesini ifade etmektedir. Bu boyut bağlamında Sırp tur operatörü temsilcilerine yaz sezonu boyunca gösterdikleri iş performanslarıyla ilgili memnuniyet düzeyi, mesleklerine ilişkin kendilerine tanıdıkları zayıf yönleri konusunda duyguları ve kritik durumların kendilerinde yarattığı duygusal tepkileri ile ilgili sorular iletilmiştir. Temsilcilerin verdikleri cevaplar, psikolojik iyi oluşlarının boyutlarından biri olan öz kabulü sağlayan unsurlarla doğrudan bağlantılı olduğu sonucuna varılmıştır.

Yarı-yapılandırılmış görüşmeler sırasında katılımcılara, sezon boyunca tur operatörü temsilcisi rolünde özgüven ve kendisine karşı pozitif tutum açısından nasıl hissettikleri ile gösterdikleri iş performanslarından memnun olup olmadıkları sorulmuştur. Ayrıca soru olarak, zayıf yönleri konusunda kendisiyle barışık olup olmadıkları da iletilmiştir.

Bu bağlamda ortaya çıkan bulgular Şekil 2.2’de gösterilmektedir.



Şekil 2.6. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının Öz Kabul Boyutu

Kişisel ve profesyonel beceriler

Örneğin, bazı katılımcılar **yaş ve mesleki deneyimin tur operatörü temsilcisi rolünde kendisini daha özgüvenli hissetmesini** sağladığını ifade etmiştir.

“Tanıştığım meslektaşlarımın yaşı ve tecrübelerini göz önüne alındığında, benim tecrübelerim daha fazladır. Bu nedenle, duygusal tepkilerim daha istikrarlı. Genel olarak konuşursak, aynı sektörde olan, aynı işi yapan ve daha genç birine kıyasla, durumu daha kolay idare ediyorum”. (K10)

“Başkaları bana yapamayacağımı söyledi ama ben bu işi yapabileceğimi biliyordum. Benim yaş ve tecrübelerim bazı meslektaşlarımın yaşından çok daha fazla. Buraya 20 yaşında birisi gelir, bense 20 yıllık kıdeme ve deneyime sahibim”. (K5)

“Çalıştığım ilk yıldan bugüne kadar baktığımda, çok ilerlediğime karar verdim. Ne anlamda diye sorarsan, mesela daha önce çok korkuyordum, birinin ne söyleyeceğini,

misafirlerin memnun olup olmayacağını düşündüm. Şimdi zaten lider olduğum ve misafirlerim, meslektaşlarımın beni dinledikleri durumdayım. Çalıştığım acenta söz konusu olduğunda, en üst seviyedeyim ve bana gerçekten saygı duyuyor ve örnek bir çalışan olarak görüyorlarmış gibi hissediyorum” (K16).

Bazı katılımcılar, özellikle otel rehberliği görevini üsteleleyen olanlar, **Türkçe konuşma becerisinin** çalışma sürecinde önemli bir rol oynadığını vurgulamıştır. Dolayısıyla kendilerini daha başarılı hissediyorlar.

“Özellikle otel rehberi olarak çalıştığımda, öngörülemeyen bazı durumlarda, mesela hastanede yatan turistlerin olduğu bazı olumsuz durumlarda, bazı Türk kamu kurumlarında, sosyal yardım kuruluşlarında, devlet hastanelerinde durumu yönetmeyi başardığımda benim için çok şey ifade ediyordu. Elbette, dil orada bana çok yardımcı oldu”. (K15)

İlk soru çerçevesinde birçok katılımcı, **işe alıştırma sürecinde** nasıl hissettikleri ve kendilerini tur operatörü temsilcisi olarak verimli hissedene kadar hangi aşamalardan geçtiklerini açıklamıştır.

“Ancak misafirlerle etkileşime gelince, biraz şüpheliydim çünkü yabancı bir ülkede kalan insanlardan tek sorumlu kişi bendim ve bununla ilk defa karşılaştım... Bunların hepsi nasıl çözüldü peki? Öncelikle pratik yaparak, yani sezon öncesi Sırbistan’da rehber koordinatörleri ile uzun konuşmalar yoluyla. Elbette, rehber koordinatörü bizim buna hazır olmamızı sağlamaya çalışıyordu ve sonra Antalya’ya geldiğimde kendimi güvende hissediyordum, arkamda birinin olduğunu ve hiçbir şeyin aşılmaz olmadığını biliyordum... Bu benim için başlangıçta çok şey ifade ediyordu, özellikle oteller hakkında yeterince bilgiye sahip olmadığım zamanda, bazı sorunları nasıl çözeceğimi bilmiyordum çünkü işin doğası öyle ki her şeyi anında öğrenmemiz gerekiyor...Sonuç olarak, başlangıçta çok fazla özgüvenim yoktu, ancak rehber koordinatörü ve iş arkadaşlarımla bunların üstesinden çok daha kolay geldim”. (K12)

Benzer bir şekilde diğer katılımcı, turizm destinasyonu ile ilgili **bilgi açısından donanımlı olmanın** çalışma sürecini daha kolay kıldığını ifade etmiştir.

“Yolcuları her toplayıp onların önünde sunum yapmaya başladığımda çok fazla kaygı hissediyordum...söylemem gerekenlerin tamamını hatırlar mıyım diye, o anı kabullenmek benim için çok zordu ve bu kaygı beni son güne kadar tuttu. Yeterince iyi bir temsilci olup olmadığım konusunda her zaman endişeliydim. Belki de bir konu hakkında bilgi eksikliğim benim zayıf

noktamdı. Örneğin, bilmediğim Türkiye tarihini ve birisinin benden bilmediğim bir bilgi istemesinden korkuyordum". (K2)

"İlk başta belli bir fikrim yoktu ve kimse bana gelip "bak, bu şöyle ve şöyle" diye anlatmadı... İnfö toplantılarında neler konuşacağım ile ilgili kimseden bilgi almadım. Ben kendi senaryomu yazdım kelimesi kelimesine, notları yazdım ve onları tamamlayana kadar 3-5 infö toplantı geçti. Başta bazı şeyler parlak ve sorunsuz gitmedi". (K4)

İnsan faktörü

Öz kabul boyutu açısından birçok katılımcı, **insan faktörü** çalışma sürecinin en önemli belirleyicilerden olduğunu vurgulamıştır. Katılımcıların ifadelerine göre, turistlerle veya iş arkadaşlarıyla olan etkileşim farklı günlük aktivitelerini yönetme becerilerini büyük ölçüde etkilediği anlaşılmıştır. Nitekim insani ilişkiler, tur operatörü temsilcisi olarak kendilerini daha iyi hissetmelerine ve üstlendikleri rolü daha çok benimsemelerine katkıda bulundu.

"Örneğin, bir otelde bir kadın misafirim eşinin intihar etmek istediğini söylediğinde, o anda yanımda birisine çok ihtiyacım olduğunu hissettim. O zaman iş arkadaşım yardımına gelip "Tamam, şimdi birlikte gidiyoruz, ben kadınla konuşacağım" dedi...O anda sahip olabileceğimi düşünmediğim o sakinlik seviyesi benim için dünyadaki her şeyden daha önemliydi. Yanımda o olmasaydı, sanki ben kendi başıma bu durumun üstesinden gelemeyecek gibi hissetmiştim kendimi". (K12)

Görüşmelere katılan birçok tur operatörü temsilcisi için çalışma arkadaşlarının varlığı yani **kolektif içinde çalışma** hayatı öneme sahip olmasına rağmen, iki katılımcı iş arkadaşı bağlamında durumlarını şöyle açıklamıştır:

„Madem bir iş arkadaşım ile çalışıyorum, iş performanslarım tam kapasitede değiller, daha düşüktür çünkü iş bölümü var, dolayısıyla tam potansiyelimi sergilemiyorum “.

„Diğer bir durumda, çok sayıda olmasa da iki yıl önce beni rakip olarak gören ve benimle yarışmak isteyen iki iş arkadaşım vardı. O durumlarda içimdeki inat duygusu ortaya çıkıyordu, „Ben sana şimdi göstereceğim, benim kim olduğumu göreceksin" diye. Bu, kendi işimde daha başarılı ve azimli olmam için motivasyon veriyordu. Bazı durumlar oldu ki, bazı iş arkadaşlarım bana çeşitli engeller koymaya çalışıyordu, çünkü benim o kadar başarılı olmamı kaldıramıyordu...İşte öyle, iki farklı durumum vardı, ilkinde bazı iş arkadaşlarım beni kendilerinden daha düşük mertebeye gördüler ki ben onları zaten benden daha becerikli

gördüm ve onların seviyesine ulaşmaya çalıştım. İkinci durumda, beni tehdit olarak gören olanlar daha iyi olmaya çalışmamı teşvik ettiler“. (K16)

Öz değerlendirme yaparken, birçok tur operatörü temsilcisi kendi performansları ve iş bağlamında becerdiklerini kendi **iş arkadaşlarıyla karşılaştırdılar**. Bu karşılaştırmanın sonucunu şu şekilde açıklamıştı:

“Antalya’da yıllardır çalışan iş arkadaşlarıma göre, bir yere kadar kendimi özgüvensiz hissediyordum ve tavsiye için ne zaman sorduysam hiç kolay gelmedi bana, çünkü ben mükemmeliyetçiyim ve her şeye hazır olmak isterdim “. (K15)

„Ego ve kibirle bir sorunum yok. Tüm iş arkadaşlarımdan bir şey öğrenmeye hazırdım çünkü o iş benim ilgi alanımdı, hayatım boyunca yapmak istediğim şeydi. Turizm sektöründe çalışmak için kendi şirketimi kapattım, dolayısıyla mümkün olduğunca yeni tecrübe edinmek benim için çok önemliydi”. (K5)

„Benden yaş olarak daha büyük ve daha tecrübeli meslektaşlarıma hiçbir zaman kıskanç duygusunu beslemiyordum, „Ben onu geçeyim, daha iyi olayım” diye bir niyetim yoktu. O insanlardan bir şey öğrenmek istedim. O yüzden Antalya’nın benim çalıştığım ilçeden farklı ilçelerinde çalışan ve çok tur sattığını bildiğim iş arkadaşlarımı arayıp danışmak istedim hep“. (K16)

Araştırmaya katılan pek çok katılımcı çalışma arkadaşlarıyla olan etkileşimden bahsetmiş olsa da, transfer elemanı olarak çalışan bir katılımcı, kendini özgüvenli hissetmesi için **turist profilinin** önemini vurgulamıştır.

„Çalışırken, tatsız durumlar çok nadiren yaşandı, misafirlerimin sayesinde, onlar beni rahatlatınca her şey daha kolay göründü. Turist profili benim için çok şey ifade ediyordu, çünkü onları rahat görünce ben de rahat olurdum, lakin sinirli olanların yanında ben sadece onları nasıl neşelendirebileceğimi düşünüyordum. O anda ben de paniğe kapılıyorum, dolayısıyla transfer süreci olduğundan daha kötü olabiliyordu”. (K8)

Sırp acentası faktörü

Kendilerine tur operatörü temsilcisi olarak barışık olup olmadıkları sorulduğunda katılımcıların bazıları, **üst yöneticisinin liderlik stilinin** psikolojik iyi oluşlarına belirli bir şekilde etkilediğini açıklamıştır.

„2023 yılında büyük bir acentada transfer elemanı olarak çalıştım. Sezonun sonuna kadar kendi potansiyelim ve iş aktivitelerimi yaparken başardıklarımın farkında değildim. Bu işe acentanın beklentilerini karşılamayacağıma dair büyük bir korku ile başladım çünkü Sırbistan’da sezon öncesindeki hazırlıklar sürecinde otel rehberleri bize hataların olmaması gerektiğini söyleyerek biraz korkutuyordu. Ancak sezonun sonunda daha tecrübeli meslektaşlarımla değerlendirme yaparken, acenta yöneticisi tarafından manipüle edildiğimin, dolayısıyla bu kadar strese gerek olmadığını farkına vardım“. (K18)

„Taşındığım içimdeki duygulara gelince, ilk başta her şey vardı, hem korku hem de güvensizlik ama en çok başkaları tarafından yerleştirilen korku vardı. Hataları yapmamamız için acenta bizi korku ile manipüle ediyordu çünkü beklentileri çok yüksekti, ama daha sonra yoğun işle birlikte bu korku yok oldu galiba“. (K3)

Antalya’da turizm sezonunda işi yoğun ve çok sayıda temsilcisi olan bazı Sırp tur operatörleri, destinasyonda iş koordinasyonunu geliştirmek ve temsilcilerin adaptasyon sürecini hızlandırmak adına, sezon başlamadan önce yoğun toplantı şeklinde **hazırlıklar düzenlenmektedir**. Bu hazırlıkları organize eden acentaların birçok temsilcisi, öz kabul boyutu bağlamında sezon öncesi bu sürecin kendileri için çok önemli olduğunu belirtmişler.

„Sezona gitmeden önce hazırlık toplantılara gitmemizin çok iyi olduğunu düşünüyorum, çünkü o zaman insanlar bize hangi durumlardan geçebileceğimizi, hangi bilgilere sahip olmamız gerektiğini anlatıyorlar ve bu da işe atacağımız ilk adımımızı daha kolay hale getiriyor. Bence Türkiye’ye gitmeden önce işin bu kısmı çok iyi bir şekilde organize edildi“. (K13)

“Sezondan 3 ay önce Sırbistan’da transfer elemanı olarak otel rehberleriyle toplantılarda görüşüyorduk; o sırada bize transferleri nasıl yapmamız, hangi bilgileri paylaşmamız gerektiğini anlatıyordu, hatta Antalya havalimanını görsel bir şekilde tanıttılar, misafir karşılama ve uğurlama prosedürünü de“. (K17)

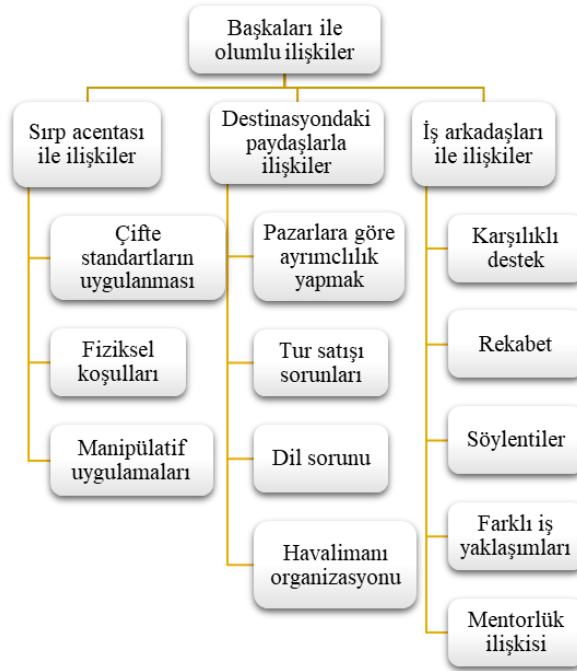
„Transfer rehberi olarak mı yoksa otel rehberi olarak mı çalışacağın fark etmez, sezon için çok güzel hazırlıyorlar seni. Oldukça detaycı ve özverilidir. Sezonda acenta temsilcisinin işe alışmasıyla ilgili daha az işleri olsun diye çok uğraşıyorlar. Yani, hem her türlü zorluklara hazır olasin hem de onların seninle daha az işi olsun diye, seni sezon için hazırlamaya çalışıyorlar. Bu son derece mantıklı bir yaklaşım“. (K12)

Bir katılımcının ifadesi, **Sırp tur operatörü ile özdeşleşmenin**, temsilcinin psikolojik iyi oluşunun öz kabul boyutunu olumlu yönde etkilediğini ve işe daha hızlı uyum sağlamasına katkı sunduğunu ortaya koymuştur.

“Acenta sanki benimmiş gibi davrandım, kendimi işe tamamen verdim“. (K5)

2.2.3.2. Tur operatörü temsilcilerinin “Başkaları ile Olumlu İlişkiler” Boyutunun Analizi

Ryff’ın psikolojik iyi oluş yapısının bir diğer boyutu olan başkaları ile olumlu ilişkiler, bireyin sağlıklı, güvene ve güçlü empatiye dayalı bağları kurabilme yeteneğini ifade etmektedir. Bu boyut bağlamında Sırp tur operatörü temsilcilerine yaz sezonunda sürekli etkileşimde olduğu turizm paydaşlarıyla ilişkilerin kalitesi ile, yaşanan olumlu ve olumsuz durumları sorulmuştur. Verdikleri yanıtlara göre, tur operatörü temsilcilerinin ilişki açısından dört farklı düzlemde yer aldıkları sonucuna varılmıştır. Bu düzlemler, temsilci-Sırp tur operatörü ilişkisi, temsilci-Türk acentası (operasyon) ilişkisi, temsilci-otel çalışanları ilişkisi ve temsilci-iş arkadaşları ilişkisi olarak sıralanabilmektedir.



Şekil 2.7. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının Başkaları İle Olumlu İlişkiler Boyutu

Sırp Tur Operatörü ile İlişkiler

Sırp tur operatörü temsilcisi bağlamında Antalya’da yaz sezonu organizasyonunda, Sırp tur operatörü kritik bir role sahiptir. İş yoğunluğu ve turist sayısı açısından daha büyük Sırp tur operatörlerinde çalışan temsilcilerin iş organizasyonu, yaptıkları işin kalitesi ve temsilcilerin güvenliğinden sorumluluk, Sırp acentasının yetkisindedir. İş organizasyonu açısından büyük Sırp tur operatörlerin Antalya bölgesinde, hem temsilcilerine hem de Sırp turistlerinin karşılanması için yetkili olan Türk acentasına karşı farklı görevleri üstlenen destinasyon yöneticisi çalışmaktadır. Bu sorumlu kişi, Antalya bölgesinin her turistik ilçesinde çalışan tüm temsilcilerin iş süreçlerine dair bilgi ve farkındalığa sahip olmakla beraber, Türk acentası ile Sırp tur operatörü temsilcileri arasındaki ilişkileri düzenlemek amacıyla görevlendirilmiştir. Sonuç olarak, kitle turizmi Sırp tur operatörleri söz konusu olduğunda, temsilcilerin çalışma süreçleri Türk acentası ziyade Sırp tur operatörüne büyük ölçüde bağlı olduğu görülmektedir.

Sırp tur operatörü temsilcileri, kendilerini istihdam eden Sırp tur operatörü ile ilişkilerinden söz ederken, tur operatörün sağladığı çalışma koşulları, uyguladığı kuralları, duygusal destek ve kullandığı manipölasyon teknikleri gibi aralarındaki iş ilişkisini oluşturan farklı noktalara değinmiştir. Katılımcıların bahsettiği bu etkileşimlerin önemli bir unsurlarından birisi, tur operatörün üzerlerinde uyguladığı bazı yönlendirici ve baskılayıcı yöntemleridir.

„Hatalar affedilmez gibi gösterdikleri için, kendimi baskı altında hissediyordum. Halledilemez bir şey olmadı yani, sadece ben üst düzey yöneticisinin tepkisinden korkardım. Diyelim ki bir hata yaptım ki son 3 ayda hatasız çalışıyorum, işte o tek hata üzerine konuşuluyor”. (K8)

„Etrafımda neler olduğu hakkında konuştuklarını duyunca, kendimi matriksteymişim gibi hissediyorum. O kadar manipüle ediyorlar ki kendi kendime “Bunu sen mi yaptın gerçekten?; Bunu sen mi söyledin, böyle bir şey gerçekten oldu mu?” diye soruyorum. Kendime inanamaz hale geliyorum ki bazen dışarı çıktığımda kendime “Bugün gökyüzü mavi mi?” diye soruyorum“. (K7)

„Haziran’da mesela benim için transfer rehberi olarak, misafirlerimin otel rehberlerin info toplantılarına gitmeleri çok önemliydi. Gelmezse, benim suçlu olduğumu düşünürdüm, ama Eylül’de kendi kendime “Bu insanlar burada 10 yıldır tatil yapıyor ve info toplantıya onun için gelmek istemiyor, benimle ilgili değil bu mesele” dedim artık. Dolayısıyla sezonun başlangıcı ve sonu çok farklıydı benim için“. (K8)

„Ceza sistemi de değiştirirdim. Para cezaların her firmada olduğuna inanıyorum, bizimle de öyle hareket etmeleri gerekiyordu, duygusal cezalandırması yerine. Duygusal ceza değil de, para cezası uygulanması gerekiyordu bence“. (K3)

Manipölasyon teknikleri söz konusu olduğunda, tur operatörü temsilcileri Sırp tur operatörüne sadece duygusal değil, hem günlük aktiviteleri hem de boş zamanlarında özel alanlarını etkileyen kontrol stratejilerini ilişkilendirmektedir.

„Sırp acentasının olumsuz taraflarından bahsedecek olursam, duygusal manipölasyon, tehditler ve şantajların altını çizmek isterim. Örneğin, boş zamanımda eğer üçüncü çağıra kadar telefonuma cevap vermezsem, yönetici bana azar edecek çünkü kurala göre, ilk veya ikinci çağırda cevap vermemiz, hatta telefonumuzu lavaboya bile taşımamız gerekiyordu. Ayrıca, boş zamanımızda, başka bir ilçeye gidemezdik, dolmuşla bile, sadece lojmanımızın bulunduğu ilçeyi gezebilirdik. Mesela, lojman Göynük'te ise, sadece Göynük'te dolaşabilirdik veya en fazla Kemer şehir merkezine kadar gidebilirdik, ama otel rehberlerimize haber vermemiz şartıyla“.

“Lojmandan her gidişimizi bildirmemize gerek olmadığını düşünüyorum, ayrıca işimiz bitikten sonra özel hayatımız için özgürlüğe ihtiyacımız var... Dinlenmek için özel zamanımız yok, plajda olsan da, aradıklarında cevap vermek lazım, yani turistler değil, yönetici aradığında cevap vermezsen dünyanın sonu olur. Bu beni çok sıkıştırıyordu, askerdeymişiz gibi bu anlamsız kurallar, bize kendi zamanımızı değerlendirmek için fırsat vermeyen kurallar... O seneden sonraki sezona tekrar geri döndüm ama acenta için mi, iş için mi, hayır... Özgürlüğümüzün kısıtlanması, manipölasyon, yaşadığım ve çok daha sonra farkına vardığım zorbalık, ilk başta önemli görünmeyen o küçük şeyler ama özel alanının olmadığı sezonda önemli şeylerdir...“ (K15)

Tur operatörü temsilcilerinin Sırp tur operatörü ile ilişkilerinin bir diğer boyutu, Sırp tur operatörünün temsilcilerine gösterdiği **tarafli yaklaşım**dır. Açıklamalarına göre, bazı temsilcileriyle özel ilişkileri nedeniyle, Sırp tur operatörü aynı veya benzer durumlarda tüm sezon çalışanlarına eşit yaklaşım göstermesi gerekirken, bazı çalışanlarına ayrıcalık tanıyıp profesyonel olmayan bir davranış gösterdi.

„Şöyle söyleyebiliriz; birilere sezon boyunca ayrıcalıklar veriliyordu, birileri alkollüyken transfer yapıyordu, birilerin info toplantıları vardı lakin misafirler onlardan şikâyet ediyordu. Sonuçta, bu insanlar yıllardır yaz sezonuna çalışmaya alınıyor, yanlış

yaptıkları yokmuş gibi. Bazı insanlara sırf özel ilişkileri yüzünden ikinci bir şans verilmesini hiç anlamıyorum... Sezon boyunca bazı insanların hataları affedilip cezasız veya minimum ceza ile geçerken, bazıları ise cezalanıyordu. Muamele eşit değildi, nitekim bu şeyin hiç iyi olmadığını düşünüyorum". (K7)

„Sırp acentasında beğenmediğim tek şey, bazı insanların yaptıkları hataları için cezalı olurken, bazı insanların aynı hataları için cezasız geçmeleri. Cezalı olduğunda yöneticiden gelen kırmızı mailler, havalimanına bir süre hepimizin her gün gitmek zorunda olmamız gibi şeyler...Bazı durumlarda adaletsizliğin yaşandığını düşünüyorum“. (K13)

„Kuralların tüm acenta temsilcileri için eşit olmadığını düşünüyorum. Bence, işin içinde kişisel bir durum vardı, birilere özel bir sebepten dolayı ayrıcalıklar tanınıyordu. İşte, bu hiç hoşuma gitmedi“. (K14)

Sırp tur operatörü ilişkilerini anlatırken, birçok katılımcı tur operatörün sağladığı **konaklama koşullarının** psikolojik iyi oluşu üzerinde önemli bir etki olduğunu vurgulamıştır. Konaklamanın sağlanmasıyla Sırp tur operatörün iş ortağı olarak Türk acentasının ilgilendiği bilinmesine rağmen, temsilcileri Sırp tur operatörünün bu konu üzerinde daha fazla etkili olabileceği görüşündedir.

