



e-ISSN: 2458-7583

JOURNAL OF TOURISM THEORY AND RESEARCH

Volume: 6 – Issue:1 (January 2020)

- Creative drama method in tourism education: Student opinions on role in learning, course process, and mood
- Evaluation of ergonomic risks in hotel: The case of Van
- The perspectives of professional tourist guide towards foodie tourists: A qualitative research
- The effect of hotel employees' perception of compassion at work on organizational commitment
- A literature review on the applicability of augmented and virtual reality technologies in cultural heritage areas of Isparta province



Editors/Editörler

Dr. Mahmut DEMİR
Isparta University of Applied Sciences, Turkey

Dr. Şirvan Şen DEMİR
Süleyman Demirel University, Turkey

Contact / İletişim

Address/Adres: Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eğirdir-
ISPARTA - TÜRKİYE

Tel: +90 (246) 3133447

Fax: +90 (246) 3133452

E-mail: journalttr@gmail.com

web: <https://dergipark.org.tr/en/pub/jttr>

Unless otherwise indicated, all materials on these pages are copyrighted by the JTTR. All rights reserved. No part of these pages, either text or image may be used for any purpose. Therefore, reproduction, modification, storage in a retrieval system or retransmission, in any form or by any means, electronic, mechanical or otherwise, for reasons other than academic and scientific use, is strictly prohibited without prior written permission. JTTR is context of TÜBİTAK DergiPark Project.

Dergide yayınlanan makalelerin tüm yayın hakları JTTR'e aittir. Yayınlanan makaleler yayın kurulunun yazılı izni olmadan herhangi bir amaçla kısmen veya tamamen hiçbir şekilde elektronik, ya da basılı olarak kopya edilemez, çoğaltılamaz ve yayınlanamaz. Bilimsel ve akademik araştırmalar için kurallara uygun alıntı ve atıf yapılabilir. JTTR TÜBİTAK DergiPark Projesi kapsamındadır.

Legal Responsibility: The authors and translators are responsible for the contents of their paper.

Yasal Sorumluluk: Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına ve çevirmenlerine aittir.

EDITORIAL ADVISORY BOARD / YAYIN DANIŞMA KURULU

Ali Şükrü ÇETINKAYA, Selçuk University, TURKEY

Asım SALDAMLI, Mardin Artuklu University, TURKEY

Cihan COBANOGLU, University of South Florida Sarasota-Manatee, USA

Dogan GURSOY, Washington State University, USA

Celina MANITA, University of Porto, PORTUGAL

Ewa OZIEWICZ, University of Gdańsk, POLAND

Kevin NIELD, Sheffield Hallam University, UK

Kemal BİRDİR, Mersin University, TURKEY

Marianna SIGALA, University of South Australia, AUSTRALIA

Muzaffer UYSAL, Virginia Polytechnic Institute & State University, USA

Oktay EMİR, Anadolu University, TURKEY

Ljudmil GEORGIEV, New Bulgarian University, BULGARIA

Ozan BAHAR, Muğla S. Koçman University, TURKEY

Juan José Padial BENTICUAGA, University of Málaga, SPAIN

Yina Donald ORGA, The Federal Polytechnic, NIGERIA

Yusuf AYMANKUY, Balıkesir University, TURKEY

Zerrin Toprak KARAMAN, Dokuz Eylül University, TURKEY

Focus and Scope: *Journal of Tourism Theory and Research* is a peer-reviewed online journal which publishes original research papers. *JTTR* welcomes submissions related to academic and scientific practices, approaches, applied research studies, critical reviews on major issues, development of new technologies and tools in tourism in English or Turkish.

Peer Review Process: All submitted manuscripts by author(s) are subject to initial appraisal by the section editors to peer review as a double-blind by at least two independent and expert referees. For the article to be published, at least two referees agree on the publication of the work.

Indexes & Databases:

OAJI- Open Academic Journals Index

ESJI - Eurasian Scientific Journal Index

ISI - International Scientific Indexing

DRJI - Directory of Research Journals Indexing

SIS - Scientific Indexing Services

JournalSeek

SOBIAD

Odak ve Kapsam: *Journal of Tourism Theory and Research* orijinal araştırma makalelerini yayınlayan hakemli online bir dergidir. *JTTR* turizm ile ilgili araştırmalar, kuramsal çalışmalar, uygulamalar, yaklaşımlar, önemli konularda kritik yorumlar, yeni teknolojilerin ve araçların geliştirilmesini içeren akademik ve bilimsel içeriğe sahip İngilizce veya Türkçe hazırlanmış makaleleri kabul etmektedir.

Değerlendirme süreci: Yazar(lar) tarafından gönderilen çalışmalar öncelikle bölüm editörleri tarafından değerlendirilerek alanından uzman ve birbirinden bağımsız, yazarlarla akademik olarak eş düzeydeki en az iki hakeme gönderilmektedir. Makalenin yayımlanması için en az iki hakemin olumlu görüş bildirmesi şarttır.

İndeks ve Veri tabanları:

OAJI- Open Academic Journals Index

ESJI - Eurasian Scientific Journal Index

ISI - International Scientific Indexing

DRJI - Directory of Research Journals Indexing

SIS - Scientific Indexing Services

JournalSeek

SOBIAD

Cover-Contents / Kapak-İçindekiler

i-v

Research article/Araştırma makalesi

Turizm eğitiminde yaratıcı drama yöntemi: Öğrenmedeki rolüne, ders sürecine ve duygu durumuna yönelik öğrenci görüşleri

Tuğçe ÖZOĞUL, Semra GÜNAY AKTAŞ, Hakan SEZEREL, Ömer ADIGÜZEL 1-19

Research article/Araştırma makalesi

Otel işletmelerinde bulunan ergonomik risklerin değerlendirilmesi: Van örneği

Sağbetullah MERİÇ, Öznur BOZKURT, Barış KAYMIŞ 20-34

Research article/Araştırma makalesi

Profesyonel turist rehberlerinin foodie turist tipine bakış açıları: Nitel bir araştırma

Nilgün DEMİREL, Ezgi KIRICI TEKELİ 35-46

Research article/Araştırma makalesi

Otel işletmelerinde çalışanların iş yerindeki şefkate ilişkin algılarının örgütsel bağlılıklarına etkisi

Zeynep ALBAYRAK, Dilek ATÇI 47-61

Review article/Derleme makale

Artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojilerinin Isparta ilinin kültürel miras alanlarında uygulanabilirliği üzerine bir literatür taraması

Fatma Doğanay ERGEN 62-74

Creative drama method in tourism education: Student opinions on role in learning, course process, and mood

Tuğçe Özoğul¹, Semra Günay Aktaş², Hakan Sezerel³, Ömer Adıgüzel⁴

Abstract

This research aims to reveal the opinions of the students of tourism education about the role of creative drama method in learning, course process and mood. The creative drama sessions prepared for the subjects in the hotel management course were conducted for a total of 11 weeks and 33 hours during a course period. The data of the research are participant diaries written by the students during the course period; At the end of the semester, students' letters and semi-structured questions were obtained through face-to-face interviews. Content analysis was applied to the collected data by using a qualitative research approach. As a result of the analysis, students' opinions; learning, lesson process, and mood. As a result of the research, the creative drama method provides a suitable ground for vocational education and the method can be used in other courses. In the effective field, the students stated that their creative method was willing and willing to participate in the lessons and they felt happy, comfortable and confident during the course.

Keywords: Tourism education, creative drama, hotel management, experiences-based learning.

Turizm eğitiminde yaratıcı drama yöntemi: Öğrenmedeki rolüne, ders sürecine ve duygu durumuna yönelik öğrenci görüşleri⁵

Öz

Bu araştırmanın amacı, turizm eğitimi alan öğrencilerin yaratıcı drama yönteminin öğrenmedeki rolüne, ders sürecine ve duygu durumuna ilişkin görüşlerini ortaya koymaktır. Otel yönetimi dersindeki konulara yönelik hazırlanan yaratıcı drama oturumları bir ders dönemi boyunca toplamda 11 hafta olmak üzere 33 saat uygulanmıştır. Araştırmanın verileri ders dönemi boyunca öğrencilerin yazdıkları katılımcı günlükleri; ders dönemi sonunda öğrencilerin yazdıkları mektuplar ve yarı yapılandırılmış sorularla öğrencilerle yüz yüze gerçekleştirilen görüşmeler aracılığıyla elde edilmiştir. Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımından yararlanılarak toplanan verilere içerik analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda öğrenci görüşleri; öğrenme, ders süreci ve duygu durumu temaları altında toplanmıştır. Araştırma sonucunda, yaratıcı drama yönteminin mesleki eğitim konusunda elverişli bir zemin sunduğu ve yöntemden başka derslerde de yararlanılabileceği öne çıkmaktadır. Duyuşsal alanda, öğrenciler, yaratıcı yönteminin derslere seveerek ve isteyerek katıldıklarını ve ders sürecinde kendilerini mutlu, rahat ve özgüvenli hissettiklerini belirtmiştir.

Anahtar kelimeler: Turizm eğitimi, yaratıcı drama, otel yönetimi, yaşantılara dayalı öğrenme

Received date / Gönderilme tarihi : 22.10.2019

Accepted date / Kabul edilme tarihi : 01.12.2019

Alıntı için: Özoğul, T., Günay Aktaş, S., Sezerel, H., Adıgüzel, Ö. (2020). Turizm eğitiminde yaratıcı drama yöntemi: öğrenmedeki rolüne, ders sürecine ve duygu durumuna yönelik öğrenci görüşleri. *Journal of Tourism Theory and Research*, 6(1), 1-19.

¹Dr., Anadolu Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği ABD, Eskişehir, Türkiye, tugceozogul@hotmail.com

²Sorumlu yazar, Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşl. Böl. Eskişehir, Türkiye, semragunay@anadolu.edu.tr

³Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşl. Böl. Eskişehir, Türkiye, hakansezerel@anadolu.edu.tr

⁴Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi, Güzel Sanatlar Bölümü, Ankara, Türkiye, e-mail: oadiguzel@ankara.edu.tr

⁵Bu çalışma, 26-28 Eylül tarihlerinde Mersin'de düzenlenen '3. Uluslararası Turizmin Geleceği; İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi'nde sunulan 'Turizm Eğitiminde Yaratıcı Drama Yönteminin Öğrenmedeki Rolü' başlıklı bildirinin genişletilmiş halidir.

1. Giriş

Turizm öğretiminde ağırlıklı olarak düz anlatım yönteminden yararlanılmaktadır. Doğası gereği öğretmen merkezli olan bu yöntemde, öğrenciler pasif dinleyici konumunda kalmakta ve öğrendikleri bilgilerin kalıcılığı azalmaktadır. Bu doğrultuda; öğrencileri pasif dinleyici konumundan kurtaracak, öğrencilerin yaparak, yaşayarak ve eğlenerek öğrenebilecekleri öğretim yöntemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bir eğitim/öğretim yöntemi olarak yaratıcı drama ise, bu ihtiyacı karşılayabilecek olanaklar sunmaktadır. Drama yaşantıları, deneyime dayalı olarak öğrenmenin merkezine öğrenciyi koymakta ve ders içeriğinin belirlenmesinde ve irdelenmesinde öğrenciye merkezi bir rol vermektedir. Eğitimde dramanın öğrenme yolu olarak en önemli varlığı; bilişsel, duyuşsal, sosyal ve devinışsel yetilerle bütünleşmiş olmasıdır. Pek çok öğrenme biçiminde bulunan çeşitli beceriler, eğitimde dramada katılım yoluyla elde edilebilmektedir (Adıgüzel, 2007, s. 23).

