

DUYGUSAL EMEĞİN TURİST REHBERLERİNİN İŞ TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Saadet Pınar TEMİZKAN¹

Erdal ARSLAN²

ÖZET

Duygusal emek ve iş tatmini olgularına ilişkin çeşitli disiplinlerde çok sayıda araştırma yapılmıştır. Ancak turizm disiplini ve özellikle turist rehberleriyle ilgili çalışmalar oldukça sınırlıdır. Buradan hareketle bu araştırmanın amacı; duygusal emeğin üç boyutu olan yüzeysel, derin ve samimi davranışlar sergilemenin Türkiye'deki eylemli turist rehberlerinin iş tatmini üzerindeki etkisinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Duygusal emek, işvereni ve müşterileri memnun etmek için duyguların yönetilmesini ifade eder. Duyguların taklit edilmesi (yüzeysel davranış), doğal görünmek için duyguların değiştirilmesi veya düzenlenmesi (derin davranış) ve doğal davranılması (samimi davranış) yoluyla duygusal emek harcanmaktadır. Araştırmada anketler eylemli turist rehberlerine 2020 yılının Mart ve Haziran ayları arasında uygulanmıştır. Ağır pandemi koşulları, zaman ve ekonomik kısıtlar nedeniyle bu araştırmanın uygulaması çevrimiçi ve yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Kolayda örnekleme tekniğinin temel alınmasıyla belirtilen tarihler arasında toplam 119 eylemli turist rehberi gönüllü olarak araştırmaya katılmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilebilmesi amacıyla çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları samimi davranış, derin davranış ve yüzeysel davranışın iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisinin olduğunu göstermiştir. Araştırma sonuçları turist rehberlerinin hem taklit yapmaktan hem de duygusal olarak samimi davranışlarını sergilemekten memnun olduklarını göstermiştir. Gelecek araştırmalarda araştırmacılar ilgili konuya yeni bir anlayış kazandırmak ve turist rehberlerinin duygusal emek davranışlarını derinlemesine anlayabilmek için nitel araştırma tasarımı uygulayabilirler.

Anahtar kelimeler: Duygusal Emek, İş Tatmini, Yüzeysel Davranış, Derin Davranış, Samimi Davranış

JEL Kodu: M54

Geliş **Submitted** 24.11.2020

Kabul **Accepted** 13.03.2021

¹ Doç. Dr. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, Türkiye sptemizkan@ogu.edu.tr,
ORCID:0000-0002-8200-9564

² Dr. erdal_a@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5791-2073

ANALYZING THE EFFECTS OF EMOTIONAL LABOR ON TOUR GUIDES' JOB SATISFACTION

ABSTRACT

Although a growing body of literature existed related to emotional labour and job satisfaction in various disciplines, in tourism discipline particularly tour guiding studies that shed light on these phenomenons remained limited. On this basis, the aim of this study is to examine the effects of surface acting, deep acting, and genuine acting which are three types of emotional labour on active tour guides' job satisfaction in Turkey. Emotional labour refers to the management of emotional display to satisfy the employer and customers, which can be express by faking emotions (surface acting), by managing or regulating felt emotion to be 'authentic' (deep acting) or by acting naturally (genuine acting). On a voluntary basis in this current study, questionnaires applied to the active acting tour guides between March and June 2020. In this current study, due to the severe pandemic conditions, economic and time constraints both online and self-administrated questionnaires were applied. Based on the convenience sampling technique, a total of 119 acting tour guides volunteered to participate to the study. In order to test the hypotheses drawn in the context of the study, multiple regression analysis performed. Analysis results demonstrated that genuine acting, deep acting, and surface acting have a positive significant effect on job satisfaction. Implications of the findings suggest that acting tour guides satisfied with being and presenting both emotionally actual self and faking. In future researches, researchers may perform qualitative research design in order to bring new insight to the relevant subject and a deeper understanding of acting tour guides' emotional labor behavior.

Keywords: Emotional Labor, Job Satisfaction, Surface Acting, Deep Acting, Genuine Acting

JEL Code: M54

1. Giriş

Organizasyonel amaçların gerçekleştirilmesi amacıyla duyguların ve ifadelerin düzenlenmesi olarak açıklanabilen (Zhan, Wang ve Shi, 2016) duygusal emek olgusunun literatüre kazandırıldığı günden bu yana geçen yaklaşık kırk yıllık süreçte, konuya ilişkin çok sayıda çalışmanın yapıldığı ve konunun güncelliğini korumaya devam ettiği görülmektedir. Benzer şekilde çalışan davranışları üzerinde doğrudan etkisi bulunan iş tatmini olgusuna ilişkin sistematik ve metodolojik bilgilerin 1930'lu yıllardan itibaren yaygınlık kazanmaya başladığı (Agho, Müeller ve Price, 1993: 2), iş tatmininin günümüzde önemini koruyarak çeşitli alanlarda araştırmalarda ele alınan bir konu olmaya devam ettiği söylenebilir. Çalışan ve müşterilerin yüz yüze veya sesli etkileşimleri sırasında meydana gelen duygusal emek; insanların belirli kurallar çerçevesinde

sergiledikleri duygu, davranış ve tutumlarını etkileme amacı taşımaktadır (Hochschild, 1983; Morris ve Feldman, 1997; Zapf, 2002; Wong ve Wang, 2009).

Duygusal emek kavramının öncüsü Hochschild (1983), bunun çalışanlar üzerinde olası etkilerinden söz etmektedir. Ona göre, işverenlerin çalışanlarından müşterilerle etkileşimlerinde belirli duygular sergilemelerini istemesi, çalışanlar üzerinde baskı oluşmasına ve yabancılaşmaya neden olmaktadır. Bunlar ise; tükenmişlik, kaygı ve hayal kırıklığı duyguları, iş memnuniyetsizliği ve etik değerlerde yozlaşmalar gibi sorunlara yol açılabilmektedir. Yapılan araştırmalar; duygusal emeğin hem işverenler hem de çalışan üzerinde tükenmişlik (Grandey, 2003), yabancılaşma (Shani, Uriely, Reichel ve Ginsburg 2014), tatmin veya tatminsizlik (Torland, 2011), yüksek gelir sağlama (Kogovsek, ve Kogovsek, 2014) gibi çeşitli etkileri olduğu yönünde sonuçları ortaya koymaktadır.

