

# Restoran Deneyimlerinde Dil Engeli ve Kültürel Farklılıkların Etkisi: Bir Yerleşik Kuram Yaklaşımı\*

ELLEN EUN KYOO KİM\*\* - ANNA S. MATTILA\*\*

ÇEV. BURAK SÖZER\*\*\* - HÜLYA PİLANCI\*\*\*\*

## Öz

Dil engelleri konusu, ESL (English as a Second Language-İkinci Dili İngilizce olan) müşteriler için özellikle kültürlerarası hizmet alımlarında son derece önemlidir. Müşteriler, ne istediklerini anlatırken, hatta ürün ve servislerle ilgili bilgi talep ederken bile iletişim güçlüğü yaşayabilmektedir. Bu çalışma, nitel bir araştırma yöntemi olan yerleşik kuram yaklaşımı kullanarak ESL müşterilerin kültürlerarası hizmet alımı sırasında karşılaştığı sorunları tanımlamaktadır. Bulgulara göre, dil engeli olumsuz duygusal ve zihinsel tepkiler meydana getirmekte ve ESL müşterilerin gerekli bilgi talebinde bulunmalarına ya da hizmette yaşanan aksaklıkları bildirmelerine engel olmaktadır.

**Anahtar sözcükler:** Yerleşik Kuram, Dil Engeli, Kültürlerarası Hizmet Alımı, ESL Müşteriler

## THE IMPACT OF LANGUAGE BARRIER & CULTURAL DIFFERENCES ON RESTAURANT EXPERIENCES: A GROUNDED THEORY APPROACH

### Abstract

The issue of language barriers is particularly important for ESL (English as a Second Language) customers especially in intercultural service encounters. Customers may have difficulty in telling what they want or even asking for information about products or services. This study describes the problems faced by ESL customers during intercultural service encounters by using the grounded theory approach as a qualitative research method. The findings suggest that the language barrier generates negative emotional and cognitive responses, and prevents ESL customers from taking certain actions such as seeking necessary information or complaining about service failures.

**Keywords:** Grounded Theory, Language Barrier, Intercultural Service Encounter, ESL Customers

\* University of Massachusetts Amherst Libraries, 16th Graduate Students Research Conference in Hospitality and Tourism, Formal Paper Presentation, 2011.

\*\* The School of Hospitality Management, The Pennsylvania State University.

\*\*\* The School of Hospitality Management, The Pennsylvania State University, asm6@psu.edu.

\*\*\*\* Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Türk Dili ve Edebiyatı, buraksozer90@hotmail.com,

\*\*\*\*\* Doç. Dr, Anadolu Üniversitesi, Türk Dili ve Edebiyatı, hpilanci@anadolu.edu.tr, orcid.org/0000-0002-0276-4480

Gönderim tarihi: 22-07-2019

Kabul tarihi: 05-09-2019

## GİRİŞ

*"Dilimizin sınırları" dünyamızın sınırlarıdır."*

*Wittgenstein*

**A**rtan küreselleşme, giderek artan sayıda işletme yöneticisi ve çalışanını dil bariyerleri arasında etkileşime girmeye zorlamaktadır (Lauring, 2008). Dil, gündelik hayatın her yönünü etkilediğinden, uluslararası işletmecilik ve yönetim alanlarında faaliyette bulunan araştırmacılar ve uygulayıcıların iletişim engelleri konusuna daha fazla odaklanması gerekmektedir (Henderson, 2005). Dil engeli sorunu, özellikle kültürlerarası hizmet alımı süreçlerinde kritik öneme sahiptir. Müşteri ve servis sağlayıcıların farklı kültürlerden olduğu kültürlerarası hizmet alımları, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde çok yaygındır (Czinkota & Ronkainen, 2002). Kültürlerarası hizmet sağlayıcıları sadece kültürel farklılıklardan değil aynı zamanda dil engellerinden de etkilenebilir. Gerçek şu ki, ABD'deki çoğu hizmet sağlayıcının sadece İngilizce konuşması, uluslararası müşterileri büyük ölçüde etkileyebilmektedir. Müşteriler için iletişim kurmak, hatta ürün veya servislerle ilgili gerekli bilgi edinmek bile zor olabilmektedir.