Bu araştırmanın amacı, turizm eğitimi alan öğrencilerin yaratıcı drama yönteminin öğrenmedeki rolüne, ders sürecine ve duygu durumuna ilişkin görüşlerini ortaya koymaktır. Turizm İşletmeciliği Bölümlerinde genellikle teorik eğitim verildiği ve uygulamalı derslerin sınırlı olduğu görülmektedir (Zencir, 2017, s. 25). Uygulamalı eğitim ve öğretim bakımından sınırlı olanaklara sahip olan (Soybalı ve Bayraktaroğlu, 2013, s. 195; Polat Üzümcü, 2015, s. 146; Zencir, Çoşkun ve Günay Aktaş, 2016, s. 1040; Polat Üzümcü ve Alyakut, 2017, s. 81; Zencir, 2017, s. 25), turizm bölümlerinde verilen eğitim ve öğretimde yaratıcı drama yönteminin öğrenmede etkisinin olup olmadığını, öğrencilerin ders sürecine yönelik görüşlerinin neler olduğunun ve derslerde yaşadıkları farklı duygu durumlarının incelenmesi önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda, bu araştırmanın Turizm İşletmeciliği Bölümlerinde uygulamalı ders sayısının artmasını ve öğrencilerin meslek hayatlarına atılmadan önce öğrenmeleri gereken temel mesleki bilgileri öğrenmelerine olanak sağlayan farklı öğretim yöntemlerinin kullanılmasını teşvik etmesi açısından turizm eğitimine ve alanyazındaki bilgi birikimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Literatür

Yaratıcı drama, bir grubu oluşturan üyelerin yaşam deneyimlerinden yola çıkarak, bir amacın, düşüncenin, doğaçlama, rol oynama gibi tekniklerden yararlanarak

canlandırılmasıdır (Adıgüzel, 2016, s. 41). Yaratıcı drama; özellikleri ve çok yönlü işlevselliği nedeniyle sınıf dışındaki amaçlara uygun her türlü ortamlarda özellikle yaşantılara dayalı öğrenmeyi gerçekleştirmede etkili bir yöntem ve disiplindir. Bireylerin gerçek dünya ile kurgusal dünya arasında gidip gelmelerini olanaklı kılan yaratıcı drama, sınıf içi ya da düşünülen pek çok sınıf dışı öğrenme ortamlarında etkili olmaktadır (Adıgüzel, 2006, s. 33). İnsan ilişkilerinin odak noktası olduğu turizm sektörü ile ilişkili eğitiminde yaratıcı drama gibi yaşantılara dayalı bir öğretim yönteminin uygulanmasıyla otel yönetimi gibi temel mesleki bilgilerin sunulduğu bir derste yer alan konuları öğrenmeleri meslek hayatlarına hazırlanmaları için önemlidir. Otel yönetimi dersinde öğrencilerin temel teorik bilgileri yaşayarak ve yaparak öğrenmeleri, ezberci sistemin yarattığı eksikliğin giderilmesine olanak sağlayacaktır.

Turizm eğitimi ile ilişkili alanyazın incelendiğinde turizm ve yaratıcı drama ile ilişkili olarak yapılan çalışmaların (Armstrong, 2003; Bil, 2012; Urdal ve Sü Eröz, 2016; Sezerel, 2017; Benjamin ve Kline, 2019; Sezerel ve Özoğul, 2019) sınırlı sayıda olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu çalışmalar, rol oynama tekniğinin sürdürülebilir turizm yönetimi konusunda mesleki becerilerin öğretilmesinde etkili olup olmadığını belirlenmesine (Armstrong, 2003) ve okullarda verilen turizm eğitiminden ziyade sektör çalışanlarına yönelik olarak (Bil, 2012; Urdal ve Sü Eröz, 2016) gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, yaratıcı drama yöntemine yönelik görüşlerin belirlenmesi ve yöntemin etkililiği üzerine bir çalışma da Sezerel (2017) tarafından yapılmıştır. Doğaçlama tekniğinin bireylerin güven duymalarının ve işbirlikçi öğrenme ortamlarının iyileştirilmesinde etkisine yönelik olarak yapılan diğer bir çalışmayı da Benjamin ve Kline (2019) gerçekleştirmiştir. Sezerel ve Özoğul (2019) ise uzman mantosu yaklaşımının turist rehberliği eğitiminde uygulanabilirliğini tartışarak, öğrencilerin uzman mantosu yaklaşımı tabanlı derslere yönelik algılarını incelemiştir. Bu bilgiler ışığında, turizm alanında mesleki eğitim ve öğretimde alternatif bir yaklaşım olarak yaratıcı drama ile ilgili araştırmalara ihtiyaç duyulduğu gözlenmektedir.

3. Yöntem

Yaratıcı dramanın bir öğretim yöntemi olarak kullanıldığı bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımından

yararlanılmıştır. Araştırma Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü dördüncü yarıyılında zorunlu olarak okutulan otel yönetimi dersini yaratıcı drama yöntemi ile alan öğrencilerin tamamı (N=14) ile gerçekleştirilmiştir. Bu dersin seçilmesinin nedeni, otel yönetimi dersinin alan için gerekli bilgi ve donanımı kazandırabilecek temel mesleki bir ders olmasıdır. Deneysel müdahale süreci öncesinde araştırmacı, yaratıcı drama eğitmenliği kursu 1.; 2.; 3.; 4. ve 5. aşama programlarına katılmış ve eğitimini tamamlamıştır. Otel yönetimi dersinde yer alan konulara yönelik olarak hazırlanan yaratıcı drama oturumları 2017-2018 Bahar döneminde bir ders dönemi boyunca 07.02.2018 - 11.05.2018 tarihleri arasında toplamda 11 hafta olmak üzere 33 saat uygulanmıştır.

Ders dönemi boyunca öğrencilerin yazdıkları katılımcı günlükleri; ders dönemi sonunda öğrencilerin yazdıkları mektuplar ve yarı yapılandırılmış sorularla öğrencilerle yüz yüze gerçekleştirilen görüşmeler aracılığıyla elde edilen veriler Maxqda nitel programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada tümevarımsal içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizi, değişkenler veya temalar arasındaki tutarlı kalıpları ve ilişkileri belirlemek için nitelikli bir metinsel veriyi benzer gruplara veya kavramsal kategorilere sınıflandırma işlemi olarak tanımlanmaktadır (Julien, 2008, s. 120). Tümevarımsal çözümleme, araştırmacıya ön bir hipotez olmadan veriyi inceleme fırsatı vermektedir. Keşfedilecek ne varsa onu keşfetme anlayışına ilişkin olan bu açıklık

nitel araştırmaya özgü bir şey olarak betimlenmektedir. Bu durum araştırmacının gerçeği olduğu gibi keşfetmesine izin vermektedir (Patton, 2002'den aktaran, Best ve Kahn, 2017, s. 266). Nitel verilerin analizinde ses kayıtlarının, mektupların ve katılımcı günlüklerinin bilgisayar ortamında yazılı metne dönüştürülmesinden sonra yazılı metinler araştırmacı tarafından tekrar tekrar okunmuş, analiz aşamasına geçilmiştir. Katılımcıların gerçek isimleri kullanılmamıştır. Katılımcılar K1, K2, ... , K14 şeklinde kodlanmıştır. Sonrasında elde edilen kodlamalar nitel veri analizi alanında uzman olan bir araştırmacıya okutulmuş yapılan analizler yeniden ele alınmış, görüş birliğine varılarak son haline getirilmiştir.

Bu araştırmada Gibbs'in (2007) önerdiği nitel güvenilirlik stratejilerinden olan yazılı metinlerin kontrolü, kodların kontrolü, ekip içi araştırma, bağımsız araştırmacı kontrolü uygulanmıştır (Creswell, 2009, s. 190). Diğer yandan, geçerlilik, nitel araştırmanın güçlü yönlerinden biridir ve bulguların araştırmacının, katılımcının veya okurların açısından doğru olup olmadığının belirlenmesine dayanmaktadır (Oreswell ve Miller, 2000'den aktaran Creswell, 2009, s. 191). Araştırmada kullanılan Creswell'in (2009, s. 191) önerdiği geçerlik stratejileri şunlardır: üçgenleme, detaylı açıklama, yanlılığın netleştirilmesi, olumsuz veya gizli bilginin sunumu, alanda uzun zaman geçirilmesi, akran/meslektaş değerlendirmesi.

Tablo 1. Öğrencilerin demografik ve davranışsal özellikleri

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	9	64,3
	Erkek	5	35,7
Turizm sektöründe çalıştınız mı?	Evet	4	28,6
	Hayır	10	71,4
Staj yaptınız mı?	Evet	2	14,3
	Hayır	12	85,7
Daha önce yönetim konulu herhangi bir ders aldınız mı?	Evet	6	42,9
	Hayır	8	57,1
Daha önce yönetim konulu bir seminere katıldınız mı?	Evet	0	0
	Hayır	14	100
Daha önce işletme veya yönetim ve organizasyon ile ilişkili bir bölümde okudunuz mu?	Evet	0	0
	Hayır	14	100
Otel yönetimi dersini kaç kez aldınız?	İlk kez	14	100
	İkinci kez ve üstü	0	0
Daha önce yaratıcı drama yöntemi ile karşılaştınız mı?	Evet	0	0
	Hayır	14	100

4. Bulgular

4.1. Öğrencilerin demografik ve davranışsal özellikleri

Tablo 1’de görüleceği üzere, öğrencilerin 9’u kadın, 5’i erkektir. Öğrencilerin turizm sektöründe çalışma durumuna bakıldığında, %28,6’sının sektörde daha önce çalıştığı görülmektedir. Ayrıca, öğrencilerin büyük bir bölümü (%85,7) staj yapmamıştır.

Öğrencilerin daha önce yönetim konulu herhangi bir ders alıp almama durumları incelendiğinde, 6’sının ders öncesinde yönetim konulu herhangi bir ders aldığı anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin daha önce yönetim konulu bir seminere katılma durumuna bakıldığında, öğrencilerin tamamının ders öncesinde yönetim konulu bir seminere katılmadığı görülmektedir. Öğrencilerin daha önce işletme veya yönetim ve organizasyon ile ilişkili bir bölümde okuyup okumadıkları incelendiğinde, yine öğrencilerin tamamının ders öncesinde işletme veya yönetim ve organizasyon ile ilişkili bir bölümde okumadıkları anlaşılmıştır. Öğrencilerin otel yönetimi dersini kaçınıcı kez aldıklarına yönelik yanıtlara bakıldığında, öğrencilerin tamamının otel yönetimi dersini ilk kez aldıkları görülmüştür. Son olarak, daha önce yaratıcı drama yöntemi ile karşılaşmış öğrencilerin tamamı derslerde uygulanacak yöntemle karşılaşmadıklarını belirtmişlerdir.

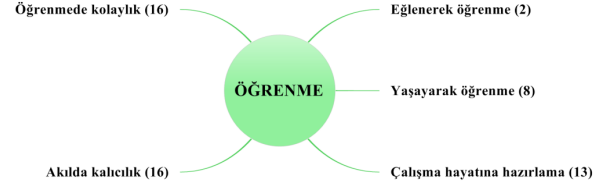
4.2. Görüşmelerden elde edilen temalar

4.2.1. Öğrenme teması

Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre öğrenciler, geleneksel olarak uygulanan düz anlatım yöntemine kıyasla derste uygulanan yaratıcı drama yönteminin öğrenmede kolaylık sağladığını ve derste öğrenilen konuların akılda kalıcı olduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte, derste yapılan etkinliklerin herhangi bir otel işletmesinde çalıştıkları zaman karşılaşabilecekleri durumları içermesi nedeniyle çalışma hayatına hazırlamada katkı sağladığını belirtmişlerdir. Son olarak, öğrenciler uygulanan yöntem aracılığıyla yaşayarak ve aynı zamanda eğlenerek öğrendiklerini ifade etmiştir. Bu doğrultuda ortaya çıkan *öğrenme temasına* ilişkin kodlara şekil 1’de verilmiştir.