Dashper (2020), duygusal emek olgusunun özellikle son otuz beş yılda çok sayıda gözden geçirildiği ve eleştirildiğine vurgu yapmakta ancak turizm gibi bir alanda her zaman belirli bir düzeyde duygusallığın olduğuna ve bunun profesyonel bir yetenek olarak nitelendirilmesi gerektiğine dikkat çekmektedir. Turizm, emek yoğun bir endüstri olması nedeniyle yoğun bir şekilde duygusal emek gerektirmektedir. Sektörde önemli bir istihdam alanı oluşturan seyahat acentesi çalışanlarının günlük çalışma yaşantılarında doğrudan etkileşimde buldukları müşterilerinin, çalışma arkadaşlarının ve işverenlerinin çeşitli taleplerini karşılayabilmek amacıyla yoğun duygusal emek göstermeleri gerekebilmektedir (Choy ve Kamoche, 2020). Bu kapsamda özellikle turist rehberlerinin turistlerle uzun etkileşim süreleri göz önünde bulundurulduğunda ise rehberliğin yoğun duygusal emek gerektirdiği öne sürülebilir. Bu nedenle duygusal emeğin yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranış boyutları çerçevesinde çalışanların iş tatminleri üzerinde etkisinin olacağı düşünülmektedir. Buna göre çalışmada; turist rehberlerinin duyguların yönetilmesiyle müşteri tatmini, sadakat ve bağlılıkla sonuçlanan hoş ve sıcak tutumlar sergilemek olan duygusal emeği (Chu, ve Murrmann, 2006) oluşturan davranışlar sergilemelerinin iş tatminleri üzerindeki etkilerinin incelenebileceği düşünülmüş ve mevcut araştırma bu amaç çerçevesinde kurgulanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Erving Goffman'ın klasikleşen “The presentation of self in everyday life” çalışmasından (1956) esinlenerek duygusal emek kavramını literatüre kazandıran Hochschild (1983), bu öncü çalışmasında; duygusal emeğin, kişileri etkilemek için yüz yüze veya sesli etkileşimler üzerinden yüz ifadeleri ve bedensel hareketlerle duyguların yönetilmesi olduğunu ifade etmektedir. Duygusal emek; yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranışlar yoluyla (Ashforth ve Humphrey, 1993: 88) işletmelerin, çalışanlarından müşterilere göstermelerini istediği duyguları yansıtmayı başarabilmeleri için uygun davranışların sergilenmesi olarak tanımlanmaktadır (Zapf ve Holz, 2006:

1). Morris ve Feldman, (1997) ise; duygusal emeği, kişilerarası iletişim sırasında işveren tarafından yansıtılması beklenen duyguları sergileyebilmek için gösterilen çaba, planlama ve kontrol olarak ifade etmektedir. Literatürde farklı açıklamalar bulunmasına rağmen bunların birbirlerine benzer noktalara sahip olduğu görülmektedir. Tanımlamalar değerlendirildiğinde, belirli durumlarda müşterileri memnun etmeye ve müşterilerin olumlu düşüncelere sahip olmalarını sağlamaya yönelik gerçekleştirilen uygun davranışlar arasında bir paralellik dikkat çekmektedir.

Turistlerle etkileşim veya iletişim sırasında ortaya çıkan bazı durumlarda, beklentileri karşılayabilmek ve memnuniyet sağlayabilmek için turist rehberlerinin duygu ve davranışlarını kontrol altına alabilmeleri oldukça önemlidir. Bu yönüyle çalışmada duygusal emek, turist rehberlerinin müşterilerle iletişimlerinde sergilediği yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranış boyutlarına işaret eden bir yaklaşımla ele alınmıştır. Diğer taraftan literatürde yer alan araştırmalar incelendiğinde de duygusal emeğin konu edildiği çalışmaların emek yoğun bir sektör olan hizmet sektöründe yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranış ekseninde gerçekleştirildiği görülmektedir (Hochschild, 1983; Ashforth ve Humphrey, 1993; Wong ve Wang, 2009). Bu anlamda emek yoğun bir sektör olan turizm için de duygusal emek konusunun bahsedilen kapsamda ele alınması uygun görülmüştür.

Literatürde yüzeysel davranış, turistler üzerinde istenilen olumlu duyguların yaratılması sürecinde, çalışanların kendilerinden beklendiği gibi davranış sergileyerek olumlu izlenim yaratması şeklinde ifade edilmektedir (Morris ve Feldman, 1996: 991). Diğer bir anlatımla çalışanın hissettiğinden farklı bir davranış sergileyerek müşteride olumlu duyguların yaratılması amacıyla gözlemlenebilecek şekilde jest ve mimik gibi dışsal ifadelerinin sergilenmesidir. Çalışanlar bu duyguları yaratabilmek için ses tonunu, jest ve mimik gibi dış görünüşlerinde değişiklikler yapmakta (Nurmann, 2006: 1182) ve bu değişiklikler ise gözlemlenebilmektedir. Turist rehberlerinin gezi sırasında gidilen yerlere ilişkin yaptığı açıklamalarda, duygulara hitap edebilmek ve turistleri etkilemek amacıyla yaptığı tanımlamalar sırasında beden dilini kullanarak anlatıma hareketlilik kazandırması ve böylece anlatımı dikkat çekici kılması sonucunda ortaya çıkan davranış yüzeysel davranış olarak değerlendirilebilir. Duygusal emeğin yüzeysel davranış boyutunda dikkat çekilmesi gereken temel nokta, sergilenen davranışın gerçek, içten gelmediği dahası asıl duyguların bastırılmasıdır (Dahling, ve Perez 2010: 575).

Derin davranış, çalışanın içsel hislerini ifadelere uygun olacak şekilde sergileyebilmek (Grandey, 2003) ve doğru ifadeyi yansıtılabilmek için düşünceleri, anıları ve simgeleri aktif bir şekilde kullanımını kapsamaktadır (Hochschild, 1983). Derin davranışta bahsedilen duygusal düzenlemeler, içsel duyguların değil ifadelerin düzenlenmesi ve değiştirilmesidir. Grandey (2000), bir çalışanın işinde başarılı olmak için sergilemesi gereken performansı gerçekleştirebilmesi için

duyguların yönetilmesi ve değiştirilmesini içeren derin davranışın, iki duygusal düzenleme yolundan birinin tercih edilmesiyle gerçekleştirilebileceğini ifade etmektedir. Birincisi; istenmeyen koşullar meydana geldiğinde ilgi değişikliğine gidilerek sergilenmesi gereken duyguların gerçekleştirilebilmesi için yardımcı olabilecek deneyimlere odaklanmaktır. Turist rehberlerinin yoğun etkileşim ortamındaki faaliyetleri düşünüldüğünde, zaman zaman depresif davranışların meydana gelebilmesinin kaçınılmaz olduğu düşünülebilir. Sözü edilen stratejiye göre, turist rehberleri, geçmişte keyif aldıkları tur deneyimlerini imgeleyerek, buna odaklanarak agresif duygulardan uzaklaşabilir. İkincisi ise; istenmeyen bir durum meydana geldiğinde söz konusu durumun ve buna karışan kişilerin bilişsel olarak yeniden değerlendirilmesi biçimindedir. Çalışanların istenen olumlu davranışları sergilemek zorunda olduklarını düşünmeksizin, doğal olarak içlerinden geldiği şekilde, hissettikleri gibi davranışları samimi davranış olarak nitelendirilmektedir (Ashforth ve Humphrey, 1993). Samimi davranışta yansıtılan duygular, gösterilen davranışlar hissedilenle uyumludur (kızgınlık, öfke, mutluluk, neşe, hüzn vb.) ve kişinin deneyimi sırasında karşılaştığı durumlarla eş zamanlı olarak, planlanmadan yansıtılır.

