



Araştırma Makalesi

Fizyonomi ve Otel İşletmelerinde “Aydın/Yılın Personeli” Üzerinde Bir Uygulama

Physiognomy and A Research on “Monthly/Annual Employee” of Hotels

Meryem Akoğlan Kozak^a, Dönüş Çiçek^b

MAKALE BİLGİSİ

Anahtar Kelimeler:
Fizyonomi, Başarı, Otel İşletmeleri

Tarihler :
Geliş 23 Aralık 2019
Düzeltilme geliş 10 Şubat 2020
Kabul 16 Nisan 2020

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, otellerde ayın/yılın personeli seçilmiş başarılı elemanların yüz göstergelerini, fizyonomi bilimindeki başarılı yüz göstergeleri ile karşılaştırmaktır. Elde edilen sonuçlar, otellerde uygulanan elaman seçimi, kariyer planlama gibi personel değerlendirme süreçlerine “başarılı yüz profili” sunması ve yöneticilere personel ile ilgili çeşitli kararlarda kolaylık sağlaması bakımından önemlidir. Bu amaçla, fizyonomi alan yazınında yer alan temel göstergelere bağlı olarak bir Yüz Analiz Formu hazırlanmıştır. Formda, 13 yüz hattı, 63 gösterge yer almaktadır. Çalışma iki zincir, dokuz bağımsız otel işletmesinde gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, otel işletmeleri insan kaynakları müdürleri tarafından toplam 69 ayın/yılın personeline ait fotoğrafı değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, başarılı yüz göstergelerini yüksek oranda karşılayan yüz hatları; yüz şekli (% 72,5), saç çizgisi (% 88,3), alın (%78,3), kaş (% 92,8), göz (% 88,4) ve burun şeklindedir (% 70,1). Orta seviyede karşılayan yüz hatları; göz kapakları (% 52,2), dudak (59,6), dudak ve burun arasındaki mesafe (%53,7), ağız (% 49,5), çene (% 55,1) ve kulak şeklindedir (% 47,9). Personel yüz fizyonomisinde gözler arasındaki mesafe hattı ise başarı göstergelerinden sadece birinde (normal mesafeli göz aralığı % 59,4) karşılık bulmuştur.

ARTICLE INFO

Keywords:
Physiognomy, Success, Hotel Management

Article history:
Received 23 December 2019
Received in revised form 10 February 2020
Accepted 16 April 2020

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate whether the successful facial indicators of the employees of the month/year are corresponding to the ones with the approved literature. Hence, a “Facial Analyze Form” has designed depending on the fundamental indicators that take part in literature. Research has been carried out within two chain and nine independent hotels. In order to achieve of the aim of this paper, 60 within chain hotels and nine within company hotels employee of the month/year photographs were analyzed by human resource managers of sample hotels. Results were analyzed upon preference frequencies of 13 face lineaments and 63 indicators. Results confirms that lineaments highly corresponding to the successful facial indicators are; form of the face (72,5 %), hairline (88,3 %), forehead (78,3 %), eyebrow (92,8 %), eyes (88,4 %) and shape of the nose (70,1 %). Medium level correspondence face lineaments are; eyelids (52,2 %), lips (59,6 %), margin between the lips and nose (53,7 %), mouth (49,5 %), chin (55,1 %) and shape of the ears (47,9 %). The margin between the eyes is not corresponding to the success with the exception of normal margin eyes (59,4 %) of employee facial physiognomy.

^a Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, Eskişehir, Türkiye E-mail: mkozak@anadolu.edu.tr. ORCID: 0000-0003-0577-1843

^b Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Eskişehir, Türkiye. E-mail: dcicek@anadolu.edu.tr. ORCID: 0000-0003-3690-4442

1. GİRİŞ

Fizyonomi ilimi, Eski Hint, Çin, Mısır ve Yunan uygarlıklarında kullanılmış olan, bugün Batı'da öğretilen ve hayatın çeşitli alanlarında yer alan bir disiplindir. Ortaçağ Avrupası'nda fizyonomi ile ilgili eserler İslam dünyasından çeviri yoluyla alınmış ve çeşitli alanlarda kullanılmıştır (Demir, 2017). Orta Çağ'da diğer bilim ve bilgi çeşitleri ile birlikte değerlendirilen fizyonominin anlamı giderek genişlemiş, astroloji ve ilahi sanatların bir parçası haline gelmiştir (Altınışık, 2014; Demir, 2017). Felsefi ve ilmi planda konuyla Platon ve Aristo başta olmak üzere Antik Yunan filozoflarının fizyonomiyle ilgilendikleri bilinmektedir. Sonraki dönemlerde Alman Filozof Kant tarafından da desteklenen ve bedensel yapıyı dikkate alan fizyonomi halen geçerli olan farklı kişilik tiplerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır. 18. yüzyıla gelindiğinde, “yüz, ahlaki ve manevi gerçeklerin bir sunumudur ve yüzün her bir ögesinin (göz, alın, burun, kulak, ağız, çene vb.) ayrı ayrı ve birbiri ile olan ilişkileri içinde psikolojik anlam taşıdığı” görüşü kabul görmeye başlamıştır. “Fizyonomi Denemeleri (Essays on Physiognomy)” adlı eserinde Lavater (1797) birçok ressam, mimar, karikatürist yazar ve filozofa ilham kaynağı olmuştur (Le Breton, 2018). Fizyonomi ilmine Mien Shiang ismini veren Çinliler bir kişinin ağız, kulak, burun, göz ve kaşlarının dengeli olması ile o kişinin mutlu olması arasında sıkı bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir (Erkal, 1999), İnsanların yüz biçimlerine göre karakter özelliklerini okuma yöntemini kullanan Çinliler ayrıca, yüzden başarı düzeylerini de belirlemişlerdir (Altınışık, 2019). Fizyonomiye ilişkin bilgiler sonraki dönemlerde değişik uygarlık merkezlerinde geliştirilmiş, belirli özelliklere sahip farklı ekoller ve sistemler ortaya çıkmıştır. 1950'li yıllara doğru fizyonomi üzerinde psikiyatri, biyoloji ve psikoloji gibi bilimlerin verileriyle çalışmalar yapılmış ve beden yapısı ile insanın özellikleri arasında bir takım ilişkilerin olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Teknolojik gelişmelerin ve antropolojik çalışmaların etkisiyle, insan yüzünün fizyonomi kullanılarak yorumlanması, bilgisayar tabanlı görsel uygulamalarda geniş çapta düşünülmüş, çeşitli yazılımların geliştirilmesiyle birlikte fizyonomi uzmanları yüz okuma alanında ayrıntılı ve daha önce belirlenmeyen özellikleri ortaya koymak için çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Little, Burriss, Jones & Roberts, 2007; Kamenskaya & Kukharev, 2008; Tütsoy & Göngör, 2017). Zamanla disiplinlerarası bir araştırma alanı haline gelen fizyonomi, insan ilişkilerinin yoğun olduğu; psikoloji, tıp, biyoloji, iletişim, istihbarat, kriminoloji, pazarlama, insan

kaynakları, güzel sanatlar gibi değişik alanlarda kullanılmaya başlanmıştır (Altınışık, 2014; Akça, 2017; Demir, 2017; Erdem, 2018). Günümüzde pratik kullanımı ve yeterli bilgi birikimine bağlı olarak bu çalışmada, otel çalışanlarının fizyonominin (yüz göstergeleri) hizmet sektörü için alanyazında belirtilen başarılı yüz göstergelerini karşılayıp karşılamadığı belirlenmeye çalışılacaktır. Sonuçlar, otelcilik sektöründe personel başarısının bazı fizyonomik göstergelere bağlı olup olmadığının ortaya konulması ve bu hazır “yüzünden okunuyor” bilgi durumunun kullanılıp kullanılmaması hakkında ipuçları sunması bakımından önemlidir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Fizyonomi Kavramı