Öğrencilerin konuyla ilgili görüşleri şu şekildedir:

K1: “Ama onun dışında liderlik olsun, yöneticilik olsun, o tip şeyleri drama yöntemiyle akılda kalıcı bir şekilde öğrenebiliyoruz. Bu açıdan drama gayet güzel oluyor, eğlenceli oluyor.”



Şekil 1. Görüşmelerden elde edilen öğrenme teması

K2: “Daha kalıcı ve anımsatıcıydı çoğu konuda. ... Konuları öğrendim. Yaşayarak öğrendim daha doğrusu. ... Bunlarla benim aklımda kalıcı oldu ders için. ... Öğrenme konusunda tamamen öğrendiğimi düşünüyorum. ... Derste öğrendiklerimizin yararı olacağını ve bir gün karşıma çıkacağını düşünüyorum.”

K4: “Ama daha sonrasında dersi etkileşimli olarak işlediğimiz zaman yani benim açımdan en azından dersi daha iyi anlamama yardımcı oldu. Görsel bir hafızayla sınavlarda başarılı olabiliyorum. Bunda bana etkisi oldu. ... Sınavda soruları gördüğüm zaman o sorulara ilişkin bizim yaptığımız canlandırmalar gözümün önüne geldi. ... Ve bunları görerek sınavda da en yüksek notu almıştım ve hiç kitap almadan ben sınavı girdim.”

K5: “Öğrencinin daha aktif katıldığı bir süreç işlendiği için bence daha akılda kalıcı ve öğrenciler konuları daha çok sindirebiliyor. Haftalar sonra bile bir konuyu hatırlayabiliyor.”

K6: “Ama uygulamaya geldiğimizde illa aklınızda kalıyor. Çünkü kendiniz yaptınız. Rol icabı olsa da o anı yaşadınız. ... Herhangi bir sorunu ya da alınması gereken dersi, daha kalıcı oluyor.”

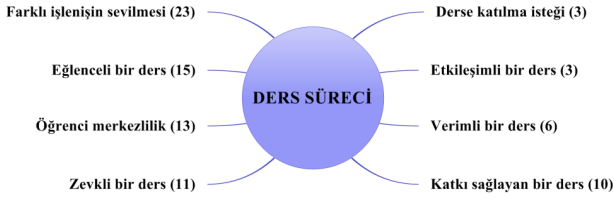
K9: “Bunu drama şeklinde işlediğimizde gerçek hayata bence daha uygun oluyor. Çünkü gerçek hayatta da pratikte öğreniyoruz. ... Tamamen gerçek hayattaki durum. ... Çünkü ben daha önce hiç çalışmamıştım. Burada bire bir deneyimleyince daha iyi oluyor.”

K16: “Aynı zamanda eğlence olsun, hem eğlenerek aynı zamanda öğrenebildim. ... Aslında şöyle tam olarak normalde ezber yaptığımda bakarak ezberlemek yerine burada daha kalıcı olduğunu düşünüyorum. ... Örneğin bir sınavı girdiğimde burada yaptığım dramalar aklıma geldiğinde hemen kendi yaptığım dramaların, genel olarak tabii etrafımdaki insanların da çok kaldı aklımda.”

4.2.2. Ders süreci teması

Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre öğrenciler, geleneksel olarak uygulanan düz anlatım yöntemine kıyasla derste uygulanan yaratıcı drama yöntemini “farklı” olması nedeniyle sevdiklerini belirtmişlerdir. Yaratıcı drama yönteminin uygulandığı dersin;

öğrenciye katkı sağlayan, etkileşimli ve öğrenci merkezli bir ders olduğu konusunda görüş bildirmişlerdir. Ayrıca, yaratıcı drama yönteminin uygulandığı dersin eğlenceli ve zevkli bir ders olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun yanında, ders sürecinin verimli olduğunu ve derse katılma isteği uyandıran bir yöntem kullanıldığını da eklemişlerdir. Öğrencilerin görüşleri doğrultusunda oluşturulan *ders süreci temasına* ilişkin kodlar şekil 2’de sunulmuştur.



Şekil 2. Görüşmelerden elde edilen ders süreci teması

Konuyla ilgili öğrenci görüşleri şu şekildedir:

K2: “*Bu ders diğer derslere göre daha interaktif geçen bir ders. ... Ama böyle olduğu zaman ister istemez kendimi dersin içinde buldum ve derse katılmak istedim. ... Onun dışında zamanla dersin eğlencesi, oyunların bizi etkisi altına alması ve daha sonra yaptıklarımızın bizim hoşumuza giden şeyler olması derste eğlendirdi, düşündürdü.*”

K5: “*Öğrencinin daha aktif katıldığı bir süreç işlendiği için bence daha akılda kalıcı ve öğrenciler konuları daha çok sindirebiliyor. ... Çünkü öğrenci merkezli, dersin öznesi öğrenci olduğu için daha aktif sorulabiliyorsun dersi, konuları. ... Öncelikle ben keyif alıyorum kendi adıma. Diğer derslerden ziyade, diğer derslerle sürekli karşılaştırıyorum çünkü diğer derslere göre tek farklı ders bu. Drama olarak işleniyor. Öğrencinin arkada oturup sus pus kaldığı derslere nazaran bu ders biraz daha farklı.*”

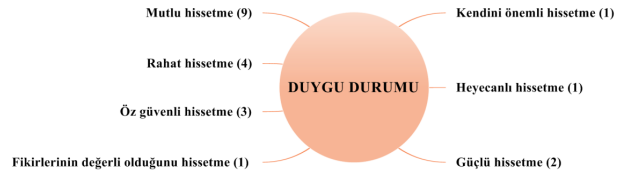
K6: “*Bu zamana kadar üniversite hayatımda en çok zevk aldığım derslerden biridir. ... Çünkü öğrenciye dayalı bir ders. ... Her şey kendimize, öğrenciye dayalı olduğu için bilgileri kendimiz sentezleyip ortaya koyuyoruz. ... Arkadaşlarımızla gülüyoruz, eğleniyoruz. ... O yüzden ilk defa zevkli ve verimli bir ders geçirdim ben. ... Uygulamalı ders daha etkili oluyor. Ki bizim gibi Turizm İşletmeciliği öğrencileri insanlarla iç içe olacağız. İletişim halinde olacağız. O yüzden ez-*

bere dayalı sistemden çıkıp, kendimizi geliştirip, insanlarla ilişkilerimizi ve iletişimimizi geliştirip, sektöre atılmamız daha mantıklı.”

K15: “*Bu şekilde uygulamalı yapmamız normal ders işlenmesine göre bence daha verimli oldu.... Başta biraz daha derste, hep böyle daha iyi olduğunu düşündüm normal ders anlatma şekline göre. Çünkü biz de katılabiliyoruz. Siz sorular soruyorsunuz. Biz bir şeyler yapıyoruz. ... Eğlendim. ... Çünkü normal ders işlenme şekline göre daha hoşuma gitti benim. Daha çok katılım sağlayabildik.*”

4.2.3. Duygu durumu teması

Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre öğrenciler, yaratıcı drama yöntemin uygulandığı derslerde mutlu, rahat, özgüvenli, güçlü ve heyecanlı hissettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, uygulama sürecinde fikirlerinin değerli olduğunu ve kendilerini önemli hissettiklerini de ifade etmişlerdir. *Duygu durumu temasına* ilişkin kodlar şekil 3’te sunulmuştur.



Şekil 3. Görüşmelerden elde edilen duygu durumu teması

Konuyla ilgili öğrenci görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

K1: “*Kendimi biraz otoriter ve güçlü hissettirdi fikirlerimi kabul ettirdiğim şeylerde.*”

K3: “*Arkadaşlarımla daha kolay iletişim kurabildiğimi fark ettim. Bu daha rahat hissetmeme sebep oldu.*”

K4: “*Çekingenliğimi attım. Kendimi daha öz güvenli hissediyorum. En azından derse gelirken korkarak gelmiyorum başlarda olduğu gibi. ... Onlarla bir şeyler paylaşmaktan mutlu oluyorum. Derse de seyerek geliyorum zaten.*”

K7: “*Çok konuşkan biri değildim. Hala da öyleyim de. Hani bu şekilde biraz daha kendimi ifade etmekte güçlü hissediyorum. Biraz daha özgüven olarak kendimi tanıtmaya açılsından iyi oldu.*”

K8: “Zaten ben daha öncede drama ile ilgili ilk başta duyduğumda baya dikkatimi çekmişti, mutlu etmişti beni. ... Açıkçası benim fikirlerimin de önemli olduğunu, kendi fikirlerimin de arkadaşlarım tarafından izlenmesi, dinlenmesi şey hissettirdi, benim fikirlerimin de bir değeri var. İnsanlar bunu önemsiyor.”

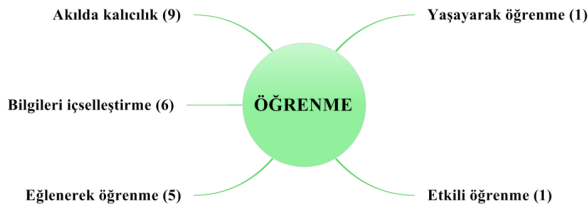
K9: “Beni daha mutlu ediyor. Açıkçası buraya sevinerek geliyorum.”

K11: “Aşlında yaparken insanların karşısına geçip, bir şey düşünüyorsun, düşündüğünü de sergiliyorsun. Onu sergilerken heyecan, onların karşısında doğru bir şeyler yapmaya çalışıyorsun. Ve bu kendini biraz da olsa önemli hissettiriyor. Çünkü dersin merkezinde sen oluyorsun.”

4.3. Mektuplardan elde edilen temalar

4.3.1. Öğrenme teması

Öğrencilerin yazdığı mektuplar incelendiğinde öğrenciler; yaratıcı drama yönteminin uygulandığı otel yönetimi dersinde eğlenerek ve yaşayarak öğrendiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, öğrenciler, yöntemin bilgilerin içselleştirilmesini sağladığını, daha akılda kalıcı olduğunu ve yöntemin etkili bir öğrenme biçimi oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Öğrenme temasına ilişkin kodlara şekil 4’te yer verilmiştir.



Şekil 4. Mektuplardan elde edilen öğrenme teması

Öğrencilerin konuyla ilgili görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

K1: “Her bir konunun etkinlikleri konuyla alakalıydı ve konuyu tekrar çalıştığımızda o yaptığımız etkinlikler aklıma geldi. Akılda kalıcı olması yarın öbür gün işe girdiğimde de etkisini göreceğimden eminim.”

K2: “Her konunun ilkesini canlandırmak, elimizdeki küçükük kağıtlardaki bilgileri içselleştirmek çok kalıcıydı.”

K3: “Ama drama yöntemi ile al bence. Neden diye sorarsan eğlenirken öğreniyorsun. ... Yaptığın canlandırmalar aklında elbet bir şeyler kalmasını sağlayacak.”

K6: “Bu yöntem ile bazı konular gerçekten çok iyi anlaşılıyor. Çünkü kendini bir adamın (örneğin Gantt) onun yerine koyarak yaptığı çalışmalarını anlamana yardımcı oluyor.”

K11: “Bu yöntemlerin daha akılda kalıcı, daha eğlenceli ve daha öğretici olduğunu vurgularım.”

K12: “Ders eğlenceli ve bilgilendirici geçiyor. ... Yapılan doğaçlamalarla derste işlenenler aklımızda kalıyor ve etkili bir öğrenme biçimi ortaya çıkıyor.”