Dil bariyerlerinin ESL müşteriler üzerindeki etkileri çok önemli bir konu olmasına karşın, akademik araştırmalarda büyük ölçüde ihmal edilmiştir. Dil; yalnızca bir iletişim aracı değildir, aynı zamanda bir bireyin kimliği ile de ilişkilidir (Lauring, 2008). Öyleyse bu bariyerler, hizmet alım deneyimlerini birçok açıdan etkileyebilir. Bu kavramın ABD'deki restoran kontekstine uyarlanmasıyla birlikte bu çalışma, ESL müşterilerin ABD'de yaşadıkları deneyimlerinde dil engelini etkisini araştırmayı amaçlamaktadır. Nitel ve keşfedici araştırma metodlarıyla yapılan bu çalışma, ESL müşterilerin kültürlerarası hizmet alımlarındaki sorunlarını tanımlayacak ve bu çalışmanın sonuçları ise restoran işletmelerinin ESL müşteriler için daha iyi bir servis deneyimi oluşturmalarına yardım edecektir.

## KAYNAK TARAMASI

Dil, bir kişinin öz kimliğinin anahtarıdır. Kişiyi duygularını ifade etme, hislerini paylaşma, hikâyeler anlatma, karışık mesaj ve bilgileri aktarma imkânı tanır. Dil, birbirimizi anlamamızı ve ilişki kurmamızı sağlayan en büyük araçtır (Imberti, 2007). Dil, iletişim kurmamıza imkân tanıyan kavramsal semboller sistemi olarak tanımlanabilir. Aynı zamanda önemli bir referans çerçevesi ve kimliğimizi ayakta tutan ilişkisel bir bağlam sağlar (Imberti, 2007). Sosyal kimlik kuramı, (Tajfel, 1974; Tajfel & Turner, 1979) gruplar arası ayrımcılığa yol açan psikolojik süreçlerin anlaşılmasına odaklanmıştır. Dil gibi kültürel farklılıkları ortaya çıkaran birtakım ipuçlarının müşteriler tarafından algılanması, grup içi ve grup dışı sınıflandırmaların oluşmasına neden olabilir (Brickson, 2000; Nkomo & Cox, 1996). Dil farklılıkları yüzünden diğer kültürel grupları anlayamama veya onlarla özdeşleşememek ise

bu gruplara yönelik olumsuz tutumlara neden olabilir (Bartel, 2001). Bu farklılıklar nedeniyle ortaya çıkan görmezden gelme hissi, ESL müşterilerin hizmet aldıkları yerel kişilerle olan etkileşimini engelleyebilir (Baker & Haretl, 2004). Sonuç olarak, dil ve sosyal kimlik kalıpları arasındaki bağlantıyı anlamak, uluslararası iş camiası için büyük önem taşımaktadır. Buna karşın, dil engellerinin ESL müşteriler üzerindeki etkileri konusundaki literatür şaşırtıcı bir şekilde yetersizdir. Oysaki kültürlerarası hizmet sunumuyla ilgili literatür ile okuryazarlık seviyesi, düşük müşterilerle ilgili literatür birbiriyle ilintili olabilir.

Kültürlerarası hizmet alımları konusundaki literatür, sosyal kimlik kuramı kavramının tersi yönünde gelişmiştir. Sosyal kimlik teorisi, diğer kültürel grupları anlayamamanın ya da onlarla özdeşleşememenin olumsuz sonuçlara yol açtığını ileri sürerken, kültürlerarası hizmetler alanındaki çalışmalar, müşterilerin hizmet değerlendirme standartlarını değiştirdiklerini ve kültürlerarası hizmet alımlarında daha anlayışlı olma eğiliminde olduklarını iddia etmektedir. Örneğin, Strauss & Mang (1999), müşterilerin kültürlerarası karşılaşmaları kültür içi karşılaşmalardan daha sorunlu olarak görmediğini öne sürmüştür. Warden vd. (2003) bu fikre katılır ve kültürlerarası etkileşim söz konusu olduğunda müşterilerin servis hatalarına karşı daha hoşgörülü davrandığını ifade eder. Ancak, bu çalışmaların, kültürlerarası hizmet sağlayıcılarla etkileşimde bulunurken müşterilerin yaşayabileceği duygusal ve bilişsel durumları irdelemiyor oluşu gözden kaçırılmamalıdır.