“...Sırp acentasının bir diğer olumsuz tarafı, destinasyonda kaliteli bir konaklama sağlamadığıdır ama bu, çoğu Sırp acentası için tipik bir durum“. (K10)

„Bizimle ilgilenmediklerini söyleyemiyorum, ama daha iyi lojmanları bulabildiğini düşünüyorum, hem eğlenebileceğimiz hem de daha elverişli bir lojman. Kısacası, konaklama ve bütçeye en çok vurgu yapmak isterim. Bunun dışında her şey tamamdır, yani sezona gitmeden önce ilk maaşını alıyorsun, uçak biletini, çözülmüş bagaj meselesi“. (K1)

„Sırp acentasında sadece şunu değiştirdim; konaklamamız ile daha fazla ilgilenseler, bir de bizim yaşam kalitesiyle, yani sadece iş olmasın, birisi onlardan bize gelsin, nerede ve nasıl yaşadığımızı görsün, nasıl hissettiğimizi, fedakarlığımızın ne kadar büyük olduğunu düşünsünler çünkü 6 aylık süreç söz konusu, evden gitme durumu“. (K16)

Destinasyondaki paydaşlarla ilişkiler

Sırp misafirlere Antalya bölgesi başta olmak üzere, Türkiye'nin birçok tatil bölgesi için tatil paketlerini satan Sırp tur operatörünün iş partneri olan Türk acentası, tatil programlarının destinasyonda gerçekleşmesi için sorumlu bir acentadır. Transfer, konaklama, ekstra turlar, otel sorunlarının giderilmesi gibi hizmetlerle beraber Türk acentası, Sırp tur operatörünün sezon için istihdam ettiği çalışma personeline de karşı bazı sorumlulukları üstlenmektedir. Örneğin, Türk acentası Sırp tur operatörü temsilcilerine iş üniforması, iş telefonları, tur satışı için pos terminaleri, araba gibi tüm gerekli ekipmanlarının yanı sıra konaklama da sağlamaktadır. Türk karşılayıcı acenta örgüt yapısı içinde olan operasyon departmanı, Sırp tur operatörü organizasyonu açısından anahtar rol oynamaktadır. İster transfer elemanı olsun, ister otel rehberi, hepsi Türk acentasıyla sürekli olarak iletişim halindedir. Aralarındaki ilişkilerin özelliği ise spesifik iş operasyonuna bağlı olarak farklılık göstermektedir.

Sırp tur operatörü temsilcileri olan otel rehberleri özellikle operasyon departmanı ile ilişkileri bağlamında, operasyonun Rus pazarında çalışan acenta temsilcilerine öncelik verdiğini, dolayısıyla info yaptıkları otellerde de Rus acenta temsilcilerinden **farklı bir şekilde muamele** gösterildiğini ileri sürmüştür.

„Bence bu acenta farklı pazarlarla çalışan büyük bir acentadır, dolayısıyla bizim önceliğimiz yok onlarda. Rus acenta temsilcilerinin bizim üstümüzde olduklarını birkaç defa hissettim, onların sayısı daha yüksek, ayrıca operasyonda çalışan herkes Rusça konuşuyor... Bize yardımcı olmadıkları defalarca oldu, kendin idare et, çözüm bul diye...Özellikle sadece İngilizce konuşan iş arkadaşlarım bize yardım etmemiz gereken operasyon tarafından yüzüstü bırakıldı, operasyondaki çalışanlar başta olmak üzere lojmandaki çalışanlara kadar. Problemin çözülmesi gereken bazı durumlarda, dışarıdan birisinin teşvikiyle, yani şikayetin ciddi boyutuna gelene kadar, her şey çok yavaş ilerliyordu“. (K15)

„Bence en başta net bir duruş sergilenmesi lazım çünkü biz çoğunlukla Rus temsilcileriyle çalışıyoruz ve Rusların, Sırp otel rehberi ile transfer rehberlerine göre hep öncelikleri vardı. Bu sezon boyunca çok yorucu olabiliyordu, dolayısıyla aramızdaki iletişim yüksek seviyede değildi“. (K12)

Sırp tur operatörü temsilcisi ile operasyon arasındaki ilişkilerinden belirlenmiş bir diğer alt boyutu, **tur satışı ve organizasyonudur**. Temsilciler, özellikle otel rehberleri gününbirlik tur satışıyla ilgili Türk acentasının operasyonu ile sürekli iletişim halindedir. Tur satışı veya iptal

etme aşamasında, temsilciler ile operasyon arasında farklı sorunların yaşandığı sonucuna varılmıştır.

„Geç kalmaları, şartlar koymaları oluyordu. Mesela pax yeterli olmadığında, diyelim ki bir turist lazım sadece, bize minibüs vermek istemiyorlardı. Ayrıca sürekli baskıcı mesajlar alıyorduk, mesela, “Kapadokya’yı satmanız lazım”, “Arabaları tutabilmek için daha fazla satış yapmanız lazım” gibi...” (K12)

„Üzerimde bir baskı vardı, çünkü maaşımızın yarısı Sırp acentası, diğer yarısı ise Türk acentası veriyordu. İşte, ondan sonra Türk acentası daha çok tur satalım diye baskı yapıyordu. Alanya’dan 40 kilometre kadar uzak otellerde kalan, bebekler veya küçük çocukları olan aileleri ziyaret ediyordum, resort otellerde dinlenmeleri için tatil paketleri alan, ekstra turları almak istemeyen ailelerdi”. (K5)

„Bazı turlar söz konusu olunca, istediği zaman umursamazca iptal etmişliği vardı çünkü bu durum onların işine gelmedi. Mesela yeterince pax olmadığında turu iptal edip bizi zor duruma sokuyorlar, biz o zaman otellere gidip misafirlere para iadesi yapıyoruz, profesyonel olmayan bir davranış sergiliyoruz. Bunun aksine, misafirimizin tura katılamadığı halde, iptal etmeleri için bir sürü belge istiyordu, doktor raporu vesaire... İş sürecinde tutarsızlıkları var yani”. (K16)

„Genel hayal kırıklığım, bize turların tümü vermedikleriyle ilgilidir, aksine sadece onların iyi olduğunu düşündükleri turları sundular”. (K10)

Araştırmaya katılan birçok tur operatörü temsilcisi, Türk acentasının operasyon çalışanları **İngilizce iyi konuşmadıklarından** iletişimde zorluklar çektiklerini ifade etmiştir.

„...Ondan sonra, operasyon çalışanlarının çoğu İngilizce bilmiyor, sadece Türkçe konuşuyor, biz ise Türkçe bilmiyorduk”. (K12)

„Operasyonun İngilizce bilmedikleri çok zoruma gitti Türkiye’ye gelmiş olsam da. Turizm destinasyonu söz konusudur, farklı ülkelerden gelen insanlarla çalıştıklarının farkında olmalı, dolayısıyla İngilizce öğrenmeli”. (K2)

“Turizm bağlamında konuşacak olursak, Türkçe hariç hiçbir dil konuşmayan acenta personeli tamamen kabul edilemez bir şeydir, yani genellikle kötü bir iletişimden bahsediyoruz”. (K10)

Sırp tur operatörü temsilcileri olan transfer rehberleri açısından etkin **havalimanı organizasyonu** büyük bir öneme sahiptir. Kapak belgesinin zamanında hazır olması, Antalya Havalimanı otoparkındaki otobüs düzeni, transfer araçlarını sürecektir şoförlerin düzgün ve dinlenmiş olması gibi konular sıklıkla belirtilmiştir.

„...Transfer araçlarının organizasyonu mesela, uçak iniyor ama bizim otobüs numaralarımız henüz yok... Ondan sonra, otoparkta araçların düzenlenmesi, boş bir otoparkın kullanabileceklerini ve bizim araçlarımızı oraya taşıyabileceklerini anlamaları bir buçuk ay sürdü. Onlar son anda yapıyor bazı şeyleri, çok rahat olabiliyor, ama rahatlıklarından kaynaklı hata olduğunda biz suçlu oluruz...” (K7)

“Bence kapak ve araçların zamanında hazırlanması konusunda daha fazla dikkat etmeleri lazım. Ayrıca araçları hangi şoförlerin sürdüğüne de özen göstermeli çünkü şoförün uyku halinde sürmesi birkaç defa oldu... Şoförler fazla yorgun oldukları için birkaç trafik kazası yaşandığını duydum.” (K13)

Sırp tur operatörü temsilcisi olan otel rehberlerinin çalışma ortamı otellerin olduğuna göre, iş verimlilikleri açısından otel personeli ile iletişimin kalitesi kritik bir rol oynamaktadır. Otel rehberleri-otel çalışanları ilişkisi bağlamında **„dil sorunu“** ve **„Rus temsilcilerine ayrıcalık tanınması“** olmak üzere 2 farklı alt kategori tespit edildi. Dil sorunu konusunda temsilcilerin ifadeleri şu şekildedir:

„Türkçe konuşmam benim en büyük avantajım idi, dolayısıyla çok problem halledebilirdim. Bence birçok problemi Türkçe bildiğim için çözebilirdim ama Türkçe bilmek kural olmamalı, çünkü dil bilmesen de yardımcı olabilecek birisi olması lazım. Resepsiyonda 15 dakika durup Türkçede anlatmaya çalıştığında ancak çözüme varabiliyoruz. Benim meslektaşlarım bu şekilde yaptıklarında soğuk bir yaklaşımla karşılaştılar. Otelde bazı sorunları çözebilmemiz için bazen Türk acentamız yoluyla, yani müdürü çağırarak halletmeye çalışıyoruz.” (K15)

„Bizim için yabancı olarak bu işte en büyük avantajımız Türkçe bilmek. Misafirlerimin isteklerini her zaman anlatabilirdim resepsiyona. Bunun aksine, bazı otellerin resepsiyonunda meslektaşlarımda sorunları vardı, resepsiyonistler İngilizce yeterli bilmediklerinden.” (K18)

„Otel çalışanlarıyla ilişkimiz otelden otele değişiyordu. Yaşadığım çok hoş durumu söyleyebilirim, bir de Türkçe bildiğini öğrendiklerinde yardım etmeyi dört gözle beklerler. Bazen çalışanların numarası var sende, otele gitmeye bile gerek kalmaz...” (K4)

Tur operatörü temsilcisi-otel çalışanları ilişkisi bağlamında alt temalardan birisi olan ayrıcalık söz konusu olduğunda, otel rehberliğini yapan bazı katılımcılar otel personelinin kendilerine yönelik muamelesinin, Rus acenta temsilcilerine kıyasla farklılaştığını gözlemlemişlerdir. Sırp tur operatörü temsilcileri bu durumu pazar büyüklüğü açısından değerlendirip Antalya bölgesinde Rus turizm pazarının Sırp pazarından daha büyük olduğu için otel çalışanlarının onları Ruslar'dan ayrı tuttuklarını ifade etmiştir.

„Bizi öncelik sıralamasında en sona koyuyorlar, çünkü Ruslara göre daha az sayıdayız, dolayısıyla bizi otel rehberi olarak çok kolay idare edeceklerini, turistlerimizin ise her şeyi kabul edeceklerini düşünüyorlar, ancak işimizin doğası bunu da gerektiriyor, acenta temsilcisi olarak gidip böyle olamayacağını bir şekilde dile getirmek“. (K12)

„Antalya bölgesinde Rus pazarının en güçlü trendi belirleyip, en büyük sayıda Rus turistlerinin olduğu biliniyor, dolayısıyla her şey bu pazara göre şekilleniyor. Ancak bütün bunlar ikinci planda olan acenta temsilcilerine karşı muameleye yansıyor çünkü acentaları Rus acentalarından daha az turistleri getiriyor. Turist sayısı açısından Sırp pazarı, Rus pazarından çok daha küçüktür“. (K18)

İş arkadaşları ile ilişkiler

Antalya bölgesinde sezonluk turizm faaliyetlerini sürdüren Sırp tur operatörleri, temsilciler organizasyonu açısından belirli bir düzene sahiptir. Daha açık olarak, otel rehberi ile transfer rehberi üzere iki farklı görev tanımlamakta. Sırp tur operatörlerinin pratik işleyişinde dikkat çeken durum, ilgili çalışanların sürekli fiziksel ve iletişim temelli bir ilişki içinde olduklarıdır. Otel rehberleri ile transfer rehberleri aynı konaklamada oturmakla kalmayıp, çalışma operasyonu açısından da birbirleriyle oldukça güçlü bir etkileşim halinde bulunmaktadır. Dolayısıyla Sırp tur operatörü temsilcilerinin iş arkadaşları ile ilişkileri iki düzeyden gözlemlenebilir; transfer rehberi-transfer rehberi ile otel rehberi-transfer rehberi ilişki düzlemi.

Transfer rehberleri arasındaki etkileşim bağlamında, karşılıklı destek, rekabet, işe yönelik davranış biçimi ve dedikodu olmak üzere 4 alt tema ön plana çıkmıştır. Temsilcilerin **karşılıklı destek vermesi** ilişkilerini önemli ölçüde etkileyen bir unsurdur.

„Yöneticimizden destek almadığım için kendime ve tabi ki iş arkadaşlarıma daha çok yaslanmam gerekiyordu. Her konu hakkında konuşabileceğim ve destek alacağım iş arkadaşlarım sezonluk çalışmasının en büyük avantajıydı“. (K15)

Transfer rehberleri arasındaki **rekabet** çoğunlukla info toplantılara gelen turist sayısına ilişkin olduğu görülmektedir. Transfer rehberlerinin transfer sürecinde turistlere özellikle ekstra turlarla ilgili aktardıkları bilgi, turistlerin info toplantılarına katılma potansiyelini önemli ölçüde etkilediği saptanmıştır. Dolayısıyla, transfer rehberleri kendilerinin rekabet konumunu, turistlerin info toplantılarına katılım oranları açısından değerlendirmektedir.

„En baştan kendimi çalışkan ve yardımsever biri olarak konumlandırımdım ve insanların aynı davranış biçimi göstereceğini düşündüm ama çok rekabet vardı. Mesela, iş yoğunluğu düşük olan Antalya merkezinde olduğum için, birilerin gelip „Sen hiçbir şey yapmıyorsun, sen Antalya’dasın“ demişliği vardır. Bazı insanlara hepimizin çalışmak için geldiğimizi anlatamıyorsun, sonuçta aramızda çok rekabet vardı“. (K8)

İşe yönelik davranış biçimi söz konusu olunca yaş, duygusal istikrar, bağımsızlık ve farklı amaçlar gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak, temsilcilerin profesyonellikten uzak tutum sergiledikleri sonuca varılmıştır. Bazı katılımcılar iş arkadaşlarının davranışları hakkında aşağıda belirtilen ifadelerinde bulunmuştur.

„İş arkadaşlarımdan çoğu en başta Antalya’da geçirdikleri sezonun gerçek bir hayat olduğunun farkında değil. Sadece çalışmak ve para kazanmak için geldim ve bundan sonra yokum diye bir şey yok yani. Son yıllarda genç insanların motivasyonunun sürekli düşüyor olduğunu düşünüyorum. Ben bu işe 2017’de başladım ve burada yaşayıp çalıştığımı resmen kabul ettim. Kazancı çok düşünmedim ve şimdi sinirli olduğum şey gençlerin sezon için ilk motivasyonu para kazanması. Sezonda ücretsiz şeyleri gördükleri için minnettar olmadıklarına üzülüyorum“. (K16)

„Bazı iş arkadaşlarım benden çok daha küçüktü, ailesinden ilk defa ayrılmış, ilk defa sorumluluk gerektiren bir görev üstleniyorlar, dolayısıyla turistler ve yapmaları gereken işlerle ilgilenmemiş gibi göründükleri durumları vardı, sanki sadece onların şahsi duyguları ve keyifleri önemliymiş gibi. Bu gibi durumlarda biz, büyük iş arkadaşları olarak sıklıkla sorumluluk alıyorduk. Mesela bir gün bir arkadaşım turistlerin umurunda olmadıkları söyleyince, otel rehberi benden havalimanına gidip transferi yapmamı rica etti, o gün için yapılmış plana göre bende sıra olmasa da“. (K18)

„Hepsi aynı kapasiteye sahip değildi. Herkes elinden gelenin en iyisini vermeyi öğretilmemiştir, dolayısıyla bu konuda çalışmaları lazım belki, çünkü sonuçta birlikte çalışmak için gittik sezona, hepimiz aynı maaş alıyoruz“. (K3)

Tur operatörü temsilcilerinin aralarındaki ilişkilerinden saptanmış olan bir diğer alt kategori **dedikodudur**. Aralarındaki etkileşimin kalitesi üzerine etki yaratan bu unsur hakkında, bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

„O an bana çok komik geldi, turizm sektöründe çalışmadığım için ve ilk sezona geldiğimde çok şaşırdım. Sen C kişi hakkında konuşuyorsun, sonra da C kişi geldiğinde, ona D kişinin dedikodusunu yapıyorsun. İkinci sezon bana çok daha iyi geldi, çünkü bu durumların tamamen dışındaydım“. (K4)

„Bence ilişkilerimizin söz konusu olgunlaşmamışlık. Kişiler arası ilişkilerin en büyük problemi özel hayat konusunda yapılan dedikodu olduğunu, bunun ilişkimize gerginlik ve huzursuzluk getirdiğini düşünüyorum“. (K14)

Araştırma kaynaklı otel rehberi ile transfer rehberi ilişkisinin sonuçları değerlendirildiğinde, ilişkilerin yapısı Sırp seyahat acentası bağlamı açısından göze alınması gerekiyordur.

Otel rehberleri pozisyonuna alınacak adayları değerlendirirken çoğu Sırp tur operatörü, „transfer elemanı sonra otel rehberi“ kuralı doğrultusunda hareket etmektedir. Bununla birlikte, bazı tur operatörleri turistlerle doğrudan ve sürekli olarak etkileşim içinde olacak olan temsilcileri öncelikle transfer rehberi olarak istihdam etmektedir. Tur operatörü açısından transfer elemanlığı, acenta temsilciliğinin ilk aşaması olup tecrübe edildikten sonra, otel rehberliği mertebesine dönüştürülen bir görevdir. Dolayısıyla Antalya bölgesinde yaz sezonunda otel rehberliğini yapan bireyler, en az bir veya iki sezon transfer rehberi olarak çalışmaktadır. Sırp tur operatörü bağlamında ifade edilenlere dayanarak, otel rehberlerinin transfer rehberlerinden tecrübe ve sorumluluk açısından daha üst seviyede oldukları sonucuna varılmaktadır. Dolayısıyla transfer rehberleri, görevlerini ve iş sorumluluğunu destinasyon yöneticisine değil, kendilerinden daha tecrübeli olan otel rehberlerine karşı taşımaktadır. Son olarak otel rehberleri, transfer rehberlerinin profesyonel davranışları ve görev performansları açısından doğrudan destinasyon yöneticisine karşı sorumludur.

Transfer rehberleri ile ilişkilerini anlatan otel rehberleri, davranışlarından sorumlu oldukları transfer rehberlerinin motivasyonu ve göstermesi gereken performansları konusunda endişe duydukları sıklıkla dile getirmiştir.

„Transfer rehberlerine karşı bir duruş sergilemek ilk başta zordu benim için, çünkü hayatımda ilk defa birisinin mentoru olma durumunda bulundum... Ekibimde işiyle

ilgilenmeyen insanlar da vardı... Bu durum bizi çok da ilgilendirmiyor diye bir duruşla gelen vardı, benim için ise önemli olan sadece işin en iyi şekilde yapılması idi, çünkü bu ekibi eğitmek benim görevimdi“. (K15)

„....Öte yandan en önemli olan o ruh halidir. Mentor olduğum transfer rehberleriyle oturduğumda hep söylüyorum, herkesin herkesi sevmesi mümkün değil, ama siz aynı oda paylaşıyorsunuz, aynı ekmek, aynı para, hava. Birbirinizi sevmeyebilirsiniz ama saygı göstermelisiniz çünkü aynı işi yapıyor, aynı problemleri paylaşıyorsunuz“. (K16)

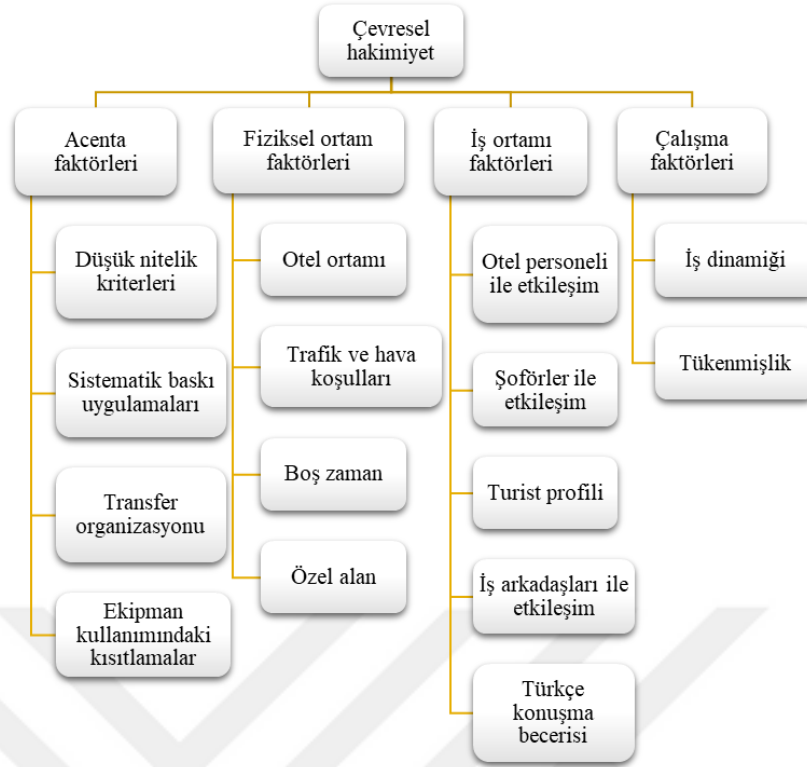
16. katılımcı transfer rehberleriyle ilgili ilave olarak bunu da ifade etmiştir:

„İşlerini iyi yaptılar diye transfer rehberlerime güveniyorum, bu çok önemli çünkü benim info toplantılarım onların işi nasıl yaptıklarına bağlıdır. Misafirlerimin yüz ifadelerinden transfer rehberlerinin transferde ne kadar dikkatli ve doğru bilgi aktarıp aktarmadıklarını anlayabilirim. Transfer rehberlerime “Bu işte sorumluluklarımız yarı yarıya” söylediğimde, bana inanmıyorlar... Info toplantıya bilgisiz olarak gelen misafir işimi zorlaştırıyor, gerekli bilgi açısından donanımlı misafir başka bir hava yaratıyor“.