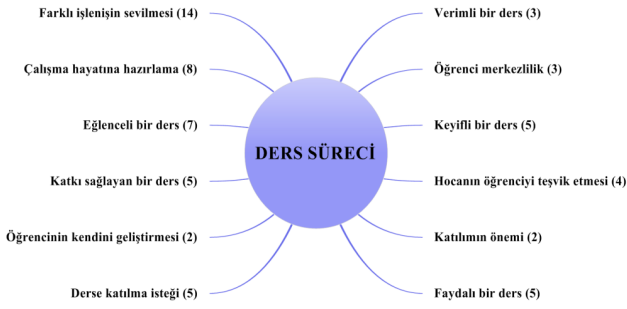
K17: “Drama olarak alırsan eğer dersi senin de benim gibi eğlenerek ve işlenen konuyu yaşayarak öğrenmek hoşuna gidecektir.”

4.3.2. Ders süreci teması

Mektuplar incelendiğinde öğrenciler; yaratıcı drama yönteminin uygulandığı otel yönetimi dersinin eğlenceli ve keyifli bir ders olduğunu vurgulamışlardır. Ayrıca öğrenciler dersin faydalı, verimli, öğrenciye katkı sağlayan, öğrencinin kendini geliştirmesini olanaklı kılan ve öğrenciyi çalışma hayatına hazırlayan bir ders olduğunu ifade etmişlerdir. Geleneksel olarak kullanılan düz anlatım yöntemine kıyasla yaratıcı drama yönteminin uygulanmasıyla farklı işleniş yöntemini sevdiğini ve derse katılma isteği duyduklarını ifade eden görüşler de mevcuttur. Öğrenciler, ders sürecinde dersin öğretim üyesi ve öğrenciler arasında hiyerarşiden uzak ilişkilerin kurulmasıyla birlikte öğretim üyesinin öğrenciyi teşvik ettiğini belirtmişlerdir. Son olarak öğrenciler, dersin öğrenci merkezli olması nedeniyle derse katılımın önemli olduğu konusunda görüş bildirmişlerdir. Bu doğrultuda ortaya çıkan ders süreci temasına ilişkin kodlara şekil 5’te yer verilmiştir.

Konuyla ilgili öğrenci görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

K2: “Genel olarak otel yönetimi dersini değerlendirmemi istersen; her şeyden önce bir turizm öğrencisinin almasında çok fayda yaratacak. ... Dersin güzelliği de drama olmasıydı. Aşlında hayatında hiç drama yapmamış ben ve benim gibi arkadaşlarım kendimize çok şey kattık. ... Derste ki ısınma çalışmaları çok keyifliydi. ... Aktif katılıp kendin öğrenirsin. Yanlıklarını anlamadığın yerde o an görür düzeltirsin.”



Şekil 5. Mektuplardan elde edilen ders süreci teması

K5: “Başta çok önyargılı yaklaşmıştım. Ben ki içine kapanık bir insanım. Yapamam diye düşünmüştüm. Sonra ilk derse katıldım. Çok keyif aldım. İkinci derse giderken daha istekli ve keyifli gitmeye başladım derse. ... Otel yönetimi dersinin bana kattığı çok fazla şey oldu. ... Ve bu tarzda bir ders daha olsa kesinlikle düz anlatıma tercih ederdim.”

K6: “Herkesin derse katılımını sağlıyor. ... Kendini geliştirmene, arkadaşlarıyla iletişim kurmana yardımcı oluyor. ... Bir de ileride otelde çalışacağımız için orada karşılaşılabileceğimiz sorunları, müşteri ile olan ilişkileri nasıl kuracağımız konusunda bize çok bilgi vermiş oldu. ... Dersler çok eğlenceli, etkili ve verimli geçti bence.”

K8: “Dersin hoca-öğrenci arasındaki hiyerarşik ilişkilerden uzak yatay örgütlenme yapısı ile işlenmesi eğlenerek öğrenmemizi ve olaylara durumsal bakabilmemizi sağladı.”

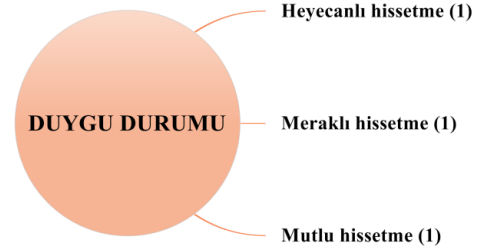
K9: “Diğer dersler gibi hocanın anlattığı öğrencinin dinleyip çıktığı verimsiz derslere kıyasla öğrenci ağırlıklı bir ders. ... Otel yönetimi dersinde hem oluşabilecek sorunların provasını, nasıl bir çözüm yolu izlememiz gerektiğini öğrendik. Sadece bir ders olarak görmeyip bizi hayata hazırlayan bir dersti.”

K12: “Ben otel yönetimi dersini drama teknikleriyle öğrendim ve arkadaşşıma kesinlikle bu dersi almasını tavsiye ederim. ... Ders eğlenceli ve bilgilendirici geçiyor, yapılan hikayelerle derste işlenenler aklımızda kalıyor ve etkili bir öğrenme biçimi ortaya çıkıyor. ... Katılım çok önemli.”

K17: “Bir şeyi isteyerek öğrenmek için drama yönteminden güzel bir yöntem olduğunu düşünmüyorum. ... Keyifli, verimli ve eğlenceli geçen bir dersti. ... Eğer dersi alırsan sabah ‘Of ya yine mi okul?’ demeyeceksin. Hemen okula gelip otel yönetimi dersine girmek isteyeceksin.”

4.3.3. Duygu durumu teması

Mektuplardan elde edilen bulgulara göre öğrencilerden bazıları; yaratıcı drama yönteminin uygulandığı otel yönetimi dersinde yaşadıkları duygu durumlarıyla ilişkili olarak mutlu, meraklı ve heyecanlı hissettiklerini ifade etmişlerdir. *Duygu durumu temasına* ilişkin kodlara şekil 6’da yer verilmiştir.



Şekil 6. Mektuplardan elde edilen duygu durumu teması

Konuyla ilgili öğrenci görüşleri şu şekildedir:

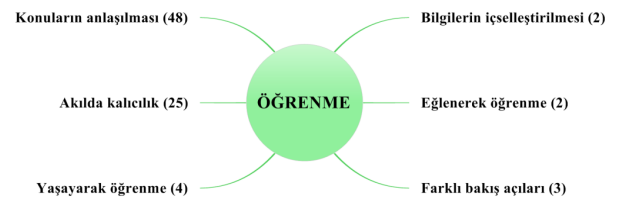
K1: “Dramayla akılda kalıcı olmasından çok mutluyum.”

K5: “Her haftanın sonunda diğer hafta nasıl bir etkinlik yapacağız diye düşünerek merakla gitmeye başladım. ... Her derse heyecanla gittim.”

4.4. Katılımcı günlüklerinden elde edilen temalar

4.4.1. Öğrenme teması

Öğrencilerin 11 hafta süren uygulama sürecinde her dersin sonunda yazdıkları katılımcı günlüklerinden elde edilen bulgulara göre öğrenciler kullanılan yaratıcı drama yöntemi ile konuların anlaşılabilirliğini, akılda kalıcı olduğunu ve yöntemin bilgilerin içselleştirilmesini sağladığını belirtmişlerdir. Ayrıca, öğrenciler, yaşayarak ve eğlenerek öğrendiklerini ifade etmişlerdir. Son olarak, öğrenirken farklı bakış açılarını görebildiklerini ifade eden öğrenci görüşleri de mevcuttur. *Öğrenme temasıyla* ilgili öğrenci görüşlerinden ortaya çıkan kodlar şekil 7’de sunulmuştur.



Şekil 7. Katılımcı günlüklerinden elde edilen öğrenme teması

Öğrenci görüşlerine aşağıda yer verilmiştir:

K2: “Yapılan etkinliklerin kalıcılığı uygulamalı olduğu için daha yüksek.” (1. Hafta 16.02.2018)

K5: “Eğlenirken öğrenmek hepimize katkı sağlayacaktır.” (1. Hafta 16.02.2018)

K4: “Akılda kalıcı ve uygulamalı yaptığımız için o anı yaşıyormuş gibi düşünmek bize küçük de olsa deneyimler kazandırıyor.” (2. Hafta 23.02.2018)

K11: “Konuyu drama şeklinde aktif bir şekilde öğrenmek daha iyi kavramamıza yardımcı oldu.” (2. Hafta 23.02.2018)

K4: “Yıllar içinde gelişmiş yönetim biçimlerini bilim adamlarını canlandırarak veya ilkelerini kavrayarak yansıtmamız konuyu anlamamızı sağladı.” (3. Hafta 02.03.2018)

K1: “Planlama konusuyla ilgili çok örnekler yapmaya çalıştık ve çoğu da yeterince anlaşılır oldu.” (4. Hafta 09.03.2018)

K3: “Son yaptığımız otel işletmelerindeki bölümlerle ilgili olan konuyu iyi anladım.” (4. Hafta 09.03.2018)

K8: “Bu şekilde daha fazla akılda kalıcı oluyor.” (4. Hafta 09.03.2018)

K1: “Bugün işlenen konuları anladığımı düşünüyorum.” (5. Hafta 16.03.2018)

K2: “Ben, bizim öğrenmemiz açısından verimli geçtiğini düşünüyorum. Akılda kalıcı ve de eğlenceli geçtiğini düşünüyorum.” (5. Hafta 16.03.2018)

K4: “Konuyu yaşamak daha iyi hatırlamamıza yardımcı oluyor.” (6. Hafta 06.04.2018)

K6: “Dramada konulara herkes kendi bakış açısıyla yaklaştığı için farklı görüş açılarıyla görüyoruz.” (6. Hafta 06.04.2018)

K2: “Bugün kısa ve verimli bir gündü. Anlatılanların büyük çoğunluğunu anladığımı ve eğlenceli bir gün geçirdiğimi düşünüyorum.” (7. Hafta 13.04.2018)

K8: “Bu haftaki etkinliklerimiz diğer haftalara göre daha öğretici ve eğlenceliydi. Bu hafta daha fazla şey öğrendim.” (7. Hafta 13.04.2018)

K2: “Konuların masallaştırılarak anlatılması, teorilerin daha akılda kalıcı olmasını sağladı. Olay örgüsü sayesinde bilgilerin bellekte daha aktif yer etmesini sağladı.” (8. Hafta 20.04.2018)

K5: “Motivasyon konusunu şiir ve masal yazarak akılda kalıcı hale getirdik. Kendi yazdığım şiir ve masaların yöntemleri aklımda kaldığını hissediyorum. Diğer arkadaşlarımla şiirlerinin yöntemlerini hatırlıyorum.” (8. Hafta 20.04.2018)

K12: “Bugün ki ders eğlenceli ve güzel geçti. Şiir yazmak ve masal yazmak biraz daha farklı açıyla bakıp öğrenmemize yardımcı oldu diye düşünüyorum.” (8. Hafta 20.04.2018)

K1: “Kısa sürede akılda kalıcı bir ders işledik. Konu gayet açık ve anlaşılırdı. Etkinlikler güzel ve akılda kalıcıydı.” (9. Hafta 27.04.2018)

K7: “Bugün ki konuları gayet iyi bir şekilde kavrayabildim. Akılda kalıcı olduğunu düşünüyorum.” (9. Hafta 27.04.2018)

K 8: “Kendimi birinin yerine koyduğum zaman bu toplantı etkinliğinde olduğu gibi o zaman daha iyi anlayabiliyorum, kavrayabiliyorum.” (9. Hafta 27.04.2018)

K9: “Bugün ki ders benim için baya verimli geçti. Kontrol ve denetim arasındaki farkı gayet iyi anladım. Zamanı da gayet iyi kullandığımız için çok fazla yorulmadım. Bu haftaki etkinlikler hem kolay hem de anlaşılırdı.” (10. Hafta 04.05.2018)