ESL müşteriler, İngilizce dil becerileri açısından düşük seviyede okuryazar müşteriler olarak algılanabilirler. Onlar, sadece İngilizce okuma ve yazma ile değil dinleme ve konuşmayla da mücadele etmektedir. Düşük okuryazarlık seviyeleri, piyasadaki bir dizi olumsuz sonuçla bağlantılıdır. Örneğin, Adkins & Ozanne (1998), düşük İngilizce okuryazarlık seviyesine sahip tüketicilerin, yanlış ürün seçimi ve fiyatları yanlış anlama gibi bazı sorunlarla karşı karşıya kaldığını tespit etmiştir. Benzer şekilde, Viswanathan vd. (2003) düşük okuryazarlık seviyesine sahip tüketicilerin satın alma kararı verirken sezgilerini kullanma konusunda da zorluklar yaşadıklarını ortaya koymuştur.

Genel olarak, yapılan çalışmalar dilin bir iletişim aracından çok daha fazlası olduğunu ve ESL müşteriler açısından ise dilin hizmet alımının farklı yönlerini etkileyebileceğini öne sürmüştür. Dolayısıyla, dil engelinin ESL müşterilerin hizmet deneyimlerini nasıl etkilediğini anlamak son derece önemlidir.

## YÖNTEM

Bu çalışmanın araştırma niteliği göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmada veri toplama ve veri analizi için metodolojik bir çerçeve olarak yerleşik kuram yaklaşımı kullanılmıştır (Charmaz, Glaser ve Strauss, 1967 Strauss ve Corbin, 1990).

Nitel görüşmeler, ana veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Yüz yüze ve yarı yapılandırılmış görüşmeler, ortalama bir saat süre ile Korece gerçekleştirilmiştir. Mülakat, katılımcıların ABD'deki tipik restoran deneyimleri ile alakalı 15 sorudan oluşmuştur. Sorular, katılımcıların bu restoranlardaki garsonlarla olan etkileşimi, hizmet kusurları ve şikâyet deneyimleri, genel memnuniyet ve restorana tekrar gelip gelmeme ile ilgilidir. Mülakatlar sırasında, görüşülen kişilere ilave sorular sorulmuş ve yorumları alınmıştır. Her görüşme, sesli olarak kaydedilmiş ve Korece bir kopyası yazılmıştır. Bu çalışma için referans örneği olarak dokuz katılımcı toplanmıştır. Katılımcıların profili tablo 1'de sunulmaktadır.

**Tablo 1. Görüşmeye Katılanların Genel Profili**

Görüşülen Kişi	Cinsiyet	Yaş	ABD'de Geçirdiği Süre	ABD'deki Durumu
Katılımcı 1	Kadın	29	4 ay	Öğrenci
Katılımcı 2	Erkek	25	3 ay	Öğrenci
Katılımcı 3	Kadın	27	4 ay	Öğrenci
Katılımcı 4	Kadın	33	3 hafta	Turist
Katılımcı 5	Erkek	47	6 yıl	Yerleşik
Katılımcı 6	Kadın	58	4 hafta	Turist
Katılımcı 7	Erkek	25	2 hafta	Turist
Katılımcı 8	Kadın	22	6 hafta	Turist
Katılımcı 9	Erkek	30	1 hafta	Turist

Birincil ve ikincil veriler, yerleşik kuram temel alınarak belirtilen kodlama yöntemlerinden çıkarılmıştır (Charmaz, 2006; Van Maanen, 1979). İlk aşamada, açık kaynak kodlama, ham verilerden uzaklaşmamızı sağlamıştır. Ayrıca, mülakat kaydındaki her anlamlı ifade etiketlenmiş ve kodlanmıştır. İkinci aşamada, büyük miktarda veri sentezlemek ve ana temaları tanımlamak için seçici kodlama uygulanmıştır. Bu aşamada, mülakatlar içi ve mülakatlar arası karşılaştırma yapmak ve verileri tekrarlı bir şekilde yorumlamak için *sabit karşılaştırmalı yöntem* kullanılmıştır (Glaser ve Strauss, 1967).

Daha sonra, birincil verileri yakalamak amacıyla teorik kodlama prosedürü yürütülmüştür. Teorik kodlamanın kuramsal düzeylerini geliştirmek için, bir önceki aşamada tanımlanan temalar temel alınmıştır. Her bir teorik kod arasındaki ilişkilerin incelenmesiyle birincil analizde bulunan olguyu açıklayan bir model geliştirilmiştir. Bu işlem esnasında, bilgilerin yorumlanmasını kolaylaştırmak amacıyla elde edilen veriler sonucunda

geliştirilen boyut ve kavramlar önceki literatürle karşılaştırılmıştır. Bu yöntemlerden birleştirilen bulgularla, yemek sürecindeki aşamalara dayanarak nihai kavramsal model geliştirilmiştir (Bkz. şekil 1). Her kodlama ve analiz önce Korece olarak yapılmış, daha sonra İngilizce'ye çevrilmiştir.