„Bir anda tükenmişlik ortaya çıktı, sezonun tam ortasında, herkes yorgun olduğunda, info toplantıları daha uzun olduğunda, problemler başladığında, aynı otellerde aynı problemler yaşanmaya başladığında... Transfer rehberleri çok yorgun düştüler, dolayısıyla o açıdan da üzerimizde bir baskı vardı. En büyük problem, transfer rehberleriyle aynı zamanda sıkıldığımda idi. Bu iki durumu idare etmekte zorluklar çektim, çünkü hem mentor olduğum iş arkadaşlarını motive etmen lazım hem de senin de mutlu olman ve iş sorumluluklarıyla başa çıkman için bir çare bulman lazım“. (K12)

2.2.3.3. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin “Çevresel Hakimiyet” Boyutunun Analizi

Ryff'ın Psikolojik İyi Oluşu'nde yer alan „Çevresel hakimiyet“ boyutu bireyin çevresi üzerinde kontrol kurabilmesi, karmaşık ortamları yönetebilmesi ve kişisel ihtiyaçlara uygun şekilde çevresindeki fırsatları kullanma beceresine odaklanır. Bu boyut bağlamında Antalya'da yaz sezonunda çalışan Sırp tur operatörü temsilcilerine, iş sürecindeki karmaşık faaliyetlerin ve bu faaliyetlerin bağlı olduğu fiziksel çevrenin, onları üzerinde nasıl bir etki yarattığı ile birlikte, günlük iş sorumluluklarının getirdiği zorlukları ruh hallerini nasıl etkilediği sorulmuştur. Temsilcilerin çevresel hakimiyet doğrultusunda “acenta faktörleri”, “fiziksel ortam faktörleri”, “iş ortamı faktörleri” ve “çalışma faktörleri” olmak üzere 4 alt tema saptanmıştır.



Şekil 2.8. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının Çevresel Hakimiyet Boyutu

Acenta faktörleri

Sırp tur operatörü temsilcilerinin çevresel hakimiyetlerini derinlemesine belirleyen faktörler arasında, bağlı oldukları Sırp ve Türk seyahat acentalarının çalışma düzenleridi. Kendilerine kurmaları gereken çevresel hakimiyet ile ilgili sorular iletilindiğinde, her iki tür acentanın uyguladığı politikalarının, iş ortamlarını kendi değerleri ve ihtiyaçlarına göre şekillenmelerini nasıl etkilediğini ifade etmiştir. Sırp acentası faktörü söz konusu olduğunda, otel rehberi olarak çalışan 12. katılımcı Sırp acentasının onun iş çevresini yönetmekte yarattığı zorlukları şu şekilde açıklamıştır:

„Sezon başlamadan 10 gün önce temsilcinin yeterli sayıda olmaması Sırp acentasının kriterlerini düşürdüğüne neden oldu. Son anda, transfer rehberliğini yapabilecek yetersiz insanlar bulundu ve bu, daha sonra hem bize otel rehberi olarak hem de diğer transfer rehberlerine iletişim kalitesi açısından problem yarattı. Otellerde misafirlerimizle daha fazla geçirebileceğimiz veya bölgeyi detaylıca keşfedebileceğimiz zamanımız ve enerjimizi bu durumu toparlamak için harcadık“.

Katılımcıların bazıları Sırp tur operatörü destinasyon yöneticisinin üzerlerine yaratmaya çalıştığı **baskısının**, yaptıkları günlük aktiviteleri zorlaştıracı kıldığını belirtmiştir.

„Bana gelince, sorumluluklarımız yöneticilerimizin yol açtıkları stres kadar zor değildi. Ne misafirlere bildirim mesajları göndermek, ne transfer yapmak, ne turları yapmak, bunlardan hiçbir şey zor değildi, ancak üst düzey yöneticiler tarafından yüklenen stres, işte tek sorun oydu“. (K3)

„Beni rahatsız eden tek şey o yüklenen stres ve baskı altında çalışma idi“. (K18)

Türk karşılayıcı acentasıyla ilgili olarak transfer rehberleri, **transfer organizasyonunda** bazı eksiklikleri vurgularken, otel rehberliğini üstlenen temsilciler iş organizasyonlarını etkileyen bazı fiziksel koşulların altını çizmiştir. Transfer rehberi olan 18. katılımcının ifadesi aşağıdaki gibidir:

„Transfer rehberi olarak en çok rahatsız olduğum şey erken buluşmalar. Erken derken, sabah olanları değil de, operasyonun lojmanımızdan 5 veya 10 dakika mesafede olan otelden 1 saat önce buluşmayı yazdığını kastediyorum. O zamanlarda yüksek sıcakta beklemek çok zor geliyordu“.

„Beni huzursuz eden şey şuydu; ilk otel 5 dakika mesafedeyken, buluşma 1 saat önce düzenleniyor, bir de beni bekleyen suçsuz bir şoför. Ayrıca, şehirden şehre gönderilen şoförler... Yani, araç idaresi konusunda profesyoneller ama lojistik yönünden bazı yetersizlikleri var. Tekrar söylüyorum, bence bu sorunlar istihdam eden firmadan kaynaklı“. (K1)

„Kimse seni haberdar etmez; mesela şoförlerin değişmesi, araç büyüklüğünün değişmesi, şoförün bilgisi, kimse sana haber vermez, ancak seni ateşe sokar, sense idare et...“ (K10)

Uygulamada bilindiği gibi otel rehberi olarak çalışan tur operatörü temsilcilerinin en önemli **çalışma ekipmanları** arasında, info toplantılarının yapılacağı otelleri ziyaret etmekte kullanılacak araçlardır. Otel rehberi olarak çalışan katılımcıların ifadelerinden yola çıkarak, Antalya'daki Türk acentalarının araç kullanma koşullarında farklılık gösterdikleri sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda, Antalya'nın Kemer ilçesinde otel rehberliğini yapan 4. katılımcının deneyimleri şu şekildedir:

„Kendi aracıma gelince, özel durumlarda da kullanabilirdim ama bazı diğer acentalarda çalışan meslektaşlarımdan, arabaları ve iş telefonlarının GPS sisteme sahip olduğunu duyunca şok oldum. Kendi arabamı özel durumlarda kullanabilmem, Türk

acentasının güzel avantajı olduğunu vurgulamak isterim...Ayrıca ben bu avantajımı suistimal etmedim... Bu büyük bir avantajdır, ama takip edildiğini bilen arkadaşlarım da vardı, inanamadım yani... Kemer'den Antalya'ya gitmek istediğim için kimse bana sorun yaratmadı ve bence bu avantaj, bu iş açısından önemli bir artıdır“.

„Yerel acentanın masraflardan tasarruf etmek için kasko yaptırmadığını göze aldığımızda, genel olarak güvenli hissettiğim Türkiye’de benim kaygım artıyor“. (K10)

Fiziksel ortam faktörleri

Antalya yaz sezonunda çalışan Sırp tur operatörü temsilcilerinin çevresel hakimiyetlerini belirleyen bir diğer faktör, fiziksel çevrenin koşullarıdır. Bu faktörler, iş verimliliği, organizasyonları ve bununla ilgili memnuniyetlerini etkileyen çalıştıkları fiziksel çevrenin faktörlerini kapsamaktadır. Dış çevre faktörleri bağlamında “otel ortamı”, “trafik ve hava koşulları”, “boş zaman” ve “özel alan” olmak üzere 4 alt tema şekillenmiştir.

Alanya’da 9 yıldır otel rehberi pozisyonunda çalışan 16. katılımcı, verimliliği için **otel ortamının** önemini vurgulayarak şu ifade ileri sürmüştür:

“Güvenli limanım olan oteller var, mesela Experia, orası benim evim, yoğun işlerden rahatlamak istediğimde oraya gidiyorum. Bu çok belli, hatta misafirlerim bile söylüyor, „Sen burada otel seninmiş gibi hissediyorsun“.

„3 veya 4 yıldızlı otelleri çok daha hoş buluyordum çünkü personeli daha yardımsever, nazik, daha samimiydi. Ayrıca, ben iç tasarımı çok severim, hoş kokuları...Otelleri mimari özellikleri ve iç tasarımı açısından karşılaştırmayı çok severdim. Otelleri gezip, diğer insanları nasıl çalıştığını izlemeyi, resepsiyonun, guest relation personelinin nasıl davrandığını gözlemlemeyi severdim“. (K12)

İlave olarak 12. Katılımcı, otellerin iç tasarımından ziyade, içinde çalışan personelin yaklaşımına ayrı bir vurgu yapmıştır.

„Bazı lüks otellerde ikinci insan muamelesi gördüğüm durumlar da vardı. Bazı otellerde personel o kadar kibarsız davranıyordu ki 40 derece sıcakta kahve veya su vermek istemiyordu“.

Benzer şekilde 16. katılımcı, otel personelinin kibarlığı ve hassasiyetlerinin, temsilcilerin kritik durumlarında hayati öneme sahip olduğunu açıklamıştır.

“Bence en önemli olan otel personeli ile samimi olman. Mesela, canın sıkılmış halde gördüklerinde, yanına gelip kahve içmek isteyip istemediğini sormaları çok önemli veya otelde misafirlerin seni bulamayacakları bir köşenin olması”.

Antalya gibi turizmi yoğun olan destinasyonlarda **trafik koşulları** temsilcilerinin, özellikle sıklıkla araba kullanan otel rehberlerinin günlük çalışmalarını önemli ölçüde olumsuz yönde etkileyebilir. Bu bağlamda, katılımcıların yanıtlarında geç kalma ve organizasyon sorunları, fiziksel ve zihinsel yorgunluk, temsilcilerin düşük verimliliği, müşteri deneyimi üzerinde negatif etkisi gibi trafik koşullarının birtakım olumsuz etkisi tespit edilmiştir.

„Arabaya gelince, info toplantılarımız arka arkaya olduğu zamanda yorucu oluyordu, hem trafikte acele ediyorsun hem yetişecek miyim diye korkuyorsun. Trafik kazasını geçirdiğimizi unutmuyayım, bu olay oldukça derin bir iz bıraktı”. (K12)

„Beni çileden çıkaran şey, arabaya bindiğimde bir misafirin aramasıydı, ki ben telefona cevap vermek zorundaydım. Bu iş öyle bir iş ki sürekli telaş içindesin...İlk iki ay ciddi psikolojik rahatsızlıklarım vardı ki araba sürünce telefonda konuşmayacağıma karar verdim. Kim ne derse desin, kendime o kural koydum”. (K4)

Otel rehberi olarak çalışan birçok katılımcı çoğu zaman trafik sorunlarını **hava durumu** ile ilişkilendirip, hava şartlarının trafik üzerindeki etkisini dile getirmiştir.

“Alanya’da araba kullanmak bana çok stresli geliyor, en çok park yerinden dolayı, ayrıca sıcaklıktan da. Aşırı derecede klimalı bir otelden çıktıktan sonra dışarıda 80 derece. Ondan sonra pişmiş arabaya biniyorum, içinden o sıcaklığın çıkması için en az 5 dakika lazım”. (K16)

„Kendi hayatımı düzenleyebilirim ama bunu yapmıyorum ve bunun sebeplerinden birisi çok sıcak olması. Kişiliğime özel olan dinamiği bu sıcaklık çok etkiliyor, dolayısıyla Alanya’da hava şartlarından dolayı daha pasifim. Hava durumu beni çok etkiliyor”. (K10)

Özellikle kitlesele turizme dayanan Sırp tur operatörlerinde çalışan temsilciler, yaz sezonu boyunca yoğun iş temposu nedeniyle **serbest zaman eksikliği** konusunda memnuniyetsizliklerini dile getirmişti.

“4 ay boyunca ben toplam 10 defa denize girdim ki sahil hep önümdeydi. Organizasyondan dolayı zamanın yok yani, yemek yemeye, duş almaya, tualete bile gitmeye

gücün kalmıyor. Bize „Bu sezonda çok daha iş arkadaşımız olacak, daha serbest zamanınız olacak” dediler, lakin hem daha az iş arkadaşımız vardı hem de az serbest zamanımız“. (K7)

„Şimdi daha tecrübeli ve olgun bir birey olarak baktığımda, sezonumun 5 ayının kaygılar ve acabalar içinde geçtiğine üzülüyorum. İşten sonra dışarı çıktığımda kendimi transfer rehberi olarak birlikte yaşadığım otel rehberlerine açıklama ihtiyacı hissederdim, neden çıktım ve ne zaman döneceğim diye... Bizim acentamızda belli bir sınır yoktu, o yüzden hiçbir zaman rahat değildim, kendime zaman ayıramıyordum. Eğlenmeye değil, sezona geldiğimizi söylüyorlardı bize, ama kimse özel zamanımızdan bahsetmiyordu, her şey iş odaklı idi“. (K18)

„Beni en çok ezen uykusuzluktu. Sabahtan akşama kadar çalışıyorsun ve dinlenemiyorsun. Havalimanından sonra hiçbir şey için zamanımız yoktu. Lojmana gelip, dinlenip, uyudun diye bir şey yok, aksine gelir gelmez yeni transfer listelerine bakıyorsun, yarın otellerden çıkacak olan misafirlere bildirim mesajları gönderiyorsun vesaire...“ (K14)

Turizm sezonu boyunca tur operatörü temsilcileri yoğun tempo ve programları nedeniyle fiziksel ve zihinsel olarak ciddi şekilde zorlanmaktadır. Bu koşullarda kişisel alan, temsilcilerin fiziksel ve duygusal açıdan toparlanması ve işe yeniden odaklanması için hayati öneme sahiptir. Sonunda **özel alan**, stresin azalması, motivasyonun yükselmesi ve psikolojik iyi oluşun geliştirilmesine yol açan önemli bir unsurdur.

„Acenta bize biraz özgürlük tanısaydı, hepimizi psikolojik olarak olumlu etkileyecekti. O zaman temsilcilerin hepsi seneye de geri dönmek isteyecekti çünkü destekler ve özgürlükleri hissedecekti, biraz da eğlenebilecekti, görecekti ki telefona hemen cevap vermezsen 2 dakika sonra verirsin, sorun olmadığını görecekti“ (K15)

„Kendi özel alanımı çok özliyordum, yani bir odam olsun, stresli iş gününden kendi köşeme çekileyim diye istedim, ama böyle bir imkânım yoktu, aksine aynı alanı paylaşarak yaşıyorduk lojmanlarda“. (K15)

Alanya’da uzun yıllar otel rehberi olarak çalışan bir katılımcı, iş arkadaşları olan transfer rehberleriyle ortak alanı paylaştığı dönemden deneyimlerini şu şekilde ifade etmiştir:

„Çevrenin etkisi çok büyük. Söylemem gerekiyor ki son 2 sene iş arkadaşlarımla yaşamıyorum ve şimdi kendimi daha rahat, daha hafif hissediyorum, çünkü yanlarındaki

varlığımı sınırlandırdım. Yani, lojmanda yaşadığım o hayat sezondaki genel yaşamımı çok etkiliyordu“. (K16)

„Daha güzel, daha sağlıklı bir ortamın sağlanması gerektiğini düşünüyorum çünkü bizim günlük iş rutinlerimizi daha olumlu etkileyecekti...Her şey çok daha düzenli olabilirdi yani.“ (K14)

İş ortamı faktörleri

İş arkadaşlarıyla olumlu ilişkiler, misafirlerle ve otel personeliyle etkileşim, farklı tedarikçilerle iletişim süreci gibi iş ortamı faktörleri, tur operatörü temsilcilerinin iş performanslarıyla birlikte psikolojik iyi oluşlarını doğrudan etkileyebilir. Olumsuz iş ortamı, temsilcilerin stres düzeyinin yükselmesine, motivasyonlarının azalmasına ve tükenmişlik hislerine yol açabilen önemli bir faktördür. Sonunda, iş ortamı temsilcilerin çevresel hakimiyetini iki yönde etkileyebilir; ya destekleyebilir ya da onun kapasitelerini baskılayabilir. Sırp tur operatörü temsilcilerinin çevresel hakimiyetlerini kurabilme fırsatları bağlamında, “otel personeli”, “şoförler ile etkileşim”, “misafirlerin etkisi”, “iş arkadaşlarının etkisi” ve “Türkçe konuşma becerisi” olmak üzere 5 alt tema ortaya çıkmıştır.

Günlük çevresel hakimiyetlerini kurmaları üzerinde etkisi olan **iş arkadaşları ile etkileşimlerini**, tur operatörü temsilciler aşağıdaki şekilde açıklamıştır:

„Bir iş arkadaşımız lojmanımıza keyifsiz olarak gelirse, tüm ekip olarak moralimiz bozulur. Bir de misafirlerin etkisini göze alırsak, psikolojik ve fiziksel belirtiler de ortaya çıkabilir... (K16)

Otel rehberliğini yapan 16. katılımcı ilave olarak, etkileşim açısından kendi iş arkadaşları olan otel rehberleri ile yaşadığı bir iş günü, bu şekilde açıklamıştır:

„Bence iş arkadaşları ortamı misafir ortamından çok daha önemli. Şunu söyleyebilirim; biz üç otel rehberi neşeliysek, bu durum ortamda hemen hissedilir. Mesela her üçümüz farklı yerlerdeyiz, ben Okurcalar’da, bir arkadaşım Mahmutlar’da, birimiz ise şehir merkezinde. Böylece birbirimize sesli mesajlar gönderiyoruz, kahkaha atarak bu misafir bana ne dedi biliyor musunuz diye atarız mesaj. Bu şekilde hepimiz „wow“ modundayız. Bunun aksine, hepimizin canı sıkkın günler de oluyor, hangimizin daha kötü olduğunu bilemeyiz o zaman, yorgunuz, uykumuz var. Ama şöyle söyleyim, 90% durumlarda şöyle idi: benim canım sıkkınsa ve o iki iş arkadaşım keyifliyse, beni toparlamaya çalışırlar“.

„Bazı iş arkadaşlarımdan bu işi miş gibi yaptıkları çok gücüme gitti, sanki onlar tatile gelmiş. Çünkü ben buraya tatile değil, çalışmaya, deneyim kazanmaya, keşfetmeye geldiğimi biliyordum, dolayısıyla böyle bir ortamda bulunmam beni rahatsız ediyordu“. (K7)

Yoğun turizm sezonunda transfer rehberleri ile **şoförler arasındaki etkileşim**, hem operasyonel akışın başarılı bir şekilde yürütmesi hem de hizmet kalitesinin sürdürülebilirliği açısından kritik bir rol oynamaktadır. Şoförlerle sağlam etkileşimleri, transfer rehberlerinin transfer sürecini kolayca planlamaları, zaman yönetimi konusunda verimli olmaları, beklenmedik yol durumları için birlikte çözüm bulmaları ve sonunda temsilcilerinin transfer görevini etkin bir şekilde yapmaları açısından büyük önem taşır. Antalya bölgesinde çalıştıkları şoförlerle etkileşimlerini anlatan transfer rehberleri, şoförlerin özellikle İngilizce konuşma becerilerini sıklıkla dile getirmiştir. Bundan yola çıkarak, İngilizce veya Türkçe olarak anlaşmaları, iletişimlerinin en belirleyici unsurlarından biri olduğu sonucuna varılmıştır.

„En büyük sorun şoförlerin ne İngilizce bilmeleri, ne otellerin nerede bulunduklarını bilmeleri, ne de telefonda navigasyonu kullanmalarıydı. Akşam yoldayken, görme problemim vardı ve bir şeye yaklaşımdan net göremiyordum, şoför ise otelin nerede olduğunu bilmiyor, ben de misafirlerin önünde otelin nerede olduğunu bilmediğimi gösteremiyordum. Benim navigasyonum açık, ona zamanında nereye dönmesi gerektiğini söylemem gerekiyor lakin kendisi İngilizce bilmiyor. Google çevirisine, Türkçeye çevirsin diye yazana kadar, ter içinde olurum. Transferle ilgili en büyük stresim buydu. (K5)

“Şoförlerin otelleri bilmemeleri durumunda çok stresliydim, çünkü bu hiç profesyonel bir izlenim bırakmıyordu. Şoföre yaslanamadığım için acenta temsilcisi olarak özgüvensiz hissediyordum, transfere ve misafirlere odaklanamıyordum çünkü şoförün ne yaptığını, nereye gittiğini takip etmek zorundaydım“. (K14)

Türkçeyi ileri düzeyde konuşan bir tur operatörü temsilcisi, **Türkçe konuşma becerisinin** şoförlerle başarılı bir iletişim kurmakta kilit bir rol oynadığını ifade etmiştir:

“Tüm şoförlerle çok güzel bir şekilde anlaşıyorduk ve belki bunun nedeni Türkçe bilmem idi... Eğer transfer rehberi-şoför ilişkisi sağlam ise, şoför o zaman turistlere karşı da ılımlı davranıyor, yardım etmek istiyor. Bunun tam tersi durumlar da yaşandı; şoför yardımsever olmadığında turistler bagajdan bavularını kendileri almak zorunda kaldı“. (K18)

„Sezon boyunca harika şoförler ile çalıştım, çünkü operasyon bana hep büyük otobüsleri olan programları veriyordu ki Alanya'ya giden büyük otobüslerin şoförleri tüm

otelleri biliyordu, samimi, nazikti ayrıca. O açıdan benim konfor alanım olduğunu söyleyebilirim, çünkü dönüş transferde uyuya kalırsam, şoförün misafirleri almak için doğru otelde duracağından emin olabiliyordum“. (K13)

Yapılan araştırmaya göre, Sırp tur operatörü temsilcilerinin çevresel hakimiyetlerinin düzeyini doğrudan etkileyen bir diğer faktör, **turistlerin tutumu ve davranışlarıdır**. Temsilcilerin açıklamalarından yola çıkarak, özellikle anlayışlı, sabırlı ve saygılı turistlerle kurulan ilişkilerin, temsilcilerin çevre üzerindeki kontrolleri, zaman yönetimini ve organizasyon kapasitesini olumlu etkilediği sonucuna varılmıştır. **Turist profili** özellikle yoğun sezon döneminde, çevresel hakimiyet seviyesini belirleyen önemli bir faktör olarak ortaya çıkmıştır. Transfer rehberliğini yapan iki katılımcının ifadeleri aşağıdaki gibi:

„Geç kalan veya acele eden misafirlerimizden kaynaklı stres beni çok yoruyordu, ki o durumda hiçbir şey değiştiremiyordum. Mesela transfer sürecinde geç kalır veya trafikte sıkışık kalırsan, elinden hiçbir şey gelmiyor, ama o stres sana yönelmiş oluyor. Enteresan bir şey var, o da misafirlerin havalimanına gelişi, yani arrival, gerçekten sürprizlerle dolu ve öngörülemeyen bir şeydir. Günün kötü veya konsantrasyonun düşükse, idare etmek çok zordur. O anda pozitif düşünmek zordur, eğer o gün keyifli değilsen. Kimin geleceğini, fiziksel olarak nasıl görüldüğünü bilmiyorsun, sen onu sadece karşılıyorsun“. (K9)

„Uçak bazen 3-4 saat geç kalıyordu, bugün gelmesi gereken misafirlerin yarın gelmiş oluyor eğer uçak akşamları ise. O zaman herkese ve her şeye öfkeli misafirler üzerime baskı yapmaya başlıyor, bütün öfkelerini benden çıkarıyordu“. (K5)

Otel rehberi olarak çalışan 16. katılımcı info toplantıda bir misafirle yaşadığı sorunu bu şekilde anlatmıştır:

„Geçen sene düzenlediğim info toplantıdan bir kadın misafirimi kovdum, bu benim sınırlarımı belirleyen bir durumdu. Tamam, ben senin şikayetini anladım, hepimiz dinledik seni, ama kendisi söz almaya başladı, yok o Alanya’da 5. defa tatil yapıyor, yok o benden daha iyi biliyor... Otele ve personele hakaret etmeye başladığında, 2-3 defa uyardım onu, lütfen böyle konuşamazsınız diye, lakin benimle ilgili konuşmaya başlayınca, madem benden daha iyi biliyorsunuz bu info toplantıyı siz mi yapmak istiyorsunuz diye sordum. Ondan sonra toplantıya katılan diğer misafirler beni korumaya başladı... Öyle işte, ben insanlara yani kendi misafirlerime çok dayanıyorum, öncelikle kendime ve otel personeline tabii“.