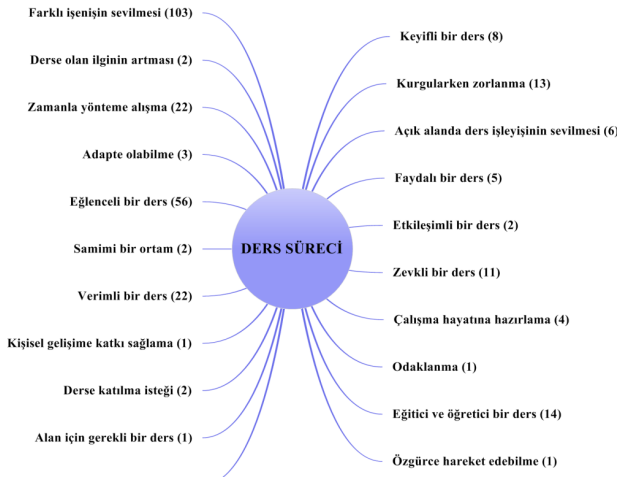
K1: “Bugün otel yönetimi dersinde otel işletmelerinde kullanılan yeni yöntemler adlı konuyu öğrendik. Bu konular sayesinde otellerde konaklayan insanların neyi neden seçtiğini daha iyi anlamaya başladım.” (11. Hafta 11.05.2018)

K2: “Bugün otel yönetimi son dersini işledik. Ders her zaman ki gibi güzel geçti. Konumuz otel işletmelerindeki yeni yöntemler ile tanışmış olduk. Yaptığımız doğaçlamalar da konuyu iyi şekilde anlamamı sağladı.” (11. Hafta 11.05.2018)

4.4.2. Ders süreci teması

Katılımcı günlüklerinden elde edilen bulgulara göre öğrenciler derste uygulanan yaratıcı drama yöntemini sevdiğini bu yöntemin derse yönelik ilgiyi artırdığını, alışık olmadıkları bu yöntemle zamanla alıştıklarını ve bu yöntemin derse katılma isteği uyandırdığını belirtmişlerdir. Öğrenciler, dersin samimi bir ortamda işlenen, eğlenceli, verimli, faydalı, zevkli ve keyifli bir ders olduğunu ifade eden görüşler sunmuşlardır. Bununla birlikte, derse adapte olabildiklerini ve odaklanabildiklerini söylemişler; dersin eğitici ve öğretici,

alan için gerekli ve çalışma hayatına katkı sağlayan bir ders olduğunu belirtmişlerdir. Öğrenciler dersin; kişisel gelişime katkı sağlayan, öğrenci merkezli olmasıyla birlikte özgürce hareket edebildiklerini, etkileşimli bir ders olduğunu da ifade etmişlerdir. Öğrenciler, derslerin havalara güzel olduğu zamanlarda fakültenin terasında açık alanda işlenmesinden memnun olduklarını da belirtmişlerdir. Ayrıca, öğrenciler verilen metinlere nazaran doğaçlama çalışmalarını kurgularken bazen zorlandıklarını da ifade etmişlerdir. *Ders süreci temasına* ilişkin kodlar şekil 8’de sunulmuştur.



Şekil 8. Katılımcı günlüklerinden elde edilen ders süreci teması

Konuyla ilgili öğrenci görüşleri aşağıda verilmiştir:

K1: “Aktif ve eğlenceli iki ders saati geçirdik. ... Sürekli olarak derse katılma isteği oluştu.” (1. Hafta 16.02.2018)

K2: “İşlemiş olduğumuz bu derste öğrenci merkezli olması ve birebir olarak işlenmesi öğrenmemizi olumlu yönde etkilemektedir.” (1. Hafta 16.02.2018)

K3: “Bugünkü dersin verimli ve eğlenceli geçtiğini düşünüyorum.” (1. Hafta 16.02.2018)

K5: “Gayet zevkli ve eğlenceli bir dersti. ... Samimi bir ortamda daha rahat, özgür hareket edebilir, daha da kendimiz gibi olabiliriz.” (1. Hafta 16.02.2018)

K19: “Dersin amfide ya da derslikte işlenmek yerine uygulamalı bir şekilde işlenmesi dikkatimi ve odağımı daha iyi kullanmam açısından daha iyi oldu. ... Bölümümüz gereği böyle uygulama derslerine daha çok ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum. ... Onun dışında çok verimli geçtiğini düşünüyorum.” (1. Hafta 16.02.2018)

K3: “Bence eğlenceli ve bilgiyi aktarma konusunda güzel bir yöntem.” (2. Hafta 23.02.2018)

K11: “Konuyu drama şeklinde aktif bir şekilde öğrenmek daha iyi kavramamıza yardımcı oldu. ... Eğlenceli ve keyifli bir ders geçirdik.” (2. Hafta 23.02.2018)

K17: “Derse gittikçe daha çok alışmaya başladım. Yaptığımız etkinliklerle dersi daha iyi anladığımı fark ediyorum. Çünkü sınıfta oturup kitaptan okuduğum zaman çok sıkılıyorum. Dersin işleniş şekli benim konuları anlamam konusunda daha yardımcı oluyor.” (2. Hafta 23.02.2018)

K3: “Zaman ilerledikçe daha çok adapte olmaya ve dersin bu şekilde işlenmesine alıştık. Öğrenmemiz kolaylaşıyor. Daha keyifli ve eğlenceli geçiyor.” (3. Hafta 02.03.2018)

K6: “Bugün dersin gayet güzel geçtiğini düşünüyorum. Teoriler hakkında, yönetim teorilerinin değişimi hakkında bilgi edindik ve bunun üzerine etkinlikler yaparak eğlenceli hale getirdik. Normalde sıkıcı olabilecekken eğlenceli hale getirdik ve gayet güzeldi.” (3. Hafta 02.03.2018)

K14: “Keşke küçüklüğümüzden beri bütün dersleri bu şekilde öğrenseydik. Çünkü insanlar farklı şekillerde öğreniyorlar. Ama bunlardan en verimlisi uygulamalı olanı. ... Umarım bütün dersler zamanla bu şekilde öğretilmeye başlanır.” (3. Hafta 02.03.2018)

K2: “Ben, bizim öğrenmemiz açısından verimli geçtiğini düşünüyorum. Akılda kalıcı ve de eğlenceli geçtiğini düşünüyorum.” (5. Hafta 16.03.2018)

K3: “Dersler artık daha pratik ve hızlı bir şekilde geçti bu hafta. Birbirimize daha fazla adapte olduk. Ayrıca konuları daha fazla anladığımı fark ettim. Verimlilik artıyor.” (5. Hafta 16.03.2018)

K9: “Benim için farklı ve güzeldi. Öğrenci merkezli, öğrencinin derse katılım gösterdiği bir süreç işletildiği için öğrenme daha sağlıklı ve kalıcı oldu benim için.” (5. Hafta 16.03.2018)

K3: “Drama dersinin daha etkili olduğunu daha iyi fark ettim. Oturduğumuz yerden dinlemek her ne kadar açık alan da olsa düz anlatım odaklanmamı zorlaştırdı ve anlatılan konunun kalıcılığı pek olmuyor. Konuyu yaşamak daha iyi hatırlamamıza yardımcı oluyor.” (6. Hafta 06.04.2018)

K5: “Drama tekniği ile işleniş bu haftaki sözlü işlenişe göre benim açımdan daha etkili oldu. Dramada konulara herkes kendi bakış açısıyla yaklaştığı için farklı görüş açılarıyla görüyorduk.” (6. Hafta 06.04.2018)

K2: “Bugün kısa ve verimli bir gündü. Anlatılanların büyük çoğunluğunu anladığımı ve eğlenceli bir gün geçirdiğimi düşünüyorum. Açık havada olmanın olumlu etkisi olduğunu da düşünüyorum.” (7. Hafta 13.04.2018)

K9: “Artık alıştığımız için etkinliklerde daha hızlı ve etkili bir şekilde katılım sağlayabiliyoruz.” (7. Hafta 13.04.2018)

K11: “Bu haftaki etkinliklerimiz diğer haftalara göre daha öğretici ve eğlenceliydi. Bu hafta daha fazla şey öğrendim.” (7. Hafta 13.04.2018)

K13: “Açık havada rahat ferah bir şekilde ders işlemek hem daha zevkli hem de daha verimliydi. Ders konularını kısa ve öz bir şekilde canlandırarak gerekli bilgiyi aldığımızı düşünüyorum. Eğitim hayatımda zevk aldığım tek ders olabilir konu işleme açısından.” (7. Hafta 13.04.2018)

K4: “Bu hafta motivasyon üzerine canlandırmalar ve oyunlar yaptık. Bu canlandırmaların aslında motivasyonu tam tanımlayamadığımı, böylelikle daha iyi tanımladığımı düşünmemi sağladı. Bilmediklerimi öğrenmekle beraber eğlendim de. Güzel ve etkili bir ders olduğunu düşünüyorum.” (8. Hafta 20.04.2018)

K5: “Motivasyon konusunu şiir ve masal yazarak akılda kalıcı hale getirdik. Kendi yazdığım şiir ve masaların yöntemleri aklımda kaldığını hissediyorum. Diğer arkadaşlarımla şiirlerinin yöntemlerini hatırlıyorum.” (8. Hafta 20.04.2018)

K7: “Bu haftaki ders diğer dersler içinde en eğlenceli olandı. Bir şeyler yazarak daha akılda kalıyor bence. Yazdığım zaman konularla pekiştiriyoruz ve dersi daha iyi anlamaya yardımcı oluyor.” (8. Hafta 20.04.2018)

K1: “Kısa sürede akılda kalıcı bir ders işledik. Konu gayet açık ve anlaşılırdı. Etkinlikler güzel ve akılda kalıcıydı. İsimler çok akılda kalmasa da konunun gayet kalıcı olduğunu düşünüyorum. Pantomim oyununu en zevklisiydi.” (9. Hafta 27.04.2018)

K2: “Liderlik konusundaki teorilerin sınıfta herkes tarafından içselleştirilip tartışılması yararlı oldu.” (9. Hafta 27.04.2018)

K6: “Dersimiz çok güzel ve anlaşılır geçti. En son yaptığımız doğaçlamada yaptığımız bir toplantı herkesin konuşup ve yorum gibi yaptığımız konuşmada çok güzel. Bu konuyu anlamış oldum.” (9. Hafta 27.04.2018)

K3: “Artık son iki haftanın içindeyiz ve hem derse hem birbirimize alıştık. Alışmanın dışında kimin ne yapabileceğinin de farkındayız. Dersin etkisinin yilsoneuna doğru arttığını düşünüyorum. Kontrolün hem kendi yaşantımı etkileyeceğini (iyi yönde) hem de dersin bana kattıklarıyla yanımdaki insanlara da dikkat edeceğimi düşünüyorum. Yapılan etkinlikler konuyu tam anlamamı sağladığından eminim. Bu konuda sınavda hatalı yapmam.” (10. Hafta 04.05.2018)

K5: “Bugünkü derste kontrolün ne kadar önemli olduğunu bir daha anlamış oldum. Ekip çalışmamızla daha iyi kontrol ederek işlevinin doğru gitmesini sağlamış olduk. Ders gayet iyi geçti.” (10. Hafta 04.05.2018)

K2: “Bugün otel yönetimi son dersini işledik. Ders her zaman ki gibi güzel geçti. Konumuz otel işletmelerindeki yeni yöntemler ile tanışmış olduk. Yaptığımız doğaçlamalar da konuyu iyi şekilde anlamamı sağladı. Bu dersten bütün dönem boyunca çok zevk aldım.” (11. Hafta 11.05.2018)

K7: “Son dersimizi gerçekleştirdik. Son konumuzu yönetim şekillerini etkinliklerini kısa ve öz bir şekilde işledik. Hepimiz gazete yapma işini bekledik daha çok. Takımımızla ben gazetenin kapağını yaptık. Diğer ekip arkadaşlarımızın haberlerini de öğrenerek baş sayfamızı yaptık. Uygulamalı dersin sonuna gelindiğinden hem mutlu hem hüznümlüyüm çünkü bu dersin bir çekirdek kadro oluşturması güzeldi. Her şey için çok teşekkür ederiz.” (11. Hafta 11.05.2018)

K9: “Bugün otellerdeki sistemlere dair televizyon programı yapma etkinliği çok güzeldi. Derslerimizin bitmiş olması çok üzücü umarım bunun gibi daha fazla dersimiz olur ve Tuğçe hoca ile daha çok ders işleriz.” (11. Hafta 11.05.2018)

K11: “Bugünkü derste işlenen konuları gayet iyi anladım. Özellikle gazete etkinliği çok eğlenceli geçti. Böyle bir ders açtığınız ve bu şekilde işlediğiniz için çok teşekkür ederim. Sizin gibi bir hocam olduğu için çok mutluyum. Sizi tanıdığıma sevindim.” (11. Hafta 11.05.2018)

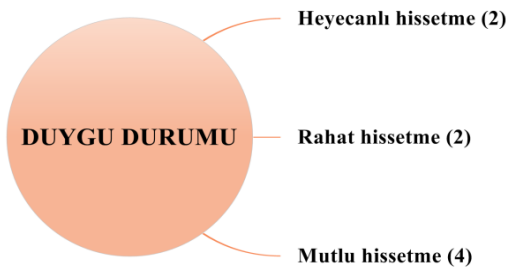
4.4.3. Duygu durumu teması

Katılımcı günlüklerinden elde edilen bulgulara göre öğrencilerden bazıları derslerde mutlu, rahat ve heyecanlı hissettiklerini belirtmişlerdir. *Duygu durumu* temasına ilişkin kodlar Şekil 9’da sunulmuştur.

