

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERDE MESLEKİ
DAMGA BİLİNCİNİN MESLEKİ BAĞLILIK
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: MESLEKİ BENLİK
SAYGISININ ARACI VE DÜZENLEYİCİ ROLÜ

Hediye KUŞLUVAN

2502120342

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. Orhan AKOVA

İSTANBUL - 2020

ÖZ

LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERDE MESLEKİ DAMGA BİLİNCİNİN MESLEKİ BAĞLILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: MESLEKİ BENLİK SAYGISININ ARACI VE DÜZENLEYİCİ ROLÜ HEDİYE KUŞLUVAN

Türkiye’de turizm işletmeciliği alanında eğitim almış olan kişilerin, turizm sektöründe çalışmadıkları ya da sektörde çalışmaya başladıktan bir süre sonra turizm sektöründen ayrıldıkları yapılan çeşitli araştırmalarda ortaya konmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasının sebepleri arasında turizm sektöründeki insan kaynakları uygulamalarının ve çalışma şartlarının bağlılık yaratmayacak derecede kötü olması (Baum, 2007; Kusluvan, Kusluvan, İlhan ve Buyruk, 2010; Price, 1994; Woods, 1999); bireylerin kişilik özellikleri ve değerleri ile turizm sektörünün yapısal özelliklerinin ve gereklerinin uyuşmaması (Chalkiti ve Sigala, 2010; Davidson, Timo ve Wang, 2010; Kuşluvan ve Kuşluvan, 2004; Kusluvan v.d. 2010); turizm eğitimi veren okulların turizm sektöründe çalışma için gerekli olan bilgi ve beceriyi öğrencilerine yeterli ölçüde kazandıramamaları (Holden, Jameson ve Lashley, 2005); bireylerin turizm sektöründe çalışmaya başladıktan kısa bir süre sonra yönetici olacakları ve yüksek gelir elde edecekleri gibi yüksek bir beklenti içinde olmaları (Lu ve Adler, 2009), eğitim almış kişilerin sektördeki işlere göre fazla nitelikli olması (Orr, Murray, ve McKenna, 1992) gibi faktörler gösterilmektedir. Ancak turizmde mesleki bağlılığı etkileyebilecek olan mesleki damga bilinci ve mesleki benlik saygısı kavramları üzerinde yeterli araştırma yapılmamıştır. Bu çalışma, alan yazınındaki bu boşluğu doldurmak üzere, lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin mesleki damga bilincinin mesleki bağlılıkları üzerindeki etkisini tespit etmek ve mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının aracı ve düzenleyici rol oynayıp oynamadığını test etmek amacıyla yapılmıştır.

Araştırmada örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca göre örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Türkiye’de turizmin geliştiği dört bölgenin (Marmara, Ege, Akdeniz ve İç Anadolu) her birinden en eski ve

eğitim dili Türkçe olan iki farklı üniversitenin turizm/konaklama işletmeciliği bölümlerinin 3. ve 4. sınıflarında okuyan ve en az 3 ay staj yapmış ya da sektörde çalışmış olan öğrenciler araştırmaya dahil edilmiştir. Veriler araştırma değişkenlerine ilişkin ölçeklerin ve demografik soruların yer aldığı anket aracılığı ile yüz yüze toplanmış ve analiz edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin önemli bir oranının turizm işletmeciliği mesleğine yönelik olarak mesleki damga bilincinin yüksek, mesleki benlik saygısının ve mesleki bağlılığının ise düşük olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde mesleki damga bilincinin mesleki bağlılığı olumsuz yönde etkilediği, ancak bu etkinin %95 güven aralığında istatistiki olarak anlamlı olmadığı, mesleki benlik saygısını ise çok güçlü bir şekilde olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Yine mesleki benlik saygısının mesleki bağlılığı pozitif yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının aracılık rolü oynadığı bulunmuştur. Bu sonuç turizm işletmeciliği mesleği ile ilgili damga bilincinin, öğrencilerin mesleki benlik saygısını güçlü bir şekilde olumsuz etkileyerek mesleki bağlılığını azalttığı hatta, mesleki benlik saygısının mesleki bağlılık üzerindeki olumlu etkisini toplamda olumsuza dönüştürdüğü anlamına gelmektedir. Öte yandan mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının düzenleyici rol oynamadığı görülmüştür. Bir başka deyişle mesleki benlik saygısının yüksek ya da düşük olması mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık üzerindeki etkisini değiştirmemektedir.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Damga Bilinci, Mesleki Bağlılık, Mesleki Benlik Saygısı, Turizm İşletmeciliği, Turizm Eğitimi, Öğrenciler

ABSTRACT

THE IMPACT OF OCCUPATIONAL STIGMA CONSCIOUSNESS ON OCCUPATIONAL COMMITMENT AMONGST UNDERGRADUATE TOURISM MANAGEMENT STUDENTS: THE ROLE OF OCCUPATIONAL SELF ESTEEM AS MEDIATOR AND MODERATOR

Hediye KUŞLUVAN

Research shows that tourism and hospitality management students who have received tourism management education either do not start working in the tourism sector after graduation or leave the sector after a few years work in the industry in Turkey. There are many reasons for low school to tourism sector transfer including poor human resources practices and working conditions unfavourable to employee commitment in the tourism sector (Baum, 2007; Kusluvan v.d. 2010; Price, 1994; Woods, 1999); incompatibility of the personality traits and values of individuals with the structural characteristics and requirements of the tourism sector (Chalkiti and Sigala, 2010; Davidson, Timo ve Wang, 2010; Kuşluyan and Kuşluyan, 2004; Kusluvan v.d. 2010); inability of schools to provide the students with the knowledge and skills required for working in the tourism sector (Holden, Jameson and Lashley, 2005); unrealistic and high expectations of students such as earning high income and becoming a manager right after the school (Lu and Adler, 2009), and overqualification of students in relation to jobs in the tourism and hospitality sector (Orr, Murray and McKenna, 1992). However, there has not been enough research on the concepts of occupational stigma consciousness and occupational self-esteem, which may affect occupational commitment in tourism. In order to fill this gap in the literature, this study was carried out to determine the effect of occupational stigma consciousness on occupational commitment of students who received tourism management education at undergraduate level and to test whether vocational self-esteem plays an moderator and mediator role between occupational stigma consciousness and occupational commitment.

In the research, purposive sampling method, one of the non-random sampling methods, was chosen as the sampling method. Third and fourth year students, who had

at least three months of on the job training or work experience, from two oldest tourism and hospitality management schools from four regions (Marmara, Aegean, Mediterranean and Central Anatolia), where tourism is developed most, have been included in the sample. The data were collected face-to-face through a questionnaire with scales and demographic questions related to the research variables and analysed.

According to the results of the research, it was determined that a significant proportion of the students had a high level of occupational stigma consciousness and low level of occupational self-esteem and occupational commitment towards the tourism management occupation. When the results of the research are examined, it is determined that occupational stigma consciousness negatively affects occupational commitment, but this effect is not statistically significant in the 95% confidence interval. On the other hand, occupational stigma consciousness affects occupational self-esteem very strongly. It was also revealed that occupational self-esteem positively affects occupational commitment. It was also found that occupational self-esteem plays a mediator role between occupational stigma consciousness and occupational commitment. This result means that occupational stigma consciousness related to the tourism management occupation negatively affects the occupational self-esteem of the students and decreases their occupational commitment and even suppresses the positive effect of the occupational self-esteem on the occupational commitment. On the other hand, it was seen that occupational self-esteem does not play a moderator role between occupational stigma consciousness and occupational commitment. In other words, high or low occupational self-esteem does not change the impact of occupational stigma consciousness on occupational commitment.

Keywords: Occupational Stigma Consciousness, Occupational Commitment, Occupational Self-Esteem, Tourism Management, Tourism Education, Students.

ÖNSÖZ

Türkiye’de yükseköğretim düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan bireylerin çeşitli nedenlerle turizm sektöründe çalışmadıkları ya da sektörde çalışmaya başladıktan bir süre sonra turizm sektöründen ayrıldıkları yapılan çeşitli araştırmalarda ortaya konmaktadır. İnsan kaynakları uygulamalarının ve çalışma şartlarının olumsuzluğu, mezunların kişilik özelliklerinin ve değerlerinin turizm sektöründeki meslekleri yapmaya uygun olmaması, turizm sektöründeki mesleklerin ve çalışma şartlarının yeterince bilinmeden öğrenciler tarafından tercih edilmesi, turizm eğitimi almış öğrencilerin mezuniyet sonrası beklentilerinin yüksek olması, turizm eğitiminin sektörün beklentileri doğrultusunda ve uygulamalı olmaması, mezunların turizm sektöründeki işler için aşırı nitelikli olması ve turizm sektöründeki mesleklerin sosyal statüsünün düşük olması bu durumun ortaya çıkmasında etkili olan en önemli faktörler olarak sıralanmaktadır. Turizm eğitimi almış olanların turizm sektöründe çalışmamasının bir nedeni olarak turizm sektöründeki mesleklerin toplumsal olarak damgalanmış olmasını inceleyen araştırmalar çok sınırlıdır ve turizm işletmeciliği mesleğinin, mesleki olarak damgalanmışlığının algılanması ile mesleki bağlılık arasındaki ilişki ve bu ilişkiye aracılık edebilecek ya da bu ilişkiyi değiştirebilecek olan mesleki benlik saygısının aracı ve düzenleyici (şartlı) rolünü inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Başka bir deyişle turizmde mesleki bağlılığı etkileyebilecek olan mesleki damga bilinci ve mesleki benlik saygısı kavramları üzerinde yeterli araştırma yapılmamıştır. Bu çalışma, mesleki damga bilincinin mesleki bağlılığı etkilediği ve mesleki benlik saygısının da bu iki değişken arasında aracı ve/veya düzenleyici bir rol oynadığı varsayımına dayanmaktadır. Bu araştırma, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleki damga bilincinin mesleki bağlılıkları üzerindeki etkisini ve bu ilişkide mesleki benlik saygısının aracı ve/veya düzenleyici rol oynayıp oynamadığını araştırmak amacıyla yapılmıştır.

Zor bir dönemde yazdığım ve oğlum Kaan ile birlikte uzun bir sürede büyüyen ve gelişen bu tezin, turizm işletmeciliği eğitimi almış olan öğrencilerin neden turizm sektöründe çalışmadığının daha iyi anlaşılmasına, konuyla ilgili yapılması gerekenlere ve gelecek araştırmalara katkıda bulunacağına inanıyorum.

Bu tezin hazırlanması sürecinde bana destek olan çok değerli insanlar oldu. Öncelikle danışmanım sayın Prof. Dr. Orhan AKOVA'ya tez süresince yaptığı rehberlik, düzeltmeler ve cesaretlendirmeler için şükranlarımı sunuyorum. Tez izleme jürimde bulunan sayın hocalarım Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER ve Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN'a yazdığım bölümleri okuyup, yapıcı öneriler ve düzeltmelerle tezin iyileşmesine katkıda bulundukları ve verdikleri destekler için teşekkürlerimi sunuyorum. Doktora sürecinde derslerini aldığım sayın hocalarım Prof. Dr. Orhan AKOVA, Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER, Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK, Prof. Dr. Mehmet ERKAN, Dr. Öğretim Üyesi Şehnaz DEMİRKOL'a teşekkürlerimi sunarım.

Desteklerini hayat boyu hissettiğim dedem Hasan LİMON, annem Mualla LİMON'a babam Ercan LİMON'a ve anneannem Emine LİMON'a saygı, sevgi ve minnetlerimi sunuyorum. Üstümde büyük emekleri olan rahmetli babaannem Hediye LİMON'a saygı ve minnetlerimi sunuyorum. Kardeşlerim Burcu AKTAŞ ve Hasan LİMON'a çok teşekkür ederim. Bu süreçte ve her süreçte yanımda olan sevgili arkadaşım Leyla ŞİŞİK'e teşekkür ederim. Son olarak sevgili eşim Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN'a bu süreçte bana olan inancını yitirmediği ve desteğini esirgemediği için çok teşekkür etmek istiyorum. O olmadan bu süreci tamamlayamazdım. Bu tezi canım oğlum Kaan'a ve bu günleri dört gözle bekleyen dedem Hasan LİMON'a atfediyorum.

İSTANBUL, 2020

HEDİYE KUŞLUVAN

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ	vi
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

MESLEKİ DAMGA BİLİNCİ KAVRAMI VE TURİZM SEKTÖRÜNDE MESLEKİ

1.1. Meslek Kavramı	4
1.2. Turizm Sektöründe Meslekler	6
1.3. Turizm Eğitiminin ve Turizm Sektöründe Mesleklerinin Tarihsel Gelişimi	8
1.3.1. Dünya’da Turizm Eğitiminin ve Turizm Sektöründe Mesleklerin Tarihsel Gelişimi.....	9
1.3.2. Türkiye’de Turizm Eğitiminin ve Turizm Sektöründe Mesleklerin Tarihsel Gelişimi.....	11
1.4. Türkiye’de Mesleki Turizm Eğitiminin ve Turizmle İlgili Mesleklerin Gelişimini Etkileyen Faktörler	18
1.4.1. Turizm Eğitim Kurumlarının Kuruluş Yeri, Sayısı ve Düzeyi	18
1.4.2. Turizm Eğitim Kurumlarına Öğrenci Seçimi ve Kontenjan	19
1.4.3. Eğitim Kurumlarının Fiziksel İmkanları, Eğitim Araç-Gereçleri ve Uygulama İmkanları	20
1.4.4. Ders Planları ve Eğitim	21
1.4.5. Öğretim Elemanları.....	22
1.4.7. Staj Uygulaması	23
1.4.9. Turizm Sektöründe İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları ve Çalışma Şartları	26
1.5. Damga Kavramı	26
1.6.1. Damganın Sınıflandırılması.....	28
1.6.2. Toplumsal Damga.....	28
1.6.2. Benlik Damgası.....	29

1.6.3. İlişkilendirilmiş Damga.....	31
1.6.4. Kurumsal Damga	31
1.7. Damganın Etkileri	32
1.8. Damgalama Kavramı.....	33
1.9. Damgalamanın Nedenleri ve İşlevi	34
1.10. Mesleki Damga ve Mesleki Damga Bilinci Kavramları	38
1.11. Mesleki Damga Bilincinin Etkileri.....	39
1.12. Turizm Sektöründe Mesleki Damga.....	41

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNDE MESLEKİ BENLİK SAYGISI VE MESLEKİ BAĞLILIK

2.1. Mesleki Benlik Saygısı.....	47
2.1.1. Mesleki Benlik Saygısını Etkileyen Faktörler	49
2.1.2. Mesleki Benlik Saygısının Sonuçları.....	49
2.2. Turizmde Mesleki Benlik Saygısı	50
2.2.1. Turizmde Mesleki Benlik Saygısını Etkileyen Faktörler.....	51
2.2.2. Turizmde Mesleki Benlik Saygısının Sonuçları	54
2.3. Mesleki Bağlılık	55
2.3.1. Mesleki Bağlılığı Etkileyen Faktörler.....	56
2.3.2. Mesleki Bağlılığın Sonuçları	58
2.4. Turizm Sektöründe Mesleki Bağlılık	59
2.4.1. Turizm Sektöründe Mesleki Bağlılığı Etkileyen Faktörler	60
2.4.2. Turizm Sektöründe Mesleki Bağlılığın Sonuçları.....	64
2.5. Turizm Sektöründe Mesleki Damga Bilinci, Mesleki Benlik Saygısı ve Mesleki Bağlılık İlişkilerine Yönelik Literatür taraması.....	65

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERDE MESLEKİ DAMGA BİLİNCİNİN MESLEKİ BAĞLILIĞA ETKİSİ: MESLEKİ BENLİK SAYGISININ ARACI VE DÜZENLEYİCİ ROLÜNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırma Problemi	68
3.2. Araştırmanın Amacı	69
3.3. Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi	69

3.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	70
3.5. Yöntem	71
3.5.1. Araştırmanın Modeli ve Değişkenler	71
3.5.2. Araştırmanın Hipotezleri.....	73
3.5.3. Örneklem ve Katılımcılar.....	75
3.5.4. Veri Toplama Araçları	75
3.5.5. Verilerin Toplanması	76
3.5.6. Verilerin Analizi	77
3.6. Araştırmanın Bulguları ve Tartışma.....	77
3.6.1. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerlilikleri	78
3.6.2. Araştırmaya Katılanlara İlişkin Bilgiler.....	80
3.6.3. Mesleki Damga Bilinci/Algılamalarına İlişkin Bulgular	82
3.6.4. Mesleki Benlik Saygısına İlişkin Bulgular	83
3.6.5. Mesleki Bağlılığa İlişkin Bulgular	85
3.6.6. Mesleki Damga Bilinci, Mesleki Benlik Saygısı ve Mesleki Bağlılık Arasındaki Korelasyonlar	86
3.6.7. Araştırma Modelinin ve Hipotezlerin Testi	87
3.7. Bulguların Genel Olarak Değerlendirilmesi.....	91
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	95
KAYNAKÇA.....	102
EKLER	147
ÖZGEÇMİŞ.....	152

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. 1. Mesleki Yeterlilik Kurumu Turizm Konaklama ve Yiyecek-İçecek Hizmetleri Alanındaki Meslekler ve Seviyeleri.....	5
Tablo 1. 2. Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Programları Konaklama ve Seyahat Alanındaki Mesleki Kurslar	7
Tablo 1. 3. Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Programları Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Alanındaki Meslekler	7
Tablo 1. 4. Üniversite Düzeyinde Örgün Turizm Eğitiminin Yapısı.....	15
Tablo 3. 1. Verilerin Toplandığı Fakülteler ve Bulunduğu Bölgeler.....	76
Tablo 3. 2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Katsayıları.....	78
Tablo 3. 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Birleşme Geçerliliği	80
Tablo 3. 4. Anketi Cevaplayan Öğrencilere İlişkin Bilgiler	81
Tablo 3. 5. Mesleki Damga Bilincine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	83
Tablo 3. 6. Mesleki Benlik Saygısı İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler.....	83
Tablo 3. 7. Mesleki Bağlılık ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler.....	85
Tablo 3. 8. Araştırmanın Bağımlı ve Bağımsız Değişkenleri Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları.....	87
Tablo 3. 9. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenlerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri.....	88

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3. 1 Temel Araştırma Modeli.....	72
Şekil 3. 2 Mesleki Benlik saygısı Yamaç Grafiği	79
Şekil 3. 3 Mesleki Damga Bilincinin Mesleki Benlik Saygısı Aracılığıyla Mesleki bağlılık Üzerindeki Etkisi	89
Şekil 3. 4 Mesleki Damga Bilincinin Mesleki Benlik Saygısına Bağlı Olarak Mesleki Bağlılık Üzerindeki Etkisi.....	90



GİRİŞ

Türkiye’de turizm işletmeciliği alanında eğitim almış olan kişilerin, çeşitli nedenlerle turizm sektöründe çalışmadıkları ya da sektörde çalışmaya başladıktan bir süre sonra turizm sektöründen ayrıldıkları yapılan çeşitli araştırmalarda ortaya konmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında çeşitli faktörlerin rol oynadığı ilgili yazında vurgulanmıştır. Bu faktörler genel olarak turizm sektöründeki insan kaynakları uygulamaları ve çalışma şartları (Baum, 2007; Kusluvan v.d. 2010; Price, 1994; Woods, 1999); bireylerin kişilik özellikleri ve değerleri (Chalkiti ve Sigala, 2010; Davidson, Timo ve Wang, 2010; Kuşluvan ve Kuşluvan, 2004; Kusluvan vd. 2010); turizm eğitiminin kalitesi (Holden, Jameson ve Lashley, 2005); turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleklerine ilişkin beklentileri (Lu ve Adler, 2009), eğitim almış kişilerin nitelikleri (Orr, Murray ve McKenna, 1992) ile ilgilidir. Bu faktörlerden en sık dile getirilenlerden biri sektörde var olan insan kaynakları uygulamaları ve olumsuz çalışma koşullarıdır (Baum, 2007; Kusluvan v.d. 2010; Price, 1994; Woods, 1999). Bu kapsama dahil edilebilen insan kaynakları uygulamaları ve çalışma şartları arasında düşük ücret, kötü yönetim tarzı, uzun çalışma saatleri, turizm sektörünün mevsimsel yapıda olması, iş garantisinin olmaması, turizm sektörünün gerektirdiği çalışma koşullarıyla aile yaşantısının gereklerinin çatışması, iş yükünün fazla olması vb. bulunmaktadır. İlgili yazında turizm eğitimi alanların turizm sektöründe çalışmamasına sebep olan faktörlerden bir diğeri bireylerin kişilik özellikleri ve değerleri ile turizm sektörünün yapısal özelliklerinin ve gereklerinin uyuşmamasıdır (Chalkiti ve Sigala, 2010; Davidson, Timo ve Wang, 2010; Kuşluvan ve Kuşluvan, 2004; Kusluvan v.d. 2010). Özellikle hizmet vermeye yatkın olmayan bireylerin veya temel ve dini değerleri turizm sektöründeki uygulamalarla çelişen insanların turizm sektöründe çalışma eğiliminin düşük olduğu vurgulanmaktadır (Kuşluvan ve Eren, 2011; Afifi, 2014, 2015). Buna ilaveten, turizm eğitimi veren okulların turizm sektöründe çalışma için gerekli olan bilgi ve beceriyi öğrencilerine yeterli ölçüde kazandıramamaları (Holden, Jameson ve Lashley, 2005), öğrencilerin mezuniyet sonrası hemen yönetici olmak ve yüksek ücret elde etmek gibi gerçekçi olmayan beklentiler içinde olmaları (Lu ve Adler, 2009), eğitim almış kişilerin sektördeki işlere göre fazla nitelikli olması (Orr, Murray, ve McKenna, 1992) bireylerin turizm

sektöründe çalışmayı bırakma ya da çalışmaya hiç başlamama sebepleri arasında sayılmaktadır. Bunların dışında turizmde çalışmanın toplum tarafından nasıl algılandığını ya da bir meslek olarak sosyal statüsünün veya toplum tarafından damgalanmış olmasının bu sektördeki mesleki bağlılığı nasıl etkilediğini araştıran çalışma sayısı çok sınırlıdır. Bir çalışma alanı olarak turizm sektörünün olumsuz bir imaja sahip olduğu, mesleki olarak olumsuz bir biçimde damgalandığı ve bu durumun turizmde kariyer yapmayı olumsuz etkilediği literatürde vurgulanmış olsa da (Brien, 2004; Davis, 2009) konuyla ilgili olarak yapılan görgül çalışmalar çok sınırlıdır. Örneğin mesleki damga bilincinin yiyecek içecek işletmelerinde garsonların işte kalma ve işi başkasına tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisi (Wildes, 2005) ve turizmde çalışmanın sosyal statüsünün turizm sektöründe çalışma niyetine ve bağlılığına olan etkisi incelenmiştir (Wan, Wong ve Kong, 2014). Ancak, turizm işletmeciliği mesleğinin, mesleki olarak damgalanmışlığının algılanması ile mesleki bağlılık arasındaki ilişki ve bu ilişkiye aracılık edebilecek ya da bu ilişkiyi değiştirebilecek olan mesleki benlik saygısının aracı ve düzenleyici (şartlı) rolünü inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Başka bir deyişle turizmde mesleki bağlılığı etkileyebilecek olan mesleki damga bilinci ve mesleki benlik saygısı kavramları üzerinde yeterli araştırma yapılmamıştır. Bu çalışma, mesleki damga bilincinin mesleki bağlılığı etkilediği ve mesleki benlik saygısının da bu iki değişken arasında aracı ve/veya düzenleyici bir rol oynadığı varsayımına dayanmaktadır. Bu araştırma, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleki damga bilincinin mesleki bağlılıkları üzerindeki etkisini ve bu ilişkide mesleki benlik saygısının aracı ve/veya düzenleyici rol oynayıp oynamadığını araştırmak amacıyla yapılmıştır.

Bu çalışmaya Türkiye’de turizmin geliştiği dört bölgenin (Marmara, Ege, Akdeniz ve İç Anadolu) her birinden en eski ve eğitim dili Türkçe olan iki farklı üniversitenin turizm/konaklama işletmeciliği bölümlerinin 3. ve 4. sınıflarında okuyan ve en az 3 ay staj yapmış ya da sektörde çalışmış olan öğrenciler dahil edilmiştir. Öğrencilerin turizm işletmeciliği mesleğine ilişkin mesleki damga bilinci, mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılık düzeyleri tespit edilmiş ve bu değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler irdelenmiştir. Araştırma bulguları doğrultusunda turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleki benlik saygısını ve mesleki bağlılıklarını arttırmak, mesleki

damga bilincini de azaltmak için turizm eğitimi veren kurumların, turizm sektörünün ve kamu sektörünün yapması gerekenler konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Tezin birinci bölümünde genel olarak meslek kavramı tanımlanmış ve Dünya’da ve Türkiye’de turizm eğitiminin gelişimine ilişkin bilgiler verilmiştir. Daha sonra damga ve damgalama kavramları, damganın türleri, nedenleri ve işlevleri anlatılmıştır. Bu bölümde son olarak mesleki damga bilinci ve etkileri ve turizm sektöründe mesleki damga kavramı açıklanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise öncelikle mesleki benlik saygısı, mesleki benlik saygısını etkileyen faktörler ve mesleki benlik saygısının sonuçları ele alınmıştır. Daha sonra turizm sektörü bağlamında mesleki benlik saygısına değinilmiş ve turizm sektöründe mesleki benlik saygısını etkileyen faktörler ve mesleki benlik saygısının sonuçları açıklanmıştır. Yine bu bölümde hem genel olarak hem de turizm sektörü bağlamında mesleki bağlılığı etkileyen faktörlere ve mesleki bağlılığın sonuçlarına değinilmiştir.

Tezin üçüncü ve son bölümünde ise lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin mesleki damga bilinci, mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılıkları arasında ilişkileri irdeleyen bir alan araştırmasına yer verilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre mesleki damga bilincini azaltmak, mesleki benlik saygısını ve mesleki bağlılığı arttırmak için turizm sektörüne, kamuya ve okullara yönelik önerilerde bulunulmuştur. Bu bölümün sonunda araştırma konusuyla ilgili olarak gelecekte yapılmasında fayda görülen araştırma önerilerine de yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

MESLEKİ DAMGA BİLİNCİ KAVRAMI VE TURİZM

SEKTÖRÜNDE MESLEKİ DAMGA

1.1. Meslek Kavramı

Meslek kavramı çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Genel anlamda meslek, bir bireyin geçimini sağlamak ve hayatını sürdürebilmek için yaptığı ana işi veya uğraşı alanını ifade eder. Türk Dil Kurumu'na göre meslek 'belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş'tir (www.tdk.gov.tr). Yerxa (1993: 5) mesleği; 'çevresindeki zorluklarla ve sorunlarla insanların başarılı bir şekilde baş edebilmesi için toplum ve kültür tarafından hizmet ettikleri amaçları dikkate alınarak sınıflandırılan ve adlandırılan faaliyet birimleri' olarak tanımlamıştır. Benzer bir tanıma göre meslek, "toplumdaki sosyal, ekonomik ve teknolojik yapının gerektirdiği bir iş bölümü sonucu ortaya çıkan, bireyin ilgi ve kabiliyeti ile sosyal etkinliklere katılma gereksinimi ve toplumun bireyden sosyal ve ekonomik yaşamda sorumluluk yüklenmesi talebi sonucu ortaya çıkmış olan bir yaşamsal etkinlik olgusudur" (Tutkun ve Koç, 2008: 263 alıntı Budak, 2003: 401; Şahin, 2006: 262-263; Yılmaz, 2002: 309). Mesleklerin bazı temel özellikleri şunlardır: 'bireyin kendi inisiyatifindedir, belirli bir amaca yöneliktir, davranışsal olduğu kadar deneyimseldir, sosyal olarak tanınır ve değer verilir, belirli uyum becerilerinden oluşur, organize, deneyimlenen yaşam kalitesi için önemlidir ve sağlığı etkileme kapasitesi vardır' (Yerxa, 1993: 5). Bir mesleğin tam olarak ne anlama geldiğinin o mesleği yapan kişinin bilebileceği (Larson, Wood ve Clark, 2003) ve mesleklerin daima bir evrende (bağlamda) söz konusu olduğu (Baum ve Christiansen, 2005), diğer insanlar, geçicilik ve fiziksel ve sanal çevre gibi boyutları olduğu ve bunların birbirinden ayrılamayacağı kabul edilmektedir (American Occupational Therapy Association, 2014).

Tablo 1. 1. Mesleki Yeterlilik Kurumu Turizm Konaklama ve Yiyecek-İçecek Hizmetleri Alanındaki Meslekler ve Seviyeleri

SIRA	MESLEK	SEVİYE
1	Aşçı	4
2	Bagaj Görevlisi	2
3	Bar Görevlisi	4
4	Bulaşıkhaneye Görevlisi	2
5	Dönerci	3
6	Genel Alan Sorumlusu	3
7	Genel Alan Temizleme Görevlisi	2
8	Kapı Görevlisi	2
9	Kat Hizmetleri Sorumlusu	4
10	Kat Hizmetleri Sorumlusu	5
11	Kat Sorumlusu	3
12	Kebapçı	3
13	Kuru Temizleme Görevlisi	3
14	Mutfak Görevlisi	2
15	Mutfak Yöneticisi	5
16	Oda Temizleme Görevlisi	2
17	Otel Rezervasyon Görevlisi	3
18	Otel Telefon Operatörü	3
19	Pastacı	4
20	Pideci	3
21	Profesyonel Turist Rehberi	5
22	Servis Görevlisi	2
23	Servis Görevlisi	3
24	Servis Görevlisi	4
25	Servis Yöneticisi	5
26	Seyahat Acentası Yöneticisi	6
27	Seyahat Acentası Ürün Planlama ve Operasyon Sorumlusu	5
28	Seyahat Satış Görevlisi	4
29	Transfer Elemanı	3
30	Çamaşırhane Görevlisi	2
31	Çamaşırhane ve Kuru Temizleme Sorumlusu	4
32	Ön Büro Görevlisi	4
33	Ön Büro Yöneticisi	5

Kaynak: Mesleki Yeterlilik Kurumu (2019) <https://portal.myk.gov.tr>

1.2. Turizm Sektöründe Meslekler

Arz açısından bakıldığında, turizm sektörü evinden ve yaşadığı yerden uzakta olan ziyaretçilere mal ve hizmet sağlayan tek bir endüstriden değil, ulaştırma, seyahat hizmetleri, konaklama, yeme içme, rekreatif etkinlikler, eğlence ve benzeri ürünleri sağlayan bir çok endüstriden oluşmaktadır. ‘Ana faaliyeti tamamen veya büyük ölçüde ziyaretçiler için doğrudan mal ve hizmet sağlamak veya sunmak olan endüstriler turizm endüstrilerini oluşturur’ (United Nations, 2010: 99). ‘Ana faaliyeti tamamen veya büyük ölçüde ziyaretçiler için doğrudan mal ve hizmet sağlamak veya sunmak olan işletmelere’ ise turizm işletmesi denir. Dolayısıyla istihdam ve iş alanı bakımından farklı turizm endüstrilerinde yer alan farklı turizm işletmelerinde, farklı iş alanları, dolayısıyla çok çeşitli meslekler söz konusu olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında bir turizm mesleğinden söz etmek mümkün değildir. Ancak ana faaliyeti tamamen veya büyük ölçüde ziyaretçilere mal ve hizmet vermek olan turizm endüstrilerinde ve farklı turizm işletmelerinde yerine getirilen çok çeşitli işlerden ve mesleklerden söz edilebilir. Örneğin Türkiye’de Mesleki Yeterlilik Kurumu turizm, konaklama ve yiyecek-içecek alanında 33 meslek ve meslek standardı belirlemiştir (Tablo 1.1). Bu tabloya doğrudan ziyaretçilere hizmet sunan ulaştırma endüstrisinde meslekler dahil değildir. Benzer şekilde Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Müdürlüğü Programları incelendiğinde Turizm sektöründe ‘Konaklama ve Seyahat’ alanında 15 meslek (Tablo 1.2), ‘Yiyecek İçecek Hizmetleri’ alanında ise 14 meslek (Tablo 1.3) olduğu görülmektedir. Turizm endüstrileri, turizm işletmeleri ve bu işletmelerde var olan meslekler çok çeşitli olmasına rağmen literatürde aşırı genelleme ile bütün işler ve meslekler bir başlık altında toplanarak ‘turizmcı’, veya ‘turizm mesleği’ gibi genel etiketlerle ve kategorilerle sınıflandırılmakta ve ne anlam ifade ettiği belli olmayan ‘turizmcı’ genel mesleği önyargıyla olumsuz değerlendirilmekte, çoğu zaman küçümsenerek hakir görülmekte ve aşağılanmaktadır.

**Tablo 1. 2. Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Programları
Konaklama ve Seyahat Alanındaki Mesleki Kurslar**

SIRA	MESLEK	SEVİYE
1	Çamaşırhane Görevlisi	0
2	Danışma ve Bagaj Hizmetleri Şefi	3
3	Havuz Suyu Operatörlüğü	0
4	Kapı Görevlisi	2
5	Kat Hizmetleri Elemanı	0
6	Kuru Temizleme Elemanı	3
7	Kurum ve Ev Temizleme Hizmetleri Elemanı	0
8	Malzeme Taşıyıcı	2
9	Meydancı	2
10	Oda Temileyicisi	3
11	Ön Büro Elemanı	0
12	Ön Kasa Elemanı	3
13	Rezervasyon Elemanı	3
14	Santralist	2
15	Transfermen/Tur Animatörü	0

Kaynak: Milli Eğitim Bakanlığı (2019) <http://hbogm.meb.gov.tr/>

**Tablo 1. 3. Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Programları Yiyecek
ve İçecek Hizmetleri Alanındaki Meslekler**

SIRA	MESLEK	SEVİYE
1	Aşçı	4
2	Aşçı Çırağı	0
3	Aşçı Yardımcısı	0
4	Bar Komisi	2
5	Bar Servis Elemanı	3
6	Barmen	4
7	Bulaşıkçı-Meydancı	2
8	Bulaşıkhaneye Görevlisi	0
9	Muhallebici	3
10	Otobüs Hostesi	3
11	Pastacı	4
12	Pastacı Çırağı	0
13	Pastacı Yardımcısı	3
14	Servis Elemanı (Garson)	4

Kaynak: Milli Eğitim Bakanlığı (2019), <http://hbogm.meb.gov.tr/>

1.3. Turizm Eğitiminin ve Turizm Sektöründe Mesleklerinin Tarihsel Gelişimi

Turizm eğitimi ‘bireylere turizm alanı ile ilgili istenilen değerleri, bilgileri, becerileri, yetkinlikleri, tutum, davranış ve alışkanlıkları yaparak ve yaşayarak kazandıran bir öğrenme süreci olarak tanımlanabilir’ (Kuşluvan, 2016:189). Formal turizm eğitimi, genel turizm eğitimi ve mesleki ve teknik turizm eğitimi olarak iki grupta ele alınmaktadır. Genel turizm eğitiminin amacı ‘toplumda turizm bilincini yerleştirmek; turizmin kaynaklarını korumak için gerekli sevgi ve anlayışı geliştirmek, turistlere karşı eşit ve dürüst hizmet etmenin ahlak ve terbiyesini vermek, gerçek sevgiye ve konukseverliğe dayalı bir davranış biçimini oluşturmaktır’ (Kalkan, 1994: 80; Timur, 1992: 49). Bu tür eğitim genellikle ilköğretim ve orta öğretimde turizmin önemini kavratmak, turizm bilincinin yerleşmesini sağlamak amacıyla çeşitli derslerde turizm ile ilgili konulara yer verilmesiyle sağlanmaktadır. Mesleki ve teknik eğitimi ise, turizm alanında bir meslek sahibi olabilmek için ihtiyaç duyulan bilgileri, becerileri, yetkinlikleri, tutumları, davranışları, alışkanlıkları bireylere kazandırmak için yapılan eğitim sürecini ifade eder (Hacıoğlu, Kaşlı, Şahin ve Tetik, 2008; Kuşluvan, 2016; Özdoğan ve Çavuş, 2013). Mesleki ve teknik eğitim ise örgün mesleki ve teknik eğitim ve yaygın mesleki teknik eğitim olarak ele alınmaktadır. Örgün eğitim ‘belirli bir yaş grubundaki ve aynı seviyedeki bireylere, amaca göre hazırlanmış programlarla, okul çatısı altında düzenli olarak yapılan eğitimidir’ (Taymaz, 1992:447). Yaygın eğitim ise ‘örgün eğitim sistemine hiç girmemiş ya da örgün eğitim sisteminin herhangi bir kademesinde bulunan veya bu kademedan ayrılmış ya da bitirmiş bireylere; ilgi, istek ve yetenekleri doğrultusunda ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişmelerini sağlayıcı nitelikte çeşitli süre ve düzeylerde hayat boyu yapılan eğitim, öğretim, üretim, rehberlik ve uygulama etkinliklerinin tümünü’ ifade eder (Resmi Gazete, 21.05.2010/2633). Yaygın eğitim genellikle kısa süreli kurslarla gerçekleştirilmektedir. Aşağıda örgün ve yaygın mesleki ve teknik eğitimin Türkiye’de ve Dünya’da gelişimine kısaca değinilecektir.

1.3.1. Dünya’da Turizm Eğitiminin ve Turizm Sektöründe Mesleklerin Tarihsel Gelişimi

Dünya’da turizm eğitiminin gelişimi incelendiğinde özellikle Avrupa’da turizm eğitiminin Türkiye’den çok daha önce başladığını söylemek mümkündür. Avrupa’da turizm eğitimi öncelikle teknik ve mesleki eğitim kapsamında verilmeye başlanmış daha sonra lisans ve lisansüstü düzeyde eğitim programları geliştirilmiştir (Ring, Dickinger ve Wober, 2009; Wattanacharoensi, 2014). Genel olarak Avrupanın birçok ülkesinde turizm eğitimi otel ve lokanta endüstrilerinin ihtiyaç duyduğu personelin becerilerini geliştirmeye ve uygulamaya dönük olarak eğitim programları ve kurslarla başlamış, endüstri ve öğrenci talebine göre de ortaöğretim ve yükseköğretim kurumları daha sonra oluşturulmuştur (Baum, 2005; Cooper ve Shepherd, 1997). Avrupa’da turizm eğitiminin başlangıcı 19. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır (Gillespie ve Baum, 2000). Avrupa’da resmi olarak tanınan turizm eğitiminin verildiği ilk kurum 1893’de Almanya’da kurulan Lozan Otelcilik Okulu’dur ve otellere personel yetiştirmek için kurulmuştur (Baum, 2005). Bu okulu yine Almanya’da 6 sömestirlik eğitim vermek üzere 1914 yılında kurulan the International Institute for the Hotel Training System takip etmiştir (Kozak ve Kozak, 2016). Daha sonra yirminci yüzyılın ilk yarısında Avrupa çapında bir çok ülkede turizm enstitüleri ve kolejleri kurulmuştur (Baum, 2005; Kozak ve Kozak, 2016). Bu okullar aşçı, garson, barmen ve konaklama işletmelerindeki işlerle ilgili mesleklere yönelik eğitim vermiştir. Lisans düzeyinde konaklama işletmelerine orta ve üst kademe yönetici adayı yetiştirmek üzere lisans düzeyinde Dünya’da ilk kurulan okul ise 1922 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde kurulmuş olan Cornell Otelcilik okuludur. Avrupa’da ise lisans düzeyinde konaklama işletmeleri için yönetici adayı yetiştiren ilk okul 1944 yılında İskoçya’da kurulmuş olan İskoç Otelcilik Okulu’dur (Scottish Hotel School) (Baum, 2005). Amerika, Büyük Britanya ve genel olarak Avrupa’da turizm eğitimi 1960’lı yılların ortalarında yaygınlaşmaya ve kurumsallaşmaya başlamıştır (Airey ve Middleton, 1984; Jafari, 1977; Lashley, 2004). Amerika ve Büyük Britanya’da turizm eğitimine daha pragmatik yaklaşılmış ve mesleki eğitim bakış açısı turizm eğitimine yön vermiştir (Ayikoru, 2004). Dolayısıyla hem Amerika Birleşik Devletleri’nde hem de Büyük Britanya’da turizm eğitimi turizm

sektörünün ihtiyaç duyduğu insan kaynağı ve meslek erbabı yetiştirmeye odaklanmıştır ve eğitim programları her düzeyde bu amaca göre şekillenmişlerdir (Airey ve Johnson, 1999; Gunn, 1998). Ancak 2000’li yıllardan itibaren üniversite düzeyindeki turizm eğitimi programlarında turizm sektörünün dışındaki paydaşların çıkarlarına yönelik konulara (çevre, sürdürülebilirlik, etik, kültür, liberal değerler, destinasyondaki yerel halk, turizmin çevre ve kültür üzerindeki olumsuz etkileri vb.) turizm programları müfredatında yer verilmeye başlanmıştır (Wattanacharoensi, 2014).

Turizm eğitiminin gelişimi dünyanın bir başka bölgesinde olan Çin’de incelendiğinde de turizm eğitiminin önce kurslarla ve ortaöğretim kurumlarında mesleki veya profesyonel eğitimle başladığı görülmektedir. Çin’de 1978’den önce ortaöğretim düzeyindeki turizmle ilgili meslek liselerinin oteller ve restoranlar için personel yetiştirdiği görülmektedir. Yine ortaöğretim düzeyinde turizmle ilgili 3-4 yıl süren profesyonel okullarda mutfak sanatları alanında aşçı ve otel personeli ve şefler yetiştirilmekteydi (Zhou, 1991). Üniversite düzeyinde ise turizm sektörü için orta ve üst kademe yöneticileri, ‘turist koordinatörlerini’ (turist rehberi) ve geleceğin akademik personelini yetiştirmek üzere ilk defa 1978 yılında Nanjing Tourism School ve 1979 yılında da Shanghai Tourism College kurulmuştur (Zhou, 1991). Hong Kong’da ise turizm sektörüne nitelikli personel yetiştirmek için önce yüksekokul düzeyinde 1972 yılında Hong Kong Polytechnic Enstitüsü kurulmuştur (Lo, 2005). Daha sonra ise Hong Kong hükümeti tarafından, 1977 yılında turizm ve otelcilik alanında mesleki eğitim vermek üzere The Haking Wong Technical Institute kurulmuş ve bu enstitü 1 yıl süren kurslar ve sertifika programlarıyla otel, turizm ve seyahat acentaları operasyonları ve yiyecek içecek operasyonlarına yönelik mesleki eğitim vermiştir (Lo, 2005).

Lisansüstü düzeyde ise ilk yüksek lisans programlarının 1970’li yıllarda Amerika Birleşik Devletlerinde açıldığı belirtilmektedir (Sharpley, 2011).

1.3.2. Türkiye’de Turizm Eğitiminin ve Turizm Sektöründe Mesleklerin Tarihsel Gelişimi

Anadolu’da ilk çağlardan itibaren ticaret (iş) yapmak, şifa bulmak, spor ve gösteri etkinliklerini seyretmek ve kutsal yerleri (tapınakları) ziyaret etmek amacıyla turizm faaliyeti gerçekleşmesine rağmen (Avcıkurt, Köroğlu ve Sarıoğlu, 2013; Eralp, 1983; Göksan, 1978; Hacıoğlu, 2000), Türkiye’de hem yaygın turizm eğitiminin hem de örgün turizm eğitiminin oldukça yeni olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum geçmişte turizmle ilgili mesleklerin işbaşında ve usta çırak ilişkisine dayalı olarak öğrenildiğine işaret etmektedir.

Türkiye’de turizm eğitiminin tarihsel gelişim sürecinde öncelikle yaygın eğitimin, ardından ise, örgün eğitimin geliştiğini söylemek mümkündür. Bu doğrultuda ilk yaygın turizm eğitimi turist rehberliği mesleği alanında gerçekleştirilmiştir. Avrupa’da seyahat alanındaki gelişmelere paralel olarak Paris-İstanbul arasında Orient-Express tren seferlerinin 5 Haziran 1883’de başlaması ile birlikte gelen yabancı turist sayısının artmasıyla 1890 yılında ‘Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek 190 Sayılı Nizamname’ yayınlanmış ve seyahat eden yabancılara çevirmenlik ve rehberlik yapabilmenin şartları ve ilkeleri açıklanmıştır. Daha sonra 8 Kasım 1925 tarih ve 2730 sayılı Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname ile rehberlik konusunda sıkı kurallar getirilmiştir. Turist rehberi yetiştirmek amacıyla 1928 yılı Aralık ayında İstanbul İktisat Müdürlüğü bir rehberlik kursu açmış ve sınavla alınan adaylardan 50’si tercüman-rehber olmaya hak kazanmıştır (Turist Rehberleri Birliği, 2019). Daha sonra 1935 yılında belediyelerin turizm şubeleri, 1951 yılında Türkiye Milli Talebe Federasyonu, 1955-1960 yılları arasında İstanbul Belediyesi ile Basın Yayın İstanbul İl Müdürlüğü, 1964-1968 yılları arasında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı tarafından yaygın turist rehberliği eğitimi kursları düzenlenmiştir (Turist Rehberleri Birliği, 2019). Turist rehberliği mesleği ile ilgili ilk yönetmelik 3 Eylül 1971 gün ve 13945 sayılı Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği adıyla yayımlanmıştır. Bu yönetmelik 21 Mart 1974 tarihinde değiştirilerek Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği adını almış, 1981 ve 1983 yıllarında bazı değişikliklere uğramıştır. 2 Temmuz 1986 tarihinde 19152 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak

yürürlüğe giren Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği de bazı değişikliklere uğrayarak 25 Kasım 2005 tarihli ve 16004 sayılı Resmi Gazete’de yeni Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği adıyla yayımlanmıştır. Bu süreçte Bakanlığın açtığı kursların yanında üniversitelerin iki yıllık ön lisans ve dört yıllık lisans programları ile de turist rehberi yetiştirilmiştir’ (Turist Rehberleri Birliği, 2019). Bu amaçla iki yıllık turist rehberliği bölümü 1989 yılında Ankara Üniversitesi Başkent Meslek Yüksekokulu bünyesinde kurulmuştur (Temizkan, Temizkan ve Tokay, 2013).

Türkiye’de turist rehberliği dışındaki yaygın mesleki turizm eğitime bakıldığında ilk defa 1953 yılında Ankara ve İzmir Ticaret Liselerinde garson veya servis personeli yetiştirmek üzere turizm meslek kurslarının açıldığı görülmektedir (Solmaz ve Ulama, 2014; Ünlüöner ve Boylu, 2005). Daha sonraki yıllarda yaygın mesleki turizm eğitimi veren kurumlar arasında Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ve diğer kuruluşlar (AB Eğitim ve Gençlik Programları Dairesi, Üniversiteler, Belediyeler, Sendikalar, Özel Eğitim Kurumları, İşletmeler ve Sektörel Meslek Kuruluşları) önemli rol oynamıştır (Kuşluyan, 2016). Özellikle Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı Turizm Eğitim Merkezleri (TUREM) turizm sektörüne meslek elemanı yetiştirmede önemli rol oynamıştır. İlk defa 1968 Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı olarak kurulan ve daha sonra Milli Eğitim Bakanlığına bağlanan bu merkezlerde, turizm endüstrisinin çeşitli alanlarda gereksinim duyduğu nitelikli personeli kısa sürede yetiştirebilmek amacıyla 7 ay süren temel kurslar verilmiştir. TUREM’lerde mesleki turizm eğitimi önbüro, servis, mutfak ve kat hizmetleri olmak üzere dört ana iş koluna ayrılarak yapılmıştır (Maviş ve Kozak, 1992). Önbüro bölümünde, resepsiyon, santral, üniformalı hizmetler, ön kasa ve sekreterlik vb. hizmetler ile ilgili eğitim verilmiştir. Servis bölümünde, restoran, bar, gece kulübü ve diğer çeşitli salon hizmetleri konusunda eğitim verilmiştir. Mutfak bölümünde, yemek hazırlama ve pişirme teknikleri konusunda eğitim verilmiştir. Kat hizmetleri bölümünde, oda temizliği, yatak yapımı, çamaşır ve diğer temizlik işleriyle ilgili beceriler öğretilmiştir. Yaygın eğitim kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı bir çok işbaşı eğitim programı, eğitimcilerin eğitimi kursları, hizmet içi eğitim kursları, turist rehberliği kursları ve çeşitli konularda (ev pansiyonculuğu, yabancı dil, sosyal davranışlar, otel yöneticiliği ve yatçılık) bir

çok eğitim faaliyeti organize etmiştir (Kuşluvan, 2016). Ayrıca 1984 yılında kurulan Turizmi Geliştirme ve Eğitim Vakfı açmış olduğu Otelcilik ve Eğitim Merkezleri'nde, yedi ay süren kurslarda 'Konaklama ve Yeme-İçme İşletmeleri Personeli Yetiştirme Temel Eğitim Kursları' adı ile mesleki temel turizm kursları organize etmiştir. Buna ilaveten Turizmi Geliştirme ve Eğitim Vakfı'nın bu merkezlerde 'Eğitimcilerin Eğitimi' adı ile geçmişte düzenlediği kurslar da yaygın mesleki turizm eğitimi kapsamında sayılabilir (Kulahçı, 1992).