Çalışma faktörleri

Sırp tur operatörü temsilcileriyle ilgili çalışma faktörleri, **çalışma dinamiği** ve bu dinamiğin tetiklediği **tükenmişlik** düzeyinin, temsilcilerin psikolojik iyi oluşu üzerindeki etkileri bağlamında değerlendirilmiştir. Sürekli değişen görevler, yoğun iş temposu, zaman baskısı ve düzensiz çalışma saatleri, temsilcilerin çevresel hakimiyetlerini zayıflatıp psikolojik iyi oluşlarını olumsuz yönde etkileyebilir. Bu bağlamda iş ortamındaki faktörler olan yoğun hareketlilik ve ondan kaynaklı tükenmişlik düzeyi, Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşları açısından kritik bir rol oynamaktadır. Sezonluk çalışma yapısının Sırp tur operatörü temsilcilerinin çevresel hakimiyetlerine, dolayısıyla psikolojik iyi oluşlarına da nasıl yansıdığı, ilerideki ifadelerde gösterilmiştir.

„Bayıldığım ve seruma bağlandığım durumlar birçok defa yaşandı. Yani, artık devam edemezsin, iş tükenmişliği budur. Biz bunu fakültede okuduk, duygusal emek nedir diye, kendine çok yüklüyorsun ve artık kendine zaman kalmıyor. Mesela dört hafta durmadan çalışmışlığım var, tek bir boş günün bile yok, sürekli bir şey oluyor, zaman hızlı akıyor, ondan sonra bir arkadaşın hasta oluyor ve sen artık kiminle çalışacaksın diye endişeleniyorsun. Geçen sene üç otel rehberi çalıştık ve üçümüzden iki mide virüsü kaptı, dolayısıyla tüm işleri kendi sırtıma aldım. Yalnız çalışacağım için daha sonra hasta olacağımı biliyordum“. (K16)

„Fiziksel ortam hiç ideal değildi. Evet, deniz kenarında yaşamak çok cazip geliyor, özellikle işten sonra plaja gidebilme, şehir merkezine çıkabilme, eğlenebilme fırsatları. Ama 40 derece sıcaklıkta üniforma ile çalışmak, üstelik 8 saatten fazla, mesai bittikten sonra ek işlerin yüklenmesi, mesainin belirsiz olması, bunların hepsi hem fiziksel hem de zihinsel sağlığımı etkiledi“ (K15)

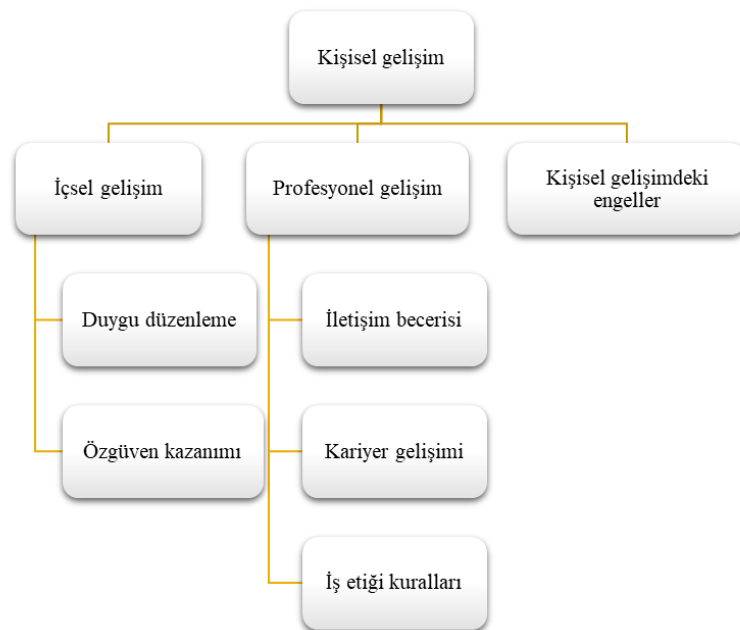
“Bana stres yaratan durumlar değişikliklerdir. Mesela acenta beni Antalya’da yeni destinasyon olan Alanya’ya gönderdiğinde, 15 dakikalık transfer konuşmamı 2 buçuk saatlik konuşma ile değiştirmem gerekiyordu, adeta bir gecede. Ben Antalya ve Belek’te çalıştığım için Alanya’yla ilgili her şey bana yeni geldi, ayrıca bu değişiklik sezon sonuna doğruydı, zaten çok yorgundum. Daha az uyulduğu daha çok çalışıldığı Alanya’ya gittim. İş hayatımda her şey değişti, hem çevrem, hem de iş düzeni, ayrıca transfer anlatımımı 2 buçuk saate çıkarmam gerekti. Alanya hakkında araştırma fırsatım fazla olmadığı için transfer esnasında zihinsel bir blokaj yaşadım“. (K8)

Transfer rehberi olarak görev yapan 9. katılımcı, sezonluk çalışma yapısının profesyonel becerileri geliştirme açısından onu olumlu yönde etkilediğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

„Dinamik durumları ve organizasyonu seven birisiyim, dolayısıyla zorlayıcı koşullarda organizasyon becerilerimden faydalanmak benim için oldukça meydan okuyucuydu. Her anda kaos içinde olmak bir yere kadar hoşuma gidiyordu... Bunların üzerimde kesinlikle olumlu bir etkisi vardı, yani daha hızlı olmama, alışmama, kondisyon kazanmama ve çalışma disiplinimi sürdürmeme yardımcı oldu“.

2.2.3.4. Tur Operatörü Temsilcilerinin “Kişisel Gelişim” Boyutunun Analizi

Bu araştırma için bir çerçeve olarak benimsenmiş olan Ryff’ın Psikolojik İyi Oluş Modeli’nin altı ana boyutundan biri kişisel gelişimdir. Ryff’ın modelinde kişisel gelişim boyutu, bireyin kendisini sürekli olarak geliştirmesi, değişim süreçlerine açık olması, zihinsel, duygusal ve sosyal becerileri açısından kapasitelerini artırma arzusuna sahip olması ve yaşam yolculuğunu anlamlı bulmasını ifade etmektedir. Antalya bölgesinde turizm sezonunda Sırp tur operatörlerinde acenta temsilciliğini üstlenen katılımcıların kişisel gelişim olanaklarının tespit edilmesi üzere, görüşmeler sırasında yaptıkları işleri kişisel gelişimleri açısından katkı sağladığı fırsatlarıyla birlikte, kişisel gelişimlerini kısıtlayan faktörleri sorulmuştur. Sırp tur operatörü temsilcilerinin verdikleri yanıtlardan yola çıkarak, kişisel gelişim boyutu bağlamında “içsel gelişim”, “profesyonel gelişim” ve “kişisel gelişimdeki engeller” olmak üzere 3 alt tema belirtilmiştir.



Şekil 2.9. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının Kişisel Gelişim Boyutu

İçsel gelişim

Sırp tur operatörü temsilcileri bağlamında içsel gelişim, duyguları daha etkin bir şekilde yönetebilme ve güçlendirme, becerilerinin gelişmesi ve yaptıkları iş aracılığıyla özgüven seviyesinin artması ile yakından ilgilidir. Temsilcilerin sahada edindikleri deneyimler, stresli ve öngörülemeyen durumlar karşısında daha makul tepkiler verebilmelerini, tanımadıkları çevrede durumu idare edebileceğine inanmalarını ve kişisel farkındalığın artmasını sağlamıştır.

Acenta temsilciliği rolü, **duyguları düzenleme** becerisinin gelişimine katkı sağladığı konusunda temsilcilerin ifadeleri aşağıdaki gibi:

„Otel rehberi olarak çalışırken bence sabır becerimi geliştirim, çünkü ben genelde çok sabırsız biriyim, istediğim her şey şimdi olsun diye düşünüyorum, lakin bu işte beş adım önde olmak gerekir. Öylece, sabreden kazanır diye öğrendim, yani her şeyin zamanı var“. (K16)

İlaveten, 16. katılımcı otel rehberliğini yıllardır yaparak kendisiyle ilgili önemli bir farkındalık geliştirdiğini şu şekilde açıklamıştır:

„Kendimle ilgili farkına vardığım şey fazla empatik olduğum, ama sanırım şimdi daha çok kendime dikkat ediyorum, kendimi koruyorum, duygusal olarak fazla adanmıyorum. Eskiden misafirim ağlamaya başladığında, rahatsız ve hüzünlü olurdum, ama zamanla bir sınır belirlemeyi öğrendim. Artık tamam, ben sizi anlıyorum, ama kendimi de seviyorum diyebilen birisi oldum“.

„Ayrıca profesyonel meselelerin seni daha az etkilemesine izin vermeyi öğreniyorsun çünkü onlar kişisel değil, profesyoneldir. Bu nedenle, duygularını ve tepkilerini daha iyi yönetmeyi öğreniyorsun“. (K10)

Görüşmelerin yapıldığı tur operatörü temsilcilerinin içsel gelişimini belirleyen bir diğer faktör olan özgüven konusunda, katılımcılar acenta temsilcilik deneyiminin özellikle **özgüven kazanımı** ve belirsizlikle baş etme becerilerin gelişmesi açısından, kişisel gelişim sürecine katkı sağladığını ileri sürmüştür.

„Sezon seni ateşe sokup zorluklarla nasıl başa çıkacağını izliyor. Genel olarak, idare etmeyi öğrendim, şimdi de kendi başıma çözemeyeceğim bir şey olmadığını biliyorum. Bu benim özgüvenimi çok artırdı, kendime özgüven kazandırdı, özellikle yabancı bir ülkede yaşayabileceğimin farkına varmamı sağladı“. (K15)

„Transfer elemanı olarak çalıştığım da turistlerden geri bildirim alıyordum, hatta transfer sürecinde beni dinleyen misafirler otel rehberlerine kendisi şahane, bize çok bilgi verdi diye söylüyordu. Dolayısıyla kendime özgüvenim arttı, konuştuklarım insanların hoşuna gidiyor, onlara ilginç ve eğlenceli görünüyorum diye anladım“. (K16)

„Alanya için transferde 40 kişi önünde konuşuluyor, daha önce sahip olmadığın özgüven kazanıyorsun çünkü 40 kişi önünde konuşabileceğini ve kimsenin seni yargılamadığını fark ediyorsun. Eskiden sahip olduğum o sosyal anksiyetem çok azaldı, çünkü transferde beni dinleyenlerden daha fazla bildiğimin, ayrıca soruları ve tereddütlerine yanıtlayabildiğimin farkına vardım. Bu benim özgüvenime çok kattı“. (K13)

Profesyonel gelişim

Sırp tur operatörü temsilcilerin bağlamında kişisel gelişimin bir diğer önemli boyutu olarak profesyonel gelişim tespit edildi. Bu doğrultuda profesyonel gelişim, tur operatörü temsilcilerinin turizm alanındaki kariyerlerinde ilerleyebilmeleri için gerekli olan becerileri edinmelerini ve farklı deneyimleri kazanabilecekleri destinasyonlarda görev alma imkanlarını içermektedir. Katılımcıların Antalya yaz sezonundaki profesyonel gelişimlerine dair açıklamalarına göre, „konuşma becerisi“, „kariyer gelişimi“ ve „iş kuralları“ olmak üzere 3 alt tema belirlenmiştir.

Katılımcıların çoğu tur operatörü temsilcisi olarak üstlendikleri görevlerin, **konuşma becerilerinin** gelişmesine, ayrıca topluluk karşısında konuşma kaygılarını aşmalarına en büyük katkı sağladığını açıklamıştır.

„En çok iletişim alanında tecrübe kazandım; farklı insan profilleri ile, yani tatil paketlerine birkaç euro veren insanlardan maddi olarak düşük seviyede olan insanlara kadar, mentalite, karakter ve entelektüel olarak farklı insanlarla. Zamanla, birisiyle konuşurken ne zaman nokta koyacağımı, geri adım atmayı ve iletişimde farklı bir yaklaşım benimsemeyi öğrendim. Bir şekilde manipülasyon tekniklerini de öğrendim, ayrıca iyi bir satıcı olmayı da öğrendim“. (K12)

„İlk önce otobüste ilk defa mikrofonu alıp tanımadığın insanlar önünde konuşmaya başladığın o an, bu an stresli değil, aksine heyecan vericiydi. Ama ben güzelce idare ettim. Uygulamada yapılmasa da, ilk transferimde misafirlerimin önünde „Size bir şey söyleyeyim, ben bunu ilk defa yapıyorum“ dediğimde herkes alkışlamaya başladı ve rahat ol, sen sadece devam et diye destek verdiler. Ancak o transfer tam bir fiyaskoydu. İnsanlar önünde konuştuğun

an, işte o zaman kaygı aşılması lazım çünkü bu sadece iş için değil, hayat için önemlidir“.
(K4)

„Bu iş genel olarak iletişim konusunda bana çok şey kattı ve kendimi daha kolay ifade edebilmemi sağladı... Açıkça konuşabiliyorum, gerektiğinde yorum yapabiliyor ve özellikle haksız yere suçlandığımda kendimi savunabiliyorum. Eskiden sessiz kaldığım durumlarda şimdi kendime sahip çıkabiliyorum“. (K11)

Profesyonel gelişimin boyutu olan **kariyer gelişimi** söz konusu olduğunda, tur operatörü temsilcileri sezonda yaptıkları işin turizm sektörü içinde daha üst pozisyonlara geçme açısından önemli olduğunu vurgulamıştır. Bununla birlikte, Antalya bölgesinde organizasyon bağlamında farklı destinasyonlarda deneyim kazanma fırsatı sunduğunu da ifade etmişlerdir.

„Destinasyonda çalışarak, bir gün o destinasyonda acenta yöneticisi olabilirsin, en sonunda kendi acentanı da açabilirsin“. (K10)

„Tüm Antalya bölgesini görmek benim amacımdı ki başardım sonunda. Benim bu işe olan heyecanım ve gelişme isteğim fark edildi ve bazı anlarda başkalarına sunulmayan fırsatlar bana tanındı. Örneğin, tüm bölgeyi gezme, çeşitli deneyimler kazanacağım bölgenin farklı yerlerinde çalışma imkanı verildi. Bu nedenle, kendi tutumumun hep arzuladığım şeyleri yaşamamı mümkün kıldığını düşünüyorum“. (K15)

„Mesela ben tüm bölgeleri gördüm. Geçen sene Kemer ve Alanya'daydım, bu sene Ege'ye gittim, sonra da Tunus'e, dolayısıyla bana çok imkân tanındığını düşünüyorum. Bence bu tamamen kişisel çaba ve istekle ilgili“. (K9)

11. katılımcı çalıştığı tur operatörü tarafından belirlenen **iş kurallarının**, işin özünü zenginleştirdiğini ve temsilcilerin kendi rollerinde daha profesyonel hissetmelerini sağladığını vurgulamıştır.

„Bence biz her şeye sahiptik. Daha havaalanından başlayarak, üniformamız vardı; yalnızca biz baştan ayağa, fularından klasik ayakkabıya kadar tam anlamıyla kurallara göre giyinmek zorundaydık. Her zaman bakımlı olmamız gerekiyordu. Sonrasında, geziler ve transferlerde sürekli konuştuğumuz şeyleri birebir görmemiz ve yaşamamız gerekiyordu. Yani, bize gereken her şey sağlanmıştı. Sezondan önce gelirsin, sezon bittikten sonra önce

dinlenip sonra da gidersin evine. Bu açıdan bakıldığında acentamız bence her açıdan eksiksizdi“.

Kişisel gelişimdeki engeller

Kişisel ve profesyonel gelişim imkanlarını kısmen engelleyen faktörler söz konusu olduğunda, katılımcılar öncelikle bazı tur operatörlerinin temsilcilerinin boş zamanlarında Antalya bölgesinde çalıştıkları ilçeden başka ilçeye gitmelerine izin vermediklerini dile getirmiştir. Bazı görüşlere göre, bu tür kurallarla bazı tur operatörler temsilciler üzerinde kontrol sağlamayı amaçlamaktadır. Öte yandan, temsilciler bu uygulamayı bölgeyi daha ayrıntılı keşfetmelerine bir engel olarak değerlendirmektedir.

„Bence Antalya’nın başka bir ilçeye gidebilmemiz, hem iş arkadaşlarımızı hem de nasıl çalıştıklarını görmemiz iyi olurdu, çünkü o sırada başka birisinin çalışma şekli hoşuma gidebilir ve dolayısıyla kendi transferimi veya şehir turumu geliştirebilirim. Bence farklı bölgeleri görme fırsatımız mutlaka olmalı; örneğin, insanlar bana Rixos Land of Legends hakkında bir şey sorduklarında, benim bilğim sadece transfer sırasında anlatılanlarla sınırlı kalıyor. Bu gibi yerleri doğrudan görmemiz, deneyimlememiz gerektiğini düşünüyorum. Böylece misafirlerimizin bize yöneltebileceği sorulara daha sağlıklı ve etkili cevaplar verebiliriz. Aynı zamanda anlattıklarımızın sayesinde onların ilgisini daha kolay çekebiliriz“.
(K13)

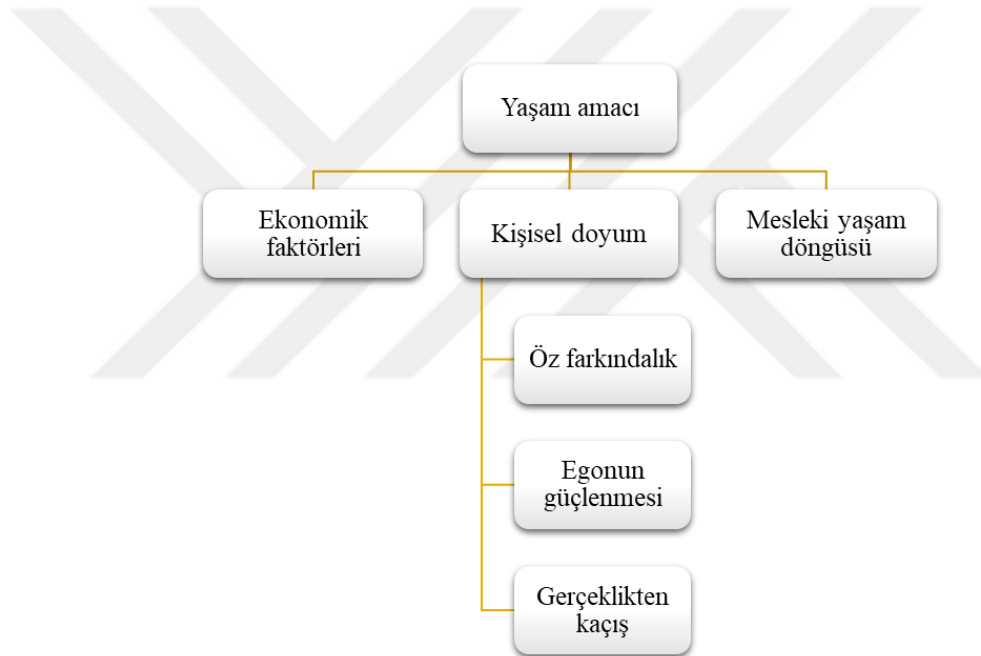
Benzer şekilde, birkaç katılımcı Türk acentasının turistlerine sattığı ekstra turlara temsilcilerin katılma fırsatlarının olmadığı konusunda olumsuz yönde yorum yapmıştır.

„Türk acentası söz konusu olduğunda, odak tamamen satıştaydı ve mümkün olduğunca çok tur satılarak daha fazla para kazanılması önemliydi. Bu nedenle, özellikle biz otel rehberi olarak, diğer gezilere katılmamız için yeterince fırsatımız olmadı. Görmek istediğim bazı yerler vardı ama göremedim, mesela Sagalassos’u veya Pamukkale’yi iki yıl geçmesine rağmen hâlâ görmedim. Bunun sebebi satış baskısıydı“. (K12)

“Türk acentasına gelince, yaptığımdan daha fazla ekstra turu yapmak istedim ve beni özellikle Demre’ye götürmelerini birkaç defa sordum, ama bunun için bana fırsat tanınmadı“.
(K2)

2.2.3.5. Tur Operatörü Temsilcilerinin “Yaşam Amacı” Boyutunun Analizi

Ryff’ın Psikolojik İyi Oluş Modeli’nin bir diğer boyutu yaşam amacıdır. Bu boyut, bireyin hedeflere sahip olması, bu hedefler doğrultusunda tutarlı bir yön belirlemesi ve yaşadığı deneyimlerinin anlamlı olduğuna inanmasıyla ilgilidir. Sırp tur operatörü temsilcisi bağlamında, yaşam amacı ile acenta temsilciliği arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi amacıyla, katılımcılara acenta temsilciliği mesleğinin anlamına ve bu mesleğin kendi kariyerlerinde nasıl bir yer tuttuğuna dair sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların mesleki motivasyonları ve üstlenen göreve verdikleri anlamlar incelendiğinde, ekonomik faktörlerin yanı sıra, kişisel doyumun da önemli bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır. Sonunda, katılımcılar acenta temsilciliği mesleğini kendi kariyer planlamaları çerçevesinde, kısa veya uzun vadeli olarak değerlendirdiklerine ilişkin görüşlerini ileri sürmüştür.



Şekil 2.10. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarının Yaşam Amacı Boyutu

Ekonomik faktörleri

Acenta temsilciliği, kişisel ve profesyonel gelişim açısından sunduğu çeşitli olanakların yanı sıra, iyi bir gelir kaynağı olarak da dikkat çekmektedir. Bu gelir, çalışılan pozisyona, bağlı olunan Sırp tur operatörüne ve onun sezondaki iş yoğunluğuna göre değişiklik gösterebilmektedir. Bazı katılımcılar, sezonda elde edilen kazanç imkanının bu işi yapma nedenlerinin biri olduğunu ve bu nedenle Antalya bölgesindeki sezona yeniden geldiklerini ifade etmiştir.

„Eğer bir gün yeniden sezona geri dönmeyi düşünürsem, bu kararım işe değil, tamamen kişisel nedenlere bağlı olacağını biliyorum. Çünkü bu işin neler getirdiğini artık çok iyi biliyorum. Dönüşümün nedeni ya orada kazanılabilecek ya biriktirebilecek maddi imkanlar olurdu ya da kendi kişisel isteklerim”. (K15)

“Bu işin benim için belli bir ekonomik anlamı var; özellikle Sırbistan’daki olumsuz ekonomik koşullar göz önünde bulundurulduğunda”. (K10)

“Ancak bunun sürdürülebilir olabilmesi ve sezonun genel işleyişi açısından daha verimli hale gelmesi için, maddi açıdan daha fazla ödüllendirilmemiz gerektiğini düşünüyorum”. (K14)

Kişisel doyumu

Yaşam amacı boyutu kapsamında belirlenen bir alt kategori olarak kişisel tatmin, katılımcıların içsel doyumlarını, kendini gerçekleştirme süreçlerini ve bireysel varoluş amaçlarını yerine getirme hissini ifade etmektedir. Bu durum, temsilcilerin misafirlerle olan ilişkilerinde gösterdikleri empatiyle bütünleşen egonun memnuniyetleriyle de yakından ilişkilidir. Katılımcıların ifadeleri göze alındığında, “öz farkındalık”, “egonun güçlenmesi” ve “gerçeklikten kaçış” olmak üzere kişisel doyumun 3 alt teması belirlenmiştir.

Katılımcıların çoğu, acenta temsilciliğine yükledikleri anlamlardan birinin iş dünyasında, özellikle turizm alanında **kendilerini bulmak**, kendi tercihlerini ve kariyer olanaklarını keşfetmek olduğunu ifade etmiştir.