Öğrencilerin konuyla ilgili görüşleri aşağıda verilmiştir:

K1: “*Yaratıcılığımızı kullanabildiğimiz böyle bir uygulamalı ders düşüncesinden dolayı çok mutluyum.*” (1. Hafta 16.02.2018)

K10: “*Diğer derslere nazaran kendimi daha rahat ve sakin hissettim.*” (1. Hafta 16.02.2018)



Şekil 9. Katılımcı günlüklerinden elde edilen duygu durumu teması

K16: “*Her oyun ve doğaçlamaya başlarken heyecanlandım ve bu durum derse daha çok adapte olmama sağladı.*” (1. Hafta 16.02.2018)

K4: “*Kendimi gittikçe daha çok ifade edebildiğimi düşündüm. Bu da algılarımı daha açık hale getirdi. Yani bence derste rahat olmamızda daha iyi anlamamızı kolaylaştırıyor.*” (4. Hafta 09.03.2018)

K8: “*Bugün yine ders güzel ve eğlenceliydi. Bir nesnenin neler çağrıştırdığını ve diğer konularla ilgili aktivite yaptık. Verimli bir ders oldu diye düşünüyorum. Son olarak gazete yapma durumuyla da dersi tamamlamış olduğumuz için mutluyum.*” (11. Hafta 15.05.2018)

5. Sonuç ve tartışma

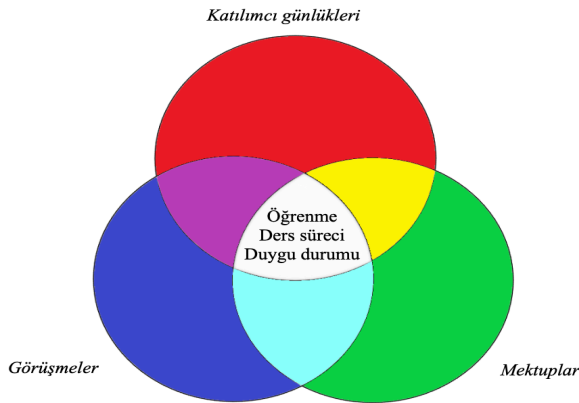
Dersi yaratıcı drama yöntemiyle alan öğrencilerin yazmış oldukları mektuplardan, katılımcı günlüklerinden ve öğrencilerle yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre öğrenciler, geleneksel olarak uygulanan düz anlatım yöntemine kıyasla yaratıcı drama yönteminin öğrenmede kolaylık sağladığını ve derste öğrenilen konuların akılda kalıcı olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, derste yapılan etkinliklerin herhangi bir otel işletmesinde çalıştıkları zaman karşılaşılabilecek-

leri durumları içermesi nedeniyle çalışma hayatına hazırlamada katkı sağladığını belirtmişlerdir. Öğrenciler uygulanan yöntem aracılığıyla yaşayarak ve aynı zamanda eğlenerek öğrendiklerini söylemişlerdir. Ayrıca, öğrenciler, yöntemin bilgilerin içselleştirilmesini sağladığını ve etkili bir öğrenme biçimi oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Öğrenciler kullanılan yaratıcı drama yöntemi ile konuların anlaşılabilirliğini belirtmişlerdir. Son olarak, öğrenirken farklı bakış açılarını görebildiklerini ifade eden öğrenci görüşleri de mevcuttur.

Dersi yaratıcı drama yöntemiyle alan öğrencilerin yazmış oldukları mektuplardan, katılımcı günlüklerinden ve öğrencilerle yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre öğrenciler, geleneksel olarak uygulanan düz anlatım yöntemine kıyasla derste uygulanan yaratıcı drama yöntemini farklı olması nedeniyle sevdiklerini belirtmişlerdir. Yaratıcı drama yönteminin uygulandığı dersin; kişisel gelişime katkı sağlayan, öğrenci merkezli olmasıyla birlikte özgürce hareket edebildikleri, etkileşimli bir ders olduğunu da ifade etmişlerdir. Bununla birlikte yöntemin, derse katılma isteği uyandıran bir yöntem olduğunu da belirtmişlerdir. Öğrenciler; yaratıcı drama yönteminin uygulandığı otel yönetimi dersinin samimi bir ortamda işlenen, eğlenceli, verimli, faydalı, zevkli ve keyifli bir ders olduğunu vurgulamışlardır. Öğrenciler, ders sürecinde dersin öğretim üyesi ve öğrenciler arasında hiyerarşiden uzak ilişkilerin kurulmasıyla birlikte öğretim üyesinin öğrenciyi teşvik ettiğini belirtmişlerdir. Öğrenciler, dersin öğrenci merkezli olması nedeniyle derse katılımın önemli olduğu konusunda görüş bildirmişlerdir. Bu yöntemin derse yönelik ilgiyi artırdığını ve alışık olmadıkları bu yöntemle zamanla alıştıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin derse adapte olabilmeleri ve odaklanabilmeleri ile birlikte eğitici ve öğretici, alan için gerekli ve çalışma hayatına katkı sağlayan bir ders olduğunu söylemişlerdir. Öğrenciler, derslerin havaların güzel olduğu zamanlarda fakültenin terasında açık alanda işlenmesinden memnun olduklarını da ifade etmişlerdir. Ayrıca, öğrenciler verilen metinlere nazaran doğaçlama çalışmalarını kurgularken bazen zorlandıklarını da söylemişlerdir.

Dersi yaratıcı drama yöntemiyle alan öğrencilerin yazmış oldukları mektuplardan, katılımcı günlüklerinden ve öğrencilerle yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre öğrenciler, yaratıcı drama yönteminin uygulandığı derslerde mutlu, rahat, özgüvenli, güçlü, me-

raklı ve heyecanlı hissettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, uygulama sürecinde fikirlerinin değerli olduğunu ve kendilerini önemli hissettiklerini de ifade etmişlerdir.



Şekil 10. Nitel verilerden elde edilen temalar

Tüm bu sonuçlardan hareketle, dersi yaratıcı drama yöntemiyle alan öğrencilerin yazmış oldukları katılımcı günlüklerinden, görüşmelerden ve mektuplardan elde edilen *öğrenme*, *ders süreci*, ve *duygu durumu* temaları ile ilişkili olarak ortak görüşlerinin bulunduğu söylenebilir (Şekil 10). Uygulama süreci ve sonrasında toplanan farklı nitel veri toplama araçlarından elde edilen verilerde ortak temaların ortaya çıkmasının toplanan verilerin birbiriyle örtüşüğünün göstergesi olduğu düşünülmektedir.

Bu araştırmada çıkan sonuçlar derslerin eğlenceli, zevkli, etkileşime dayalı olduğu yönündedir. Öğrenciler derse seyerek gelmiş, eğlenerek öğrenmiş, süreç içinde mutlu, rahat ve özgüvenli hissetmiştir. Derste yapılan etkinlikler, öğrencilerin gelecekte bir otel işletmesinde çalıştıkları zaman karşılaşılabilecekleri durumları içermesi nedeniyle, çalışma hayatına hazırlık anlamında yararlı olarak algılanmıştır.

Bandura (1986), bireyin her şeyi doğrudan öğrenmesine gerek olmadığını, başkalarının deneyimlerini gözleyerek de pek çok şeyi öğrenebileceğini belirtmektedir (Demirbaş ve Yağbasan, 2005, s. 368). Bu bağlamda yaratıcı drama etkinlikleri sırasında öğrencilerin diğer öğrencileri gözlemleyerek de öğrenebildikleri söylenebilir. Her bir öğrenci diğer öğrenciler için bir model olarak birbirlerinden öğrenme yoluna gidebilirler. Bununla birlikte, bu araştırmada öğrencilerin öğrendikleri yaşantılara dayanmaktadır. Yaşantılara dayalı öğrenme bireyde kalıcı öğrenmeyi sağlar, bunun için de etkin katılım gerekir. Sözel ağırlıklı öğretimde

%10 olan hatırlama ve kalıcılık; görselde %30, yaşantılara dayalı öğretimde %90'a ulaşmaktadır. Eğitimde sözel ve bilgi depolanması ağırlıklı öğretimin yerini başta görsel olmak üzere duylara ve yaşantılara dayalı öğrenme almaktadır (Adıgüzel, 2006, s. 32). Bu doğrultuda, turizm eğitiminde yaratıcı drama yöntemiyle yaşantılara dayalı öğrenmenin gerçekleştirilmesi öğrencilerin çalışma hayatına hazırlanması açısından önemlidir.

Düz anlatım yöntemiyle teorik olarak bilgi aktarımının sağlandığı, öğretmen merkezli ve öğrencinin ders sürecinde pasif dinleyici konumunda kaldığı Turizm İşletmeciliği bölümlerinde verilen derslerde yaratıcı drama gibi öğrenci merkezli ve öğretim üyesi ile öğrenci etkileşiminin yoğun olduğu öğretim yöntemlerine ihtiyaç duyulduğu söylenebilir. Türkiye’de lisans eğitimi veren kurumların tümünde uygulamalı derslerin yürütülmesi amacı ile yapılan çalışmaların yetersiz olduğu belirtilmektedir (Soybalı ve Bayraktaroğlu, 2013, s. 195). Turizm eğitiminde uygulamalı derslerle (Polat Üzümcü, 2015, s. 146; Zencir, Çoşkun ve Günay Aktaş, 2016, s. 1040; Polat Üzümcü ve Alyakut, 2017, s. 81; Zencir, 2017, s.25) öğrencinin daha aktif katılım sağladığı bir eğitim süreci izlenerek drama gibi farklı öğretim yöntemleri uygulanabilir. Yaratıcı drama yöntemi ile öğrencilerin derslere yönelik olumlu tutum sergilemeleri sağlanarak sıkıcı buldukları derslere seyerek ve isteyerek girmeleri mümkün olabilir.

Yaratıcı drama yönteminin turizm programlarında derslerinde uygulanabilecek uygun yöntemlerden biri olduğu düşünülmektedir. Görüşmelerde, katılımcı günlüklerinde ve mektuplarda öğrencilerin konuları öğrenmelerine ilişkin ifadeleri yaratıcı drama yönteminin bilişsel ve duyuşsal alanda etkili bir yöntem olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. İnsan ilişkilerinin odak noktası olduğu bir sektör ile ilişkili eğitimde, yaratıcı drama yönteminden yararlanılmasının önemli olduğu ifade edilebilir.