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere yüzeysel davranış gerçekte hissedilmeyen duyguları gözlemlenebilir şekilde davranışlara ve duygulara yansıtarak taklit etmeyi; samimi davranış etkileşim sırasında meydana gelen herhangi bir durum karşısında hissedilen şekilde davranışta bulunulmasını; samimi davranış ise pek fazla bir çaba gerektirmeksizin kişinin özünde var olan biçimde davranış sergilemesini içeren kavramdır. Duygusal emeğin bileşenleri olan kavramlar değerlendirildiğinde yüzeysel davranış ve derin davranış arasında bir zıtlık olduğu, samimi davranışın ise arada ancak derin davranışa göreceli olarak yakın bir kavram olduğu öne sürülebilir.

Duygusal emeğin oluşmasında duyguların bastırılmasına veya taklidin gerekliliğine dikkat çeken bazı araştırmacılar samimi davranışın duygusal emek içermediğini öne sürmekte konunun yüzeysel ve derin davranış boyutları ekseninde ele alınmasını önermektedir (Mann, 1999). Diğer yandan; doğal olarak yansıtılan duyguların işletmenin çıkarlarına uygun olacak şekilde bilinçli bir çaba gerektirdiğinden hareketle samimi davranışın duygusal emek oluşturacağına vurgu yapılarak (Diefendorff, Croyle, ve Gosserand, 2005), kavramın üç boyut çerçevesinde incelenmesi gerekliliğine dikkat çekilmektedir. Nitekim turist rehberleri üzerinde yapılan bu çalışmada da söz konusu yaklaşım benimsenmiş ve araştırmanın sistematığı duygusal emeğin yüzeysel, derin ve samimi davranış temelleri üzerine inşa edilmiştir.

Duygusal emeğe ilişkin yapılan araştırmaların büyük ölçüde havayolları (Hochschild, 1983), hemşirelik (Jonge, Blanc, Peeters ve Noordam, 2008), çağrı merkezleri (Holman, Chissick, ve Totterdell, 2002), ağırlama (Chu ve Murrmann, 2006) ve son zamanlarda ise turizm (Sezgin, Çoban

ve Çoban, 2019) hizmet alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırmalarda temel alınan konuların ise önemli ölçüde tükenmişlik, yabancılaşma, duygusal uyumsuzluk, kimlik kargaşası gibi konularla ilişkilendirilmiştir. İş tatminine yönelik çalışmaların ise duygusal emeğe paralel olarak çoğunlukla hizmet endüstrilerinde gerçekleştirildiği ve araştırmalarda iş tatmini konusunun önemli oranda demografik değişkenler, çalışma koşulları ve olumsuz duygularla (Park, 2014) ilişkilendirildiği görülmektedir. Bu ifade edilenler ışığında, literatürde gerek duygusal emek gerekse de iş tatminine ilişkin ayrı ayrı çok sayıda araştırma bulunmasına rağmen rehberli tur organizasyonlarının sıklıkla yapıldığı ve her yıl milyonlarca turist ziyaret ettiği ülkemizde söz konusu olguların birlikte ele alındığı araştırmalara gereksinim duyulduğu ifade edilebilir. Nitekim Wharton (2009: 155), çalışanların işlerinde duygusal emek sergilemelerinin onlar üzerinde iyi veya kötü nasıl bir etkisinin olduğuna yanıt verecek düzeyde araştırmanın literatürde yer almadığına vurgu yaparken ilgili konudaki boşluğa gönderme yapmaktadır.

2.1. Duygusal Emek-İş Tatmini İlişkisi

Duygusal emeğe ve iş tatminine ilişkin literatürde çok sayıda araştırma bulunmasına rağmen ve özellikle yoğun duygusal emek gerektirebilen turist rehberliği alanında bu iki konunun ilişkilendirildiği araştırmaların sayısındaki azlık ulusal yazında dikkat çekici düzeydedir. Konuya yönelik gerçekleştirilen ilk dönem araştırmaları, duygusal emek ve iş tatmini arasında negatif bir ilişki olduğunu öne sürse de (Hochschild, 1983) ilerleyen zamanlarda gerçekleştirilen araştırmalar bu iki olgu arasında olumsuz ilişki olmadığını göstermenin ötesinde pozitif yönlü güçlü bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur (Wharton, 1993). Buna ek olarak bazı araştırmalar yüksek duygusal emek sergileyen çalışanların düşük düzeyde iş tatminine sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Kinman, 2009). Yapılan değerlendirmeler ışığında, yüksek veya düşük duygusal emek sergilemeye bağlı olarak çalışanların yüksek veya düşük düzeylerde iş tatmini yaşadıkları ve söz konusu olguların zaman içinde değişkenlik gösterebildiğini ortaya koyar niteliktedir.

Duyguların, sadece ticari amaçlar için yönetilmeye veya bastırılmaya çalışılmasının kişinin iş tatminini olumsuz yönde etkileyeceği düşünülebilir. Grandey (2000) çalışanlar, içsel duygularının ticari bir meta haline geldiğini ve ücret karşılığı bir değişim aracı olarak kullanıldığını algıladıklarında duygusal emeğin çalışanların iş tatminini olumsuz yönde etkileyeceğini belirtmektedir. Ancak araştırmalar, çalışan ve iş uyumu arasındaki dengenin diğer bir ifade ile işe uygun kişinin tercih edilmesinin duygusal uyuma ve iş tatminine olumlu etki edebileceğini öne sürerken (Johanson ve Woods, 2008); çalışanların asıl duygularından uzak bir davranış sergilemelerini gerektiren yüzeysel davranışın, sıklıkla taklit yapmaya neden olmasıyla çalışanları doğallıktan uzaklaştıracağını, sonuç olarak ise çalışanların iş tatminsizliği yaşayabileceğini ortaya koymaktadır (Hülshager ve Schewe, 2011). Yapılan açıklamalardan, duygusal emek ve iş tatmini

arasında farklı araştırmalarda farklı sonuçlar elde edildiği anlaşılmaktadır. İlgili alanyazın değerlendirildiğinde gerçekeştirilen ampirik araştırmalar, derin ve samimi davranışların sergilenmesi ile çalışanların psikolojik iyi olma durumları arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu; yüzeysel davranışların sergilenmesi ile olumsuz bir ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır (Brotheridge ve Grandey, 2002; Gross ve John, 2003). Bu sonuç, duygusal emek boyutları ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Turist rehberleri üzerine yapılan diğer bir araştırmada Wijeratne, van Dijk, Kirk-Brown ve Frost (2014), duygusal emeğin düşük iş tatminine yol açabileceği sonucuna ulaşmıştır. Duygusal emek ve iş tatmini arasındaki ilişkiye doğrudan veya dolaylı olarak dikkat çeken araştırma sonuçları, duygusal emek oluşturan davranışların iş tatminini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Wong ve Wang (2009), turist rehberlerinin tur sırasındaki problemlerin üstesinden gelirken, turistlerden endişelerini gizlemeleri ve sakin bir ifade sergilemeleri ölçüsünde başarılı olduklarını düşündüklerini ifade etmektedir. Bu durum, turist rehberlerinin iş tatminlerinin artmasında etkili bir durum olarak nitelendirilebilir. Benzer şekilde Godwyn (2006: 496), duygusal emeğin turistlerle iyi ilişkiler geliştirilmesi ve bunun sürdürülebilmesinde etkili bir araç olduğuna, bu durumun ise rehberlerin işlerini kolaylaştırdığına dikkat çekmektedir. Yazar ayrıca satış odaklı profesyonel bir ilişkide duygusal emeğin iş tatminini arttırabileceğini ifade etmektedir.