„Bu işi yaparken 2 sene sonra kokartlı rehber olmak isteyeceğimi tahmin etmemiştim. O dönemde amacım işimi elimden gelenin en iyisiyle yapmak ve aynı zamanda kendimi bulmaktı. Sezon sona erip herkes evine döndüğünde, benim için bu dinamğin ne kadar gerekli olduğunu ve hayatımda beni harekete geçiren şeyin bu olduğunu fark ettim. Yani, bazen bir işin amacını ancak sürecin sonunda keşfedersiniz”. (K18)

„Bu iş kendimi bulmamı sağladı ve gerçekten bu işi yapmak istediğimin farkına vardım. Bu, ilgilenmek istediğim bir öğrenme süreciydi. Tüm görevleri yerine getirmek benim için zor değildi, çünkü bu işi seviyor ve yapmayı istiyorum. Şu anda bunun benim mesleki çağrım olduğunu düşünüyorum”. (K7)

„Türkiye’de yaşamış olmam hayatımı birçok açıdan değiştirdi; ancak bu işe özel olarak bakıldığında, turizm sektörüne gerçek anlamda adım atmamı sağladı ve bazı şeylerin pratikte

nasıl işlediğini görmemi mümkün kıldı. Bu süreçte neyi sevdiğimi ve hangi alanda çalışmaya devam etmek istediğimi keşfetme fırsatı buldum. Profesyonel olarak hangi yönde ilerlemem gerektiğine karar verme sürecine katkı sağladı. “Evet, bu işi gerçekten çok beğendim, bu harika” dediğim anlar da oldu, ama aynı zamanda “hayır, bu iş bana göre değil” dediğim durumlarla da karşılaştım”. (K15)

„Tur yaparken bu işin anlamını hissettim, kendimi en çok o anda buldum. Birinin moralini düzeltebilmek, ona yeni bir şey öğretebilmek fikri insanı mutlu ediyor. Kendimi bu bütünün bir parçası gibi, anlamlı hissediyorum, çünkü o gün birini güldürdüm, bilgi aktardım, yeni bir şey görmesini veya öğrenmesini sağladım ve bu ona iyi geldi. Bence transfer rehberliğinin asıl amacı budur: dinç olmak, düzgün giyinmek, insanlarla güzel bir şekilde iletişim kurabilmek, onları hem bilgilendirmek hem de eğlendirmek ve bazı şeyleri birlikte deneyimlemek“. (K1)

Acenta temsilciliği mesleğinin, misafirlere yardım etmesi, sorunları çözmesi ve belirli bir yönlendirme sağlaması temel amacı olarak sunulsa da, katılımcılarının ifadelerine bakıldığında empatik davranışlarının arkasında kişisel memnuniyetin, bireysel önem hissinin ve artan öz değer duygusunun ortaya çıktığı anlaşılabılır. Katılımcıların, bu işi yaparak kazandıkları **öz değer duygularıyla ve dolayısıyla kendi egosunun güçlenmesi** ile ilgili ifadeleri aşağıdaki gibidir:

„Kesinlikle düşünüyorum ki bizim işimizin çok önemli bir anlamı var. Bu sadece önerilerde bulunmakla ilgili değil, aynı zamanda problem çözme yönüyle de ilgili. İnsanlara bir güven duygusu veriyorsunuz, sizi önemli ve değerli biri olarak görüyorlar. Bu, bir yandan çok güzel bir şey, ama diğer yandan bazı durumlarda suistimal edilebiliyor. Özellikle bir sorunu çözmediğinizde, ki bu çoğu zaman sizin veya acentanızın elinde olmayan nedenlerden olur, size “Ben seni neden ödedim, sen benim tatil paketimin içindesin” gibi tepkiler gelebiliyor. Ama yine de şunu söylemem gerekir ki, bu tarz olumsuz geri dönüşler çok azınlıkta. Çoğu insan minnettarlıkla yaklaşıyor”. (K15)

“Bir insan ilk kez biri için önemli olduğunu, bir değer taşıdığını fark ettiği an gerçekten çok güzeldir. Yaptığınız işin bir kaşılığı olduğunu hissettiğiniz, birine yardım ettiğiniz, bir şeyler sağladığınız ve bunun sonunda size teşekkür edildiği o an, hoş bir deneyimdir...Ancak bireyin sizin desteğinize ihtiyaç duyduğu hissi, gerçekten güzel bir duygu“. (K4)

„Bu işi gerçekten kendim için yapıyorum çünkü beni manevi olarak tatmin ediyor. Misafirler açısından baktığımda ise, biri gelip „Tatilimi güzelleştirdiğiniz için teşekkür ederim” dediğinde, o anın anlamı çok büyük. Birinin güzel anıları biriktirmesine katkı sağladığınızı bilmek ve bu sürecin bir parçası olmak, insanın anılarında yer edinmek, gerçekten özel bir his. Örneğin, iki yıl önce gelen bir misafirim tekrar gelip bir meslektaşına, o rehber nerede diye sorması bizim sıklıkla aldığımız geri bildirimlerden biridir. Bu tür övgülerin çok değerli olduğunu düşünüyorum; insana kendini değerli hissettiren, ona yeni bir anlam ve motivasyon kazandıran duygulardır”. (K12)

Antalya bölgesinde yaklaşık 10 yıldır tur operatörü temsilcisi olarak çalışan 16. katılımcı, görüşmede yaptığı bir açıklama ile söz konusu olan mesleğe tamamen yeni bir boyut ve bakış açısı kazandırmıştır. Nitekim bu katılımcı, acenta temsilciliği işini gerçek hayattan bir **kaçış imkanı** olarak tanımlamış, sezonda yaşananların tur operatörü temsilcileri açısından bambaşka bir gerçeklik olarak algılandığını ve kendi ülkelerinde yaşadıkları gerçek hayatla doğrudan bir bağlantısının olmadığını ifade etmiştir.

„O işi 4-5 yıl yapıp sonra bırakmaya kararı veren insanlara gerçekten saygı duyuyorum; onlar en cesur insanlar, çünkü bu işe o kadar bağlanıyorsun ki, o hayat tarzın oluyor. Bir meslektaşımın dediği gibi, bu hayatın bir simülasyon türü ve gerçekten de öyle, orada bir simülasyon içinde yaşıyorsun; fatura ödeme yok, hayattaki gerçek sorunlar yok. Sırbistan’da birkaç ay kaldıktan sonra gerçek hayatın ne olduğunu daha iyi anlıyorum şimdi; kira ödemek, faturalar, telefon masrafları ve düzenli bir gelirin her gün olmaması. Ama biz orada bu işi yaparken, işte sürekli para dönüyor, sürekli genç bir yaşam tarzı var, sürekli dışarı çıkmalar oluyor. Ve orada duyduğun sorunlar mesela overbooking, bu nasıl bir sorun olabilir ki? Bu benim gerçek hayattaki problemim olabilir mi?”

Mesleki yaşam döngüsü

Psikolojik iyi oluş modelinin boyutlarından biri olan yaşam amacı, bireyin uzun vadeli hedefleriyle yakından ilişkili olduğundan, bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerde katılımcılara, acenta temsilciliği mesleğini gelecekteki kariyer planları içerisinde görüp görmediklerine dair sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğu, acenta temsilciliği mesleğini kısa vadeli bir iş olarak değerlendirmiştir. Özellikle kadın katılımcılar, bu görüşlerini aile kurma, evlilik gibi yaşam döngüsüne ilişkin beklentilerle ve bu mesleğin kadınlar açısından sürdürülebilir olmayan fiziksel koşullarıyla temellendirmiştir.

“Bu iş uzun vadeli bir meslek olamaz, bu sadece bana denk geldi böyle. Uzun yıllar bu işi yapan bazı kadın meslektaşlarım var, ancak burada asıl belirleyici olan bireyin yaşam öncelikleridir. Eğer birey aile kurmak, güvenli bir yaşam sürmek ve düzenli gelir sağlayan başka bir işle meşgul olmak istemezse, bu iş o zaman uzun vadeli olabilir ve onu 30 yıl bile yapabilir. Ancak başka önceliklerin varsa, bu iş kısa vadeli...Bu işi çok uzun süre yapmayı planlamıyorum, ama yine de kesin bir plan yapamıyorum, çünkü bugüne kadar geçen bu yıllar boyunca, “Bu benim son sezonum” dedim ama hiçbir zaman öyle olmadı. Bu yıl sadece daha fazla keyif almaya, boş zamanımı daha verimli kullanmaya ve meslektaşlarımla daha çok vakit geçirmeye, önceki yıllarda yapmadığım bazı şeyleri yapmaya karar verdim. Uzun süre bu işi yapmak istemiyorum, yani 30 yaşına kadar. Bence bu iş en fazla 30 yaşına kadar yapılmalı, sonrasında emin değilim“. (K16)

„Bu iş sezonluk olduğu için sürekli olarak aynı işi yapma imkânı sunmuyor. Eğer bu işin sezonluk niteliği olmasaydı ve yıl boyunca açık olan bir destinasyon olsaydı veya aynı acentada yaz sezonu Türkiye’de, kış sezonu başka bir destinasyonda geçirmek mümkün olsaydı, bu benim için tam isabet olurdu. Ancak, bu işin sezonluk karakteri beni bu meslekten en çok uzaklaştıran unsurdur ve ne yazık ki turizmin, otelcilik gibi diğer alanlarına, yani süreklilik gerektiren başka işlere yönlendiriyor“. (K12)

„Benim için bu iş kişisel olarak kısa vadeli bir iştir çünkü bu aslında bir öğrenci işi gibidir; henüz ne yapmak istediğini, ne işle uğraşmak istediğini, kendini tam olarak bulmadığın bir dönem için uygundur. Ailenden uzakta, evinden binlerce kilometre uzaklıkta yaşıyorsun. Eğer aile kurmak istiyorsan, bu iş o zaman kısa vadeli. Ama öte yandan böyle bir hedefin yoksa, bu işi hayat boyunca yapman gayet normal. Ben kendi ülkemde kalıcı bir şekilde yerleşmem gerekiyor, uzun vadeli bir işim olsun istiyorum, sadece altı ay çalışıp, altı ay sonra ne yapacağımı düşünmek istemiyorum“. (K3)

“Benim için bu iş kısa vadeli ve onu sezonluk iş olarak görüyorum. Kendimi hiçbir zaman bu işi yıllarca yaparken veya her sezona tekrar geri dönerken hayal etmedim, çünkü bu iş benim için oldukça stresli ve yorucu. Bu nedenle, çalışma saatleri ve koşulları belirli olan bir işe uygun olduğumu düşünüyorum. Sezonluk işler esnek, değişken ve kuralsızdır, özellikle insanlarla ilişkili işler birçok değişken faktör içerir. Bu işin doğası gereği zorlayıcı olması, benim için sadece sezonluk yapmamı uygun kılıyor, yani 3 ile 6 ay arasında. 6 aydan uzun süreç bana fazla geliyor“. (K15)

“Bence bu iş kısa vadeli çünkü fiziksel olarak yorucudur. 20 veya 30 yaşında uyumaman, bir şey yememen, transferleri yapman çok kolaydır, ayrıca diğer acentaların temposu da farklı ama yine sezonunun yarısını otobüslerde, aynı yerlerde geçiriyorsun. Bu insana bazen sıkıcı gelebiliyor, aynı turlar, aynı işler. Bence sadece o fiziksel dayanıklılık yüzünden biraz zorlayıcı. Yoksa insan seviyorsa, bu iş o zaman uzun vadeli olabilir”. (K7)

Kadınların görüşlerine karşılık olarak bazı erkekler katılımcılar ise, söz konusu mesleği uzun vadede sürdürebilir olarak görmüştür, ancak bu durumun maddi olanakların daha tatmin edici düzeye ulaşması halinde mümkün olabileceğini belirtmiştir.

“Ben bu işin uzun vadeli olmasını isterdim ama sürekli olması ve daha iyi ücretlendirilmesi gerekiyor. Maaşların daha yüksek olması, işin yıl boyunca devam etmesi ve sezon dışında farklı alternatif iş olanakların olması çok güzel olurdu”. (K1)

„Kalıcı bir şey, yıl boyunca süren bir iş istiyorum...çünkü bu 5 ay içinde önemli bir şey yapabileceğimi düşünmüyorum, kazanç ne olursa olsun. Gençsin ve bu gerçekten güzel ama insan uzun vadeli düşünmek zorunda... Yakın gelecekte bu işi bırakmaya bakarım, çünkü güzel bir tarafı var ama hayatları dağılmış olan birçok meslektaşım var“. (K4)

„Türkiye’de kendimi rehber olarak görebiliyorum ve elbette her bilgi gelişimime katkı sağlayacak, ancak ne günün ne gecenin ne getireceğini bilemeyiz. Belki gelecekteki acentam Türkiye tatil programları ile ilgilenir, ama başka bir açıdan. Benim hedefim daha uzak destinasyonlar, ama eğer o uzak destinasyonlar olmazsa, o zaman Türkiye turizmi ile ilgileneceğim”. (K10).

2. katılımcı, sezondan Sırbistan’a geri döndüğünde kalıcı bir işi bulmaya çalıştığını, ancak kolayca bulmayıp zorluklar çektiğini şu şekilde ifade etmiştir:

„Ben bu işte geleceğimi görmüyorum çünkü sezondan döndüğümde başka bir iş bulmam zordu, kokardım yoktu ve bu işi sadece sezonda yapacaktım, hepsi bu. Bu harika bir iş, güzel bir yaşam tecrübesi ama bu işi 4 ay boyunca bir yerde yapıyorsun ve sonra da aynı işi hayatında tekrar yapıp yapmayacağı bilmiyorsun, işte bu fedakarlıktır“.

2.2.3.6. Tur operatörü temsilcilerinin “Özerklik” Boyutunun Analizi

Carol Ryff’in Psikolojik İyi Oluşu Modeli’nde özerklik, bireyin kendi değerlerine ve doğrularına göre hareket edebilmesi, sosyal baskılara direnebilmesi ve bağımsız olarak kararlar alabilmesi, kendi yaşamını yönlendirebilmesi ve kendini kişisel standartlarına göre değerlendirebilmesi anlamına gelmektedir. Tur operatörü temsilcileri bağlamında, bağımsız olarak hareket edebilmeleri, kendi etik ve ahlaki değerleri doğrultusunda karar almaları, çalıştıkları acentaların katı kurallarına rağmen kendi iç seslerini izleyebilmeleri, acenta otoriteleri veya meslektaşlarından gelebilecek olumsuz değerlendirmelere rağmen düşüncelerini açıkça ifade edebilmeleri, özerklik boyutunun temel göstergeleri olarak görülmektedir.

Sırp tur operatörü temsilcilerinin özerklik boyutuna ilişkin bir bakış açısı elde edebilmek amacıyla, katılımcılara kendi düşünce ve fikirlerini ifade etme ile iş görevlerinin yerine getirme konularındaki özgürlük düzeylerini değerlendirme imkânı sunulmuştur. Ayrıca katılımcılardan, iş ortamında fikirlerini ifade ederken nasıl hissettiklerini tanımlamaları ve içinde bulundukları sosyal ortamın normlarının öz değerlendirmeleri üzerindeki etkisini değerlendirmeleri rica edilmiştir. Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşunun özerklik boyutu bağlamında, “ifade özgürlüğü”, “sezon sonrası bilişsel farkındalık” ve “yönetici geri bildirimi” olmak üzere 3 alt tema belirlenmiştir.



Şekil 2.11. Sırp Tur Operatörü Temsilcilerinin Psikolojik İyi Oluşlarını Özerklik Boyutu

İfade özgürlüğü

Araştırmaya katılan Sırp tur operatörü temsilcilerinin düşünce ve davranış özgürlüklerine ilişkin verdikleri ifadelerine dayanarak, destinasyonda daha uzun süre çalışmış ve deneyim kazanmış olan Sırp tur operatörü temsilcilerin, bu mesleğe yeni başlayanlara kıyasla, düşüncelerini ifade etme ve bağımsız hareket etme konusunda çok daha yüksek bir özgürlüğe sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte bazı katılımcılar, üst yöneticilerden gelebilecek eleştiri veya yargılanma korkusunu dile getirmiştir. Bu durum, iş faaliyetleriyle ilgili duygularını ve genel olarak yaşadıkları rahatsızlıkları ifade etmelerini engelleyen bir unsur olarak ortaya çıkmıştır.

„Üst düzey yöneticimle olan ilişkimizde açık olma özgürlüğe sahip değildim, çünkü kendisi oldukça spesifik bir kişiliğe sahipti ve bir şeyden rahatsız olduğumda veya ekipte bazı şeyler yolunda gitmediğinde, kendimi nasıl ifade edeceğim konusunda kelimeleri dikkatli seçmem gerekiyordu... Eleştiri, yargılama veya reddedilme ile karşılaşacağımdan endişeleniyordum. Üstümüzde olan bir kişinin bize destek vermesi ve rehberlik etmesi gerekirken, ben bunu kendisinden hiç görmedim“. (K15)

“İlk başta “Her şeyi açıkça ortaya koyacağım” düşüncesindeydim, çünkü işler böyle yürümeli; eğer bir problemimiz veya fikrimiz varsa, bunu güzelce dile getirip üzerine çalışmalıyız diye düşünüyordum. Derken bir zaman sonra bunun hiçbir faydası olmadığını fark ettim. Kimin ne düşüneceğinden korkmadım, sadece tepkilerini düşündüm, çünkü hep “Sen şöylesin, sen böylesin” gibi saldırılar ve dışlanmalar başlıyordu“. (K7)

“Oraya gittiğimizde adeta bir matrikse giriyoruz, sadece kendi kafanın içinde kalmaya ve işini dürüstçe yapmaya çalışıyorsun. Aynı zamanda kendini savunman, bir duruşun olması ve kimsenin seni yönlendirmesine izin vermemen gerekiyor. Sonuçta, bu başka bir ülke, az sayıda kendi insanımız var ve ister istemez onlarla iş birliği yapmak zorundasın. Gerçekten bir matriks gibi. Oradayken bir başka düşünce, buradayken bambaşka“. (K11)

“Çok şeyi içimde tuttum, adeta “sus ve işini yap” motosuyla hareket ettim. Sonuçta, buraya şikâyet etmeye değil, çalışmaya geldik“. (K8)

Sırp tur operatörü temsilcisi olarak uzun süre çalışan, deneyim seviyesi açısından daha üst düzeydeki katılımcıların söz konusu hakkında açıklamaları aşağıdaki gibidir:

„Fikirlerimi ve düşüncelerimi her konuda ifade etme açısından oldukça açık biriyim. Ancak aynı zamanda karşımdaki kişiye ve onun entelektüel kapasitesine, belirli bir konuyu ne kadar anlayabileceğine dikkat ediyorum. Konuştuğum kişinin zihinsel, duygusal ve psikolojik durumunu analiz ettikten sonra, konuştuğum konuyu buna göre geliştiririm”. (K10)

“İşle ilgili konulara gelince her şeyi açıkça söyleyebilirim... Bu açıdan bakıldığında, oldukça tamamlanmış bir kişiliğe sahip olduğumu düşünüyorum ve bence bu yüzden beni seviyor ve takdir ediyorlar, her ne kadar ilk başta her şey kaotik ve korkutucu gibi görünse de. Ama belli bir zaman geçtikten sonra tüm iş arkadaşlarım bana teşekkür ediyor ve haklıydın diyorlar. Belki ben bunu onların beklediği şekilde yapmıyorum ama ne söylemem gerekiyorsa, onu söylüyorum. İş konusunda kendimi ifade edebiliyorum, bu konuda tam anlamıyla özgürüm“. (K16)

Sezon sonrası bilişsel farkındalık

Özerklik boyutu bağlamında değerlendirmelerini açıklayan Sırp tur operatörü temsilcilerinde bilişsel farkındalık, psikolojik iyi oluşlarının önemli bir unsuru olarak ortaya çıkmıştır. Bilişsel farkındalık, bireyin kendi duyguları, motivasyonları ve çevresi hakkında farkında olması anlamına gelmektedir. Sezonun sonunda tur operatörü temsilcilerinin yaşadıkları deneyimlerin ve karşılaştıkları zorlukların farkına varması, kişisel performanslarını ve iş süreçlerini daha iyi değerlendirmelerine yol açabilir. Bu bağlamda, bazı katılımcılar ancak sezonun bitmesi ve ülkelerine geri dönmesiyle kendi başarılarından ve üstesinden geldikleri tüm zorlukların farkına varabildiklerini ileri sürmüştür.

„Kendime güveniyordum ama çalışırken bunu hiç düşünmedim. Her şey bitip taşlar yerine oturduğunda, ne kadar dayanıklı olduğumu görebildim. Her şey sona erdiğinde, orada başkalarının beni değerlendirmesinin benim için hiç önemli olmadığını fark ettim. Eve döndüğümde kendime “Vay be, ne zorlukların üstesinden geldin” dedim”. (K3)

„Sezon sonunda aynı acentada, sadece Antalya bölgesinin farklı turizm ilçelerinde çalışan birçok acenta temsilcisi bana, kendi bölgemde kilit rolü oynadığımı ve sezonun başarılı olmasının sebebi, benim diğerlerini motive etmem ve fiziksel olarak düştükleri zamanda bile çaba göstermem olduğunu söylediler. Ancak, bu işte ne kadar iyi olduğumu anlamam uzun zaman aldı”. (K18)

„Kendimi bu deneyime sahip olmayan bazı üniversite arkadaşlarımla karşılaştırdığımda, aramızdaki fark çok büyük. Turizmde pratik çalışma ve iş deneyimim çok

daha fazla, hatta teorik yaklaşımı açısından turizmle ilgilenen ve hiç sezon çalışmamış veya turizm sektöründe bulunmamış bazı hocalardan bile daha fazla. Bu bana, gelecekteki gelişimim açısından çok büyük avantaj sağlıyor. Dolayısıyla sezonu, hem akademik hem de kişisel gelişimime katkıda bulunan bir faktör olarak görüyorum“. (K9)

Katılımcılardan söz konusu hakkında alınan yanıtlar göz önünde bulundurulduğunda, Sırp tur operatörü temsilcilerinin sezon sonrası bilişsel farkındalık düzeylerinin artması, onların özerkliklerini olumlu yönde etkilediği sonucuna varılabilir. İlaveten, tur operatörü temsilcileri deneyim kazandıkça ve yaşadıkları durumları daha iyi anladıkça, iş ortamındaki ilişkileri daha başarılı yürütebilir, işlerini ise daha bağımsız ve kendi değerleri ve kararları doğrultusunda yönetebilir. Sonuç olarak, bu durum hem iş performanslarını daha üst düzeye çıkarır hem de acenta içinde daha etkin ve sorumluluk sahibi olarak hareket etmelerine olanak tanır.

Yönetici geri bildirimi

Özerklik boyutu söz konusu olduğunda, katılımcıların ifadelerinde en sık öne çıkan unsur, çalıştıkları acentanın Antalya bölgesinden sorumlu destinasyon yöneticisinden aldıkları geri bildirimler olmuştur. Katılımcıların çoğu geri bildirimin, verdikleri emek ve çalışmalarının bir tür onayı olarak önemli olduğunu belirlemiştir. Özellikle turizm sektörü içerisinde kariyerlerinin başında olan ve görevlerini gerektiği şekilde yerine getirdiklerinden emin olmak isteyen genç tur operatörü temsilcileri için geri bildirim, yönlendirici ve motive edici bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların üst yöneticilerinden almayı bekledikleri geri bildirimi hakkında açıklamaları şu şekildedir:

„Yöneticimin benim hakkımdaki düşüncesi benim için önemliydi çünkü yaptığım işin ve gösterdiğim çabanın fark edilmesi benim için önemliydi ama sık sık bunun fark edilmediğini ve önemli olmadığını hissediyordum. Bu nedenle de gösterdiğim tüm çabanın ve emeğin önemli olmadığını hissettim. Gerçekten işimi iyi yapıyordum ve bu, diğer iş arkadaşım tarafından fark edilmiş ve kabul edilmişti, ama yine de benim için bunun üst düzey yönetici tarafından fark edilmesi ve onaylanması önemliydi. Şimdi daha olgun ve deneyimli olduğumda, belki bu benim için o kadar önemli olmazdı“. (K15)

„Üst düzey yöneticinin benim hakkımdaki düşüncesi çok önemliydi. O beni övdüğünde ve bir şeyi doğru yaptığımı söylediğinde, o günüm toparlanmış olur ve kimse o gün moralimi bozamaz“. (K8)

„Geri bildirim iş hayatında çok önemli bir unsurdur ve hakkında gerçekleri duyman gerekir...Herkesin hoşuna gidemem, bu bir gerçek, ama insanların benim profesyonel olduğumu, attığım adımların doğru olduğunu düşünmeleri benim için çok önemli”. (K16)

Katılımcıların açıklamalarına göre, yöneticilerinden gelen geri bildirimin en önemli unsurlarından biri, onları daha üretken çalışmaya motive eden övgülerdir. Ancak, bazı katılımcıların belirttiğine göre, bu övgüler nadiren verilmiş, onun yerine daha çok eleştiriler kullanılmıştır. Ayrıca bu eleştirilerin, çoğu zaman tur operatörü temsilcileri üzerinde kontrol kurmak amacıyla kullanılan bir manipülasyon aracı olduğunu da dile getirmiştir.