6. Öneriler

Araştırmadan elde edilen sonuçlar topluca değerlendirildiğinde turizm alanındaki uygulayıcılara ve turizm alanında yapılacak araştırmalara yönelik aşağıdaki konularda önerilerde bulunulabilir:

- Uygulamalı derslerin az olduğu Turizm İşletmeciliği bölümlerinde öğrenilen bilgilerin kalıcılığını artırmak için yaratıcı drama yönteminin uygulanabileceği farklı dersler hazırlanabilir.

- Sektör ve üniversite iş birliğiyle sektör ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik yaratıcı drama tabanlı etkinlikler ve uygulamalar tasarlanabilir.
- Hizmet içi eğitim kapsamında otel işletmelerinde otel yönetimi ile ilgili yaratıcı drama yönteminin uygulandığı araştırmalar yürütülebilir.
- Yaratıcı drama yönteminden yararlanan boy-lamsal araştırmalar tasarlanabilir.

Bu araştırma Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesinde otel yönetimi dersini alan ikinci sınıf öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla araştırmanın amacı gereği elde edilen sonuçların genellenmesi gibi bir durum söz konusu değildir. Farklı öğrencilerle yapılacak benzer araştırmalarda farklı sonuçların ortaya çıkabilme ihtimali söz konusudur. Bahsi geçen tüm sınırlılıklara rağmen, bu araştırmanın turizm eğitim ve öğretiminde yaratıcı drama yönteminin uygulanmasıyla ilgili çalışmalara ve araştırmaya katılan öğrencilere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Adıgüzel, Ö. (2006). Yaşantılara dayalı öğrenme, yaratıcı drama ve süreçsel drama ilişkileri. *Yaratıcı Drama Dergisi*, 1(1), 31-38.
- Adıgüzel, Ö. (2007). Dramada amaç ve özellikler, *İlköğretimde drama içinde*, Ed. Ali Öztürk, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları, 20-32.
- Adıgüzel, Ö. (2016). *Eğitimde yaratıcı drama*, 9. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Armstrong, E. K. (2003). Applications of role-playing in tourism management teaching: An evaluation of a learning method. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 2 (1), 5-16.
- Benjamin, S. & Kline, C. (2019). How to yes-and: Using improvisational games to improv(e) communication, listening and collaboration techniques in tourism and hospitality education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 24, 130-142.
- Best, J. W. & Kahn, J. V. (2017). *Eğitimde araştırma yöntemleri* (Çev. O. Köksal), Konya: Eğitim Yayınevi.
- Bil, E. (2012). Hizmet içi eğitimde yaratıcı drama yönteminin etkililiği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara üniversitesi, SBE.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, 3. Baskı, California: SAGE Publications, Inc.
- Demirbaş, M. & Yağbasan, R. (2005). Sosyal öğrenme teorisine dayalı öğretim etkinliklerinin, öğrencilerin bilimsel tutumlarının kalıcılığına olan etkisinin incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 363-382.
- Julien, H. (2008). Content analysis. L. M. Given (Editör), *The sage encyclopedia of qualitative research methods. Volumes 1 & 2 içinde* (ss. 120-121). California: Sage Publications, Inc.
- Polat Üzümcü, T. (2015). Otel yöneticilerinin turizm eğitimine yönelik algıları: Kocaeli ili otel yöneticileri üzerinde bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 123-150.
- Polat Üzümcü, T. & Alyakut, Ö. (2017). Eğitimciler, sektör temsilcileri ve öğrenciler perspektifinden mesleki turizm eğitimine yönelik yapılan çalışmaların değerlendirilmesi. *Journal of Anatolian Cultural Research*, 1 (2), 67-84.
- Sezerel H. (2017). Turizm eğitiminde yaratıcı dramanın uygulanabilirliği var mı? K. Birdir (Ed.) *1. Uluslararası Turizmin Geleceği: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism 2017) Bildiri Kitabı içinde* (ss.848-856). Mersin.
- Sezerel, H. & Özoğul, T. (2019). Öğrenciyi merkeze almak: Turist rehberliği eğitiminde uzman mantosu yaklaşımı. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 20 (1), 167-197.
- Soybalı, H. H. & Bayraktaroğlu, E. (2013). Türkiye’de lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumların uygulama olanaklarının değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (2), 185-199.
- Urdal, M. & Sü Eröz, S. (2016). Drama eğitiminin konaklama işletmelerindeki iş görenlerin sosyal yetenekleri üzerindeki etkisi. O. Bahar (Ed.) *17. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı İçinde* (ss. 120-129). Muğla.
- Zencir, E. (2017). *Turizm fakültesi öğretim programlarının değerlendirilmesi: Anadolu Üniversitesi örneği proje raporu*. Proje No: 1506E542. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Zencir, E., Coşkun, İ. O. & Günay Aktaş, S. (2016). Turizm Fakültesi öğretim programlarının değerlendirilmesi araştırması: Anadolu üniversitesi örneği projesinin tanıtımı. O. Bahar (Ed.) *17. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı İçinde* (s. 1035-1043). Muğla.

Extended abstract in English

The direct instruction method is predominant in tourism education. In this teacher-centered method, the students remain passive listeners, and the retention of the knowledge decreases. There is a need for teaching methods that will free the students from a passive listener and learn by doing, living, and having fun.

This research aims to reveal the opinions of the students of tourism education about the role of creative drama method in learning, course process, and mood. In tourism management programs, delivering theoretical knowledge is more common than practical courses (Zencir, 2017, p. 25). Having limited opportunities in terms of applied education and training (Soybalı & Bayraktaroğlu, 2013, p. 195; Polat Üzümcü, 2015, p. 146; Zencir, Çoşkun & Günay Aktaş, 2016, p. 1040; Polat Üzümcü & Alyakut, 2017, p. 81; Zencir, 2017, p. 25), it is essential to examine whether the creative drama method has an effect on learning, what is the opinions of the students about the course process and the different moods they experience in the courses. In light of the facts above, we hope that this study will contribute to tourism education in two ways. Firstly, it is one of the first studies to fill the gap in tourism education literature. Secondly, it may encourage educators to use different teaching methods. The methods like creative drama would allow students to learn the essential professional knowledge via learning by doing.

Creative drama is an educational approach characterized by improvisation and role-playing techniques relying on the life experiences of the members of a particular group. (Adıgüzel, 2016, p. 41). The creative drama method is an effective educational method and a multidiscipline which encapsulates learning based on experiences. Creative drama, which enables individuals to move between the real world and the fictional world, is useful in many learning environments (Adıgüzel, 2006, p. 33). In the tourism sector where human relations are the focus, it is essential to learn the subjects in a course where basic professional knowledge such as hotel management is applied by conducting a teaching method based on experiences such as creative drama. In the hotel management course, the students will learn the necessary theoretical knowledge by doing and will make it possible to overcome the deficiency created by the rote system.

The literature on applying creative drama in tourism education is limited (Armstrong, 2003; Bil, 2012; Urdal & Sü Eröz, 2016; Sezerel, 2017; Benjamin & Kline, 2019; Sezerel & Özoğul, 2019). These studies were conducted to determine whether the role-playing technique is effective in teaching professional skills in sustainable tourism management (Armstrong, 2003) and for sector employees rather than tourism education in schools (Bil, 2012; Urdal & Sü Eröz, 2016). Besides, Sezerel (2017) conducted a study on the determination of views on the creative drama method and its effectiveness. Benjamin and Kline (2019) conducted another study on the effect of improvisation techniques on improving individuals' trust and collaborative learning environments. Sezerel and Özoğul (2019) discussed the applicability of the expert mantle approach in tourist guidance education and examined students' perceptions of the expert mantle approach-based courses. Despite these, one can deduce there is a need for research on creative drama as an alternative approach in vocational education and training in tourism.

In this study, we utilized the qualitative research approach. The research was carried out with all the students who took the compulsory hotel management course in the fourth semester of the Anadolu University Tourism Management Department (N = 14). The reason for choosing this course is that the hotel management course is a basic professional course that can provide the necessary knowledge and equipment for the field. Researcher, creative drama instructor course before experimental intervention process, attended 1., 2., 3., 4. and 5. stage programs and completed education. The creative drama sessions prepared for the subjects in the hotel management course lasted 33 hours for a total of 11 weeks between 07.02.2018 - 11.05.2018 during terms of 2017-2018 Spring. Participants' logs written by the students during the course; at the end of the semester, the data obtained through face-to-face interviews with the students' letters and semi-structured questions were analyzed with Maxqda qualitative program. We conducted content analysis in the study.

In this study, the control of written texts, control of codes, in-team research, and independent researcher control, which is one of the qualitative reliability strategies proposed by Gibbs (2007), were applied (Creswell, 2009, p. 190). On the other hand, validity is one of the strengths of qualitative research. It is based on

determining whether the findings are correct for the researcher, the participant, or the reader (Oreswell & Miller, cited in Creswell, 2009, p. 191). The validity strategies proposed by Creswell (2009, p. 191) used in the research are: triangulation, detailed explanation, clarification of bias, presentation of negative or confidential information, long time in the field, and peer/peer review.

According to the results obtained from the letters, participant diaries, and the interviews, the students stated that the creative drama method facilitates learning, and the subjects learned in the lesson are retention. However, they noted that the activities in the course contributed to preparing them for working life as they included situations that they might encounter when working in any hotel business. The students said that they learned by living and having fun at the same time. Besides, the students stated that the method enables the internalization of information and creates an active learning style. The students noted that the subjects are more understandable via the creative drama method. Finally, there are also student opinions that express that they can see different perspectives while learning.

According to the results obtained from the letters, the participant diaries, and the interviews, the students stated that they liked the creative drama method applied in the lesson compared to the traditional narrative approach. They said that it is an interactive course that contributes to personal development, where they can act with freedom because it is a student-centered course. They also stated that the method is a method that stimulates the desire to participate in the class. The students emphasized that the hotel management course, where the creative drama method is applied, is a fun, efficient, useful, pleasurable, and enjoyable course in a friendly environment. The students also commented on the role of the instructor. They stated that the instructor encouraged the students with the establishment of hierarchical relationships between the instructor and the students readily. The students indicated that it is important to attend because the course is student-centered. They noted that this method increased the interest in the class, and they became accustomed to this method. They said that it was instructive, a course that was necessary for the field and contributed to the working life as well as being able to adapt and focus on the course. Students expressed that they were pleased that the lessons were carried out in

the open area on the terrace of the faculty when the weather was beautiful. Besides, students said that they sometimes had difficulty in constructing improvisation works compared to the given texts.

According to the results obtained from the letters, participants' diaries, and interviews, students stated that they felt happy, comfortable, self-confident, active, curious, and excited in the courses where the creative drama method was applied. They also stated that their ideas were valuable, and they felt important during the implementation process.

Based on these results, the students have standard views about the themes of 'learning, lesson process, and moods' obtained from participant diaries, interviews, and letters. The results of this research suggest that the lessons are fun, enjoyable, and interactive. The students came to class with pleasure, learned with fun, and felt happy, comfortable, and self-confident in the process. The activities included in the course were perceived as useful in terms of preparation for working life, as they include situations that students may encounter when working in the hotel business in the future.

Bandura (1986) states that the individual does not need to learn everything directly and that he/she can learn many things by observing the experiences of others (Demirbaş and Yağbasan, 2005, p. 368). We can deduce that students can learn by observing other students during creative drama activities. Learning based on experiences provides retention learning in the individual and requires active participation. Recall and retention, which are 10% in verbal instruction; 30% in visual and 90% in teaching based on experiences. Verbal and information storage in education is mainly replaced by learning based on senses and experiences, primarily visual (Adıgüzel, 2006, p. 32). It is essential to realize learning based on experiences with the creative drama method in tourism education in terms of preparing students for working life.