Örgün turizm eğitimi kapsamında ise ilk önce ortaöğretim düzeyinde doğrudan turizm sektörü için nitelikli personel yetiştirecek meslek liselerinin açıldığı görülmektedir. Bu bağlamda ilk önce "7334 Sayılı İktisadi ve Ticari İlimler Akademileri Kanunu" gereğince bir ihtisas kolu olarak önce turizm bölümleri kurulmuş ve 1961-62 öğretim yılında lise düzeyinde Ankara Otelcilik Okulu açılmıştır (Ünlüönen ve Boylu, 2005). Bu okullar otelcilik okulu adıyla 1967-68 eğitim-öğretim yılında İstanbul'da, 1975-76 eğitim-öğretim yılında Kuşadası'nda çoğalmış ve bu okulların adı 1975 yılında "Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi" olarak değiştirilmiştir (Ünlüönen ve Boylu, 2005). Daha sonra 1984-85 öğretim yılında bir kısım derslerin öğretimini yabancı dille yapan "Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri" açılmıştır. Bu okullar; 1975-76 öğretim yılında "resepsiyon", "servis" ve "mutfak"; 1987-88 öğretim yılında "resepsiyon", "servis", "mutfak" ve "kat hizmetleri" 1993-94 öğretim yılından itibaren ise, "resepsiyon", "servis", "mutfak", "kat hizmetleri" ve "seyahat acenteciliği" şeklinde bölümlere ayrılmıştır (Milli Eğitim Bakanlığı, 1999; Ünlüönen ve Boylu, 2005). Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü'nün 2014/8 sayılı genelgesi ile 2014 yılında farklı isimlerde olan meslek liseleri yeniden yapılandırılmıştır ve okul türü sayısı "Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi" ve "Çok Programlı Anadolu Lisesi" adı altında ikiye düşürülmüştür (Kuşluvan, 2016). Bu yeni yapılandırma neticesinde meslek liselerinde turizmle ilgili bölümler dört temel alana ve her bir alan kendi içinde dallara ayrılmıştır: a) Eğlence Hizmetleri (Animatörlük, Çocuk Animatörlüğü); b) Konaklama ve Seyahat Hizmetleri (Kat Hizmetleri, Operasyon, Önbüro, Rezervasyon, Turizm Otelcilik ve Turizm); c) Ulaştırma Hizmetleri ve d) Yiyecek İçecek Hizmetleri (Bar, Host/Hosteslik, Kurum Beslenmesi, Mutfak, Pastacılık, Servis, Turizm Endüstrisi Servis Hizmetleri). Bu

açıklamalardan anlaşılacağı üzere ortaöğretim düzeyinde örgün turizm eğitimi veren kurumlar 1960'lı yıllardan itibaren önbüro personeli, garson/servis personeli, aşçı, aşçı yamağı, kat görevlisi, animatör, host/hostes, barman/barmaid, pastacı, seyahat acentası personeli gibi meslekler için eğitim öğretim vermiştir.

Yükseköğretim düzeyinde örgün turizm eğitimi ise ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde gerçekleştirilmektedir. Ön lisans düzeyinde turizm eğitimi, 1970 yılında Ege Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesinde ara kademe insan gücü yetiştirme odaklı bir şekilde başlamıştır (Ünlüönen ve Boylu, 2005). Daha sonra 1974 -1975 eğitim ve öğretim yılında Hacettepe Üniversitesi Teknoloji ve Meslek Yüksek Okulu içinde iki yıllık bir turizm bölümü kurulmuş, ayrıca MEB bünyesinde kurulan meslek yüksek okullarında çeşitli yıllarda açılan turizm programları ile önlisans düzeyindeki turizm eğitimi verilmiştir (Boylu ve Arslan, 2013; Uğurlu ve Çakmak, 2015). Ön lisans programlarının adları incelendiğinde 2003-2004 eğitim öğretim dönemine kadar “turizm işletmeciliği”, “otel yöneticiliği”, “turizm ve otelcilik”, “turizm işletmeciliği ve otelcilik”, “turizm yönetimi”, “yiyecek içecek işletmeciliği”, “seyahat işletmeciliği”, “seyahat işletmeciliği ve tur operatörlüğü” “seyahat ve turizm işletmeciliği”, “turizm rehberliği” gibi isimlerle programların açıldığı görülmektedir (Boylu ve Arslan, 2013; Uğurlu ve Çakmak, 2015). MEB-YÖK Meslek Yüksek Okulları Program Geliştirme Projesi kapsamında farklı isimlerdeki turizm programları ‘Turizm ve Otel İşletmeciliği’ ve ‘Turizm ve Seyahat İşletmeciliği’ adı altında iki ana programda toplanmıştır. Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı Önbüro, Kat Hizmetleri, Yiyecek-İçecek ve Mutfak, Turizm ve Seyahat İşletmeciliği Programı da, Seyahat Acenteciliği ve Ulaştırma Hizmetleri olmak üzere alt dallara ayrılmıştır. Belirli ölçüde standart hale getirilen bu programlar 2002-2003 eğitim öğretim döneminde uygulanmıştır (Şahin ve Okumuş, 2002). Ancak, bu standart programların dışında “turizm rehberliği” ve “aşçılık” gibi programlar da açılmaya devam etmiştir (Ünlüönen ve Boylu, 2005). Ön lisans düzeyinde program adları incelendiğinde iki

Tablo 1. 4. Üniversite Düzeyinde Örgün Turizm Eğitiminin Yapısı

DÜZEY	KURUMLAR	PROGRAMLAR/BÖLÜMLER/Ana BİLİM DALLARI
ÖNLİSANS	Meslek Yüksekokulları	Aşçılık Hava Lojistiği Havacılıkta Yer Hizmetleri Yönetimi İkram Hizmetleri Kültürel Miras ve Turizm Marina İşletme Marina ve Yat İşletmeciliği Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri Turist Rehberliği Turizm Animasyonu Turizm Rehberliği Turizm ve Otel İşletmeciliği Turizm ve Seyahat işletmeciliği
LİSANS	Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Fakültesi İşletme Fakültesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Ticari Bilimler Fakültesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	Gastronomi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Havacılık İşletmeciliği Konaklama İşletmeciliği Konaklama ve Turizm İşletmeciliği Otel Yöneticiliği Rekreasyon Rekreasyon Yönetimi Seyahat İşletmeciliği Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği Sivil Havacılık İşletmeciliği Turizm İşletmeciliği Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Turizm Rehberliği Turizm ve Otel İşletmeciliği Turizm ve Otelcilik Yiyecek İçecek İşletmeciliği
YÜKSEK LİSANS	Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	Turizm İşletmeciliği Turizm Rehberliği Sağlık Turizmi İşletmeciliği İnanç Turizmi Rekreasyon ve Turizm Rehberliği Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Gastronomi ve Mutfak Sanatları
DOKTORA	Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	Turizm İşletmeciliği Rekreasyon Yönetimi Gastronomi ve Mutfak Sanatları

programın aşçı ve turist rehberi mesleklerine yönelik olduğu görülmektedir. Ancak diğer programların ne tür meslek elemanı yetiştirdiği çok net değildir. Ön lisans düzeyinde turizm eğitimi veren programlar Tablo 1.4’de gösterilmektedir. Program adlarından hareketle önlisans düzeyinde, ortaöğretim düzeyinde olduğu gibi, konaklama işletmelerinde ve seyahat acentalarında yerine getirilen meslekler (önbüro personeli, garson/servis personeli, aşçı, aşçı yamağı, kat görevlisi, animatör, host/hostes, kabin hizmetleri personeli, yer hizmetleri personeli, barman/barmaid, pastacı, seyahat acentası personeli), marina ve yat işletmecisi gibi meslekler için bir üst düzey eğitim verildiği anlaşılmaktadır.

Lisans düzeyinde verilen örgün turizm eğitiminin temel hedefi ise ziyaretçilere hizmet veren turizm işletmelerinin ihtiyaç duyduğu nitelikte yönetici adaylarının yetiştirilmesidir (Hacıoğlu v.d. 2008). Türkiye’de lisans düzeyinde örgün turizm eğitimi veren ilk kurum ise 1965-1966 eğitim öğretim döneminde ortaöğretim kurumları olan ticaret ve turizm meslek liselerine öğretmen yetiştirmek amacı ile kurulmuştur. Söz konusu okul Ankara Ticaret Yüksek Öğretmen Okul’una ilave edilen turizm bölümü ile kurulmuş olan Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu’dur (Ünlüönen ve Boylu, 2005). Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu kurulduğu dönemde üç yıllık bir eğitim öğretim süresine sahipken 1967-1968 dönemi itibariyle dört yıllık eğitim vermeye başlamıştır. Bu okul ‘YÖK’ün kurulmasıyla beraber Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi bünyesine alınmıştır’ (Ünlüönen ve Boylu, 2005: 20). ‘1970 yılında Balıkesir Üniversitesi ve Adnan Menderes Üniversitelerinde Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümleri kurulmuş’ (Özdoğan ve Çavuş, 2009: 245), takip eden yıllarda ise Ticari İlimler Akademilerine, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerine, Uygulamalı Bilimler Yüksekokullarına bağlı turizm işletmeciliği, turizm ve otel işletmeciliği bölümleri açılmış, ayrıca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulları bünyesinde turizm eğitimi verilmiştir (Ünlüönen ve Boylu, 2005). Lisans düzeyindeki turizm eğitiminin karmaşık yapılanmasına son vermek amacıyla 2009 yılında Turizm Fakülteleri kurulmuş ve bu fakültelerin Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ve Rekreasyon Yönetimi bölümlerini kapsayacak şekilde oluşturulması Kültür ve Turizm Bakanlığı ve YÖK’ün düzenlediği çalıştayda karara

bağlanmıştır. Bu bölümlerden turizm işletmeciliği bölümü doğrudan ve büyük ölçüde ziyaretçilere hizmet veren turizm işletmeleri için yönetici adayı, ülkenin veya destinasyonun doğal, tarihi ve kültürel mirasını ziyaretçilere tanıtmak ve yorumlamak için turist rehberi, yiyecek içecek işletmelerinde bulunan mutfak bölümü için yönetici şef, ve yine turizm işletmelerinde ve destinasyonlarda rekreasyon faaliyetlerini yönetmek üzere rekreasyon etkinlikleri yönetici adayı yetiştirmeyi hedeflemektedir. YÖK'ün ve Kültür ve Turizm Bakanlığının bu kararına rağmen Turizm Fakülteleri, İktisat Fakültesi, İşletme Fakültesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Sanat ve Tasarım Fakültesi gibi fakülte ve yüksekokulların bünyelerinde çok çeşitli bölüm adları ile lisans düzeyinde örgün turizm eğitimi (Tablo 1.4) devam etmektedir (Kuşluvan, 2016).

Yüksek lisans ve doktora düzeyinde örgün turizm eğitiminin amaçları ise akademik düzeyde turizm eğitimi veren okulların akademisyen ihtiyacını karşılamak ve turizm alanında gereksinim duyulan araştırma, geliştirme, yönetim faaliyetlerinin yürütülmesine katkıda bulunacak insan kaynağını ve profesyonelleri yetiştirmek olarak ifade edilmektedir (İçöz, 1994a, 1994b; Timur, 1992). Lisansüstü düzeyde turizmle ilgili anabilim dalları ve programlar incelendiğinde, lisans düzeyindeki turizm bölümleri paralelinde bir yapılanma olduğu görülmektedir (Tablo 1.4). Türkiye'de ilk yüksek lisans programı İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'nde Turizm Enstitüsü'de 1964 yılında başlamıştır (Ünlüönen ve Boylu, 2005).

Netice olarak turizm eğitiminin hem dünyadaki hem de Türkiye'deki gelişimi incelendiğinde, eğitimin öncelikle konaklama ve restoran işletmelerinde söz konusu olan meslekler için işgücü yetiştirmek üzere kurslar ve enstitü programları ile başladığı, ortaöğretim düzeyinde mesleki ve teknik turizm liseleri ile devam ettiği ve en sonunda orta ve üst düzey yönetici adayları, aşçıları ve turist rehberleri yetiştirmek üzere yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi verilmeye başlandığı görülmektedir.

1.4. Türkiye’de Mesleki Turizm Eğitiminin ve Turizmle İlgili Mesleklerin Gelişimini Etkileyen Faktörler

Türkiye’de mesleki turizm eğitiminin ve turizmle ilgili mesleklerin gelişimini etkileyen bir çok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler ilgili yazından derlenerek aşağıda 9 başlık altında kısaca özetlenmiştir: 1) Turizm Eğitim Kurumlarının Kuruluş Yeri, Sayısı ve Düzeyi; (2) Turizm Eğitim Kurumlarına Öğrenci Seçimi ve Kontenjan; 3) Eğitim Kurumlarının Fiziksel İmkanları, Eğitim Araç-Gereçleri ve Uygulama İmkanları; (4) Ders Planları ve Eğitim; 5) Öğretim Elemanları; 6) Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Motivasyonu; 7) Staj Uygulaması; 8) Turizm Sektöründeki Mesleklerin Yasal Statüsü; 9) Turizm Sektöründe İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları ve Çalışma Şartları.

1.4.1. Turizm Eğitim Kurumlarının Kuruluş Yeri, Sayısı ve Düzeyi

Turizm eğitimi veren kurumlarla ilgili sorunlardan ilki bu kurumların bazılarının siyasi ve ticari baskılar sonucu yanlış merkezlerde, turizm endüstrisinin fazla gelişmediği yerlerde açılmış olmasından kaynaklanmaktadır (Korzay, 1992; İçöz, 1994a, 1994b; Kozak, 1999; Timur, 1992, 1994). Turistik merkezlere uzak, turizm işletme belgeli tesis sayısının çok az veya yetersiz olduğu yerlerde açılan eğitim kurumları öğretim elemanı bulmakta, öğrencilere staj ve uygulama eğitimi yaptırabilecek tesisi organize etmekte ve sektörle ilişki kurmakta zorluk çekmektedir (Hacıoğlu, 1994; İlkiz ve Hitay, 1992). Turistik potansiyeli yüksek olmayan yerlerde kurulan eğitim kurumlarının eğitim öğretim döneminde uygulama ve staj imkanı sağlaması da mümkün olmamaktadır. Eğitim kurumlarının kuruluş zamanı ile ilgili olarak, yüksekokulların genellikle gerekli okul binası, araç ve gereçleri ve nitelikli öğretim elemanı hazır olmadan politik baskılarla zamansız açıldığı da ileri sürülen sorunlar arasındadır (Doğan, 1992).

Turizm eğitim kurumlarının sayıları ile ilgili sorun ise turizm sektörü için makro düzeyde işgören ihtiyacı tespiti yapılmamasından kaynaklanmaktadır. Turizm sektörünün ihtiyaç duyacağından fazla turizm yüksekokulu ve turizm fakültesi açılması genel bir sorun olarak görülmektedir (Denizer, 1994; Hacıoğlu, 1994; Kalkan,

1994; Kozak, 1992). Bunun sonucunda turizm işletmelerinde giriş seviyesinde ve orta kademedeki mesleklerde çalışacak personel için eğitim veren kurumlar yetersizken çok fazla sayıda üst ve orta kademe yönetici adayları yetiştirilmeye çalışılmakta ve ara ve temel düzeylerde çalışacak personel ihmal edilmekte, böylece sektörün işgücü talebi karşılanmamaktadır (Ağaoğlu, 1992). Turizm sektörünün ihtiyacının üzerinde yönetici adayı mezun olmasının sonuçlarını Doğan (1992:135) şöyle özetlemektedir: ‘Öğrencilerin çoğu turizm sektöründe iş bulamadığı için başka alanlara kaymakta ya da işsiz kalmaktadır. İş bulanların çoğu ise alt kademedeki işlerde çalışmakta, çok azı yönetim kadrolarına gelebilmektedir. Bu durumda daha alt düzeyde eğitim veren kurumların mezunları ile aralarında hiçbir fark kalmamaktadır. Böylece bu yüksek okullara ve öğrencilere yapılan yatırım heba olmaktadır’. Aldığı eğitim seviyesinden daha düşük seviyelerdeki işlerde çalışmak zorunda kalan yükseköğretim mezunları iş tatminsizliği, motivasyon düşüklüğü yaşamakta ve uzun vadede turizm sektöründe çalışmamaktadır (Kusluvan v.d. 2010).

1.4.2. Turizm Eğitim Kurumlarına Öğrenci Seçimi ve Kontenjan

Turizm eğitim ve öğretimine öğrenci kabulünde gerek orta öğretim kurumlarında gerekse yükseköğretim kurumlarında öğrenci seçiminde başvuru merkezi sınav sistemi genel olarak eksik bulunmaktadır. Merkezi sınav neticesinde öğrenciler çoğu zaman turizm sektörünü ve bu sektörde yapılan işleri ve meslekleri bilmeden turizm eğitimi ve öğretimi veren okulları seçmekte, yetenek sınavı ve görüşme yöntemi ile seçilmeden, istedikleri okula değil puanları yeten okula tesadüfen, hatta istemeyerek kayıt yaptırmaktadırlar (Ağaoğlu, 1991, 1992; Arsoy, 1992; Hacıoğlu, 1994; Kalkan, 1994; Kozak, 1992; Özmersi ve Ayata, 1992). Gerekli mesleki yönlendirme yapılmadan, turizm sektöründeki meslekler hakkında yeterli bilgi verilmeden, kişi-meslek uyumu tespit edilmeden, mülakat yapılmadan, kişilikleri turizm sektöründeki meslekleri yapmaya uygun olmayan öğrencilerin turizm eğitim kurumlarına alınması büyük sorunlar yaratmaktadır (Denizer, 1994; Kusluvan ve Kusluvan, 2000). İstekli olmadan turizm eğitimi alan veya turizm sektöründe çalışmaya yapısı uygun olmayan öğrenciler mezuniyet sonrası turizm sektöründe çalışmamaktadır (Kozak, 1992; Kusluvan ve Kusluvan, 2000).

Turizm eğitim öğretim kurumlarına kabul edilen öğrenci sayıları (kontenjan) ile ilgili olarak okullara fiziki kapasitelerinin üzerinde öğrenci alınması önemli bir sorun olarak ilgili yazında vurgulanmaktadır. Merkezi sistemle alınan öğrenci sayısı karşısında eğitim öğretim kurumlarının fiziki açıdan yetersiz kaldığı, kalabalık sınıflarda ve laboratuvarlarda nitelikli turizm eğitiminin yapılmasının zor olduğu, yüksek öğrenci sayısının staj yeri bulunmasını zorlaştırdığı dile getirilen sorunlar arasındadır (Doğan, 1992; Hacıoğlu, 1992, 1994; İçöz, 1994a, 1994b; Kozak, 1992; Timur, 1992, 1994). Ancak son yıllarda özellikle yükseköğretimde turizm işletmeciliği alanına olan öğrenci talebinde bir düşme olduğu ve Anadoluda bulunan üniversitelerin ön lisans ve lisans kontenjanlarının dolmadığı gözlemlenmektedir (TUADER, 2018).

Yukarıda da görüldüğü üzere turizm eğitim kurumlarına öğrenci seçiminin sadece yazılı sınava göre yapılması ve kişilik özelliklerinin ve yeteneklerinin dikkate alınmaması, ortaöğretim düzeyinde mesleki yönlendirmenin iyi yapılmaması ve öğrenci kontenjanının fazla olması mesleki turizm eğitimini olumsuz etkilemektedir.

1.4.3. Eğitim Kurumlarının Fiziksel İmkanları, Eğitim Araç-Gereçleri ve Uygulama İmkanları

Turizm eğitiminin kalitesini belirleyen unsurlardan biri de kuşkusuz eğitimin verildiği fiziksel ortam, eğitim araç-gereçleri ve uygulamalı eğitim imkanlarıdır. Bu konuyla ilgili yazında turizm eğitim öğretimi verilen okulların turizm eğitimine uygun olmayan binalarda yapıldığı ve fiziksel imkanlarının yetersiz olduğu belirtilmektedir (Ağaoğlu, 1991, 1992; Arsoy, 1992; Denizer, 1994; Doğan, 1992; İçöz, 1994b; Kalkan, 1994). Doğan'a göre 'modern binaları, laboratuvarları, kütüphanesi, spor tesisleri olan bir üniversite kompleksinde öğrenim görme hayaliyle gelen öğrenciler büyük düş kırıklığına uğramakta, moralleri bozulmakta, okula ve derslere ilgi ve bağlılıkları azalmaktadır' (1992:133). Turizm eğitiminin gerektirdiği uygulamalı eğitim için ihtiyaç duyulan araç gereç, mekan, tesis, laboratuvar ve öğretim elamanı eksikliği söz konusudur (Ağaoğlu, 1991, 1992; Aktaş, 1992; 1994; Arsoy, 1992; Denizer, 1994; Doğan, 1992; İçöz, 1994b; Kalkan, 1994; Kozak, 1999). Uygulamalı eğitim için imkanlar bulunmadığından, verilen bilgiler uygulamayla pekiştirilmediği için kolayca unutulmaktadır (Timur, 1992, 1994). Ayrıca okulların uygulama

laboratuvarları olmaması sebebi ile yaparak öğrenme gerçekleşmemektedir (Doğan, 1992; Denizler, 1994; Hacıoğlu, 1992; 1994).

1.4.4. Ders Planları ve Eğitim

Turizm eğitim kurumlarında ders planlarının ve müfredatın belirli ölçüde standartlaştırılmaması, derslerin kredi saatlerinin ve türlerinin farklılık göstermesi de turizm eğitimi ve yetiştirilen meslek erbabının kalitesini etkileyen faktörlerden birisidir (İçöz, 1994b; Kozak, 1992; Yıldız, 1994). Turizmle ilgili eğitim öğretim programlarında daha çok kavramsal ve teorik derslere yer verilmesi ve uygulamalı derslere fazla önem verilmemesi de eleştirilen konulardan biridir (Timur, 1992, 1994). Daha da önemlisi, ders planları ve müfredat belirlenirken sektörün ihtiyaçlarının ve beklentilerin dikkate alınmadığı, uygulanan programların sektörün istediği bilgi ve beceriyi vermekte yetersiz kalması, bu nedenle de öğrencilerin turizm sektöründe istihdam edilebilirliklerinin düşük olduğu öteden beri eleştirilen konuların başındadır (Ağaoğlu, 1991, 1992; Kozak, 1999; Turizmi Geliştirme ve Eğitim Vakfı, 1994). Ders planlarında turizm endüstrisinin gereksinimlerine göre değil, eğitim kurumlarındaki mevcut öğretim elemanlarının verebileceği derslere göre düzenlenmesi de sorunlar arasında gösterilmektedir (Kozak, 1992; Yıldız, 1994). Bu arada sadece turizm sektöründeki profesyonel yöneticilerin talepleri doğrultusunda ders planı geliştirmenin sakıncalarına da dikkat çekilmiştir (Yıldız, 1994). Derslerde okutulan materyallerin turizm sektörünün uygulamalarının gerisinde kalması, modern eğitim-öğretim yöntem ve araçlarının kullanılmaması, öğrenci merkezli, analitik ve eleştirel düşüncenin geliştirilmesine yönelik müfredatın yetersizliği ve fazla ders çeşidi ve ders yükü de eleştirilen konular arasındadır (Hacıoğlu, 1994; Kozay, 1992; Kozak, 1999, Timur, 1992; Yıldız, 1994). Buna ilaveten ortaöğretim düzeyinde verilen turizm eğitimi ile yükseköğretim düzeyinde verilen turizm eğitimi arasında bir koordinasyonun olmadığı, bu nedenle özellikle turizm meslek lisesinden sonra yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin benzer içerikte turizm eğitimi aldığı belirtilmektedir (Hacıoğlu, 1994). Turizm eğitiminden sorumlu Milli Eğitim Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu ve Turizm Bakanlığı arasında koordinasyon olmadığı gibi eğitim kurumları ile turizm sektörü arasında da koordinasyon ve işbirliğinin olmamasının turizm eğitiminin kalitesini ve bu alandaki mesleklerin

gelişimini olumsuz etkilediği belirtilmektedir (Ağaoğlu, 1992). Turizm eğitimi ile ilgili diğer bir sorun da verilen yabancı dil eğitiminin yabancı dil öğretiminde etkili olamamasıdır (Kozak, 1999; Timur, 1992, 1994).

Özetle, ders planlarının ve ders müredatlarının belirli ölçüde standartlaştırılmamış olması, ders planlarının sektörün ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde düzenlenmesi, ders içeriklerinin kavramsal ve teorik olması ve uygulamalı becerilere yer verilmemesi turizm eğitiminde önemli eksiklikler olarak görülmektedir.

1.4.5. Öğretim Elemanları

Öğretim elemanları ve öğretmenler kuşkusuz mesleki turizm eğitiminin ve bu alanda meslek sahibi olacak kişilerin niteliğini ve kalitesini belirleyen en önemli unsurlardan biridir. Turizm eğitim kurumlarında turizm eğitimi almamış, sektörde çalışma ve uygulama deneyimi bulunmayan öğretmenlerin ders vermesi, farklı uzmanlık alanlarına sahip yeterli öğretim elemanı bulunmaması, ders yüklerinin fazla olması gibi sorunların turizm eğitimi olumsuz etkilediği ilgili yazında dile getirilmektedir (Ağaoğlu, 1992; Aktaş, 1992, 1994; Arsoy, 1992; Boyacı, 1992; Doğan, 1992; Hacıoğlu, 1994; Kozak, 1992, 1999; Timur, 1992). Liyakata dayalı olmayan personel seçiminin ve yükseltmelerinin de eğitim kalitesini etkilediği belirtilmektedir (Korçay, 1992). Özetle turizm eğitimi veren öğretim elemanlarının farklı uzmanlık alanlarına sahip olmamaları ve uygulama deneyimlerinin olmaması turizm eğitimi etkileyen faktörlerden bazılarıdır.

1.4.6. Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Motivasyonu

Turizm eğitimi alan öğrenciler arasında genel olarak motivasyonun düşük olduğu bilinmektedir (Kusluvan, Kusluvan, İlhan ve Buyruk, 2010). İlgili yazında bu motivasyon düşüklüğünün çeşitli sebeplerine işaret edilmektedir. Bu sebepler şu şekilde özetlenebilir: Öğrencilerin turizm endüstrilerini tanımadan ve istemeyerek, tesadüfen veya mecburen turizm eğitimi almak zorunda kalmaları (İçöz, 1994b; Özmersi ve Ayata, 1992); Öğrencilerin özellikle staj döneminde ağır çalışma koşullarına maruz kalmaları ve kötü çalışma koşullarını görmeleri (İçöz, 1994b); Mesleğin toplumsal olarak saygın olmaması, Türk kamuoyu'nda itibar edilen bir iş olmaması (Ağaoğlu, 1992; İçöz, 1994b); Turizm sektöründeki mesleklerin çoğunun

yasal açıdan meslek olarak kabul edilmemesi ve yasal dayanağı olmaması (İçöz, 1994b); Eğitim kurumlarının kuruluş yeri, yetersiz fiziki imkanları, yetersiz öğretim elemanları ve eğitim araç gereçlerinin ve eğitim kalitesinin genel olarak öğrencilerin motivasyonunu olumsuz etkilemesi; Öğrencilerin değer yargılarının ve kişiliklerinin bu sektörde çalışmaya uygun olmadığını tespit etmeleri (Teng, 2008). Yazında bahsedilen tüm bu sebepler öğrencilerde motivasyon eksikliğine sebep olmakta ve bunun sonucunda mesleki turizm eğitiminin ve turizm ile ilgili mesleklerin kalitesinde düşme söz konusu olabilmektedir.

1.4.7. Staj Uygulaması

Mesleki turizm eğitimi alan öğrencilerin, eğitim öğretimlerinin bir parçası olarak, kavramsal ve teorik olarak öğrendikleri bilgileri uygulamaları ve uygulamadaki farklılıkları görmeleri ve sektörde çalışma deneyimi edinmeleri için staj yapma yükümlülükleri vardır. Gerek ortaöğretim düzeyinde gerekse yükseköğretim düzeyinde stajların sağlıklı olarak yapılmasını engelleyen birçok sorun olduğu belirtilmektedir. Bu sorunlar konu ile ilgili yazından derlenerek aşağıda özetlenmiştir (Ağaoğlu, 1992; Aktaş, 1992, 1994; Denizer, 1994; Hacıoğlu, 1992, 1994; İçöz, 1994b; İlkiz ve Hitay, 1992; Kuşluyan, 2016; Özkan, 1992; Özmersi ve Ayata, 1992):

1. Her ne kadar mesleki eğitim ve staja ilişkin hususlar 2001 yılında çıkarılan 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanununda düzenlenmiş ise de eğitim kurumlarının ve turizm işletmelerinin üzerinde anlaştığı ve her iki tarafın rollerini ve sorumluluklarını belirten resmi bir staj yönergesi veya hukuki çerçeve olmadığı için turizm işletmeleri staj şartlarını ve stajyer öğrencilerle olan ilişkilerini ve çalışma şartlarını kendi inisiyatiflerine göre ve kendi lehlerine göre düzenlemektedirler.
2. Turizmin fazla gelişmediği ve turistik tesislerin olmadığı veya yetersiz olduğu bölgelerde kurulan turizm eğitim ve öğretim kurumları öğrencilere uygulama ve staj yapacak tesisi bulmakta zorlanmaktadır.
3. Staj yapılan işletmelerin coğrafi dağınıklığı, öğretim elemanı sayısının yetersizliği ve maddi imkanların kısıtlı olması sebebiyle staj yapan öğrenci öğretim kurumları tarafından denetlenememektedir.

4. Turizm eğitim ve öğretim kurumları, staj yeri bulma organizasyonu veya koordinasyonu ile fazla ilgilenmediği için öğrenciler staj yapacakları işletmeleri bulmakta zorluk çekmektedirler.
5. Eğitim kurumları stajı eğitimin bir parçası ve devamı olarak görürken, sektör stajyer öğrenciye ucuz veya bedava işgücü olarak bakmaktadır.
7. Staj süreleri çoğu eğitim öğretim kurumunda yetersizdir ve staj koşulları sağlıksızdır.
8. Stajyer öğrencilere genelde çok düşük ücret ödenmekte veya hiç ücret ödenmemekte ancak geçici personel gibi çalıştırılmaktadır.
9. Stajyer öğrenciler günde sekiz saatten fazla çalıştırılmakta ve fazla çalıştıkları saatler için ücret ödenmemektedir.
10. Öğrenciler daha çok geçici ve ucuz işgücü olarak aynı bölüm ve işlerde çalıştırılmakta ve turizm eğitimi gerektirmeyen basit işlerde çalıştırılmaktadır. Öğrenciler staj süresince değişik departman ve işlerde rotasyon usulü işbaşı eğitimi görememektedir.
11. İşletmelerde stajyer öğrencilerin eğitiminden sorumlu olan usta-eğitmen (monitör) kadroları bulunmamaktadır. İşletmeler tarafından stajyer çalıştırma veya eğitimi zorunlu olmadığı gibi, böyle bir gelenekte henüz yerleşmemiştir. Turizm işletmelerinde stajyer öğrencilerin eğitiminden sorumlu ve onların stajına katkıda bulunacak personel genelde yetersizdir ve öğrencilere staj süresince gerekli pratik eğitim verilmemektedir.
12. Daimi kadroda çalışan personel stajyer öğrencilere bilgi aktarmak istememektedir. Yöneticiler mesleki eğitim almış elaman ile almamış elaman farkını gözetmemektedirler.
13. Stajyer öğrencilere aşırı yüklenme ve onlardan becerilerinin üstünde iş istenmesi söz konusudur. Öğrenciler tesiste eğitimin dışında hamal gibi çalıştırılmakta, sıradan işçi muamelesi yapılmakta ve profesyonel kadro tarafından hor görülmektedir.

14. Stajyer öğrenciler ile diğer personel arasında mektepli-alaylı çekişmesi, staj yapan öğrencileri olumsuz etkilemektedir.

Türkiye’de yapılan bir çok çalışma staj döneminde olumsuz çalışma şartlarıyla karşılaşan turizm eğitimi alan öğrencilerin staj deneyiminden sonra turizm sektöründe çalışma motivasyonlarının düştüğünü ve bu sektörde çalışmaya karşı olumsuz tutum geliştirdiğini göstermektedir (Kusluvan, Kusluvan ve Eren, 2003). Öğrencilerin turizm işletmeciliği eğitiminin gereği olarak staj uygulaması yapması ve yazında belirtilen sorunlardan biri ya da birkaçı ile karşılaşması, aldıkları eğitim boyunca motivasyonlarında düşme ve sonrasında turizm sektöründe çalışmaya ilişkin olumsuz tutum geliştirme ile sonuçlanabilir.

1.4.8. Turizm Sektöründeki Mesleklerin Yasal Statüsü

Turist rehberliği dışında turizm eğitimi almış kişilerin mesleki statüsü ile ilgili herhangi bir yasal düzenleme olmaması da hem turizm eğitimi hem de turizmdeki mesleklerin benimsenmesini etkileyen başka bir sorundur. Turist rehberliği mesleği dışında, turizm sektöründe yer alan mesleklerde çalışabilmek veya yönetici olabilmek için yasal bir şart yoktur. Turizm işletmelerinde çalışacak personelin hangi eğitimi alması gerektiği, hangi düzeyde eğitim alanların hangi iş ve mesleklerde çalıştırılabileceği yasayla belirlenmemiştir. Sadece Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’te 4 yıldızlı oteller için toplam personelin %15’inin, beş yıldızlı otellerde ise %30’unun konusunda eğitim almış olması zorunluluğu vardır. Bu eğitimin süresi, seviyesi ile ilgili hiç bir açıklama bulunmamaktadır. Bu durumda turizm sektöründe çalışabilmek için 1-2 günlük sertifikalı eğitime katılmak yeterli olabilmektedir. Başka bir deyişle turizm sektöründe yerine getirilen meslekler yasal olarak meslek olarak görülmemekte ve meslekteki ünvanları koruyan yasal düzenleme bulunmamaktadır (Denizer, 1994; Timur, 1992, 1994). Bu sebeple turizm eğitimi kurslarından, otelcilik ve meslek liselerinden, iki yıllık meslek yüksekokullarından ve dört yıllık turizm fakültelerinden mezun olanlar çoğu zaman aynı işi yapabilmektedir (Doğan, 1992; Hacıoğlu, 1992). Bu gerçekler hem okul döneminde öğrencilerin motivasyonunu azaltmakta hem de mezuniyet sonrası çalışma huzurunu bozmaktadır.

Bütün bu olumsuzluklar turizm eğitimi alanların hem okul döneminde motivasyonunu düşürmekte hem de mezuniyet sonrası turizm sektöründe çalışma isteğini ve niyetini olumsuz etkilemektedir. Mezuniyet sonrası öğrenciler turizm endüstrisinde ya hiç çalışmamakta ya da belirli bir süre çalıştıktan sonra bu sektörde çalışmaktan vazgeçmektedirler. 1990 yılında yapılan bir araştırmaya göre önlisans ve lisans düzeyinde turizm eğitimi veren yüksekokullardan mezun olan 5408 öğrenciden 1206'sının yani ancak %22.3'ünün sektörde istihdam edilmiş olduğu anlaşılmaktadır; yani yükseköğretim mezunlarının %77.7'si turizm sektörü dışında çalışmaktadır (Ağaoğlu, 1992).

1.4.9. Turizm Sektöründe İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları ve Çalışma Şartları

Turizm sektöründe çalışma şartları ve insan kaynakları yönetimi uygulamaları da turizm eğitimi ve turizm sektöründeki mesleklerin gelişimini ve geleceğini etkilemektedir. Turizm sektöründe uzun ve düzensiz çalışma saatleri, düşük ücret, ağır işyükü, işlerin rutinliği ve monotonluğu, iş güvencesi olmaması, terfi imkanlarının sınırlılığı, işlerin mevsimsel olması, aileye zaman ayıramama, iş yerinde psikolojik tacizin yüksekliği, yönetici ve çalışanların olumsuz tutum ve davranışları, iş kaynaklı stres ve hastalıkların yüksekliği, yöneticilerin çalışanları profesyonel bir biçimde yönetmemesi, personelin yeterli düzeyde eğitilmemesi ve yetkilendirilmemesi, hiyerarşik ve otokratik yönetim uygulamaları gibi olumsuz çalışma şartları ve insan kaynakları yönetimi uygulamaları söz konusudur (Baum, 1995, 2005; Guerrier, 1999; International Labour Organisation, 2001; Mullins, 1995; Kusluvan, 2003; Kusluvan v.d. 2010; Wood, 1997). Bu şartlar ve uygulamalar bir taraftan çalışanların motivasyonun düşmesine, iş tatminsizliğinin artmasına ve turizm sektöründen ayrılmasına neden olurken diğer taraftan da turizm eğitimi almak isteyenleri caydırıcı rol oynamaktadır.

1.5. Damga Kavramı

Yunanlılar, damga kelimesini kesilerek veya yakılarak suçluların, kölelerin ve hainlerin vücutlarında oluşturulan işaretler ve damgalar için kullanırdı ve bu işaretler ve damgalar kişileri lekeli, kusurlu, farklı ve ahlaksız olarak niteliyor ve kamuya ait

yerlerde bu kişilerden kaçınılması gerektiği anlamını taşıyordu (Bos, Pryor, Reeder ve Stutterheim, 2013; Goffman, 1963). ‘Tarihsel olarak damga, bu işaretleri vücudunda taşıyanlar açısından taşıyıcıların farklı ve ahlaki olarak kötü olduğunu ima ediyordu’ (Herek, 2009:66). Günümüzde damga çok farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Damga kelimesinin kavramsallaştırılması, ‘arzu edilmeyen farklılık’ olarak tanımlayan Goffman ile başlar (1963:5). Goffman’a göre damga, ‘damgalananı zihnimize bir tam insandan ziyade kusurlu ve değersiz bir kişiye dönüştüren derin bir itibarsızlığı belirten nitelik’ olarak tanımlamıştır (1963:3). Bu itibarsızlığa genellikle önyargı, reddetme, statü kaybı ve güçsüzlük eşlik etmektedir (Link ve Phelan, 2001). Fiziksel bir işaret olsun ya da olmasın günümüzde damga sosyal olarak onaylanmayan niteliği veya itibarsızlaştırıcı sosyal farklılığı ima etmektedir ve bu da kusurlu sosyal kimliğe ve düşük sosyal statüye yol açmaktadır (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013; Goffman, 1963; Pryor ve Reeder, 2011). Damga, bireylere, gruplara veya belirli şartlara yönelik olarak etiketleme, olumsuz basmakalıp inançlar, ön yargı ve ayrımcılık içeren olumsuz tutum olarak da tanımlanmaktadır (Pryor ve Reeder, 2011; Corrigan, 2004; Werner, Corrigan, Ditchman ve Sokol, 2012). Bir başka deyişle damga, ‘belirli özellikleri taşıyan, belirli bir gruba veya kategoriye ait kişilere toplumun kolektif olarak olumsuz bakması (küçük görmesi) ve düşük statü ve güçsüzlük atfetmesidir’ (Herek, 2009: 441). Damga kavramını kapsamlı bir şekilde ele alan Link ve Phelan (2001:382) damga ve güç (iktidar) arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir ve damganın ‘etiketleme, basmakalıp yargılar, ayırma, statü kaybı ve ayrımcılığın birlikte oluştuğunu ve bu süreçlerin oluşmasına müsait iktidar ortamında ortaya çıktığını’ belirtmektedir’.

Damga, sosyal etkileşimler sonucu sosyal ve kültürel olarak oluşturulan ve tanımlanan bir yapıdır ve damgalamaya yol açan sosyal farklılıklar ve anlamları kültüre, toplumsal gruplara, zamana ve duruma göre değişebilir (Crocker, Major ve Steele, 1998; Major ve O’Brien, 2005; Jones vd., 1984; Pryor ve Reeder, 2011). Dahası yukarıda ifade edildiği üzere damgalanan nitelikler, davranışlar veya gruplar toplumdaki güç ilişkilerine bağlıdır ve damga etiketini daha güçsüz olan başkalarına yapıştırma gücünün olduğu bağlamlarda ortaya çıkar (Herek, 2009; Link ve Phelan, 2001). Damga, bir yandan toplumda hangi niteliklerin veya grupların değerli olduğu,

hangilerinin aşağılandığı ve bunun farklı durumlarda nasıl değiştiği konusunda ortak bilgiyi ifade ederken, diğer yandan toplumun normal tanımından ve anlayışından farklı olan ve bireyin değerini düşüren niteliği veya durumu ifade eder (Crocker, Major, ve Steele, 1998; Goffman, 1963; Jones vd., 1984). ‘Damganın bir derecesi vardır ve kalıcı bir kötü durumu belirtir’ (Link ve Phelan, 2001:377). Damga, açık veya aleni olabileceği gibi (kaçınma, dışlama, reddetme, sosyal dışlama, suçlama, şiddet, fiziksel mesafe koyma, duyarsızlık, kaba sosyal davranışlar, iletişim ve etkileşimden kaçınma, dikkate almama, değersizleştirme, canavarlaştırma ve başkalarını basmakalıp kişiliksiz karikatürlere dönüştürme gibi) veya kapalı ve örtük (içkin) (rahatsızlığın beden dili ile ifade edilmesi ve olumsuz tepkiler) olabilir (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013, Herek, 1999, Pryor, Reeder, ve Landau, 1999). Belirli bir kişisel veya sosyal duruma olumsuz tepki olarak damga, ‘olumsuz tutum’ veya ‘kategorik olumsuz değerlendirme eğilimi’ olarak bir çeşit önyargı olarak görülebilir (Pryor ve Reeder, 2011: 791).

1.6.1. Damganın Sınıflandırılması

İlgili literatür incelendiğinde toplumda ortaya çıkabilecek birbiriyle dinamik bir biçimde ilişkili olan dört tür damgadan bahsedilmektedir. Bunlar toplumsal (sosyal) damga, benlik damgası, ilişkilendirmiş damga ve kurumsal damgadır (Pryor ve Reeder, 2011).

1.6.2. Toplumsal Damga

Toplumsal veya sosyal damga ‘sosyal bir niteliğin veya özelliğin değersizliği konusundaki fikirbirliğidir’ (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013: 2). Toplumsal damga ‘bazı niteliklerin veya özelliklerin belirli ortamlarda değersiz bir toplumsal kimlik anlamına geldiğini ifade eder’ (Crocker, Major ve Steel, 1998: 505). Toplumsal damga ‘genel olarak halk damgalanan durum konusunda basmakalıp olumsuz yargıları onaylar ve damgalanana karşı ayrımcılık yaptığında ortaya çıkar’ (Jones ve Corrigan, 2014: 18). Toplumsal damga, genel olarak damgalayan bir etiketle (yaftayla) ortaya çıkar ve toplumda damgalanan konusunda fikirbirliği ne kadar yüksekse yafta da o kadar kuvvetli olur (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013). Toplumsal damga diğer damga türlerinin temelidir ve bilişsel, duygusal ve davranışsal olumsuz tepkiler

ve unsurlar içerir (Pryor ve Reeder, 2011). Toplumsal damganın bilişsel ögesi damgalanan durumla ilgili ‘olumsuz basmakalıp yargılardan’ veya ‘ortak inançlardan’ oluşur ve bu da neticede olumsuz duygusal tepkilere ve davranışlara yol açar (Dijker ve Koomen, 2003; Pryor ve Reeder, 2011). Bir bakıma toplumsal damga, toplumun basmakalıp olumsuz yargıları, önyargıları ve ayrımcılığı onaylayarak ve hayata geçirerek bir kişiye veya gruba karşı olumsuz değerlendirmesini ve tutumunu ifade eder (Corrigan, Roe ve Tsang, 2011).

1.6.2. Benlik Damgası

İkinci bir damga türü benlik damgasıdır ve çoğunlukla toplumsal damgalamanın farkındalığı/bilinci ve deneyimlenmesi sonucu oluşur. Benlik damgası damga taşımanın veya damgalanmış olmanın toplumsal ve psikolojik etkisini yansıtır. ‘Benlik damgası, damgalanan durumla ilgili olumsuz duyguların ve inançların potansiyel olarak içselleştirilmesi ve damgalanmaya maruz kalma kaygısından oluşur’ (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013: 2). Toplumsal damga, birey üzerindeki etkisini **uygulanan, hissedilen ve içselleştirilen damga** yoluyla göstermekte ve benlik damgası yaratmaktadır (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013).

Uygulanan damga toplum tarafından damgalayıcı muamelelerle karşılaşmayı ve damgalanmış gibi davranılmayı ifade eder (Pryor ve Reeder, 2011, s.792). Uygulanan damga, damgalanan durumu veya değersizleştirilmiş niteliği olduğu düşünülenlere karşı toplum tarafından açık ve aleni olumsuz ifadeleri ve davranışları içerir (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013, Herek, 2009). Toplumsal damgaya maruz kalanlar, başkalarının gözünde sürekli itibarsızlaştırılır, değersizleştirilir, küçük görülür ve olumsuz davranılır (Stutterheim vd., 2011).

Hissedilen damga aynı zamanda tahmin edilen damga (Pryor ve Reeder, 2011), damga bilinci (Herek, 2009; Pinel, 1999; Scambler, 1989) damga farkındalığı (Kamise, 2013); toplumsal damga farkındalığı, algılanan damga, klişe (basmakalıp yargı) farkındalığı (Herek, Saha, Burack, 2013; Corrigan, Watson, ve Barr, 2006; Phillips, Moneyham, ve Tavakoli, 2011; Vogel, Wade ve Hackler, 2007) olarak da ifade edilmektedir. Hissedilen damga, ‘damgalanan bireyin kendi damgalanmış statüsünün sürekli olarak bilincinde olması ve bu nedenle başkaları tarafından

kalıplaşmış olumsuz yargılara maruz kalacağına ilişkin beklentisidir (Herek, 2009: 444, Pinel, 1999). Bir başka deyişle hissedilen damga ‘damgalanmış bir durumu olan bireyin damgalanma beklentisi ve deneyimidir’ (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013: 3). Hissedilen damga damgalanan birey için toplumsal damgalamanın algılanması, farkındalığı ve bilincidir. Bireyler değersizleştirilen ve itibarsızlaştırılan durumları karşısında damga farkındalığı bakımından farklılaşmaktadır (Pinel ve Bosson, 2013).