Yerleşik kuramın yorumlayıcı niteliği göz önüne alınarak güvenilirlik sorununu çözmek için, Lincoln ve Guba (1985) tarafından önerilen dört kriter – inandırıcılık, aktarılabirlik, tutarlık ve teyit edilebilirlik – kullanılmıştır. Güvenilirlik, veri analizi yeterliğinin sağlanması ve verilerin elverişli tanımlarının hazırlanmasıyla elde edilmiştir. Buna ek olarak, görüşülen her kişiden kendi röportajının Korece nüshasını okuması istenmiştir.

## **BULGULAR**

Birincil analizde şu kategorilerin çatısı altında toplanan 46 tema tanımlanmıştır:

1) Dil, 2) Kültürel farklılıklar, 3) Algılama problemleri, 4) Duygusal ve bilişsel tepkiler, 5) Sorunlarla başa çıkma davranışları, 6) Değerlendirmeler, 7) Deneyim ve bilgi (Bkz. Tablo 2). Bazı önemli bulgular aşağıdaki bölümde ele alınmıştır.

### **Tablo 2. Birincil Temalar ve Temsili Alıntılarla İkincil Kavramlar**

#### **1) Dil:**

- Konuşma: "İngilizce nasıl sipariş verildiğini bilmiyordum. Hatta "Ben şunu istiyorum..." gibi basit şeylerin nasıl söylendiğini bile bilmiyordum.
- Dinleme: "Çok hızlı konuştuğundan, bazen garsonun ne söylediğini anlayamıyorum."

#### **2) Kültürel Farklılıklar:**

- Sipariş sistemi (kişiselleştirme): "Yumurtalarınızı nasıl istersiniz?" gibi beklenmedik sorularda gerçekten ne söyleyeceğimi bilmiyorum... "
- Menü (yemek türü): "Seçebileceğim ne tür ekmek ve soslar var, bilmiyorum..."
- Ödeme Sistemi: "Neden bizi hep bekletiyorlar? Neden sadece kasiyere ödeme yapıp gidemiyoruz?"
- Müşteri ile çalışan arasındaki ilişki: "Fazla cana yakınlar... bize yeterince saygı göstermiyorlar."
- Hizmet tarzı: "Gözleri sürekli üstümüzde gibi."

### 3) Algılama Problemleri:

- İletişim: "Açık bir şekilde birbirimizle (garson ve ben) iletişim kurmakta zorlanıyoruz."
- Doğruluk: "Ayrıca ihtiyacım olan bilgiyi alamıyorum... Doğru mu işittim acaba, diye kendimi sorguluyorum..."
- Satın Alma Kararı: "Ne sipariş edeceğimi bilmediğim için kendimi menüden herhangi bir şey sipariş ederken buluyorum..."

### 4) Duygusal / Bilişsel Tepkiler:

- Duygusal tepki: "İletişim kuramamak orada bitmiyor... Bu durum beni aptal hissettiriyor ve bundan utanıyorum..."
- Bilişsel tepki: "Yani kafam karıştı... Bu noktada ne söylemeliyim?"

### 5) Başa Çıkma Davranışları:

- Soru Sormak/Sormamak: "Garsona tekrar soru sorma zahmetine girmem."
- Yakınmak/Yakınmamak: "Şikâyet etme zahmetine girmem."
- Kendini / Diğerlerini Suçlamak: "...Olayın sonunda, bilgi sahibi olmadığım için genellikle bir şekilde kendimi suçlarım."

### 6) Değerlendirmeler:

- Memnun/Memnun değil: "Yemeklerin tadı güzel olduğu sürece genellikle memnun kalırım. "

### 7) Deneyim ve Bilgi:

- "Sistemi bir kere çözdükten sonra, mesela sipariş sistemini, bir sonraki sefere daha iyisini yaparım."