Yapılan literatür taraması ve değerlendirmesi işığında duygusal emeğin; yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranış boyutları çerçevesinde turist rehberlerinin iş tatmini üzerindeki etkisinin tespit edilmesine yönelik řu hipotezler geliştirilmiştir;

H₁: Yüzeysel davranışın turist rehberlerinin iş tatmini üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisi vardır

H₂: Derin davranışın turist rehberlerinin iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Samimi davranışın turist rehberlerinin iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

3. Yöntem

Duygusal emeğin turist rehberlerinin iş tatmini üzerindeki etkisinin incelendiği bu araştırmada, araştırmanın amaç ve sistematığine uygun olarak nicel araştırma yaklaşımlarından nedensel, hipotez içeren araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Takip eden kısımlarda; araştırmanın amacına, evrenine, örnekleme ve veri toplama araçlarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın amaı

Duygusal emek kavramının ortaya çıktığı günden bugüne kadar geçen süreçte yapılan çalışmalar incelendiğinde, araştırmaların odağında bulunan temel konuların büyük ölçüde örgütlerin başarısını sağlamak (Hochschild, 1983; Ashforth ve Humphrey, 1993; Shuler ve Sypher, 2000) ve

çalışanların tükenmişlik duyguları (Celik vd., 2010; Sohn, Lee, ve Yoon, 2016) konularına yönelik olduğu görülmektedir. Duygusal emek olgusunun, duygu ve davranışların uygun şekilde kişisel uzamdan kişilerarası uzama az veya çok çaba gerektirecek şekilde değiştirilmesini gerektiren kilit bir bileşen olduğu göz önünde bulundurulduğunda, çalışanların iş tatmini üzerinde etkisinin olacağı düşünülmektedir. Buna göre mevcut araştırmanın amacı; yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranışların Türkiye’de faaliyet gösteren eylemli turist rehberlerinin iş tatmini üzerindeki etkisini incelemek olarak belirlenmiştir.

3.2. Örneklem ve veri toplama

Duygusal emeğin eylemli turist rehberlerinin iş tatmini üzerindeki etkisinin incelendiği bu araştırmanın evrenini; rehberlik yaptıkları turlar sırasında müşteri memnuniyeti yaratması veya bu yönde çaba göstermesi gerektiği düşünülen eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır. Türkiye Turist Rehberliği Birliği (TUREB)’nin yayımladığı istatistiklere göre eylemli turist rehberi sayısı 7960’dır (Rehber İstatistikleri, 2020a). Krejcie ve Morgan (1970), evren hacmi bilinen araştırmalarda bu sayıdaki bir evren için alınması gereken örneklem biriminin 367 olması gerektiğini ifade etmektedir. Mart ve Haziran, 2020 tarihleri arasında gönüllülük esasına dayalı olarak ve kolayda örnekleme tekniğinden yararlanılarak Türkiye’de odalara bağlı bulunan turist rehberlerinin oluşturduğu “Türkiye Profesyonel Turist Rehberleri” platformu üyelerinden çevrimiçi; araştırmacının ulaşabildiği turist rehberlerinden ise yüz yüze olmak üzere toplam 119 geçerli anket toplanabilmiştir. Veri toplama sürecinde araştırmanın amacı dikkate alındığında, örneklem birimine alınacak katılımcıların eylemli turist rehberi olması yeterli olduğundan rehberlerin faaliyette buldukları bölge dikkate alınmamıştır.

3.3. Veri toplama aracı

Duygusal emeğin turist rehberlerinin iş tatmini üzerindeki etkisini inceleyen bu araştırmada kullanılan ölçme aracı üç kısımdan oluşmaktadır. Veri toplama aracının birinci bölümünde, turist rehberlerinin demografik bilgilerine ilişkin (yaş, cinsiyet, rehberlik dili vb.) açık uçlu ifadeler yer almıştır. İkinci kısımda, Brayfield ve Rothe’un (1951) geliştirdiği; Judge, Locke, Durham ve Kluger’ın (1998) kısaltarak beş maddelik kısa bir form haline getirdiği; Keser ve Bilir’in (2019) aslına bağlı kalarak Türkçeye uyarladığı 5’li Likert “İş Tatmin Ölçeği” (Job Satisfaction Scale) kullanılmıştır. İş tatmini ölçeğini oluşturan ifadeler “Mevcut işimden oldukça memnunum” gibi katılımcıların aktif olarak yaptıkları işten memnuniyetlerini belirlemeye yöneliktir. Veri toplama aracının son kısmında ise; Chu ve Murmann’ın (2006) çeşitli çalışmalardan (Geddes, 2000; Grandey, 1999; Delay, 1999) yararlanarak geliştirdiği, üç boyut ve 13 ifadeden oluşan (yüzeysel davranış, derin davranış, samimi davranış) ve Türkçeye uyarlaması Pala (2008) tarafından yapılan 5’li Likert

“Duygusal Emek Ölçeği” kullanılmıştır. Duygusal emeği değerlendirmek amacıyla kullanılan ölçme aracında; yüzeysel davranış için “Müşteri beklentilerini karşılayabilmek için her türlü rolü yaparım (her şekle girerim)”, derin davranış için “Çalışmaya başlarken işimde karşılaştığım güzellikleri düşünürüm”, samimi davranış için ise “Gerçekten nasıl hissediyorsam o duyguları müşterilere yansıtırım” gibi katılımcıların duygusal emeğini ortaya koymaya yönelik ifadeler yer almıştır.