İçselleştirilmiş damga, ‘bir bireyin kişisel olarak damgayı kendi değer sisteminin ve benliğinin bir parçası olarak kabul etmesidir’ (Herek, 2009: 445). Bir başka tanıma göre içselleştirilmiş damga, ‘olumsuz anlamlar taşıyan damganın benliğe uygulanmasıdır’ (Frost, 2011: 827). Bazı yazarlar benlik damgasını içselleştirilmiş damga ile eşanlamda kullanmasına rağmen (Herek, 2009; Corrigan ve Watson, 2002, Livingston ve Boyd, 2010), son yıllarda içselleştirilmiş damga benlik damgasının bir ögesi veya şekli olarak kavramsallaştırılmıştır (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013). Bir bakıma içselleştirilmiş damga, toplumsal damganın birey tarafından benimsenmesi ve kabullenilmesidir. Bu anlamda içselleştirilmiş damga kişinin kendi benliğine karşı olumsuz duygular, düşünceler ve inançlar taşımasıdır (Corrigan vd., 2006; Herek, Gillis ve Cogan, 2009; Herek, Saha ve Burack, 2013). Toplumsal damga birey tarafından içselleştirildiğinde, birey toplumun damgalanan durumu olumsuz değerlendirmesini kabul eder ve buna bağlı olarak kendi damgalanan durumuna karşı olumsuz bilişsel, duygusal ve davranışsal tepkiler gösterir (Herek, 2007, 2009; Herek, Saha ve Burack, 2013). İçselleştirilmiş damga, ‘bireyin kendi damgalanan durumuna karşı kendisinin olumsuz tutum göstermesini ifade ederken, damgalanmamış çoğunluğun da damgalanana karşı olumsuz tutumunu, yani önyargısını ifade eder’ (Herek, 2009: 445). İçselleştirilmiş damga genellikle hissedilen damga ve uygulanan damganın sonucunda ortaya çıkar (Pryor ve Reeder, 2011). İçselleştirilmiş damganın ortaya çıkabilmesi için ‘bireyin toplumsal damganın bilincinde olması, bu olumsuz basmakalıp kategorik değerlendirmeleri kabul etmesi ve bu damgayı kendi benliğine uygulaması gerekmektedir’ (Jones ve Corrigan, 2014: 18).

1.6.3. İlişkilendirilmiş Damga

Damga sadece damgalananı etkilememektedir. Damgalı bireylerle veya durumlarla ilişkilendirilenlere karşı da olumsuz tutumlar ve damgalama söz konusu olabilmektedir. İlişkilendirilmiş damga, ‘damgalı bir kişi ile ilişkili olan kişilere karşı gösterilen sosyal ve psikolojik tepkiler veya damgalı kişilerle ilişkili kişilere insanların verdiği tepkilerdir’ (Pryor ve Reeder, 2011: 791). Örneğin damgalanmış bir akıl hastası ya da meslek sahibi ile ilişkilendirilenlere (ailesi veya arkadaşları) karşı da basmakalıp olumsuz yargılar söz konusu olabilmektedir. Bir bakıma damga, damgayı taşımayanlara da transfer edilebilmekte ve damgalanan ile yakından ilişkili olanlar da damgalananın değersizliğini kısmen de olsa paylaşmakta ve olumsuz değerlendirmeye ve muameleye maruz kalabilmektedir (Goffman, 1963).

1.6.4. Kurumsal Damga

Damgalama sadece toplumun veya bireylerin olumsuz basmakalıp önyargısı, değerlendirmesi, tutum ve davranışı değildir. Devletin resmi kurumları, çeşitli siyasal ideolojiler, partiler veya özel kurumlar da bireyleri veya grupları damgalayabilmekte veya mevcut damgayı onaylayabilmektedir. Yapısal damga olarak da adlandırılan kurumsal damga, ‘damgalı bir statüyü veya durumu toplumun kurumları ve ideolojik sistemleri ile meşrulaştırması ve sürdürmesidir’ (Pryor ve Reeder, 2011: 791). Bir başka tanıma göre kurumsal damga sosyopolitik güçler tarafından damgalanan grupların fırsatlarını ve imkanlarını sınırlayan devlet veya özel sektör kurumlarının politikalarıdır (Corrigan ve Kleinlein, 2005). Makro ve geniş toplumsal ve kamusal yapılar ve uygulamalar, damgalanan grupların fırsat eşitliğini ve kaynaklara ulaşmasını sınırlayabilir ve ayrımcılık oluşturabilirler. Yapısal veya kurumsal damga ile ilgili olarak Krupchanka ve Thornicroft (2016:127) şu hususların altını çizmektedir: ‘Kurumsal yapılar toplumun genel yapısı ve işleyişi ile ilgili olduğundan ve güç toplumda çok geniş gruplar tarafından paylaşıldığından, damgalamayı yapan kişi veya grupları tespit etmek mümkün olmayabilir; bu nedenle kurumsal damga çoğu zaman kurumların işleyişinde örtük ve dolaylı olarak kurallar ve hukuki düzenlemeler içerisine gizlenmiştir ve geleneklerle devam ettirilir’.

1.7. Damganın Etkileri

Algılanan damga ve bu damganın içselleştirilmesi bireylerin fiziksel ve psikolojik sağığına, özsaygısına ve yaşam fırsatlarına zarar verebilir (Croker, Major ve Steel, 1998; Herek, 2007, 2009; Major ve O'Brien, 2005, Stutterheim, vd., 2009). Damgalanan grup ya da birey açısından damga, birçok olumsuz etkiye sahip olabilmektedir. Genel olarak toplum damgalılara karşı otomatik basmakalıp olumsuz davranışlar gösterebilir ve ayrımcılık yapabilir (Major ve O'Brien, 2005). Damga, damgalanan bireylerin ya da grupların fiziksel ve psikolojik sağığını olumsuz etkileyebileceğı gibi, fırsat eşitliğı, kaynaklara ulaşma ve yaşam şansı açısından da zararlı sonuçlar doğurabilir (Croker, Major ve Steel, 1998; Herek, 2007, 2009; Major ve O'Brien, 2005, Stutterheim vd., 2009). Daha özelde damga, depresyon, stres, kaygı, öfke, korku, utanç, yabancılaşma, suçluluk, düşük benlik saygısı, değersiz sosyal kimlik, yalnızlaşma, sosyal bağların azalması ve sosyal desteğın azalması gibi olumsuz psikolojik ve sosyal sonuçlar doğurabilir ve damga evliliğı, maddi durumu, bireylerarası ilişkileri, istihdamı, eğitimi, akademik başarıyı, ölüm yaşını, sağık ve boş zaman hizmetlerine erişimi ve sosyal etkinliklere katılımı etkileyebilir (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013; Frost, 2011; Kranke, Floersch, Kranke ve Munson, 2011; Link, Yang, Phelan, ve Collins, 2004; Link v.d. 2001; Major ve O'Brien, 2005; Manos, Rush, Kanter ve Clifford, 2009; Van Brakel, 2006). Damga, damgalanan kişide damgalayana karşı öfke, kızgınlık, kaygı, acıma ve korku yaratır (Link, Yang, Phelan ve Collins, 2004). Ancak insanlar damgalı durumlarının veya statülerinin farkında olmalarına rağmen toplumsal damgayı kabul etmeyebilirler veya içselleştirmeyebilirler (Croker, Major ve Steel, 1998). Bu durumda damganın ve damgalanmışlığın yukarıda bahsedilen olumsuz etkileri ortaya çıkmayabilir.

Damgalanmışlık durumlarının veya statülerinin farkında ve bilincinde olma bakımından insanlar birbirinden farklı olabilir ve durumsal faktörler de damga bilincini veya farkındalığını etkileyebilir (Pinel ve Bosson, 2013). Hissedilen damgaya karşı insanların tepkileri de farklı olabilir. Damgalanan kişiler değersizleştirilmelerine kızgınlıkla tepki gösterebildikleri gibi, duyarsız kalabilirler veya damgayı içselleştirerek kabul edebilirler (Corrigan ve Watson, 2002).

Özetle, damga çoğu zaman damgalanan üzerinde fiziksel, psikolojik ve sosyal olumsuz etkiler doğurmaktadır. Ancak damgalan bireyler damga bilinci, damgaya verilen tepkiler bakımından birbirinden farklılaşmaktadır.

1.8. Damgalama Kavramı

Damgalama en geniş anlamıyla damga oluşturma sürecidir. Damgalama ‘arzu edilmediği düşünülen bir niteliğe dayalı olarak, bir bireyi veya grubu değersizleştirmektir’ (Paetzold, Deepboy, Elsbach, 2008: 479). Damgalama bir açıdan toplumsal ilişkiler yoluyla arzu edilmeyen ve tehlikeli öteki ve bizden olmayan yaratma sürecidir (Takahashi, 1997). Daha önce tartışıldığı üzere damgalama, damgalamaya konu olan şey hakkında olumsuz duygu, düşünce ve davranış eğilimleri içerir. Damgalama damgalamaya konu olan grupların farklı özelliklerinin belirlenip onlara ayrımcılık yapılması sürecini ifade eder. Bu nedenle damgalama aynı zamanda kötüleme, utanç, suçlama ve ayrımcılık içeren bir niteleme ve yargılama şeklidir (Feiring, Taska ve Lewis, 1998).

Link ve Phelan (2001: 367) damgalama sürecini ayrıntılı olarak şöyle ifade etmektedirler: ‘İlk aşamada insanlar, insana ait farklı özellikleri belirlerler ve etiketlerler. İkinci aşamada, hakim kültürel inançlar etiketlenen kişileri istenmeyen özellikler ve olumsuz basmakalıp yargılarla ilişkilendirir. Üçüncü aşamada, etiketlenen kişiler, biz ve onlar şeklinde kategorileştirmek için ayrı gruplara bölünürler. Dördüncü aşamada etiketlenen kişiler statü kaybına ve eşitsizliğe yol açan ayrımcılığa maruz kalırlar. Son aşamada ise damgalama yani farklılığın tespiti, basmakalıp yargıların oluşturulması, etiketlenen kişilerin ayrı kategorilere ayrılması ve onaylamama, ret etme, dışlama ve ayrımcılığın hayata geçmesi sosyal, ekonomik ve siyasi güce bağlı olarak gerçekleşir’.

Damgalamaya konu olan durumlar ve şartlar çok çeşitli olabilir. Damgalanan konular veya durumlar arasında ırk, cinsiyet, etnik grup, grup üyeliği, hastalık, uyumsuz kimlik ve davranışlar, engellilik, fiziksel görünüm, karakter zayıflığı, sosyo ekonomik statü, meslekler, işler ve daha bir çok nitelikler, durumlar ve şartlar olabilir (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013, Crocker ve Major, 1989; Kamise, 2013, Phelan vd., 2008; Wildes, 2005). Damgalama sonucu oluşan basmakalıp yargılar ve

olumsuz değerlendirmeler toplumda yaygındır ve herkes tarafından bilinir (Major ve O'Brien, 2005). Ancak damgalama, toplumsal olduğu kadar, kişilerarası ve bireysel seviyelerde de olabilmektedir (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013).

1.9. Damgalamanın Nedenleri ve İşlevi

Sosyal anlamda damgalamanın bütün toplumlarda sıkça görülmesi damgalamanın damgalamayı yapan birey, grup veya toplum açısından bir takım işlevleri olduğu anlamına gelmektedir (Crocker, Major ve Steele, 1998). Crocker, Major ve Steele'e göre (1998) damgalama nedenleri damgalamanın işlevleriyle ilgilidir ve damgalamanın dört temel işlevi vardır: 1) Kendini iyi hissetme ve özsaygıyı arttırma; 2) Grup kimliğini ve saygısını arttırmak; 3) Belirli bir sosyal, ekonomik veya politik sistemi/yapıyı meşrulaştırmak; 4) Terör yönetimi. Bu işlevler aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Kendini İyi Hissetme ve Özsaygıyı Güçlendirme: Başka bireyleri veya grupları damgalamak ve aşağılamak suretiyle özsaygılarını arttırabilirler ve böylece kendilerini daha iyi hissederler (Wills, 1981). İnsanların başkalarını ve başka grupları aşağılaması, önyargıyla olumsuz davranması kendinden aşağı gördüğü bir hedef oluşturur ve bu hedefe kıyasla kendini daha üstün hissederek özsaygısını arttırabilir (Wills, 1981). Özellikle öz benliğine tehdit algılayanlar ve özsaygısı yüksek olanlar başka kişileri ve grupları daha fazla damgalamaktadır (Crocker, Major ve Steele, 1998; Wills, 1981). Bu yaklaşım iki açıdan yetersiz kalmaktadır. Birincisi, bu teori stigmanın toplumun geniş kesimlerinin aynı grupları veya olayları damgalama konusunda neden fikir birliğinde olduğunu açıklamaz (Gardner, 1994). İkincisi, bu yaklaşım damgalanan bireylerin veya grupların kendi değersizleştirilmiş kimliklerini kabul ettiğini de açıklayamaz (Jost ve Banaji, 1994).

Grup Kimliğini ve Saygısını Güçlendirmek: Sosyal kimlik teorisine göre başka grupları aşağılamanın nedeni bireysel olmaktan öte olumlu kolektif kimlik veya grup kimliği oluşturmaktır (Tajfel ve Turner, 1979). İnsanların ait olduğu grup dışındakileri küçümsemesi ve aşağı görmesi daha değersiz olan bir grup yaratılmasını ve bu gruba kıyasla ait olunan grubun daha üstün ve değerli olduğu hissi oluşur. Grup içi önyargısı ve grup içi üstünlük duygusu ise başka gruplara karşı ayrımcılığa yol açabilir (Crocker,

Major ve Steele, 1998). Başka grupların değersizleştirilmesi ve damgalanması grupların rekabet içinde olması ve grupların tehdit altın olması durumunda daha olası ve yoğundur (Crocker, Thomson, McGraw ve Ingerman, 1987). Kolektif özsaygısı ve olumlu sosyal kimliği olan bireylerde grup içi önyargı ve başka grupların aşağılanması ve değersizleştirilmesi daha yüksektir (Crocker ve Luhtanen, 1990).

Özetle hem birey hem de grup açısından damgalama bireyin, başka bireylere veya ait olmadığı gruplara kıyasla özsaygısını ve olumlu sosyal kimliğini güçlendirerek psikolojik olarak üstünlük sağlamasına yardımcı olur (Kurzban ve Leary, 2001). Bu konuyla ilgili yapılan araştırmalar damgalamanın özsaygı ve olumlu sosyal kimlik arayışını hem damgalayana hem de damgalanana göre bir rolü olduğunu ancak bu ilişkinin doğrudan olmadığını göstermektedir (Kurzban ve Leary, 2001).

Belirli Bir Sosyal, Ekonomik veya Politik Sistemi/Yapıyı Meşrulaştırmak: Her toplumda farklı gruplar arasında eşitsizlikler söz konusudur ve damgalamanın işlevlerinden biri de gruplar arasındaki bu eşitsizliği meşrulaştırmaktır (Jost ve Banaji, 1994). Daha yüksek statüde veya iyi şartlarda bulunan gruplar, kendi durumlarını haklı göstermek ve meşrulaştırmak için damgalama yapabilirler ve böylece ayrıcalıkları hak ettiklerini ve toplumsal sistemin veya yapının adil olduğunu hissedebilirler (Jost ve Banaji, 1994; Major, 1994). Sosyal baskınlık (hakimiyet) teorisine göre toplumdaki gruplar arasındaki eşitsizlikleri meşrulaştırmak ve böylece gruplar arasındaki çatışmayı azaltmak için gerçekliği kendinden menkul 'hiyerarşi meşrulaştıran mitler' ve ideolojiler yaratılır ve gruplar arasındaki eşitsizlik ve ayrımcılık meşrulaştırılır (Pratto, Sidanius, Stallworth, Malle, 1994). Çeşitli sosyal gruplar arasındaki basma kalıp yargılar, etnik önyargılar, milliyetçilik, kültürel elitizm, cinsiyetçilik, meritokrasi ve dünyanın adil olduğuna inanç bu mitlerden bazılarıdır (Crocker, Major ve Steele, 1998; Pratto, Sidanius, Stallworth, Malle, 1994). Sosyal sistemi veya yapıyı meşrulaştırmaya çalışan bu ideolojiler, mitler veya sembolik değerler genellikle damgalanan bireyleri veya grupları damgadan sorumlu tutar (Crandall, 1994). Sistemi ve yapıyı meşrulaştırma yaklaşımı toplumda hangi grupların damgalanacağı ve değersizleştirileceği konusunda yaygın bir fikirbirliğinin olmasını da açıklar (Jost ve Banaji, 1994). Sistemi/yapıyı meşrulaştırma yaklaşımı belirli grupların kültürlerarası ve tarihin her döneminde damgalanmasını ve sosyal, ekonomik ve politik yansımaları

olmayan damgalamaları (örneğin, şişmanlık, akıl hastalığı) açıklayamamaktadır (Kurzban ve Leary, 2001).

Terör Yönetimi: Terör yönetimi teorisine göre, ne zaman nerede nasıl olduğunu bilmese bile eninde sonunda öleceğinin bilinci insanlarda ölüm kaygısı veya terör yaratır (Solomon, Greenberg ve Pyszczynski, 1991). İnsanlar bu ölüm kaygısını baskılamak için rastgele ve anlamsız olan bu dünyaya bir anlam ve nizam atfetmek için mutlak ve gerçek olduğuna inandığı kültürel bir dünya görüşü benimser ve bu dünya görüşüne değer verir (Crocker, Major ve Steele, 1998). Bu çerçevede damgalama kültürel normlardan ayrılan ve farklı olanları dışlamak ve değersizleştirmek için ortaya çıkar. Çünkü kültürel normlardan sapan bireyler ortak dünya görüşü konusunda fikir birliği olmadığını gösterir ve bağlanılan dünya görüşünün mutlak doğruluğunu ve geçerliliğini tehdit ederler (Solomon, Greenberg ve Pyszczynski, 1991). Dolayısıyla toplumda farklı dünya görüşleri olanlar, bir dünya görüşüne bağlı insanların varlıksal kaygı yaşamalarına ve kendi değerlerini kültürel değerler ile özdeşleştiren kişilerde özsaygı azalmasına yol açabilir (Crocker, Major ve Steele, 1998). Bu nedenle damgalama kültürel normlardan sapanları değersizleştirme ve aşağılama işlevi görür.

Damgalamaya ve önyargıya konu olan özellikler veya nitelikler konusunda yapılan başka bir çalışmaya göre damgalama büyük ölçüde sosyal olarak oluşturulmakta ve yere ve zamana göre değişmektedir (Phelan, Link ve Dovidio, 2008). Bu çalışmaya göre damgalamanın üç işlevi vardır: 1) Sömürme / Hükmetme 2) Sosyal kuralları uygulamaya zorlama ve 3) Hastalıklardan kaçınma (Phelan, Link ve Dovidio, 2008). Bu işlevler de aşağıda kısaca açıklanmaktadır.

Sömürme/Hükmetme: Damgalamanın ve önyargının nedenlerinden ve işlevlerinden biri uygun ideolojiyle birlikte gelen sömürme ve hükmetme niyetidir (Phelan, Link ve Dovidio, 2008). Baskın grupların daha fazla güç ve kaynaklara sahip olması için toplumda bazı grupların daha az güce ve kaynaklara sahip olması gerekmektedir. Bazı insanların emeği başkaları tarafından sömürülmektedir veya bazı insanlar hoş olmayan tehlikeli işler yaparken diğerleri bundan kaçınmaktadır (Phelan, Link ve Dovidio, 2008). İdeolojiler, damgalamalar ve önyargılar bu eşitsizlikleri toplumda sürdürmek

için geliştirilmiştir (Jost ve Banaji, 1994). Örneğin kölelik beyaz ve varlıklı zenginlerin bu zenginliğini devam ettirebilmeleri ve yapılan ayrımcılığı meşrulaştırmak için Afrikalı-Amerikalıların değersiz, tehlikeli ve aşağı olduğu ideolojisini yaymıştır (Morone, 1997). Kadınlara, düşük sosyo-ekonomik statüsü olanlara ve etnik azınlıklara yapılan damgalamanın da kaynağı sömürme ve hükmetmedir (Phelan, Link ve Dovidio, 2008).

Sosyal Kuralları Uygulamaya Zorlama: Damgalamanın bir başka nedeni toplumun normal saydığı tutum ve davranışlara uyumlu davranmayı zorlamaktır (Phelan, Link ve Dovidio, 2008). Burada amaç bir taraftan toplumsal normlara aykırı düşünen ve davrananları ayıplamak veya değersizleştirmek suretiyle toplumsal kurallara ve kimliğe göre davranmaya zorlama, diğer taraftan da toplumun diğer kesimlerine kabul edilebilir toplumsal davranışların ve kimliklerin sınırlarını ve bu sınırlara uymamanın sonuçlarını göstermektir (Braithwaite, 1989; Erikson, 1966). Bu tür damgalama toplumda homoseksüellere, çok eşliliğe, evlilik dışı ilişkilere, siyasi aykırılıklara, hırsızlığa, adam öldürmeye, tecavüze, sigara ve uyuşturucu kullanmaya karşı kullanılmaktadır (Phelan, Link ve Dovidio, 2008).

Hastalıklardan Kaçınma: Evrimsel bir bakış açısıyla damgalamanın işlevlerinden birisi de hastalıklardan ve engelli olmaktan kaçınmaktır. Bu yaklaşıma göre parazit bulaşan birey ve gruplardan kaçınma ve sağlıklı bir biçimde hayatta kalma da damgalamanın işlevlerinden biridir (Kurzban ve Leary, 2001). Bu yaklaşıma göre normal sağlıklı tipik türlerden sapan hastalıklı organizmalardan kaçınma evrimsel açıdan avantaj sağlayabilmektedir. Hastalık diye nitelendirilen bu nitelikler fiziksel (fiziksel asimetri, izler, yaralar vb.) olabileceği gibi kas kontrol sistemindeki hasar nedeniyle davranışsal anormallikler de olabilir (Kurzban ve Leary, 2001). Hastalıktan kaçınmaya dayalı damgalama insanın evrimsel geçmişi ile ilgilidir ve bu yaklaşım görünür hastalıkların, fiziksel bozuklukların, fiziksel hastalıkların ve hatta gözle görülemeyen hastalıkların (psikolojik rahatsızlıklar) damgalanmasına yol açabilir (Phelan, Link ve Dovidio, 2008).

Damgalamanın yukarıda verilen işlevlerine ilişkin sınıflandırma ile örtüşen benzer bir sınıflandırma da evrimsel açıdan yapılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre

damgalama üç işlevi yerine getirmektedir: ikili işbirliği ve mübadele yapılacak kötü sosyal gruplardan (güvenilmez, kaynakları sınırlı, aldatan) kaçınmak, kendi grubunda olmayanları dışlamak ve sömürmek ve hastalıklardan kaçınmak olarak belirlenmiştir (Phelan, Link ve Dovidio, 2008). Bu sınıflamaların dışında damgalamanın işlevleri arasında bireysel ve kültürel tehdit algılamalarına karşı koruma sağlama (Stangor ve Crandall, 2000), suçluluk ve kaygıyla baş etme (Allport, 1954), bilgi işlemeyi kolaylaştırma (Allport 1954; Hamilton ve Trolhier, 1986), rekabette grup avantajı sağlama (Allport 1954; Feagin, 2000; Tajfel ve Turner 1979) gibi işlevler sayılmaktadır.

Yukarıda ifade edildiği üzere damgalamanın olumsuz sonuçlarının yanında olumlu sonuçları da olabilmektedir. Damgalama sosyal ve örgütsel kontrolü kolaylaştırır, sosyal olarak arzu edilen davranışları teşvik eder, suçluların davranışlarını damgalayarak toplumun ve örgütün düzenli varlığına, damgalanan grubun güçlenmesine, kolektif hareketlerin ortaya çıkmasına ve istikrarlı grup kimliklerinin oluşmasına yardımcı olabilir (Paetzold, Dipboye ve Elsbach, 2008).

1.10. Mesleki Damga ve Mesleki Damga Bilinci Kavramları

Mesleki damga, herhangi bir meslek ve o mesleği icra edenlere karşı ‘olumsuz tutum ve davranış’ veya ‘kategorik olumsuz değerlendirme eğilimi’ olarak tanımlanabilir. Bir başka deyişle, mesleki damga bir mesleğe ve mensuplarına karşı yaftalama (etiketleme), basmakalıp olumsuz yargılar, önyargı ve ayrımcılık içeren olumsuz tutum ve davranışları ifade etmektedir. Damgalanan meslekler ve mensupları kalıplaşmış önyargılarla itibarsızlaştırılır, değersizleştirilir, statü kaybına uğratılır, güçsüzleştirilir ve aşağılanır.

Mesleki damga bilinci ise herhangi bir mesleğin damgalanmasının algılanması ile ilgili bir kavramdır. Mesleki damga bilinci/algısı veya farkındalığı herhangi bir meslekle ilgili olarak mesleğin değerini düşüren olumsuz basmakalıp önyargılara ve değerlendirmelere ilişkin bilinç/algı ya da farkındalık olarak ifade edilmektedir (Pinel, 1999; Wildes, 2005). Bireylerin meslekleriyle bağlantılı olarak kendi ‘damgalanmış durumlarının ve statülerinin sürekli bilincinde ve farkında olma derecesi’ (Brown ve

Pinel, 2003: 627; Pinel ve Paulin, 2005: 345) mesleki damga bilinci veya damga farkındalığı olarak tanımlanmaktadır.

1.11. Mesleki Damga Bilincinin Etkileri

Genel olarak mesleki eğitim, akademik olarak daha kolay, daha az prestijli, emek yoğun ve kas gücüne dayalı olarak görülmekte ve daha düşük sosyo-ekonomik statüyle ve dezavantajla ilişkilendirilerek sosyal açıdan damgalanmaktadır (Al Heeti ve Brock 1997; Chong, 2014; Herrera, 2003; European Centre for the Development of Vocational Training, 2014; Stevenson, 2005; Oketch 2007; Vlaardingerbroek ve El-Masri, 2008).

Mesleki damga bilincinin ya da farkındalığının sonuçları yeni araştırılmaya başlayan konulardan biridir. Hizmet sektörünün ekonomilerdeki payı ve hizmet sektörü ile ilgili meslekler artmasına rağmen, çalışanların hizmet sektöründeki iş ve mesleklerle kendilerini özdeşleştirmeleri, bu mesleklere ve işlere karşı tutumları konusunda çok az şey bilinmektedir (Shantz ve Booth, 2014). Shantz ve Booth (2014) Birleşik Krallıklarda 22 çağrı merkezinde 132 kişiyle yaptıkları araştırmada mesleki damga bilinci ile mesleki özdeşleşme, anlamlı iş ve örgütsel üretim normlarından sapma arasındaki ilişkiler incelenmiş ve bu ilişkileri düzenleyici veya şartlı değişken olarak kişinin temel özdeğerlendirmesinin etkileyip etkilemediğine bakılmıştır. Araştırma sonucunda temel özdeğerlendirmeleri yüksek olan çalışanlar açısından mesleki damga bilinci ile mesleki özdeşleşme ve işin anlamlılığı arasında negatif bir ilişki, mesleki damga bilinci ile örgütsel üretim normlarından sapma davranışı arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Temel özdeğerlendirmeleri düşük olan çalışanlarda ise mesleki damga bilinci ile mesleki özdeşleşme ve işin anlamlılığı arasında pozitif bir ilişki, mesleki damga bilinci ile örgütsel üretim normlarından sapma davranışı arasında negative bir ilişki tespit edilmiştir. Bu çalışmada genel olarak çalışanların kendileri ile ilgili görüş ve değerlendirmelerinin, damgalanmış işlerine veya mesleklerine karşı tutum ve davranışlarını etkilediği ortaya konmuştur (Shantz ve Booth, 2014). Mesleki damga bilinci ile ilgili bir başka çalışma Kanada’da sokak seks işçileri ile yapılmıştır. Kanada’nın Vancouver şehrinde 2006-2008 yılları arasında sokak seks işçisi olan 252 kadınla yapılan bu araştırmada seks işçilerinde mesleki damgalanmışlık bilincinin yüksek olduğu, işlerini ailelerinden, akrabalarından ve

toplumdan gizledikleri ve bu durumun sağlık hizmetlerine erişimi engellediği tespit edilmiştir (Lazarus, Deering, Nabess, Gibson, Tyndall, ve Shannon, 2012). Japonya’da yapılan bir başka çalışmada erkeklere gece kulüplerinde eşlik eden ve damgalanmış bir meslek olan “kyaba-cula” hosteslerinin özsaygılarını korumak için başvurdukları baş etme stratejileri incelemiştir (Kamise, 2013). Tokyo’da 92 kadınla yapılan araştırmada kadınların mesleki damga bilincinin yüksek olduğu, kadınların hem genel özsaygılarını hem de mesleki benlik saygısını korumak için en çok kullandıkları baş etme yönteminin ‘sosyal katma değer’ sağladıklarını düşünmeleri olduğu ortaya konmuştur (Kamise, 2013). Yine genel özsaygıyı korumak için en çok kullanılan baş etme stratejisinin gelir ve çalışma şartları açısından sosyal kıyaslama olduğu bulunmuştur (Kamise, 2013). Yüksek mesleki damga bilincine rağmen gelir ve çalışma şartları açısından sosyal kıyaslama kadınların özsaygısını arttırmak için kullandığı stratejilerden biridir. Yine diğer bir çalışmada kadınların aileye katma değer sağladıklarını düşünmeleri de uyumsuzluk hislerini azaltmaya yardımcı olmuştur (Kamise, 2013). Avusturalya’da altını tutamayan yaşlı insanlara bakım hizmeti veren hemşirelerle ilgili bir başka çalışmada, altına tutamayanlara hizmet veren hemşirelerin ve bakım personelinin mesleki statüsünün bakım merkezindeki diğer mesleklere, hemşirelik mesleğine ve genel olarak toplumda daha düşük olarak algılandığı tespit edilmiştir (Ostaszkievicz, O’Connell ve Dunning, 2016). Damgalanan işleri yapan bakım personelinin düşük statü ve damga ile baş etmek için mevcut duruma ve işe alışma/uyum gösterme, kendisini işle ilişkilendirmeme/özdeşleştirmeme, kendini işten uzaklaştırma, yerine getirdiği rolü yüceltme ve yeniden tanımlama gibi yöntemleri kullandıkları tespit edilmiştir (Ostaszkievicz, O’Connell ve Dunning, 2016). Çinde 90 kişi ile görüşme yöntemiyle yapılan başka bir araştırmada ise kırsal kesimden kentlere çalışmak üzere göçenlerin fakir, pis, cahil, şiddete meyilli, şehirlilere tehdit ve şehrin kamu kaynaklarını tüketenler olarak damgalandıkları görülmüştür (Li, Stanton, Fang ve Lin, 2006). Bu kişilerin ayrımcılığa ve adil olmayan muameleye ve dışlanmaya maruz kaldıkları ve depresyon, özsaygı azalması, kaygı bozukluğu, sosyal yalnızlık gibi psikolojik sağlık sorunları yaşadıklarını ortaya koymuştur (Li, Stanton, Fang ve Lin, 2006). Daha çok kuramsal olan ve matematiksel modelleri içeren başka bir çalışmada düşük statülü veya damgalanmış meslekleri yapmak için insanların normal olarak yaşadıkları ve tanındıkları yerlerden başka yerlere göç ettikleri böylece

sosyal olarak aşağılanmaktan kaçındıkları iddia edilmiştir (Fand ve Stark, 2011). Dolayısıyla mesleki damga bilincinin sonuçlarından biri de insanların sosyal olarak aşağılanmamak bu tür işleri yapmaya devam etmek için normal olarak yaşadıkları yerden ayrılmalarıdır.

Yukarıda ifade edildiği üzere, hem doğu (Çin, Japonya) hem de batı (Kanada, Büyük Britanya, Avustralya) kültürlerinde çağrı merkezi, kulüp hostesliği, sosyal bakım hizmetleri ve sokak seks işçiliği gibi alanlardaki mesleki damganın mesleki özdeşleşme, işin anlamlılığı, mesleki normlara uyma, özsaygı ve sosyal statü üzerinde olumsuz etkileri olduğu bulunmuştur.

1.12. Turizm Sektöründe Mesleki Damga

Basit kategoriler yaratıp, bu kategorileri bilinçsizce ve otomatik olarak negative basmakalıp yargılarla ilişkilendirmek tipik bir damgalama şeklidir (Link ve Phelan, 2001). Damgalayan kişi bu sayede bilişsel kaynaklarından tasarruf ve ‘bilişsel verimlilik’ sağlar (Link ve Phelan, 2001). Yaratılan kategori veya grup içinde çok fazla değişkenlik olmasına rağmen etiketleme ve damgalama sürecinde aşırı basitleştirme ve genelleme gerekmektedir (Link ve Phelan, 2001). Turizm sektörü çok farklı endüstrilerden, farklı büyüklüklerdeki işletmelerden ve çok farklı işlerden ve mesleklerden oluşmasına rağmen, aşırı genelleme yapılarak turizm sektöründeki bütün işler tek bir ana kategoride toplanarak ‘turizm işi’ veya turizm mesleği’ şeklinde etiketlenmekte ve değerlendirilmektedir (Jiang ve Tribe, 2009). Dolayısıyla turizm sektöründeki bütün işler ve meslekler basmakalıp önyargılarla olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Turizm sektöründe mesleki damga turizm sektöründeki işlere ve mesleklere toplumun olumsuz bakması, düşük statü ve güçsüzlük atfetmesidir (Pinel ve Paulin, 2005). Turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin genel olarak düşük statülü olarak algılandığını, sosyal olarak damgalandığını, küçümsenen ve aşağılanan bir statüsü olduğunu söylemek mümkündür (International Labor Office, 1989; Jiang ve Tribe, 2009; Kusluvan, 2003; Szivas ve Riley, 1999; Walmsley, 2004). Dolayısıyla bu sektörde işlerin ve mesleklerin damgalanması çalışanlara da yansımakta ve dolaylı olarak çalışanlar damgalanmakta, küçümsenmekte ve aşağılanmaktadır. Pizam (1982:5) bu sektörde çalışanların ‘eğitimsiz, motivasyonsuz, beceriksiz ve verimsiz’ olarak algılandığını belirtmektedir. Aşağıda turizmdeki işlerin ve mesleklerin nasıl

damgalandığına ve aşağılandığına ilişkin literatürde daha önce yürütülen araştırmalar verilmektedir.

Her şeyden önce turizm ve ağırlama sektöründe istihdam edilmek ‘bir fırtınada herhangi bir liman’ (Szivas ve Riley, 1999) ve turizm sektörü ‘gerçek bir iş bulana kadar çalışılacak bir sektör’ (Harris, 2009) veya birinin kariyerinde ‘geçilecek endüstri’ (Wood, 1995; Woods, 1999) olarak değerlendirilmekte, sürekli ve düzenli olarak çalışılacak bir sektör olmadığı ima edilmektedir. Aynı zamanda turizm sektörü bir ‘göçmenler sektörü’ şeklinde de etiketlenmektedir (Szivas ve Riley, 1999). Yine ağırlama sektöründeki işletmeler istihdam ve çalışma şartları bakımından ‘kara delik’ (Black Hole) (Guest ve Conway, 1999), ve ‘kasvetli ev’ (Bleak House) (Deery, Walsh ve Knox, 2001; Slavnic, 2003) şeklinde damgalanmaktadır. Bütün bu damgalar genel olarak turizm sektörünün çalışma şartları bakımından iyi olmayan, pek tercih edilmeyen veya edilmemesi gereken bir istihdam alanı olduğunu ima etmektedir.

Buna ilaveten turizm sektöründeki meslekler ve işler için küçümseyici etiketlerin ve damgaların da yaygın olarak kullanıldığı ilgili yazından anlaşılmaktadır. Konuyla ilgili literatür incelendiğinde genel olarak turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin, ‘mak işleri’ -Mc Donalds da yapılan işler- (McJobs-) (Lindsay ve McQuaid, 2004) köfte döndürücü (burger flippers), kat/oda temizleyici/hizmetçisi (chamber-maids) (Deller, 2010), diplomalı garson, pis iş, aşağılık iş, sonu/geleceği olmayan iş (Hughes, 1971, Faulkner ve Patiar, 1997; Saunders ve Pullen, 1987), miki faresi işleri (Mickey Mouse jobs) (Walmsley, 2004), köle/hizmetçi işleri (Dreher, Carrion, ve Silverira, 2013), sosyal ve kültürel marjinallerin yaptığı işler (Palmer, Cooper ve Burns, 2010), düşük becerili, fiziksel olarak zor ve yorucu, ilginç olmayan, yalnız, rutin, kadınların yaptığı, düşük ücretli, mevsimsel, düşük statülü işler (Shamir, 1975; Ellis, 1981; Powell ve Watson, 2006; Saunders ve Pullen, 1987) ve ‘beden işleri’ (Wolkowitz, 2002) şeklinde ifade edildiği ve değersizleştirildiği görülmektedir.

Turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin dolayısıyla çalışanların damgalanarak küçümsenmesinin ve aşağılanmasının çok çeşitli nedenleri ileri sürülmektedir. Bu nedenlerden bir tanesi turizm sektöründe yapılan işlerin insan emeğine dayalı kişisel hizmet içermesi ve yemek pişirme, servis yapma, temizlik

yapma gibi kişisel hizmetlerin genellikle kölelerle, hizmetkarlarla ve kadınlarla ilişkilendirilmesidir (Ashforth ve Kreiner, 1999, Dreher, Carrion, ve Silverira, 2013; Guerrier, 1999; Purcell, 1993). Turizm sektöründeki işlerin damgalanmasının ikinci nedeni, bu sektördeki mesleklerin çok fazla bilgiye, beceriye ve eğitime ihtiyaç duymadan yapılabileceğine olan inançtan kaynaklanmaktadır (International Labour Organisation, 2001; Riley, 1996). Guerrier (1999) bu varsayımın turizmdeki işlerin bilgi ve beceri içeriğinin ölçümüne dayanmadığını, turizm sektöründeki işlerin toplumda düşük statülü olduğu, bu nedenle düşük statülü insanlar tarafından yerine getirildiği ve bu nedenle düşük bilgi, beceri ve eğitim gerektiren işler olması gerektiği gibi yanlış döngüsel bir mantığa dayandığını belirtmiştir. Baum (1996; 2002) turizm sektöründeki işler için gerekli, bilgi, beceri ve eğitimin hiç de azımsanmayacak düzeyde yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Bu konuyla ilgili olarak Sachdev ve Wilkinson (1998) turizm sektöründe düşük ücretli işlerin toplumda dezavantajlı durumda bulunan insanlar tarafından yerine getirildiğini, çalışanlara düşük ücret ödenmesinin çalışanların bilgi ve becerilerinin olmamasından değil, bilgi ve becerilerin tanınmamasından ve bunlara değer verilmemesinden kaynaklandığını vurgulamaktadır. Turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin damgalanmasının üçüncü önemli nedeni bu sektördeki çalışma şartları ve insan kaynakları yönetimi ile ilgilidir. Turizm sektöründe ücretlerin düşük, ilerleme ve terfi fırsatlarının sınırlı, çalışma saatlerinin uzun, işlerin fiziksel olarak yorucu ve yıpratıcı, işlerin mevsimsel, yöneticilerin yönetim tarzının despotik, kaba ve sömürücü olması bu sektördeki işlerin damgalanmasında önemli faktörlerdir (Janta, Ladkin, Brown, Lugosi, 2011; Kusluvan v.d. 2010; Sachdev ve Wilkinson, 1998). Benzer şekilde iş güvencesinin olmaması, aile hayatı ile iş hayatının çatışması, çalışma saatlerinin sosyal hayatla uyumlu olmaması, oryantasyon ve eğitimin yeterli olmaması gibi faktörler de bu sektördeki işlerin değersizleştirilmesinde etkilidir (Kusluvan v.d. 2010; Kusluvan, 2003; Sachdev ve Wilkinson, 1998). Turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin damgalanmasının bir başka nedeni de kişisel ve toplumsal değerlerden kaynaklanmaktadır. Elbetteki bu değerlerin oluşmasında din, gelenekler ve turizm sektörü ile ilgili yukarıda sayılan olumsuz toplumsal değerlendirmeler etkili olmaktadır. Örneğin Asya bağlamında Singapur ve Japonya’da turizm sektöründeki işler düşük statülü olarak algılanmaktadır (Lee ve Kang, 1998). Bu durum Konfüçyus’un ‘iyi oğullar asker, garson ve amele

olmaz' sözüne, Konfüçyus felsefesinde boş zaman faaliyetlerini küçümsemeye ve bu sektördeki işlerin kadınların işi olarak görülmesine bağlanmaktadır (Pang, 2010:13). Yine Maldivlerde, turizm sektöründeki mesleklerin damgalanmasından ve kadınların ailevi sorumluluklarından (çocuklar ve ev işleri) uzaklaşmasına neden olan çalışma şartlarından dolayı, kadınların bu sektörde çalışmak istemediği tespit edilmiştir (Ministry of Tourism, Arts ve Culture Republic of Maldives, 2011). Benzer şekilde İslami kültürel değerlerin yoğun olarak benimsendiği ülkelerde turizm sektöründe çalışma özellikle kadınların itibarına zarar verebilir ve 'uygun olmayan işlerin' olduğu bir sektör olarak değerlendirilebilir (Shakeela, Ruhanen ve Breakey, 2010). Turizm sektöründe turistlerin uygun olmayan giyim şekilleri, cinsellik açısından liberal davranışları, domuz eti ve alkol sunulması, kumar oynanması islami açıdan günah ve yasak olan eylemler ve davranışlar bağlamında bu sektörde çalışmayı engelleyici olabilir (Afifi, 2014; 2015, Burns ve Cooper, 1997; Ritter, 1975; Henderson, 2003). Buna ilaveten turizm sektöründeki işlerde kadınların yabancı kültürden erkeklerle etkileşim içinde olması ve hizmet sunması, çocuklara ve ev işlerine zaman ayıramaması toplum, aile bireyleri ve eşler tarafından uygun bulunmayabilir, bu durumun kadının itibarını azalttığı düşünülebilir ve turizmde çalışmaya bu nedenlerle karşı çıkılabilir (Mazro'ei, 2010; Sonmez, 2001; Tuppen, 2013; Winckler, 2007).

Yukarıda sayılan sebeplerden dolayı turizm sektöründe işlerin sosyal statüsü ve saygınlığı genel olarak düşük olarak algılanmakta (Kusluvan, 2003; Pizam, 1982) ve böylece turizm sektöründeki işler ve meslekler damgalanarak değersizleştirilmekte ve aşağılanmaktadır. Turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin sosyal statüsü ile ilgili olarak Asya ülkelerinde (Lee ve Kang, 1998), Latin Amerika'da (Pizam, 1999) ve Doğu Avrupa'da (Pizam ve Telisman-Kosuta, 1989) yapılan görgül araştırmalar, konaklama işletmelerinde yönetici pozisyonları, rehberlik ve tur operatörlüğü endüstrisinde merkezi operasyonlarda istihdam dışında diğer işlerin ve mesleklerin düşük sosyal statüsü olarak algılandığını göstermektedir. Bunun neticesinde turizm sektörü, işgören devrinin yüksek olduğu, kadın, öğrenci, kısmi zamanlı, genç ve geçici çalışanların yoğunlukla istihdam edildiği, dezavantajlıların, göçmenlerin ve azınlıkların fazla olduğu, sendikalaşmanın çok sınırlı olduğu bir istihdam alanı olarak algılanmaktadır.

Benliği güçlendirme ve olumlu sosyal kimlik teorisine göre damgalama neticesinde insanlar olumsuz muameleye ve ayrımcılığa maruz kalırlar, sosyal statüleri düşer, önyargılı kalıplaşmış davranışlarla muhatap olurlar, sosyal kimlikleri değersizleşir ve özsaygıları düşer (Major ve O'Brien, 2005). Toplum tarafından düşük statülü, daha az değerli ve daha az önemli olarak damgalanan iş ve mesleklerde çalışanlar bu durumdan dolayı özsaygılarında ve olumlu sosyal kimliklerinin değerinde bir düşme yaşayabilirler (Saunders, 1981). Nitekim toplumun mesleklerine nasıl baktıklarına önem veren ve mesleki damga bilinci yüksek olan restoran çalışanlarıyla ilgili yapılan bir araştırmada, damga bilinci yüksek olan restoran çalışanlarının endüstriden ayrılmayı düşündükleri ve restoran endsütrisinde çalışmayı başkalarına tavsiye etmedikleri bulunmuştur (Palmer, Cooper ve Burns, 2010, Wildes, 2005). Ancak, insanların işlerinin veya mesleklerinin damgalanmışlığı konusunda bilinci veya farkındalığı farklı olabileceği gibi, mesleki damgayı içselleştirme (kabul etme ve benimseme) düzeyleri de çok farklı olabilir (Frost, 2011). İnsanlar, mesleklerin damgalanmış olduğunun farkında olsa bile bu duruma karşı tepkileri haklı bir öfke gösterme, damgayı umursamama, damgayı kabul etme ve içselleştirme ve damgayı kabul etmeme şeklinde olabilir (Major ve O'Brien, 2005; Corrigan ve Watson, 2002; Crocker, Major ve Steel, 1998). Benzer şekilde mesleki damgalamanın olumsuz sonuçlarında korunmak ve kaçınmak için insanların mesleki damga ile baş etme stratejileri de çok farklı olabilir. Turizm sektörü bağlamında düşük statülü ve damgalanmış turizm meslekleri ve işleri ile ilgili baş etme yöntemlerinden birisi 'kaçınma ve özdeşleşmeme' davranışdır (Pinel ve Bosson, 2013). Kaçınma davranışı, damgalamaya yol açan durumundan ve ortamlardan fiziksel ve psikolojik olarak kaçınmayı ve uzaklaşmayı ifade eder (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013, Crocker, Major ve Steel, 1998; Major ve Schmader, 1998; Major, Spencer, Schmader, Wolfe ve Crocker, 1998). Özdeşleşmeme ise 'insanın kendisini damgalanmış kimliğinden koparmasıdır' (Bos, Pryor, Reeder, ve Stutterheim, 2013: 3). Bireyler, olumsuz basmakalıp yargılarla damgalanan gruplar veya alanlarla kendilerini ilişkilendirmeyerek ve özdeşleştirmeyerek özsaygılarını ve değerlerini korumaya çalışırlar (Major ve O'Brien, 2005). Bu durumda birey özsaygısını damgalanan alan veya meslekten almaz ve damgalanan alan veya meslek bireyin özsaygısı açısından önemsiz hale gelir (Major ve O'Brien, 2005). Özdeşleştirmemenin bir başka türü

‘etiketten kaçınma’ dır (Corrigan, Roe ve Tsang, 2011). Etiketten kaçınanlar ‘damgalanmış durumlarının ve alanlarının farkındadırlar, hatta bunu kabul edebilirler, ancak bu damgayı kendilerine uygulamazlar ve damgalamaya yol açacak bütün gruplardan kaçınırlar’ (Corrigan, Roe ve Tsang, 2011: 37).