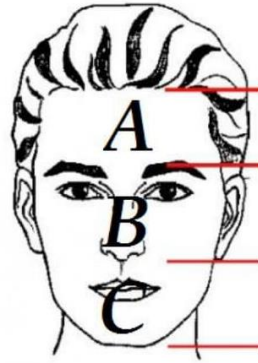
Türkçe fizyonomi olarak ifade edilen “physiognomi” kavramı Grekçe; doğa anlamına gelen physis, kanun anlamına gelen nomos, yargılama ve yorumlama anlamına gelen gnomos kelimelerinin birleşmesinden türetilmiştir (Percival, 1999). Johann Caspar Lavater'e (1797) göre fizyonomi, insanın dışsal ve içsel, görünen dış yönü ile gizli içeriğinin benzeşmesinin veya tekabülünün bilgisi veya bilimidir. Alman filozof Kant kavramı iç dünyayı gözlemleyen bilim dalı olarak tanımlarken, ortaçağda, Michael Scot, doğal felsefelerle ilgili olan bazı kanıt kurallarına uyan bir bilgi birikimi, “bilim doğallığı” (Maclean, 2011) şeklinde tanımlanmıştır. Günümüzde biyometrik yüz okuma, fotoğraftan karakter tahlili (antrofotos), biyometri gibi isimlerle ifade edilen fizyonomi, genel anlamda yüz hatlarından yola çıkarak insanın özünün yorumlanmasıdır (Altınışık, 2014: 6). Türk Dil Kurumu sözlüğünde, yüz çizgilerinin genel durumundan çıkan anlam olarak tanımlanan fizyonomi, Hadib (1998'den aktaran Abulaban, Muzher & Thawabieh, 2018) tarafından; vücudun, yüzün veya avucun genel şeklini inceleyen bilim olarak tanımlanmıştır. Başka bir tanımlamada ise fizyonomi, fiziksel görünüşün sabit yönlerinin, bir kişinin niteliklerinin göstergesidir şeklinde yapılmıştır (Collins, 1999: 251).

Kişiyeye ait bazı özelliklerin, o kişinin dış görüntüsünden, özellikle de yüzden, belirlenmesi için kullanılan (Hassin & Trope, 2000; Kini & Kumar, 2014; Wolffhechel vd., 2014) fizyonomi, İslam dünyasında, “ilm-i kıyâfet”, “ilm-i Sima” veya “ilm-i firaset” gibi isimler altında incelenmiştir. İnsan bedeninden onun akıllı, ruhu, duyguları, geçmişi, geleceği, karakteri, hayatı, sağlığı gibi birçok konuda çıkarımlar yapmayı sağlayan kadim bir ilim (Yılmaz, 2012: 130) olarak tanımlanan Kiyâfet ilmi, insanların bedensel

özelliklerinden hareketle, kişilikleri hakkında bilgi vermeyi hedefler (Bozkurt, 2008: 179). Bir şeyin iç yüzünü sezgisel olarak kavrayabilme yetisi anlamına gelen Firaset, kiyâfet ilmi'den daha kapsamlıdır (Uludağ, 2002: 138; Çavuşoğlu, 2009: 294). Erzurumlu İbrahim Hakkı da 1756 yılında yazdığı “Marifetname”sinde fizyonomiyi (kiyâfet ilmi) daha önceki felsefî, tasavvufî, psikolojik yaklaşımlardan yararlanarak yüz biçimi ve beden ile insan, ahlâk ve karakter yapısı arasındaki ilişki olarak açıklamaktadır (Çağrı, 2000: 308).

Fizyonominin temeli, bir insanın kişiliği ve duygularının onun yüzünden açıkça okunabileceği varsayımdır (Barasch, 1975). Kimi zaman kafatası bilimi (frenoloji) araştırmaları için de söz konusu olan fizyonomi ister firâset ister kiyâfet kavramlarıyla karşılanırsın, ortaya çıkmıştır ki, bu bilim, insanın dış görünüşüne (yüz, boy, el, parmak vb.) bakarak onun ahlak ve huy gibi bazı özellikleri ile ilgili bir takım sonuçlar çıkarma çabasındır. Alanyazında bütün bedenin dışsal yönüyle ilgili olan fizyonomi, günümüzde daha çok yüzün yapısına (alın, göz, çene, burun) atfedilmektedir (Statt 1998'den aktaran Bozkurt, 2015: 16).

Fizyonomi kitaplarında yüz, Çin fizyonomi sisteminde olduğu gibi, genel olarak üç bölgeye ayrılmakta (bkz. Şekil 1), özellikle alın, burun, çene, kaş, göz ve dudaklar temel alınarak kişilerin özellikleri hakkında tahminler yapılmaktadır.



Şekil 1: Yüz Bölgesi (Akça, 2017)

Bu üç bölgeden birincisi (A) “analitik bölge”, ikincisi (B) “pratik bölge” ve üçüncüsü (C) “sezgisel bölge” olarak tanımlanmaktadır. Bu üç bölgenin birbirine yakın ölçüde olması dengeli ve anlaşılması kolay insanları simgelerken bir bölgenin diğerinden farklı olması ise o kişiye o alanda avantaj sağlamaktadır (Altınışık, 2014: 53). Dolayısıyla, bu üç bölgeden diğerlerinden daha büyük veya daha belirgin olan herhangi bir yüz bölgesi, ilgili kişilik özelliklerine karşı gelen bir

baskınlık anlamına gelmektedir. Bu konuda en bariz ilişkinin çene ve yüz arasındaki oran olduğu belirtilmektedir. Buna göre, çene ve yüzü büyük olan kişiler zekâ yeteneği gelişmiş bireyler olarak tanımlanırken, küçük çene ve büyük yüz pratiğe yatkın bireyler olarak tanımlanmaktadır. Yüz biçiminin uzunluğu enine oranla daha fazla olan kişiler, canlı ve etkileyici yapıya sahip ve teoriye meraklıdırlar. Enli yüzler ise sayısal bilimlere meyilli olmanın bir belirtisidir. Bu tür yüz yapısına sahip kişilerin görevlerini zamanında ve eksiksiz yerine getirdikleri, ancak iyi yönetici ve organizatör olamadıkları belirtilmektedir (Akça, 2017: 39). Anlama yeteneğini yansıtan A bölgesi kişinin düşüncelerini nasıl oluşturduğu ile ilgili bilgileri verirken, B bölgesi kişinin düşünce hızı ve odaklanması ile ilgili bilgileri verir. C bölgesi ise kişinin içe dönük ya da dışa dönük (sosyal) olması ile ilgilidir. Bu bağlamda C bölgesi dikey ekseninde darsa içe dönük (erkeklerde), genişse sosyal, başka bir ifadeyle, yönetme ve yönlendirme gücü yüksek (erkeklerde) olduğunu gösterir. C bölgesi kadınlarda tam tersi şekilde analiz edilir. Göz ise hepsinin merkezi ve toplamıdır (Akça, 2017: 38; Le Breton, 2018: 78).

2.2. Fizyonomi ve Başarı İlişkisi

Günümüzde Avrupa ve Amerika'da, özellikle yönetici seçimlerinde, iş için gerekli özellikleri taşıyan, güvenilir, dürüst kişileri işe almak için fizyonomi yöntemi kullanılmakta bu amaçla birçok

işletme, başvuru yapan adaylarının fotoğraflarını yüz okuma uzmanlarına göndermekte ve onların değerlendirmelerini dikkate alarak seçim yapmaktadır. Böylece özellikle toplu işe alımlarda, kısa sürede fazla sayıda insanla mülakat yapması gereken insan kaynakları, fizyonomi tekniği yardımıyla ayrıntılı analiz yaparak işe alım/seçme ve yerleştirme süreçlerini hızlandırmaktadır. Sonuçta da kısa sürede doğru işe, doğru eleman seçimi gerçekleştirilmiş olmaktadır (Akça, 2017:

34). General Electric, MCI ve American Airlines gibi birçok şirketin, FBI, CIA gibi kurumların bu amaçla fizyonomi yöntemini kullandığı bilinmektedir. ABD’de yönetim psikolojisinde ve mesleki faaliyetlerde, özellikle işe uygun aday seçiminde, bu yöntemle başvurmaktadır. Yönetici adaylarının fotoğrafları (yandan ve önden) 195 ayrı ayrı belirtileri içeren özel fizyonomi tablolar yardımıyla incelenmekte ve inceleme sonuçlarına dayanarak, başvuru yapan adayların yaklaşık % 80’i geri çevrilmiştir. Bu konuda danışmanlık yapan firmalar yöntemin; personel alımlarında, işe uygun adayın seçiminde doğru kararın verilmesini sağladığını dolayısıyla personel devir oranını azalttığını belirtmektedirler (Altınışık, 2019).