3.4. Geçerlik ve güvenilirlik

Bilimsel araştırmalarda, temel amaca yönelik analizlerin gerçekleştirilmesinden önce ölçme aracının geçerlik ve güvenilirlik analizlerinin gerçekleştirilmesi doğru ve güçlü sonuçlar elde edilebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Araştırmalarda ölçme aracının aranan özellikleri ölçen ifadelerden meydana gelip gelmediğini değerlendirmek amacıyla kapsam, kriter, yapı ve ayırma geçerliği olmak üzere dört farklı geçerlik testlerinden yararlanılabilmektedir (Bollen, 1989). Bunlardan herhangi birinden elde edilen geçerli sonuç, ölçme aracının geçerli kabul edilebilmesi için yeterli olmaktadır. Bu nedenle duygusal emeğin iş tatmini üzerindeki etkisini ortaya koymaya yönelik testlerin gerçekleştirilmesi öncesinde, araştırmada kullanılan yapıların güvenilirlik ve geçerlikleri ortaya koyulmuştur. Turist rehberlerinden elde edilen verilerin analiz edilmesi amacıyla gerçekleştirilecek analizler ve ulaşılan örneklem birimi (119) dikkate alındığında doğrulayıcı faktör analizi; ayırma geçerlik ve güvenilirlik analizleri için Kısmî En Küçük Kareler Yöntemi (PLS); çoklu regresyon analizi için ise Sosyal Bilimler İçin İstatistiksel Paket Programı 25 (SPSS 25) kullanılmıştır. Veri analizlerini varyans temelli olarak gerçekleştiren SmartPLS, çeşitli analizleri az sayıda örneklem üzerinde, veri dağılımları hakkında herhangi bir varsayım gereksiz etkin bir biçimde gerçekleştirebilen, son yıllarda kullanılmaya başlanan bir programdır (Hair, Hult, Ringle ve Sarstedt, 2016). Elde edilen verilerin güvenilirliğinin veya iç tutarlığının saptanması amacıyla Cronbach’s Alpha (α) katsayısı ve bileşik güvenilirlik (CR) değerlerinden yararlanılmıştır. Cronbach’s Alpha değerinin ,60 (Nunnally and Berstein, 1994), bileşik güvenilirlik eşliğinin ,70 olması gerektiği ifade edilmektedir (Hair, vd., 2016). Araştırma kapsamında değerlendirilen değişkenlerin incelenen konuyu yeteri düzeyde temsil edip etmediğini belirlemek amacıyla Ayıklanmış Ortalama Varyans (AVE) değerinden yararlanılmıştır. Yapı güvenilirliğinin ölçüsü olarak kullanılan AVE değerinin ,50 eşliğinin üzerinde olması araştırmada ele alınan yapıların temsil edildiğini göstermektedir (Hair, vd., 2016). Faktörlerin yapı geçerliğini test etmek amacıyla da Doğrulayıcı Faktör Analizi (CFA) uygulanmış, ayırma geçerliğinin tespit edilmesi amacıyla AVE değerini diğer değişkenlerle karşılık gelen korelasyon değerleriyle karşılaştıran (Henseler, Ringle ve Sarstedt, 2012) Fornell-Lacker Kriterinden yararlanılmıştır. Fornell-Lacker Kriteri katsayılarının diğer gizil değişkenlerden daha yüksek varyansa sahip olması,

ayırışma geçerliğinin sağlandığını göstermektedir (Hair, vd., 2016). Tablo 1.'de gösterildiği üzere α , CR ve AVE değerleri; samimi davranış ($\alpha= 0,722$, CR= 0,836, AVE= 0,631); tatmin ($\alpha= 0,839$, CR= 0,894, AVE= 0,682); yüzeysel davranış ($\alpha= 0,777$, CR= 0,810, AVE= 0,523), derin davranış ($\alpha= 0,846$, CR= 0,893, AVE= 0,630) ölçüm sonuçlarının kabul edilebilir değer aralıklarında olduğu tespit edilmiştir (Hair, vd., 2016). Benzer şekilde tabloda verilen ayırışma geçerliği katsayıları değerlendirildiğinde, her bir yapının diğerlerinden sapma derecesinin, değişkenler ve yapılar düzeyinde yeterli düzeyde ayırıştığını göstermektedir (Fornell, ve Larcker, 1981)

Tablo 1. Geçerlik ve Güvenirlik Katsayıları

<i>Değişken</i>	α	<i>CR</i>	<i>AVE</i>	<i>Ayırışma Geçerliği Katsayıları</i>			
				<i>SD.</i>	<i>T.</i>	<i>YD.</i>	<i>DD.</i>
SD.	0,722	0,836	0,631	0,795			
T.	0,839	0,894	0,682	0,471	0,895		
YD.	0,777	0,810	0,523	-0,017	0,393	0,780	
DD.	0,846	0,893	0,630	0,470	0,594	0,297	0,894

α = Cronbach's Alpha, CR= Bileşik Güvenirlik Katsayısı, AVE= Ayıklanmış Ortalama Varyans, SD=Samimi Davranış, T= Tatmin, YD= Yüzeysel Davranış, DD= Derin Davranış

4. Bulgular

Araştırma kapsamına dâhil edilen turist rehberleri özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 2'de sunulmuştur. Buna göre araştırmaya katılan 119 turist rehberinin yarısından fazlasının erkek ve bekâr olduğu, yaşları 21-60 arası değişen ancak önemli bir kısmının 21-30 yaş aralığında yer aldığı tespit edilmiştir. Turist rehberlerine yönelik raporların ve bilimsel araştırmaların, rehberlik mesleğinin erkek egemen bir yapıda olduğu (TUREB, 2020b) ve turist rehberlerinin bekâr olmayı kendileri için bir avantaj olarak gördüklerini gösteren sonuçlar (Doğan, Üngören ve Kesgin, 2010) mevcut araştırmada medeni durumun bekâr, cinsiyetin ise erkek baskın olmasını bir ölçüde açıklamaktadır. Diğer taraftan araştırma kapsamına dâhil edilen turist rehberlerinin çalışma sürelerinin bir yıldan az veya 11 yıl ve üzeri, çalışma dilinin ise neredeyse tamamının İngilizce ve az sayıda ender diller arasında yer aldığı tespit edilmiştir. TUREB (2020b) istatistikleri incelendiğinde araştırma bulgularına paralel sonuçların raporlandığı bu bakımdan sonuçların güvenilir olduğunu ifade etmek mümkünken diğer yandan Türkiye'nin turist potansiyeli ve turist çeşitliliği dikkate alındığında ender diller açısından önemli sayıda turist rehberi eksikliğinin olduğu ifade edilebilir.

Tablo 2. Kişisel özelliklere ilişkin betimsel istatistikler

<i>Değişkenler</i>		<i>f</i>	<i>%</i>
Cinsiyet	Erkek	75	63,0
	Kadın	44	37,0
Medeni Durum	Bekar	76	63,9
	Evli	43	36,1
Eğitim Durumu	Ön Lisans	14	11,8
	Lisans	56	47,1
	Yüksek Lisans	34	28,6
	Doktora	15	12,6
Yaş	21-30	59	49,5
	31-40	44	37,0
	41-60	16	13,5
Çalışma Süresi (Yıl)	<1	37	31,1
	1-5	51	42,9
	6-10	16	13,5
	>=11	15	12,5
Toplam		119	100,0
Rehberlik Dili*	İngilizce	109	80,8
	Almanca, Fransızca	4-4	5,9
	Arapça	3	2,2
	Çince	8	5,9
	İspanyolca, Rusça	2-2	3,0
	Endonezce, Korece, Lehçe	1-1-1	2,2
Toplam		135	100,0