Turizm işletmeciliği eğitimi alan ve turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin damgalandığının farkında/bilincinde olan öğrenciler, özsaygılarını ve olumlu sosyal kimliklerini koruyabilmek için turizm sektöründe çalışmaya başlamak istemeyebilirler. Çalışmaya başlayanlar ise düşük statünün ve damgalanmış mesleğin sebep olduğu özsaygı ve olumlu sosyal kimlik azalması karşısında damgalanmış mesleklerden kaçınmak için turizm sektöründen ayrılmak isteyebilirler. Bu durumda öğrencilerin mesleki bağlılıklarının düşük olması beklenir. Öte yandan turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin düşük statülü ve damgalanmış olduğunu algılamayan, kabul etmeyen ve içselleştirmeyen öğrencilerin doğrudan veya mesleki benlik saygısı aracılığıyla mesleki bağlılıkları yüksek olabilir. Buradaki kavramsal ve kuramsal açıklamalardan hareketle bu çalışmada turizm sektöründe mesleki damga bilincinin mesleki bağlılığı ve mesleki benlik saygısını olumsuz etkileyeceği ve mesleki benlik saygısının bağımsız değişken olan mesleki damga bilinci ile bağımlı değişken olan mesleki bağlılık arasında aracı ve/veya düzenleyici değişken rolü oynayabileceği hipotezleri kurulmuştur. Bu nedenle bir sonraki bölümde mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılık kavramları irdelenecektir.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNDE MESLEKİ BENLİK SAYGISI VE MESLEKİ BAĞLILIK

2.1. Mesleki Benlik Saygısı

En geniş ve en yaygın anlamıyla benlik, ‘insanın kendisi ile ilgili temsil veya temsiller kümesidir (Swann ve Bosson, 2010: 591). Daha açık bir deyişle benlik ‘insanların kendileri hakkındaki inançları, değerlendirmeleri, algılamaları ve düşüncelerinin toplam kümesidir’ (Swann ve Bosson, 2010: 591 alıntı James, 1950). Benlik, insanların zihinsel olduğu kadar davranışsal olarak da kendilerini nasıl temsil ettiklerini ve tanımladıklarını kapsar (Baumeister, 1998). İnsanın kim olduğu ile ilgili belirli bilgiler, inançlar ve tanımlamalar kümesi ise benlik kavramını oluşturmaktadır (Myers, 2013). Benlik kavramı, insanların kendileriyle ve kim olduklarıyla ilgili bütünsel ve tutarlı bir öz bilgiye ve fikre sahip olduğu varsayımına dayanır (Baumeister ve Finkel, 2010). Ancak benlik kavramı birbiriyle tutarlı yekpare değerlendirme ve inançlardan oluşmadığı gibi zamanla da değişebilmektedir (Baumeister ve Finkel, 2010). Benlik saygısı veya öz saygı ise, ‘insanın genel olarak kendi değeri ile ilgili hissiyatı ve değerlendirmesidir’ (Myers, 2013: 50). Bir başka tanıma göre benlik saygısı ‘bir kişinin kendisini ne kadar olumlu değerlendirdiğinin ifadesidir’ (Baumeister ve Bushman, 2011: 81). Farklı konu ve alanlarla ilgili olarak (fiziksel çekicilik, başarı, zeka, meslek vb) bireyin kendisini olumlu değerlendirmesi benlik saygısını arttıracaktır (Crocker ve Wolfe, 2001; von Soest, Wichstrøm ve Kvaalem, 2016). Bu açıdan bakıldığında genel benlik saygısı, farklı konu ve alanlarda kendimizi olumlu değerlendirmelerin bir toplamı olarak ortaya çıkar. Bireylerin kendilerini olumlu değerlendirdiği ve özsaygısını dayandırdığı alanlar birbirinden çok farklı olabilir (Myers, 2013). Benlik saygısını oluşturan hususlar kişilerin fiziksel görünümü, spor veya müzikle ilgili yetenekler, çalışkanlık, ahlaki davranışlar, iyilikseverlik vb. ile ilgili olabilir.

Genel benlik saygısını oluşturan konu ve alanlardan bir tanesi de bireyin seçtiği mesleği ve onunla birlikte gelen mesleki benlik saygısıdır. Mesleki benlik saygısı, kişinin bir işteki kendi rolünün değerini ifade eder (Kunes-Connell, 1991). Daha açık bir ifade ile mesleki benlik saygısı ‘bireyin tercih ettiği mesleğine ilişkin geliştirdiği

değerlilik yargısı olarak ifade edilebilir' (Tekirgöl, 2011: 8). Başka bir deyişle mesleki benlik saygısı 'bireyin kendi mesleğine yüklediği önemi ve onu ne kadar değerli gördüğünü ifade eder' (Tekirgöl, 2011: 8). Mesleki benlik saygısı, bireyin mesleğine duyduğu saygının ve mesleğinden duyduğu gururun bir derecesi olarak yorumlanabilir. Bireyin seçtiği meslek ile ilgili yükleme ve tanımlamalardan duyduğu hoşnutluğun, gururun ve onurun derecesidir (Arıcak, 1999). Mesleki benlik saygısı insanın genel olarak mesleğinin veya işinin değeri ile ilgili hissiyatı ve değerlendirmesidir. Mesleki benlik saygısı mesleki uyum ve doyum için vazgeçilemez bir ön koşul olarak değerlendirilmektedir (Arıcak ve Dilmaç, 2003). Hem benlik saygısı hem de mesleki benlik saygısı bireyin önemli gördüğü insanların ve toplumun tutumlarından önemli ölçüde etkilenmektedir (Baloğlu, Karadağ, Çalışkan ve Korkmaz, 2006). Dolayısıyla toplumun çeşitli mesleklere ilişkin algılama ve değerlendirmeleri hem o mesleği yapanların benlik saygısını, mesleki benlik saygısını hem de çeşitli mesleklere karşı tutumunu ve bağlılığını etkileyebilir.

Meslek ve mesleki benlik saygısı, sosyal statüyü yansıtan bir gösterge olarak genel benlik saygısını etkileyen önemli bir unsurdur (Gentile vd., 2009; MacDonald, Saltzman ve Leary, 2003). Bireylerin seçtiği mesleğin, kişilik özellikleri ve yetenekleri ile uyumlu olması, mesleği bilerek ve isteyerek seçmesi, mesleki etkinlik, verimlilik, başarı ve memnuniyet açısından önemli hususlardır (Şener, Karaca, Açıkgöz ve Süzer, 2011). Benlik sistemiyle uyumlu bir meslek benliği güçlendirir, insanların daha başarılı olmalarını sağlar, ancak benliğiyle uyumsuz meslek sahipleri daha çok çatışma, stres ve doyumsuzluk yaşayabilirler (Baloğlu, Karadağ, Çalışkan ve Korkmaz, 2006; Super ve Bohn, 1970). Bireylerin seçeceği mesleğin kendi benlik algılamaları ile uyumlu olması yanında, hem kendileri hem de toplum tarafından önemli, değerli ve saygın bir meslek olarak algılanması gerekir. Çünkü bireyin toplumda göreceği saygı ve özsaygısı bir ölçüde mesleki benlik saygısına bağlıdır (Körükçü ve Oğuz, 2011). Bu durum mesleki benlik saygısının önemini gündeme getirmektedir. Çünkü kişinin yaptığı mesleğin toplumsal saygınlığı ne kadar yüksek ise kişinin mesleğine ilişkin benlik saygısı ve olumlu sosyal kimliği o kadar yüksek olur.

2.1.1. Mesleki Benlik Saygısını Etkileyen Faktörler

Mesleki benlik saygısını etkileyen faktörlere ilişkin yeterli çalışma bulunmamaktadır. Bir mesleği isteyerek seçmiş olmak, meslekle ilgili pozitif duygulara sahip olmak mesleki benlik saygısını pozitif etkileyen unsurlardır (Şener, Karaca, Açıkgoz ve Süzer, 2011). Cinsiyet ve seçilen meslekten pişmanlık duyma (Demir, Gürsoy ve Ada, 2011), kişilik özellikleri, kişilik-meslek uyumu, meslekle ilgili olumlu beklentiler (Altıntaş, 1989), mesleklerin benlik sistemiyle uyumlu olması, bireylerin kişilikleri ve benlikleri ile mesleğin özdeşleşmesi/bütünleşmesi, meslekle gurur duyma (Dilmaç ve Arıca 2003; Kuzgun, 1983; Sayın, 2003), mesleği yapmaya istekli ve yetenekli olma (Oral, 2004) gibi değişkenlerin veya faktörlerin mesleki benlik saygısını etkilediği tespit edilmiştir. Mesleki yetkinliğin mesleki benlik saygısını da olumlu etkilediği bulunmuştur (Gündem, 2009). Bunların dışında mesleklerden elde edilen gelirin, toplumun mesleklere atfettiği saygınlığın ve sosyal statünün, çalışılan sektörün ve işletmenin, meslekteki çalışma şartlarının da mesleki benlik saygısını etkilediğini söylemek mümkündür. Çünkü bu konular toplumun genel olarak dikkate aldığı ve insanların meslek seçerken etkilendiği değerlerdir.

2.1.2. Mesleki Benlik Saygısının Sonuçları

Mesleki benlik saygısı, meslek seçimini, meslekte verimliliği ve başarıyı, kişi-meslek uyumunu, iş tatmini ve mesleğe bağlılığı etkileyen önemli bir kavramdır. Bu nedenlerle insanlar kendi yetenekleri, kişilikleri ve değerleri ile uyumlu, geliri yüksek ve buna bağlı olarak da toplumda saygınlığı ve sosyal statüsü yüksek olan meslekler seçmek isterler. Öğretmen adaylarını kapsayan bir çok araştırmada mesleki benlik saygısı ile öğretmenlik mesleğine yönelik tutum arasında pozitif yönlü korelasyon olduğu bulunmuştur (Dilmaç, Çıkılı ve Işık ve Sungur, 2009; Girgin, Akamca, Ellez ve Oğuz, 2010). Düzce Üniversitesinde hemşirelik eğitimi alanlar arasında yapılan başka bir araştırmada mesleği kendi isteği ile seçen ve bölüme gelmeden önce hemşirelikle ilgili olumlu tutumu olan öğrencilerin mesleki benlik saygıları yüksek, hemşirelik bölümünde okuduğunu söylemekten çekinen öğrencilerin ise mesleki benlik saygıları düşük bulunmuştur (Şener, Karaca, Açıkgoz ve Süzer, 2011). Bir başka araştırmada öğretmenlerin mesleki benlik saygısının mesleki yetkinliği, mesleki yetkinliğin de mesleki benlik saygısını etkilediği bulunmuştur (Gündem, 2009).

Benzer şekilde Aslan ve Akyol (2006), mesleki benlik saygısı ile mesleğe yönelik yetkinlik arasında pozitif ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. İstanbul’da 17 ilköğretim okulundaki öğretmenleri kapsayan bir araştırmada öğretmenlerin mesleki benlik saygısı ve iş doyumları arasındaki ilişki incelenmiş ve mesleki benlik saygısı arttıkça iş doyumunun düştüğü bulunmuştur (Baloğlu, Karadağ, Çalışkan ve Korkmaz, 2006). Mesleki benlik saygısı ile benlik saygısı (Oztas, 2010), başarı ve sosyal ilişki ihtiyacı (Çivitçi, 2010) ve empati becerisi (Ceylan, Bıçakçı, Gürsoy ve Aral, 2009) arasında da pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur. Bu araştırmalardan görüldüğü üzere insanların herhangi mesleğe ilişkin benlik saygısı ne kadar yüksek ise mesleğe karşı olumlu tutumları, başarı ve sosyal ilişki ihtiyacı, empati becerisi, mesleki yetkinlikleri ve başarıları da o kadar yüksek olmaktadır.

2.2. Turizmde Mesleki Benlik Saygısı

Benlik saygısına yönelik literatürde yer alan tanımlamalar ışığında turizmde mesleki benlik saygısı, *turizm sektöründeki çeşitli mesleklerin veya işlerin bu mesleği veya işleri yapanlar tarafından önemli ve değerli olarak algılanma derecesi* olarak tanımlanabilir. Bir başka deyişle turizmde mesleki benlik saygısı, turizm sektöründe çalışanların yaptığı işleri ve meslekleri saygın olarak değerlendirme ve bu mesleklerden ve işlerden gurur duyma derecelerini ifade eder (Shapavol ve Pizam, 2017).

Literatürde turizm sektöründe mesleki benlik saygısı kavramını inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin sosyal statüsü ve itibarı ve bunları etkileyen faktörlere ilişkin çok sayıda araştırma mevcuttur. Turizm sektöründeki işlerin nasıl damgalandığının anlatıldığı bölümde görüldüğü üzere, bir çalışma alanı olarak turizm sektörünün ve bu alandaki çoğu işlerin/mesleklerin toplumda saygınlığının ve sosyal statüsünün düşük olduğu ve bu açılardan kötü bir imajı olduğu ilgili yazında yaygın bir biçimde ifade edilmektedir.

2.2.1. Turizmde Mesleki Benlik Saygısını Etkileyen Faktörler

Turizmde mesleki benlik saygısını etkileyen faktörler ile ilgili yapılmış ampirik çalışma bulunmamaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalar turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin genel olarak saygınlığını ve sosyal statüsünü araştırmaya yönelmiştir. Turizm sektöründeki mesleklerin saygınlığı ve sosyal statüsü ile ilgili ilk görgül çalışmalardan birisi Latin Amerika’da (Arjantin, Brezilya, Meksika ve Kosta Rika) turizm sektörü temsilcileri, kamu görevlileri ve endüstri temsilcileri ile yapılan odak grup görüşmesi, derinleme görüşme ve anket yöntemi ile elde ettiği verilerde turizm endüstrisinin ve bu sektördeki mesleklerin sosyal statüsünün ve saygınlığının düşük olduğunu tespit etmiştir (Pizam, 1999). Söz konusu çalışmada anketi cevaplayan işverenlerin sadece %40’ı turizm sektörünün orta düzeyde saygınlığı ve statüsü olduğunu belirtmişler ve destek alamadıklarını ve dikkate alınmadıklarını vurgulamışlardır. Macaristan, Polonya, İspanya, Birleşik Krallıklar ve Yugoslavyayı kapsayan kültürlerarası bir başka araştırmada turizm sektöründe otel ve restoran müdürü, turist rehberi ve dağ evi müdürü haricindeki işlerin ve mesleklerin statüsünün ve saygınlığının yüksek olmadığını tespit etmişlerdir (Pizam ve Telisman-Kasuta, 1989). Kusluvan ve Kusluvan (2000) turizm sektöründe çalışmaya karşı lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizmdeki mesleklerin sosyal statüsü ile ilgili yaptıkları çalışmada öğrencilerin yarısının turizmde çalışmayı prestijli ve saygın olarak görmediğini tespit etmiştir. Bu çalışmanın sonuçları aynı ölçek kullanılarak Türkiye’de (Aksu ve Köksal, 2005; Roney ve Öztin, 2007) Avustralya’da (Richardson, 2008, 2010a), Sırbistan’da (Durkalic ve Durdovic, 2019) Gana’da (Armoo ve Neequaye, 2014) ve Çin’de (Wan, Wong ve Kong, 2014) yapılan araştırmalarla desteklenmiş ve lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin yarısının turizmdeki meslekleri saygın olarak görmediği belirtilmiştir. Tibet’te yapılan bir başka niteliksel çalışmada 4 odak grup görüşmesi sonucunda lisans düzeyinde turizm eğitimi alanların turizm sektöründe çalışmasını engelleyen faktörlerden birinin aile ve sosyal baskı olduğu tespit edilmiştir. Aynı çalışmada, bir istihdam alanı olarak turizmde çalışmanın küçük görüldüğü ve sosyal statüsünün düşük olduğu, turizmde çalışmaya karşı önyargıların olduğu, bu nedenle öğrencilerin sosyal statüsü yüksek, ailesini küçük düşürmeyecek ve ailenin gurur duyacağı yüksek gelirli işlere yönelmek istediği tespit

edilmiştir (Wu, 2013). Yine Kusluvan ve Kusluvan'ın (2000) oluşturduğu sosyal statü ölçeğinin kullanıldığı Amerika Birleşik Devletlerinde 258 turizm işletmeciliği bölümü öğrencisinin katıldığı başka bir çalışmada ise; öğrencilerin %60'ı turizm sektöründe çalışmanın saygın bir meslek olduğunu ve %61'i de turizmde çalışmanın önemli ve faydalı bir iş olduğunu belirtmiş, %74'ü de işlerinden gururla bahsettikleri belirlenmiştir. Ancak araştırmaya katılanların sadece %54'ü turizmde çalışmanın toplumda saygın ve değerli olduğuna inandığını belirtmiştir. Yeni Zelanda'da yapılan bir başka çalışmada turizm sektöründeki işlerin diğer sektörlerle kıyasla daha saygın olduğunu söyleyenlerin oranı sadece %10 olarak tespit edilmiştir (Bamford, 2012). Çin'de yapılan niteliksel bir araştırmada lisans düzeyinde turizm eğitimi alanlarla derinlemesine görüşme tekniği ile toplanan verilerden elde edilen sonuçlara göre; turizm sektöründeki işlerin sosyal statüsünün diğer sektörlerle kıyasla düşük olduğu ve sektörün bir imaj ve saygınlık sorunu yaşadığı ortaya çıkmıştır (Jiang ve Tribe, 2009). Çin'in Macao bölgesinde yapılan bir başka araştırmada ise şans oyunları ve kültürel miras endüstrilerinde çalışmanın sosyal statüsü ve saygınlığı nispeten nötr ve olumluya yakın olarak tespit edilmiştir. Bu durumun sebebi olarak Macau'nın ekonomisinin büyük ölçüde turizme dayanması ve turizm sektöründe çalışanların ücretlerinin diğer sektörlerle göre yüksek olması gösterilmiştir (King ve Hang, 2011, Wan ve Kong, 2012; Wan, Wong, Kong, 2014).

Son yıllarda yapılan bir çalışmada Shapavol ve Pizam, (2017) Amerikan halkını temsil eden bir örneklem grubu üzerinde turizm ve ağırlama endüstrisindeki meslekleri saygınlık ve sosyal statü açısından başka endüstrilerdeki meslek ve işlerle karşılaştırmışlar ve turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin daha saygın ve sosyal statüsü yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır (Shapavol ve Pizam, 2017). Ancak bu araştırma fiilen turizm sektöründe çalışanların, bu sektörde çalışma deneyimi olanların veya çalışma ihtimali yüksek olanların turizm sektöründeki işlerin sosyal statüsünü ve saygınlığına ilişkin değerlendirmelerine dayanmamaktadır. Bir başka karşılaştırmalı çalışmada Avustralya'daki uluslararası öğrenciler ile Avustralyalı lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektöründeki işlerin statüsünü ve saygınlığını algılamaları karşılaştırılmış ve uluslararası öğrencilerin turizmdeki meslekleri daha saygın ve statüsü yüksek olarak algıladığı belirlenmiştir (Richardson, 2010b). Ancak

bu çalışmalarda öğrencilerin turizm sektöründeki mesleklerin sosyal statülerini ve saygınlığını nasıl değerlendirdiği açıkça ifade edilmemiştir. Son yıllarda Vietnamda yapılan ve 149 lisans ve 104 önlisans düzeyinde turizm ve ağırlama eğitimi alan öğrencileri kapsayan bir başka araştırmada lisans öğrencilerinin ailelerinin, önlisans öğrencilerinin ailelerine kıyasla kendi meslekleri ile iki kat daha fazla gurur duyduklarını belirlemişlerdir (Le, Klieve ve McDonald, 2018). Yine son yıllarda Avusturya’da yapılan başka bir araştırmada ise turizm sektöründe çalışanların arzu ettikleri ve değerlendirdikleri iş özellikleri arasında saygınlık ve sosyal statünün en son sıradaki nitelik olduğu ortaya çıkmıştır (Sneider ve Treisch, 2019). Araştırmacılar bu durumu turizm ve ağırlama sektöründe genel olarak işlerin saygınlığının ve sosyal statüsünün düşük olmasının bilindiğine ve bu durumun kabul edildiğine ve çalışanların tercihlerinin bulunduğu toplumdaki yerleşik değerleri yansıtmasına bağlamışlardır (Sneider ve Treisch, 2019).

Turizm sektöründeki mesleklerin imajının ve itibarının düşük olma nedenleri arasında uzun, düzensiz ve sosyal açıdan uygun olmayan çalışma saatleri, düşük ücretler, mesai ücreti verilmemesi, ağır işyükü, terfi imkanlarının zayıf olması, işlerin rutin ve sıkıcı olması, iş-aile-yaşam dengesinin olmaması, iş güvencesinin olmaması, işlerin geçici ve mevsimsel olması, insan kaynakları yönetiminin profesyonel olmaması, kaba ve sert yöneticiler, sektörde ağırlıklı olarak yabancı, kadın ve azınlıkların çalışması, uygun olmayan fiziksel ortamlar, işlerin beceri gerektirmeyen veya az beceri gerektiren işler olarak damgalanması, iş stresi, değer verilmeme, bu sektörde çalışanların düşük sosyal sınıf olarak algılanması gibi faktörlerden kaynaklandığı belirtilmektedir (ILO, 2001; Kusluvan, 2003; Pizam, 1982; Reichel ve Pizam, 1984). Özetle turizmde mesleki benlik saygısını doğrudan inceleyen bir araştırmaya ilgili yazında rastlanmamıştır. Turizm sektöründeki mesleklerin sosyal statüsü ve saygınlığına ilişkin çalışmalar ise neredeyse bütün kültürlerde turizm sektöründeki mesleklerde çalışmanın sosyal statüsünün ve saygınlığının düşük olduğuna işaret etmektedir. Bu durumun nedenleri arasında ise daha çok turizm sektöründeki olumsuz çalışma koşulları ve kötü insan kaynakları yönetimi olarak gösterilmektedir. Turizm sektörünün ekonominin çok önemli parçası olduğu yerlerde

ise turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin saygınlığının ve sosyal statüsünün daha iyi olduğunu söylemek mümkündür.

2.2.2. Turizmde Mesleki Benlik Saygısının Sonuçları

İlgili yazın incelendiğinde doğrudan turizm sektöründe mesleki benlik saygısının sonuçları veya etkileri konusunu inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin genel olarak düşük statülü olarak algılandığını, sosyal olarak damgalandığını, küçümsenen ve aşağılanan bir statüsü olduğunu söylemek mümkündür (International Labor Office,1989; Jiang ve Tribe, 2009; Kusluvan, 2003, Szivas ve Riley, 1999; Walmsley, 2004). Daha önce de vurgulandığı gibi turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin sosyal statüsü ile ilgili Asya ülkeleri, Latin Amerika ve Doğu Avrupa’da yapılan görgül araştırmalar, konaklama işletmelerinde yönetici pozisyonları, rehberlik ve tur operatörlüğü endüstrisinde merkezi operasyonlarda istihdam dışındaki diğer işlerin ve mesleklerin düşük sosyal statülü olarak algılandığını göstermektedir (Lee ve Kang, 1998; Pizam, 1999; Pizam ve Telisman-Kosuta, 1989). Bunun neticesinde turizm sektörü, işgören devrinin yüksek olduğu, kadın, öğrenci, kısmi zamanlı, genç ve geçici çalışanların yoğunlukla istihdam edildiği, dezavantajlıların, göçmenlerin ve azınlıkların fazla olduğu, sendikalaşmanın çok sınırlı olduğu bir istihdam alanı olduğu görülmektedir.

Toplum tarafından düşük statülü, daha az değerli ve daha az önemli olarak damgalanan iş ve mesleklerde çalışanlar bu durumdan dolayı özsaygılarında ve olumlu sosyal kimliklerinin değerinde bir düşme yaşayabilirler (Saunders, 1981). Turizm sektörü bağlamında düşük statülü meslekleri ve işleri ile ilgili baş etme yöntemlerinden birisi ‘kaçınma ve özdeşleşmeme’ davranışıdır (Pinel ve Bosson, 2013). Dolayısıyla turizm işletmeciliği eğitimi alan ve turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin düşük statülü olduğunu fark eden öğrencilerin mesleki benlik saygısı düşük olabilir ve özsaygılarını ve olumlu sosyal kimliklerini koruyabilmek için turizm sektöründe çalışmaya başlamak istemeyebilirler. Çalışmaya başlayanlar ise düşük statü ve damgalanmış meslek algısı sonucunda mesleki benlik saygılarında, özsaygılarında ve olumlu sosyal kimliklerinde bir düşme yaşayabilirler. Bu durumdan kaçınmak için çalışanlar turizm sektöründen ayrılmak isteyebilirler. Bu durumda öğrencilerin mesleki bağlılıklarının düşük olması beklenir. Öte yandan turizm

sektöründeki işleri ve meslekleri düşük statülü ve damgalanmış olarak algılamayan, kabul etmeyen ve içselleştirmeyen öğrencilerin doğrudan veya mesleki benlik saygısı aracılığıyla mesleki bağlılıkları yüksek olabilir. Bu nedenle bir sonraki bölümde mesleki bağlılık kavramı irdelenecektir. Buradaki kavramsal ve teorik açıklamalardan hareketle mesleki damga bilincinin mesleki bağlılığı ve mesleki benlik saygısını olumsuz etkilediği ve mesleki benlik saygısının bağımsız değişken olan mesleki damga bilinci ile bağımlı değişken olan mesleki bağlılık arasında aracı ve/veya şartlı (düzenleyici) değişken olabileceği hipotezleri kurulmuştur.

2.3. Mesleki Bağlılık

Mesleki bağlılığın ilk tanımlarından biri Becker (1960) tarafından ifade edilmiştir ve belirli bir iş alanında ya da meslekte istikrarlı olarak faaliyet gösterme olarak tanımlanmıştır. Mesleki bağlılık veya kariyer bağlılığı bireyin mesleğine karşı tutumunu ifade eder ve bu tutum kendini kariyer hedefleri oluşturma, bu hedeflerle özdeşleşme ve bu hedefler için çaba sarf etme şeklinde gösterir (Jones, Zanko ve Kriflik, 2006). Mesleki bağlılık, ‘bir mesleğe duygusal olarak bağlanma’ (Meyer, Allen ve Smith, 1993) olarak ifade edildiği gibi ‘bir birey ile mesleği arasındaki psikolojik bağ’ (Lee, Carswell ve Allen, 2000: 800) olarak da ifade edilmiştir. Bu açıdan mesleki bağlılığı yüksek olanlar kendilerini meslekle özdeşleştirirler ve meslekleri hakkında olumlu duygulara sahiptirler (Blau, 1985). Mesleki bağlılık genel bir ifade ile ‘bir kişinin mesleğine karşı düşüncelerini, duygularını ve davranış niyetlerini kapsayan tutum’ (Blau, Paul ve St John, 1993: 311) olarak da tanımlanmaktadır. Bir başka tanıma göre ise, mesleki bağlılık ‘kişinin seçtiği meslekte çalışma motivasyonunu ifade etmektedir’ (Carson ve Bedeian, 1994: 240). Özetle mesleki bağlılık bir iş veya meslek alanında istikrarlı olarak çalışmaya devam etme konusundaki duygu, düşünce ve davranışları ifade etmektedir.

Çalışma hayatı ve iş, insanın özsaygısı ve kendi kendini değerli görmesi açısından belirleyici psikolojik rol oynayabilir (Harvey, 1975). Bu bakımdan insanların yaptığı meslekler, onların özsaygıları, olumlu sosyal kimliği, iş tatmini, mutluluğu ve mesleki istikrarı açısından son derece önemli olabilir. İnsanların bir meslekte uzun süre kalıp kalmayacağı yani mesleki bağlılığı bireyin psikolojisi açısından önemli sonuçlar doğurmaktadır. İnsanların mesleklerinde ilerlemeleri büyük

ölçüde mesleki bağlılığa dayanır. Bir meslekte bilgi ve beceri birikimi zaman alır ve o meslek alanında farklı pozisyonlarda çalışmayı gerektirir (Jones, Zanko ve Kriflik, 2006). Mesleki bağlılık ayrıca mesleki ağların ve ilişkilerin genişlemesine, daha yüksek gelire, anlamlı ve istikrarlı bir meslek/iş hayatına ve özsaygıya yol açabilir (Colarelli ve Bishop 1990; Kalbers ve Fogarty 1995;).

Mesleki bağlılıkla ilgili yapılan ilk çalışmalar mesleki bağlılığı tek boyutlu bir kavram olarak tanımlamışlardır (Mowday, Steers ve Porter, 1979). Ancak daha sonraki çalışmalarda mesleki bağlılığın devam bağlılığı, duygusal bağlılık ve kuralcı (normatif) bağlılık olmak üzere üç boyuttan oluştuğu ortaya konmuştur (Jones, Zanko ve Kriflik, 2006; Meyer ve Allen, 1991; Meyer, Allen ve Smith, 1993). Devam bağlılığı meslekten ayrılmanın getireceği sosyal ve ekonomik maliyetler nedeniyle bir meslek alanında kalmayı ve ona devam etmeyi ifade etmektedir (Jones, Zanko ve Kriflik, 2006; Meyer ve Allen, 1991; Meyer, Allen ve Smith, 1993). Duygusal bağlılık bir meslek ile özdeşleşme, mesleği ve özelliklerini sevmekten dolayı meslekte kalma arzusunu ifade etmektedir (Jones, Zanko ve Kriflik, 2006; Meyer ve Allen, 1991; Meyer, Allen ve Smith, 1993). Normatif bağlılık ise ahlaki bir yükümlülük ve doğru davranış olarak bir mesleğe devam etme zorunluluğunu ve baskısını hissetmeyi ifade eder (Jones, Zanko ve Kriflik, 2006; Meyer ve Allen, 1991; Meyer, Allen ve Smith, 1993). Blau (2003) devam bağlılığını ‘biriken maliyet kaynaklı mesleki bağlılık’ ve ‘sınırlı alternatif kaynaklı mesleki bağlılık’ olarak ikiye ayırmış ve mesleki bağlılığı dört boyutlu bir kavram olarak öngörmüştür. Carson ve Bedeian (1994) ise mesleki bağlılığın boyutlarını mesleki kimlik, mesleki planlama ve mesleki dayanıklılık olarak kavramsallaştırmışlardır ancak bu kavramsallaştırma literatürde fazla benimsenmemiştir (Cohen, 2007). Bu çalışmada araştırmanın bağımlı değişkeni olan mesleki bağlılığı ölçmek için tek boyutlu, güvenilirliği yüksek ve sık kullanılan bir ölçek olduğu için Blau, Paul ve St John tarafından 1993 yılında geliştirilen ölçeğin kullanılması tercih edilmiştir.

2.3.1. Mesleki Bağlılığı Etkileyen Faktörler

Mesleki bağlılığı etkileyen faktörler konusunda oldukça fazla araştırma bulunmaktadır. Mesleki bağlılığı etkileyen çok sayıda faktör ve değişken vardır.

Mesleki bağıllığı etkileyen 35 araştırmayı analiz eden Jones, Zanko ve Kriflik'e (2006) göre mesleki bağıllığı etkileyen faktörler dört grupta toplanmıştır. Bu faktörler aşağıda incelenmiştir.

1) Çalışanların Kişisel Özellikleri: Kişisel özellikler; yaş, eğitim, cinsiyet, evlilik durumu, kontrol odağı ve başarı ihtiyacı gibi özelliklerdir. Bu özelliklerden kontrol odağının mesleki bağıllığı negatif yönde etkilediği ve iç kontrol odağı yüksek olan kişilerin mesleki bağıllığının düşük olduğu bulunmuştur (Jones, Zanko ve Kriflik'e (2006).

2) Bireysel Mesleki Değişkenler: Mesleğin önemi ve saygınlığı, işle ve meslekle özdeşleşme, ödül beklentisi, işletmedeki çalışma yılı, pozisyon ve çalışma statüsü (daimi, geçici), meslekteki çalışma yılı ve iş tatmini gibi faktörleri içermektedir. Literatürde araştırmaların çoğu bu değişkenler ile mesleki bağıllık arasında pozitif yönlü ilişki tespit etmişlerdir (Jones, Zanko ve Kriflik, 2006).

3) Sosyal Mesleki Değişkenler: İşteki meslektaşlık havası ve sosyalleşme, grup tutumları, işin zorluğu, geribildirim ve destek, yönetici ve şeflerden destek gibi değişkenler sosyal mesleki değişkenler grubu altında incelenmiştir. Sosyal mesleki değişkenler ile mesleki bağıllık arasında da pozitif korelasyon tespit edilmiştir (Jones, Zanko ve Kriflik, 2006).

4) Kurumsal Mesleki Değişkenler: İşteki rol (rol belirsizliği, rol çatışması, aşırı iş yükü, iş stresi), örgüte bağıllık, işteki özerklik, işin özelliği, ücret ve sosyal haklar ve liderlik ve koçluk gibi değişkenler bu grupta incelenmektedir. Bu değişkenlerden işteki rol ile ilgili değişkenlerin mesleki bağıllık ile negatif ilişki içinde olduğu, diğer kurumsal mesleki değişkenler ile ise pozitif korelasyon gösterdiği tespit edilmiştir (Jones, Zanko ve Kriflik, 2006).

Bir başka çalışmada mesleki bağıllığı etkileyen faktörler 76 araştırmacının meta analizi sonucu demografik değişkenler, işle ilgili tutumlar, iş/rol deneyimleri ve çıktılar olarak gruplandırılmıştır (Lee, Carswell ve Allen, 2000). Söz konusu meta analiz çalışmasında demografik değişkenlerden yaş, meslekteki çalışma yılı, işletmede çalışma yılı, eğitim ve gelir gibi değişkenlerin düşük de olsa mesleki bağıllıkla pozitif ilişkisi olduğu tespit edilmiştir (Lee, Carswell ve Allen, 2000). Aynı çalışmada

cinsiyet ve evlilik durumunun mesleki bağlılığı etkilemediği belirlenmiştir (Lee, Carswell ve Allen, 2000). İşle ilgili tutumlar söz konusu olduğunda, mesleki bağlılığın işe bağlılık, genel iş tatmini, iş ahlakı, meslekten tatmin ve örgütsel bağlılık ile pozitif ilişki gösterdiği, tükenme ile negatif ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir (Lee, Carswell ve Allen, 2000). İş/rol deneyimleri ile ilgili değişkenler sözkonusu olduğunda mesleki bağlılığın iş stresi, rol belirsizliği, rol çatışması, örgütsel çatışma ve kontrol odağı ile negatif ilişki içinde olduğu, amirden ve çalışma arkadaşlarından destek, katılım ve özerklik gibi değişkenlerle ise pozitif korelasyon gösterdiği bulunmuştur (Lee, Carswell ve Allen, 2000). Mesleki bağlılığı etkileyen faktörlerle ilgili 125 çalışmayı kapsayan yeni bir çalışmada ise yaş, örgütte çalışma süresi, meslekte çalışma süresi ve mesleki ve genel olumlu olayların mesleki bağlılığı olumlu etkilediği, olumsuz mesleki deneyimlerin ise mesleki bağlılığı olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (Spurk, Hofer, Burmeister, Muehlhausen ve Volmer, 2019). Ayrıca çalışanların küçük çocukları olması, yüksek iş pozisyonlarında çalışıyor olması, mesleki rolün netliği, işe bağlılık, yapılan işe ve iş dışındaki etkinliklere değer verme ve iş-aile çatışmasının olmaması da mesleki bağlılığı olumlu yönde etkilemektedir (Spurk, Hofer, Burmeister, Muehlhausen ve Volmer, 2019).

Bunların dışında işin anlamlılığı (Ivtzan, Sorensena, ve Halonena, 2013), mesleki hedeflere ulaşma, yeni bilgi ve beceriler kazanma ve işle ilgili ödüller gibi mesleki gelişim olanakları mesleki bağlılığı olumlu etkilemektedir (Darden, Hampton ve Howell, 1989; Thomas, 2000; Weng ve McElroy, 2012). Duygusal zeka, algılanan örgütsel destek ve insan kaynakları yönetimi uygulamaları (Lin, Huang, Chang, Lin, Chang ve Chen, 2013) ve proaktif kişilik ve politik beceriler (Yousaf, Sanders ve Shipton, 2013) mesleki bağlılığı etkilemektedir. Son olarak yüksek başarımlı çalışma uygulamaları ve işyeri koçluk ilişkileri ile mesleki bağlılık arasında da pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir (Gwyn, 2011).

2.3.2. Mesleki Bağlılığın Sonuçları

Mesleki bağlılık hem bireyin işe karşı tutum ve davranışları, hem iş performansı hem de örgütsel açıdan önemli sonuçlar doğurmaktadır. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde mesleki bağlılığın iş performansını, bireysel ve örgütsel vatandaşlık davranışını (Wang, Jiang, Weng ve Wang, 2019) etkilediği tespit

edilmiştir. Mesleki bağlılık ile işgören performansı, bireysel ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif korelasyon bulunmuştur (Lee, Carswell ve Allen, 2000; Somers ve Birnbaum 1998; Somers, Birnbaum, Finch ve Casal, 2018; Wang, Jiang, Weng ve Wang, 2019).

Yine ilgili yazında mesleki bağlılığın meslekten ayrılma niyeti, örgütten ayrılma niyeti ve fiili işgören devri (Blau, 1989, Lee, 2000), örgütsel bağlılık (Chang, Chi, Miao, 2007), mesleği bırakma niyeti (Snape ve Redman, 2003), işe devam, verimlilik, kalite ve işgören sadakati (Somers ve Birnbaum, 1998) gibi değişkenler üzerinde belirleyici etkisi olduğu vurgulanmaktadır. Mesleki bağlılık ile meslekten ayrılma niyetinin negatif ilişki içinde olduğu (Yousaf, Sanders ve Abbas, 2015), mesleki bağlılığın iş tatminini ve işte kalma niyetini olumlu etkilediği (Satoh, Watanabe ve Asakura, 2017; Wang, Tao, Ellenbecker ve Liu, 2012), mesleki bağlılığın kurumsal itibarı yüksek olan işletmelerde çalışmaya verilen önemi ve mesleki ve profesyonel gelişim için fırsatlar sunan işletmelerde çalışmayı olumlu yönde etkilediği (Simola, 2011) bulunmuştur. Ayrıca mesleki bağlılık ile işçi-işveren ilişkileri arasında pozitif korelasyon olduğu (Yuan, ve Li, 2012), mesleki bağlılığın çıktı değişkenleri olarak adlandırılan değişkenlerden meslekten ayrılma niyeti, örgütten ayrılma niyeti ve işgören devri ile negatif ilişki içinde olduğu ancak işgören performansı ile pozitif korelasyon gösterdiği tespit edilmiştir (Lee, Carswell ve Allen, 2000). Son olarak, mesleki bağlılığın işyerinde psikolojik sağlığı (psikolojik iyilik halini) olumlu etkilediği (McInerney, Ganotice, King, Morin, ve Marsh, 2014) ve mesleki bağlılığı yüksek olanların mesleklerin daha anlamlı buldukları tespit edilmiştir (Ivtzan, Sorensen ve Halonen, 2013). Özetle, mesleki bağlılığın iş performansı, bireysel ve örgütsel vatandaşlık davranışı, iş tatmini, işte kalma niyeti, kurumsal itibarı yüksek olan işletmelerde çalışmaya verilen önem, profesyonel gelişim için fırsatlar sunan işletmelerde çalışma, işyerinde psikolojik sağlık (psikolojik iyilik halini) ve işi anlamlı bulma gibi olumlu davranışlarla pozitif ilişki içinde olduğu, meslekten ayrılma niyeti, örgütten ayrılma niyeti ve işgören devri ile negatif ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir.

2.4. Turizm Sektöründe Mesleki Bağlılık

Turizm sektöründe mesleki bağlılık, bir çalışanın turizm alanında yer alan çeşitli mesleklere ilişkin tutumunu ifade etmektedir. Bu tutum duygu, düşünce ve

davranış eğilimi olarak ortaya çıkabilir. Daha açık bir ifade ile turizm sektöründe mesleki bağlılık turizm bağlantılı iş alanlarında ya da mesleklerde istikrarlı olarak çalışma niyeti ve bağlılığı olarak ifade edilebilir. Aşağıda turizm sektöründe mesleki bağlılığı etkileyen faktörler ile mesleki bağlılığın sonuçları irdelenecek ve bu literatürde yapılan çalışmaların bu çalışma ile ilişkisi kurulacaktır.

2.4.1. Turizm Sektöründe Mesleki Bağlılığı Etkileyen Faktörler

Turizm sektöründe mesleki bağlılığı etkileyen faktörlere ilişkin çok sayıda araştırma yapılmıştır. Turizm sektörüne bağlılığı inceleyen ilk çalışmalardan biri Kusluvan ve Kusluvan, (2003) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma da Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi alan ve staj deneyimine sahip öğrencilerin turizm sektöründe çalışmaya bağlılıkları incelenmiş ve mesleki bağlılığı etkileyen en önemli faktörlerin sırasıyla işin doğası, birey-endüstri uyumu, mesleğin sosyal statüsü, yöneticiler, ücret ve sosyal haklar olduğu tespit edilmiştir (Kusluvan ve Kusluvan, 2003). Aynı çalışmada iş arkadaşlarının, fiziksel çalışma şartlarının ve terfi fırsatlarının turizm sektörüne bağlılığı etkilemediği belirlenmiştir. Amerika Birleşik Devletleri’nde lisans düzeyinde turizm ve ağırlama işletmeciliği eğitimi alan ancak turizm sektöründen ayrılmış olanların önem verdiği ve deneyimlediği kariyer faktörlerini inceleyen bir çalışmada, turizm sektöründen ayrılanların iyi bir başlangıç ücreti ile işe başlamadıklarını, iyi bir iş-aile dengesi kuramadıklarını ve topluma katkıda bulunduklarını hissetmedikleri belirlenmiştir (Brown, Arendt, ve Bosselman, 2014). Ortaya konan bu faktörlerin meslekten ayrılma niyetine katkıda bulunduğu ve mesleki bağlılığı olumsuz etkilediği söylenebilir (Brown, Arendt, ve Bosselman, 2014). Burada belirtilen faktörlerin tümünün (ücret, iş aile dengesi ve topluma katkıda bulunma hissi) turizmdeki mesleklerin sosyal statüsü ve mesleki benlik saygısı ile ilişkisi olabileceği söylenebilir.

Amerika Birleşik Devletleri’nde lisans düzeyinde ağırlama işletmeciliği eğitimi alan 360 öğrenciyi kapsayan bir çalışmada turizmde mesleki bağlılığı etkileyen en önemli faktörlerin kariyer seçimi ile ilgili özyeterlilik (mesleği ile ilgili bilgi arama, geleceği planlama, meslek seçimi ile ilgili amaçlarını belirlemede kendi yeteneklerine güvenme, turizm sektöründeki işlerle uyumlu yetkinliklere sahip olma) ve olumlu mesleki beklentiler (kariyer beklentileri) olduğu tespit edilmiştir (Chuang,

Goh, Stout ve Dellmann-Jenkins, 2007). Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi alan turizm işletmeciliği öğrencileri ile yapılan bir başka çalışmada ise öğrencilerin demografik özelliklerinin, okuldaki programa tutkunluğunun ve programla ilgili tükenmişlik düzeylerinin öğrencilerin mesleki bağlılığını etkilediği ortaya konmuştur (Koyuncu, Fiksenbaum, Burke ve Demirer, 2008).

Bir başka çalışmada yiyecek içecek işletmelerinde çalışanların kişilik özelliği olarak özyeterliliklerinin mesleki bağlılığı etkilediği, özyeterlilik yükseldikçe mesleki bağlılığın da arttığı tespit edilmiştir (Niu, 2010). Honkong, Singapur, Tayland ve Malezya’da 104 kongre ve toplantı organizasyonu alanında çalışanları kapsayan bir araştırmada ise güçlü mesleki (kariyer) kimlik geliştiren profesyonellerin iş değiştirdiklerini ancak aynı endüstride kaldıklarını ve mesleki bağlılıklarının yüksek oldukları ve kariyer hedeflerine yönelik çalışmaya devam ettikleri ortaya konmuştur (Weber ve Ladkin, 2011).

Malezya’da otellerde çalışan aşçıları kapsayan bir başka araştırmada aşçıların mesleki bağlılığını mesleki kültürün (kendilerini has bilgiler, iş ve iş dışında paylaştıkları aktiviteler, kural ve değerler ve mesleki özyeterlilik) etkilediği ve mesleki kültür ile mesleki bağlılık arasındaki ilişkiyi işletmede çalışma yılının olumsuz yönde değiştirdiği (mesleki bağlılığı azalttığı) tespit edilmiştir (Hanan ve Zainal, 2012). Güney Kore’de seyahat acentaları çalışanları ile yapılan bir araştırmada ise iç kontrol odağı, işin zorluğu, özerklik, işletmeden, yöneticilerden ve çalışanlardan destek mesleki bağlılık ile pozitif korelasyon göstermiştir (Kim, Kim ve Yoo, 2012).

Amerika Birleşik Devletleri’nde lisans düzeyinde dört farklı üniversitede turizm ve ağırlama işletmeciliği eğitimi alan 258 öğrencinin bir meslek/kariyer seçiminde önemli gördükleri faktörleri sormuş ve turizm ve ağırlama sektöründeki işlerin bu kriterlere ne kadar sahip olduğu değerlendirilmiştir. Bu araştırmanın sonucuna göre bir meslekte önem verilen 20 faktörden sadece bir faktör için (bana sorumluluk veren bir iş) öğrencilerin %50’sinden fazlası turizm ve ağırlama sektöründeki işlerin bu özelliğe kesinlikle sahip olduğunu belirtmiştir (Richardson ve Thomas, 2012). Bu çalışmada öğrencilerin önem verdiği kariyer özellikleri ortalamaları ile turizm sektöründeki işlerin/mesleklerin bu özelliklere sahip olup

olmadığını değerlendiren puan ortalamaları karşılaştırıldığında 20 faktörün 19'unda anlamlı negatif fark bulunmuştur. Bunun anlamı anketi cevaplayanların bir meslekte ve kariyerde önem verdikleri özellikleri turizm ve ağırlama sektöründeki işlerde/mesleklerde bulamamasıdır. En büyük farkların ortaya çıktığı kariyer/meslek özellikleri sırasıyla iyi bir başlangıç ücreti, kariyer boyunca yüksek ücretler, iş güvencesi olan bir iş, makul iş yükü, aile hayatı ile uyumlu bir iş, iyi terfi olanakları, iyi bir çalışma ortamı, zevkli bir iş, saygı duyulan bir iş, topluma katkı yapabileceğim bir iş, yüksek kalitede kaynakların ve ekipmanın olduğu bir iş, entellektüel bir iş, lisans diplomasını kullanabileceğim bir iş olarak tespit edilmiştir (Richardson ve Thomas, 2012). Yukarıda sayılan bu faktörlerin turizm sektöründe bağlılığı ve çalışma niyetini olumsuz etkileyen faktörler olduğu ilgili yazında da sık sık vurgulanmaktadır.

Tayvan'da lisans düzeyinde turizm ve ağırlama işletmeciliği alanında eğitim alan 459 öğrencinin katıldığı bir başka araştırmada, staj planlamasının ve turizm sektöründe staj yapmanın öğrenci memnuniyetini ve öğrencilerin turizm ve ağırlama sektöründe kalma niyetini pozitif yönde etkilediği, işe ve öğrenmeye adanmışlığın ise sektörde kalma niyetini etkilemediği bulunmuştur (Chen ve Shen, 2012).

Çin'in Macau bölgesinde turizm ve ağırlama öğrencileri ile yapılan bir araştırmada turizm sektöründeki işlerin veya mesleklerin doğasının bu sektördeki işlerin olumlu sosyal statüsünü etkilediğini, mesleklerin sosyal statüsünün de düşük ya da yüksek olmasının turizmde kariyer yapma niyetini ve ihtimalini etkilediği, çalışma ve kariyer yapma niyetinin ve ihtimalinin de turizm sektöründe çalışmaya bağlılığı belirleyen önemli faktör olduğu ortaya konmuştur (Wan, Wong, Kong, 2014). Tayvan'da üçüncü ve dördüncü sınıfta turizm ve ağırlama işletmeciliği okuyan 245 öğrencinin staj kaygıları, staj deneyimindeki kazanımları (çıktıları) ve mesleki bağlılıkları arasındaki ilişki incelenmiş ve sonuç olarak staj kaygılarının ve staj çıktılarının turizmde mesleki bağlılığı etkilediği ortaya çıkmıştır (Wang, Chiang ve Lee, 2014). Daha açık bir ifade ile staj kaygısı arttığında mesleki bağlılık azalmakta, stajın olumlu çıktıları arttıkça da mesleki bağlılık artmaktadır (Wang, Chiang ve Lee, 2014). Avustralya'da nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı bir araştırmada yönetici şeflerin (aşçıların) mesleki bağlılıkları araştırılmış ve bu çalışmada mesleki profesyonellik ahlakının ve meslekte yaratıcılık rolünün mesleki

bağlılığı arttırdığı, ancak düşük ücret, ağır işyükü ve uzun çalışma saatleri, erkek hakimiyeti, sıkıcı ve monoton işler gibi unsurların ise mesleki bağlılığı zayıflattığı belirtilmiştir (Robinson, Solnet ve Breakey, 2014).