Yüz özellikleri ile ilgili araştırmaların orduda başladığı söylenebilir. Mazur, Mazur ve Keating (1984), silahlı kuvvetlerde gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda, yüzdeki güçlü ifadenin rütbe alma konusunda tahmin yapmaya yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Mueller ve Mazur (1996 - 1997) yine askeri alanda, yüksek düzeyde başarılı öğrencilerin yüzlerindeki baskınlık ve general olabilme durumları arasındaki ilişkiyi incelemişler ve yüzdeki güçlü ifadenin rütbe alma konusunda belirleyici olduğunu, yüksek rütbeli askeri subayların düşük rütbeli askerlerden daha erkeksi bir yüze sahip olduklarını belirlemişlerdir. Daha sonraki dönemlerde yüzdeki özellikler ile işyerindeki başarı arasında bazı ilişkilerin olduğu ve yüz özelliklerinden kişilerin belirli işlerde başarılı olacağı tahmin edilmeye başlanmıştır. Bu çalışmalar genellikle işletmelerin finansal başarısında liderlerin yüzleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Rule ve Ambady (2008), Fortune Dergisi’nde yer alan şirketlerin (listenin en düşük ve en yüksek dereceli 25 şirket), CEO’larının yüzlerini incelemişler, yüzden ölçülen beceri, baskın kişilik, sevimlilik, yüz olgunluğu, yetişkin ve bebek yüzü olma değişkenleri ile başarı ilişkisini işletmelerin karlılığı üzerinden değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda, yüz özelliklerinin başarı hakkında bilgi sağlayabileceğini belirtmişlerdir. Daha sonraki yıllarda, Graham, Harvey ve Puri (2010) CEO’ların yüz görünümünden başarının tahmin edilebileceğini, ancak işletmelerinin başarısının tahmin edilemeyeceğini ortaya koymuşlardır. Ancak bir yıl sonra Wong, Ormiston ve Haselhuhn (2011) CEO’ların yüz özelliklerinden işletmelerin finansal başarısının da öngörülebileceğini ifade etmişlerdir. Pillemer, Graham ve Burke (2014) Fortune 1000 listesinde yer alan erkek ve kadın CEO’ların yüz özelliklerini karşılaştırmışlar; kadınlar toplumsal özellikler açısından erkeklerden daha yüksek; erkekler ise baskınlık ve güçlülük konusunda kadın CEO’lardan daha yüksek puan almışlardır.

Yüz özellikleri ve başarı arasındaki ilişkiyi daha detaylı göstergelerle ele alan çalışmalar da bulunmaktadır. ABD’de Colorado Üniversitesi’nin 2010 yılında Dünya Kupasına katılan (32 ülke) 1000 futbolcunun yüz genişlikleri ve başarıları arasındaki ilişkiyi değerlendirdiği araştırma sonucunda, yüz genişliği, yüz uzunluğundan daha fazla olan oyuncuların başarı oranlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Akça, 2017: 60). Wong, Ormiston ve Haselhuhn (2011), Fortune 500’de yayımlanan CEO’ların yüz genişliği ve uzunluğunu analiz etmişler ve araştırma sonucunda geniş yüzü CEO’ların genel olarak şirketlerinde daha başarılı finansal performans sergiledikleri bulgusuna ulaşmışlardır.

Lewis, Lefevre ve Bates (2012), yüz genişlik-yükseklik oranı ile başarıdaki bireysel farklılıklar arasındaki ilişkiyi ABD eski başkanlarında (29 başkan) incelemişler ve “Başarı dürtüsü” faktörünün (sebat etme ve istifa etme eğilimi) yüz genişlik ve yükseklik oranı ile ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Alrajih ve Ward (2014), yüz genişlik-yükseklik oranı ile başarıdaki bireysel farklılıklar arasındaki ilişkiyi İngiltere’nin önde gelen işletmelerinde çalışan CEO’ların yüz özelliklerinde incelemişler ve başarı faktörünün yüz genişlik ve yükseklik oranı ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Çin halkı birinin başarısının yüz özelliklerinden anlaşılabilirliğini çok uzun yıllar önce öngörmüştür. Çin’de başarılı insanların genel yüz özellikleri; büyük kulaklar, büyük bir ağız, etli burun kanatları ve düz burun köprüsü, uzun kaşlar, enli ve yüksek alın, geniş ve yuvarlak çene olarak sıralanmıştır (yourchineseastrology.com). Başarılı kadın ve erkek girişimcilerin yüzlerinin incelendiği bir çalışma sonucunda (Griffiths, 2015); başarılı erkek yüzünün özellikleri; dışbükey burun, eğimli geri alın, ters V kaşlar, geniş gözler, kare çene, oval alın şeklinde sıralanmıştır. Başarılı kadın yüzünün özellikleri ise düz alın, kaşlar dış kenardan yukarı doğru, yüksek yanak, çıkıntılı kare çene, soğanlı burun şeklinde belirlenmiştir. Webster (2018), görevde yükselmeyi seven, iyi organize olmalarından dolayı çoğunlukla yaptıkları işlerde başarılı olan kişilerin, geniş alınlı kişiler olduğunu belirtmiştir. Altınışık (2014) bugüne kadar yaptığı yüz analizi sonuçlarından hareketle birçok karakterin yüz şifrelerini belirlemiştir. Buna göre başarı odaklı karakterin yüz şifreleri; kare yüz, yukarı kalkık kaşlar, büyük (kavisli) burun, yüksek yerleşimli kulaklar, küçük ağız, çıkıntılı çene şeklinde sıralanmıştır. Karaca (2015) Türkiye’den Forbes listesine giren ünlü ve başarılı 10 ismin yüz analizini Çin yüz okuma yöntemine göre inlemiştir. Yüz analizini 13 yüz hattını temel alarak

gerçekleştirilen bu çalışmanın sonucunda bazı ortak özellikler belirlenmiştir. Bu ortak özellikler; iri kulak, saçların geriye doğru açılması, içe çökük şakaklar, çıkık kaş kemiği, güçlü kaşlar, yüzde öne çıkan iyi tanımlanmış bir burun ve güçlü çene kemikleri ile ayrıık kaşlardır. Bir başka çalışmada (Araştırma Serisi 13, t.y.) ise başarılı yüzün belirgin özellikleri; kare ve geniş bir yüz, dış uçlarındaki tüyleri dik duran ve yukarıya doğru kalkan kalın kaşlar (bu tip kişilerin doğuştan başarılı oldukları söylenmektedir), büyük burun ve dolgun dudaklar şeklinde sıralanmıştır.

Akça (2019), iletişimin önemli bir faktör olduğu hizmet sektöründe çalışan başarılı kişilerin daha çok yuvarlak ve oval yüz hatlarına sahip olması gerektiğini belirtmektedir. Yuvarlak yüzlü kişiler dışa dönük, uyumlu, atılgan, konuşkan ve güler yüzlüdür. Bu özelliğe sahip kişiler işletmelerde çabuk yükselirler. Oval yüzlü kişiler ise konuşma ve anlatma kabiliyetleri yüksek olan, mantıklı ve sorunlara değişik açıdan bakabilen kişilerdir (Demir, 2017; Webster, 2018). Diğer taraftan genellikle sert bir karaktere sahip olan iletişimde çok başarılı olamayan ancak başarıya ulaşmak için yorulmadan çalışan kare yüze sahip kişilerin hizmet sektöründe daha çok müşteri ile iletişim gerektirmeyen (muhasebe, mutfak vb.) alanlarda daha başarılı olabileceği belirtilmektedir (Akça, 2019). İki göz arasındaki ortalama mesafe bir göz uzunluğu kadardır ve otel çalışanlarında gözler arası mesafenin yakın ya da normal olması beklenir (Akça, 2019). Bu konuda önemli bir yüz hattı da kişinin öğrenme ve dinleme tarzı hakkında bilgi veren kulaklardır. Örneğin, kendilerine ne yapılacağından söylenmesinden hoşlanmayan ve kendi bildiklerinden vazgeçmeyen kepçe kulaklı kişiler hizmet sektörünü tercih etmezler (Demir, 2017).