## DİL

Görüşülen tüm kişiler, dil engelinin stresin ana nedeni olduğunu belirtmiştir. Mülakata katılanlar, karşılaştıkları temel problemlerin kendilerini ifade etmede ya da garsonların söylediklerini anlamada yaşadıkları zorluklar olduğunu bildirmiştir. Bu tür engellerden dolayı katılımcılar, aşırı ve belirgin hizmet kusurları dışında, yaşanan problemler için kendilerini suçlamaktadırlar.

## KÜLTÜREL FARKLILIKLAR

Yemek deneyimindeki kültürel farklılıkların çoğu, ABD ve Kore'deki farklı restoran sistemlerini yansıtmaktadır. Koreli ESL müşterilerin "zor" bulunduğu temel farklılık ise kişiselleştirilmiş sipariş sistemiydi. Kişiselleştirmenin (sipariş sistemi) daha yüksek memnuniyete, daha olumlu davranışlara ve daha fazla ödeme isteğine yol açtığını öne süren daha önceki çalışmalar dikkate alındığında ise bu durum oldukça şaşırtıcıdır (Goldsmith & Frieden, 2004). Çünkü Koreli müşteriler, sipariş sistemindeki kişiselleştirmeyi stresli bulmuştur. Koreli müşteriler ekmeğin, peynirin ya da salata sosunun farklı türlerini seçmek gibi kişiselleştirmelere aşina değildir. Daha doğrusu, onlar tercihlerinin sorulmasına alışkın değildir veya bu durumdan keyif almamaktadır.

Ortaya çıkan önemli bir diğer kültürel farklılık ise, Amerikan garsonlarının hizmet tarzıdır. Koreli ESL müşterileri, Amerikalı sunucuların çok samimi olduğunu ve yeterince resmi olmadığını belirtmişlerdir. Bu durum, Amerikalıların yabancı olduğu fakat Korelilerin aşina olduğu "güç mesafesinden" kaynaklı olabilir. Güç mesafesi, "bir ülke içindeki örgütlerin ve kurumların daha az güce sahip olan üyelerinin gücün eşitsiz dağılımının ne ölçüde beklendiği ve kabullenildiği ile ilgilidir" (Hofstede ve Hofstede, 2005, s.45). Yüksek güç mesafesi kültürüne sahip olan Koreli müşteriler, özellikle yemek hizmeti endüstrisinde, müşterilerin sosyal pozisyonunu, sipariş alan restoran çalışanlarından daha yüksek olarak algılamaktadır (Mattila, 1999). Dolayısıyla Koreli ESL müşterileri, Amerikan garsonlarının müşterilerine eşit davranmasını farklı ve hatta sevimsiz bulmuştur.

## ALGILAMA PROBLEMLERİ

İletişim eksikliği ve menüdeki bilgilerin doğru anlaşılmasındaki zorluklar, Koreli ESL müşterilerin karşılaştığı başlıca algılama sorunlarından biridir. Dolayısıyla bu müşteriler ürünler ve prosedürler hakkında yeterli bilgi alamadığından, bu durum onların satın alma kararlarını etkiler.

## DUYGUSAL/BİLİŞSEL TEPKİLER

Koreli ESL müşterilerin en çok gösterdiği duygusal tepkiler; endişe, korku ve utançtır. Müşteriler, yemek türlerini bilememe ya da garsonlar soru sorduğunda nasıl cevap vereceğini bilmeme gibi bilgi eksikliği temelli sıkıntılardan dolayı endişeli hissetmişlerdir. Burada korku, esas olarak "saygınlık bilinci" ile ilişkilendirilmiştir. Mülakata katılanlar, garsonlar ya da arkadaşları önünde mahcup olmaktan ve itibarlarını kaybettikleri zaman yaşayacakları utanç duygusundan korkmuşlardır. Ho'ya göre (1979) saygınlık, sosyal ilişkilerde kazanılan ün ve itibar olarak tanımlanır. Önceki çalışmalar da saygınlık konusunda Asyalıların Batılılara göre daha duyarlı olduğunu göstermektedir (Ho, 1991). Öte

yandan, garsonların söylediklerini anlamadıklarında ya da beklenmedik durumlarda nasıl tepki vereceklerini bilemediklerinde müşterilerin gösterdiği tepki genellikle şaşkınlıktır.