Çin’de lisans düzeyinde turizm ve ağırlama işletmeciliği eğitimi alan 446 öğrenciyi kapsayan bir araştırmada ise öğrencilerin turizm endüstrisinde mesleklerine bağlılıklarını özçıkarak, başkalarından aldıkları sosyal destek, sosyal statü, işin doğası (işe karşı ilgi) ve çıktı beklentisi gibi değişkenlerin etkilediği tespit edilmiştir (Wang, 2016).

Avustralya’da yapılan niteliksel bir çalışmada ise turizm ve ağırlama işletmeciliği öğrencilerinin staj deneyiminden sonra öğrencilerin mesleki bağlılıklarının değişmediğini ancak kariyer hedeflerinin ağırlama alanından turizm endüstrileri alanına yöneldiği tespit edilmiştir (Robinson, Ruhanen ve Breakey, 2016). Muğla’da 8 otelde çalışan 435 kişi ile yapılan bir araştırmada çalışanların kişilikleri ile yaptığı meslekleri arasındaki uyum algılamalarının ve mesleklerinin sosyal statüsüne ilişkin algılamalarının mesleki bağlılık üzerinde anlamlı ve pozitif etki ettiği tespit edilmiştir (Saltık, Avcı ve Kaya, 2016). Malezya’da yapılan bir araştırma ise turizm sektöründeki mesleklerin/işlerin sosyal statüsünün, ücret ve sosyal hakların turizm ve ağırlama sektörüne bağlılığı açıklayan önemli değişkenler olduğunu ortaya koymuştur (Tan, Baharunb, Wazirc, Ngelambongd, Alie, Ghazalif ve Tarmazig, 2016).

Kıbrıs’ta 30 turizm ve ağırlama işletmeciliği öğrencisi ile yapılan başka bir niteliksel araştırmada ise bireysel staj deneyiminin ve örgütle ilgili staj deneyiminin ve belirleyici diğer şartların (turizmin gelişmişlik düzeyi, ekonomik kriz, turizm ürünü türü) turizm sektöründe sosyo-demografik ve eğitim programı gibi değişkenlere bağlı olarak turizm sektöründe çalışma niyetini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Farmaki, 2018).

İstanbul’da Meslek lisesinde turizm eğitimi alan 11. ve 12. sınıf öğrencilerinin (290 kişi) mesleki bağlılıklarının yaşa, cinsiyete ve staj yaptığı işletmeye göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiş ve araştırma sonucunda, mesleki bağlılığın cinsiyete ve staj yapılan işletme türüne göre farklılaştığı bulunmuştur (Yıldız, Göktaş,

Habil, ve İstanbullu Dinçer, 2019). Söz konusu araştırmada kadınların erkeklere göre ve seyahat acentalarında çalışanların otellerde çalışanlara göre mesleki bağlılığı düşük bulunmuştur (Yıldız, Göktaş, Habil, ve İstanbullu Dinçer, 2019). Cheng ve Tung (2019) turizm sektöründe müşterilerle temas halinde olan işlerde çalışmış ve daha sonra sektörden ayrılmış 30 kişi ile yaptıkları niteliksel araştırmada ise çalışanların turizm sektöründeki işleri yerine getirirken gerçek duygularını gösteremedikleri için baskı ve stres yaşadıklarını, bu sektördeki işlerin kendi kişilikleri ile uyuşmadığını, yorucu ve ağır işyükü ve çalışma saatleri ve nöbetleri olduğunu, sektörde çalışmanın kendilerini daha içe dönük hale getirdiğini ve garsonluk ve kat görevlisi gibi işlerde hizmet sundukları ve kendilerini müşterilerden daha düşük konumda hissettikleri için başarısız hissettiklerini, ücretlerin düşük olduğunu, turizm sektöründe çalışanların etik düzeylerinin düşük olduğunu, kötü dil kullandıklarını, iki yüzlü davrandıklarını ve bunların benlik imajını düşürdüğünü ve bu kişilerle aynı çalışma şartlarına sahip olmanın beklentilerini karşılamadığını tespit etmiştir. Ortaya konan bu faktörlerin turizm sektöründe mesleki bağlılığı olumsuz etkilediği düşünülebilir. Ekvador’da 305 denekten elde edilen verilerin incelendiği bir başka çalışmada sektörde çalışan orta kademe yöneticilerin kötü yönetimi çalışanların işten ayrılmasına yol açtığı, bu nedensellik ilişkisinde çalışma arkadaşlarının duygusal desteğinin ve örgütsel desteğin işten ayrılma niyetini baskıladığı bulunmuştur (Xu, Martinez, Hoof, Tews, Torres ve Farfan, 2018). Suudi Arabistan’da turizm ve ağırlama işletmeciliği eğitimi alan lisans öğrencilerinin mesleki bağlılıklarını inceleyen başka bir araştırmada öz çıkarlar, çıktı beklentileri, çalışma ortamının doğası, çalışma gününün doğası, kayırmacılık, sektör deneyimi ve öğrencinin bulunduğu sınıf gibi değişkenlerin mesleki bağlılığı etkilediği belirlenmiştir (El-Dief ve El-Dief, 2019). Yine Türkiye’de turist rehberlerini kapsayan bir araştırmada öz-yeterlilik ile mesleği yapma niyeti arasında ise pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki ve mesleki kaygı ile mesleği yapma niyeti arasında ters yönlü ve zayıf bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Çınar ve Yenipınar, 2019).

2.4.2. Turizm Sektöründe Mesleki Bağlılığın Sonuçları

Turizm sektöründe mesleki bağlılığın sonuçları ile ilgili sınırlı sayıda araştırma yapılmıştır. Amerika Birleşik Devletlerinin Florida eyaletinde 5 turizm işletmesinde 578 işgöreni kapsayan bir araştırmada mesleki bağlılığın duygusal zeka stratejilerinin

uygulanmasını kolaylaştırdığı, iş performansını ve örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu etkilediği tespit edilmiştir (Prenticea, Chen, ve King, 2013). Türkiye'nin Muğla ilinde gerçekleştirilen bir başka araştırmada 8 otelde çalışan 435 kişi ile yapılan bir araştırmada mesleki bağlılığın meslekten ayrılma niyetini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (Saltık, Avcı ve Kaya, 2016). Çinde 1388 dört ve beş yıldızlı mutfak çalışanını kapsayan bir başka araştırmada mesleki bağlılığın çalışanların yaratıcılığını ve iş tatminini olumlu etkilediği belirlenmiştir (Yan, 2019). Mesleki bağlılığın düşük olmasının en önemli olumsuz sonuçları iş tatminin düşüklüğü, örgütsel bağlılığın azalması, meslekten ayrılma niyeti, kişinin kendisine ve kamunun turizm eğitimine yaptığı yatırımın verimsiz olması olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

2.5. Turizm Sektöründe Mesleki Damga Bilinci, Mesleki Benlik Saygısı ve Mesleki Bağlılık İlişkilerine Yönelik Literatür taraması

Turizm işletmeciliği alanında eğitim almak ve turizm sektöründe çalışmak turizm meslekleri ile ilgili damga bilincinin artmasına yol açabilir. Bu nedenle mesleki damga bilinci veya farkındalığı ile mesleki bağlılık arasındaki ilişkinin anlaşılması önemlidir, çünkü damgalanan bir statüye sahip meslek ya da meslekler grubu mesleğe bağlılığı etkileyebilir. Bu çalışma turizm mesleklerine karşı hissedilen veya farkında olunan damganın hem doğrudan hem de mesleki benlik saygısını etkilemek suretiyle mesleki bağlılığı etkilediğini öne sürmektedir. Bu hipotezlerin temel dayanağı, çoğu turizm işletmeciliği öğrencisinin saygı duyulan ve yüksek statü sağlayan bir kariyer ve iş beklentisi içinde olduğu varsayımdır (Brown, Arendt ve Bosselman, 2014).

Araştırma konusu ile ilgili literatür incelendiğinde, bu çalışmanın konusunu oluşturan mesleki damga bilincinin mesleki benlik saygısı aracılığı ile mesleki bağlılık üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmanın konusu ile yakından ilgili olan bazı çalışmalar turizm alanında mesleki damga bilinci ile işten ayrılma niyeti ve işi tavsiye etme ve turizmde mesleklerin sosyal statüsü ve saygınlığı ile mesleki bağlılık arasındaki ilişkilere odaklanmıştır. Bu çalışmalar aşağıda gözden geçirilmiştir.

Wildes (2005) Amerika Birleşik Devletleri'nde yiyecek içecek hizmeti sunan restoran endüstrisinde mesleki damga bilinci/farkındalığı ile endüstride kalma

niyetleri ve işlerini arkadaşlarına ya da ailelerine tavsiye etme niyetleri arasındaki ilişkileri incelemiştir. Wildes (2005) işleri ile ilgili mesleki damga bilinci yüksek olanların endüstriden ayrılmak istediklerini ve arkadaşlarına ve aile üyelerine bu endüstride çalışmayı tavsiye etmediklerini tespit etmiştir. Bir başka çalışmada Wildes (2007) mesleki damga bilinci ile işte kalma ve işi tavsiye etme arasında iç hizmet kalitesinin (çalışanlara sağlanan hizmet kalitesinin) aracılık etkisini incelemiştir. Bu çalışmada Wildes bir aracı değişken olarak iç hizmet kalitesinin işi tavsiye etme ve işte kalma niyetini etkilediğini bulmuştur. Bir başka deyişle, iç hizmet kalitesinin mesleki damga bilincini ve mesleki kalıplaşmış önyargıları baskıladığını ve mesleki damga bilincinin işi tavsiye etme ve işte kalma niyeti üzerindeki olumsuz etkisini azalttığını tespit etmiştir.

Macau'daki kumarhanelerde yapılan bir başka bir çalışmada, Lai, Chan ve Lam (2013) kumarhanede krupiye mesleğinin algılanan 'ahlaki kirliliği' ile örgütsel ve mesleki aidiyetsizlik ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkileri incelemiştir. Bu çalışmada ahlaki kirlilik ile örgütsel ve mesleki aidiyetsizlik arasında pozitif bir ilişki çıkmış ve örgütsel ve mesleki aidiyetsizlik ise işgören devir niyeti ile pozitif ilişkili bulunmuştur. Bu çalışma aynı zamanda, mesleki statünün mesleki aidiyetsizlik ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiyi zayıflattığını ve örgütsel desteğin, örgütsel aidiyetsizliğin işten ayrılma niyeti üzerindeki olumsuz etkisini zayıflattığını (azalttığını) ortaya çıkarmıştır.

Macua'da turizm ve ağırlama öğrencileri üzerinde yapılan bir başka çalışmada turizm mesleklerinin algılanan sosyal statüsünün düşük ya da yüksek olmasının turizmde kariyer yapma ihtimalini etkilediği, kariyer yapma ihtimalinin de turizm sektöründe çalışmaya bağlılığı belirleyen önemli faktör olduğu ortaya konulmuştur (Wan, Wong, Kong, 2014). Adı geçen yazarlar turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne girmeleri ve sektörde kalmaları için turizmdeki mesleklerin sosyal statülerinin ve imajının iyileştirilmesinin önemine işaret etmişlerdir. Aynı şekilde Sandiford ve Seymour (2010) İngilterede bar çalışanları ile yaptıkları derinlemesine görüşme yöntemine dayalı çalışmalarında, barda çalışanların mesleğin sosyal statüsünü daha iyi gelir, terfi fırsatları ve iş özellikleri sağladığı için ağırlama

sektöründeki diğer işlerden daha iyi değerlendirdiklerini belirtmişler ve bu durumun barda kariyer yapma ihtimalini arttırdığını bulmuşlardır.

Turizm alanı dışında yapılan bazı çalışmalarda ise işin sosyal statüsünden, damgalanmasından ve imajından ziyade işletmelerin dışsal prestijlerinin ve statülerinin çalışanların işletmeye duygusal bağlılığını, örgütsel vatandaşlık davranışını ve duygusal memnuniyetini etkilediğini ortaya koymuşlardır (Carmeli, 2005; Herrbach ve Mignonac, 2004).

Özetle, turizm sektörüyle ilgili olarak mesleki damga bilinci, mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılık arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkileri inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu konuya yakın olarak nitelendirilebilecek çalışmalar mesleki damga bilinci ile işte kalma ve işi tavsiye etme, turizm sektöründeki işlerin sosyal statüsü ile kariyer yapma ve sektörde çalışma isteği ve işlerin ahlaki kirliliği ve işten ayrılma niyeti ilişkileri üzerinde yoğunlaşmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERDE MESLEKİ DAMGA BİLİNCİNİN MESLEKİ BAĞLILIĞA ETKİSİ: MESLEKİ BENLİK SAYGISININ ARACI VE DÜZENLEYİCİ ROLÜNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırma Problemi

Türkiye’de turizm işletmeciliği alanında eğitim almış olan kişilerin, turizm sektöründe çalışmadıkları ya da sektörde çalışmaya başladıktan bir süre sonra turizm sektöründen ayrıldıkları yapılan çeşitli araştırmalarda ortaya konmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasının çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Bu sebeplerden biri sektörde var olan insan kaynakları uygulamalarıdır (Baum, 2007; Kusluvan v.d. 2010; Price, 1994; Woods, 1999). Bu kapsama dahil edilebilen insan kaynakları uygulamaları, düşük ücret, kötü yönetim tarzı, uzun çalışma saatleri, turizm sektörünün mevsimsel yapıda olması, iş garantisinin olmaması, turizm sektörünün gerektirdiği çalışma koşullarıyla aile yaşantısının gereklerinin çatışması, iş yükünün fazla olmasıdır. İnsan kaynakları uygulamalarının dışında bireylerin kişilik özellikleri ve değerleri ile turizm sektörünün yapısal özelliklerinin ve gereklerinin uyuşmaması bir başka nedendir (Chalkiti ve Sigala, 2010; Davidson, Timo ve Wang, 2010; Kusluvan ve Kusluvan, 2004; Kusluvan v.d. 2010). Ayrıca, turizm eğitimi veren okulların turizm sektöründe çalışmak için gerekli olan bilgi ve beceriyi öğrencilerine yeterli ölçüde kazandıramamaları ve bireylerin turizm sektöründe çalışmaya başladıktan kısa bir süre sonra yönetici olacakları gibi yüksek bir beklenti içinde olmaları bireylerin turizm sektöründe çalışmayı bırakma ya da çalışmaya hiç başlamama sebepleri arasında sıralanabilir (Holden, Jameson ve Lashley, 2005; Lu ve Adler, 2009). Turizm sektöründe çalışmanın toplum tarafından nasıl algılandığını ya da bir meslek olarak sosyal statüsünün veya toplum tarafından damgalanmış olmasının bu sektördeki mesleki bağlılığı nasıl etkilediğini araştıran çalışma sayısı çok sınırlıdır. Bir çalışma alanı olarak turizm sektörünün olumsuz bir imaja sahip olduğu, mesleki olarak olumsuz bir biçimde damgalandığı ve turizmde kariyer yapmayı olumsuz etkilediği literatürde vurgulanmış olsa da (Brien, 2004; Davis, 2009) konuyla ilgili

olarak yapılan görgül çalışmalar çok sınırlıdır. Örneğin mesleki damga bilincinin yiyecek içecek işletmelerinde garsonların işte kalma ve işi başkasına tavsiye etme niyeti üzerindeki etkisi (Wildes, 2005) ve turizmde çalışmanın sosyal statüsünün turizm sektöründe çalışma niyetine ve bağlılığına olan etkisi incelenmiştir (Wan, Wong ve Kong, 2014). Ancak, turizm mesleğinin sosyal statüsünün, imajının ya da damgalanmışlığının turizm eğitimi alanlar tarafından algılanması ile mesleki bağlılık arasındaki ilişki ve bu ilişkiye aracılık edebilecek ya da bu ilişkiyi değiştirebilecek olan mesleki benlik saygısının aracı ve/veya düzenleyici (şartlı) rolünü inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Başka bir deyişle turizmde mesleki bağlılığı etkileyebilecek olan mesleki damga bilinci ve mesleki benlik saygısı kavramları üzerinde yeterli araştırma yapılmamıştır. Bu çalışma, mesleki damga bilincinin mesleki bağlılığı etkilediği ve mesleki benlik saygısının da bu iki değişken arasında aracı ve/veya düzenleyici bir rol oynadığı varsayımına dayanmaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerde mesleki damga bilincinin mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılık üzerindeki etkisini tespit etmek ve mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının aracı ve/veya düzenleyici rol oynayıp oynamadığını test etmektir. Öncelikle öğrencilerin turizm işletmeciliği mesleğine ilişkin mesleki damga bilinci (farkındalığı) ölçülecek ve bu bilinç düzeyinin mesleki bağlılığı ve mesleki benlik saygısını etkileyip etkilemediği ve mesleki benlik saygısının bu iki değişken arasında aracı ve/veya düzenleyici rol oynayıp oynamadığı araştırılacaktır.

3.3. Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi

Lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerde mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık üzerindeki etkisinin ve mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının aracı ve düzenleyici rol oynayıp oynamadığının tespit edilmesi çeşitli açılardan önemli ve gereklidir. Birincisi, lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin mesleki damga bilincinin ve mesleki benlik saygısının mesleki bağlılığı etkileyip etkilemediği literatürde araştırılmamış bir konudur. İnsanlar toplumsal olarak saygı görme ve aidiyet hissetme

ihtiyacı içinde olduğu için olumlu bir sosyal kimlik geliştirmek ve toplum tarafından onaylanmak ve takdir edilmek isterler. Ancak insanlar sosyal olarak damgalanan iş ve mesleklerde çalıştıklarında hem mesleki damga bilinci artabilir hem de mesleki benlik saygısı düşebilir. Dolayısıyla damgalanmış işlerde çalışanlar veya çalışacak olanlar özsaygılarında ve olumlu sosyal kimliklerinin değerinde bir düşme (Saunders, 1981) sonucu mesleki benlik saygılarında da bir düşme yaşayabilecekler ve damgalanmış işlere ve mesleklere karşı ‘kaçınma ve özdeşleşmeme’ davranışı gösterebilecektir (Pinel ve Bosson, 2013). Turizm işletmeciliği eğitimi alan ve turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin toplum tarafından damgalanmış olduğunu ve değer verilmediğini fark eden öğrenciler, mesleki benlik saygılarında ve mesleki bağlılıklarında bir azalma yaşayabilirler. Bu durum benlik saygılarını ve olumlu sosyal kimliklerini korumak adına önemli sayıda turizm eğitimi almış öğrencinin turizm sektöründeki mesleklere bağlılığını azaltabilir. Turizm sektörü bağlamında daha önce araştırılmamış bu değişkenlerin (mesleki damga bilinci ve mesleki benlik saygısı) mesleki bağlılık üzerindeki etkisinin araştırılması hem turizm eğitimi almış olanların mesleki bağlılığını daha iyi anlamaya ve açıklamaya yol açacak hem de literatürdeki bu konudaki bilgi ve araştırma eksikliği giderilmiş olacaktır. İkincisi, mesleki benlik saygısının mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında aracı mı, düzenleyici mi yoksa her iki rolü birden mi oynadığı ortaya çıkarılacaktır. Literatürde bu konuya ilişkin de bir araştırmaya rastlanmamıştır ve bu alandaki boşluk da doldurulmuş olacaktır. Üçüncüsü, mesleki damga bilincinin ve mesleki benlik saygısının mesleki bağlılık üzerindeki etkisi ortaya çıkarılacak ve öğrencilerin mesleki benlik saygısını arttırmaya ve öğrencilerde mesleki damga bilincini azaltmaya yönelik önerilere yer verilebilecektir.

3.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırma, lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerde mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasındaki ilişkiyi ve mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının aracı ve/veya düzenleyici rol oynayıp oynamadığını test edecektir. Bu çalışma, lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitim alan, turizm sektöründe en az 3 ay staj yapmış ya da çalışmış 3. ve 4. sınıf öğrencilerini kapsamaktadır. Turizm sektöründe çalışanlar ile ön lisans düzeyinde

turizm işletmeciliği eğitimi alan ve turizm liselerinde okuyan ve diğer eğitim kurumlarında kısa süreli sertifika eğitimi alan öğrenciler bu araştırmanın kapsamı dışındadır.

3.5. Yöntem

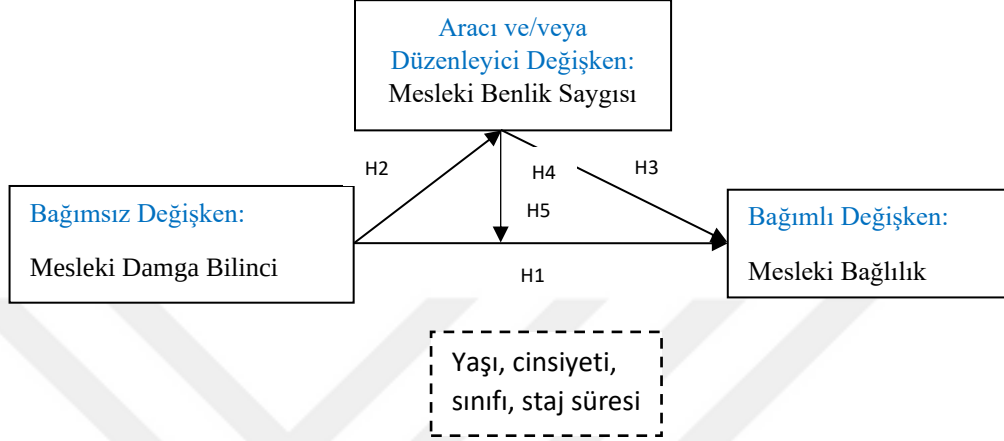
Araştırmanın modeli ve değişkenleri, araştırma hipotezleri, örneklem ve veri toplanan gruplar, veri toplama araçları, veri toplama süreci ve verilerin analizi ile ilgili detaylı açıklamalar aşağıda verilmiştir.

3.5.1. Araştırmanın Modeli ve Değişkenler

Bu çalışmada lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerde mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık üzerindeki etkisi ve mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının aracı ve düzenleyici rol oynayıp oynamadığı tespit edilecektir. Temel araştırma modeli Şekil 3.1’de gösterilmektedir. Araştırmanın bağımsız değişkeni mesleki damga bilinci, bağımlı değişkeni mesleki bağlılık, araştırmanın aracı ve/veya düzenleyici değişkeni ise mesleki benlik saygısıdır. Modelde yer alan aracı ve düzenleyici değişkenler bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasında yer alan ve nedensellik ilişkisini anlamak ve detaylandırmak için kullanılan üçüncü değişkenlerdir. Aracı değişken, bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki nedensellik ilişkisinde sebebin (bağımsız değişken) sonucu (bağımlı değişkeni) *neden ve nasıl ortaya çıkardığını (doğurduğunu), ya da bağımsız değişkenin hangi süreçlerle bağımlı değişkeni etkilediğini* açıklamaya çalışır (Dakanalis, Timko, Zanetti, Rinaldi, Prunas, Carrâ ve Clerici, 2014; Frazier, Tix ve Baron, 2004; Karazsia ve Berlin, 2018). Düzenleyici değişken ise bağımsız değişkenin *ne zaman, kimin için ve hangi şartlarda bağımlı değişkeni güçlü veya zayıf bir şekilde etkileyeceğini* belirtir (Dakanalis, Timko, Zanetti, Rinaldi, Prunas, Carrâ, ve Clerici, 2014; Frazier, Tix ve Baron, 2004; Karazsia ve Berlin, 2018; MacKinnon, Cox ve Baraldi, 2012). Düzenleyici değişkenli nedensel modellerde, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki ilişkinin gücü, büyüklüğü ve yönü düzenleyici değişkenin farklı değerlerine bağlıdır. Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki bir değişkenin aynı anda hem aracı hem de düzenleyici değişken olması konusu ilgili yazında tartışılan bir konudur. Ancak

bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında yer alan bir değişkenin hem aracı hem de düzenleyici değişken olabileceği matematiksel olarak ispatlanmıştır (Hayes, 2018;

Şekil 3. 1 Temel Araştırma Modeli



Karazsia ve Berlin, 2018). Bu durumu Hayes şöyle ifade etmektedir: ‘incelenen olguya bağlı olarak bir değişken aracı ya da düzenleyici olabilir. İlke olarak aynı değişken zamanla gelişen ve değişen süreçlere bağlı olarak aynı anda her iki rolü de oynayabilir’ (2018: 9). Bu bağlamda genel olarak sosyal bilimler literatüründe bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında yer alan aynı değişkenin aracı değişken mi yoksa düzenleyici değişken mi olduğunu ortaya çıkarmak için çok sayıda çalışma yapılmıştır (Dakanalis vd., 2014; Eertmans, Victoir, Vansant ve Van den Bergh, 2005; Holman ve Wall, 2002; Kong, Zhao ve You, 2013; Wei, Mallinckrodt, Russell ve Abraham, 2004). Hatta birbiriyle rekabet eden araştırma modellerinin test edilmesi literatürde en iyi uygulama olarak değerlendirilmektedir (Kline, 2011).

Bu çalışmada ki değişkenlerin aşağıda belirtilen tanımları benimsenmiştir. Mesleki damga bilinci veya farkındalığı herhangi bir meslekle ilgili olarak bir mesleğin değerini düşüren olumsuz basmakalıp önyargılara ve değerlendirmelere ilişkin bilinç ya da farkındalık olarak tanımlanmıştır (Wildes, 2005, Pinel, 1999). Mesleki benlik saygısı ‘bireyin tercih ettiği mesleğine ilişkin geliştirdiği değerlilik yargısı olarak ifade edilebilir’ (Tekirgöl, 2011, s.8). Mesleki bağlılık ise ‘kişinin

seçtiği meslekte çalışma motivasyonunu ifade etmektedir' (Carson ve Bedeian, 1994, s.240).

Bu araştırmada öğrencilerin yaşı, cinsiyeti, staj süresi ve kaçınıcı sınıfta olduğu da kontrol değişkenleri olarak kabul edilmiştir.

3.5.2. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmanın hipotezleri psikoloji ve sosyal psikoloji alanında çok bilinen iki temel teoriye dayanmaktadır. Bu teoriler 'benliğin güçlendirilmesi' teorisi ve 'sosyal kimlik' teorisidir. Benliğin güçlendirilmesi teorisine göre insanları harekete geçiren temel güdülerden birisi kendileri hakkında iyi hissetmelerini sağlayan benlik saygısı veya benlik değeridir (Swann, Griffin, Predmore ve Gaines, 1987). Benliğin güçlendirilmesi 'temel güdü', 'benliği yukarı çeken güç' ve insanın yaşamının ana amacı' olarak ifade edilmiştir (Swann, Pelham ve Krull, 1989). Benliği güçlendirme arzusu onun elde edileceği anlamını gelmez ve bireyin benliğini güçlendiren özellikler 'inandırıcı olmalı ve sosyal olarak temellendirilmelidir' (Brown, Collins ve Schmidt, 1988, p.446). Bir bakıma benlik değerinin kaynağı sosyal olarak gösterilmeli ve ispat edilmelidir. Saygı duyulan ve sosyal statüsü yüksek bir meslek benlik saygısının dayandırılabilceği önemli bir delildir. Benzer şekilde sosyal kimlik teorisine göre, sosyal kategoriler (örneğin etnik grup, din, meslek, iş vb.) bireyin sosyal kimliğini oluşturur ve benlik kavramını ve kim olduğunu tanımlar (Hogg ve Terry, 2000). Eğer bireyler damgalanmış bir meslek grubundaysa veya mesleklerini damgalanmış olarak algılıyorlarsa sosyal kimlikleri ve mesleki benlik saygılarındaki düşme nedeniyle sosyal kimlikleri ve benlik saygıları sosyal olarak değersizleşir ve azalır (Crocker, Major ve Steele, 1998). Olumlu sosyal kimlik ve benlik saygısı elde etmek için insanlar değerli ve olumlu sosyal kimliğe sahip grup ve kategorilerle ilişkilendirilmek isterler ve damgalanmış iş veya meslek gibi grup ve kategorilerden uzaklaşmak isterler (Major ve O'Brien, 2005). Bu teoriye göre saygı duyulan ve prestijli iş ve meslekler olumlu sosyal kimlik ve benlik saygısı için son derece önemlidir. Çünkü mesleki benlik saygısı insanların genel benlik saygısını belirleyen alanlardan biridir (Gentile v.d. 2009; MacDonald, Saltzman ve Leary, 2003). Bu nedenle bu araştırmada olumsuz bir kategori olarak mesleki damga bilincinin mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılık üzerinde olumsuz etkisinin olacağı, mesleki benlik saygısının ise mesleki bağlılık

üzerinde olumlu etkisinin olacağı varsayılmıştır. Yukarıda açıklandığı üzere turizm literatüründe bu varsayımları kısmen destekleyen çok az sayıda araştırma bulunmaktadır.

Konuyla ilgili ilk yapılan niteliksel bir araştırmada Pullen (1987) Londra'daki kat görevlilerinin işlerini nasıl algıladığını ve ne hissettiklerini araştırmış ve kat görevlilerinin kirli, köle gibi ve değersiz hissettiklerini ve kendilerine başka insanların değer vermediklerini ifade etmiştir. Kusluvan ve Kusluvan (2003) lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörüne bağlılığını araştırmış ve işlerin sosyal statünün veya saygınlığının turizm sektörüne bağlılığı etkileyen önemli bir faktör olduğunu tespit etmiştir. Bu çalışma Malezya'da (Tan, Baharunb, Wazirc, Ngelambongd, Alie, Ghazalif ve Tarmazig, 2016), Tayland'da (Anandhwanlert ve Wattanasan, 2016) ve Macau'da (Wan, Wong ve Kong, 2014) tekrarlanmış ve aynı sonuçlar elde edilmiştir. Wildes ise (2005) Amerika'da restoran çalışanlarının mesleki damga bilinci ile işten ayrılma ve işi tavsiye etme arasındaki ilişkileri incelemiş ve çalışanların mesleki damga bilincinin yüksek olduğunu ve bununda meslekten ayrılma niyetini olumlu etkilediğini ve çalıştıkları işleri başkalarına tavsiye etmelerini olumsuz etkilediğini tespit etmişlerdir. Macua'da ise otel kumarhanelerinde çalışan kurpiyelerin mesleklerine ilişkin ahlaki kirlilik (bir tür mesleki damga) ile örgütsel ve mesleki özdeşleşme ve işten ayrılma niyeti arasında pozitif ilişkiler tespit edilmiştir (Lai, Chan ve Lam, 2013). Brezilya'da yapılan niteliksel bir başka çalışmada ise turizmle ilişkili mesleklerin olumsuz (kimsenin değer vermediği işler, fakirler için işler, arkadaşların güldüğü işler, saygınlığı olmayan işler) algılandığını ve bunun da, iş garantisi ve iyi ücrete rağmen, turizm sektöründeki işlerde çalışma isteğini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (Dreher, Carrion, ve Silverira; 2013). Literatürde mesleki benlik saygısının mesleki damga bilinci veya mesleki bağlılıkla ilişkisinin araştırıldığı çalışmaya rastlanmamıştır. Yukarıda belirtilen kuramlara ve alan araştırmalarına istinaden aşağıdaki hipotezler ileri sürülmüştür:

H₁: Mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık üzerinde olumsuz bir etkisi vardır;

H₂: Mesleki damga bilincinin mesleki benlik saygısı üzerinde olumsuz bir etkisi vardır;

H₃: Mesleki benlik saygısının mesleki bağlılık üzerinde olumlu bir etkisi vardır.

H₄: Mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık ilişkisinde mesleki benlik saygısı aracılık rolü oynamaktadır;

H₅: Mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık ilişkisinde mesleki benlik saygısı düzenleyici rol oynamaktadır.

3.5.3. Örneklem ve Katılımcılar

Araştırmada örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca göre örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Türkiye’de turizmin geliştiği dört bölgenin (Marmara, Ege, Akdeniz ve İç Anadolu) her birinden en eski ve eğitim dili Türkçe olan iki turizm/konaklama işletmeciliği bölümünün 3. ve 4. sınıflarında okuyan ve en az 3 ay staj yapmış ya da sektörde çalışmış olan öğrenciler araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmada ankete dahil olanların sadece turizm işletmeciliği bölümlerinin 3. ve 4. sınıfında okuyan ve en az 3 ay staj yapmış ya da sektörde çalışmış olmasının sebebi; tutum araştırmalarında tutum nesnesi ile ilgili doğrudan deneyimlere sahip olmanın daha güçlü, gerçekçi ve hatırlanabilir tutumların oluşmasına sebep olmasıdır (Fazio, 1986). Ayrıca, doğrudan deneyime dayalı tutumlar gelecekteki davranışı tahmin etmede daha başarılıdır. Turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin çoğunun 3. ya da 4. sınıfa geldiğinde sektörde staj yapmış ya da bir süre çalışmış olduğu düşünülürse bu öğrencilerin mesleki damga, mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılık konularıyla ilgili daha güçlü, gerçekçi ve hatırlanabilir tutumlara sahip oldukları iddia edilebilir. Öte yandan örneklem kapsamına turizmin en fazla geliştiği bölgelerde kuruluş tarihine göre en eski okullar dahil edilmiştir. Çünkü bu bölümlerde lisans düzeyinde turizm eğitimi belirli ölçüde kurumsallaşmıştır ve yeterli ve deneyimli öğretim üyeleri mevcuttur.

3.5.4. Veri Toplama Araçları

Veriler öğrencilerle ilgili demografik bilgilerin ve araştırma değişkenlerine ilişkin ölçeklerin yer aldığı bir anket ile toplanmıştır (Ek 1). Araştırmanın değişkenleri daha önce geliştirilen ve güvenilirlik ve geçerlilikleri sınanmış ölçekler ile ölçülmüştür. Araştırmanın bağımsız değişkeni olan mesleki damga bilincini iş ve çalışma hayatı bağlamında ölçmek için geliştirilen tek ölçek olan ‘mesleki damga algılaması’ ölçeği kullanılmıştır (Kamışe, Hori ve Okamoto, 2010, Kamışe, 2013).

Damgalama konusunda geliştirilen diğer ölçekler ağırlıklı olarak cinsiyetlerin ve psikolojik hastalıkların damgalanmasının ölçümüne yöneliktir (Brohan, Slade, Clement ve Thornicroft, 2010; Livingston ve Boyd, 2010; Pinel, 1999, Werner, Corrigan, Ditchman, Sokol, 2012). Araştırmanın bağımlı değişkeni olan mesleki bağlılığı ölçmek için tek boyutlu, güvenilirliği yüksek ve sık kullanılan bir ölçek olduğu için Blau, Paul ve St John tarafından 1993 yılında geliştirilen ölçeğin kullanılması tercih edilmiştir. Araştırmanın aracı ve düzenleyici değişkeni olan mesleki benlik saygısını ölçmek için ise literatürde ilk defa Arıçak (1999) tarafından Türkçe olarak geliştirilen ölçek kullanılmıştır. İngilizce'den çevrilen mesleki damga bilinci/algılaması ve mesleki bağlılık ölçekleri önce iyi düzeyde İngilizce bilen öğretim elemanları tarafından Türkçe'ye çevrilmiş daha sonra başka öğretim elemanları tarafından tekrar İngilizceye çevrilmiş ve çeviri-tekrar çeviri yöntemiyle olası anlam kayıpları azaltılmıştır.

3.5.5. Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri anketler yardımıyla örneklem kapsamındaki öğrencilerden yüz yüze toplanmıştır. Turizmin en çok geliştiği Marmara, Ege, Akdeniz ve İç Anadolu Bölgelerinin her biri için amaca göre örnekleme uygulanarak her

Tablo 3. 1. Verilerin Toplandığı Fakülteler ve Bulunduğu Bölgeler

Akdeniz Bölgesi	• Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü • Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü
Ege Bölgesi	• Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği Bölümü • Ege Üniversitesi Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği Bölümü
Marmara Bölgesi	• İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü • Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü
İç Anadolu Bölgesi	• Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü • Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü

bölgeden kuruluş tarihi olarak en eski iki turizm işletmeciliği bölümü seçilmiştir. Her bölgeden seçilen kurumların lisans düzeyinde turizm eğitimi veren en eski okullar olmasına dikkat edilmiştir. Veriler seçilen bu okulların turizm işletmeciliği bölümü 3. ve 4. sınıf en az üç ay staj yapmış öğrencilerinden toplanmıştır. Verilerin toplandığı bölge ve okullar Tablo 3.1 de gösterilmektedir. Araştırma anketinde mesleki damga bilinci, mesleki bağlılık, mesleki benlik saygısı ve katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorulara yer verilmiştir. Verilerin toplanmasında her bölümdeki öğretim elemanlarından destek alınmıştır. İşbirliği yapılan öğretim elemanları derslerinin son 20 dakikasını anketin öğrenciler tarafından doldurulmasına ayırmıştır. Öncelikle anketin girişinde yer alan ve anketin samimi ve gerçekçi bir şekilde doldurulmasının önemini belirten not öğretim elemanı tarafından okunmuş ve daha sonra da anketler dağıtılmış ve doldurulduktan sonra toplanmıştır. Anketler 2015 yılının Ocak-Nisan ayları arasında turizm sektöründe yaşanan krizden önce uygulanmıştır. Anketlerin uygulanmasında bir zorluk yaşanmamış ancak anketi sadece anketin yapıldığı gün derse gelen öğrencilere doldurtma imkanı söz konusu olmuştur.

3.5.6. Verilerin Analizi

Anketler aracılığıyla elde edilen veriler bilgisayar ortamında istatistiksel analiz programları kullanılarak ve tanımlayıcı istatistikler esas alınarak değerlendirilmiştir. Turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin mesleki damga bilincinin mesleki bağlılıkları üzerindeki etkisi ve mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının aracı ve/veya düzenleyici rol oynayıp oynamadığı ise Andrew F. Hayes (2018) tarafından geliştirilen PROCESS eklenti programıyla test edilmiştir.

3.6. Araştırmanın Bulguları ve Tartışma

Bu bölümde öncelikle araştırmada kullanılan ölçeklerinin güvenilirlik ve geçerliliklerine ve araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bulgulara yer verilecek daha sonra ise diğer bulgular özetlenecektir.

3.6.1. Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerlilikleri

Araştırmada kullanılan her üç ölçeğin de güvenilirlikleri tatminkâr düzeyde (≥ 0.70) bulunmuştur (Tablo 3.2). Mesleki bağlılık ölçeğinde toplam ölçek puanı ile yeterli düzeyde (≥ 0.30) korelasyon göstermeyen madde 7 ölçekten çıkartılmıştır. Madde toplam korelasyonunun yorumlanmasında, değeri 0.30 ve üzerinde olan maddelerin ölçülecek özelliği ayırt etme açısından yeterli olduğu kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2010; Erkuş, 2012; Field, 2009).

Tablo 3. 2 Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Katsayıları

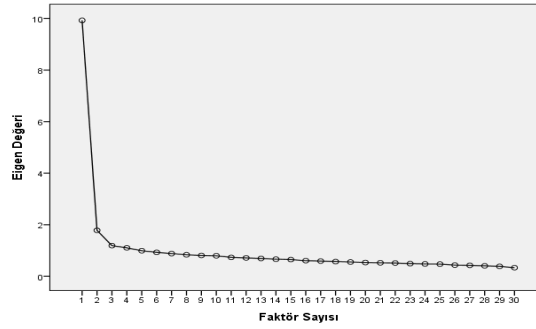
Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach Alfa Katsayısı (α)
Mesleki Damga Bilinci	5	0,76
Mesleki Benlik Saygısı	30	0,92
Mesleki Bağlılık*	10	0,87

*Bu ölçekten madde 7 ölçek puanı ile 0,30'dan daha düşük korelasyon gösterdiği için çıkarılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliklerini test etmek amacıyla öncelikle açımlayıcı/keşifsel faktör analizi yapılmıştır. Öncelikle ölçeklerin veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını tespit etmek için Kaiser-Meyer-Olkin ve Barlett testlerinin sonuçlarına bakılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin yeterlilik katsayısı mesleki damga bilinci ölçeği için 0,740; mesleki benlik saygısı ölçeği için 0,957; mesleki bağlılık ölçeği için ise 0,912 olarak saptanmış ve bu değerler 1'e çok yakın olduğu için örneklem faktör analizi için yeterli görülmüştür (Hair, Anderson, Tahtam ve Black 1998). Ayrıca Barlett küresellik testi sonucunda damga bilinci ölçeği ($\chi^2 = 1297,073$, $p=0,00$), mesleki benlik saygısı ölçeği ($\chi^2 = 8699,084$, $p=0,00$) ve mesleki bağlılık ölçeklerinin ($\chi^2 = 3119,483$, $p=0,00$) verilerinin kendi maddeleri arasında anlamlı korelasyon gösterdiği, korelasyon matrislerinin birim matris olmadığı tespit edilmiş ve verilerin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmıştır (Kalaycı, 2010; Özdemir, 2010). Açımlayıcı/keşifsel faktör analizi sonucunda mesleki damga bilinci ve mesleki bağlılık ölçeklerinin eigen değerleri ve yamaç grafiğinin incelenmesi sonucu tek faktörlü (eigen değeri 1'den büyük olma, faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı dikkate

alınarak) olduğu ortaya çıkmıştır. Mesleki benlik saygısı ölçeğinde ise faktör analizi sonucu eigen değeri 1'den büyük dört faktör ortaya çıkmış ancak faktör analizi sonuçlarında madde içerikleri, yamaç grafiği ve ikinci, üçüncü ve dördüncü faktörün toplam varyansı açıklama oranları (sırasıyla 5,9; 3,9 ve 3,6) dikkate alınarak tek faktör olduğu kabul edilmiştir (Şekil 3.2). Ancak söz konusu ölçekle ilgili faktör analizi

Şekil 3. 2 Mesleki Benlik saygısı Yamaç Grafiği



sonuçları mesleki benlik saygısı ölçeğindeki maddelerin geçerliliğinin tekrar test edilmesi ve sadeleştirilmesi gereğine işaret etmektedir. Bu nedenle daha sonra ölçeklerin yapı geçerliliğini ölçmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve birleşme (yakınsama) geçerliliği için her bir ölçeğin maddelerinin standartlaştırılmış regresyon yükleri incelenmiş ve literatürde önerildiği üzere yükleri 0.50 den düşük olan maddeler adım adım silinmiştir (Fornell ve Larcker, 1981; Peterson, 2000). Bu işlemden sonra mesleki bağlılık ölçeğinden madde 5, 6, 7 ve 8, mesleki benlik saygısı ölçeğinden ise madde 4, 7, 8, 11, 18, 25 çıkarılmıştır (Ek 1). Mesleki damga bilincinde standartlaştırılmış regresyon yükü 0.49 olan birinci madde 1 ise sınır değerine çok yakın olduğu için korunmuştur. Ölçeklerin yakınsama geçerliliği için ise faktör yüklerinin 0,50 değerinden ve ortalama açıklanan varyans (OAV) değerlerinin de 0,50 değerinden büyük olup olmadığı incelenmiştir. Daha önce belirtildiği üzere faktör yükleri (standartlaştırılmış regresyon yükleri) 0,50'nin altında olan ölçek maddesi kalmadığı için bütün ölçeklerin birleşme (yakınsama) geçerliliği olduğu düşünülebilir. Ancak, birleşme geçerliliği için her bir ölçeğin ortalama açıklanan varyansının aynı zamanda 0,50'den yüksek olması gerekmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Bu açıdan Tablo 3.3 de görüldüğü üzere ölçeklerin ortalama açıklanan varyansları 0.50 sınırından biraz düşüktür. Burada ortalama açıklanan varyans kriterinin (AVE) geçerlilik için çok

katı bir ölçüt olduğunu da unutmamak gerekir (Malhotra ve Dash, 2011). Bu nedenle yakınsama geçerliliği için her bir ölçek maddesinin faktör yükünün 0.50'nin üzerinde olması da geçerlilik için önemli bir kanıttır. Ancak gelecekteki araştırmalarda özellikle mesleki benlik saygısı ve mesleki damga bilinci ölçeklerinin gözden geçirilmesi yerinde olacaktır. Özellikle mesleki damga bilinci ölçeğinde ilk üç maddenin içeriği incelendiğinde bu maddelerde toplumun bir mesleği damgalayıp damgalamadığı sorulurken diğer iki soru daha çok meslekle ilgili toplumsal damgalamayı kişinin hissedip hissetmemesi ve sosyal damganın kişi üzerindeki etkileri sorulmaktadır. Dolayısıyla mesleki damganın bir toplumsal yönü bir de bireysel yönü olabilir ve gelecekte toplumsal damgayı ve bireysel olarak benimsenmiş ve içselleştirilmiş damgayı ölçmek için ayrı ölçekler geliştirilebilir. Mesleki benlik saygısı ölçeğinde ise çok fazla sayıda soru olması ve bunların yaklaşık yarısının ters kodlanması anketi cevaplayanların çelişkili cevaplar vermesine yol açmış olabilir. Bu ölçeğin madde sayısının azaltılması ve maddelerin hepsinin olumlu cümlelerle ifade edilmesi geçerliliği arttırabilir.

Tablo 3. 3 Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Birleşme Geçerliliği

Ölçekler	Madde Sayısı	Birleşme Geçerliliği (Yapı Güvenilirliği, Bileşik Güvenilirlik)	Ortalama Açıklanan Varyans (AVE)
Mesleki Damga Bilinci	5	0,76	0,39
Mesleki Benlik Saygısı	24	0,91	0,31
Mesleki Bağlılık	7	0,86	0,46

3.6.2. Araştırmaya Katılanlara İlişkin Bilgiler

Araştırmaya katılan öğrencilere ilişkin çeşitli bilgiler Tablo 3.4' de verilmiştir. Anketi cevaplayan öğrencilerin yaş ortalamasının 22,5, staj yaptığı ortalama ay sayısı 13 ve bölüm tercihi sıralarının ortalaması ise 6,9 olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin üniversite tercihlerinde turizm işletmeciliği bölümünü 1. tercih sırasına yazanların

Tablo 3. 4 Anketi Cevaplayan Öğrencilere İlişkin Bilgiler

Cevaplayıcılarla İlgili Değişkenler	Kategoriler	Frekans	Yüzde (%)
Öğrencinin Üniversitesi	Gazi Üniversitesi	120	12
	Balıkesir Üniversitesi	268	26,8
	İstanbul Üniversitesi	157	15,7
	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	146	14,6
	Adnan Menderes Üniversitesi	71	7,1
	Akdeniz Üniversitesi	87	8,7
	Ege Üniversitesi	69	6,9
	Mersin Üniversitesi	82	8,2
Cinsiyeti	Kadın	447	44,7
	Erkek	553	55,3
Sınıfı	3. sınıf	481	48,3
	4. sınıf	514	51,7
Turizm lisesi mezunu mu?	Evet	300	30,1
	Hayır	698	69,9
Turizm sektöründe çalışan akrabası var mı?	Var	408	40,8
	Yok	592	59,2
Turizm işletmeciliği bölümünde eğitim almaktan memnun mu?	Evet	665	66,8
	Hayır	331	33,2
Staj yapılan bölüm/işletme	Ön büro	247	25
	Yiyecek-içecek-servis	435	44
	Kat hizmetleri	48	4,9
	Mutfak	81	8,2
	Muhasebe	19	1,9
	İnsan Kaynakları	15	1,5
	Satın alma	4	0,4
	Pazarlama-satış-halkla ilişkiler	18	1,8
	Seyahat acentesi	77	7,8
	Havayolları ve büroları	24	2,4
	Konulu parklar	1	0,1
	Birden çok bölüm	2	0,2
	Animasyon	15	1,5
	Kültür ve Turizm Bakanlığı	3	0,3
Staj yapılan işletmenin yıldız sayısı (varsa)	1,00	1	0,1
	2,00	2	0,3
	3,00	37	4,6
	4,00	104	13
	5,00	653	81,9
Stajlardan memnun mu?	Evet	644	65,8
	Hayır	334	34,2

oranı %34,3, ilk beş tercihin yazanların oranı ise %65,7 olarak tespit edilmiştir. Bu durum öğrencilerin büyük bir kısmının bölümü ilk tercihlerinde yer verdiğini göstermektedir. Bunun bölümü isteyerek seçtikleri şeklinde yorumlanabileceği gibi

puanı yettiği bölüme öncelik verdikleri anlamı da çıkarılabilir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %55'in erkek, %45'inin ise kadın olduğu, yaklaşık yarısının 3. sınıf diğer yarısının da 4. sınıf öğrencisi olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %30'unun turizm lisesi mezunu olduğu ve %40'ının da turizm sektöründe çalışan akrabası olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin 1/3'ünün turizm eğitimi alanında eğitim almaktan memnun olmadığı görülmektedir. Buna ilaveten öğrencilerin ağırlıklı olarak 5 yıldızlı (%82) ve 4 yıldızlı (%13) otellerde staj yaptığı görülmektedir. En fazla staj yapılan departmanlar yiyecek-içecek servisi (%44), ön büro (%25), mutfak (%8) ve kat hizmetleri (%5) olmuştur. Öğrencilerin %34'ünün stajlardan memnun kalmadığı ortaya çıkmıştır.