Buraya kadar yapılan açıklamalar, yüz özelliklerinin başlangıç yıllarında orduda sonraki dönemlerde ise işletmelerde kabul görmeye başladığını göstermektedir. Ancak turizm işletmeleri bağlamında yapılan herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmada, fizyonomi konusunun otel personeli kapsamında ele alınması ile konunun hizmet sektörüne taşınması amaçlanmaktadır. Bunun için otellerde yılın/ayın personeli olan başarılı elemanların yüz göstergelerinin, alanyazında kabul gören başarı göstergelerini karşılayıp karşılamadıkları değerlendirilmeye çalışılacaktır. Bu yolla, personel başarısının değerlendirilmesinde yüz temelli çıkarımlara da gidilmesi gerektiği önerisinde bulunması hedeflenmektedir.

3. YÖNTEM: GÖSTERGEBİLİM

Bu çalışmada, otellerde ayın/yılın personeli olan başarılı elemanların fizyonomisinin (yüz göstergeleri), alanyazında kabul gören başarı göstergelerini karşılayıp karşılamadıkları değerlendirilmeye çalışıldığından, “göstergebilimsel çözümleme” den yararlanılacaktır. Bir okuma yöntemi olan, temel olarak çeşitli göstergeleri inceleyen ve gösterge sistemlerini çözümlemeye odaklanan göstergebilim; sözlü, yazılı ve işaretlerle iletişim biçimini inceleyen bir bilimdir. Bu nedenle, kişiye ait bazı özelliklerin, o kişinin dış görüntüsünden, özellikle de yüzden, belirleme için kullanılan (Kini & Kumar, 2014: 40; Wolffhechel vd., 2014) fizyonomik göstergelerin belirlenmesinde bu yöntemin uygun bir seçim olduğu düşünülmektedir. Göstergebilimsel çözümlemede, verilerin toplanmasıyla başlayan süreç, daha sonra bu verilerin değerlendirilmesi ile devam eder ve yorumlanma ile son bulur. Yapısal, standart bir analizden oluşmayan bu analiz, araştırmacıya daha bağımsız ve yaratıcı bir ortam sunar (Echtner, 1999: 50).

Analiz tekniği olarak göstergebilim; belli bağlamlarda işaretlerin nasıl oluştuğu ya da nasıl anlam uyandırdığına odaklanır. İşaretlerle bütünleşmiş bir sistem, sosyal bir kod üretir (Glesne, 2013: 258). Bu kodlar iletişimin üretildiği dildir. Fiske (2003: 92) kod kelimesini, anlamlandırmanın ipuçları olarak ifade etmektedir. Dolayısıyla, kodlar sadece verileri anlamaya yarayan ipuçları olmayıp, aynı zamanda iletişimsel ve toplumsal işlevleri de yerine getiren iletilerdir. Gösterge aynı zamanda, kendisinden başka bir şeye gönderme yapan, duygular ile kavranabilen fiziksel varlık ya da olgulardır (Fiske, 2003: 63). Örneğin, duman ateşin ya da çatık kaşlar kızgınlığın göstergesi sayılır (Vardar, 2001: 73). Göstergenin üç özsel niteliği bulunmaktadır: Bunlardan ilki göstergenin fiziksel bir biçime sahip olmasıdır. İkincisi kendisinden başka bir şeye gönderme yapması; üçüncüsü ise insanlar tarafından bir gösterge olarak kabul edilmesidir (Mutlu, 2012: 119). Göstergenin iki unsurundan biri olan gösteren, göstergenin fiziksel, maddi boyutunu temsil ederken, gösterilen ise göstergenin kavramsal, zihinsel boyutunu temsil etmektedir (Kalaman & Bat, 2014: 129).

Günümüzde insan kaynakları seçiminde ve bireysel başarıyı tahmin etmede fizyonomiden yararlanılmaya başlandığı bilinmektedir. Zebrowitz, Tenenbaum ve Goldstein (1991), bebek yüzlü ya da kadın adaylar, sıcaklık ve teslimiyet gerektiren işler için tercih edilirken, erkeklerin zekâ ve liderlik

niteliği gerektiren işler için tercih edildiğini belirtmişlerdir. Bu durum daha sonraki yıllarda Collins ve Zebrowitz (1995) çalışmalarında da yer almıştır. Eco'ya (1996: 8) göre “yüzün çizgileri ve boyutları iç karaktere gönderme yapan göstergelerdir”. Yüz fizyonomisinin ayrı ayrı ele alındığı araştırmalara bakıldığında, eleman alımı ve seçiminde bu göstergelerin sıklıkla kullanıldığı dikkat çekmektedir. Söz konusu göstergeler: Yüz şekli (Loehr & O'Hara, 2013; Wong, Ormiston & Haselhuhn, 2011; Lewis vd., 2012), saç çizgileri, alın şekli ve alın çizgileri (Akça, 2017; Webster, 2018), kaş ve göz şekli, gözlerarası mesafe ve göz kapakları (Karaca, 2015), burun, dudak, ağız şekli, dudak ve burun arası mesafe, çene ve kulak şekli, yanak çizgileridir (Altınışık, 2014; Karaca, 2015).

Yüz Analiz Formunun hazırlık aşamasında öncelikle, her iki araştırmacı, yüz okuma eğitimlerini tamamlamışlardır. Sonrasında, otelcilik alanındaki temel iş tanımları ve iş gerekleri ihtiyacının karşılanması için Mesleki Yeterlilik Kurumu Ulusal Meslek Standartlarında (2019) yer alan iş tanımları ve iş gereklerinin kullanılmasına karar verilmiştir. Belirlenen temel iş göstergeleri ve iş gerekleri iki araştırmacı ve bir yüz okuma uzmanı (Ahmet Akça) tarafından kontrol edilerek, 15 yüz hattı ve bu hatlara ait 98 göstergeden oluşan “Yüz Analiz Formu” hazırlanmıştır. Formda yer alan yüz fizyonomi hatları, bu hatlara ait otelcilik sektöründe başarılı yüz hattı göstergeleri Tablo 1’ de verilmiştir (bkz. Tablo 1).

Yüz Analiz Formu hazırlandıktan sonra (Temmuz 2019) iki zincir ve dokuz bağımsız otelin insan kaynakları yöneticileri ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler sırasında, insan kaynakları yöneticilerinden yılın/ayın başarılı personeli olarak seçilen elemanların fotoğraflarına bakarak fotoğraflardaki yüz özelliklerinin, Yüz Analiz Formunda yer alan yüz fizyonomi göstergeleri çerçevesinde değerlendirmeleri (işaretleme) istenmiştir. Zincir otel işletmelerinden 12, bağımsız otellerden dokuz olmak üzere toplamda 21 insan kaynakları yöneticisi ile yapılan görüşmeler yüz yüze ve elektronik ortamda gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze yapılan görüşmeler için insan kaynakları yöneticilerine konu ile ilgili ön bilgi verilerek randevu alınmıştır. Görüşmeler sırasında yöneticilere Yüz Analiz Formuna yapacakları işaretlemeyle ilgili detaylı bilgiler aktarılmıştır. Beş insan kaynakları yöneticisiyle yapılan yüz yüze görüşmelerin her biri yaklaşık bir saatte tamamlanmıştır. Elektronik ortamda ise her bir yöneticiye önce konu ile ilgili bilgilendirme maili atılmış, sonra telefon görüşmeleri ile uygulama anlatılmıştır. Bu sırada ifadeler “akla ilk gelen anlam” olarak nitelendirilmiş olup yöneticilerin

derinlemesine fizyonomi bilgisine sahip olması handikabı aşılmaya çalışılmıştır. Yüz Analiz Formlarının insan kaynakları yöneticileri tarafından doldurulup tarafımıza gönderilmesi Ekim 2019 tarihinde tamamlanmıştır.