* Birden fazla seçenek işaretlenebildiğinden örneklem sayısının üzerindedir

Yapının geçerlik ve güvenilirlik analizleri ve katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulguların raporlaştırılmasından sonra, hipotezlerin test edilmesi aşamasına geçilmiştir. Araştırmada yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranışın (bağımsız değişkenler), iş tatmini (bağımlı değişken) üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla çoklu regresyon analizinden (enter tekniği) yararlanılmıştır. Çoklu regresyon analizinin, bir bağımlı değişkenin birden fazla bağımlı değişkenle ilişkili olduğu varsayılan durumlarda kullanılması önerilmekte amacının ise bağımsız değişkenlerde meydana gelen değişimlerin bağımlı değişkende meydana getirdiği değişimi tespit etmek olduğu ifade edilmektedir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014). Regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3'te gösterilmektedir. Regresyon analizi betimsel sonuçları turist rehberlerinin iş tatmininin

yüksek ($X_{ort} = 4,03$), duygusal emek boyutlarından yüzeysel davranışın orta düzeyde ($X_{ort} = 3,19$), samimi davranış ($X_{ort} = 3,51$), ve derin davranışın ($X_{ort} = 3,86$) ise ortalamanın üzerinde olduğunu göstermiştir. Analiz sonuçları yüzeysel davranış ($\beta = 0,23$, $p = 0,003$), derin davranış ($\beta = 0,42$, $p = 0,000$) ve samimi davranış ($\beta = 0,30$, $p = 0,000$) boyutlarının her birinin tatmin üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkinin olduğunu göstermiştir. Duygusal emeğin üç boyutu, rehberlerin iş tatmini varyansının %43'ünü açıklamaktadır ($R^2 = ,43$). Beta değerleri incelendiğinde turist rehberlerin iş tatmini üzerinde en fazla etkiye sahip olan duygusal emek boyutunun derin davranış olduğu bunu sırasıyla samimi davranış ve yüzeysel davranışın takip ettiği görülmektedir. Modelden elde edilen sonuçlar için post-hoc güç analiz testi gerçekleştirilmiş analiz sonuçları yüzeysel davranışın iş tatmini üzerindeki etki gücünün %97,6 ($\eta = ,802$), derin davranışın %94,6 ($\eta = ,756$) ve samimi davranışın ise %75,2 ($\eta = ,625$) olduğunu göstermiştir. Bu sonuç 119 kişilik örneklem birimi üzerinden gerçekleştirilen regresyon analiz sonuçlarının yüzeysel ve derin davranış için yüksek düzey samimi davranış için ise orta düzeyde güvenilir ve uygun olduğunu göstermektedir (Ntoumanis, 2003). Sonuç olarak; **H₁** reddedilmiş, **H₂** ve **H₃** desteklenmiştir.

Tablo 3. Regresyon analizi sonuçları

Model	Standardize edilmemiş Katsayı		Standar dize katsayı	t	p	Çoklu bağıntı	
	B	SE	β			Tol.	VIF
Sabit	,611	,384		1,592	,114		
H₁: Yüzeysel Davranış--->Tatmin	,209	,068	,231	3,067	,003	,871	1,14
H₂: Derin Davranış--->Tatmin	,447	,085	,423	5,260	,000	,763	1,31
H₃: Samimi Davranış--->Tatmin	,294	,078	,305	3,747	,000	,747	1,33

Bağımlı Değişken: Tatmin $R^2 = ,432$, Dönüştürülmüş $R^2 = ,418$, $F = 29,201$, Toplam Kareler = 79,955, $p = 0,000$

5. Sonuç

Doğası gereği emek yoğun bir sektör olan turizmin hemen her alanı yoğun duygusal emek gerektirdiği söylenebilir. Turizmin çok önemli bir hizmet alanı olan paket tur organizasyonları ve bu bağlamda rehberli turlar da duygusal emek gerektiren bir çalışma alanıdır. Turist rehberleri açısından duygusal emek, turist rehberlerinin tur esnasında paket tur katılımcıları ile etkileşimleri boyunca sergiledikleri davranışların niteliği olarak ifade edilebilir. Goffman (1956) yeryüzünü bir oyun sahnesi; insanları ise bu sahnenin oyuncularını tasvir etmektedir. Benzer bir yaklaşımla Pearce (1984) bazı rehberler için rehberlik mesleğinin bilgi vermeyi; bazı rehberler için daha çok dramaturjik yetenekler gerektiren ve rehberlerin kendilerini sergilemesini içeren bir iş olduğunu öne sürer. Buna göre orta derecede duygusal emek gerektiren derin davranış ve yüksek düzeyde duygusal emek gerektiren yüzeysel davranışın ortalama puanlarının yüksek olması Goffman'ın

metaforunu ve Pearce'ın öne sürdüğü ifadeleri destekler niteliktedir. Buna göre araştırma kapsamına alınan turist rehberleri için turlar ve esnasındaki eylemleri dramaturjik yeteneklerin sergilendiği bir sahne; tur hizmetlerinden yararlanan tüketiciler ise izleyiciler şeklinde yorumlanabilir. Benzer şekilde çok az duygusal emek gerektiren veya hiç duygusal emek gerektirmeyen samimi davranış boyutu ortalama puanının yüksek olması ise turist rehberlerinin turları bir bilgi verme işi olarak gördüğü düşüncesini destekler niteliktedir.

Bu araştırma duygusal emek ve iş tatminiyle ilgili alanyazında yer alan araştırmaların yanı sıra turist rehberlerinin sergiledikleri duygusal emeğin iş tatminleri üzerindeki etkisine yönelik var olan bilgi birikimine de katkı sağlamaktadır. Araştırma sonuçları turist rehberlerinin yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranışlarının her birinde meydana gelen değişimlerin çalışanların iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı etki oluşturduğunu diğer bir ifadeyle sonuçlar, duygusal emeğin her bir boyutunun iş tatmininin yordayıcısı olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma sonuçları benzer çalışmalarla karşılaştırıldığında, öğrencilerle gerçekleştirdikleri araştırmada Gürsoy, Boylu ve Avcı (2011), duygusal emek ve iş tatmini arasında güçlü bir ilişkinin olduğundan bahsederek, yüksek duygusal emeğin düşük iş tatminine yol açtığını ortaya koymuştur. Benzer şekilde otel işletmelerinde gerçekleştirilen bir araştırmada Lee and Hwang (2016), yoğun yüzeysel davranışın düşük; derin davranışın ise yüksek iş tatminiyle ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Derin davranış ile iş tatmini arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olması, ilgili alanyazında yaygın bir biçimde karşılaşılan bir sonuçken; yüzeysel davranışın iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkinin olması ilgili alanyazındaki diğer araştırma sonuçlarından farklılaşan bir sonuçtur. Sonuçların literatürde yer alan diğer sonuçlardan bu yönüyle farklılaşması rehberlik mesleğinin önceki kısımlarda ifade edilmeye çalışılan doğasıyla ilişkilendirilebilir. Sonuçlar öne sürülen hipotezlerden birinin reddedilmesine yol açmasına rağmen gelecek araştırmalarla mevcut araştırmada elde edilen bu sonucun tekrarlı araştırmalarla sınanması gerektiğini göstermektedir.