### **SORUNLARLA BAŞA ÇIKMA DAVRANIŞLARI**

Sorunların üstesinden gelme davranışları, algılama problemleriyle yakından ilgilidir ve büyük ölçüde duygusal tepkilerden etkilenir. Mülakata katılanlar, yaşadıkları duyguları utanç, korku ve endişe olarak tanımlamışlardır. Garsonlara soru sormama veya hizmette büyük çapta sıkıntı yaşanmadığı sürece şikâyet etmeme gibi davranışlar, müşterilerin yaşadıkları bu duygulara verdikleri davranışsal tepkileri yansıtabilmektedir. Koreli ESL müşterilerin sorunlarla başa çıkma davranışı çoğunlukla garsonların tavırlarından büyük ölçüde etkilenir. Garsonlar nazik olduklarında, garsonlara soru sorma veya onlara problemleri bildirme davranışlarında daha cesur davrandıkları görülürken, garsonlar soğuk davrandıklarında ESL müşterilerin soru sormaya ve problemleri bildirmeye gönülsüz oldukları görülmüştür. Katılımcıların sorunlarla başa çıkma davranışları, garsonların tutumundan ciddi bir şekilde etkilenmiştir. Örneğin sunucu dikkatli ve özenli olduğunda, ESL müşterileri garsona soru sorma veya bir problem varsa şikâyet etme cesareti göstermiştir. Fakat garson dostça bir tutum sergilemediğinde, müşteriler soru sormakta veya şikâyet etme konusunda isteksiz olmuşlardır. Müşteri şikâyetlerine geri dönüş yapılması ve bu şikâyetlerin düzeltilmesi, memnuniyet ve bağlılık duygusunu artırdığından (McCollough, vd., 2000), çalışanları ESL müşterilerinin kültürel geçmişleri hakkında bilgilendirmek ve daha nazik ve cana yakın olma konusunda eğitmek oldukça önemlidir.

### **DEĞERLENDİRMELER**

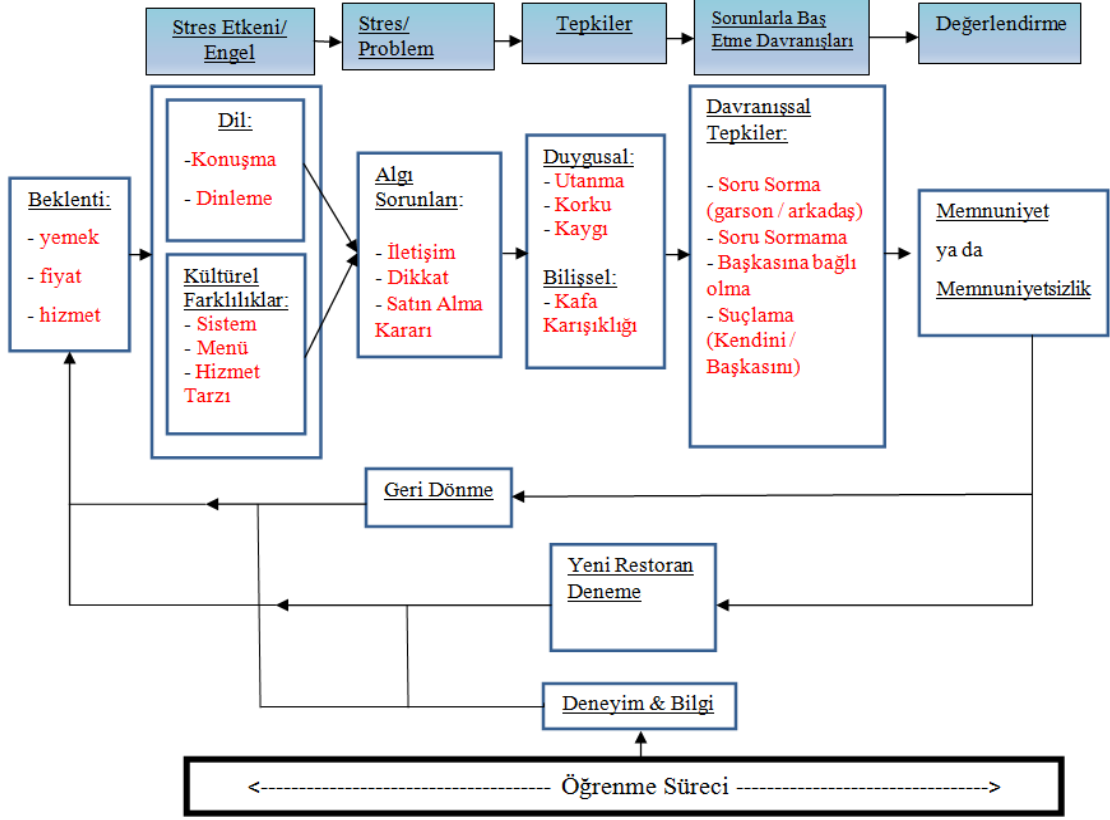
Görüşülen dokuz kişi de hizmet kalitesi bakımından beklenti düzeylerinin kısmen düşük olduğunu belirtmiştir. Katılımcılar, dil engeli nedeniyle garsonlarla etkileşim içinde olmaktan hoşlanmadıkları için onların değerlendirmeleri daha çok diğer somut niteliklere dayanmaktadır. Ancak, garsonlar belirgin bir şekilde kötü muamele ve kabalık gösterdiklerinde, müşteriler bunu "ayrımcılık" olarak algılamış ve dolayısıyla olumsuz tepki göstermişlerdir.