4. ANALİZ & BULGULAR

Elde edilen anket formlarının incelenmesi sonucunda, otel işletmelerinin insan kaynakları yöneticileri tarafından 69 (zincir otellerde 60, bağımsız otellerde 9 fotoğraf) Yüz Analiz Formunun değerlendirildiği tespit edilmiştir. Bu formlarda yer alan veriler sıklık ve tercih sayılarına göre analiz edilmiş, sonuçlar iki araştırmacı ve bir uzman tarafından değerlendirilmiştir. Bu aşamada Yüz Analiz Formunda yer alan yüz hatlarından ikisi (Alın Çizgileri (7 gösterge) ve Yanak Çizgileri (6 gösterge)) fotoğraflardan tam olarak anlayamadığı, dolayısıyla yorumlamanın yanlış olabileceği düşüncesiyle değerlendirmeye alınmamıştır. Bu süreçte ayrıca, bazı yüz hatlarının (yüz, kaş, saç, burun, dudak burun arası mesafe ve çene) göstergeleri kendi içerisinde benzer olanlarla birleştirilmiştir. Çalışma sonuçları 13 yüz hattı ve 63 gösterge üzerinden analiz edilmiştir.

İlk olarak, çalışma kapsamında fotoğrafları değerlendirilen ayın/yılın personellerine ait profil bilgileri (cinsiyet, yaş, ve işletmede çalışma süresi) frekans ve yüzde dağılımları ile analiz edilmiştir (bkz. Tablo 2).

Tablo 2 değerlendirildiğinde; fotoğrafları değerlendirilen yılın/ayın personellerinden % 58'inin erkek, % 42'sinin kadın olduğu görülmektedir. Çalışmada her ne kadar yüz göstergeleri açısından kadın ve erkek ayrı ayrı ele alınmamış olsa da oranın birbirine yakın olması baskın bir tarafın olmadığını göstermesi açısından önemlidir. Otel işletmeleri genellikle personel devir hızı yüksek olan işletmelerdir. Bu açıdan yılın/ayın personeli seçilen kişilerin işletmede çalışma süreleri önemlidir. Ayrıca, uzun süre aynı işte çalışan kişilerde zaman içerisinde mesleğin yüze oturduğu görülmektedir. Analiz sonucuna göre yılın/ayın personeli seçilen kişilerin %40'ının beş yıl ve daha uzun süre aynı işletmede çalıştıkları sadece % 7,2'sinin bir yıldır aynı işletmede bulunduğu belirlenmiştir. Yaş dağılımına bakıldığında ise, 20 - 30 yaş grubu arasında olan bireyler ile 31-40 yaş grubu arasında olan bireylerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. İnsanların yüz yapılarının bu yaşlarda oturmuş olması (Akça, 2017) sonuçların değerlendirilmesinde kolaylık sağlayacaktır.

Tablo 1: Yüz Fizyonomisinde Yüz Hatları ve Otel İşletmelerinde Başarılı Yüz Göstergeleri

Yüz Hatları	Başarı Göstergeleri
1 Yüz Şekli	<ul style="list-style-type: none"> • Yuvarlak • Oval • Dikdörtgen
2 Saç Çizgisi	<ul style="list-style-type: none"> • Kavisli • Düz • “M” Şekli
3 Alın Şekli	<ul style="list-style-type: none"> • Geniş • Dar • Düz • Yüksek
4 Kaş Şekli	<ul style="list-style-type: none"> • Yay • Kanat • Düz Kaş (Birleşik olmayan)
5 Göz Şekli	<ul style="list-style-type: none"> • İri Göz • Parlak Göz • Ufak Göz
6 Gözler arası Mesafe	<ul style="list-style-type: none"> • Normal • Uzak
7 Göz Kapakları	<ul style="list-style-type: none"> • Görünmeyen • Az Görünen
8 Burun Şekli	<ul style="list-style-type: none"> • Grek • Yuvarlak uçlu • Geniş (Yayvan) • Kısa
9 Dudak Şekli	<ul style="list-style-type: none"> • Dolgun alt ve üst dudak • Dolgun alt dudak
10 Ağız Şekli	<ul style="list-style-type: none"> • Büyük • Küçük
11 Dudak ve Burun Arasındaki Mesafe	<ul style="list-style-type: none"> • Belirsiz • Uzun (dikey çizgili) • Üst geniş alt dar çizgi
12 Çene Şekli	<ul style="list-style-type: none"> • Yuvarlak • Oval • Küçük
13 Kulak Şekli	<ul style="list-style-type: none"> • Büyük Kulak • Yapışık Basık Kulak
14 Alın Çizgileri	<ul style="list-style-type: none"> • Açılı Çatık Çizgi
15 Yanak Çizgileri	<ul style="list-style-type: none"> • Burun kenarında başlama noktasında ve birbirine yakın

Çalışmada ikinci olarak Yüz Analiz Formunda yer alan Yüz Fizyonomisine ait göstergeler, frekans ve yüzde dağılımları ile analiz edilmiştir. Tablo 3’de bu analiz sonuçları ve başarılı yüz göstergelerinin yılın/ayın personeline dağılımı verilmiştir (bkz. Tablo 3).

Yüz Şekli; bu yüz hattı kapsamında, otel işletmelerinde yılın/ayın personeli seçilerek başarılı kanıtlanmış personelin yüz şekli, ilgili göstergeler

(yuvarlak, oval, dikdörtgen) açısından değerlendirilmiştir. Yüz şeklinde başarıyı temsil eden bu üç göstergeye sahip başarılı personelin % 72,5 oranı ile toplam içinde yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda dikkate değer bir başka bulgu ise sert bir karaktere sahip olan ve iletişimde çok başarılı olamayan kare yüz özelliğinin “0” olmasıdır. Bunun nedeni, kare yüz özelliği taşıyan kişilerin otel işletmelerinde sert karakter yapılarına bağlı olarak geri planda

Tablo 2: Yılın/Ayın Personeline Ait Profil Bilgileri

Profil Bilgileri		N	% 100
Cinsiyet	Kadın	29	42
	Erkek	40	58
	Toplam	69	100
İşletmede Çalışma Süresi	1 yıl	5	7,2
	2 yıl	15	21,7
	3 yıl	15	21,7
	4 yıl	6	8,7
	5 yıl ve Üzeri	28	40,4
	Toplam	69	100
Yaş Bilgileri	20-30 arası	31	44,9
	31-40 arası	28	40,6
	41-50 arası	6	8,7
	51 üstü	4	5,8
	Toplam	69	100

çalıştırılmaları olabilir. Dolayısıyla, bu analiz sonucuna dayanarak, başarılı personelin yüz şeklinin bu konudaki temel göstergeleri yüksek oranda karşıladığı belirlenmiştir.

Saç çizgisi; otel çalışanları açısından saç çizğine ait başarı göstergeleri; kavisli, düz ve “M” şeklinde olan saç çizgisidir. Analiz sonucunda, bu göstergelere sahip personel oranının %88,3 gibi yüksek bir oranda temsil edildiği belirlenmiştir. Başarılı personel, yüz hattından saç çizgisi ve göstergeleri itibariyle beklenen fizyonomik özelliklere yüksek oranda sahiptir.

Alın şekli; bu yüz hattı için başarı göstergeleri; geniş, dar ve yüksek alındır. Bu bağlamda analiz sonuçlarında, personelin %78,3’ünün bu özellikleri taşıdığı tespit edilmiştir. Görevde yükselmeyi seven, iyi organize olmalarından dolayı çoğunlukla yaptıkları işlerde başarılı olan geniş alınlı kişilerin (Webster, 2018) çoğunlukta (%37,7) olması da dikkat çekicidir. Bu sonuçlar, başarılı otel personelinin alın şeklinin, temel göstergeleri yüksek oranda desteklemesi bakımından önemlidir.