3.6.3. Mesleki Damga Bilinci/Algılamalarına İlişkin Bulgular

Mesleki damga bilinci veya algılamaları incelendiğinde öğrencilerin büyük çoğunluğunun turizm işletmeciliği mesleğine karşı halkın önyargılı olduğunu düşündüğü (%83) ve mesleğin toplumda olumsuz bir imaja sahip olduğuna inandığı (%65) görülmektedir (Tablo 3.5). Benzer şekilde öğrencilerin yarıya yakını (%45) mesleği yüzünden kendilerine daha az değer verildiğini düşünmektedir. Ancak öğrencilerin 1/3'ü turizm işletmeciliği mesleğinin olumsuz imajından dolayı olumsuz bir imaja sahip olduğunu ve insanların kendileri hakkında mesleğinden dolayı olumsuz konuşmalarından etkilendiğini belirtmektedir (Tablo 3.5). Öğrencilerin büyük çoğunluğu, turizm işletmeciliği mesleğinin sosyal olarak önyargılı değerlendirildiğine ve olumsuz bir imaja sahip olduğuna inandığı halde ancak öğrencilerin sadece üçte biri mesleklerinden dolayı olumsuz imajla ve konuşmalarla ilişkilendirildiklerini düşünmektedir (Tablo 3.5). Bu durum turizm işletmeciliği mesleğinin sosyal olarak damgalanmasına rağmen önemli oranda öğrencinin bu durumu içselleştirmedeğini ve benimsemediğini göstermektedir. Öğrencilerin sosyal olarak mesleki damgayı içselleştirmemesinin en önemli sebepleri arasında benlik saygısını veya özsaygılarını korumak ve turizm sektörüne ve turizm eğitimine zaman, para ve emek olarak yaptıkları yatırımın yanlış olduğunu kabullenmemek olabilir. Buna ilaveten öğrenciler, değer yargıları ve kişilik özellikleri itibari ile veya turizm sektöründe çalışan yakınlarının olması sebebiyle de mesleğin olumsuz sosyal imajını içselleştirmemiş olabilirler.

Tablo 3. 5. Mesleki Damga Bilincine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Maddeler	Kesinlikle Katılıyorum +	Kesinlikle Katılmıyorum +	Fikrim Yok (%)	Medyan*	Ortalama*	Standart Sapma
1.Toplunun turizm işletmeciliği mesleği ile ilgili olarak önyargılı olduğunu düşünüyorum.	82.8	15.4	1.8	3	3.1	0.88
2.Genel olarak turizm işletmeciliği mesleğinin toplumda olumsuz bir imajı vardır.	64.8	32.4	2.8	3	2.7	0.96
3.Mesleğim yüzünden bazen daha az değer veriliyor.	45.1	50.9	4	2	2.3	1.01
4.Mesleğim yüzünden insanların benimle ilgili olumsuz konuşmalarından endişeleniyorum.	33.6	62.6	3.8	2	2.0	0.99
5.Mesleğim yüzünden yeni tanıştığım biri tarafından bile olumsuz bir imaj ile ilişkilendiriliyorum.	32.2	63	4.7	2	2.0	0.98

N=1000;
*4=Kesinlikle Katılıyorum, 3=Katılıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle Katılmıyorum

3.6.4. Mesleki Benlik Saygısına İlişkin Bulgular

Mesleki benlik saygısı ile ilgili olarak anketi cevaplayan öğrencilerin büyük çoğunluğunun zihinlerinin karışık olduğu ve çelişkili cevaplar verdiği görülmektedir. Tablo 3.6 incelendiğinde görüleceği üzere öğrencilerin büyük bölümü mesleğini önemli görmekte (%77.7) mesleğinde üretken ve verimli olabileceğini düşünmekte (%76.8), mesleğinden memnun olduğunu belirtmekte (%60), mesleğe duygusal olarak kendilerini verebilmekte (%60.2), mesleğin parlak bir geleceği olduğunu (%58.9) ve mesleği yapacaklarını düşünmekte (%67.8), yeri geldiğinde mesleklerini rahatlıkla savunabileceklerini belirtmekte (%79), mesleğin itibarlı olduğunu (%58.3) ve mesleğin bir meslekte bulunması gereken özelliklere sahip olduğunu (%51) düşünmektedir. Öte yandan anketi cevaplayan öğrencilerin yine çoğunluğu mesleği kendi kişiliklerine uygun bulmamakta (%63.7), mesleğini istemeyerek seçtiğini bildirmekte (%59.9), mesleğini küçümsemekte (%81.1), yeteneklerinin mesleğine uygun olmadığını düşünmekte (%66.8), mesleğinin ihtiyaçlarını karşılayamayacağını düşünmekte (%53.7), ilgilerinin mesleklerine uygun olmadığını belirtmekte (%59.8)

Tablo 3. 6. Mesleki Benlik Saygısı İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Maddeler	Kesinlikle Katılıyorum + Katılıyorum (%)	Kesinlikle Katılmıyorum + Katılmıyorum (%)	Fikrim Yok (%)	Medyan*	Ortalama*	Standart Sapma
1-Kendimi sahip olduğum mesleğimden daha iyi mesleklere layık görüyorum. (T)	35.7	57.8	6.5	2	2.0	1.05
2-Mesleğim benim için çok önemlidir.	77.7	19.5	2.8	3	2.9	0.90
3-Mesleğimi kişiliğime uygun bulmuyorum. (T)	63.7	32.7	3.6	3	2.6	1.05
5-Mesleğimde üretken ve verimli olabileceğimi düşünüyorum.	76.8	19.8	3.3	3	2.9	0.97
6-Mesleğimi istemeyerek seçtim. (T)	59.9	37.6	2.5	3	2.6	1.03
9-Mesleğime çok saygı duyuyorum.	76.5	20.6	2.8	3	2.8	0.90
10-Tercih hatası yüzünden şu anda istemediğim bir meslek alanındayım. (T)	67.9	28.9	3.2	3	2.8	1.08
12-Mesleğimin değerlerini hala benimseyebilmiş değilim. (T)	64	32	3.9	3	2.6	0.98
13-Mesleğimden memnunum.	60.7	34.1	5.2	3	2.6	1.05
14-Mesleğim insanlar üzerinde etki bırakabilecek niteliklere sahiptir.	60.4	32.9	6.8	3	2.5	1.08
15-Mesleğimi küçümsüyorum. (T)	81.1	15.5	3.4	3	3	0.99
16-Mesleğime duygusal olarak kendimi verebiliyorum.	60.2	34.8	4.9	3	2.5	0.98
17-Bu mesleği seçtiğim için kendi içimde çatışma yaşadığım olur. (T)	43.6	51.5	4.8	3	2.3	1.06
19-Yeteneklerimin mesleğime uygun olmadığını düşünüyorum. (T)	66.8	30.6	2.5	3	2.7	0.99
20-Mesleğimin parlak bir geleceği olduğunu düşünüyorum.	58.9	34.3	6.8	3	2.5	1.10
21-Mesleğimi değiştirmeyi düşünüyorum. (T)	47.6	43.1	9.2	2	2.2	1.17
22-Mesleğimin benim ihtiyaçlarımı karşılayamayacağını düşünüyorum. (T)	53.7	41.2	5.2	3	2.4	1.06
23-Onur duyarak söyleyebileceğim bir mesleğim olmasını isterdim. (T)	42.6	53.6	3.7	2	2.2	1.06
24-Mesleğimi kendim istediğim için yapacağım.	67.8	28.2	4	3	2.7	1.01
26-Yeri geldiğinde mesleğimi rahatlıkla savunabilirim.	79	17.5	3.4	3	2.9	0.92
27-İlgilerimin mesleğime uygun olmadığını düşünüyorum (T)	59.8	37.4	2.7	3	2.5	1.02
28-Mesleğimin itibarlı olduğunu düşünüyorum.	58.3	33.5	8.1	3	2.5	1.08
29-Gerçekte zevk almadığım halde, mesleğimden zevk alıyormuş gibi görüyorum. (T)	64.5	31.3	4.3	3	2.7	1.05
30-Mesleğim, bir meslekte bulunmasını istediğim özelliklere sahip.	51	41.3	7.8	3	2.4	1.07
N=1000; *4=Kesinlikle Katılıyorum, 3=Katılıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle Katılmıyorum T: Bu maddeler ters kodlanmıştır.						

ve gerçekte zevk almadıkları halde, mesleklerinden zevk alıyormuş gibi göründüklerini ifade etmektedir (%64.5). Anketi cevaplayanların çoğunluğunun birbiriyle çelişkili görünen bu önermelere katılmasının çeşitli sebepleri olabilir. Birincisi öğrenciler benlik saygısı ile ilgili gerçekten istikrarlı bir tutumu olmayabilir ve bu konuda karmaşık duygu ve düşüncelere sahip olabilirler. İkincisi mesleki benlik saygısının maddelerinin yaklaşık yarısı negatif önerme olarak ifade edilmiş ve ters kodlanmıştır. Bu nedenle önermeleri dikkatli okumayan bazı öğrenciler soruları tek taraflı olarak sağa veya sola çarpık olarak işaretlemiş olabilirler. Üçüncüsü yine bazı öğrenciler soruları hiç okumadan rastgele işaretlemiş olabilir. Mesleki benlik saygısı ölçeğinin faktör analizinde ve yakınsama geçerliliği konusunda da sorunlu olduğu dikkate alındığında bu ölçeğin kısaltılması, maddelerinin tamamının pozitif olarak ifade edilmesi ve güvenilirlik ve geçerliliğinin yeniden değerlendirilmesi yerinde olacaktır. Netice olarak elde edilen verilerden hareketle, öğrencilerin mesleki benlik saygısı ile ilgili karmaşık duygu ve düşüncelere sahip olduğu ve öğrencilerin çoğunluğunun (yaklaşık %60 civarında bir oranının) turizm işletmeciliği mesleğini küçümsemesi, kendi kişiliklerine uygun bulmaması, yeteneklerini bu mesleği yapmak için uygun görmemesi, mesleğin ihtiyaçlarını karşılamayacağını ve bu meslekten zevk almadıklarını belirtmesi aslında mesleki benlik saygısının düşüklüğüne işaret etmektedir.

3.6.5. Mesleki Bağlılığa İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin mesleki bağlılığına ilişkin sonuçları (Tablo 3.7) incelendiğinde ise öğrencilerin turizm işletmeciliği mesleğine karşı güçlü bir mesleki bağlılıkları olmadığı görülmektedir. Öğrencilerin yarısından fazlası (%55.7) turizm işletmeciliği mesleğini seçtikleri için hayal kırıklığına uğradığını belirtmektedir ve önemli bir oranı (%42.6) ‘keşke başka bir meslek seçseydim’ ve ‘tekrar seçme imkanım olsa turizm işletmeciliği mesleğini seçmezdim’ (%38.3) şeklinde ifadelerle

Tablo 3. 6. Mesleki Bağlılık ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Maddeler	Kesinlikle Katılıyorum + Katılıyorum (%)	Kesinlikle Katılmıyorum + Katılmıyorum (%)	Fikrim Yok (%)	Medyan*	Ortalama a*	Standart Sapma
1-Mümkün olsa turizm işletmeciliği dışında başka bir meslekte çalışırdım. (T)	28.3	65.6	6	2	1.9	1.02
2-Uzun yıllar turizm işletmeciliği mesleğinde olacağımı/çalışacağımı düşünüyorum.	46.1	44.9	9.1	2	2.3	1.15
3-Turizm işletmeciliği mesleğini seçmemin doğru ve iyi bir seçim olduğunu düşünüyorum.	47.5	42.9	9.5	2	2.3	1.13
4-Tekrar seçme imkânım olsa turizm işletmeciliği mesleğini seçmezdim. (T)	38.3	52.2	9.4	2	2.0	1.17
9-Ömür boyu yapılabilecek ideal bir mesleğim var.	39.5	51.1	9.4	2	2.1	1.12
10-Keşke başka bir meslek seçseydim. (T)	42.6	49.2	8.3	2	2.1	1.17
11-Turizm işletmeciliğini meslek olarak seçmekten pişmanlık (hayal kırıklığı) duyuyorum. (T)	55.7	38.1	6.2	3	2.4	1.16

N=1000;
*4=Kesinlikle Katılıyorum, 3=Katılıyorum, 2=Katılmıyorum, 1=Kesinlikle Katılmıyorum
T: Bu maddeler ters kodlanmıştır.

pişmanlıklarını belirtmektedirler. Öğrencilerin yaklaşık %40'ı turizm işletmeciliğinin ömür boyu yapılabilecek bir meslek olarak görmekte yarısından azı (%46.1) uzun yıllar bu meslekte çalışacağını ve doğru ve iyi bir meslek seçimi yaptığını (%47,5) düşünmektedir. Bütün bu veriler öğrencilerin %40 civarında bir oranının turizm işletmeciliği mesleğine karşı mesleki bağlılık göstermediğine işaret etmektedir. Mesleki bağlılık ölçeğindeki sorulara öğrencilerin yaklaşık %8-9 civarında bir kısmının 'fikrim yok' şeklinde cevap vermesi öğrencilerin bu konuya ilişkin karmaşık duygu ve düşüncelere sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir.

3.6.6. Mesleki Damga Bilinci, Mesleki Benlik Saygısı ve Mesleki Bağlılık Arasındaki Korelasyonlar

Araştırma değişkenleri arasında nedensellik ilişkisi kurulabilmesi için öncelikle araştırma değişkenleri arasında korelasyonun olması gerekmektedir. Bu

nedenle üç araştırma değişkeninin kendi aralarındaki korelasyon incelenmiştir (Tablo 3.8). Tablodan görüldüğü üzere araştırma değişkenleri arasında anlamlı korelasyon

Tablo 3. 7 Araştırmanın Bağımlı ve Bağımsız Değişkenleri Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

	Mesleki Damga Bilinci	Mesleki Benlik Saygısı	Mesleki Bağlılık
Mesleki Damga Bilinci	1		
Mesleki Benlik Saygısı	-0,185**	1	
Mesleki Bağlılık	-0,157**	0,784**	1

****Korelasyon 0.01 anlamlılık düzeyinde önemlidir (çift yönlü)**

bulunmaktadır. Mesleki damga bilinci ile mesleki benlik saygısı ($r=-0,18$) ve mesleki bağlılık arasında ($r=-0,15$) negatif korelasyon söz konusudur. Bir başka deyişle öğrencilerin mesleki damga bilinci veya farkındalığı arttığında mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılık azalmaktadır. Mesleki benlik saygısı ile mesleki bağlılık arasında ise yüksek düzeyde pozitif korelasyon ($r=0,78$) söz konusudur. Daha açık bir deyişle mesleki benlik saygısı arttığında öğrencilerin mesleki bağlılıkları da artmaktadır. Bu ilişkiler mesleki damga farkındalığının doğrudan ve mesleki benlik saygısını baskılayarak mesleki bağlılığı olumsuz etkilediğine dair bir işaret olarak yorumlanabilir.

3.6.7. Araştırma Modelinin ve Hipotezlerin Testi

Daha önce belirtildiği üzere bu çalışmada mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık üzerinde etkisi olup olmadığı ve mesleki benlik saygısının bu ilişki de aracı ve/veya düzenleyici (şartlı) değişken rolü oynayıp oynamadığı incelenmektedir. Mesleki damga farkındalığının mesleki bağlılık üzerindeki doğrudan ve mesleki benlik saygısı aracılığı ile dolaylı ve toplam etkisini ölçmek için düzenleyici ve aracı değişken analizi yapılmıştır (Hayes, 2018). Araştırma modelini test etmeden önce bağımlı ve bağımsız değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılmıştır. Tablo 3.9'da görüldüğü üzere hem bağımlı hem de bağımsız değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri -1 ile +1 arasında kalmaktadır ve bu durum araştırma değişkenlerinin verilerinin normal dağıldığına işaret etmektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson,

2019; Hair, Hult, Ringle ve Sarstedt, 2017; Mishra, Pandey, Singh, Gupta, Sahu, Keshri, 2019; Wheeler, 2011). Örneklem sayısının 300'den fazla olduğu araştırmalarda çarpıklık ve basıklık değerinin -2 ile +2 arasında olması bile normal dağılıma işaret etmektedir (George ve Mallery, 2019; Kim, 2013; Mishra, Pandey, Singh, Gupta, Sahu, Keshri, 2019).

Tablo 3. 8. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenlerin Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

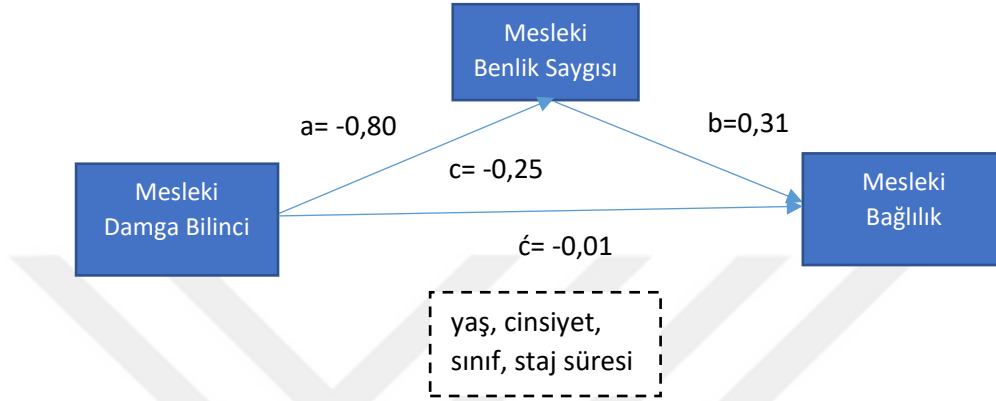
Ölçekler	N	Çarpıklık	Çarpıklık Standart Hatası	Basıklık	Basıklık Standart Hatası
Mesleki Damga Bilinci	1000	0,049	0,077	-0,184	0,155
Mesleki Benlik Saygısı	1000	-0,007	0,077	-0,211	0,155
Mesleki Bağlılık	996	0,184	0,077	-0,536	0,155

Ayrıca araştırmanın bağımsız değişkenleri arasında çoklu bağlantı sorunu olup olmadığını tespit etmek üzere çoklu bağlantı analizi (multicollinearity) yapılmış ve hem mesleki damga bilincinin hem de mesleki benlik saygısının varyans artış faktörü 1,037 bulunmuştur. Bu rakam çoklu bağlantı sorunu olduğunu gösteren eşik değeri olan 5 sayısından (Hair, Hult, Ringle, ve Sarstedt, 2017) oldukça düşüktür ve bu analizde adı geçen sorun yaşanmamıştır. Araştırma modeli Andrew F. Hayes'in PROCESS yazılımı kullanılarak test edilmiştir (Hayes, 2018). PROCESS yazılım programında model 1 diye adlandırılan model düzenleyici değişkenin etkisini model 4 diye ifade edilen model ise aracı değişkenin etkisini tespit etmek için kullanılmaktadır (Hayes, 2018). PROCESS yazılımı, aracı değişkenin dolaylı aracılık etkisini ölçerken ön yükleme (bootstrap) yeniden örnekleme tekniğini kullanmaktadır ve bu açıdan diğer regresyon modellerine ve Sobel testine kıyasla istatistiksel anlamda üstünlükleri vardır (Hayes, 2009; Preacher ve Hayes, 2008).

Öncelikle mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık üzerindeki etkisi ve mesleki benlik saygısının aracılık etkisi incelenmiştir. Aracılık analizi için PROCESS yazılımındaki model 4 kullanılmıştır. Mesleki benlik saygısının aracılık etkisi 5000 ön yükleme (bootstrap) örnekleme dayalı olarak hesaplandığında mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık üzerindeki doğrudan etkisinin negatif olduğu ancak bu etkinin istatistiki açıdan anlamlı olmadığı ($b=-0,01$, $p=0,71$, LLCI= -0,08; ULCI=0,05)

görülmüştür. Bu nedenle araştırmanın birinci hipotezi (H1) reddedilmiştir (Şekil 3.3). Daha açık bir ifadeyle mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık

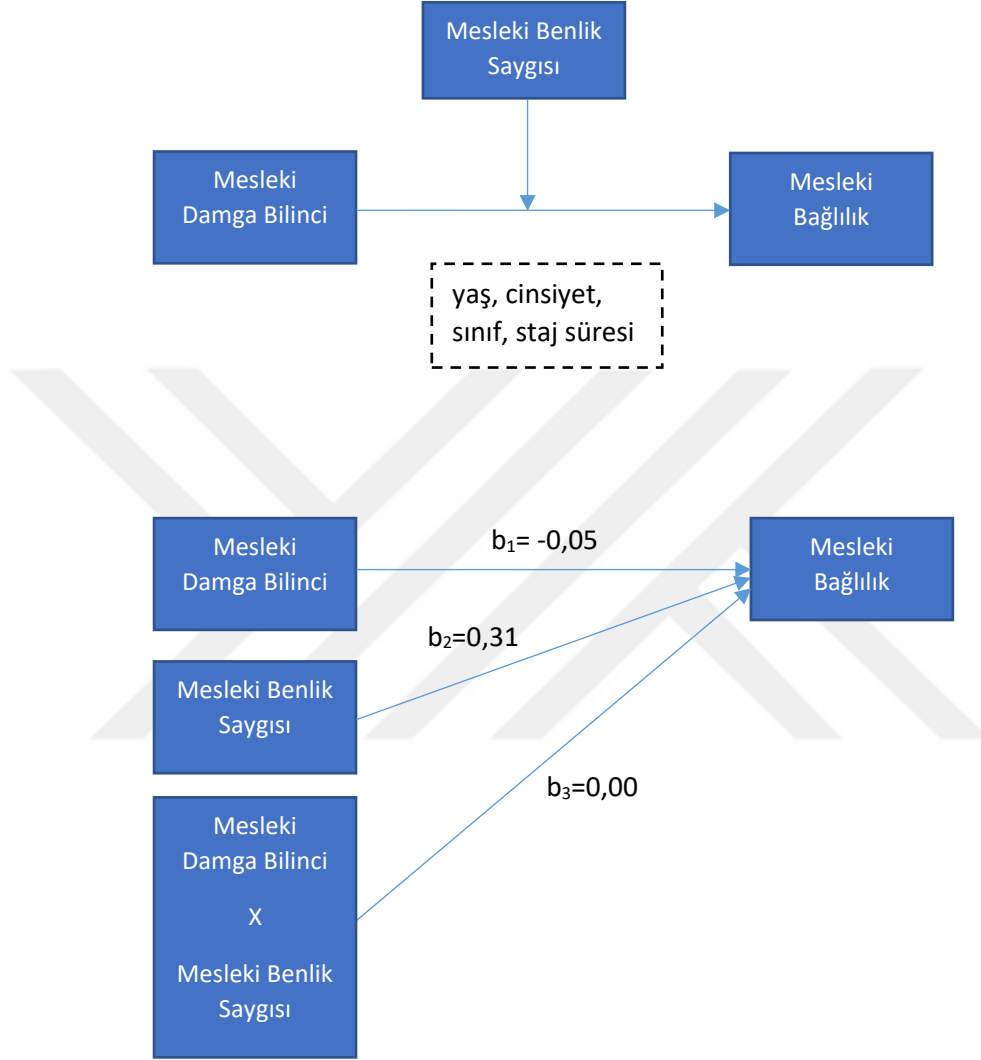
Şekil 3. 3. Mesleki Damga Bilincinin Mesleki Benlik Saygısı Aracılığıyla Mesleki Bağlılık Üzerindeki Etkisi



üzerindeki doğrudan etkisi negatiftir ancak bu etki istatistiki olarak anlamlı değildir. Mesleki damga bilincinin mesleki benlik saygısı üzerindeki etkisi ise negatif ve istatistiki olarak anlamlıdır ($b = -0,80$, $p=0,00$, $LLCI = -1,06$; $ULCI = -0,55$). Bu durumda araştırmanın ikinci hipotezi (H_2) kabul edilmiştir (Şekil 3.3). Bir başka deyişle mesleki damga bilincinin mesleki benlik saygısı üzerinde güçlü ve olumsuz bir etkisi söz konusudur. Mesleki benlik saygısının ise mesleki bağlılık üzerinde pozitif ve istatistiki olarak anlamlı bir etkisi ($b=0,31$, $p=0,00$, $LLCI=0,30$; $ULCI= 0,33$) vardır (Şekil 3.3).

Dolayısıyla araştırmanın üç numaralı hipotezi (H_3) de kabul edilmiştir. Mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık üzerindeki mesleki benlik saygısı aracılığıyla etkisi (toplam dolaylı etkisi) ise negatif ve istatistiki olarak anlamlı ($b = -0,25$; $LLCI = -0,35$; $ULCI = -0,16$) bulunmuştur (Şekil 3.3). Yani mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık ilişkisinde mesleki benlik saygısının tam aracılık etkisi söz konusudur. Bu sonuçlardan anlaşılacağı üzere mesleki damga bilinci mesleki benlik saygısını o kadar güçlü ve olumsuz bir şekilde etkilemektedir ki mesleki benlik saygısının mesleki bağlılık üzerindeki olumlu etkisini yok ederek toplam dolaylı etkiyi olumsuzla

Şekil 3. 4 Mesleki Damga Bilincinin Mesleki Benlik Saygısına Bağlı Olarak Mesleki Bağlılık Üzerindeki Etkisi



dönüştürmektedir. Bu durumda araştırmanın dördüncü hipotezi (H4) kabul edilmiştir. Daha açık bir ifade ile mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısı aracılık rolü oynamaktadır. Kontrol değişkenlerinden ise sadece staj süresinin mesleki bağlılık üzerinde istatistiki açıdan çok küçük de olsa anlamlı ve pozitif bir etkisi ($b=0,02$, $p=0,00$, LLCI=0,01; ULCI=0,04) bulunmuştur. Yani staj süresi arttıkça mesleki bağlılık çok az da olsa artmaktadır. Stajlar öğrencinin emek ve zaman olarak mesleklerine yaptığı yatırım olarak düşünüldüğünde bu yatırım arttığında mesleki bağlılığın artması da doğaldır. Mesleki benlik saygısının mesleki

damga bilinci ile mesleki bağıllık arasındaki düzenleyici rolünü test etmek için PROCESS yazılımında model 1 kullanılmıştır. Bu modelin 5000 önyükleme (bootstrap) örnekleme dayalı olarak hesaplanan PROCESS sonuçları incelendiğinde mesleki damga bilincinin mesleki benlik saygısı ile etkileşim teriminin sıfır çıktığı (R^2 değişimi=0,00, $b=0,00$, $p=0,79$, LLCI= 0,00; ULCI= 0,00) tespit edilmiştir (Şekil 3.4). Bu durum mesleki benlik saygısının mesleki damga bilinci ile mesleki bağıllık arasında düzenleyici bir rol oynamadığını göstermektedir. Bu nedenle araştırmanın beş numaralı hipotezi (H_5) reddedilmiştir. Bir başka deyişle mesleki benlik saygısının mesleki damga bilinci ile mesleki bağıllık arasında düzenleyici rolü bulunmamaktadır. Daha açık bir ifadeyle mesleki damga bilinci, mesleki benlik saygısının yüksek ya da düşük olmasına bakmaksızın mesleki benlik saygısını etkileyerek mesleki bağıllığı olumsuz etkilemekte ve mesleki benlik saygısının mesleki bağıllık üzerindeki etkisini de olumsuzla çevirmektedir. Model 1’de de staj süresinin mesleki bağıllık üzerinde istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif bir etkisi ($b=0,02$, $p=0,00$, LLCI=0,01; ULCI=0,04) tespit edilmiştir.

3.7. Bulguların Genel Olarak Değerlendirilmesi

Bu araştırma, lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin mesleki damga farkındalığının mesleki bağıllıkları üzerindeki etkisini belirlemek ve mesleki damga bilinci ile mesleki bağıllık arasında mesleki benlik saygısının aracı ve düzenleyici rol oynayıp oynamadığını tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre lisans düzeyinde turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin büyük çoğunluğunun turizm işletmeciliği mesleğinin toplum tarafından damgalandığını düşündüğü tespit edilmiştir. Ancak öğrencilerin sadece üçte birlik kısmı bu durumdan dolayı olumsuz değerlendirildiğini ve olumsuz bir imajla ilişkilendirildiğini düşünmektedir. Bu durum mesleğin toplum tarafından damgalanmasının bazı öğrencileri etkilemediği şeklinde yorumlanacağı gibi, öğrencilerin etkilenmediklerini vurgulayarak kendilerini güçlü ve olumlu yansıtmaya isteklerinden kaynaklandığı şeklinde de yorumlanabilir. Turizm işletmeciliği mesleği ile ilgili olarak mesleki benlik saygısı konusunda öğrencilerin hem olumlu hem de olumsuz tutumlara sahip olduğu ve çelişkili cevaplar verdiği görülmektedir. Bu konuya ilişkin olarak öğrencilerin karışık duygu ve düşüncelere sahip olması mümkündür. Ancak anket

sorularının yarısının olumlu ve diğer yarısının olumsuz şekilde ifade edilmesi ve öğrencilerin rastgele cevaplar vermesi de bu duruma yol açmış olabilir. Mesleki benlik saygısı ölçeğinin geçerliliğinin de düşük çıkması dikkate alınarak gelecekteki çalışmalarda bu ölçeğin gözden geçirilmesi hatta bu konuda yeni ölçeklerin geliştirilmesi yerinde olabilir. Öğrencilerin turizm işletmeciliği mesleğine bağlılıklarının da yüksek olmadığı ve çelişkili tutumlara sahip olduğu görülmektedir. Öğrencilerin sadece %46'sı uzun yıllar bu alanda çalışacağını düşünmektedir ve %43'ü bu mesleği seçmenin 'doğru ve iyi bir seçim' olmadığını belirtmektedir. Benzer şekilde 'keşke başka bir meslek seçseydim' diyenlerin oranı da %43 olarak bulunmuştur ve öğrencilerin %56'sı bu mesleği seçmekten dolayı pişmanlık ve hayal kırıklığı yaşadığını ifade etmektedir. Öğrencilerin verdiği çelişkili cevapların önüne geçilmesi için bu ölçekte de olumsuz ifade edilen maddelerin olumluya çevrilmesi daha doğru bir yaklaşım olabilir.

Yine bu araştırmanın sonuçlarına göre mesleki damga farkındalığı ile mesleki bağlılık ve mesleki benlik saygısı arasında negatif korelasyon tespit edilmiştir. Mesleki benlik saygısı ile mesleki bağlılık arasında ise yüksek düzeyde pozitif korelasyon bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre mesleki damga algılaması mesleki bağlılığı doğrudan değil, mesleki benlik saygısı aracılığı ile etkilemektedir. Bir başka ifade ile mesleki damga farkındalığı önce turizm işletmeciliği öğrencilerinin mesleki benlik saygısını etkilemekte o da mesleki bağlılığı olumsuz etkilemektedir. Bir bakıma algılanan mesleki damga mesleki benlik saygısının mesleki bağlılık üzerindeki olumlu etkisini yok etmekte ve olumsuza dönüştürmektedir. Araştırma sonuçları mesleki benlik saygısının mesleki damga algılaması ile mesleki bağlılık arasında düzenleyici rol oynamadığını göstermektedir. Bu bulgu mesleki damga bilincinin mesleki bağlılık üzerindeki etkisinde mesleki benlik saygısının yüksek ya da düşük olmasının önemli olmadığına işaret etmektedir. Araştırma modelindeki kontrol değişkenlerinden sadece staj süresinin mesleki bağlılığı çok düşük düzeyde etkilediği tespit edilmiştir.

Bu çalışmada mesleki damga bilincinin yüksek olması, mesleki bağlılığın görece düşük olması ve mesleki damga bilincinin mesleki bağlılığı olumsuz etkilemesi ile ilgili sonuçlar turizm sektöründeki işlerin ve mesleklerin sosyal statüsünün düşüklüğüne ve bunda turizm sektöründe çalışmayı olumsuz etkilediğine

ve işgören devrini arttırdığına ilişkin bulgularla benzerlik arz etmektedir (International Labor Office,1989; Jiang ve Tribe, 2009; Kusluvan, 2003, Kusluvan v.d. 2010; Lee ve Kang, 1998, Pizam ve Telisman-Kosuta, 1989; Pizam, 1999; Szivas ve Riley, 1999; Walmsley, 2004; Wildes, 2005). Bu konuda yapılan çeşitli araştırmalarda turizm sektöründeki işlerin saygın olarak algılanmadığı, düşük statülü olarak görüldüğü ve bu durumda turizmle ilgili mesleklerde çalışma isteğini ve niyetini etkilediği İngiltere (Saunders ve Pullen, 1987), Brezilya (Dreher, Carrion, ve Silverira, 2013) Türkiye (Kusluvan ve Kusluvan, 2003), Tayland (Anandhwanlert ve Wattanasan, 2016), Malezya (Tan, Baharunb, Wazirc, Ngelambongd, Alie, Ghazalif ve Tarmazig, 2016) ve Amerika Birleşik Devletleri (Wildes, 2005) gibi çok farklı kültürlerde gösterilmiştir. Doğrudan bu tezdeki araştırma konusuyla bağlantılı olarak Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan bir çalışmada ise restoran çalışanlarının mesleki damga bilincinin meslekten ayrılma niyetini pozitif yönde etkilediği ve mesleği tavsiye etme niyetini de olumsuz etkilediği tespit edilmiştir (Wildes, 2005). Literatürde çok az sayıda çalışma turizmle ilgili mesleklerin sosyal saygınlık ve statü açısından nötr veya olumluya yakın (King ve Hang, 2011; Wan, Wong ve Kong, 2014) veya olumlu (Shapavol ve Pizam, 2017) olduğunu ifade etmektedir. Turizmdeki işlerin ve mesleklerin damgalanmasında birçok faktörün etkili olduğu söylenebilir. Turizm sektörü pişirme, temizlik, ortalığı düzenlemek ve kişisel hizmetler vermek gibi hizmetleri kapsadığından bu meslekler kölelik, köleler ve kadınlarla ilişkilendirilmektedir ve tarihsel olarak bu işler ‘pis işler’ olarak tanımlanmaktadır (Ashforth ve Kreiner, 1999, Guerrier, 1999; Purcell, 1993; Williamson, 2017). Turizm sektöründeki iş ve mesleklerin fazla bilgi, beceri ve eğitim gerektirmemesi konusundaki önyargılı yaklaşım da mesleklerin damgalanmasında etkilidir (International Labour Organization, 2001; Riley, 1996). Yine turizm sektöründe insan kaynakları yönetiminin profesyonel olmaması ve çalışma şartlarının kötü olması da turizm sektöründeki mesleklerin damgalanmasında etkilidir (Baum, 2007; Jiang ve Tribe, 2009; Kusluvan v.d. 2010; Walmsley, 2004, Wood, 1997). Son olarak, kişisel ve dini değerler ve geleneklerin de bu sektördeki işlerin ve mesleklerin damgalanmasında rol oynadığı düşünülebilir. Örneğin içkinin ve domuz etinin sunulduğu, kumar oynamaya müsaade edildiği, çıplaklığın ve daha liberal davranışların sergilendiği turizm sektöründe güçlü İslami değerleri olan çalışanlar

kendi değerleri ile sektörün gerçekleri ve uygulamaları arasında elişi ve uyuramazlık yaşayabilirler (Mazro’ei, 2010; Sonmez, 2001). Kadınların geç saatlere kadar çalışması, gece veya gündüz nöbetlerinde çalışması, başka kültürlerden insanlarla temas halinde olması, anne ve eř olarak kadının geleneksel rolleri ile de çatışmaktadır ve bu durum da turizm sektöründeki iş ve mesleklerin damgalanmasında etkili olmaktadır (Mazro’ei, 2010; Ministry of Tourism, Arts ve Culture Republic of Maldives, 2011).

Bu araştırmanın turizm literatürüne en önemli katkısı turizmle ilgili meslekler bağlamında mesleki benlik saygısını gündeme getirerek, mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının önemli bir aracılık rolü oynadığını göstermesidir. Bir başka deyişle bu çalışma, turizm sektörü bağlamında turizmde iş ve mesleklerin düşük statüsünün veya damgalanmış durumunun turizm sektöründeki mesleklere bağlılığı hangi mekanizmalarla ve nasıl olumsuz etkilediğini aracı bir değişkenle (mesleki benlik saygısı) göstermiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın kavramsal temelini damga ve damgalama kavramları oluşturmaktadır ve damga kavramı mesleki damga bağlamında ele alınmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde öncelikle damga ve damga türleri, damganın etkileri, damgalama kavramı, damganın nedenleri ve işlevleri gibi konular ele alınmış daha sonra ise genel olarak ve turizm sektörü bağlamında mesleki damga kavramları açıklanmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise mesleki benlik saygısı kavramı tanımlanmış, hem genel olarak hem de turizm sektöründe mesleki benlik saygısını belirleyen faktörlere ve mesleki benlik saygısının sonuçlarına yer verilmiştir. Daha sonra mesleki bağlılık kavramı tanımlanarak genel olarak ve turizm sektörü bağlamında mesleki bağlılığı etkileyen faktörlere ve mesleki bağlılığın sonuçlarına yer verilmiştir. Bu bölümün sonunda ise mesleki damga bilincinin veya farkındalığının mesleki bağlılık ve mesleki benlik saygısı üzerindeki etkilerine ilişkin literatür gözden geçirilmiştir. Çalışmanın alan araştırması ise benliği güçlendirme ve benlik saygısı teorileri ile sosyal kimlik teorisi üzerine kurulmuştur ve mesleki damga bilincinin, benlik saygısını etkileyen faktörlerden biri olarak, mesleki benlik saygısını ve mesleki bağlılığı etkileyeceği varsayılmıştır. Bu varsayımı test etmek için Türkiye’de turizmin en çok geliştiği dört bölgede yer alan en eski turizm/konaklama işletmeciliği bölümünde eğitim alan, en az üç ay staj veya çalışma deneyimi olan 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin turizm işletmeciliği mesleği ile ilgili olarak mesleki damga bilinci, mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılıkları ölçülmüş ve bu kavramlar arasındaki ilişkiler irdelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin önemli bir oranının turizm işletmeciliği mesleğine yönelik olarak mesleki damga bilincinin yüksek, mesleki benlik saygısının ve mesleki bağlılığının ise düşük olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde mesleki damga bilincinin mesleki bağlılığı olumsuz yönde etkilediği, ancak bu etkinin %95 güven aralığında istatistiki olarak anlamlı olmadığı, mesleki benlik saygısını ise çok güçlü bir şekilde olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Yine mesleki benlik saygısının mesleki bağlılığı pozitif yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca mesleki damga bilinci ile mesleki bağlılık arasında mesleki benlik saygısının aracılık rolü oynadığı bulunmuştur. Bu sonuç turizm işletmeciliği mesleği

ile ilgili damga bilincinin, öğrencilerin mesleki benlik saygısını güçlü bir şekilde olumsuz etkileyerek mesleki bağlılığını azalttığı hatta, mesleki benlik saygısının mesleki bağlılık üzerindeki olumlu etkisini toplamda olumsuzla dönüştürdüğü anlamına gelmektedir. Bu sonuçlar, turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin mesleki bağlılığını, mesleki benlik saygısının doğrudan, mesleki damga bilincinin ise mesleki benlik saygısı aracılığıyla dolaylı olarak önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Hatta mesleki damga bilincinin asıl belirleyici olduğu ve mesleki benlik saygısının olumlu etkisini de olumsuzla dönüştürme kapasite olduğu bu çalışmanın sonucunda ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla turizm işletmeciliği eğitimi alan ve turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin toplum tarafından damgalanmış, düşük statülü olduğunu ve değer verilmediğini fark eden öğrencilerin mesleki benlik saygılarında ve mesleki bağlılıklarında bir azalma yaşayabilirler. Bu durum benlik saygılarını ve olumlu sosyal kimliklerini korumak adına önemli sayıda turizm eğitimi almış öğrencinin turizm sektöründeki mesleklere bağlılığını ve bu sektörde çalışma motivasyonunu düşürebilir. Bu çalışmada işaret edildiği üzere sosyal olarak damgalanan iş ve mesleklerde çalışanlar bu durumdan dolayı mesleki benlik saygılarında ve dolayısıyla özsaygılarında ve olumlu sosyal kimliklerinin değerinde bir düşme yaşayabilirler (Saunders, 1981). Bu araştırmanın en önemli katkısı, turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleki damga algılamalarının mesleki benlik saygısını düşürerek mesleki bağlılıklarını olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymasındır.

Turizm sektörü bağlamında düşük statülü meslekleri ve işleri ile ilgili baş etme yöntemlerinden birisi ‘kaçınma ve özdeşleşmeme’ davranışdır (Pinel ve Bosson, 2013). Dolayısıyla hem turizmdeki mesleklerle ilgili mesleki damga algılamasını azaltmak hem de turizm eğitimi alanların mesleki benlik saygısını arttırmaya yönelik gerekli adımların kamu yönetimi, turizm eğitimi veren okullar ve turizm sektörü tarafından atılması gerekmektedir. Turizm sektöründe mesleki damga algılamasını azaltmak, mesleki benlik saygısını arttırmak için paydaşlar tarafından, özellikle turizm işletmeleri, turizm eğitimi veren kurumlar ve kamu yönetimi tarafından, aşağıda sıralanan stratejiler hayata geçirebilir.

1-Turizm Sektöründeki Mesleklerin Yasal Olarak Tanınması: Türkiye’de turist rehberliği dışında turizm sektörü ile ilgili mesleklerin yasal dayanağı yoktur ve yasal

olarak meslek olarak kabul edilmemektedir. 1 haziran 2019 yılında 30791 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Nitelikleri İlişkin Yönetmeliğin 15. Maddesinde personelin nitelikleri ve personele yönelik düzenlemeler ile ilgili olarak ‘Bakanlık tarafından belgelendirilen veya belge talebinde bulunulan tesislerde turizm alanında tecrübeli, eğitilmiş veya sertifikalı personel istihdam edilir’ ifadesi yer almaktadır. Ayrıca dört yıldızlı oteller için ‘toplam personelin en az yüzde onbeşi oranında konusunda eğitim almış veya sertifikalı personel’, beş yıldızlı oteller için ise ‘toplam personelin en az yüzde otuzu oranında konusunda eğitim almış veya sertifikalı personel’ çalıştırılması zorunlu tutulmaktadır. Yine Madde 26’da gastronomi tesisleriyle ilgili olarak ‘çalışan personelin en az yüzde yirmisinin konusunda eğitim almış olması’ zorunlu tutulmuştur. Bu cümlelerde ifade edilen ‘konusunda tecrübeli’, ‘konusunda eğitim almış olma’ ve ‘sertifikalı olma’nın ne anlama geldiği belirsizdir ve 2 günlük kurslar sonunda elde edilen sertifika, herhangi bir işletmede bir haftalık çalışma tecrübesi ile orta öğretim düzeyinde dört yıllık mesleki eğitim, iki yıllık ön lisans eğitimi ve dört yıllık lisans eğitimi arasında ayırım yapılmamıştır. Dolayısıyla lisans düzeyinde turizm işletmeciliği bir meslek olarak tanımlanmamıştır ve turizm işletmelerinde en azından belirli bir oranda bu bölümlerden mezun olanların çalıştırılması zorunluluğu da getirilmemiştir. Bu durum turizm işletmeciliğinin ve turizmle ilgili diğer mesleklerin profesyonel olarak yapılacak bir meslek olmadığı ve turizm sektöründeki meslekler için örgün eğitime gerek olmadığı imasını taşımaktadır. Turizm sektöründeki mesleklerin damgalanmasının ve hakir görülmesinin sebeplerinden biri de bu mesleklerin eğitim dahi almadan herkes tarafından yapılabilecek meslekler olarak görülmesidir. Dolayısıyla turizm işletmelerindeki mesleklerin özellikle orta ve üst düzey yönetici düzeyindeki işler ve meslekler için yasal bir dayanağının olması hem bu mesleklerin itibarını arttıracak hem de mesleki damgayı azaltacaktır.

2-Turizm Sektöründeki İşletmelerin Çalışma Şartlarını ve İnsan Kaynakları Yönetimini İyileştirmesi: Turizm sektöründe çalışma şartlarının ve insan kaynakları yönetiminin genel olarak olumsuz ve kötü olduğu, bunun da turizm sektörüne nitelikli personeli çekmek ve sektörde tutmak için bir engel oluşturduğu bilinmektedir. Bu açıdan ilgili yazında en çok dile getirilen konular, düşük ücret, uzun çalışma saatleri,

ağır işyükü, terfi fırsatlarının sınırlılığı, kariyer planlamasının olmaması, sosyal hakların sınırlılığı, iş güvencesizliği, iş istikrarsızlığı, kaba ve sert yöneticiler, aileye zaman ayıramama ve benzeri çalışma şartlarıdır. Bu olumsuz çalışma şartları ve insan kaynakları yönetimi uygulamalarının turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin damgalanmasında bir rolü olduğu söylenebilir. Dolayısıyla çalışma şartlarının ve insan kaynakları yönetiminin iyileştirilmesi turizm sektöründeki mesleklere ilişkin damga algılamasını azaltacaktır. Nitekim çalışma şartlarının daha iyi ve insan kaynakları yönetiminin daha profesyonel olduğu uluslararası zincir otel işletmelerindeki işlere ve çalışmaya karşı daha olumlu bir bakış söz konusudur (Hinkin ve Tracey, 2010). İşletmeler hem çalışma şartlarını hem de insan kaynakları yönetimi uygulamalarını iyileştirerek turizm sektöründeki mesleklere ve bu meslekleri icra edenlere değer verdiklerini göstermelidir. Bu anlamda turizm işletmelerinde yüksek başarımlı çalışma sistemlerinin ve sürdürülebilir insan kaynakları yönetimi ve istihdam uygulamalarının benimsenmesi yerinde olacaktır.

Genel olarak turizm sektöründe işgören devrini azaltmak ve işgören bağlılığını arttırmak için Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) turizm sektöründe ‘düzgün bir iş’ (decent work) anlayışının yerleşmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Düzgün iş, ‘özgürlük, eşitlik, güvenlik ve onur çerçevesinde hakların korunduğu, yeterli ücretin ve sosyal hakların sağlandığı bir istihdam’ olarak tanımlanmaktadır (ILO, 1999: 15). Düzgün iş, verimli ve anlamlı bir iş seçme fırsatı, iş güvencesi, kişisel gelişim fırsatları ve sosyal kapsayıcılık, çalışanların katılımı ve söz hakkı, işyerinde özgürlük, adil gelir, iş ve ailevi sorumlulukların dengelenmesi, kadın ve erkeğe eşit muamele edilmesi ve fırsatlar verilmesi ve insan onurunun korunması gibi sürdürülebilir istihdam ve insan kaynakları yönetimi uygulamalarını kapsamaktadır (Winchenbach, Hanna and Miller, 2019; ILO, 1999).