### **DENEYİM VE BİLGİ**

ESL müşterileri için yemek deneyimi süreci, daha sonraki yemek yeme süreçlerinde onların tecrübesini bütünüyle etkilemekte, onlara yol göstermektedir. Müşteriler, ne kadar çok tecrübe kazanırlarsa, problemlerle karşılaşma olasılıkları da o kadar az olacak ve hatta daha az olumsuz duygusal tepkiler gösterecektir. Fakat dil engeli, müşterilerin İngilizce dil becerileri gelişinceye kadar devam edecektir.



Şekil 1. Nihai kavramsal model



Not: Oklar sıralı ilişkileri göstermektedir.

## SINIRLAMALAR VE GELECEK ÇALIŞMALAR

İngilizce özgün bir dildir. Özellikle Koreliler için, İngilizce bir yabancı dilden daha fazlası demektir. Kore eğitim sisteminde İngilizce zorunlu ders olarak okutulmaktadır. Bu nedenle Koreliler için İngilizce konuşamamak utanç olabilirken, iyi İngilizce konuşmak gurur kaynağı olabilmektedir. Bu çalışmanın kapsamını geliştirmek amacıyla gelecekteki çalışmalarda Koreli ESL müşteriler İngilizce konuşmayan diğer ülkelerde de gözlemlenebilir.

Koreliler, belirli kültürel özelliklere sahip Kuzey Doğu Asyalılardır. Korelilerin, yüksek güç mesafesi, toplumsallık duygusu ve saygınlık kazanma gibi ortak kültürel değerleri vardır. Gelecek çalışmalar, Koreli ESL müşterilerini İspanyol ESL müşterileri gibi farklı kültürel geçmişe sahip diğer ESL müşterileri ile karşılaştırarak kültürel faktörlerin dil engelini nasıl etkilediğini gözlemleyebilir. Bu çalışma için görüşülen kişiler, "saygınlığın yitirilmesi" ve "utanç duyma" gibi durumlara değinmiş, bu durumların da "şikâyetçi olmama" gibi davranışlarına yol açtığından bahsetmiştir. Ancak, İspanyol ESL müşterileri, "itibar kaybetme" konusunda Koreliler kadar endişeli olmayabilir veya "utançtan" ziyade "öfkeli" hissedebilir ve bu da onlarda "şikâyet etme" gibi farklı başa çıkma davranışlarına neden olabilir.

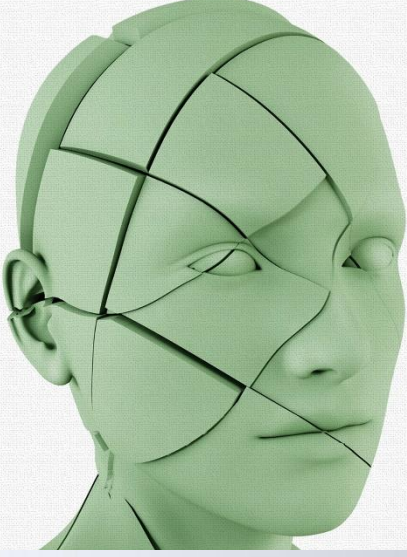
Son olarak, çalışma kapsamında görüşülen kişilerin, Kore'de yaşadıkları farklı seviyelerdeki yemek deneyimleri kadar ABD'de de farklı seviyelerde yemek deneyimleri yaşadıkları görülmüştür. Ayrıca kadın görüşmecilerin, erkeklere göre daha deneyimli olduğu görülmüştür.