„Bazı durumlarda kendimi çocuk gibi hissettim, sanki yöneticiden bir övgü bekliyordum gibi... Birisi beni övdüğünde çok daha iyi çalışırım... Eğer o beni daha sık övseydi, belki daha büyük motivasyon hissederdim; bazı şeyleri daha fazla yapmak, bu iş sürecine kendini daha çok vermek isterdim belki... Bir noktada artık işe karşı tutku kaybettim çünkü yaptığım işin değer görmediğini hissettim”. (K15)

„Övgüler çok önemli çünkü bu, işimizi daha iyi yapmamız için bir motivasyon sağlar. Bence daha fazla övgü alabilirdik çünkü bazı durumlarda biz bir şeyi iyi yaptığımızı düşünüp onunla gurur duysak bile, onların tepkisi bazen sadece “eh, tamam” şeklindeydi. Daha fazla övgü olsaydı, bu ekip içindeki atmosferi olumlu yönde değiştirirdi, insanlar ise daha mutlu ve motive olurdu”. (K13)

„Sezonda çalışan insanlara daha fazla takdir gösterilmesi gerektiğini düşünüyorum, ama yine de bu takdir başkaları aracılığıyla kulağımıza geliyordu. Bizimle birlikte çalışan ve acentamızdaki bazı insanları tanıyan kişiler vardı ve sonra onlardan, „Bak şu kişi senin iyi olduğunu söyledi” gibi şeyler duyuyorsun ama bu insanlar sana hiçbir şey söylemiyor”. (K4)

“Bence bir hata olduğunda, tepkiler çok daha sert oluyor, güzel bir şey yapıldığında ise bu kadar güçlü bir tepki olmuyor. Eğer hataya bu kadar sert tepki vereceksen, o zaman güzel bir şeyi de övmen gerekiyor. Mesela, bir hata yapıldığında mailler gönderiliyordu, ama biri bir şehir turunu güzel bir şekilde yaptığında, hiçbir şey olmuyordu. Elbette misafirlerden gelen övgü güzel, ama üst yöneticilerimden gelen övgü benim için daha anlamlı olurdu, çünkü onlar zamanında bizim gibi çalıştılar ve aynı süreçlerden geçtiler. Eğer onların gözünde yaptığım iş iyiye, bunu bilmek isterdim”. (K8)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, Antalya bölgesinde faaliyet gösteren Sırp tur operatörü temsilcilerinin mesleki yaşamlarında psikolojik iyi oluşu nasıl deneyimlediklerini keşfetmektir. Turizm sektörü çalışanları bağlamında ilgili literatür, büyük ölçüde otel çalışanları ve turist rehberlerinin psikolojik iyi oluşuna odaklandığı sonucuna varılmaktadır. Ancak, turizm sektöründe çalışanların psikolojik iyi oluşunu doğrudan veya dolaylı biçimde ele alan bazı çalışmaların bulguları incelendiğinde, söz konusu bulguların bu tez kapsamında analiz edilen psikolojik iyi oluşunun belirli boyutlarıyla örtüştüğü görülmektedir. Elde edilen bulgular yönetim desteğinin, turizm ve otelcilik sektöründe çalışanların psikolojik iyi oluşu üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ve bunun da bireylerin başa çıkma becerilerini etkilediğini ortaya koyan Vrontis ve diğerlerin (2023) araştırmasıyla paralellik göstermektedir. Benzer şekilde, macera tur rehberi olan kadınların psikolojik iyi oluşu üzerine yapılan bir araştırma (Houge Mackenzie vd., 2020) yeterlilik, özerklik ve ilişkisellik, kadın rehberlerinin psikolojik iyi oluşunun temelini oluşturan ana faktörleri olarak görmektedir. Bununla birlikte, bu tez bağlamında, yeterlilik öz kabul boyutu olarak değerlendirilebilirken, ilişkisellik ise başkalarıyla olumlu ilişkiler boyutu ile doğrudan ilişkilidir. Houge Mackenzie ve diğerlerin (2020) çalışmasında rehberlerin anne figürü olarak algılanması ve misafirlerin güvenliğinden sorumlu hissetmelerinin psikolojik iyi oluşlarını engelleyebileceğini öne sürerken, bu araştırma kadın rehberlerinin misafirlerine güvenli ve sorunsuz bir tatil deneyimi sunma sorumluluğu ve bu konudaki gönüllü çabalarının, psikolojik iyi oluşlarına olumlu yönde yansıdığını ortaya koymaktadır. Son olarak, Li ve diğerlerin (2023), COVID-19 sırasında paylaşım ekonomisinin geçici iş çalışanlarının psikolojik iyi oluşunu nasıl etkilediğini inceleyen çalışması, psikolojik iyi oluşu tanımlamak için Ryff'ın Psikolojik İyi Oluş Modeli'nden olan özerklik, öz kabul, yaşam amacı ve başkaları ile olumlu ilişkiler boyutlarını temel olarak kullanmaktadır. Çalışmanın sonucu olarak, öznel, sosyal ve fiziksel iyi oluşla birlikte iyi oluşun bütünlüğü içinde incelenen psikolojik iyi oluşun yaşam amacı, özerklik ve kişisel gelişim boyutları, söz konusu olan çalışanların psikolojik iyi oluşu üzerinde en belirleyici rol oynadığı ileri sürülmüştür.

Bu tez çalışmasının nitel araştırması kapsamında turizm sezonunda Antalya bölgesinde faaliyet gösteren Sırbistan'ın farklı tur operatörlerinde çalışan 18 tur operatörü temsilcisi ile yarı-yapılandırılmış görüşmeler yürütülmüştür. Çalışmanın temel verileri, yarı-yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilen bilgilere dayanmaktadır. Ancak, yarı-yapılandırılmış

görüşmelere ek olarak verilen derinleştirilmesi ve olası yeni çıkarımların elde edilebilmesi amacıyla dört tur operatörü temsilcisi ile odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem, bireysel görüşmelerde belirlenen temaların grup etkileşimleri çerçevesinde nasıl şekillendiğini inceleme imkanı sunmuştur. Son olarak, araştırmacının da kendisi iki sezon boyunca aynı destinasyonda transfer ve otel rehberliğini yaptığı için onun gözlem ve refleksif notlar da veri setine ekleyip analize tabi tutulmuştur.

Bu araştırmada Carol Ryff'ın Psikolojik İyi Oluş Modeli temel bir çerçeve olarak alınmış ve modelin “öz kabul”, “özerklik”, “başkaları ile olumlu ilişkiler”, “kişisel gelişim”, “çevresel hakimiyet” ve “yaşam amacı” olan her 6 boyutu, Sırp tur operatörü temsilcilerinin özgün bağlamına uyarlanarak değerlendirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular, tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluş deneyimlerinin çeşitli unsurlardan etkilendiğini ortaya çıkarmıştır. Sırp tur operatörü temsilcileri ile yapılmış yarı-yapılandırılmış görüşmelerde; kendi iş performanslarından duydukları memnuniyet ve tur operatörü temsilcisi rolünde hissettikleri özgüven, çalışma ekibi içindeki özdeğerlendirme, fiziksel çevrenin günlük organizasyonu üzerindeki etkisi, düşüncelerini ifade etme özgürlüğü ile iş hareketleri konusundaki özgürlük, iş ortamındaki ilişkiler (iş arkadaşları, Sırp tur operatörü, Türk seyahat acentası, otel çalışanları ve şoförler), acenta temsilciliği mesleğinin sunduğu kişisel gelişim olanakları, mesleğin anlamı ve amacı ile gelecekteki iş perspektifleri gibi konular ele alınmıştır. Bu temaların her biri, Ryff'ın Psikolojik İyi Oluş Modeli'nin tanıtımına dayanarak Sırp tur operatörü temsilcilerinin merkezde yer aldığı araştırma konusuyla uyumlu şekilde oluşturulmuştur. Ryff'ın bu modelinin her bir boyutuna ilişkin elde edilen yanıtlar, Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşunu etkileyen faktörleri ortaya koyup geliştirilecek önerilerin temelini oluşturmaktadır.

Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşunun altı mekanizmasına etki eden çeşitli faktörlerin anlaşılması amacıyla, öncelikle tur operatörü temsilcilerinin hizmet sundukları alanlara dair bir farkındalık geliştirilmesi önemlidir. Bu çerçevede, tur operatörü temsilcilerinin “Otel rehberliği” ve “Transfer rehberliği” olmak üzere iki alanda hizmet verdikleri tespit edilmiştir. Bu bulgular, Çolakoğlu ve çalışma arkadaşlarının (2010;2017) turizm yönetimi ve turist rehberliği konulu çalışmalarıyla da örtüşmektedir; söz konusu çalışmada tur operatörü temsilcilerinin görev yaptığı iki ana alan bu şekilde tanımlanmıştır. Tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşunu etkileyen faktörler, doğrudan onların görev üstlendikleri alana, etkileşim içinde oldukları kişilere ve karşılaştıkları sorunlara göre farklılık göstermektedir. Örnek olarak, tur operatörü temsilcisi olan otel rehberleri acentalarının misafirlerine gerekli bilgileri sağlamak, konakladıkları otellerde yaşadıkları sorunları çözmek

ve karşılayıcı acentasının turlarını satmakla ilgilenirken; transfer rehberleri, havalimanından otele ve otelden havalimanına yapılan transferlerin gerçekleştirilmesinden sorumludur. Ayrıca, transfer rehberleri transfer sırasında misafirlere destinasyon hakkında gerekli bilgileri vermekte ve karşılayıcı acenta tarafından sunulan, otel rehberlerinin info toplantılarında satışını yapacak turlar hakkında bilgilendirme yapmaktadır.

Yürütülen araştırmaya göre, Antalya bölgesinde faaliyet gösteren Sırp tur operatörlerinin istihdam ettiği tur operatörü temsilcilerinin belirli pozisyonlara yerleştirilmesiyle ilgili izlediği bir uygulama olduğu tespit edilmiştir. Özellikle geniş çaplı operasyonu yürüten büyük Sırp tur operatörleri, otel rehberliği alanında en az 1 veya 2 yıl transfer rehberi olarak deneyim kazanmış kişileri görevlendirmeye özen göstermektedir. Buna karşılık, transfer rehberi pozisyonu için sahada herhangi bir deneyime sahip olmayan bireylerin istihdam edildiği gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda, büyük tur operatörleri otel rehberlerini transfer rehberlerinden özellikle bilgi birikimi ve mesleki deneyim açısından farklılaştırmaktadır. Dolayısıyla, otel rehberliği pozisyonu, transfer rehberliğine kıyasla daha yüksek nitelik ve yeterlilik gerektiren bir görev olarak değerlendirilmektedir.

Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşlarının ele alınan ilk boyutu öz kabuldür. İncelenen temsilciler bağlamında “kişisel ve profesyonel beceriler”, “Sırp acentasının etkisi” ve “insani faktör” olmak üzere üç alt kategori belirlenmiştir. Kişisel ve profesyonel beceriler kapsamında “yaş ve mesleki deneyim”, “Türkçe konuşma becerisi” ve “işe alışma süreci” olmak üzere 3 alt tema saptanmıştır. Sırp acentasının etkisiyle ilgili “sezon öncesi hazırlıklar”, “üst yöneticisinin liderlik stili” ve “Sırp acentasıyla özdeşleme” olmak üzere 3 alt kategori bulgulanmıştır. Tur operatörü temsilcilerinin öz kabul boyutunun üçüncü alt boyutu olan insani faktör kapsamında ise; “kolektif çalışma”, “iş arkadaşlarıyla kıyaslama” ve “misafir etkisi” olmak üzere 3 alt tema belirlenmiştir. Katılımcıların anlattıklarından yola çıkarak her bir alt kategorinin Sırp tur operatörü temsilcilerinin öz kabulü üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Örneğin, daha önce edinilmiş mesleki deneyim, Türkçe iletişim kurma becerisi ve sezon öncesinde Sırp tur operatörü tarafından düzenlenen hazırlık süreçleri, temsilcilerin kendi rollerine daha kolay uyum sağlamalarını önemli ölçüde etkilemektedir. Bunun yanı sıra, yöneticilerin benimsediği liderlik tarzının temsilcilerin acenta ile özdeşleşmelerine yol açtığı ve bu durumun temsilcilerin motivasyonlarını artırarak verecekleri emekleri olumlu yönde etkilediği kanaatine varılmıştır.

Başkaları ile olumlu ilişkiler olarak tanımlanan psikolojik iyi oluş mekanizması çerçevesinde, temsilcilerin ifadelerine dayanarak dört önemli paydaş ile düzenli etkileşim

içinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu paydaşlar; bağlı oldukları Sırp tur operatörü, Sırp tur operatörünün iş birliği içinde bulunduğu Türk acentası, otel personeli ve aynı alanda görev yapan meslektaşlarıdır. Sırp tur operatörü ile olan ilişkiler bağlamında, temsilciler psikolojik iyi oluşlarını en fazla etkileyen unsurlar arasında, Sırp tur operatörünün uyguladığı çifte standartlara ve manipülatif yöntemlere dikkat çekmiştir. Türk acentası ile ilişkilere gelince, transfer rehberi açısından havalimanı organizasyonu ve dil sorunu ana meseleler olarak dile getirilirken, otel rehberi açısından tur satışı sorunları ve Türk acentasının onları diğer pazarlarda çalışan acenta temsilcilerinden ayırarak yaklaşımında çifte standartlarını uyguladığı belirtilmiştir. Otel rehberlerinin otel personeliyle en yoğun iletişim içinde oldukları göz önünde bulundurulduğunda, tur operatörü temsilcileri bu ilişki bağlamında bazı sorunlara dikkat çekmiştir. Bazı otellerde İngilizce iletişimde yaşanan zorluklarla birlikte, otel personelinin özellikle Sırp pazarına yönelik profesyonellikten uzak bir tutum sergilediğini ileri sürmüştür. Bazı katılımcılar, Sırp pazarının Rusya ve diğer pazarlara kıyasla daha düşük bir trend izlediği için bu tutumun sergilendiğini belirtmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, tur operatörü temsilcilerinin çalışma paydaşları ile ilişkileri bağlamında, özellikle anlayış ve karşılıklı destek temeline dayanan iş arkadaşları ile ilişkileri, hayati öneme sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer paydaşlarla kurulan ilişkiler istenilen düzeyde olmasa dahi, iş arkadaşları ile olumlu ilişkilerinin destekleyici bir rol oynadığını vurgulamıştır.

Çevresel hakimiyetin başarılı bir şekilde sağlanabilmesi için, Sırp tur operatörü temsilcileri ile yapılan görüşmeler doğrultusunda bazı temel unsurların belirleyici olduğu sonucuna varılmıştır. Bunlar arasında acenta, fiziksel ortam, iş ortamı ve çalışma düzenine ilişkin unsurlar olarak dört ana gruba ayrılmaktadır. Tur operatörü temsilcilerinin iş çevresini yönetme süreçleri üzerinde en büyük etki yaratan acenta kaynaklı faktörler arasında, Sırp tur operatörü temsilcisi seçiminde uyguladığı düşük seçim kriterleri ile üst düzey yöneticisinin temsilcileri üzerinde yarattığı baskı ve stres yer almaktadır. Stresi bir kontrol aracı olarak kullanarak üst düzey yöneticilerin manipüle etmesi, temsilcilerin çevresel hakimiyetlerini olumsuz etkileyen temel faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Fiziksel ortamı faktörlerin etkisi söz konusu olduğunda, otel ortamı, hava ve trafik koşulları, boş zaman ve özel alan olmak üzere dört farklı unsur ön plana çıkmaktadır. Otel rehberleri, çevresel hakimiyet açısından psikolojik iyi oluşlarını etkileyen faktörler olarak otel ortamı ile hava koşulları ve trafik sorunlarını vurgularken, transfer rehberleri, iş sonrası boş zaman önemine ve daha verimli çalışmalarına katkı sağlayabilecek uygun konaklama koşullarına dikkat çekmiştir. Her ne kadar insani ilişkiler konusu “Başkaları ile olumlu ilişkiler” boyutu kapsamında alınmış olsa da, kişiler arası ilişkiler Sırp tur operatörü temsilcilerinin çevresel hakimiyetlerinde önemli bir

unsur olarak yeniden ortaya çıkmaktadır. Çevresel hakimiyet doğrultusunda, tur operatörü temsilcisi otel personeliyle, transfer sürecinde iletişim ve etkileşim içinde oldukları, şoförlerle ve iş arkadaşlarıyla kurdukları olumlu ilişkilerin bulundukları çevreyi yönetmeleri üzerinde olumlu etkilediğini vurgulamıştır. Ayrıca, turist profili de hem otel rehberleri hem de transfer rehberleri açısından çevresel hakimiyetinin sağlanmasında belirleyici bir unsur olarak ortaya çıkmıştır. Son olarak, çalışma faktörleri kapsamında, çalışma dinamiği ve tükenmişlik, çevresel hakimiyet bağlamında en sık vurgulanan konular arasında yer almaktadır. Kitlese turizm acentalarında görülebilen oldukça dinamik çalışma temposunun, tur operatörü temsilcilerinin tükenmişliğe yol açabileceği öne sürülmüştür.

Kişisel gelişim psikolojik iyi oluşun altı boyutundan biri olup, tur operatörü temsilcilerinin ileriye dönük fiziksel, zihinsel ve ruhsal gelişimi açısından önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Sırp tur operatörü temsilcileri ile kişisel gelişim imkanları konusundaki diyalog kapsamında, duygu düzenleme ve özgüvenin güçlenmesiyle iletişim becerilerinin geliştirilmesi ve kariyer ilerleme olanakları kişisel gelişimin en önemli faktörleri olarak vurgulanmıştır. Katılımcılar, acenta temsilciliğinin kendi duygularını tanımlama ve kontrol etme konusunda kendilerine faydası olduğunu, ayrıca zamanla hem iş performanslarını hem de motivasyonlarını artıran öz güvenlerinin güçlenmesine katkı sağladığını belirtmiştir. Profesyonel gelişim açısından bakıldığında, üstlendikleri görevler büyük ölçüde topluluk önünde konuşma ve genel iletişim becerilerinin gelişimine katkı sağlamakla birlikte, bulundukları iş pozisyonuna kıyasla daha üst pozisyona veya organizasyon açısından daha dinamik destinasyonlara ilerleme imkânı sunmuştur. Araştırmaya katılan tüm katılımcılar, acenta temsilciliğinin sağladığı kişisel ve profesyonel olanakları konusunda hemfikir olmalarına rağmen, bazıları sezon boyunca olduğundan daha yüksek gelişim düzeylerini engelleyen bazı faktörleri ortaya çıkarmıştır. İfadelerine dayanarak, bu faktörlerin bağlı oldukları Sırp ve Türk acentaları ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Serbest zamanlarında Sırp tur operatörü tarafından hareket etmelerinin kısıtlanması ve Sırp tur operatörünün iş ortağı olan Türk acentasının misafirlerine sattığı bazı turlara katılamama durumları, tur operatörü temsilcilerinin kişisel gelişimi üzerinde engelleyici bir uygulama olarak değerlendirilmiştir.

Katılımcıların acenta temsilciliğine yükledikleri anlam konusunda bu araştırma, ekonomik avantajların yanı sıra, öz farkındalık, öz değerlendirme ve benlik güçlenmesi açısından kişisel tatminin de ortaya çıktığını göstermiştir. Bununla birlikte, unsurların tümü acenta temsilciliğinin anlamını oluşturan faktörler olarak değerlendirilmektedir. Yaşam amacı boyutuyla ilgili olarak, bu çalışmaya özel bir vurgu kazandıran unsurlardan biri, bazı tur

operatörü temsilcilerinin sezonda geçtikleri süreci ideal bir yaşam simülasyonu olarak görmeleridir. Buna bağlı olarak, gerçek problemler ve engellerle dolu hayattan kaçışın, tur operatörü temsilcilerinin Antalya bölgesindeki en az 5 ay süren sezonluk çalışma üzerinde çekici bir faktör olduğu sonucuna varılmıştır. Yaşam amacı boyutu çerçevesinde üçüncü alt tema olarak acenta temsilciliğinin mesleki yaşam döngüsü konusu ortaya çıkmıştır. Bu alt tema bağlamında, kadın katılımcıları acenta temsilciliği aile kurma dönemine kadar uygun bir meslek olarak değerlendirirken, erkek katılımcıları ise bu konuda ikiye ayrılmıştır; bazıları bu işi sezon dışı dönemindeki finansal istikrarsızlık nedeniyle kısa vadeli olarak nitelendirirken, diğerleri belirli ayrıcalıklarla bu işi uzun vadeli meslek olarak tanımlamıştır.

Araştırmaya katılan tur operatörü temsilcilerinin çoğu sezonluk çalışma kavramının, bireyin kendi tutumlar ve değerleriyle sosyal çevrede işlev göstermesi açısından oldukça zorlayıcı olduğunu belirtmiştir. Özerklik, tur operatörü temsilcilerinin kendi değer sistemlerine dayanarak belirli mesleki adımlar atabilme, kişisel ahlaki değerlerine uygun davranabilme ve iş ortamındaki baskılara rağmen kendi görüş ve düşüncelerini ifade edebilme yeterliliğini belirten bir boyut olarak öne çıkmaktadır. Sırp tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşunun özerklik boyutu kapsamında; “ifade özgürlüğü”, “sezon sonrası bilişsel farkındalık” ve “yönetici geri bildirimi” olmak üzere 3 alt tema ortaya çıkmıştır. Hiyerarşisi daha belirgin ve destinasyonda temsilcilerinin daha fazla olan Sırp tur operatörlerinde, yöneticilerle olan ilişkilerin daha az çalışanı acentalara kıyasla farklılaştığı gözlemlenmiştir. Nitekim, ilk bahsedilen acentalarda yönetici-çalışan ilişkisinde pasif agresiflik dikkat çekmektedir; bu durumda tur operatörü temsilcisi iş faaliyetleri ve kişiler arası ilişkilerle ilgili belirli konularda düşüncelerini açıkça ifade etme konusunda yeterli özgürlüğe sahip değildir. Ayrıca, bu tür liderlik tarzıyla bağlantılı olarak, temsilciler açısından üst düzey yöneticisi geri bildirim konusu ön plana çıkmakta, çünkü çoğu tur operatörü temsilcisi için bu, motivasyonları ve işe daha fazla katkı sağlama istekleri açısından belirleyici bir faktör olarak tespit edilmektedir.

Mevcut çalışmanın birtakım önemli teorik katkı bulunmaktadır. Bu tezin araştırma grubunu, Antalya bölgesinde Sırp tur operatörlerinde istihdam edilen tur operatörü temsilcilerinin oluşturmaktadır. Bu çalışmadan yola çıkarak araştırmacılar gelecekte, Türkiye’nin Antalya’dan farklı turistik destinasyonları veya Dünya genelindeki destinasyonlarda görev yapan tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşunu inceleyebilir.