Araştırmada özellikle derin ve samimi davranışın iş tatmini üzerindeki etkisinin oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Orta seviyede duygusal emek gerektiren derin davranışın iş tatmini üzerindeki etkisinin yüksek olması, rehberlerin başarıma arzusuyla motive olduklarını göstermektedir. Diğer taraftan, samimi davranışın iş tatmini üzerinde etkisi ise, uzun süre turistlerle etkileşimde olan turist rehberleri için onlarla yakın ilişkiler kurmanın ve onlara açık olmanın taklit yapmaktan daha fazla ön planda olduğunu ifade etmek mümkündür. Derin davranış ve samimi davranış için elde edilen bu sonuçlar literatürdeki diğer bazı araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir (Diefendorff vd., 2005; Duke vd., 2009; Chu, Baker ve Murrmann, 2012). Yüzeysel davranışın iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin olması literatürdeki diğer araştırma sonuçlarıyla farklılık göstermektedir. İlgili literatür, yüzeysel emeğin çalışanların iş tatmini üzerinde negatif

yönlü bir etkinin olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar mevcut araştırma kapsamında Türkiye'deki turist rehberlerine özgü bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Literatürde yer alan ampirik araştırmalarda, çalışanları kendi kişisel özelliklerinden uzaklaştıracak diğer bir ifadeyle kimlik kaybına yol açabilecek davranış şekli gerektirmesi nedeniyle yüzeysel davranışın iş tatmini üzerinde olumsuz etkisinin olduğundan bahsedilmektedir (Hülshager ve Schewe, 2011). Bu bağlamda oluşturulan hipotezin reddedilmesine rağmen, elde edilen sonucun ilgili literatür için önemli bir sonuç olduğuna dikkat çekilmesi gerekmektedir. Buna göre turist rehberleri için hizmet sundukları müşterilerde memnuniyet oluşturmak amacıyla taklit yapmak da dahil olmak üzere gereken her türlü davranışın sergilenmesi, turist rehberlerinin iş tatmini için önemli bir unsur olarak nitelendirilebilir. Buna göre turist rehberlerinin tur sırasında dramaturjik yeteneklerini sergilemelerinin iş tatminlerinin artmasında etkili olduğu ifade edilebilir. Araştırma sonuçlarının iş tatmini üzerinde duygusal emeğin derin ve samimi davranış boyutları açısından pozitif yönlü anlamlı sonuç göstermesi, literatürde yer alan farklı araştırma sonuçlarıyla örtüşmekte ancak yüzeysel davranış boyutunda benzer sonucun elde edilmesi literatürde sonuçlarla bağdaşmamaktadır. Söz konusu ayrışmanın turist rehberliği mesleğine içkin bir durum olduğu düşünülmektedir.

Mevcut araştırma sonuçları, sektöre özellikle iki şekilde katkı sağlamaktadır. Birincisi, araştırmadan elde edilen sonuçlar, turist rehberlerinin iş tatminleri üzerinde etkisi olan duygusal emek unsurlarının ne olduğunun anlaşılmasına katkı sağlamasıdır. Bunun anlaşılması işverenlerin çalışanlarının düşük iş tatminine maruz kalmalarını önleyici adımlar atmalarına olanak tanıyarak çalışan işgücü devrini, çalışanların stres yaşamaları, işe yabancılaşmaları vb. olumsuz durumların minimize edilmesine katkı sağlayabilir. İkincisi ise araştırma sonuçlarının duygusal emeğin turist rehberlerinin iş tatmini üzerindeki etkisi her üç boyutta da pozitif olduğu dikkate alınırsa özellikle yüzeysel ve derin davranışa yönelik çalışanların performanslarını arttırabilmek amacıyla eğitimler verilebilir. Araştırmada dikkat çekilmesi gereken bir diğer konu kısıtlılıktır. Araştırmada kolayda örnekleme tekniğinin benimsenerek verilerin toplanması bir kısıtlılık olarak nitelendirilebilir. Olasılıklı olmayan örnekleme tekniklerinden olan kolayda örnekleme tekniğinin benimsendiği araştırmalarda örneklemin evreni temsil kabiliyeti düşük olmaktadır. Bu anlamda mevcut araştırmada elde edilen sonuçlar, Türkiye'deki eylemli turist rehberlerini temsil etmeyebilir. Bilimin bir yönüyle birikimli olarak ilerlediği düşünülürse, gelecek araştırmalar farklı örneklemler üzerinde söz konusu sonucu doğrulayacak veya yanlışlayacak bir araştırmanın yürütülmesinin ilgili alanyazına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu araştırma kapsamında literatürden farklı olarak tespit edilen yüzeysel davranışın iş tatmini üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisinin olması durumu farklı araştırmalarca test edilebilir, derinlemesine ele alınabilir. Aynı zamanda duygusal emeğe ilişkin yapılan araştırmaların nicel baskın araştırma tasarımıyla yürütüldüğü dikkate

alındığında özellikle turist rehberleriyle ilgili olarak yapılacak benzer araştırmaların, belirli bir konuyu derinlemesine incelemeye olanak tanıyan nitel veya nitel ve nicel araştırmaların birlikte gerçekleştirildiği karma araştırma tasarımıyla gerçekleştirilmesinin konuya farklı bir derinlik kazandırabileceği ifade edilebilir. Turist rehberlerinin hemen her turlarında farklı yüzler ve farklı insanlarla karşılaştıkları söylenebilir. Aynı lke içerisinde olmasına rağmen turist rehberleri, farklı kültürel arka plana sahip veya farklı uluslardan çeşitli insanlarla turlar gerçekleştirilebilmekte ve onlarla etkileşebilmektedir. Rehberlerin turistlerle etkileşimleri sırasında duygusal emek davranışlarını belirlerken hangi ölçütleri dikkate aldıkları, turistlerin çeşitli özelliklerine göre sergilenen duygusal emek davranışlarının ne şekilde değişkenlik gösterdiği gelecek araştırmalarda araştırma konusu edilebilir.

KAYNAKÇA

- Agho, A. O., Mueller, C. W., ve Price, J. L. (1993). Determinants of employee job satisfaction: An empirical test of a causal model. *Human relations*, 46(8), 1007-1027.
- Ashforth, B. E. ve Humphrey, R. H. (1993). Emotional labor in service roles the influence of identity. *Academy of Management Review*, 18, 88-115.
- Brayfield, A. H., ve Rothe, H. F. (1951). An index of job satisfaction. *Journal of applied psychology*, 35(5), 307.
- Brotheridge, C. M., ve Grandey, A. A. (2002). Emotional labor and burnout: Comparing two perspectives of “people work”. *Journal of vocational behavior*, 60(1), 17-39.
- Brotheridge, C. M., ve Lee, R. T. (2003). Development and validation of the emotional labour scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76(3), 365-379.
- Chu, K. H. L., ve Murrmann, S. K. (2006). Development and validation of the hospitality emotional labor scale. *Tourism Management*, 27(6), 1181-1191.
- elik, M., Tabak, A., Uysal, M. P., Sigrı, U., ve TURUNC, O. (2010). The relationship between burnout and emotional labour of the employees in hospital sector. *International journal of business and management studies*, 2(1), 47-54.
- Dahling, J. J., ve Perez, L. A. (2010). Older worker, different actor? Linking age and emotional labor strategies. *Personality and Individual Differences*, 48(5), 574-578.
- Dashper K (2020) More-than-human emotions: Multispecies emotional labor in the tourism industry. *Gender, Work & Organization* 27(1): 24–40.
- DeLay, M. T. (1999). Emotional labor in the workplace. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). University of Arkansas, Little Rock.