#### KAYNAKÇA

- Adkin, N. R., & Ozanne, J. L. (2005). The Low Literate Consumer. *Journal of Consumer Research*, 32, 93-105.
- Bartel, C.A. (2001) 'Social Comparisons in Boundary-spanning Work: Effects of Community Outreach on Members' Organizational Identity and Identification', *Administrative Science Quarterly* 46: 379-413.
- Barker, S., & Haertel, C. E. J. (2004). Intercultural service encounters: an exploratory study of customer experiences. *Cross Cultural Management*, 11(1), 3-14.
- Brickson, S. (2000). The Impact of Identity Orientation on Individual and Organizational Outcomes in Demographically Diverse Settings. *Academy of Management Review*, 25(1), 82-101.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. Thousand Harper Row.
- Czinkota, R. C., & Ronkainen, L. (2002). *International Marketing*. Fort Worth, TX: Harcourt College Publishers.
- Dalton, M. and Chrobot-Mason, D. (2007) 'A Theoretical Exploration of Manager and Employee Social Identity, Cultural Values and Identity Conflict Management', *International Journal of Cross Cultural Management* 7(2): 169-83.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. K. (1967). *The discovery of grounded theory*. New York. NY: Aldine de Gruyter.
- Henderson, J.K. (2005) 'Language Diversity in International Management Teams', *International Studies of Management and Organization* 35(1): 66-82.
- Ho, D. Y. F. (1979). 'Psychological implications of collectivism: with special reference to the Chinese case and Maoist dialectics'. In Eckensberger, L., Lonner, J. and Poortinga, Y. H. (Eds), *Cross-Cultural Contributions to Psychology*. Lisse, Netherlands: Swets & Zeitlinger, 143-50.
- Ho, D. (1991). The concept of 'face' in the Chinese-American interaction. In: W.-C. Hu & C. L. Grove, eds. *Encountering the Chinese: a Guide for Americans*, pp. 111-124. Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.

- Imberti, P. (2007). Who resides behind the words? Exploring and understanding the language experience of the non-English speaking immigrant. *Families in Society*, 88(1), 67-73.
- Lauring, J. (2008). Rethinking social identity theory in international encounters: language use as a negotiated object for identity making. *International Journal of Cross Cultural Management*, 8, 343.
- Mattila, A. S. (1999). The role of culture and purchase motivation in service encounter evaluations. *Journal of Services Marketing*, 13(4/5), 376-389.
- Nkomo, S. M., & Cox T. H. (1996). Diverse Identities in Organization. In S. Clegg, C. Hardy and W. Nord (Eds), *Handbook of Organization Studies* (pp. 338-356). London, England: Sage Publications.
- Stauss, B., & Mang, P. (1999). "Cultural Shocks" in Inter-Cultural Service Encounters? *Journal of Services Marketing*, 13(4/5), 329-346.
- Stauss, A. L., & Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Tajfel, H. (1974). Social Identity and Intergroup Behavior. *Soc. Sci. Inf*, 13, 65-93.
- Tajfel, H., & Turner, J. M. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In W. G. Austin and S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 94- 109). Monterey, CA: Brooks-Cole.
- Van Maan, J. (1979). The fact of fiction in organizational ethnography. *Administrative Science Quarterly*, 24, 539-550.
- Viswanathan, M., Rosa, J. A., & Harris, J. E. (2003). Towards Understanding Functionally Illiterate Consumers. Unpublished working paper, Department of Marketing, University of Illinois, Urbana-Champaign, IL 61820.
- Warden, C. A., Liu, T. C., Huang, C. T., & Lee, C. H. (2003). Service failures away from home: benefits in intercultural service encounters. *International Journal of Service Industry management*, 14(4), 436-457.

TÜRK BİLİMKURGU  
EDEBİYATI  
VE ARKETİPLER  
DR. VELİ UĞUR



ZEYNÎ EFENDİ'NİN  
ENVÂRÜ'L HÜDÂ'SI  
ÜZERİNE  
DİL İNCELEMESİ

MURTADHA S. NAJMUDEEN



MAKSUT YİĞİTBAŞ

Edebiyatın Ebemkuşağı  
Halit Ziya Hikâyeciliğinde  
Renklerin Dili



Yazma Sanatı

Türkçe Doğru ve Etkili Yazma Teknikleri

Prof. Dr. Önder Göçgün