3-Turizm Eğitimi Veren Okullarda Profesyonelliğin Vurgulanması ve Mesleki Bilinçlendirme Yapılması: Turizm sektöründeki mesleklerin ve işlerin genellikle bilgi ve beceri gerektirmediği, bu meslekler için eğitime gerek duyulmadığı, işlerin herkes tarafından kolayca öğrenilip yapılabileceği kanısı yaygındır. Ayrıca kişisel hizmet sunumu kölelikle veya kadınların yapması gereken görevlerle ilişkilendirilmektedir. Bu tür önyargılı algılamaların ve inançların da turizm

sektöründeki mesleklerin değersizleştirilmesinde bir rol oynadığı söylenebilir. Bu nedenle turizm eğitimi veren kurumların turizm sektöründe yer alan meslekleri yapanların çok çeşitli bilgi, beceri ve yetkinliklere sahip olması gerektiği (yabancı dil, iktisat-işletme, meslekle ilgili teknik bilgiler, insan ilişkileri vb), bu yetkinlikleri edinmenin kolay olmadığı ve zaman alacağı ve profesyonelliğin önemi vurgulanmalıdır. Ayrıca gelişmiş ülke ekonomilerinde gayrisafi yurtiçi hasılanın %70-80’lik bir kısmının hizmet üretiminden elde edildiğini, dolayısıyla insanların büyük bölümünün hizmetler sektöründe çalıştığını vurgulamak turizm sektöründe çalışmanın normalleştirilmesine yardımcı olabilir. Ayrıca turizm eğitimi veren okullarda uygulamalı eğitime ağırlık verilmesi ve sektörde orta ve üst düzey yönetici olarak çalışan profesyonellerin okullarda ders ve seminer vermesinin ve özgeçmişlerinin anlatılmasının sağlanması da bu sektörde profesyonelliği vurgulamak açısından yararlı olabilir.

4-Grup Kimliği, Dayanışma ve Sosyal Destek Sağlayacak Liderliğin ve Sosyal Grupların Oluşturulması: Gerek işyerindeki grup içi gerekse işletme dışındaki grup içi sosyal desteğin mesleki damga bilincini azalttığı ve insanların zorluklara ve strese karşı dayanıklılığını arttırdığı bilinmektedir (Bakouri ve Staerklé, 2015; Dasgupta, 2011). İşletme içinde ve işletmeler arasında çalışanların mensup olduğu mesleki gruplar ile grup kimliği oluşturma, grup kimliğini kabul etme, mesleki kimliğin pozitif yanlarını ön plana çıkarma, önyargıya, basmakalıp olumsuz değerlendirmelere, ayrımcılığa ve damgalamaya karşı direnç göstermek ve mücadele etmek için önemli bir stratejidir (Van Laar, Meeussen, Veldman, Van Grootel, Sterk ve Jacobs, 2019). Bu durumda işletme içinde veya işletme dışında grup kimliği, sosyal bağlar ve dayanışma oluşturan üyeler birbirlerine ‘sosyal aşı’ olmakta ve damgalamaya karşı korumaktadır (Dasgupta, 2011) Hatta damgalanan grup, damgalamanın yersiz ve yanlış olduğunu göstermek için daha fazla motivasyon ve çaba gösterme eğilimine girebilir (Van Laar, Meeussen, Veldman, Van Grootel, Sterk ve Jacobs, 2019). Bu nedenle turizm sektöründe çalışanlar arasında gerek işletme içinde gerekse işletme dışında dernekler, profesyonel kuruluşlar, vakıflar ve sendikalar gibi sivil toplum kuruluşları vasıtasıyla sosyal ilişkileri ve cemiyet hayatını desteklemek ve teşvik etmek gerekmektedir. Bu kuruluşlar aracılığıyla sektörde çalışanlar arasında ortak eğitimler, sosyal, sportif ve

kültürel faaliyetler düzenlemek turizm sektöründeki mesleklere ilişkin toplumsal damganın daha az hissedilmesine ve mesleki benlik saygısının artmasına yol açabilir.

5-Mesleki Damga Bilinci ile Başetme Yöntemlerinin Öğretilmesi: Gerek turizm eğitimi veren okullarda gerekse turizm işletmelerinde turizm sektöründeki işler ve meslekle ilgili önyargılar, küçümsemeler ve değersizleştirmelere karşı bireysel düzeyde nasıl mücadele edileceğinin de öğrencilere ve çalışanlara anlatılması gerekmektedir. Önyargıya, basmakalıp olumsuz değerlendirmelere ve ayrımcılığa maruz kalarak damgalanan grupların damgalamaya karşı direç gösterme ve dayanıklı olma eğilim vardır (Barreto, 2014; Leach ve Livingston, 2015). Bu bağlamda gerek turizm eğitimi veren okullar, gerekse işletmeler öğrencileri ve çalışanları mesleki damganın olumsuz sonuçları ve damgalamayla başetme yöntemleri konusunda eğitilmeli ve bilinçlendirilmelidir. Damgalanmasından dolayı sosyal kimliği değersizleştirilen turizm eğitimi alanlar veya turizm sektöründe çalışanlar, bilgi ve becerilerini arttırarak mesleklerinde daha yüksek statü elde etmeye odaklanabilirler, kendi gruplarının daha fazla değer verilen niteliklerini (yabancı dil, iyi insan ilişkileri, ülkenin döviz kazancına katkı, farklı kültürleri tanıma, turizm faaliyeti sayesinde insanlar arasında barış ve anlayışa katkı) ön plana çıkarabilirler ve turizm çalışanları olarak bir grup oluşturup düşük statülerini kabullenmeyip daha fazla yasal haklar ve daha iyi çalışma koşulları ve insan kaynakları uygulamaları talep edebilirler (Van Laar, Meeussen, Veldman, Van Grootel, Sterk ve Jacobs, 2019). Bu yollarla turizm eğitimi alanlar ve çalışanlar mesleki benlik saygılarını arttırırken sosyal damga bilincini de azaltabilirler. Buna ilaveten kişisel kontrol ve farkındalık, bilişsel yeniden yapılandırma ve pozitif düşünme yoluyla ve stres yaratan olay ve olgulardan uzaklaşarak mesleki damganın yaratacağı stresi azaltmak mümkün olabilir (Miller, 2006). Son olarak, turizm eğitimi alanlar ve turizm sektöründe çalışanlar öz düzenleme yoluyla duygu, düşünce ve davranışlarını kontrol etmek suretiyle işleriyle ilgili veya iş dışında farklı amaçlar belirleyebilir ve başkalarının turizm sektöründeki meslekleri saygın bulmaması çok da önemli olmayabilir; çünkü mesleğinin saygınlığı turizm sektöründe çalışanların amaçları ve önem verdiği konular arasında olmayabilir (Carver ve Scheier, 2002). Bir başka deyişle turizm eğitimi alanlar ve turizm sektöründe

Çalışanlar kendi kimliklerini ve saygınlıklarını sadece yaptıkları iş ve meslekleri ile özdeşleştirmemeyi öğrenebilirler.

Bu çalışmada çeşitli sınırlamalar söz konusu olmuştur. Öncelikle örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca göre örnekleme yöntemi kullanılmıştır ve sonuçlar genelleştirilemez. Bu çalışmanın tesadüfi örnekleme yöntemi esas alınarak gelecekte tekrar edilmesi yararlı olacaktır. İkinci olarak bu çalışmada veri toplanan grup olarak staj ve çalışma deneyimi olan öğrenciler örnekleme dahil edilmiştir. Turizm sektöründe fiilen çalışanlara yönelik olarak benzer çalışmaların yapılması konuyla ilgili daha gerçekçi ve güçlü tutumların ortaya çıkmasına yol açabilir. Üçüncü olarak, turizmin geliştiğı ve turizmin ekonominin önemli bir kısmını oluşturduğu destinasyonlar ile turizm faaliyetinin fazla gelişmediğı ve turizmin ekonomik faaliyet içindeki yerinin nispeten küçük olduğu destinasyonlarda mesleki damga, mesleki benlik saygısı ve mesleki bağlılık ilişkileri karşılaştırmalı olarak incelenmelidir. Dördüncü olarak geçerliliğı kısmen düşük olan mesleki benlik saygısı ölçeğı yerine yeni ölçeklerin geliştirilmesi yerinde olabilir. Son olarak mesleki damga bilinci ve mesleki benlik saygısı işe adanma, iş tatmini, işgören devri ve iş performansı gibi değışkenlerle ilişkilendirilebilir.

KAYNAKÇA

- AFIFI, F. M.: 2014 “How do Egyptian Hotel Management Students Feel About Studying Alcohol Service?”, **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 14 (April), 15-25.
- AFIFI, M. F.: 2015 “Who Will Carry the Bottle? Investigating Hotel Management Undergraduates’ Work Intention in Alcohol Service” **Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education**, 16, 1-14.
- AĞAOĞLU, O. K.: 1991 **Türkiye’de Turizm Eğitimi ve Etkenliği**, Ankara: Milli Productivite Merkezi Yayınları.
- AĞAOĞLU, O. K.: 1992 “Turizm Eğitiminin Batı Avrupa ile Karşılaştırmalı Konumu ve Türkiye Uygulamasında Yaşanılan Tıkanıklıklar”, İçinde **Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop**, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara.
- ANANDHWANLERT, T., WATTANASAN, C.: 2016 “Career Perception of Undergraduate Students on Tourism and Hospitality Industry in Thailand”, **International Journal in Management & Social Science**, 10, 339-346.
- AIREY, D., MIDDLETON, V.: 1984 “Course Syllabi in the UK: A Review”, **Tourism Management**, 57-62.
- AIREY, D., JOHNSON, S.: 1999 “The Content of Tourism Degree Courses in the UK”, **Tourism Management**, 20, 229-235.
- AKSU A. A., KÖKSAL, C. D.: 2005 “Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 17/5, 436-447.

- AKTAŞ, A.: 1992 “Turizmde Okul-Sektör İşbirliği ve Sorunlar”, İçinde Turizm Bakanlığı (Eds.), **Turizm Eğitimi**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- AKTAŞ, A.: 1994 “Üniversiter Kurumlarda Turizm İşletmeciliği Eğitimi Sorunları ve Çözüm Yolları”, İçinde Turizm Bakanlığı (Eds), **Turizm Eğitimi**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- ALHEETI, A. G., BROCK, C.: 1997 “Vocational Education and Development: Key Issues with Special Reference to the Arab World”, **International Journal of Educational Development**, 17, 373–389.
- ALLPORT, G.W.: 1954 **The Nature of Prejudice**, Doubleday: Garden City, NY.
- ALTINTAŞ, E.: 1989 **Öğretimin Yetiştiren Fakülte Öğrencilerinin Benlik ve Mesleki Benlik Kavramları Arasındaki Bağdaşım Düzeylerini Etkileyen Bazı Faktörler**, Basılmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- AMERICAN OCCUPATIONAL THERAPY ASSOCIATION: 2014 **The Occupational Therapy Practice Framework: Domain and Process, 3rd Edition**, The American Journal of Occupational Therapy, March/April, 68(Supplement 1).
- ARICAK, T.: 1999 **Grupla Psikolojik Danışma Yoluyla Benlik ve Mesleki Benlik Saygısının Geliştirilmesi**, Basılmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- ARICAK, T., DİLMAÇ, B.: 2003 “Psikolojik Danışma ve Rehberlik Öğrencilerinin Bir Takım Değişkenler Açısından Benlik Saygısı ile Mesleki Benlik Saygısı Düzeylerinin İncelenmesi”,

Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(1), 1-8.

ARMOO, A. K.,
NEEQUAYE, K.: 2014

“Factors Used by Ghanaian Students in Determining Career Options in the Tourism and Hospitality Industry Lessons for Developing Countries”, **Worldwide Hospitality And Tourism Themes**, 6(2), 166-178.

ARSOY, G.: 1992

“Örgün/Yaygın Eğitimde Durum Tesbiti ve Turizm Eğitim Sistemimizin Geliştirilmesi için Öneriler”, İçinde Turizm Bakanlığı (Eds.). **Turizm Eğitimi**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.

ASHFORTH, B. E.,
KREINER, G. E.: 1999

“How can you Do it? Dirty Work and the Challenge of Constructing a Positive Identity”, **Academy of Management Review**, 24, 413-434.

ASLAN, D., AKYOL,
A.K.: 2006

“Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumları ve Mesleki Benlik Saygılarının İncelenmesi”, **Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 1(2), 51-60.

AVCIKURT, C.,
KÖROĞLU, A.,
SARIOĞLAN, M.: 2013

“Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri”, İçinde Şenol Çavuş, Zehra Ege ve Osman Eralp Çolakoğlu (Editörler), **Türk Turizm Tarihi**, (S. 1-154), Ankara: Detay Yayıncılık.

AYIKORU, M.: 2004

“A Discursive Semiotic Analysis of Tourism Higher Education Texts”, **Critical Issues in Tourism Education** (s.9-15). Buckinghamshire, UK: ATHE Publication.

- BAKOURI, M., STAERKLÉ, C.: 2015 “Coping with Structural Disadvantage: Overcoming Negative Effects of Perceived Barriers through Bonding Identities”, **British Journal of Social Psychology**, 54, 648–670.
- BALOĞLU, KARADAĞ, ÇALIŞKAN, KORKMAZ, T.: 2006 N., E., N., “İlköğretim Öğretmenlerinin Mesleki Benlik Saygısı ve İş Doyumları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi”, **Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)**, 7 (2), 345-358.
- BAMFORD, L. K.: 2012 **Undergraduate Student Perceptions of a Career in the Tourism and Hospitality Industry in New Zealand**, A Thesis Submitted for the Degree of Master of Tourism at the University of Otago, Dunedin, New Zealand.
- BARRETO, M.: 2014 “Experiencing and Coping with Social Stigma” içinde M. Mikulincer, P. R. Shaver, J. F. Dovidio ve J. A. Simpson (Eds.). **APA Handbook Of Personality And Social Psychology**. 2, (S.473–506), Washington, DC, US: American Psychological Association.
- BAUM, C. M., CHRISTIANSEN, C. H.: 2005 “Person-Environment-Occupation-Performance: an Occupationbased Framework for Practice”. içinde C. H. Christiansen, C. M. Baum ve J. Bass-Haugen (Editörler.), **Occupational Therapy. Performance, Participation, and Well-Being** (3rd Ed., s. 243-266), Thorofare, NJ: Slack.
- BAUM, T.: 1995 **Managing Human Resources in the European Tourism and Hospitality Industry**, International Thomson Business Press.

- BAUM, T.: 1996 "Unskilled Work and the Hospitality Industry: Myth or Reality?" **International Journal of Hospitality Management**, 15, 207-210.
- BAUM, T.: 2002 "Skills and Training for the Hospitality Sector: A Review of Issues", **Journal Of Vocational Education And Training**, 54(3), 343-363.
- BAUM, T.: 2005 "Global Tourism Higher Education—The British Isles Experience", **Journal Of Teaching in Travel & Tourism**, 5(1-2), 27-38.
- BAUM, T.: 2007 "Human Resources in Tourism: Still Waiting for Change", **Tourism Management**, 28, 1383-1399.
- BAUM, T.: 2015 "Human Resources in Tourism: Still Waiting for Change? - A 2015 Reprise", **Tourism Management**, 50, 204-2012.
- BAUMEISTER, R. F.: 1998 "The self", içinde D. T. Gilbert, S. T. Fiske, ve G. Lindzey (Editörler), **The Handbook of Social Psychology** (s. 680 – 740), New York: Mcgraw - Hill.
- BAUMEISTER, R. F., BUSHMAN, B. J.: 2011 **Social Psychology and Human Nature**, Belmont: Wadsworth Cengage Learning.
- BAUMEISTER, R. F., FINKEL, E. J.: 2010 **Advanced Social Psychology**, New York: Oxford University Press.
- BECKER, H.: 1960 "Notes on the Concept of Commitment", **American Journal of Sociology**, 66, 32-40.
- BLAU, G. J.: 1985 "The Measurement and Prediction of Career Commitment", **Journal of Occupational Psychology**, 58, 277-288.
- BLAU, G.: 2003 "Testing for a Four-Dimensional Structure of Occupational Commitment", **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, 76(4), 469-488.

- BLAU, G. J.: 1989 "Testing the Generalizability of a Career Commitment Measure and its Impact on Employee Turnover", **Journal of Vocational Behaviour**, 35(1), 88-103.
- BLAU, G., PAUL, A., ST. JOHN, N.: 1993 "On Developing a General Index of Work Commitment", **Journal of Vocational Behaviour**, 42(3), 298-314.
- BOS, A. E. R., PRYOR, J. B., REEDER, G. D., STUTTERHEIM, S. E.: 2013 "Stigma: Advances in Theory and Research", **Basic and Applied Social Psychology**, 35(1), 1-9.
- BOYACI, C.: 1992 "Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarında Öğretim Elemanı Yetiştirme Sorunları ve Çözüm Önerileri", içinde Turizm Bakanlığı (Eds.). **Turizm Eğitimi**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- BOYLU, Y., ARSLAN, E.: 2013 "Türkiye'deki Turizm Eğitiminde Son Rakamsal Gelişmeler", içinde **14. Ulusal Turizm Kongresi**, 05-08 Aralık 2013, Kayseri.
- BRAITHWAITE, J.: 1989 **Crime, Shame and Reintegration**, Cambridge: Cambridge University Press.
- BRIEN, A.: 2004 "The New Zealand Hotel Industry- vacancies Increase While Applicant Numbers and Caliber Decrease", **International Journal of Hospitality and Tourism Administration**, 5(1), 87-104.
- BROHAN, E., SLADE, M., CLEMENT, S., THORNICROFT, G.: 2010 "Experiences of Mental Illness Stigma, Prejudice and Discrimination: A Review of Measures", **BMC Health Services Research**, 10, 80.
- BROWN, E. A., ARENDT, S.W., BOSSELMAN, R. H.: 2014 "Hospitality Management Graduates' Perceptions of Career Factor Importance And Career Factor Experience", **International Journal of Hospitality Management**, 37, 58-67.

- BROWN, J. D., COLLINS, R. L., SCHMIDT, G. W.: 1988 "Self-Esteem and Direct Versus Indirect Forms of Self-Enhancement." **Journal of Personality and Social Psychology**, 55:445-53.
- BROWN, R. P., PINEL, E. C.: 2003 "Stigma on my Mind: Individual Differences in the Experience of Stereotype Threat", **Journal of Experimental Social Psychology**, 39, 626-633.
- BUDAK, S.: 2003 **Psikoloji Sözlüğü**, Ankara: Bilim Ve Sanat Yayınları.
- BURNS, P., COOPER, C.: 1997 "Yemen: Tourism and a Tribal-Marxist Dichotomy", **Tourism Management**, 18(8), 555-563.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş.: 2010 **Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı**, Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- CARMELI, A.: 2005 "Perceived External Prestige, Affective Commitment, and Citizenship Behaviors", **Organization Studies**, 26(3), 443-464.
- CARSON, K., BEDEIAN, A.: 1994 "Career Commitment: Construction of a Measure and Examination of its Psychometric Properties", **Journal of Vocational Behavior**, 44, 237-262.
- CARVER, C. S., SCHEIER, M. F.: 2002 "Control Processes and Self-Organization as Complementary Principles Underlying Behavior", **Personality and Social Psychology Review**, 6, 304–315.
- CEYLAN, R. BIÇAKÇI, M. Y. GÜRSOY, F., ARAL, N.: 2009 "An Examination of the Relationship Between Teachers' Professional Self-Esteem and Empathic Skills", **Social Behaviour And Personality**, 37 (5), 679-682.
- CHALKITI, K., SIGALA, M.: 2010 "Staff Turnover in the Greek Tourism Industry", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 22 (3), 335-359.
- CHANG, H., CHI, N., MIAO, M.: 2007 "Testing the Relationship Between Three-Component Organizational/Occupational

- Commitment and Organizational/Occupational Turnover Intention Using a Non-Recursive Model”, **Journal of Vocational Behaviour**, 70, 352-368.
- CHEN, T., SHEN, C.: 2012 “Today’s Intern, Tomorrow’s Practitioner? The Influence of Internship Programmes on Students’ career Development in the Hospitality Industry”, **Journal Of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 11, 29-40.
- CHENG, T. Y., TUNG, V. W. S.: 2019 “Dropping out of the Hospitality Industry After Frontline Work Experience: An Investigation into the Personal Changes of Hospitality Employees”, **International Journal of Hospitality & Tourism Administration**, DOI: 10.1080/15256480.2019.1598911.
- CHONG, T.: 2014 “Vocational Education in Singapore: Meritocracy and Hidden Narratives”, **Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education**, 35(5), 637-648.
- CHUANG, N., GOH, B. K., STOUT, B. L., DELLMANN-JENKINS, M.: 2007 “Hospitality Undergraduate Students' Career Choices and Factors Influencing Commitment to the Profession”, **Journal of Hospitality & Tourism Education**, 19(4), 28-37.
- ÇINAR, B., YENİPİNAR, U.: 2019 “Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinde Genel Öz Yeterlilik Algısı, Mesleki Kaygı ve Mesleği Yapma Niyeti İlişkisi”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 30(3), 153-162.
- ÇİVİTÇİ, A.: 2010 “Vocational Self-Esteem and Psychological Needs in Turkish Counseling Students”. **International Journal for the Advancement of Counselling**. 32, 56-65.
- COHEN, A. (2007). “Dynamics Between Occupational and Organisational Commitment in the Context of

- Flexible Labor Markets: A Review of the Literature and Suggestions for a Future Research Agenda”, **Bremen: Institut Technik Und Bildung (ITB)**, Universitat Bremen.
- COLARELLI, S. M., BISHOP R. C.: 1990 “Career Commitment. Functions, Correlates, And Management”, **Group And Organization Studies**, 15(2), 158-176.
- COOPER, C., SHEPHERD, R.: 1997 “The Relationship Between Tourism Education and the Tourism Industry: Implications for Tourism Education”, **Tourism Recreation Research**, 22 (1), 34-47.
- CORRIGAN P, ROE D, TSANG H.: 2011 **Challenging the Stigma of Mental Illness: Lessons for Therapists and Advocates**, West Sussex, UK: John Wiley And Sons Ltd.
- CORRIGAN P. W., WATSON, A. C., BARR, L.: 2006 “The Self-Stigma of Mental Illness: Implications for Self-Esteem and Self-Efficacy”, **Journal of Social & Clinical Psychology**. 25, 875-884.
- CORRIGAN, P.: 2004 “How Stigma Interferes with Mental Health Care”, **American Psychologist**, 59, 614–625.
- CORRIGAN, P. W., KLEINLEIN, P.: 2005 “The Impact of Mental Illness Stigma”, in P. W. Corrigan (Ed.), **On the Stigma of Mental Illness: Practical Strategies for Research and Social Change** (P. 11–44). American Psychological Association.
- CORRIGAN, P.W.: 2004 “How Stigma Interferes with Mental Health Care”, **American Psychologist**, 59(7), 614-625.
- CORRIGAN, P.W., WATSON, A.C.: 2002 “The Paradox of Self-Stigma and Mental Illness”, **Clinical Psychology: Science And Practice**, 9, 35-53.

- CRANDALL, C. S.: 1994 "Prejudice against Fat People: Ideology and Self-Interest", **Journal of Personality and Social Psychology**, 66, 882-894.
- CROCKER, J., LUHTANEN, R.: 1990 "Collective Self-Esteem and Ingroup Bias", **Journal of Personality and Social Psychology**, 58(1), 60-67.
- CROCKER, J., WOLFE, C. T.: 2001 "Contingencies of Self-Worth", **Psychological Review**, 108(3), 593-623.
- CROCKER, J., MAJOR, B.: 1989 "Social Stigma and Self-Esteem: The Self-Protective Properties of Stigma", **Psychological Review**, 96, 608-630.
- CROCKER, J., MAJOR, B., STEELE, C.: 1998 "Social Stigma", içinde D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Editörler.), **The Handbook of Social Psychology** (4th Ed., Vol. 2, s. 504-553). Boston, MA: McGraw-Hill.
- CROCKER, J., THOMPSON, L., MCGRAW, K., INGERMAN, C.: 1987 "Downward Comparison, Prejudice, and Evaluation of Others: Effects of Self-Esteem and Threat", **Journal of Personality and Social Psychology**, 52, 907-916.
- DAKANALIS, A., TIMKO, C. A., ZANETTI, M. A., RINALDI, L., PRUNAS, A., CARRÂ, G., CLERICI, M.: 2014 "Attachment Insecurities, Maladaptive Perfectionism, and Eating Disorder Symptoms: A Latent Mediated and Moderated Structural Equation Modelling Analysis Across Diagnostic Groups", **Psychiatry Research**, 215, 176-184.
- DARDEN, W. R., HAMPTON, R., HOWELL, R. D.: 1989 "Career Versus Organizational Commitment: Antecedents and Consequences of Retail Sales Peoples' Commitment", **Journal of Retailing**, 65(1), 80-106.
- DASGUPTA, N.: 2011 "Ingroup Experts and Peers as Social Vaccines Who Inoculate the Self-Concept: The Stereotype Inoculation Model", **Psychological Inquiry**, 22, 231-246.

- DAVIDSON, M.C.G., TIMO, N., WANG, Y.: 2010 "How Much Does Labour Turnover Cost? A Case Study of Australian Four- and Five-Star Hotels", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 22(4), 451-466.
- DAVIS N. L.: 2009 **Factors Influencing Career Choice Among Students Enrolled in a Four-Year Tourism Administration Program**, Basılmamış Doktora Tezi, Southern Illinois University Carbondale.
- DEERY, S. WALSH, J., KNOX, A.: 2001 "The Non-Union Workplace in Australia: Bleak House or Human Resource Innovator?", **International Journal Of Human Resource Management**, 12(4), 669-683.
- DELLER, S.: 2010 "Rural Poverty, Tourism and Spatial Heterogeneity", **Annals of Tourism Research**, 37, 180-205.
- DEMİR V., GÜRSOY, F., ADA, Ş.: 2011 "Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Mesleki Benlik Saygılarının İncelenmesi", **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 10 (1), 597-614.
- DENİZER, D.: 1994 "Turizm Eğitimi Veren Yüksekokulların Sorunları ve Çözüm Önerileri", **Hafta Sonu Semineri I: Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim-Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları**, Nevşehir: Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- MCINERNEY, D. M., GANOTICE, F. A., KING, R. B., MORIN, A. J. S., MARSH, H. W.: 2014 "Teachers' Commitment and Psychological Well-Being: Implications of Self-Beliefs for Teaching in Hong Kong", **Educational Psychology: An International Journal of Experimental Educational Psychology**, DOI: 10.1080/01443410.2014.895801.

- DIJKER, A. J., KOOMEN, W.: 2003 “Extending Weiner’s Attribution-Emotion Model of Stigmatization Of Ill Persons”, **Basic and Applied Social Psychology**, 25, 51-68.
- DİLMAÇ, B., ARICAK, T.: 2003 “Psikolojik Danışma ve Rehberlik Öğrencilerinin Bir Takım Değişkenler Açısından Benlik Saygısı ile Mesleki Benlik Saygısı Düzeylerinin İncelenmesi”, **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 3(1):1-7.
- DİLMAÇ, B., ÇIKILI, Y., IŞIK, H., SUNGUR, C.: 2009 “Teknik Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleklerine İlişkin Tutumlarının Yordayıcısı Olarak Mesleki Benlik Saygısı”, **Selçuk Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Teknik-Online Dergi**, 8(2), 127-143.
- DOĞAN, H. Z.: 1992 “Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarının Sorunları (Aydın Örneği)”, **Turizm Eğitimi**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- DREHER, M.T., CARRION, R.S.M., SILVERIRA, A.P.K.: 2013 “Working in the Tourism Sector: Social Inclusion and Prejudices”, **Cuadernos De Turismo**, 32, 281-294.
- DURKALIC, D. VE DURDOVIC, N.: 2019 “Perceptions and Attitudes of Students Regarding the Working Conditions in the Tourism Industry”, **The Fourth International Scientific Conference Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia: Tourism as a Generator of Employments**, (S.327-344), University Of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism, Vrnjačka, Banja.
- EERTMANS, A., VICTOIR, A., VANSANT, G., VAN DEN BERGH, O.: 2005 “Food-Related Personality Traits, Food Choice, Motives and Food Intake: Mediator and Moderator

- Relationships”, **Food Quality and Preference**, 16, 714-726.
- EL-DIEF, M, EL-DIEF, G.: 2019 “Factors Affecting Undergraduates’ Commitment to Career Choice in the Hospitality Sector: Evidence from Saudi Arabia”, **Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism**, 18(1), 93-121.
- ELLIS, B.: 1981 “The Camp Mock-Ordeal: Theater as Life”, **Journal of American Folklore**, 94, 486- 505.
- ERALP, Z.: 1983 **Genel Turizm**, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu.
- ERIKSON, K.: 1966 **Wayward Puritans: A Study In The Sociology Of Deviance**, New York: Macmillan.
- ERKUŞ, A.: 2012 **Psikolojide Ölçme ve Ölçek Geliştirme**, Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- EUROPEAN CENTRE FOR THE DEVELOPMENT OF VOCATIONAL TRAINING.: 2014 **Attractiveness of Initial Vocational Education and Training: Identifying What Matters**, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- EUROSTAT.: 2013 **Statistics in Focus. Industry, Trade and Services**, Luxembourg: European Commission.
- FAND, C. S., STARK, O.: 2011 “A Theory of Migration as a Response to Occupational Stigma”, **International Economic Review**, 52(2), 549-571.
- FARMAKI, A.: 2018 “Tourism and Hospitality Internships: A Prologue to Career Intentions?” **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 23, 50-58.
- FAULKNER, B., PATİAR, A.: 1997 “Workplace Induced Stress Among Operational Staff in the Hotel Industry”, **International Journal of Hospitality Management**, 6(1), 99-117.
- FAZIO, R. H.: 1986 “How do Attitudes Guide Behaviour?”, içinde R. M. Sorrentino ve E. T. Higgins (Editörler), **Handbook**

- of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behaviour, s. 204-243, New York: Guilford.
- FEAGIN, J. R.: 2000 **Racist America: Roots, Current Realities and Future Reparations**, Routledge; New York.
- FEIRING, C., TASKA, L., LEWIS, M.: 1998 "The Role of Shame and Attributional Style in Children's and Adolescents' Adaptation to Sexual Abuse", **Child Maltreatment**, 3, 129-142.
- PRATTO, F., SIDANIUS, J., STALLWORTH, L. M., MALLE, B. F.: 1994 Social Dominance Orientation: A Personality Variable Predicting Social and Political Attitudes. **Journal of Personality and Social Psychology**, 67(4), 741-763.
- FIELD, A.: 2009 **Discovering Statics Using SPSS**, London: SAGE Publications Ltd.
- FORNELL, C., LARCKER, D. F.: 1981 "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics", **Journal of Marketing Research**, 18(3), 382-388.
- FRAZIER, P.A., TIX, A.P., BARON, K. E.: 2004 "Testing Moderator and Mediator Effects in Counselling Psychology," **Journal of Counselling Psychology**, 51, 115-134.
- FROST, D. M.: 2011 "Social Stigma and its Consequences For The Stigmatized", **Social And Personality Psychology Compass**, 5, 824-839.
- GARDNER, R. C.: 1994 "Stereotypes as Consensual Beliefs", içinde M.P. Zanna ve J. M. Olsen (Editörler), **The Psychology Of Prejudice: The Ontario Symposium**, s. 1-32, Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- GENTILE, B., DOLAN-PASCOE, B., TWENGE, J. M., MAITINO, A., GRABE, S., WELLS, B. E.: 2009 "Gender Differences in Domain-Specific Self-Esteem: A Meta-Analysis", **Review Of General Psychology**, 13, 34-45.

- GEORGE, D., MALLERY, P.: 2019 **IBM Spss Statistics 25 Step By Step: A Simple Guide and Reference**, 15. Baskı. New York: Routledge.
- GILLESPIE, C., BAUM, T.: 2000 “Innovation and Creativity in Professional Higher Education: Development of a Cd-Rom to Support Teaching and Learning in Food and Beverage Management”, **Scottish Journal of Adult and Continuing Education**, 6(2), 147-165.
- GİRĞİN, G., AKAMCA, G. Ö, ELLEZ, A. M., OĞUZ, E.: 2010 “Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumları, Mesleki Benlik Saygıları ve Mesleki Yeterlik İnançları”, **Buca Eğitim Fakültesi Dergisi**, 28, 1-15.
- GOFFMAN, I.: 1963 **Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity**, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- GÖKSAN, E.: 1978 **Turizmoloji**, İzmir: Uğur Ofset Matbaası.
- GUERRIER, Y.:1999 **Organizational Behaviour in Hotels and Restaurants: An International Perspective**, New York, NY: John Wiley & Sons.
- GUEST, D., CONWAY, N.: 1999 “Peering into the Black Hole: The Downside of the New Employment Relations in the UK”, **British Journal of Industrial Relations**, 37(3), 367-389.
- GÜNDEM, Z. F.: 2009 **İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin, Motivasyon, Mesleki Benlik Saygısı ve Mesleğe Yönelik Yetkinlik Duygusu Algıları Arasındaki Etkileşim**, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi.
- GUNN, C. A.: 1998 “Issues in Tourism Curriculum”, **Journal of Travel Research**, 36, 74-77.

- GWYN, P. G.: 2011 “The Quality of Mentoring Relationships' Impact on the Occupational Commitment of Nursing Faculty”, **Journal of Professional Nursing**, 27(5), 292-298.
- HACIOĞLU, N.:1992 “Yükseköğretimde Mesleki Turizm Eğitimi Geliştirme Perspektifleri”, içinde **Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Konferansı**, s. 91-100, Ankara.
- HACIOĞLU, N.:1994 “Yükseköğretimde Turizm Eğitimi Sorunları ve Çözüm Yolları”, **I. Turizm Sempozyumu**, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü.
- HACIOĞLU, N.: 2000 **Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü**, Bursa: Vipaş Yayınları.
- HACIOĞLU, N., KAŞLI, M., ŞAHİN, S., TETİK, N.: 2008 **Türkiye’de Turizm Eğitimi**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- HAIR, J. F., ANDERSON, R. E., TATHAM, R. L., BLACK, W. C.:1998 **Multivariate Data Analysis (5th Ed.)**, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- HAIR, J. F., BLACK, W. C., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E.: 2019 **Multivariate Data Analysis**, 8. Baskı. Australia: Cengage.
- HAIR, J. F., HULT, G. T. M., RINGLE, C. M., SARSTEDT, M.: 2017 **A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)**, Thousand Oaks: Sage.
- HAMILTON, D.L., TROLLIER, T.K.: 1986 “Stereotypes and Stereotyping: An Overview of the Cognitive Approach”, içinde, Dovidio, J.F. Gaertner, S.L., (Editörler) **Prejudice, Discrimination and Racism**, (S.127-163). Academic Press; Orlando, FL.
- HANAN, F. A, ZAINAL, A.: 2012 “The Relationship Between Occupational Culture, Organization Tenure and Occupational Commitment of Chefs in 4 and 5-Star Hotels in Kuala Lumpur”, içinde Artinah Zainal, Salleh Mohd Radzi, Rahmat Hashim, Chemah Tamby Chik ve Rozita Abu

- (Editörler), **Current Issues in Hospitality and Tourism Research and Innovations, Proceedings of the International Hospitality and Tourism Conference**, IHTC, Kuala Lumpur, Malaysia, 3-5 September.
- HARRIS, C.: 2009 "Building Self and Community: The Career Experiences of a Hotel Executive Housekeeper", **Tourist Studies**, 9(2), 144-163.
- HARVEY, E. B.: 1975 **Industrial Society: Structure, Roles and Relations**, Homewood, IL: Irwin.
- HAYES, A. F.: 2009 "Beyond Baron and Kenny: Statistical Mediation Analysis in the New Millenium", **Communication Monographs**, 76, 408-420.
- HAYES, A. F.: 2018 **Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach**, Second Edition, New York, NY: Guilford.
- HENDERSON, J.C.: 2003 "Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia", **Tourism Management**, 24, 447-456.
- HEREK, G. M., SAHA, S., BURACK, J.: 2013 "Stigma and Psychological Distress in People with Hiv/Aids", **Basic and Applied Social Psychology**, 35(1), 41-54.
- HEREK, G. M.: 1999 "AIDS and Stigma", **American Behavioural Scientist**, 42 (7), 1106-1116.
- HEREK, G. M.: 2007 "Confronting Sexual Stigma and Prejudice: Theory and Practice", **Journal of Social Issues**, 63 (4), 905-925.
- HEREK, G. M.: 2009 "Sexual Prejudice", içinde T. Nelson (Ed.), **Handbook of Prejudice** (S. 439-465). Mahwah, Nj: Erlbaum.

- HEREK, G. M., SAHA, S., BURACK, J.: 2013 “Stigma and Psychological Distress in People with HIV/AIDS”, **Basic and Applied Social Psychology**, 35(1), 41-54.
- HERRBACH, O., MIGNONAC, K.: 2004 “How Organisational Image Affects Employee Attitudes”, **Human Resource Management**, 14(4), 76-88.
- HERRERA, L.: 2003 “Participation in School Upgrading: Gender, Class and (in)action in Egypt”, **International Journal of Educational Development**, 23, 187-199.
- HINKIN, R. T., TRACEY, J. B.: 2010 “What Makes it so Great? An Analysis of Human Resources Practices Among Fortune’s Best Companies to Work for”, **Cornell Hospitality Quarterly**, 51(2), 158-170.
- HOGG, M. A., TERRY, D. J.: 2000 “Social Identity and Self-Categorization Processes in Organizational Contexts”, **Academy of Management Review**, 25(1), 121–40.
- HOLDEN, R., JAMESON, S., LASHLEY, C.: 2005 “Graduate Transition into Employment in Hospitality Smes: On a Road to Nowhere?”, **Industry & Higher Education**, 19 (1), 65-73.
- HOLMAN, D. J., WALL, T. D.: 2002 “Work Characteristics, Learning-Related Outcomes, and Strain: A Test of Competing Direct Effects, Mediated, and Moderated Models”, **Journal of Occupational Health Psychology**, 7, 283–301.
- HUGHES, E.C.: 1971 **The Sociological Eye**, Aldine Atherton Inc. Chicago.
- İÇÖZ, O.: 1994a “Bir Mesleki Alan Olarak Gençlerin Turizmi Tercih Etmeleri”, **I. Turizm Sempozyumu**, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü.
- İÇÖZ, O.:1994b “Türkiye’de Turizm Eğitimi Veren Yüksekokulların Temel Sorunları ve Öğrencilerin Okul Sonrası

- Mesleki Yaşama Uyumunu Konusunda Bir Değerlendirme”, **Hafta Sonu Semineri I: Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim-Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları**, Nevşehir: Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- İLKİZ, O., HİTAY, O.:1992 “Türkiye’deki Turizm Eğitimindeki Sorunlar”, içinde **Turizm Eğitimi (Eds.)**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION [ILO]: 1999 “Report of the Director-General: Decent Work”, **International Labour Conference**, 87th Session, Geneva.
- INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION [ILO]: 2010 **Developments and Challenges in the Hospitality and Tourism Sector**, Geneva: ILO.
- INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION [ILO]: 2001 **Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector: Report for Discussion at the Tripartite Meeting on the Human Resource Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector**, Geneva, Switzerland: International Labor Organization
- INTERNATIONAL LABOUR OFFICE: 1989 **Working Conditions in Hotels, Restaurants and Similar Establishments”, Sixth Item on the Agenda/Report vi, Part 1** (International Labour Conference 77).
- INTERNATIONAL SOCIETY OF HOSPITALITY CONSULTANTS: 2006 “Top Ten Issues in the Hospitality Industry for 2007”, Retrieved February 21, 2015, From <http://www.hospitalitynet.org/news/4029554.html>
- IVTZAN, I., SORENSSEN, E. VE HALONEN, S.: 2013 “The Effect of Occupational Meaningfulness on Occupational Commitment”, **International Journal Of Psychology Research**, 6(2), 15-23.

- JAFARI, J.: 1977 "Editor's Page", **Annals Of Tourism Research**, 5, 6-11.
- JAMES, W.: 1950 **The Principles of Psychology (Vol. 1)**, New York: Dover Publications.
- JANTA, H. LADKIN, A. BROWN, L., LUGOSI, P.: 2011 "Employment Experiences of Polish Migrant Workers in the UK Hospitality Sector", **Tourism Management** 32, 1006-1019.
- JIANG, B., TRIBE, J.: 2009 "Tourism Jobs-Short-Lived Professions: Student Attitudes Towards Tourism Careers in China", **Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education**, 8(1), 4-19.
- JONES, E. E., FARINA, A., HASTORF, A. H., MARKUS, H., MILLER, D. T., SCOTT, R. A.: 1984 **Social Stigma: The Psychology of Marked Relationships**, New York: Freeman.
- JONES, M. L., ZANKO, M., KRIFLIK, G.: 2006 "On the Antecedents of Career Commitment", içinde J. Kennedy & L. Di Milia (Editörler), **Proceedings of the Australian and New Zealand Academy of Management Conference** (s. 1-22), Rockhampton, Australia: Australian and New Zealand Academy of Management.
- JONES, N., CORRIGAN, P. W.: 2014 "Understanding Stigma", içinde W. Corrigan (Ed.), **The Stigma of Disease and Disability: Understanding Causes and Overcoming Injustices** (S. 9-34), American Psychological Association.
- JOST J.T., BANAJI, M.R.: 1994 "The Role of Stereotyping in System-Justification and the Production of False Consciousness", **British Journal Of Social Psychology**, 33, 1-27.
- KALAYCI, Ş.: 2010 "Faktör Analizi, içinde Ş. Kalaycı (Editör), **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri** (S.321-331), Ankara: Özbaran Ofset.

- KALBERS, L. P., FOGARTY, T. J.: 1995 "Professionalism and its Consequences: A Study of Internal Auditors", **Auditing** 14(1), 64.
- KALKAN, O.: 1994 "Turizm Yüksekokullarında Yetiştirilen Elemanlar Hangi Kademedede Çalıştırılabilir?", **Hafta Sonu Semineri I: Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim-Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları**, Nevşehir: Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- KAMISE, Y.: 2013 Occupational Stigma and Coping Strategies of Women Engaged in the Commercial Sex Industry: A Study on the Perception of "Kyaba-Cula Hostesses" in Japan, **Sex Roles: A Journal Of Research**, 69, 42-57.
- KAMISE, Y., HORI, H., OKAMOTO, K.: 2010 "Perceived Occupational Stigma and Coping Strategies", **Japanese Journal of Social Psychology**, 26, 25-35.
- KARAZSIA, B. T., BERLIN, K. S.: 2018 "Can a Mediator Moderate? Considering the Role of Time and Change in the Mediator-Moderator Distinction", **Behaviour Therapy**, 49,12–20.
- KIM, H.Y.: 2013 "Statistical Notes for Clinical Researchers: Assessing Normal Distribution Using Skewness and Kurtosis", **Restorative Dentistry and Endodontics**, <http://dx.doi.org/10.5395/rde.2013.38.1.52>
- KIM, Y., KIM, S., YOO, J.: 2012 "Travel Agency Employees' Career Commitment and Turnover Intention During the Recent Global Economic Crisis", **The Service Industries Journal**, 32(8), 1247-1264.
- KLINE, R. B.: 2011 **Principles and Practice of Structural Equation Modelling (3rd Edition)**, New York, NY: Guilford.

- KING, P.W. Y., HANG, F.K. W.: 2011 "Career Perceptions of Undergraduate Gaming Management Students", **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 11, 367–391.
- KONG, F., ZHAO, J., YOU, X.: 2013 "Self-Esteem as Mediator and Moderator of the Relationship Between Social Support and Subjective Well-Being among Chinese University Students", **Social Indicators Research**, 112, 151-161.
- KÖRÜKÇÜ, Ö., OĞUZ, V.: 2011 "Okul Öncesi Eğitimi Öğretmen Adaylarının Mesleki Benlik Saygıları", **Kuramsal Eğitimbilim**, 4(2), 77-85.
- KORZAY, M.: 1992 "Turizmde İstihdam ve Eğitim", içinde **III. İzmir İktisat Kongresi, Turizm Çalışma Grupları**, (S.289-311), 4-7 Haziran.
- KOYUNCU, M., FIKSENBAUM, L., BURKE, R. J., DEMİRER, H.: 2008 "Predictors of Commitment to Careers in the Tourism Industry", **Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research**, 19(2), 225-236.
- KOZAK, M.: 1992 "Mesleki Turizm Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarında Ders Programlarının Hazırlanması", içinde Turizm Bakanlığı (Eds.), **Turizm Eğitimi**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- KOZAK, M., KOZAK, N.: 2016 "Institutionalisation of Tourism Research and Education: From the Early 1900s to 2000s", **Journal of Tourism History**, 8(3), 275-299.
- KOZAK, N.: 1992 "Türkiye’de Üniversite Düzeyi Mesleki Turizm Eğitimine Yönelik Programların Sorunları ve Bazı Öneriler", içinde Turizm Bakanlığı (Eds.), **Turizm Eğitimi**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.

- KOZAK, N.: 1999 “Sektörün Gelişimine Uygun Bir Turizm Eğitime İhtiyaç Var”, **Türsab**, Şubat, 181, 59-60.
- KRANKE, D. FLOERSCH, J., KRANKE, B. O., MUNSON, M. R.: 2011 “A Qualitative Investigation of Self-Stigma Among Adolescents Taking Psychiatric Medication”, **Psychiatric Services**, 62(8), 893–899.
- KRUPCHANKA, D., THORNICROFT, G.: 2016 “Discrimination and Stigma”, içinde **The Stigma of Mental Illness - End Of The Story?**, (s. 123-130), Springer International Publishing, Switzerland.
- KÜLAHÇI, M.: 1992 “Turizm Sektöründe İşgücünün Mesleki Eğitimi”, içinde Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü (Ed), **Turizm Eğitimi Workshop**, 9-11 Aralık, (S. 105-113), Ankara, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- KUNES-CONNELL, M.: 1991 **Towards an Occupational Self-Esteem Model for Psychiatric Nurses**, Nebraska Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Doktora Tezi, Nebraska, Amerika Birleşik Devletleri.
- KURZBAN, R., LEARY M.R.: 2001 “Evolutionary Origins of Stigmatization: The Functions of Social Exclusion”, **Psychological Bulletin**, 127, 187-208.
- KUŞLUVAN S.: 2016 “Türkiye'de Turizm”, içinde Emir, Oktay, Ed., **Turizm Bilgisi**, (s.178-213), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.
- KUŞLUVAN, S.: 2003 “Characteristics of Employment and Human Resource Management in the Tourism And Hospitality Industry”, içinde **Managing Employee Attitudes and Behaviours in the Tourism and Hospitality Industry**, (Ed.) S. Kusluvan, (s.3-24). New York: Nova Science Publishers.
- KUSLUVAN, S., Z.: 2000 “Perceptions and Attitudes of Under-Graduate Tourism Students Towards Working in the Tourism

- Industry İn Turkey”, **Tourism Management**, 21(3), 251-269.
- KUSLUVAN, S., “Perceptions and Attitudes of Undergraduate Tourism Students Towards Working in the Tourism and Hospitality Industry in a Developing Economy”, içinde S. Kusluvan (Ed.), **Managing Employee Attitudes and Behaviours in the Tourism and Hospitality Industry** (s. 77-98), Ny: Nova Science Publishers.
- KUSLUVAN, Z.: 2003
- KUŞLUVAN, S., “Turizm İşletmelerinde İşgören Devri: Anlamı, Türleri ve Nedenleri”, **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, 1, 28-37.
- KUŞLUVAN, Z.: 2004
- KUŞLUVAN, S., “Undergraduate Tourism Students’ Satisfaction With Student Work Experience and its Impact on Their Future Career Intentions: A Case Study”, içinde S. Kusluvan (Ed.), **Managing Employee Attitudes And Behaviours in the Tourism and Hospitality Industry** (S. 135-151), New York, NY: Nova Science Publishers, Inc.
- KUŞLUVAN, Z., EREN, D.: 2003
- KUŞLUVAN, S., EREN, D.: 2011 “İşgörenlerin Kişilik Özelliği Olarak Hizmet Verme Yatkınlığı ve Ölçümü: Bir Literatür Taraması”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 22(2): 139-153.
- KUŞLUVAN, S., “The Human Dimension: A Review of Human Resources Management Issues in the Tourism and Hospitality Industry”, **Cornell Hospitality Quarterly**, 51(2), 171- 214.
- KUŞLUVAN, Z., ILHAN, I., BUYRUK, L.: 2010
- KUZGUN, Y.: 1983 “Benlik ve İdeal Benlik Kavramlarının, Tercih Edilen Meslek Kavramlarıyla İlişkisi”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları**, 16, 1-9.