- Doğan, H., Üngüren, E., ve Dönmez Kesgin, D. (2010). Meslek ve aile yaşamı ilişkisi: profesyonel turist rehberlerine yönelik bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20(5), 3430-3442.
- Fornell, C., ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Godwyn, M. (2006). Using emotional labor to create and maintain relationships in service interactions. *Symbolic Interaction*, 29(4), 487-506.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*. Social Sciences Research Centre, University of Edinburgh
- Grandey, A. (2000). Emotional regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5, 95–110.
- Grandey, A. A. (1999). The effects of emotional labor: Employee attitudes, stress and performance. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Colarado State University, Colarado.
- Grandey, A. A. (2003). When “the show must go on”: Surface acting and deep acting as determinants of emotional exhaustion and peer-rated service delivery. *Academy of management Journal*, 46(1), 86-96.
- Gross, J. J., ve John, O. P. (2003). Individual differences in two emotion regulation processes: implications for affect, relationships, and well-being. *Journal of personality and social psychology*, 85(2), 348.
- Gursoy, D., Boylu, Y., ve Avci, U. (2011). Identifying the complex relationships among emotional labor and its correlates. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 783-794.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. (7. Baskı). Pearson International Edition.
- Hair, J.F. Jr, Hult, G.T.M., Ringle, C. ve Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Henseler, J., Ringle, C. M., ve Sarstedt, M. (2012). *Using partial least squares path modeling in advertising research: Basic concepts and recent issues*. *Handbook of research on international advertising*. Edward Elgar Publishing.
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. Berkeley. University of California Press.
- Holman, D., Chissick, C., ve Totterdell, P. (2002). The effects of performance monitoring on emotional labor and well-being in call centers. *Motivation and Emotion*, 26(1), 57-81.

- Jonge, D. J., Blanc, L. P. M., Peeters, M. C., ve Noordam, H. (2008). Emotional job demands and the role of matching job resources: A cross-sectional survey study among health care workers. *International Journal of nursing studies*, 45(10), 1460-1469.
- Judge, T. A., Locke, E. A., Durham, C. C., ve Kluger, A. N. (1998). Dispositional effects on job and life satisfaction: The role of core evaluations. *Journal of applied psychology*, 83(1), 17.
- Judge, T. A., Woolf, E. F., ve Hurst, C. (2009). Is emotional labor more difficult for some than for others? A multilevel, experience-sampling study. *Personnel Psychology*, 62(1), 57-88.
- Kinman, G. (2009). Emotional labour and strain in “front-line” service employees: Does mode of delivery matter?. *Journal of Managerial Psychology*.24(2), 118-135.
- Krejcie, R. V., ve Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Kruml, S. M., ve Geddes, D. (2000). Exploring the dimensions of emotional labor: The heart of Hochschild’s work. *Management communication quarterly*, 14(1), 8-49.
- Lee, J. J., ve Hwang, J. (2016). An emotional labor perspective on the relationship between customer orientation and job satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 139-150.
- Mann, S. (1999). Emotion at work: to what extent are we expressing, suppressing, or faking it? *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(3), 347-369.
- Morris, J. A., ve Feldman, D. C. (1997). Managing emotions in the workplace. *Journal of Managerial Issues*, 9(3), 257–275.
- Ntoumanis, N. (2003). A step-by-step guide to SPSS for sport and exercise studies. Routledge.
- Nunnally, J. C., ve Ira H. B. (1994). *Psychological theory*. New York: MacGrawHill.
- Pala, T. (2008). Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Düzeyi ve Boyutları, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Mersin Üniversitesi, SBE, Mersin.
- Park, W. Y. (2014). The effect of the exposure to hazard factors on job satisfaction in employees. *Journal of the Korea Safety Management and Science*, 16(3), 257-266.
- Pearce, P. L. (1984). Tourist-guide interaction. *Annals of Tourism Research*, 11(1), 129-146.
- Pettijohn, C. E., Pettijohn, L. S., ve Taylor, A. J. (2007). Does salesperson perception of the importance of sales skills improve sales performance, customer orientation, job satisfaction, and organizational commitment, and reduce turnover?. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 27(1), 75-88.

- Ringle, C. M., Wende, S. ve Becker, J. M. (2015). *SmartPLS 3. Bönningstedt: SmartPLS*. Retrieved from <http://www.smartpls.com> (Erişim Tarihi: 25.05.2021).
- Sezgin, E., Çoban, E., ve Çoban, S. (2019). Emotional labour in tourism industry: perceptions of Eskisehir City Hotels' employees. *Global Review of Research in Tourism, Hospitality and Leisure Management*, 5(1), 744-755.
- Shani, A., Uriely, N., Reichel, A., ve Ginsburg, L. (2014). Emotional labor in the hospitality industry: The influence of contextual factors. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 150-158.
- Shuler, S., ve Sypher, B. D. (2000). Seeking emotional labor: When managing the heart enhances the work experience. *Management Communication Quarterly*, 14(1), 50-89.
- Sohn, H. K., Lee, T. J., ve Yoon, Y. S. (2016). Emotional labor and burnout: Comparison between the countries of Japan and Korea. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 33(5), 597-612.
- Türkiye Turist Rehberleri Birliği (2020a) <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/> (Erişim Tarihi: 04.03.2020).
- Türkiye Turist Rehberleri Birliği, (2020b). <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>, (Erişim Tarihi: 21.02.2020).
- Wharton, A. S. (2009). The sociology of emotional labor. *Annual review of sociology*, 35, 147-165.
- Wijeratne, A. J. C., Van Dijk, P. A., Kirk-Brown, A., ve Frost, L. (2014). Rules of engagement: The role of emotional display rules in delivering conservation interpretation in a zoo-based tourism context. *Tourism Management*, 42, 149-156
- Zapf, D. (2002). Emotion work and psychological well-being: a review of the literature and some conceptual considerations. *Human Resource Management Review*, 12(2), 237–268.
- Zapf, D., ve Holz, M. (2006). On the positive and negative effects of emotion work in organizations. *European journal of work and organizational psychology*, 15(1), 1-28.
- Zhan, Y., Wang, M. ve Shi, J. (2016), Interpersonal process of emotional labor: the role of negative and positive customer treatment. *Personnel Psychology*, 69(3), 525-557.