Kaş Şekli; bir insanın işteki hızı konusunda fikir veren (Altınışık, 2014) kaş yapısına ilişkin başarı göstergeleri; kanat, düz ve yay şeklinde olan kaşlardır. Çalışma sonuçları kanat şeklinde kaşa sahip olan personelin % 36,3 oranında olduğu, bunu düz (% 33,3) ve yay (% 23,2) şeklinde kaşların izlediğini göstermektedir. Dolayısıyla, başarılı

personelin kaş şekli itibariyle ilgili temel göstergelere uygun olduğu ve birbirine yakın olduğu söylenebilir.

Gözler; yüzün anlatım gücü en yüksek öğeleri olan göz için başarı göstergeleri; ufak, parlak ya da iri gözlerdir. Çalışma sonuçları değerlendirildiğinde yılın/ayın personeli seçilen kişilerin % 34,8 ufak göz şekline sahipken, parlak göz şekline sahip personel oranı % 27, 5, iri göze sahip personel oranı ise % 26,1’dir. Göz şekli ile başarılı personelin sahip olduğu göz uyumu tek tek değerlendirildiğinde beklenen oranların altında olduğu ve her bir göstergeyi orta düzeyde karşıladığı söylenebilir. Ancak toplamda değerlendirildiğinde yüksek oranda (%88,4) karşıladığından söz edilebilir.

Gözler Arası Mesafe; bu yüz hattına ilişkin başarı göstergeleri; gözler arası mesafenin birbirine uzak ya da normal olmasıdır. Analiz sonuçlarına göre yılın/ayın personeli seçilen kişilerin %59,4’ünün gözleri normal uzaklıkta iken, %13, 1’inin gözleri birbirine uzak mesafededir. Bu sonuçlar başarılı personel yüz fizyonomisinin normal mesafeli göz dışında karşılanmadığını göstermektedir. Ayrıca, % 27,5 oranındaki yakın göz özelliği de başarılı yüzün göz göstergesi ile uyumlu bulunmamıştır. Dolayısıyla, bu yüz hattının bir göstergeyi orta düzeyde karşıladığı, iki göstergeyi ise karşılamadığı söylenebilir.

Göz Kapakları; samimiyet, istek ve isteksizliği yansıtan göz kapaklarına ait başarı göstergeleri; az görülebilen ve görülemeyen gözkapaklarıdır. Az görülebilen göz kapaklarına sahip personel oranı % 30,4, görülemeyen gözkapaklarına sahip personel oranı ise %21,8'dir. Az görülebilen ve görülemeyen göz kapakların toplamda %52,2 oranı ile beklenen fizyonomik özelliği orta düzeyde karşıladığı söylenebilir. Ancak görülebilen göz kapaklarına sahip olan personel oranının diğerlerine

göre daha yüksek olması (%47,8) dikkat çekicidir.

Burun Şekli; diğer insanlarla ilişkiler, iş, iş tatmini ve güven konularına bakış açısı hakkında fikir veren (Demir, 2017) bu yüz hattına ait başarı göstergeleri; Grek, yuvarlak uçlu, geniş ve kısa burundur. Bu özelliklere sahip personel oranı ise %70,1'dir. Bunun içerisinde hedeflerinde başarılı olmak ve her koşulda başarıyı yakalamak olan grek buruna sahip olan personel de (%58,6) bulunmaktadır. Yüz

Tablo 3:Yüzdeki Göstergelerin ve Başarılı Yüz Göstergelerinin Yılın/ayın Personeline Dağılımı

	Göstergeler	Başarı Göstergeleri (+)	n N (69)	% (100)
1. Yüz Şekli	Yuvarlak	+	20	29
	Oval	+	18	26,1
	Üçgen	-	12	17,4
	Kare	-	0	0
	Konik	-	7	10,1
	Dikdörtgen	+	12	17,4
	Toplam			69
2. Saç Çizgisi	Kavisli	+	26	37,6
	Düz	+	19	27,5
	M Şekli	+	16	23,2
	Geriye Çekilmiş	-	8	11,6
	Toplam			69
3. Alın Şekli	Geniş	+	26	37,7
	Dar	+	17	24,6
	Düz	+	11	16
	Bombeli	-	8	11,6
	Yüksek	+	5	7,2
	Köşeli	-	2	2,9
	Toplam			69
4. Kaş Şekli	Kanat	+	25	36,2
	Düz	+	23	33,3
	Yay	+	16	23,2
	Baş ince son kalın	-	5	7,2
	Toplam			69
5. Göz Şekli	Ufak	+	24	34,8
	Parlak	+	19	27,5
	İri	+	18	26,1
	Patlak	-	5	7,2
	Buğulu	-	3	4,3
	Toplam			69
6. Gözelerarası Mesafe	Normal	+	41	59,4
	Yakın	-	19	27,5
	Uzak	+	9	13,1
	Toplam			69
7. Göz Kapakları	Görülebilen	-	33	47,8
	Az Görünen	+	21	30,4
	Görülmeyen	+	15	21,8
	Toplam			69

Tablo 3:Yüzdeki Göstergelerin ve Başarılı Yüz Göstergelerinin Yılın/ayın Personeline Dağılımı (devamı)

	Göstergeler	Başarı Göstergeleri (+)	n N (69)	%100
8. Burun Şekli	Grek Burun	+	41	59,4
	Roma (Kemerli) Burun	-	12	17,4
	Kalkık Burun	-	5	7,2
	Yuvarlak Uçlu Burun	+	3	4,3
	Gaga Burun	-	3	4,3
	Geniş Yayvan Burun	+	3	4,3
	Kısa Burun	+	2	2,9
	Toplam		69	100
9. Dudak Şekli	Dolgun Alt Dudak	+	28	40,6
	İnce dudak	-	19	27,5
	Dolgun Alt ve Üst Dudak	+	13	18,9
	Dolgun Üst dudak	-	9	13
	Toplam		69	100
10. Ağız Şekli	Orantılı	-	35	50,7
	Büyük (geniş)	+	19	27,5
	Küçük	+	15	21,8
	Toplam		69	99,9
11. Dudak - Burun Arasında Mesafe (Filtrum)	Belirsiz	+	18	26,1
	Uzun (Dikey çizgi)	+	10	14,5
	Üst Geniş Altı Dar Çizgi	+	9	13,1
	Kısa Dikey Çizgi	-	19	27,5
	Uzun ve Çukur Çizgi	-	10	14,5
	Yatay Çizgi	-	3	4,3
	Toplam		69	100
12. Çene Şekli	Yuvarlak	+	20	29
	Çıkık (Fırlak)	-	15	21,8
	Küçük (Dar)	+	14	20,3
	Köşeli	-	11	15,9
	Sivri Çene	-	5	7,2
	Gıdılı Çene	+	4	5,8
	Toplam		69	100
13. Kulak Şekli	Yukarıda	-	16	23,2
	Yapışık (Basık)	+	15	21,8
	Büyük	+	10	14,5
	Kepçe	-	11	15,9
	Küçük	-	9	13
	Aşağıda	+	8	11,6
	Toplam		69	100

hatlarından burun şekli, başarılı personelin göstergeler yönüyle bekleneni yüksek düzeyde karşıladığına işaret etmektedir.

Dudak Şekli; bu yüz hattına ait başarı göstergeleri; dolgun alt dudak, dolgun alt ve üst dudaktır. Çalışmada dolgun alt dudak göstergesine sahip personel oranı %40,6 olurken, dolgun alt ve üst dudak göstergesine sahip personel oranı %18,9'dur. Bu yüz hattı çerçevesinde otel işletmeleri için en çok aranan gösterge dolgun alt ve üst dudak olmakla birlikte ince dudak istenmeyen bir

göstergedir. Çalışma kapsamında ince dudak özelliğine sahip personel oranı %27,5'dir. Başarılı personelin sadece %59,5'inin bu yüz göstergelerini karşılıyor olması orta düzeyde bir destekleme olarak alınabilir.

Ağız Şekli; büyük veya küçük ağızlı olmak ağız şekline ait başarı göstergeleridir. Çalışma sonuçları değerlendirildiğinde büyük ağızlı personel oranı %27,5, küçük ağızlı personel oranı ise %21,8'dir. Dolayısıyla, göstergeleri sağlayan başarılı personel oranı toplamda, %49,5'dir. Diğer taraftan, orantılı

ağız şekline sahip personel oranının daha yüksek olması (%50,7) dikkat çekmektedir. Bu durum toplumlarda bu özelliğe sahip kişilerin yoğunlukta olması ile açıklanabileceği gibi (Webster, 2018), başarılı personelin bu yüz hattına ait başarı göstergelerini orta düzeyde karşıladığı şeklinde yorumlanabilir.