Kavram olarak psikolojik iyi oluş, tur operatörü temsilcisi gibi bir konu bağlamında ilk defa bu çalışmada ele alınmıştır. Bununla birlikte, ana çerçeve olarak, Carol Ryff’in Psikolojik İyi Oluş Modeli benimsenmiş ve bu modelin tur operatörü temsilcisi doğrultusunda uygulama

yeterliliğine sahip olduğu tespit edilmiştir. Adı geçen modelin Sırp tur operatörü temsilcileri bağlamında uygulanmasıyla birlikte, modelin boyutları kapsamında ortaya çıkan yeni kategori ve alt kategoriler tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşunun anlaşılmasına katkı sağlamıştır. Bununla birlikte, geliştirilmiş psikolojik iyi oluş modeli, farklı destinasyonlarda istihdam edilen tur operatörü temsilcileri üzerine yapılacak gelecekteki araştırmalar için kuramsal bir çerçeve olarak kullanılabilme potansiyeline sahiptir. Ryff'ın modeli kullanılarak tur operatörü temsilcileri bağlamında elde edilen her alt kategori, ölçek geliştirme nicel çalışmalarında bir altyapı olarak kullanılabilir. Mevcut literatür, psikolojik iyi oluşun döngüsel bir hareket ve dinamizm barındırabileceğini gösterdiğinden, bu çalışmanın bulgularına dayalı olarak bilinçli şekilde geliştirilecek bir ölçme aracı, tur operatörü temsilcileri ve tur rehberleri bağlamında psikolojik iyi oluşun diğer değişkenlerle ilişkisini araştırırken çok daha verimli ayrıntılar ve özgünlükler sağlayabilir.

Tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluş düzeylerinin incelenmesi, insan kaynakları yönetimi, örgütsel davranış, turizm psikolojisi ve sosyal psikoloji alanlarında kuramsal yaklaşımların genişletilmesine katkıda bulunabilir. İleride yapılacak araştırmalarda, tur operatörü temsilcilerinin psikolojik iyi oluşları; tur operatörü yöneticileri, otel yöneticileri ile personeli ve turistler bakış açıları üzerinden değerlendirilebilir. Örnek olarak, tur operatörü yöneticileri temsilcilerin verimliliğini, memnuniyet düzeylerini ve sezonluk çalışmaya geri dönme oranlarını inceleyerek temsilcilerin mesleki doyumunu ve kurumsal bağlılığını geliştirecek destek mekanizmalarını oluşturabilir.

Bu çalışmanın pratik çıkarımları, tur operatörü temsilcilerinin karşılaştığı sorunlara işaret edip sorunların önlenmesinin, temsilcilerin kendileri, tur operatörü, destinasyondaki tedarikçiler ve turistler için faydalı olabileceğini göstermektedir. Bu araştırmanın bulgularından kaynaklı pratik önerilerden birisi tur operatörü temsilcilerine ilişkin sezon öncesi hazırlıkların önemini ortaya koymaktadır. Bu hazırlıklar, yalnızca bir Sırp tur operatörü tarafından sezonda istihdam ettiği transfer ve otel rehberleri için düzenlenmektedir. Hazırlık süreci, destinasyona ilişkin çalışma kılavuzunun incelenmesini, transfer hizmetleri ve tur satışıyla ilgili pratik konuşmaların yapılmasını, temsilcilerin birbirleriyle tanışmasını, deneyimli meslektaşların yeni başlayacak olanlara tecrübelerin aktarılmasını kapsamaktadır. Tur operatörleri tarafından uygulanan bu hazırlıklar, özellikle yeni tur operatörü temsilcilerinin destinasyonda daha hızlı uyum sağlamasına büyük katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte, acenta temsilciliği pozisyonu için yeterli sayıda kaliteli başvurunun olmaması durumunda, tur operatörlerinin işe alım kriterlerini düşürerek başlangıçta bu pozisyon için gerekli niteliklere sahip olmayan adayları

istihdam ettikleri görülmektedir. Bu durum, sezon zamanında çalışma ortamındaki genel atmosferi ve temsilcilerin iş performanslarını olumsuz yönde etkilediği gözlemlenmiştir. Bu nedenle, tur operatörleri yeterli niteliklere sahip olmayan temsilcilerin hazırlık ve adaptasyon süreçlerine daha özel önem vermeleri gerekmektedir.

Büyük Sırp tur operatörlerinde çalışan tur operatörü temsilcilerinin karşılaştığı sorunlardan biri, tur operatörü destinasyon yöneticisi tarafından uyguladığı baskı ve duygusal manipölasyondur. Örneğin, bazı Sırp tur operatörlerinde temsilcilerine yönelik manipölatif bir liderlik tarzı gözlemlenmiştir; bu liderlik tarzı duygusal destek sağlamak yerine baskı uygulama, kontrol ve kısıtlamalar şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bundan yola çıkarak, tur operatörü yönetimleri liderlik tarzını manipölatif olandan destekleyici olana dönüştürmesiyle, temsilcilerinin verimliliği ve genel memnuniyeti üzerinde olumlu bir etki yaratabilir. Tur satışı alanındaki baskı, tur operatörü temsilcilerinin karşılaştıkları başlıca sorunlardan biridir. Ayrıca, Sırp tur operatörlerinin iş partneri olan bazı Türk acentaları düşük tur satışları nedeniyle tur operatörü temsilcilerinin araç kullanımı ve bazı diğer imkanların kullanımında kısıtladığı gözlemlenmiştir. Seyahat acentasının tur satışı sorumlusu baskıcı yaklaşımlar yerine teşvik edici ve olumlu yöntemler benimseyerek satış performansını artırabilir.

Yolcuların havalimanındaki karşılama noktasına varışından önce transfer listelerin geç hazırlanması, uçak gecikmeleri hakkında bilgilendirme yapılmaması, yolcu transferi için yetersiz araçların tahsis edilmesi, transfer hizmetlerinde operasyonel sorunlardan birkaçıdır. Bu tür operasyonel aksaklıkların tur operatörü temsilcileri üzerindeki etkisini en aza düşürmek için, söz konusu durumların seyahat acentası yönetimi tarafından dikkate alınması gerekmektedir.

Turizm açısından daha gelişmiş pazarlara yönelik ayrımcı yaklaşımlar, her yıl büyüme eğilimi gösteren Sırp ve diğer benzer pazarlarını geri planda bırakmakta ve bu durum, tur operatörü temsilcilerinin misafirlerine ilişkin sorunlarını çözmekte işlevselliklerini olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle bazı otel çalışanlarının Rus seyahat acentası temsilcilerine öncelik vermesi, araştırmanın söz konusu tur operatörü temsilcilerinin misafirlerine çözüm bulma çabalarında motivasyonlarını olumsuz yönde etkilemiştir. Dolayısıyla, bu mesele sadece otel yönetimi tarafından değil, onlarla iş birliği içinde olan yerli acentalar tarafından da göz önünde bulundurulmalı.

Tur operatörü temsilcilerinin sezon boyunca konakladıkları barınma koşullarının yetersizliği psikolojik iyi oluşlarının özellikle çevresel hakimiyet boyutunu önemli ölçüde

etkilemektedir. Fiziksel mekânın kalitesi (örneğin, küçük ve dar odalar, iş arkadaşlarıyla paylaşılması gereken banyolar) onların hem fiziksel hem de zihinsel dayanıklılıklarını olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla, fiziksel koşulların iyileştirilmesi, hem tur operatörü temsilcilerinin özel ve sosyal yaşamlarını daha rahat sürdürmesini teşvik eder hem de hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti açısından sezonun daha verimli geçmesine yol açar. Tur operatörü temsilcilerinin planlanmış iş faaliyetleri ardından serbest zamanları, tur operatörü tarafından dikkate alınmalı çünkü dinlenmeleri için ayrılan bu zamanda, önceden bildirilmemiş ancak yapılması zorunlu olan iş operasyonları söz konusu olabilmektedir. Bu nedenle tur operatörleri, temsilcilerinin görev ve sorumluluklarının günlük süresi ile kişisel serbest zamanları arasında belirgin bir sınır çizmesi gerekmektedir.

Tur operatörü temsilcileri destinasyonda ilk misafir grubunu bekledikleri süre içinde genellikle söz konusu destinasyonun tüm yönlerini araştırmaya ve misafirlerinin ihtiyaç duyacağı bilgileri öğrenmeye çalışmaktadır. Bu sürede, ekstra turları satacak yerli acentanın tüm tur operatörü temsilcilerini bu turlara katılacak şekilde yönlendirmesi, turistler başta olmak üzere, hem yerli acenta hem de yabancı tur operatörü için yararlı olabilir. Bu sayede yerli acenta, hem tur operatörü temsilcilerinin satış performanslarını iyileştirebilir hem de tur operatörü temsilcileri, turları daha etkin bir şekilde satmakla birlikte destinasyonun çekici turistik yönlerini öğrenerek kişisel gelişimlerine önemli katkı sağlayabilir.

Her akademik çalışmada olduğu gibi, bu tezin de belirli sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma 2023 ve 2024 turizm sezonlarında Antalya bölgesinde görev yapan Sırp tur operatörü temsilcileri ile yapılan toplam 18 yarı-yapılandırılmış görüşmeye dayanmaktadır. Bu durum, çalışmanın zamanla sınırlı olduğunu ve elde edilen bulguların sadece bu iki sezona ait koşulları yansıttığını göstermektedir. Ayrıca, araştırma yalnızca Sırp tur operatörü temsilcilerle sınırlı olup, diğer pazarlardaki temsilcileri kapsamamaktadır. Üçüncü bir sınırlılık ise coğrafi bağlamdadır; çalışma sadece Antalya bölgesinde görev yapan temsilcileri incelemiştir. Bu bağlamda, gelecekte yapılacak araştırmaların daha geniş örneklemelerle ve farklı destinasyonlardaki temsilcilerle gerçekleştirilmesi, literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Son olarak, nitel araştırma deseni benimsendiği için çalışmanın sonuçları genellenemez.

KAYNAKÇA

- Acar, H. (2014). *Fenomenolojik Yaklaşım Bağlamında Ortak Bilgi Stokları, Tipleştirme Ve Ortak Kabuller Yoluyla PKK Terör Örgütünden Ayrılan Kadınlar Üzerine Bir İnceleme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ackrill, J. L. (2006). “Eudaimonia Üzerine”. O. Höffe (Ed.). *Aristoteles: Nikomakhos’a Etik*. Akademie Verlag, Boston, 39-62.
- Adam, I., Agyeiwaah, E., ve Dayour, F. (2023). “Migrant Worker Inclusion And Psychological Well-Being: Insights From The Hospitality And Tourism Workplace”. *Journal Of Hospitality And Tourism Management*, 55: 448–45.
- Adamczyk, K., Łyś, A. Ve Trepanowski, R. (2023). “Can Spiritual Well-Being Help People Be Satisfied With Singlehood? Exploring The Temporal Link Between Spiritual Well-Being And Satisfaction With Singlehood”. *Journal Of Spirituality In Mental Health*, 25(4), 1-19.
- Ajanovic, E. (2018). *Çevrimiçi Otel Yorumlarında İkna Edici İletişim Sürecinin Tutumlar Ve İkna Edici İpuçları Aracılığıyla Analiz Edilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Aksel, B. (2018). *0–6 Yaş Arası Çocuğu Olan Annelerin Psikolojik İyi Oluşlarının Öznel İyi Oluş, Öğrenilmiş Güçlülük Ve Algılanan Sosyal Destek Açısından Yordanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Al Doghan, M. ve Talat, S. (2023). “Impact Of Individual And Organizational Factors On Employee’s Psychological Wellbeing: The Moderating Role Of Social Support”. *Przestrzeń Społeczna (Social Space)*, 23(2): 27-54.
- Alas, C. (2019). *Kadın Akademisyenlerin Kariyer Engeli Ve İş Tatmini Deneyimleri Üzerine Fenomenolojik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Allport, G. W. (1961). *Pattern And Growth In Personality*. Holt, Rinehart, Winstom, Newyork.
- Alrawadieh, Z., Alrawadieh, D., Olya, H., Bayram, G., Kahraman, O. (2022). “Sexual Harassment, Psychological Well-Being, And Job Satisfaction Of Female Tour Guides: The Effects Of Social And Organizational Support”. *Journal Of Sustainable Tourism*, 30 (7): 1639-1657.
- Altınay, L. Ve Paraskevas, A. (2008). *Planning Research In Hospitality and Tourism*. Elsevier, Butterworth-Heinemann.

- Aslan, A. (2011). *Turist-Çalışan Cinsel İlişkilerinin Eleştirel Gerçeklikle İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Aslan, A., Aslan, S. ve Avcı, U. (2019). „An İnvestigation On The Relational Work Of Tour Representatives Within Customer Orientation And Sales Work”. *The Journal Of Human And Work*, 6(2): 107-119.
- Atar, A. ve Konaklıoğlu, E. (2018). “Konaklama İşletmelerindeki Liderlik Davranış Türlerinin Örgütsel Sessizlik, Örgütsel Sinizm Ve Psikolojik İyi Oluşa Etkisi: Türkiye Ve İtalya Üzerine Bir Çalışma”. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3): 45–65.
- Aydın, D. (2019). *Hatırlanabilir Turizm Deneyimi İle Öznel İyi Oluş Arasındaki İlişkide Yaşam Anlamının Aracılık Rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Baltacı, A. (2018). “Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri Ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1): 231-274.
- Barry, M., Clarke, A., Jenkins, R. ve Patel, V. (2013). “A Systematic Review Of The Effectiveness Of Mental Health Promotion Interventions For Young People İn Low And Middle Income Countries”. *BMC Public Health*, 835.
- Bednar, R.L., Wells, M.G. ve Peterson, S.R. (1989). *Self-Esteem: Paradoxes And İnnovations İn Clinical Theory And Practice*. American Psychological Association, Washington, DC.
- Binboğa, D. (2019). *Duygusal Emek ve Öznel İyi Oluş İlişkisi: Kuşadası'nda Görev Yapan Turist Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Birren, J. E. ve Renner, V. J. (1980). “Concepts And İssues Of Mental Health And Aging“. *Handbook Of Mental Health And Aging*, 3-33.
- Bryman, A. (2007). “Barriers To Integrating Quantitative And Qualitative Research”. *Journal Of Mixed Methods Research*, 1, 8-22.
- Büyükdüvenci, S. (1993). “Aristoteles'te Mutluluk Kavramı”, *Felsefe Dünyası*, 9: 41–45.
- Caber, M. ve Albayrak, T. (2016). “Assessing Daily Tour Service Quality: A Proposal For A Dailyserv Scale”. *Journal Of Destination Marketing & Management*, 7(2018): 18-25.
- Chen, C. ve Chen, M. (2021). Well-Being And Career Change İntention: COVID-19's İmpact On Unemployed And Furloughed Hospitality Workers. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 33(8): 2500-2520.
- Christopher, J. (1999). “Situating Psychological Well-Being: Exploring The Cultural Roots Of Its Theory And Research”. *Journal Of Counseling & Development*, 77: 141-152.

- Cooper, H., Okamura, L. ve Mcneil, P. (1995b), "Situation And Personality Correlates Of Psychological Well-Being: Social Activity And Personal Control". *Journal Of Research In Personality*, 29: 395-417.
- Creswell, J. W. ve Miller, D. L. (2000). "Determining Validity İn Qualitative Inquiry". *Theory Into Practice*, 39(3): 124-130.
- Creswell, W. J. (2014). *Research Design*. (Çev. Demir, B. Ş.), Eğiten Kitap, Ankara.
- Creswell, J. W. (2020). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma Ve Araştırma Deseni*. (Çev. Bütün, M. ve Demir, S.B.), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Creswell, J. W. (2021). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma Ve Araştırma Deseni*. (Çev. Bütün, M. ve Demir, S.B.), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology Of Optimal Performance*. Harper Perennial Modern Classics, Toronto.
- Cuceloğlu, D. (2008). *Korku Kültürü*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Çelik, H., Başer Baykal, N. ve Kılıç Memur, H. N. (2020). "Nitel Veri Analizi ve Temel İlkeleri". *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 8(1): 379-406.
- Çizel, B., Ajanovic, E. ve Çizel, R. (2017). "Nitel Araştırma Yöntemlerinde Raporlama Standartları Üzerine Bir Yazın Taraması". *Disiplinlerarası Akademik Çalışmalar*, 2, 371-384.
- Çolakoğlu, O.E., Epik, F. ve Efendi, E. (2010). *Tur Yönetimi Ve Turist Rehberliği*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Çolakoğlu, O.E., Efendi, E. ve Epik, F. (2017). *Tur Yönetimi Ve Turist Rehberliği*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2008). „Self-Determination Theory And The Role Of Basic Psychological Needs In Personality And The Organization Of Behavior". O. P. John, R. W. Robins ve L. A. Pervin (Ed.). *Handbook of Personality: Theory and Research*. Guilford Press New York, 654–678.
- Demirci, İ., Ekşi, H., Dinçer, D., ve Kardaş, S. (2017). "Beş Boyutlu İyi Oluş Modeli: PERMA Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlik Ve Güvenirliği", *The Journal Of Happiness and Wellbeing*, 5(1): 60-77.
- Denzin, N. K. (1986). *Interpretive Biography*. Sage, Newbury Park, CA.
- Denzin, N. K. ve Lincoln, Y., S.(2003). *Collecting And Interpreting Qualitative Materials*. Sage, Thousand Oaks, CA.
- Diener, E. ve Diener, M. (1995). "Cross Cultural Correlates Of Life Satisfaction And Self-Esteem", *Journal Of Personality And Social Psychology*, 68: 653-663.

- Diener, E. ve Diener, C. (1996). “Most People Are Happy”, American Psychological Society, 7(3): 181-185.
- Diener, E., Suh, E. M., ve Oishi, S. (1997). “Recent Findings On Subjective Well-Being”. Indian Journal Of Clinical Psychology, 24: 25–41.
- Diener, E., Lucas, R. E., ve Oishi, S. (2002). “Subjective Well-Being: The Science Of Happiness And Life Satisfaction”. In C. R. Snyder ve S. J. Lopez (Eds.), Handbook Of Positive Psychology. Oxford University Press, Oxford, 463–73.
- Diener, E., ve Seligman, M. E. (2002). “Very Happy People”, Psychological Science, 13: 81-84.
- Diener, E. ve Biswas-Diener, R. (2008). Happiness: Unlocking The Mysteries Of Psychological Wealth. Malden, MA: Wiley/Blackwell.
- Diener, E. (2009). “Subjective Well-Being, The Science Of Well-Being”, *Social Indicators Research Series*, 37: 11-58.
- Doğan, T. ve Eryılmaz, A. (2013). “Benlik Saygısı Ve Öznel İyi Oluş Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33 (1): 107-117.
- Dost, M.T. (2010). “Güney Afrika Ve Türkiye'deki Üniversite Öğrencilerinin Bazı Değişkenlere Göre Öznel İyi Oluş Ve Yaşam Doyumlarının İncelenmesi”. *Eğitim Ve Bilim*, 35(158): 75-89.
- Dukes, S. (1984). “Phenomenological Methodology In The Human Sciences”. *Journal Of Religion And Health*, 23(3): 197–203.
- Duman, S. (2016). *Üniversite Öğrencilerinde Öznel İyi Oluş Ve Benlik Saygısının Stresle Başa Çıkma Tarzlarıyla İlişkisinin*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dunaeva, V. (2018). “New Approaches In Social Well- Being Studies”. *International Journal Of Social Sciences*, 4(3): 566-573.
- Easterlin, R.A. (1974). “Does Economic Growth Improve The Human Lot? Some Empirical Evidence”. David, R. ve Reder, R. (Eds.), *Nations And Households In Economic Growth: Essays In Honor Of Moses Abramovitz*. Academic Press, New York, 89-125
- Eid, M. ve Larsen, R. (2008). *The Science Of Subjective Well-Being*. The Guilford Press, New York.
- Erkutlu, H. ve Chafra, J. (2016). Benevolent Leadership And Psychological Well-Being: The Moderating Effects Of Psychological Safety And Psychological Contract Breach. *Leadership & Organization Development Journal*, 37(3): 369 – 386.

- Fındıklı, S. (2019). *Çeyize Yönelik Tüketim Olgusunu Kuşaklararası Anlamak, Fenomenolojik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Forjaz, M. J., Prieto-Flores, M. E., Ayala, A., Rodriguez-Blazquez, C., Fernandez-Mayoralas, G., Rojo-Perez, F., ve Martinez-Martin, P. (2011). "Measurement Properties Of The Community Wellbeing Index In Older Adults". *Quality Of Life Research*, 20(5): 733-743.
- Fredrickson, B. L. ve Joiner, T. (2002). "Positive Emotions Trigger Upward Spirals Toward Emotional Well-Being." *Psychological Science*, 13(2): 172-175.
- Gibbs, A. (1997). "Focus Groups," *Social Research Update*, Guilford, 19.
- Gilbert, D. ve Abdullah, J. (2004). "Holidaytaking And The Sense Of Well-Being." *Annals Of Tourism Research*, 31(1): 103-121.
- Gip, H., Guchait, P., Paşamehmetoğlu, A. ve Khoa, D. (2022). "How Organizational Dehumanization Impacts Hospitality Employees Service Recovery Performance And Sabotage Behaviors: The Role Of Psychological Well-Being And Tenure". *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 35(1): 64-91.
- Gökcek, H. ve Erin, S. (2021). "Mental İyi Oluş Hali Ve Hedonik Tüketim Davranışının Çift Yönlü Etkileşimine Yönelik Bir Araştırma: Yapısal Eşitlik Modeli Uygulaması". *Uluslararası Yönetim Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(15): 66-79.
- Graneheim, U. H., ve Lundman, B. (2004). "Qualitative Content Analysis In Nursing Research : Concepts, Procedures And Measures To Achieve Trustworthiness Qualitative Content Analysis In Nursing Research : Concepts, Procedures And Measures To Achieve Trustworthiness". *Nurse Education Today*, 24: 105-112.
- 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.
- Han, J., Huang, K. ve Shen, S. (2022). "Are Tourism Practitioners Happy? The Role Of Explanatory Style Played On Tourism Practitioners' Psychological Well-Being". *Sustainability*, 14(9): 4881.
- Hatch, J. A. (2002). "Doing Qualitative Research In Education Settings". *State University Of New York Press*, Albany.
- Henderson, L. W., ve Knight, T. (2012). "Integrating The Hedonic And Eudemonic Perspectives To More Comprehensively Understand Wellbeing And Pathways To Wellbeing". *International Journal Of Wellbeing*, 2: 196-221.
- Houge Mackenzie, S. ve Raymond, E. (2020). "A Conceptual Model Of Adventure Tour Guide Well-Being". *Annals Of Tourism Research*, 84.
- Hsieh, H-F.ve Shannon, S.E. (2005). "Three Approaches To Qualitative Content Analysis". *Qualitative Health Research*, 15 (9): 1277-1288.

- İrigüler, F. ve Güler, M. (2016). “Emotional Labor Of Tourist Guides: How Does It Affect Their Job Satisfaction And Burnout Levels?”. *Journal Of Yasar University*, 11(42), 113-123.
- Jadidi, A., Marhemat, F., Janmohammadi, S. ve Haghani, H. (2015). “The Relationship Between Spiritual Well-Being And Quality Of Life Among Elderly People”. *Holistic Nursing Practice*, 29(3): 128-135.
- Jahoda, M (1958). *Current Concepts Of Positive Mental Health*. Basic Books, New York.
- Johnson, B. ve Christensen, L. (2014). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, And Mixed Approaches*. SAGE Publications, London.
- Jugović, A., Bogetić, D. ve Živaljević, D. (2018). “Koncepti Sreće i Blagostanja u Socijalnim i Bihejvioralnim Naukama”. *Zbornik Instituta Za Kriminološka i Sociološka Istraživanja*, 37(3): 41-54.
- Karahan, S., Uca, S. ve Güdük, T. (2022). “Nitel Araştırmalarda Görüşme Türleri ve Görüşme Tekniklerinin Uygulanma Süreci”. *Nitel Sosyal Bilimler*, 4(1): 78-101.
- Karasakaloğlu, B. (2016). “İş Yaşam Kalitesi Ve Psikolojik İyi Oluş İlişkisi: Konaklama İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma”. *The Journal Of Academic Social Sciences*, 38(38): 277-277.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayınevi, Ankara
- Keyes, C.L. (1998). Social Well-Being. *Social Psychology Quarterly*, 61(2): 121-140.
- Keyes, C. L. Veryff, C. D. (2002). “Psychological Well-Being İn Midlife”. S. L. Willis Ve J. D. Reid (Eds.), *Life İn The Middle: Psychological And Social Development İn Middle Age*. Academic Press, San Diego, CA, 161–180.
- Keyes, C. L. (2007). Psychological Well-Being”. *Encyclopedia Of Gerontology*. Elsevier, Amsterdam, 399–406.
- Kıykaç, B. (2021). *Acenta Temsilcilerinin Çalışma Sürecinde Yaşadıkları Sorunlar Ve Sosyal Yaşama Yansımaları: Kuşadası Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kim, H., Kim, M. ve Koo, D. (2022). “From Teamwork To Psychological Well-Being And Job Performance: The Role Of CSR İn The Workplace”. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 34(10): 3764-3789.
- Kimbu, A., Adam, I., Dayour, F. ve de Jong, A. (2021). “COVID-19-Induced Redundancy And Socio-Psychological Well-Being Of Tourism Employees: Implications For Organizational Recovery İn A Resource-Scarce Context”. *Journal Of Travel Research*, 62(1): 55–74.