- LAI, J.Y.M., CHAN, K.W., LAM, L. W.: 2013 "Defining Who You are not: The Roles of Moral Dirtiness and Occupational and Organizational Disidentification in Affecting Casino Employee Turnover Intention", **Journal of Business Research**, 66, 1659-1666.
- LARSON, E., WOOD, W., CLARK, F.: 2003 "Occupational Science: Building The Science and Practice of Occupation Through an Academic Discipline", içinde E. B. Crepeau, E. S. Cohn, B. A. Boyt-Schell (Editörler), **Willard and Spackman's Occupational Therapy** (10th Ed., s. 42-61), Philadelphia.
- LASHLEY, C.: 2004 "Escaping the Tyranny of Relevance: Some Reflections on Hospitality Management Education", içinde C. Cooper, C. Arcadia, D. Solnet ve M. Whitford (Editörler), **Proceedings of CAUTHE** (S. 414–424). Brisbane, Australia: University Of Queensland.
- LAZARUS, L., DEERING, K. N., NABESS, R., GIBSON, K., TYNDALL, M. W., SHANNON, K.: 2012 "Occupational Stigma as a Primary Barrier to Health Care for Street-Based Sex Workers in Canada", **Culture, Health & Sexuality: An International Journal for Research, Intervention and Care**, 14(2), 139-150.
- LE, A. H., KLIEVE, H., MCDONALD, C. V.: 2018 "Tertiary Students' Perceptions of Hospitality Careers in Vietnam", **Empirical Research in Vocational Education and Training**, 10(14), 1-25.
- LEACH, C. W., LIVINGSTON, A. G.: 2015 "Contesting the Meaning of Intergroup Disadvantage: Towards a Psychology of Resistance", **Journal of Social Issues**, 71, 614–632.
- LEE, K., CARSWELL, J.J., ALLEN, N.: 2000 "A Meta-Analytic Review of Occupational Commitment: Relations with Person- And Work-

- Related Variables”, **Journal of Applied Psychology**, 85(5): 799-811.
- LEE, C., S. KANG.:1998 “Measuring Earnings Inequality and Median Earning in the Tourism Industry”, **Tourism Management** 19(4): 341-48.
- LI, X., STANTON, B., FANG, X, LIN, D.: 2006 “Social Stigma and Mental Health among Rural-To Urban Migrants in China: A Conceptual Framework and Future Research Needs”, **World Health Population**, 8(3): 14–31.
- LIN, S., HUANG, L. CHANG, C., LIN, C. CHANG, P., CHEN, P.: 2013 “The Role of Person and Organizational Variables in the Three Component Model of Occupational Commitment”, **Canadian Journal of Administrative Sciences**, 30, 115–126.
- LINDSAY, C., MCQUAID, R.W.: 2004 “Avoiding the ‘Mcjobs’: Unemployed Job Seekers and Attitudes to Service Work”, **Work, Employment and Society**, 18(2), 297–318.
- LINK B.G., STRUENING E. L., NEESE-TODD, S., ASMUSSEN, S., PHELAN, J. C.: 2001 “Stigma as a Barrier to Recovery: The Consequences of Stigma for the Self-Esteem of People with Mental Illnesses”, **Psychiatry Service**, 52(12), 1621-1626.
- LINK, B. G., PHELAN, J. C.: 2001 “Conceptualizing Stigma”, **Annual Review of Sociology**, 27, 363-385.
- LINK, B. G., YANG, L. H., PHELAN, J. C., COLLINS, P. Y.: 2004 “Measuring Mental Illness Stigma”, **Schizophrenia Bulletin**, 30(3), 511-541.
- LIVINGSTON, J. D., BOYD, J. E.: 2010 “Correlates and Consequences of Internalized Stigma for People Living with Mental Illness: A Systematic Review and Meta-Analysis”, **Social Science & Medicine**, 71, 2150-2161.
- LO, A.: 2005 The Past, Present, and Future of Hospitality and Tourism Higher Education in Hong Kong, **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 5(1-2), 137-166.

- LU, T., ADLER, H.: 2009 “Career Goals and Expectations of Hospitality and Tourism Students in China”, **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 9, 63-80.
- MACDONALD, G., SALTZMAN, J. L., LEARY, M. R.: 2003 “Social Approval and Trait Self-Esteem”, **Journal of Research, in Personality**, 37, 23-40.
- MACKINNON, D. P., COXE, S., BARALDI, A. N.: 2012 “Guidelines for the Investigation of Mediating Variables in Business Research”, **Journal of Business and Psychology**, 27(1), 1-14.
- MAJOR, B.: 1994 “From Social Inequality to Personal Entitlement: The Role of Social Comparisons, Legitimacy Appraisals, and Group Membership”, **Advances in Experimental Social Psychology**, 26, 293-355.
- MAJOR, B., O'BRIEN, L. T.: 2005 “The Social Psychology of Stigma”, **Annual Review of Psychology**, 56, 393-421.
- MAJOR, B., SPENCER, S., SCHMADER, T., WOLFE, C., CROCKER, J.: 1998 “Coping with Negative Stereotypes About Intellectual Performance: The Role of Psychological Disengagement”, **Personality and Social Psychology Bulletin**, 24, 34-50.
- MAJOR, B., SCHMADER, T.: 1998 “Coping with Stigma Through Psychological Disengagement”, içinde **Prejudice: The Target's Perspective**, (Ed.) J. K Swim, C. Stangor, (S. 219-41). San Diego, Ca: Academic.
- MALHOTRA, N. K., DASH, S.: 2011 **Marketing Research an Applied Orientation**, London: Pearson Publishing.
- MANOS, R. C., RUSCH, L. C., KANTER, J. W., CLIFFORD, L. M.: 2009 “Depression Self Stigma as a Mediator of the Relationship Between Depression Severity and Avoidance”, **Journal of Social and Clinical Psychology**, 28 (9), 1128-1143.
- MAVİŞ, F., KOZAK S.:1992 “Meslek Yüksekokullarında Turizm Programı ve Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm Otelcilik Ders Programı”, içinde Turizm

- Bakanlığı, **Turizm Eğitimi: Konferansı-Workshop** (169-172). Ankara: Yorum Basım Yayın.
- MAZRO'EI, L. A.: 2010 **The Experiences of Muslim Women Employed in the Tourism Industry: The Case of Oman**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Recreation and Leisure Studies-Tourism Policy and Planning, University Of Waterloo, Ontario, Canada.
- MESLEKİ YETERLİLİK KURUMU: 2019 <https://portal.myk.gov.tr>
- MEYER, J. P., ALLEN, N. J.: 1991 “A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment”, **Human Resource Management Review**, 1, 61-89.
- MEYER, J. P., ALLEN, N. J., SMITH, C. A.: 1993 “Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-Component Model”, **Journal of Applied Psychology**, 78, 538-551.
- MILLER, C. T.: 2006 “Social Psychological Perspectives on Coping with Stressors Related to Stigma” içinde **Stigma and Group Inequality: Social Psychological Approaches**. (Editörler) S. Levin ve C. Van Laar (S.21–44), Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI: 1999 “Ticaret ve Turizm Öğretimi Okulları ve Programları,. Ankara: **T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Ticaret Ve Turizm Öğretimi Genel Müdürlüğü Yayını**.
- MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI: 2019 <http://hbogm.meb.gov.tr>
- MINISTRY OF TOURISM, ARTS AND CULTURE REPUBLIC OF MALDIVES: 2011 “Strategic Human Resource Development Plan for the Tourism Industry 2011-2015”, **Ministry of Tourism, Arts and Culture Republic of Maldives**.

- MISHRA, P., PANDEY, C. M., SINGH, U., GUPTA, A., SAHU, C., KESHRI, A.: 2019 "Descriptive Statistics and Normality Tests for Statistical Data", **Annals of Cardiac Anaesthesia**, 22, 67-72.
- MORONE, J. A.: 1997 "Enemies of the People: The Moral Dimension to Public Health", **Journal of Health Politics, Policy and Law**, 22, 993-1020.
- MOWDAY, R. T., STEERS, R. M., PORTER, L. W.: 1979 "The Measurement of Organizational Commitment", **Journal of Vocational Behaviour**, 14, 224-247.
- MULLINS, L.: 1995 **"Managing People in the Hospitality Industry"**, 3rd Ed. Harlow, UK: Longman.
- MYERS, D. G.: 2013 **"Social Psychology"**, 11th Edition. New York: Mcgraw Hill Publishers.
- NIU, H.: 2010 "Investigating the Effects of Self-Efficacy on Foodservice Industry Employees' Career Commitment", **International Journal of Hospitality Management**, 29 (4), 743-750.
- OKETCH, M. O.: 2007 "To Vocationalise or not to Vocationalise? Perspectives on Current Issues and Trends in Technical and Vocational Education and Training (VTE) in Africa", **International Journal of Educational Development**, 27, 220-234.
- ORAL, B.: 2004 "Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutumları", **Eğitim Araştırmaları**, 15, 88-98.
- ORR, N. E. J., MURRAY, A. E., MCKENNA, M. A.: 1992 "Hospitality Graduate and Diplomate Labour Market Experiences", **Journal of European Industrial Training**, 16 (3), 17-24.
- OSTASZKIEWICZ, J., O'CONNELL, B., DUNNING, T.: 2016 "We Just do the Dirty Work: Dealing with Incontinence, Courtesy Stigma and the Low Occupational Status of Care Work in Long-Term

- Aged Care Facilities”, **Journal of Clinical Nursing**, 25, 2528-2541.
- ÖZDEMİR, A.: 2010 **Yönetim Biliminde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları**, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- ÖZDOĞAN, O. N., ÇAVUŞ, Ş.: 2013 “Türk Turizminin Türkiye Ekonomisindeki Yeri”, içinde Şenol Çavuş, Zehra Ege ve Osman Eralp Çolakoğlu (Editörler), **Türk Turizm Tarihi** (s. 201-220), Ankara: Detay Yayıncılık.
- ŞAHİN, Ö., OKUMUŞ, F.: 2002 “MEB-YÖK Meslek Yüksek Okulları Program Geliştirme Projesi Çerçevesinde Turizm ile İlgili Otel İşletmeciliği Seyahat İşletmeciliği Programlarının Uygulanmasında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, Ankara: **Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi**.
- ÖZDOĞAN, O.N., ÇAVUŞ, Ş.: 2009 “Türkiye’de Turizm Eğitiminin Yapısı ve Gelişimi”, Ş. Çavuş, Z. Ege ve O.E. Çolakoğlu, (Editörler), içinde **Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim** (1. Baskı) (S. 221-253), Ankara: Detay Yayıncılık.
- ÖZKAN, E.: 1992 “Yükseköğretim Düzeyindeki Turizm Eğitim Kurumlarında Öğrenci Staj ve Uygulamalarında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, içinde Turizm Bakanlığı (Ed.), **Turizm Eğitimi-Workshop**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- ÖZMERSİ, A., AYATA, M. A.: 1992 “Akdeniz Üniversitesi Antalya Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otelcilik Programı Öğrencilerinin Ağırhlama Sektöründe Yaptığı Uygulama ve Stajlar”, **Turizm Eğitimi**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.

- OZTAS, F.: 2010 "Self-Esteem, Occupational Self-Esteem, and Epistemological Beliefs of Turkish University Students", **Social Behaviour and Personality**, 38(3), 321-326.
- PAETZOLD, R. L., DEEPBOYE, R. L., ELSBACH, K. D.: 2008 "A New Look at Stigmatization in and of Organizations", **Academy of Management Review** 33(1), 186-193.
- PALMER, C. COOPER, J., BURNS, P.: 2010 "Culture, Identity, and Belonging in the Culinary Underbelly", **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 4(4), 311- 326.
- PANG, J. M.: 2010 **Perceptions of the Tourism and Hospitality Industry by Singapore Polytechnic Hospitality Students: An Exploratory Study**, UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, Capstones, Paper No. 700, University Of Nevada, Las Vegas, NV, September, Available at: <http://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations>
- PETERSON, R.: 2000 "A Meta-Analysis of Variance Accounted for and Factor Loadings in Exploratory Factor Analysis", **Marketing Letters**, 11, 261–275.
- PHELAN, J. C., LINK, B. G., DOVIDIO, J. F.: 2008 "Stigma and Prejudice: One Animal or Two?", **Social Science and Medicine**, 67, 358–367.
- PHILLIPS, K. D., MONEYHAM, L., TAVAKOLI, A.: 2011 "Development of an Instrument to Measure Internalized Stigma in those with Hiv/Aids", **Issues In Mental Health Nursing**, 32(6), 359-366.
- PINEL, E. C.: 1999 "Stigma Consciousness: The Psychological Legacy of Social Stereotypes", **Journal of Personality and Social Psychology**, 76(1), 114-128.
- PINEL, E. C., BOSSON, J. K.: 2013 "Turning Our Attention to Stigma: An Objective Self-Awareness Analysis of Stigma and Its

- Consequences”, **Basic and Applied Social Psychology**, 35(1), 55–63.
- PINEL, E. C., PAULIN, N.: 2005 “Stigma Consciousness at Work”, **Basic and Applied Social Psychology**, 27(4), 345-352.
- PIZAM, A.: 1982 “Tourism Manpower: The State of the Art”, **Journal of Travel Research**, 21(2), 5-9.
- PIZAM, A.: 1999 “The State of Travel and Tourism Human Resources in Latin America”, **Tourism Management**, 20(5): 575-86.
- PIZAM, A., TELISMAN-KOSUTA N.: 1989 Tourism as a Factor of Change: Results and Analysis. içinde Bystrazanowski, J. (Ed.), **Tourism As A Factor Of Change: A Socio-Cultural Study**, 11, European Coordination Centre for Documentation in Social Sciences, Vienna.
- PAETZOLD, R. L., DIPBOYE, R. L., ELSBACH, K. D.: 2008 “A New Look at Stigmatization in and of Organizations”, **Academy of Management Review**, 33: 186-193.
- POWELL, P. H., WATSON, D.: 2006 “Service Unseen: The Hotel Room Attendant at Work”, **International Journal of Hospitality Management**, 25(2), 297-312.
- PREACHER, K. J., HAYES, A. F.: 2008 “Asymptotic and Resampling Strategies for Assessing and Comparing Indirect Effects in Multiple Mediator Models”, **Behaviour Research Methods**, 40, 879-891.
- PRENTICE, C., CHEN, P., KING, B.: 2013 “Employee Performance Outcomes and Burnout Following the Presentation-of-Self in Customer-Service Contexts”, **International Journal of Hospitality Management**, 35, 225– 236.
- PRICE, L.: 1994 “Poor Personnel Practices in the Hotel and Catering Industry: Does It Matter?”, **Human Resource Management Journal**, 4(4): 44-62.

- PRYOR, J. B., REEDER, G. D.: 2011 "HIV-Related Stigma", içinde J. C. Hall, B. J. Hall & C. J. Cockerell (Editörler), **HIV/AIDS in the Post-HAART Era: Manifestations, Treatment, and Epidemiology** (s. 790–806), Shelton, CT: PMPH-USA.
- PRYOR, J. B., REEDER, G. D., LANDAU, S.: 1999 "A Social Psychological Analysis of HIV-Related Stigma: A Two-Factor Theory", **American Behavioural Scientist**, 42, 1193–1211.
- PURCELL, K.: 1993 "Equal Opportunities in the Hospitality Industry: Custom and Credentials", **International Journal of Hospitality Management**, 12, 127-140.
- RESMÎ GAZETE: 2010 **21 Mayıs 2010 Tarihli ve 27587 Sayılı Resmî Gazete.**
- REICHEL, A., PIZAM, A.: 1984 "Job Satisfaction, Lifestyle and Demographics of U.S. Hospitality Industry Workers-Versus Others", **International Journal of Hospitality Management** 3(3), 123-133.
- RICHARDSON, S.: 2008 "Undergraduate Tourism and Hospitality Students Attitudes Toward a Career in the Industry: A Preliminary Investigation", **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 8(1), 23-46.
- RICHARDSON, S.: 2010a "Generation Y's Perceptions and Attitudes Towards a Career in Tourism and Hospitality", **Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism**, 9, 179-199.
- RICHARDSON, S.: 2010B "Tourism and Hospitality Students' Perceptions of a Career in the Industry: A Comparison of Domestic (Australian) Students and International Students Studying in Australia", **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 17, 1-11.

- RICHARDSON, S., THOMAS, N. J.: 2012, "Utilising Generation Y: United States Hospitality And Tourism Students' Perceptions of Careers in the Industry". **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 19(1), 102-114.
- RILEY, M.: 1996, **Human Resource Management in the Hospitality and Tourism Industry**, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- RING, A., DICKINGER, A., WOBER, K.: 2009, "Designing the Ideal Undergraduate Program in Tourism: Expectations from Industry and Educators", **Journal of Travel Research**, 48(1), 106-121.
- RITTER, W.: 1975, "Recreation and Tourism in Islam Countries", **Ekistics**, 236, 56-59.
- ROBINSON, R. N. S., RUHANEN, L., BREakey, N. M.: 2016, "Tourism and Hospitality Internships: Influences on Student Career Aspirations", **Current Issues in Tourism**, 19(6), 513-527.
- ROBINSON, R. N. S., SOLNET, D. J., BREakey, N.: 2014, "A Phenomenological Approach to Hospitality Management Research: Chefs' Occupational Commitment", **International Journal of Hospitality Management**, 43, 65-75.
- RONEY, S. A., ÖZTİN, P.: 2007, "Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey", **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 6(1), 1473-8376.
- SACHDEV, S., WILKINSON, F.: 1998, "Low Pay, Working of the Labour Market and the Role of the Minimum Wage", London: **Institute of Employment Rights**.
- SHARPLEY, R.: 2011, **The Study of Tourism: Past Trends and Future Directions**, Abingdon: Routledge.

- ŞAHİN, A. E.: 2006 “Meslek ve Öğretmenlik”, içinde V. Sönmez (Ed.) **Eğitim Bilimine Giriş** (S. 261-306), Ankara: Anı Yayıncılık.
- SALTIK, A., AVCI, U., KAYA, U.: 2016 “Mesleki Bağlılık ve Mesleği Bırakma Niyeti Üzerinde Etken Faktörler Olarak Birey-Meslek Uyumu ve Mesleğin Sosyal Statüsü: Turizm Sektöründe Görgül Bir Araştırma”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, 8(3), 42-63.
- SANDIFORD, P. J., SEYMOUR, D.: 2010 “Exploring Public House Employee's Perceptions of Their Status: A UK Case Study”, **The Service Industries Journal**, 30(7), 1063-1076.
- SATOH, M., WATANABE, I., ASAKURA, K.: 2017 “Occupational Commitment and Job Satisfaction Mediate Effort–Reward Imbalance and the Intention to Continue Nursing”, **Japan Journal of Nursing Science**, 14(1), 49–60.
- SAUNDERS, C.: 1981 **Social Stigma of Occupations: The Lower Grade Worker in Service Organisations**, Farnborough: Gower.
- SAUNDERS, K., PULLEN, R.: 1987 **An Occupational Study of Room Maids in Hotels**, Middlesex Polytechnic.
- SAYIN, S.: 2003 “Farklı Programlarda Okuyan Öğretmen Adayı Üniversite Öğrencilerinin Empatik Eğilimi, Öğretmenlik Mesleğine Karşı Tutum ve Mesleki Benlik Saygısı”, **Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi**, 34(6), 74–84.
- SCAMBLER, G.: 1989 **Epilepsy**, London, Uk: Routledge.
- ŞENER, D. K, KARACA, A., AÇIKGÖZ, F., SÜZER, F.: 2011 “Hemşirelik Eğitimi Mesleki Benlik Saygısını Değiştirir Mi?”, **Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi**, 1(3), 12-16.
- SHAMIR, B.: 1975 **A Study of Working Environments and Attitudes to Work of Employees in a Number of British**

- Hotels**, Basılmamış Doktora Tezi, London: London School of Economics.
- SHAKEELA, A., RUHANEN, L., BREakey, N.: 2010, “Women's Participation in Tourism: A Case from the Maldives”, içinde D. Scott & A. Jafari, J. (Editörler), **Tourism in the Muslim World** (s. 61-71), UK: Emerald Group Publishing Limited.
- SHANTZ, A., BOOTH, J. E.: 2014, “Service Employees and Self-Verification: The Roles of Occupational Stigma Consciousness and Core Self-Evaluations”, **Human Relations**, 67(12), 1439-1465.
- SHAPAVOL, V., PIZAM, A.: 2017, “The Prestige of Hospitality Occupations”, **Tourism Analysis**, 22, 451-466.
- SIMOLA, S.: 2011, “Relationship Between Occupational Commitment and Ascribed Importance of Organisational Characteristics”, **Education And Training**, 53(1), 67-81.
- SLAVNIC, Z.: 2003, “Working in the ‘Bleak House’ -An Autoethnographic Study of Ethnic Segmentation, Precarization and Informalization in the London Hotel Industry”, **Hospitality & Society** 3(1), 7-24.
- SNAPE, E., REDMAN, T.: 2003, “An Evaluation of a Three-Component Model of Occupational Commitment: Dimensionality and Consequences Among United Kingdom Human Resource Management Specialists”, **Journal of Applied Psychology**, 88(1), 152–159.
- SNEIDER, A., TREISCH, C.: 2019, “Employees’ Evaluative Repertoires of Tourism and Hospitality Jobs”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 31(8), 3173-3191.
- SOLMAZ, S. A., ULAMA, Ş.: 2014, “Türkiye’de Turizm Eğitim-Öğretiminde Mevcut Durum Üzerine Analitik Bir Değerlendirme”, **I.**

- International Congress of Tourism and Management Researches**, 9-11 Mayıs, Antalya.
- SOLOMON, S., "Terror Management Theory of Social Behavior: The Psychological Functions of Self-Esteem and Cultural Worldviews", içinde Zanna, M. P. (Ed.). **Advances in Experimental Social Psychology**, 24, 93-159.
- GREENBERG, J.,
PYSZEYNSKI, T. A.: 1991
- SOMERS, M. J., "Work-Related Commitment and Job Performance: It's Also the Nature of the Performance that Counts", **Journal of Organisational Behaviour**, 19, 621-634.
- BIRNBAUM, D.: 1998
- SOMERS, M. J., "Psychological Attachment to Nursing in the Early Career: Occupational Commitment Profiles, Motivational Patterns, Retention, and Performance", **Journal of Vocational Education & Training**, DOI:10.1080/13636820.2018.1535516.
- BIRNBAUM, D., FINCH, L., CASAL, J.: 2018
- SONMEZ, S.: 2001 "Tourism Behind the Veil of Islam: Women and Development in the Middle East", içinde Y. Apostolopoulos, S. Sonmez, ve D. J. Timothy (Editörler), **Women as Producers and Consumers of Tourism in Developing Regions** (S. 113–142). Westport: Praeger.
- SPURK, D., HOFERR, A., "Occupational Commitment from A Life Span Perspective: An Integrative Review and a Research Outlook", **Career Development International**, 24(3), 190-221.
- BURMEISTER, A.,
MUEHLHAUSEN, J.,
VOLMER, J.: 2019
- STANGOR, C., "Threat and Social Construction of Stigma", içinde Heatherton, T. F., Kleck, R. E., Hebl, M. R., Hull, J. G., (Editörler). **The Social Psychology of Stigma** (S. 62-87), Guilford Press: New York.
- CRANDALL, C. S.: 2000

- STEVENSON, J.: 2005 "The Centrality of Vocational Learning", **Journal of Vocational Education and Training**, 57(3), 335-354.
- STUTTERHEIM, S. E., BOS, A. E. R., PRYOR, J. B., BRANDS, R., LIEBREGTS, M., SCHAALMA, H. P.: 2011 "Psychological and Social Correlates of HIV Status Disclosure: The Significance of Stigma Visibility", **AIDS Education And Prevention**, 23, 382-392.
- STUTTERHEIM, S. E., PRYOR, J. B., BOS, A. E. R., HOOGENDIJK, R., MURIS, P., SCHAALMA, H. P.: 2009 "HIV-Related Stigma and Psychological Distress: The Harmful Effects of Specific Stigma Manifestations in Various Social Settings", **AIDS**, 23, 2353-2357.
- SUPER, D. E., BOHN, M. J.: 1970 **Occupational Psychology**, London: Tavistock Publications.
- SWANN, W. B., JR., BOSSON, J. K.: 2010 "Self and Identity", içinde D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Editörler), **Handbook of Social Psychology** (5th Ed., S. 589-628), Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- SWANN, W. B., JR., PELHAM, B. W., KRULL, D. S.: 1989 "Agreeable Fancy or Disagreeable Truth? Reconciling Self-Enhancement and Self-Verification", **Journal of Personality and Social Psychology**, 57, 782-791.
- SWANN, W.B., JR., GRIFFIN, J.J., PREDMORE, S., GAINES, B.: 1987 "The Cognitive-Affective Crossfire: When Self-Consistency Confronts Self-Enhancement", **Journal of Personality and Social Psychology**, 52(5), 881-889.
- SZIVAS, E., RILEY, M.: 1999 "Tourism Employment in Conditions of Economic Transition; The Case of Hungary", **Annals of Tourism Research**, 26, 747-771.
- TAJFEL, H., TURNER, J. C.: 1979 "An Integrative Theory of Intergroup Conflict", içinde W. G. Austin & S. Worchel (Editörler), **The Social Psychology of Intergroup Relations**, Monterey, CA: Brooks/Cole.

- TAKAHASHI, L.: 1997 “The Socio-Spatial Stigmatization of Homelessness and HIV/AIDS: Toward an Explanation of the NIMBY Syndrome”, **Social Science And Medicine** 45(6), 903–914.
- TAN, Z. M. A., “Graduates’ Perception on the Factors Affecting Commitment to Pursue Career in the Hospitality Industry”, **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 224, 416-420.
- BAHARUNB, N.,
WAZIRC, N. W.,
NGELAMBONGD, A. A.,
ALIE, N. M., GHAZALIF,
N., TARMAZIG, S. A. A.:
2016
- TAYMAZ, H.: 1992 **Hizmet İçi Eğitim- Kavramlar, İlkeler, Yöntemler** (2. Baskı), Ankara: Pegem Yayınevi.
- TEKİRGÖL, D.: 2011 **Çalışanlarda Mesleki Benlik Saygısının İş Tatmini ve Yaşam Mutluluğu ile İlişkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- TENG, C. C.: 2008 “The Effects of Personality Traits and Attitudes on Student Uptake in Hospitality Employment”, **International Journal of Hospitality Management**, 27(1), 76-86.
- THOMAS, K. W.: 2000 **Intrinsic Motivation at Work: Building Energy and Commitment**, San Francisco: Berrett-Koehler.
- TİMUR, A.:1992 “Türkiye’de Turizm Eğitiminin Yapısı, Uygulanan Politikalar ve Sonuçları”, içinde Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü (Ed), **Turizm Eğitimi: Workshop**, Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü.
- TİMUR, A.: 1994 “Turizm Eğitiminde Darboğazlar”, **Hafta Sonu Semineri I: Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim-Öğretim Sorunları Ve Çözüm Yolları**, Nevşehir: Nevşehir Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Yüksekokulu.

- TUADER: 2018 **Ösym 2018 Yks Turizm Ön Lisans ve Lisans Kontenjanları ve Yerleştirme Sonuçları İstatistikleri ve Raporu** (Haz. M. Tuna, A. Başoda, S. Aylan), <http://www.tuader.org/turizm-istatistikleri-2>.
- TUPPEN, H.: 2003 **Community Targeted Recruitment in India's Hotel Sector**, <http://www.greenhotelier.org/our-themes/community-communication-engagement/community-targeted-recruitment-in-indias-hotel-sector/>
- TURİST REHBERLERİ BİRLİĞİ: 2019 **TURİZM GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI: 1994** <http://tureb.org.tr/tr/News/Detail/783>
- TÜRK DİL KURUMU: 2020 **“Konaklama Sektörü Yöneticilerinin Elemanlarda Aradıkları Nitelikler”**, İstanbul: Turizm Geliştirme Ve Eğitim Vakfı Yayını, No:28. www.tdk.gov.tr
- TUTKUN, Ö. F, KOÇ, M.: 2008 **“Mesleklere Atfedilen Kalıp Yargılar”**, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 41(1), 255-273.
- UĞURLU, K., ÇAKMAK, F. T.:2015 **“Turizm Eğitim Politikaları ve Türk Turizm Eğitimindeki Sorunlar”**, içinde Küçükaltan, D., Çeken, H. ve Mercan, Ş. O (S.85-103), **Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması**, Ankara Detay Yayıncılık.
- UNITED NATIONS [UN]: 2010 **International Recommendations For Tourism Statistics 2008**, New York: United Nations.
- ÜNLÜÖNEN, K., BOYLU, Y.: 2005 **“Türkiye'de Yüksek Öğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi”**, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 3(12), 11-32.
- US DEPARTMENT OF LABOR STATISTICS: 2012 **“Table 5. Median Years of Tenure with Current Employer for Employed Wage and Salary**

- Workers by Industry, Selected Years, 2002-12**", US Department of Labor Statistics.
- VAN BRAKEL, W.: 2006 "Measuring Health-Related Stigma - A Literature Review", **Psychology, Health and Medicine**, 11, 307-34.
- VAN LAAR, C., MEEUSSEN, L., VELDMAN, J. VAN GROOTEL, S., STERK, N., JACOBS, C.: 2019 "Coping with Stigma in the Workplace: Understanding the Role of Threat Regulation, Supportive Factors, and Potential Hidden Costs", **Frontiers in Psychology** 10, 1879.
- VLAARDINGERBROEK, B., EL-MASRI, Y. H.: 2008 "Student Transition to Upper Secondary Vocational and Technical Education (VTE) in Lebanon: From Stigma to Success", **Journal of Vocational Education and Training**, 60 (1), 19-33.
- VOGEL, D. L., WADE, N., HACKLER, A.: 2007 "Perceived Public Stigma and the Willingness to Seek Counseling: The Mediating Roles of Self-Stigma and Attitudes Towards Counselling", **Journal of Counseling Psychology**, 54, 40-50.
- VON SOEST, T., WICHSTRØM, L., KVALEM, I. L.: 2016 "The Development of Global and Domain-Specific Self-Esteem from Age 13 to 31", **Journal of Personality and Social Psychology**, 110 (4), 592-608.
- WALMSLEY, A.: 2004 "Assessing Staff Turnover: A View from the English Riviera", **International Journal of Tourism Research** 6, 275-287.
- WAN, Y. K. P., KONG, W.H. F.: 2012 "Career Perceptions of Heritage Management Studies: A Case Study of Undergraduates in Macao", **Journal of Hospitality & Tourism Education**, 24 (1), 5-15.
- WAN, Y.K.P., KONG, W.H.F.: 2011 "Career Perceptions of Undergraduate Gaming Management Students", **Journal of Teaching in Travel & Tourism**, 11, 367-391

- WAN, Y.K.P, WONG, K. A., KONG, W. H.: 2014 "Student Career Prospect and Industry Commitment: The Roles of Industry Attitude, Perceived Social Status, and Salary Expectations", **Tourism Management**, 40,1-14.
- WANG, L., TAO, H., ELLENBECKER, CH., LIU, X.: 2012 "Job Satisfaction, Occupational Commitment and Intent to Stay Among Chinese Nurses: A Cross-Sectional Questionnaire Survey", **Journal of Advanced Nursing**, 68 (3), 539-549.
- WANG, Q., JIANG, Y., WENG, Q., WANG, Q.: 2019 "A Meta-Analysis of the Relationship Between Occupational Commitment and Job Performance", **Social Behaviour and Personality: An International Journal**, 47 (8), 8232.
- WANG, S.: 2016 "Examination of Tourism Undergraduates' Industry Commitment, in the Context of China", **Journal of Teaching in Travel and Tourism**, 16 (2), 101-115.
- WANG, Y., CHIANG, M., LEE, Y.: 2014 "The Relationships amongst the Intern Anxiety, Internship Outcomes, and Career Commitment of Hospitality College Students", **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 15, 86-93.
- WATTANACHAROENSI, W.: 2014 "Tourism Curriculum in a Global Perspective: Past, Present, and Future", **International Education Studies**. 7 (1), 9-22.
- WEBER, K., LADKIN, A.: 2011 "Career Identity and Its Relation to Career Anchors and Career Satisfaction: The Case of Convention and Exhibition Industry Professionals in Asia", **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 16 (2), 167-182.
- WEI, M., MALLINCKRODT, B., RUSSELL, D. W., ABRAHAM, W. T.: 2004 "Maladaptive Perfectionism as a Mediator and Moderator Between Adult Attachment and

- Depressive Mood”, **Journal of Counselling Psychology**, 51, 201-212.
- WENG, Q., MCELROY, J. C.: 2012 “Organizational Career Growth, Affective Occupational Commitment and Turnover Intentions”, **Journal of Vocational Behaviour**, 80, 256-265.
- WERNER, S., CORRIGAN, P., DITCHMAN, N., SOKOL, K.: 2012 “Stigma and Intellectual Disability: A Review of Related Measures and Future Directions”, **Research in Developmental Disabilities**, 33, 748-765.
- WHEELER, D. J.: 2011 “Problems with Skewness and Kurtosis: Part One”. **Quality Digest**.
<https://www.qualitydigest.com/inside/six-sigma-article/problemsskewness-and-kurtosis-part-one-072911.html>.
- WILDES, V. J.: 2005 “Stigma in Food Service Work: How it Affects Restaurant Servers’ Intention to Stay in the Business or Recommend a Job to Another”, **Tourism and Hospitality Research**, 5 (3), 213-233.
- WILDES, V. J.: 2007 “Attracting and Retaining Food Servers: How Internal Service Quality Moderates Occupational Stigma”, **International Journal of Hospitality Management**, 26 (1), 4-19.
- WILLS, T. A.: 1981 “Downward Social Comparison Principles in Social Psychology”, **Psychological Bulletin**, 90, 245-71.
- WINCHENBACH, A., HANNA, P., MILLER, G.: 2019 “Rethinking Decent Work: The Value of Dignity in Tourism Employment”, **Journal of Sustainable Tourism**, 27:7, 1026-1043.
- WINCKLER, O.: 2007 “The Birth of Oman’s Tourism Industry”, **Tourism**, 55 (2), 221-34.
- WOLKOWITZ, C.: 2002 “The Social Relations Of Body Work”, **Work, Employment And Society**, 16 (3), 497-510.

- WOOD, R. H.: 1995 **Human Resource Management** (2nd Ed.), Michigan: The Educational Institute of the American Hotel and Motel Association.
- WOOD, R.: 1997 **Working in Hotels and Catering** (2nd Ed.), London: International Thomson.
- WOODS, R. H.: 1999 “Predicting is Difficult, Especially about the Future: Human Resources in the New Millennium”, **International Journal of Hospitality Management**, 18(4), 443-56.
- WU, M.Y.: 2013 “I would Love to Work in Tourism, but ...: Exploring the Outcomes of an Ethnic Tourism Education Initiative”, **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 12, 47–58.
- XU, S., MARTINEZ, L. R., HOOFF, H. V., TEWS, M., TORRES, L., FARFAN, K.: 2018 “The Impact of Abusive Supervision and Co-Worker Support on Hospitality and Tourism Student Employees’ Turnover Intentions in Ecuador”, **Current Issues in Tourism**, 21(7), 775-790.
- YAN, L. T.: 2019 **The Impact of Organizational and Occupational Commitment on Work-Related Outcomes: A Study of Kitchen Employees in the Hotel Industry**, Basılmamış Doktora Tezi, Hong Kong: Hong Kong Polytechnic University.
- YERXA, E.: 1993 “Occupational Science: A New Source of Power for Participants in Occupational Therapy”, **Journal of Occupational Science: Australia**, 1, 3-9.
- YILDIZ, R.: 1994 “Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokullarında Uygulanan Ders Programlarındaki Çarpıklıklar ve Yeni Bir Ders Programı Önerisi”, **Hafta Sonu Semineri I: Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim-Öğretim Sorunları Ve Çözüm Yolları**, Nevşehir:

- Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- YILDIZ, S., GÖKTAŞ, L. S., HABİL, T., İSTANBULLU DİNÇER, F.: 2019 “Turizm Meslek Lisesi Öğrencilerinin Demografik Değişkenlerine Göre Mesleki Bağlılık Düzeylerinin İncelenmesi”, **Türk Turizm Araştırmaları Dergisi**, 3 (1):1-12.
- YILMAZ, B.: 2002 “Öğretmenlik Nasıl Bir Meslektir?” içinde A. M. Sünbül (Ed.), **Eğitime Yeni Bakışlar** (s. 308-322), Ankara: Mikro Yayınları.
- YOUSAF, A., SANDERS, K., SHIPTON, H.: 2013 “Proactive and Politically Skilled Professionals: What is the Relationship with Affective Occupational Commitment?” **Asia Pacific Journal Of Management**, 30, 211-230.
- YOUSAF, A., SANDERS, K., ABBAS, Q.: 2015 “Organizational/Occupational Commitment and Organizational/Occupational Turnover Intentions: A Happy Marriage?” **Personnel Review**, 44 (4), 470-491.
- YUAN, L., LI, J.: 2012 “Occupational Commitment and Labour Relations in Firms: An Empirical Study in China”, **Chinese Management Studies**, 6 (2), 300-317.
- ZHOU, J. L.: 1991 “A Current Look at Hospitality and Tourism Education in China's Colleges and Universities”, **International Journal of Hospitality Management**, 10 (4), 357-67.
- TEMİZKAN S. P., TEMİZKAN R., TOKAY S.: 2013 “Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Turist Rehberliği Eğitiminde Yeni Bir Paradoks” içinde Kurtuluş Karamustafa (ed.) **14. Ulusal Turizm Kongresi** (s. 475-486). Ankara: Detay Yayıncılık.

EKLER

EK1: ANKET

Sevgili Öğrenciler,

Seçmiş olduğunuz ‘Turizm İşletmeciliği’ mesleği ile ilgili olarak aşağıdaki ifadelere katılıp katılmama durumunuzu yan taraftaki parantezlerin içine (x) işareti koyarak lütfen belirtiniz. Anketi samimi ve tarafsız bir biçimde cevaplamanız üniversitelerin, Kültür ve

TOPLUMUN ‘TURİZM İŞLETMECİLİĞİ’ MESLEĞİNE BAKIŞINI ALGILAMANIZ	KESİNLİKLE		KESİNLİKLE		FİKRİM YOK
	KATILIYORUM	KATILIYORUM	KATILMIYORUM	KATILMIYORUM	
1-Toplumun turizm işletmeciliği mesleği ile ilgili olarak önyargılı olduğunu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
2-Genel olarak turizm işletmeciliği mesleğinin toplumda olumsuz bir imajı vardır.	()	()	()	()	()
3-Mesleğim yüzünden bazen daha az değer veriliyorum.	()	()	()	()	()
4-Mesleğim yüzünden insanların benimle ilgili olumsuz konuşmalarından endişeleniyorum.	()	()	()	()	()
5-Mesleğim yüzünden yeni tanıştığım biri tarafından bile olumsuz bir imaj ile ilişkilendiriliyorum.	()	()	()	()	()

Turizm Bakanlığı’nın ve turizm sektörünün bu meslekle ilgili doğru politikalar oluşturmaya yol açabilecektir. TEŞEKKÜRLER.

'TURİZM İŞLETMECİLİĞİ' MESLEĞİNİ BİREYSEL AÇIDAN DEĞERLENDİRMENİZ	KESİNLİKLE			KESİNLİKLE	
	KATILIYORUM	KATILIYORUM	KATILMIYORUM	KATILMIYORUM	FİKRİM YOK
1-Kendimi sahip olduğum mesleğimden daha iyi mesleklere layık görüyorum. (T)	()	()	()	()	()
2-Mesleğim benim için çok önemlidir.	()	()	()	()	()
3-Mesleğimi kişiliğime uygun bulmuyorum. (T)	()	()	()	()	()
4-Mesleğim sorulduğunda gurur duyarak bir cevap veremiyorum*. (T)	()	()	()	()	()
5-Mesleğimde üretken ve verimli olabileceğimi düşünüyorum.	()	()	()	()	()
6-Mesleğimi istemeyerek seçtim. (T)	()	()	()	()	()
7-Mesleğim benim benliğimin bir parçasıdır*.	()	()	()	()	()
8-Mesleğimin gerektirdiği zihinsel etkinliklere kendimi veremiyorum*. (T)	()	()	()	()	()
9-Mesleğime çok saygı duyuyorum.	()	()	()	()	()
10-Tercih hatası yüzünden şu anda istemediğim bir meslek alanındayım. (T)	()	()	()	()	()
11-Mesleğimin aranan ve istenilen bir meslek olduğunu düşünüyorum*.	()	()	()	()	()
12-Mesleğimin değerlerini hala benimseyebilmiş değilim. (T)	()	()	()	()	()
13-Mesleğimden memnunum.	()	()	()	()	()
14-Mesleğim insanlar üzerinde etki bırakabilecek niteliklere sahiptir.	()	()	()	()	()
15-Mesleğimi küçümsüyorum. (T)	()	()	()	()	()
16-Mesleğime duygusal olarak kendimi verebiliyorum.	()	()	()	()	()
17-Bu mesleği seçtiğim için kendi içimde çatışma yaşadığım olur. (T)	()	()	()	()	()

'TURİZM İŞLETMECİLİĞİ' MESLEĞİNİ BİREYSEL AÇIDAN DEĞERLENDİRMENİZ	KESİNLİKLE			KESİNLİKLE	
	KATILIYORUM	KATILIYORUM	KATILMIYORUM	KATILMIYORUM	FİKRİM YOK
18-Mesleğim vasıtasıyla insanlık için önemli ve faydalı işler başarabilirim*.	()	()	()	()	()
19-Yeteneklerimin mesleğime uygun olmadığını düşünüyorum. (T)	()	()	()	()	()
20-Mesleğimin parlak bir geleceği olduğunu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
21-Mesleğimi değiştirmeyi düşünüyorum. (T)	()	()	()	()	()
22-Mesleğimin benim ihtiyaçlarımı karşılayamayacağını düşünüyorum. (T)	()	()	()	()	()
23-Onur duyarak söyleyebileceğim bir mesleğim olmasını isterdim. (T)	()	()	()	()	()
24-Mesleğimi kendim istediğim için yapacağım.	()	()	()	()	()
25-Mesleğime ilişkin olumsuz bir eleştiri aldığımda onu değersiz görme eğilimine giriyorum*. (T)	()	()	()	()	()
26-Yeri geldiğinde mesleğimi rahatlıkla savunabilirim.	()	()	()	()	()
27-İlgilerimin mesleğime uygun olmadığını düşünüyorum. (T)	()	()	()	()	()
28-Mesleğimin itibarlı olduğunu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
29-Gerçekte zevk almadığım halde, mesleğimden zevk alıyormuş gibi görünüyorum. (T)	()	()	()	()	()
30-Mesleğim, bir meslekte bulunmasını istediğim özelliklere sahip.	()	()	()	()	()

'TURİZM İŞLETMECİLİĞİ' MESLEĞİNE BAĞLILIĞINIZ	KESİNLİKLE			FİKRİM	
	KATILIYORUM	KATILIYORUM	KATILMIYORUM	KATILMIYORUM	YOK
1-Mümkün olsa, turizm işletmeciliği dışında başka bir meslekte çalışırdım. (T)	()	()	()	()	()
2-Uzun yıllar turizm işletmeciliği mesleğinde olacağımı/çalışacağımı düşünüyorum.	()	()	()	()	()
3-Turizm işletmeciliği mesleğini seçmemin doğru ve iyi bir seçim olduğunu düşünüyorum.	()	()	()	()	()
4-Tekrar seçme imkanım olsa turizm işletmeciliği mesleğini seçmezdim. (T)	()	()	()	()	()
5-Çalışmak zorunda kalmayacak kadar param olsa yine de turizm işletmeciliği alanında çalışırdım*.	()	()	()	()	()
6-Bazen turizm işletmeciliği mesleğinden memnun olmadığım zamanlar oluyor*.(T)	()	()	()	()	()
7-Bu mesleği (turizm işletmeciliğini) bırakmayacak kadar çok seviyorum*.	()	()	()	()	()
8-Aldığım eğitim mesleğime uygun değil*. (T)	()	()	()	()	()
9-Ömür boyu yapılabilecek ideal bir mesleğim (turizm işletmeciliği) var.	()	()	()	()	()
10-Keşke başka bir meslek seçseydim. (T)	()	()	()	()	()
11-Turizm işletmeciliğini meslek olarak seçmekten pişmanlık (hayal kırıklığı) duyuyorum. (T)	()	()	()	()	()
T: Bu maddeler ters kodlanmıştır. *Bu maddeler güvenilirlik ve geçerlilik testlerinden sonra çıkarılmıştır.					

Kendinizle ilgili aşağıdaki soruları cevaplayınız

S. 1. Cinsiyetiniz nedir? () Bay () Bayan

S.2. Yaşınız.....

S.3 Şu ana kadar kaç ay fiilen staj yaptınız veya turizm sektöründe çalıştınız?.....AY

S. 4 Turizm lisesi mezunu musunuz? () evet () hayır

S.5 Stajlarda en uzun süre konaklama işletmelerinin hangi bölümünde veya diğer turizm işletmelerde çalıştınız? (En uzun süre çalıştığınız bölümü veya işletmeyi işaretleyiniz)

() Önbüro () Yiyecek-İçecek ve Servis () Kat hizmetleri () Mutfak () Muhasebe () İnsan Kaynakları () Satınalma () Pazarlama-Satış
() Seyahat Acentaları () Havayolları ve Büroları () Diğer (lütfen belirtiniz)

S.5. Turizm işletmeciliğı kaçınıcı tercihinizdi?.....TERCİH

S.6. Turizm sektöründe çalışan aile breyi veya akrabanız var mı? () evet () hayır

S.7. Yaptığınız stajlardan memnun kaldınız m? () evet () hayır

S.8. En uzun süre staj yaptığınız işletme kaç yıldızlı idi (eğer yıldızı var ise) ? yıldız

S.9. Kaçınıcı sınıftasınız? ()3 ()4

S.10. Turizm işletmeciliğı bölümünde eğitim öğretim görmekten memnun musunuz? ()evet ()hayır

ÖZGEÇMİŞ

Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Turist Rehberliği Bölümü'nden 2009 yılında mezun oldu. Yüksek Lisans derecesini 2012 yılında Nevşehir Üniversitesi'nden Turizm İşletmeciliği dalından aldı. Turizm sektöründe profesyonel turist rehberi olarak 1 yıl çalıştı. Nevşehir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turist Rehberliği Bölümü'nde 2010 ve 2013 yılları arasında araştırma görevlisi olarak çalıştı. Temel çalışma alanları turizmde insan kaynakları yönetimi ve örgütsel davranış'tır.