Dudak ve Burun Arasındaki Mesafe Şekli (Filtrum); burun altı oluşu olarak da adlandırılan bu yüz hattına ait başarı göstergeleri; belirsiz çizgi, uzun dikey çizgi ve üstten alta doğru daralan çizgidir. Sonuçlar değerlendirildiğinde bu başarı göstergelerine sahip personel oranı %53,7'dir. Bu oran çok yüksek bulunmadığından, bu yüz hattının da başarılı personelde orta düzeyde karşılandığı söylenebilir.

Çene Şekli; yuvarlak, gıdılı ve küçük çene bu yüz hattına ait başarı göstergeleridir. Toplamda bu başarı göstergelerine sahip personel oranı %55,1'tir. Daha öncede belirttiği gibi otel çalışanlarının yüz hatlarında yuvarlak ve ovallik aranan özelliklerdir. Çene şekli konusunda ulaşılan sonuç bu bilgiyi orta düzeyde destekler niteliktedir.

Kulak Şekli; bu yüz hattına ait başarı göstergeleri; büyük, yapışık (basık) ve aşağıda olan kulak şeklidir. Bu özelliklerde kulak şekline sahip personel oranı %47,9'dur. Özellikle iletişimle ilgili mesleklere uygun olan ve büyük işler başarma özelliği olan büyük kulaklı personel oranı %14,5'dir. Diğer taraftan, kendilerine ne yapılacağını söyleyemeyen, hoşlanmayan ve kendi bildiklerinden vazgeçmeyen dolayısıyla hizmet sektöründe pek başarı gösteremeyeceği belirtilen (Akça, 2019) kepe kulaklı personel oranı ise % 15,9'dur. Bu sonuçlara bakarak, başarılı personelin bu yüz hattına ait başarı göstergelerini orta düzeyde karşıladığı; farklı kulak tiplerinde dağılımın da başarıya işaret ettiği söylenebilir.

4. SONUÇ

Otel işletmelerinde eş zamanlı üretim ve tüketim, hizmetlerin ilk seferde doğru yapılmasını gerektirmekte bu da kalifiye personel ihtiyacını gündeme taşımaktadır. Söz konusu ihtiyacın giderilmesi, insan kaynakları bölümünün iş için başvuru yapan bireylerden doğru kişiyi işe alabilmesine bağlıdır (Akoğlan, 1998: 27). Günümüzde birçok işletme bu konuda, Eski Hint, Çin, Mısır ve Yunan uygarlıklarında kullanılmış olan, bugün Batı'da önem kazanmış, birçok disiplinde yer bulan fizyonomi yönteminden yararlanmaktadır. Kişiyi ait bazı özelliklerin, o kişinin dış görüntüsünden, özellikle de yüzden,

belirleme için kullanılan fizyonomi ile bir adayın takım çalışmasına, emir almaya ya da ağır iş yapmaya yatkın olup olmadığı gibi birçok konuda sorulara cevap bulunabilmektedir (Erdem, 2018). Bu çalışmada, otel işletmelerinde ayın/yılın personeli olan başarılı elemanların yüz göstergelerinin fizyonomi alanyazında yer alan başarı göstergeleri karşılaştırması yapılmıştır. Buradan sağlanan sonuçlar, eleman seçimi ve kariyer planlama süreçlerinde, insan kaynakları yöneticilerine yol gösterici olması ve kolaylaştırıcı bir alternatif sunması bakımından önemsenmelidir. Analizler, 13 yüz hattı ve 63 gösterge üzerinden manuel olarak yapılmıştır. Analiz sonuçları; ayın/yılın personeline ait yüz hatlarından (yüz şekli, saç çizgisi, alın, kaş, göz, burun şekli) altısında, yüksek oranda (% 70 ve üzeri), yedisinde ise (göz kapakları, dudak şekli, dudak ve burun arası mesafe, gözler arası mesafe, ağız, çene ve kulak şekli) orta düzeyde (% 69 - % 40) fizyonomi başarı göstergelerini karşıladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Özellikle, yüz yüze iletişimin gerçekleştirildiği işlerde, otel işletmeleri de bunlar arasındadır, başarılı yüz hatlarında aranan yuvarlak ve ovallik özelliği (Akça, 2019; Demir, 2017) bu çalışmada da yüz ve çene şeklinde ovallik olarak karşılanmıştır.

Günümüzün önemli rekabet avantajı olan ve her işletmenin arzuladığı kalifiye personel faktörü, işletmelerin insan kaynakları bölümünü personel seçiminde daha titiz davranmaya yöneltmekte, bu konuda çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Görüşme yapma, yazılı sınav, psikolojik testler, grup tartışması, vb. düzenli yaklaşımlarda bireyin durum ve koşullarla başa çıkmaya hazırlıklı olabileceği ve kendini saklayabileceği göz önünde bulundurulduğunda, bir kişinin belirli bir iş veya meslek için gerçek uygunluğunu bulmak zordur. Oysa yüz değiştirilememektedir. Dolayısıyla, fizyonomi yöntemi kullanılarak belirli bir iş için uygun olduğuna inanılan kişi diğer yöntemlere göre daha kolaylıkla seçilebilir (Kini & Kumar, 2014). Başarılı insan kaynakları yönetimine önemli bir destek olan fizyonomi yöntemi (Erdem, 2018: 163), iletişim, takım çalışması ve davranışın önemli olduğu otel işletmelerinde personel seçiminde destekleyici ve kolaylaştırıcı bir yöntem olabilir. Özellikle, adayların otel içerisinde ön plan ya da geri plandaki işler için uygun olup/olmadığı, tek başına veya grup çalışmasına yatkın olup/olmadığı konusunda doğru karar verilmesini sağlayabilir. Gerçekleştirilen bu araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, ayın/yılın personeli seçilen başarılı çalışanların, fizyonomi bilimindeki başarılı ortak yüz hatlarına ve göstergelere sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Bu sonuçlara dayanarak, otel işletmelerindeki eleman seçiminde ve kariyer planlamalarında fizyonomi biliminden

yararlanılması önerilebilir. Bu süreçte, teknolojik gelişmelerden destek alınarak, her yüz bölümünün genişlik, yükseklik, uzunluk farkları ve yüz karakter analizi algoritması geliştirilebilir. Bu yolla analizler daha az hatalı ve hızlı hale getirilebilir. İleride bu konuda yapılacak çalışmalarda ise daha büyük örneklem kullanılması ve farklı bölümler bazında yapılması önerilebilir.

ETİK BEYANATI

Destek Bilgisi: Bu çalışmanın analiz aşamasında yüz okuma uzmanı Sayın Ahmet Akça'dan destek alınmıştır.

Çıkar Çatışması: Tüm yazarlar adına, sorumlu yazar çıkar çatışması olmadığını belirtir.

Etik Onayı: Bu çalışmada gerçekleştirilen tüm prosedürler, kurumsal ve / veya ulusal araştırma komitesinin etik standartlarına ve 1964 Helsinki deklarasyonuna ve daha sonraki değişikliklerine veya karşılaştırılabilir etik standartlara uygundur.