- Kocaman, S. (2022). "Turizmde Dijital Göçebe Araştırmaları: Sistemik Literatür Taraması". *Tourism Academic Journal*, 9(2): 447-462.
- Kozinets, R.V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage Publications, London.
- Köker, S. (1991). *Normal Ve Sorunlu Ergenlerin Yaşam Doyumu Düzeyinin Karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kuş, E. (2012). *Nicel - Nitel Araştırma Teknikleri*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Lee, J.M., Lee, J. ve Kim, K.T. (2020). "Consumer Financial Well-Being: Knowledge Is Not Enough". *Journal Of Family And Economic Issues*, 41: 218-228.
- Lehana, T., Thomas, T., Ye, C. ve James, P. (2009). "Posing The Research Question: Not So Simple". *Canadian Journal Of Anesthesia*, 56(1): 71-79.
- Leong, A., Yeh, S., Zhou, Y., Hung, C. ve Huan, T. (2024). "Exploring The İnfluence Of Historical Storytelling On Cultural Heritage Tourists' Value Co-Creation Using Tour Guide Interaction And Authentic Place As Mediators". *Tourism Management Perspectives*, 50: 1-13.
- Li, J., Xu, S., Yu, Y. ve Meadows, R. (2023). "The Well-Being Of Gig Workers İn The Sharing Economy During COVID-19". *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 35(4), 1470-1489.
- Lima, W., Yaptı, S. ve Makkar, M. (2021). "Home Sharing İn Marketing And Tourism At A Tipping Point: What Do We Know, How Do We Know, And Where Should We Be Heading?". *Journal Of Business Research*, 122: 534-566.
- Lin, H., Tian, J., Kong, Y. ve Gao, J. (2022). "Impact Of Tour Guide Humor On Tourist Pro-Environmental Behavior: Utilizing The Conservation Of Resources Theory". *Journal Of Destination Marketing & Management*, 25: 1-10.
- Lin, W.R., Chen, H.M., ve Wang, Y.C. (2022). "Work-Family Conflict And Psychological Well-Being Of Tour Leaders: The Moderating Effect Of Leisure Coping Styles". *Leisure Sciences*, 44(7): 786-807.
- Lincoln, Y. S. ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publications, Newbury Park, CA.
- Lyubomirsky, S. (2001). "Why Are Some People Happier Than Others? The Role Of Cognitive And Motivational Processes İn Well-Being". *American Psychologist*, 56(3): 239-249.
- Mackenzie, S. ve Raymond, E. (2020). "A Conceptual Model Of Adventure Tour Guide Well-Being". *Annals Of Tourism Research*, 84: 1-14.
- Maslow, A. H. (1968). *Toward A Psychology Of Being*. Vannostrand, New York.

- Maxwell, J. A. (1992). "Understanding And Validity İn Qualitative Research". *Harvard Educational Review*, 62(3): 279–301.
- Mayer, S.E. (1997). "Indicators Of Children's Economic Well-Being And Parental Employment". R.M. Hauser, B.V. Brown ve W.R. Prosser (Eds.), *Indicators Of Children's Well-Being*. Russell Sage Foundation, New York.
- Mensah, C., Azila-Gbette, E., Amissah, E. ve Akotoye, E. (2022). "COVID-19, Financial Anxiety And The Psychological Well-Being Of Hotel Workers". *International Journal Of Hospitality & Tourism Administration*, 24(2): 1-24
- Mertens, D.M. (2014). *Research And Evaluation In Education And Psychology: Integrating Diversity With Quantitative, Qualitative, And Mixed Methods*. Sage Publications, New York.
- Mısırlı, İ. (2002). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Deyat Yayıncılık, Ankara.
- Miles, M., Huberman, A. ve Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. Sage, London.
- Miles, M. B., ve Huberman, A. M. (2016). *Nitel Veri Analizi*. (Çev. S. Akbaba-Altun ve A. Ersoy), Pegem Akademi, İstanbul.
- Moneta, G. B. (2014). *Positive Psychology: A Critical Introduction*. Palgrave Macmillan, Hampshire.
- Morgan, D. L. (1993). "Qualitative Content Analysis: A Guide To Paths Not Taken". *Qualitative Health Research*, 3(1): 112– 121.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. London: Sage.
- Myers, D. G., ve Diener, E. (1995). "Who İs Happy?". *Psychological Science*, 6(1): 10-19.
- Neuman, W. L. (2000). *Social Research Methods. Qualitative And Quantitative Approaches*. Pearson Education Limited, Boston.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative And Quantitative Approaches*. Pearson Education Limited, Edinburgh.
- Norton, D.L. (1976). *Personal Destinies: A Philosophy Of Ethical Individualism*. Princeton University Press, Princeton.
- Özalp, A. ve Ergen, R. (2017). "Husserl'in Fenomenolojisinde Sembolik Etkileşimciliğin Kökenleri Ve Din". *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 6 (1): 204-212.
- Özdemir, S. (2018). *Akademik Örgütlerde Kıskançlık Üzerine Fenomenolojik Bir Çalışma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Paul, J., Parthasarathy, S., ve Gupta, P. (2017). "Exporting Challenges Of Smes: A Review And Future Research Agenda". *Journal Of World Business*, 52(3): 327–342.

Pearlin, L.I. ve Johnson, J.S. (1977). "Marital Status, Life Strains And Depressions". *American Sociological Review*, 42: 704–715.

Pietkiewicz, I. ve Smith, J.A. (2014). "A Practical Guide To Using Interpretative Phenomenological Analysis İn Qualitative Research Psychology". *Psychological Journal*, 20: 7-14.

Pilgrim, D. (2017). *Key Concepts in Mental Health*. Sage, London.

Pollock, G., Ozan, J., Goswami, H., Rees, G. ve Stasulane, A. (2018). *Measuring Youth Well-Being. How A Pan-European Longitudinal Survey Can Improve Policy*. Springer International Publishing AG, New York.

Proctor, C. (2014). "Subjective Well-Being". *Encyclopedia Of Quality Of Life And Well-Being Research*, 6437-6441.

Punch, K. (2014). *Introduction To Social Research - Quantitative & Qualitative Approaches*. Sage, London.

Richardson, N. ve Insch, A. (2021). "Enabling Transformative Experiences Through Nature-Based Tourism". *Tourism Recreation Research*, 48(2): 1-8.

Rosenberg, M. ve L.E. Pearlin (1978). "Social Class And Self-Esteem Among Children And Adults". *American Journal Of Sociology*, 84, 54–58.

Ross, C.E. ve Huber, J. (1985). "Hardship And Depression". *Journal Of Health And Social Behavior*, 26: 312–327.

Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2001). "On Happiness And Human Potentials: A Review Of Research On Hedonic And Eudaimonic Well-Being". *Annual Review Of Psychology*, 52: 141–166.

Ryff, C. D. (1989a). "Happiness Is Everything, Or Is It? Explorations On The Meaning Of Psychological Well-Being." *Journal Of Personality And Social Psychology*, 57: 1069– 1081.

Ryff, C. D. (1989b). "Beyond Ponce De Leon And Life Satisfaction: New Directions İn Quest Of Successful Ageing". *International Journal Of Behavioral Development*, 12 (1): 35-55.

Ryff, C. D. (1989c). "In The Eye Of The Beholder: Views Of Psychological Well-Beingamong Middle-Aged And Older Adults". *Psychology And Aging*, 4(2): 195-210.

Ryff, C.D. ve Essex, M.J., (1991). "My Children And Me: Midlife Evaluations Of Grown Children And Self". *Psychology And Aging*, 9: 195-205.

Ryff, C. D. (1995). "Psychological Well-Being İn Adult Life". *Current Directions İn Psychological Science*, 4(4): 99-10.

- Ryff, C. D. ve Singer B. H. (1998). "The Contours Of Positive Human Health". *Psychological Inquiry*, 9(1): 1-28.
- Ryff, C. D., Magee, W. J., Kling, K. C., ve Wing, E. H. (1999). "Forging Macro-Micro Linkages In The Study Of Psychological Well-Being". C. D. Ryff ve V. W. Marshall (Eds.), *The Self And Society In Aging Processes*. Springer, New York, 247–278.
- Ryff, C.D. ve Singer, B.H. (2006). "Best News Yet On The Six-Factor Model Of Well-Being". *Social Science Research*, 35: 1103-1119.
- Ryff, C.D. ve Singer, B.H. (2006). "Know Thyself And Become What You Are: A Eudaimonic Approach To Psychological Well-Being". *Journal Of Happiness Studies*, 9, 13-39.
- Ryff, C. D. ve Singer B. H. (2008). "Know Thyself And Become What You Are: A Eudaimonic Approach To Psychological Well-Being". *Journal Of Happiness Studies*, 9: 13-39.
- Ryff, C.D. (2014). "Psychological Well-Being Revisited: Advances In The Science And Practice Of Eudaimonia". *Psychotherapy And Psychosomatics*, 83 (1): 10-28.
- Sandelowski, M., Docherty, S., ve Emden, C. (1997). "Qualitative Metasynthesis: Issues And Techniques". *Research In Nursing & Health*, 20(4): 365-371.
- Schreier, M. (2014a). "Qualitative Content Analysis". U. Flick (Ed.), *The SAGE Handbook Of Qualitative Data Analysis*. Sage Publication, Thousand Oaks, 170–183.
- Schreier, M. (2014b). *Qualitative Content Analysis*. Sage, London.
- Schutte, N. Malouff, J., Simunek, M., Mckenley, J. ve Hollander, S. (2002). „Characteristic Emotional Intelligence And Emotional Well-Being“. *Cognition And Emotion*, 16(6): 769-785.
- Selem, K., Ahmad, M., Belwal, R. ve AlKayid, K. (2022). "Fear Of COVID-19, Hotel Employee Outcomes And Workplace Health And Safety Management Practices: Evidence From Sharm El-Sheikh, Egypt". *Tourism And Hospitality*, 23(3)
- Smith, J.A. ve Osborn, M. (2008). "Interpretative Phenemenological Analysis". Smith, J.A. (Ed.), *Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods*. Sage, London, 53-80.
- Spring, D. A. (1999). „Situating Psychological Well-Being: Exploring The Cultural Roots Of Its Theory And Research". *Journal Of Counseling & Development*, 77(2): 141–152.
- Starks, H. ve Trinidad, S.B. (2007). "Choose Your Method: A Comparison Of Phenomenology, Discourse Analysis, And Grounded Theory". *Qualitative Health Research*, 17: 1372-1380.
- Steptoe, A., Deaton, A. ve Stone, A.A. (2015). "Psychological Wellbeing, Health And Ageing". *The Lancet*, 385: 640-648.

Sü Eröz, S. ve Baysal, K. (2022). “Konaklama İşletmelerinde Önbüro Personelinin Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejilerinin Psikolojik İyi Oluş Ve Örgütsel Özdeşleşme Algıları İle İlişkisi”. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 10 (4): 3458-3483

Tan, H. ve Yıldız, M. (2022). „Manevi İyi Oluş Kavramının Ortaya Çıkışı ve Tanımlanması”. *Dini Araştırmalar*, 25(63): 447-476.

Tekindal, M. ve Arsu, Ş. (2020). “Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Fenomenolojik Yaklaşımın Kapsamı Ve Sürecine Yönelik Bir Derleme”. *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153-182.

Terzioğlu, A.Z. (2022). *Farkındalık Temelli Egzersiz Programının Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik İyi Oluş Ve Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkililiğinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Topp, C., Ostergaard, S., Sondergard, S. ve Bech, P. (2015). “The WHO-5 Well-Being Index: A Systematic Review Of The Literature”. *Psychother Psychosom*, 84(3): 167-76.

Tracy, S. J. (2013). *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. John Wiley & Sons, Hoboken.

Tsaur, S. ve Yen, C. (2018). “Work–Leisure Conflict And Its Consequences: Do Generational Differences Matter?”. *Tourism Management*, 69(4): 121-131.

Tuzgöl-Dost, M. (2004). Üniversite Öğrencilerinin Öznel İyi Oluş Düzeyleri. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Tuzgöl Dost., M. (2005). “Öznel İyi Oluş Ölçeği'nin Geliştirilmesi: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması”. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(23): 103-111.

Türker, A., İşçi, C., ve Türker, G.(2015). “Biliş İhtiyacının Satış Performansı Üzerine Etkisi: Acenta Temsilcileri Üzerine Bir Uygulama”. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 47: 108-125.

Türker, A. (2016). “Duygusal Zeka Ve Duygusal Emeğin Satış Performansına Etkisi: Acenta Temsilcileri Üzerine Bir Uygulama”. *Industrial Relations And Human Resources Journal*, 18(1), 72-96.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. Detay, Ankara.

Van Dierendonck, D., Dı’Az, D., Rodri’Guez-Carvajal, R., Blanco, A. ve Moreno-Jime’Nez, B. (2008). “Ryff’s Six-Factor Model Of Psychological Well-Being, A Spanish Exploration”. *Soc Indic Res*, 87: 473–479.

Veenhoven, R. (1991). “Is Happiness Relative?”. *Social Indicators Research*, 24: 1-34.

Veenhoven, R. (1997). “Advances İn Understanding Happiness”. *Québécoise De Psychologie*, 18: 29-74.

- Vrontis, D., Chaudhuri, R., Chatterjee, S. ve Galati, A. (2023). "The Impact Of The COVID-19 Pandemic On The Hospitality And Tourism Industry: The Mediating Effect Of Coping And The Moderating Role Of Management Support". *Sustainability*, 15, 15057
- Wang, M-C., Nyutu, P. N., Tran, K. K. ve Spears, A. (2015). "Finding Resilience: The Meditation Effect Of Sense Of Community On The Psychological Well-Being Of Military Spouses". *Journal Of Mental Health Counseling*, 37(2): 164-174.
- Waterman, A. S., Schwartz, S. J., ve Conti, R. (2008). "The İmplications Of Two Conceptions Of Happiness (Hedonic Enjoyment And Eudaimonia) For The Understanding Of İntrinsic Motivation". *Journal Of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum On Subjective Well-Being*, 9(1), 41-79.
- Watson, K., Handal, B., Maher, M., ve McGinty, E. (2017). "Globalising The Class Size Debate: Myths And Realities". *Journal Of International And Comparative Education*, 72-85.
- Weber, R.P. (1990). *Basic Content Analysis*. Sage, Beverly Hills, CA
- Wilkinson, S. (1998). "Focus Group Methodology: A Review". *International Journal Of Social Research Methodology*, 1(3): 181-203.
- Wilson, A. (2015). "A Guide To Phenomenological Research". *Nursing Standard*, 29(34): 38-43.
- Wilson, W. (1967). "Correlates Of Avowed Happiness". *Psychological Bulletin*, 67(4): 294-306.
- Wright, T. A., ve Cropanzano, R. (2004). "The Role Of Psychological Well-Being İn Job Performance: A Fresh Look At An Age-Old Quest". *Organizational Dynamics*, 33(4): 338-351.
- Yağar, F. (2023). "Nitel Araştırmalarda Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi: Veri Doygunluğu". *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2): 138-152.
- Yalçın, H. (2022). "Bir Araştırma Deseni Olarak Fenomenoloji". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2): 213-232.
- Yaldız, T., Kılınç, Ç. (2021). "Lise Öğrencilerinin Öznel İyi Oluşunu Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi". *Yıldız Journal Of Educational Research*, 6(1): 34-47.
- Yarar, F. (2018). *Sosyal Ağlar Ve Dijital Etnografi: Bir Araştırma Sentezleme Çalışması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yazıcı, Ç. (2021). „Aristoteles’te İyi Yaşam, Kendine Yeterlilik Ve Kölelik”. *Kilikya Felsefe Dergisi*, 1(1): 1-17.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınevi, Ankara.

- Yıldız, A. (2022). “Bir Araştırma Metodolojisi Olarak Sistemik Literatür Taramasına Genel Bakış”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2): 2667-2683.
- Yılmaz, Ş. ve Oktay, K. (2018). “Türkiye’de Seyahat Sektöründe İstihdam Edilen Yabancı Personel Üzerine Bir Araştırma”. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2): 105-123.
- Yoo, D. (2023). “The Hospitality Stress Matrix: Exploring Job Stressors and Their Effects on Psychological Well-Being”. *Sustainability*, 15(17): 13116
- Yorulmaz, M. ve Basol, S. (2024). “Yacht Crews’ Perceptions Of Ethical Climate, Safety Climate, Psychological Capital And Psychological Well-Being İn Türkiye”. *Maritime Business Review*, 9(2): 113-127.
- Yurcu, G. ve Atay, H. (2015). “Çalışanların Öznel İyi Oluşunu Etkileyen Demografik Faktörlerin İncelenmesi: Antalya İli Konaklama İşletmeleri Örneği”. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(2): 18-34.
- Zhang, Y. ve Wildemuth, B. M. (2009). “Qualitative analysis Of Content”. B. Wildemuth (Ed.), *Applications Of Social Research Methods To Questions İn Information And Library Science*. Libraries Unlimited, Westport, CT, 308-319.

İnternet Kaynakları

- Mesleki Yeterlilik Kurumu, „Transfer Elemanı”.
https://www.tursab.org.tr/dosya/8016/transfer-eleman-seviye-3_8016_6071486.docx (erişim tarihi: 15.06.2025).
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, „Konaklama ve Seyahat Hizmetleri: Transfer Operasyonu”.
https://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller/Transfer%20Operasyonu.pdf (erişim tarihi: 15.06.2025).
- Türkiye İstatistik Kurumu, „Yaşam Memnuniyeti Araştırması”.
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Life-Satisfaction-Survey-2012-13445> (erişim tarihi: 15.06.2025).

EK 1 – GÖRÜŞME FORMU



Görüşme Formu

Bu görüşme “Antalya bölgesinde çalışan Sırp tur operatör temsilcilerinin iyi oluşu üzerinde fenomenolojik bir araştırma” amacıyla hazırlanmakta olan yüksek lisans tez çalışması için yapılmaktadır. Bu nedenle aşağıda yöneltilen soruları deneyimleriniz ve bilgileriniz ışığında yanıtlamanız büyük önem arz etmektedir.

Araştırmacı:

Yüksek Lisans Öğrencisi, Magdalena JEVDJIC

Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi
Fakültesi

Danışman:

Dr. Öğr. Üyesi Edina AJANOVIC

Akdeniz Üniversitesi Turizm

Demografik sorular

Cinsiyet:

Yaş:

Çalışılan Pozisyon:

İş deneyimi/şimdiki pozisyonunda çalışma süresi:

Düşünce öğrenme soruları

1 - Kendinizi bir acenta temsilcisi olarak nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Kendi performanslarınızdan memnuniyet derecesini nasıl değerlendiriyorsunuz?
- Zayıf olduğunuz alanlarda kendinizi nasıl hissediyordunuz?
- Kendinizi iş arkadaşlarınızla karşılaştırdığınızda kim olduğunuz konusunda kendinizi nasıl hissediyordunuz?
- İş bağlamında kendinizde geliştirmek istediğiniz özellikler ve davranışlar var mı, varsa hangisi?

2 - Çalıştığınız ortamda iş sorumluluklarını yönetme konusunda kendi başarınızı nasıl tarif edebilirsiniz?

- Günlük faaliyetler dizisini sizin moralinizi nasıl etkiliyordu?
- Sorumluluklarınızı yerine getirirken çevrenizdeki insanlara uyum sağlamakta kendinizi nasıl değerlendiriyorsunuz?

- c) Kendiniz için çok hoşunuza giden çalışma tarzı inşa etme olasılıkları açıklar mısınız?
- d) Sürekli değişen fiziksel iş ortamı sizi nasıl etkiliyordu?

3 - Çalıştığınız ortamda kendi düşünceler ile fikirlerinizi ifade etmekte ve iş eylemlerini gerçekleştirmekte sahip olduğunuz özgürlüğünüzü nasıl değerlendiriyorsunuz?

- a) Tartışmalı konularda kendi fikirlerinizi dile getirmekte kendinizi nasıl hissediyordunuz?
- b) Yöneticinin ve çalıştığınız iş arkadaşlarınızın sizin hakkınızda düşündükleri sizin için ne kadar önemliydi ya da hiç önemli değildi?
- c) İş konusunda kendinizi başkalarının önemli olduğunu düşündüğü değerlere göre mi yargılıyordunuz yoksa sizin önemli olduğunu düşündüğünüz değerlere göre?

4 - Çalışma paydaşlarınızla olan ilişkilerinizi anlatabilir misiniz? (İş arkadaşları, operasyon çalışanları, otel çalışanları, turistler)

- a) Her dört paydaşınızla ilişkilerinizdeki sizi en çok tatmin ve huzursuz eden durumlardan bahseder misiniz?
- b) İş arkadaşlarınızla sıcak ve güvene dayalı ilişkileri yaşamakta kendinizi hangi düzeyde görüyordunuz?
- c) Çalıştığınız iş arkadaşlarınızın sizi nasıl bir insan olarak gördüklerini neler düşünüyorsunuz?

5 - Kişisel olarak büyüme ve gelişme potansiyelleri açısından yaptığınız işi nasıl değerlendiriyorsunuz?

- a) Tur operatör temsilcisi açısından kişisel gelişim adına neyi kastediyorsunuz?
- b) Bir insan olarak gelişmeniz için yaptığınız iş size hangi fırsatları sundu?
- c) Bir insan olarak gelişmeniz için yaptığınız işin engellerini açıklar mısınız?
- d) Sizin insan olarak ilerlemeniz ve daha olgunlaşmanız için bu işin süreçlerini iyileştirme fırsatınız olsaydı hangi noktalarını değiştirirdiniz?

6 - Yaptığınız işin geleceğinize katkıları konusunda fikirleriniz nelerdir?

- a) Yaptığınız işin anlamı ve önemi sizin için ne ifade ediyor?
- b) İşinizin günlük aktivitelerini tamamlamaya çalışırken ruh halinizi (keyfinizi) nasıl anlatırsınız?
- c) Yaptığınız işin kariyerinizde geleceği olup olmadığı konusunda fikirleriniz nelerdir? Bu iş sizin için kısa ömürlü mü yoksa uzun ömürlü?

EK 2 - ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Magdalena JEVDJIC
EĞİTİM DURUMU	
Lise	Turizm Meslek Lisesi, Vrnjacka Banja, Sırbistan
Lisans	Novi Sad Üniversitesi, Fen Fakültesi, Turizm İşletmeciliği (2017-2021)
Yüksek Lisans	Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği (2022-2025)
Tez Konusu	Antalya Bölgesinde Çalışan Sırp Tur Operatör Temsilcilerinin İyi Oluşu Üzerinde Fenomenolojik Bir Araştırma
Yabancı Dil/ Diller	İngilizce, Türkçe
İŞ DENEYİMİ	
2025-...	Bağımsız Kokartlı Tur Rehberi, Sırbistan
2024	Argus Tours, Tur Operatörü Temsilcisi (Side, Alanya)
2023	Kon Tiki, Tur Operatörü Temsilcisi (Kemer)