KAYNAKÇA

- Abulaban, M. L., Muzher, S. S. & Thawabieh, A. M. (2018). The relationship between predicting personality using physiognomy and through using personality scale, *World Journal of Social Science*, 5(2), 22-39.
- Akça, A. (2017). *Senin yüzünden*. Eskişehir: Dorlion Yayınları.
- Akça, A. (2019). Sözlü Görüşme (Görüşen: Dönüş Çiçek)
- Akoğlan, M. (1998). Turizm sektöründe insan kaynakları seçim yöntemleri. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9 (Mart-Haziran), 26-30.
- Arajih, S. & Ward, J. (2014). Increased facial width-to-height ratio and perceived dominance in the faces of the UK's leading business leaders. *British Journal of Psychology*, 105, 153-161.
- Altınışık H. (2014). *Kişilik analizinde yüzün şifreleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altınışık, H. (2019). Yüzümüz ruhumuz hakkında neler söyler? *Gönül Kültür ve Medeniyet Dergisi*. 12 Haziran 2019, <http://www.gonuldergisi.com/yuzumuz-ruhumuz-hakkinda-neler-soyler-insan-iliskileri-ve-yuz-okuma-uzmani-halim-altinisik.html>
- Araştırma Serisi 13. (t.y). *Yüz Okuma Sanatı*. 13 Temmuz 2019, www.MaximumBilgi.com.
- Barasch, M. (1975). Character and physiognomy: bocchi on donatello's St. George, a renaissance text on expression in art. *Journal of History of Ideas*, 36(3), 413-430.
- Bozkurt, K. (2008). *Kıyafet ilmi Türk Edebiyatında Kıyafetnameler ve Şaban-ı Sivrihisari'nin Kıyafetnamesi* (Yüksek Lisans Tezi). Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Bozkurt, Ö. (2015). Etiğin fizyonomik temellerine giriş. *Adam Akademi*, 5(2), 27-46.
- Collins, A. F. (1999). The Enduring Appeal of Physiognomy: Physical Appearance as A Sign of Temperament, Character, And Intelligence. *History of Psychology*, 2, 251-276.
- Collins, M. A. & Zebrowitz, L. (1995). The contributions of appearance to occupational outcomes in civilian and military settings. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(2), 129-163
- Çağrıncı, M. (2000). İbrâhim Hakkı Erzurûmî. *TDV İslâm Ansiklopedisi*, 21, 305-311.
- Çakır, M. (2007). Kıyafet-Name'ler hakkında bir bibliyografya Denemesi. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 5(9), 333-350.

- Çavuşoğlu, A. (2009). Kıyafet İlimi ve Kutadgu Bilig’de Kıyafet İlimi / Fizyonomi İzleri, *bilimname*, 17(2), 293 – 302.
- Demir, A. (2017). *Yüz okuma*. İstanbul: SD Yayınevi.
- Echtner, C. M. (1999). The semiotic paradigm: implications for tourism research. *Tourism Management*, 20(1), 47-57.
- Eco, U. (1996). *Ortaçağı düşlemek*. (Ş. Karadeniz, Çev.). İstanbul: Can yayınları.
- Erdem, O. (2018). *Yüz okuma*. İstanbul: Yakamoz Yayınları.
- Erkal, A. (1999). Kıyafetnameler üzerine. *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 13, 219.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*. (I. Süleyman, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Glesne, C. (2013). *Nitel araştırmaya giriş*. (A. Ersoy & P. Yalçınoğlu, Çev.). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Graham, J. R., Harvey, C. R. & Puri, M. (2010). A corporate beauty contest. *NBER Working Paper*, 15906.
- Griffiths, S. (2015). Is your face the key to your fortune? From a square head to a Roman nose, facial features of entrepreneurs have been morphed to reveal the 'look of success'. 30 Ekim 2019, <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3344640/Is-face-key-fortune-square-head-Roman-nose-facial-features-entrepreneurs-morphed-reveal-look-success.html>
- Hassin, R. & Trope, Y. (2000). Facing faces: Studies on the cognitive aspects of physiognomy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(5), 837-852.
- Kalaman, S. & Bat, M. (2014). Toplumsal cinsiyet açısından AXE basın ilanlarının gösterebilimsel analizi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16, Özel Sayı I, 128-136.
- Kamenskaya, E. & Kukharev, G. (2008). Recognition of psychological characteristics from face. *Metody Informatyki Stosowanej*, 1, 59-73.
- Karaca, S. (2015). Çin yüz okuma sanatı'na göre Forbes zenginlerinin ortak yüz hatları. 24 Mayıs 2019, <https://www.sevgikaraca.org/single-post/2015/10/04>
- Kini, A. S. & Kumar, C. N. R. (2014). Personality identification using facial features. *The International Journal of Engineering and Science (The IJES)*, 3(12), 39-47.
- Lavater, J. C. (1797). *Essays on physiognomy* (C. Moore, Trans.). London: H. D. Symonds.
- Le Breton, D. (2018). *Yüz üzerine antropolojik bir deneme*. (O. Türkay, Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Lewis, G. J., Lefevre, C. E & Bates, T. C. (2012). Facial width-to-height ratio predicts Achievement Drive in US Presidents. *Personality and Individual Differences*, 52, 855–857.
- Little, A. C., Burriss, R. P., Jones, B. C. & Roberts, S. C. (2007). Facial Appearance Affects Voting Decisions. *Evolution and Human Behavior*, 28: 18–27.
- Loehr, J. & O'Hara, R. B. (2013). Facial morphology predicts male fitness and rank but not survival in Second World War Finnish soldiers. *Biology Letters*, 9, 20130049.
- Maclean, I. (2011). The logic of physiognomy in the late renaissance, early. *Science and Medicine*, 16(4), 275-295
- Mazur, A., Mazur, J. & Keating, C. (1984). Military rank attainment of a west point class: effects of cadet's physical features. *American Journal of Sociology*, 90, 125-150.
- Mengi, M. (2002). *Kıyafetnâme, TDV İslâm Ansiklopedisi C.25*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Mesleki Yeterlilik Kurumu Ulusal Meslek Standartları (2019). *Yayımlanmış Ulusal Meslek Standartları*, https://portal.myk.gov.tr/index.php?option=com_meslek_std_taslak&view=taslak_listesi_yeni&msd=2&Itemid=432 (Erişim tarihi: 17. 07.2019)
- Mueller, U. & Mazur, A. (1996). Facial dominance of West Point cadets as a predictor of later military rank. *Social Forces*, 74, 823-850.
- Mueller, U. & Mazur, A. (1997). Facial dominance in homo sapiens as honest signaling of male quality. *Behavioral Ecology*, 8, 569–579.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim sözlüğü*. Ankara: Sofos Yayınları.
- Percival, M. (1999). *The Appearance of Character Physiognomy and facial expression in 18th century France*. London: Maney & Son Ltd. for the Modern Humanities Research Association.
- Pillemer, J., Graham, E. R. & Burke, D. M. (2014). The face says it all: CEOs, gender, and predicting corporate performance. *The Leadership Quarterly*, 25(5), 855–864. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2014.07.002>
- Rule, N. O. & Ambady, N. (2008). The face of success: Inferences from chief executive officers' appearance predict company profits. *Psychological Science*, 19, 109-111.

- Tütsoy, Ö. & Göngör, F. (2017). Analysis of facial characteristics. the eurasia proceedings of science, technology, *Engineering & Mathematics (EPSTEM)*, 1, 262-272.
- Uludağ, S. (2002). *Tasavvuf terimleri sözlüğü*. İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Vardar, B. (2001). *Dilbilimin temel kavram ve ilkeleri*. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Webster, R. (2018). *Kolay ve pratik yüz okuma sanatı*. İstanbul: Remzi Kitabevi
- Wolffhechel, K., Fagertun, J., Jacobsen, U. P. Majewski, W., Hemmingsen, A. S. Larsen, C. L. Lorentzen, S. K. & Jarmer. H. (2014). Interpretation of appearance: the effect of facial features on first impressions and personality. *PLoS One*, 9(9), 107721. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0107721>.
- Wong, E. M. Ormiston, M. E. & Haselhuhn, M. P. (2011). A face only an investor could love: ceos' facial structure predicts their firms' financial performance. *Psychological Science*, 22, 1478–1483.
- Yılmaz, A. (2012). Kıyafet ilmiyle oluşturulan eserler ve bu eserlerden seçilmiş örnekler. *Sosyal Bilimler Dergisi, Doç. Dr. Mustafa Aksoy Armağan Sayısı*, 10(1), 130.
- Zebrowitz, Leslie A., Tenenbaum, Daniel, R. & Goldstein, Lori H. (1991). The Impact of Job Applicants' Facial Maturity, Gender, and Academic Achievement on Hiring Recommendations. *Journal of Applied Social Psychology*. 21(7), 525-609. <https://www.yourchineseastrology.com/face-reading/face-of-success.html>