In the lectures where the teacher-centered and passive listener is, it is necessary to use student-centered and intensive student interaction methods such as creative drama. The execution of practical courses in all undergraduate education institutions in Turkey is insufficient for the studies are indicated with (Soybalı and Bayraktaroğlu, 2013, p. 195). With the practical courses in tourism education (Polat Üzümcü, 2015, p.

146; Zencir, Çoşkun & Günay Aktaş, 2016, p. 1040; Polat Üzümcü & Alyakut, 2017, p. 81; Zencir, 2017, p.25) different teaching methods such as drama can be applied by following an educational process. It is possible for students to exhibit a positive attitude towards the courses and to enter the courses they find boring with pleasure and willingly.

The creative drama method is one of the appropriate methods that can be applied in the courses given in tourism programs. In the interviews, participant diaries, and letters, the expressions of students about learning the subjects reveal that the creative drama method is beneficial in the cognitive and affective field. It can be stated that it is essential to benefit from the creative drama method in education related to a sector where human relations are the focus.

When the results obtained from the research are evaluated totally, the following issues can be suggested to the practitioners and researchers:

- In the Tourism Management programs, different courses can be designed in which the creative drama method can be applied to increase the retention of the knowledge learned.
- Creative drama-based activities and practices can be designed to meet the needs of the sector in cooperation with the sector and the university.
- Longitudinal studies using creative drama method can be designed.

This study was conducted with the second-year students who took the hotel management course at the Tourism Faculty of Anadolu University. Therefore, there is no such thing as generalizing the results obtained for the research. There is a possibility that different results may emerge in similar studies with different students. Despite all the limitations mentioned above, we hope that this study will contribute to the studies and the students involved in the application of creative drama methods in tourism education and training.

Ekler**Uygulama sürecinde çekilmiş fotoğraflar****1. OTURUM: TANIŞMA**

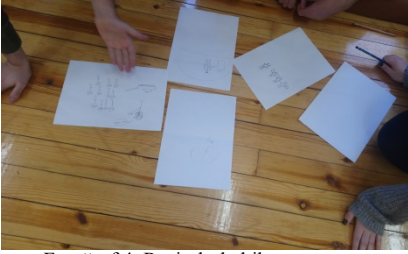
Fotoğraf 1. Donuk imge



Fotoğraf 2. Üçlü heykel oluşturma



Fotoğraf 3. Doğaçlama – rol oynama

2. OTURUM: YÖNETİM VE YÖNETİCİ

Fotoğraf 4. Resimlerle hikaye yazma



Fotoğraf 5. Doğaçlama – rol oynama



Fotoğraf 6. İkili Doğaçlama – rol oynama

3. OTURUM: YÖNETİM TEORİLERİ

Fotoğraf 7. Parazit oyunu



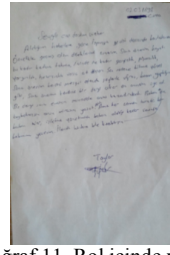
Fotoğraf 8. Makine etkinliği



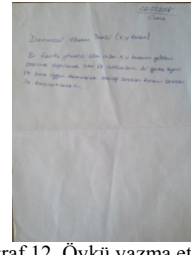
Fotoğraf 9. Yöneten ve yönetilen etkinliği



Fotoğraf 10. Doğaçlama – rol oynama



Fotoğraf 11. Rol içinde yazma



Fotoğraf 12. Öykü yazma etkinliği

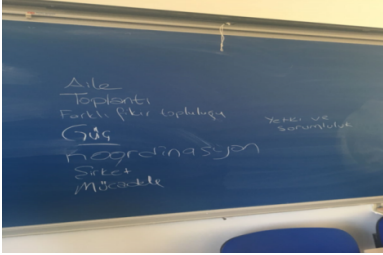
4. OTURUM: PLANLAMA

Fotoğraf 13. Bedeni kullanarak kelime yazma etkinliği

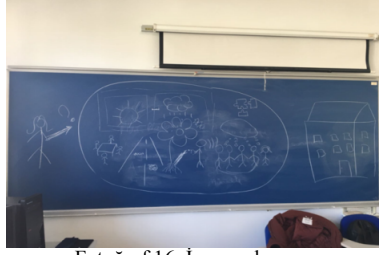


Fotoğraf 14. Doğaçlama – rol oynama

5. OTURUM: ÖRGÜTLEME



Fotoğraf 15. Zihinsel ısınma etkinliği



Fotoğraf 16. İmge çalışması



Fotoğraf 17. Doğaçlama – rol oynama

6. OTURUM: KOORDİNASYON

Düz anlatım yöntemi ile işlendiği için fotoğraf çekilmedi.

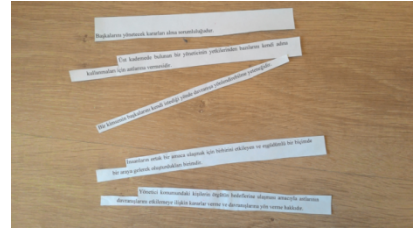
7. OTURUM: YÖNELTME



Fotoğraf 18. Düğüm etkinliği



Fotoğraf 19. Yapboz etkinliği



Fotoğraf 20. Yapboz etkinliği



Fotoğraf 21. Doğaçlama – rol oynama

8. OTURUM: MOTİVASYON



Fotoğraf 22. Bireysel doğaçlama



Fotoğraf 23. Şiir yazma etkinliği



Fotoğraf 24. Masal yazma etkinliği

9. OTURUM: LİDERLİK



Fotoğraf 25. Lideri takip et oyunu



Fotoğraf 26. Doğaçlama - rol oynama



Fotoğraf 27. Sözsüz doğaçlama

10. OTURUM: KONTROL

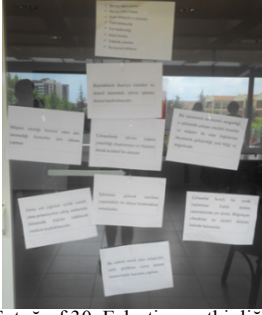


Fotoğraf 28. Doğaçlama - rol oynama



Fotoğraf 29. Doğaçlama - rol oynama

11. OTURUM: YENİ UYGULAMALAR



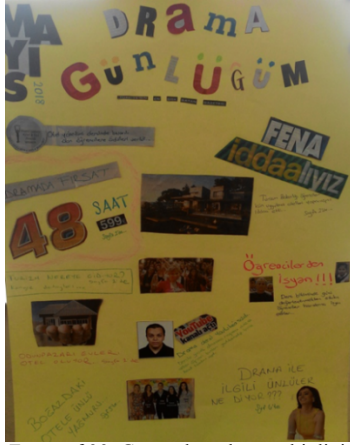
Fotoğraf 30. Eşleştirme etkinliği



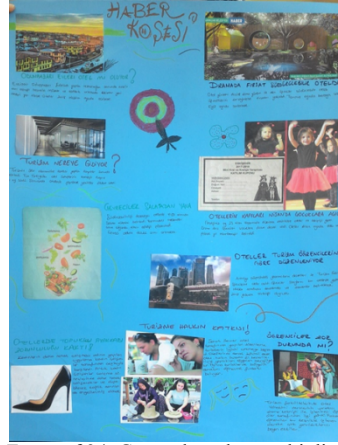
Fotoğraf 31. İkili doğaçlama - rol oynama



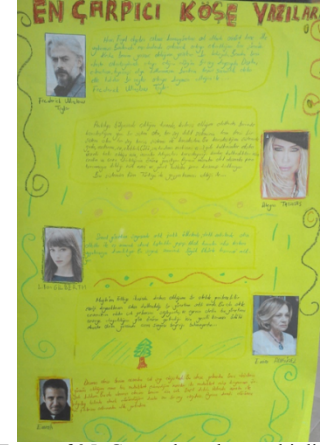
Fotoğraf 32. Gazete hazırlama etkinliği



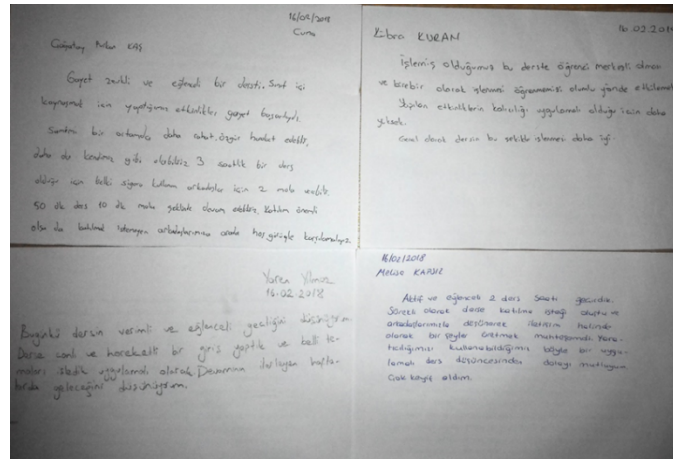
Fotoğraf 33. Gazete hazırlama etkinliği



Fotoğraf 34. Gazete hazırlama etkinliği



Fotoğraf 35. Gazete hazırlama etkinliği



Fotoğraf 36. Katılımcı günlükleri örnekleri

Evaluation of ergonomic risks in hotel: The case of Van

Öznur Bozkurt¹, Sağbetullah Meriç², Barış Kaymıç³

Abstract

Ergonomics involves researching and improving the harmony of the human and the environment, taking into account the biological characteristics of human beings. The aim of ergonomic studies is not only to ensure the continuity of production by protecting people from accidents or mistakes. The main goal in ergonomic applications is to transform work environments into environments that make people happy. In this study, 4 and 5 star hotel in Van province were evaluated within the scope of ergonomics. With this research, determination of ergonomic risks in hotel establishments and the importance of ergonomics practices in enterprises have been tried to be revealed. The research is important for the hotel staff as it involves examining the ergonomic structure. In the study, data were obtained by observation and on-site examination under the guidance of hotel manager. In addition, managers were informed about the situations on the form by taking into account the situations that could not be observed during the visit. As a result of the research, it was found that the materials found in the working areas of hotel establishments are generally ergonomically appropriate but there are various deficiencies.

Keywords: Hotel, Ergonomics, Ergonomic Risks, Van

Otel işletmelerinde bulunan ergonomik risklerin değerlendirilmesi: Van örneği

Öz

Ergonomi, insanın biyolojik özelliklerinin dikkate alınarak insan ile çevrenin uyumunun araştırılması ve geliştirilmesini kapsamaktadır. Ergonomik çalışmaların amacı, yalnızca insanı kazalardan veya hatalardan koruyarak üretimin sürekliliğini sağlamak değildir. Ergonomik uygulamalarda asıl hedef, çalışma ortamlarını insanı mutlu edecek ortamlara dönüştürmektir. Bu çalışmada, Van ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri, ergonomi kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırma ile otel işletmelerindeki ergonomik risklerin tespit edilmesi ve işletmelerdeki ergonomik uygulamaların ne düzeyde önemsendiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma otel çalışanları açısından ergonomik yapının incelenmesini kapsadığından önem arz etmektedir. Araştırmada otel işletmesi yöneticisi eşliğinde gözlem ve yerinde inceleme yöntemi ile veri elde edilmiştir. Ayrıca ziyaret esnasında gözlenemeyecek durumlar dikkate alınarak formdaki durumlar hakkında yöneticilerden bilgi alınmıştır. Araştırma sonucunda otel işletmelerindeki çalışma alanlarında bulunan malzemelerin genellikle ergonomik açıdan uygun olduğu ancak çeşitli eksiklerin mevcut olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Otel İşletmeleri, Ergonomi, Ergonomik Riskler, Van

Received date / Gönderilme tarihi : 02.09.2019

Revised date / Düzeltme tarihi : 14.10.2019

Accepted date / Kabul edilme tarihi : 21.11.2019

Alıntı için: Bozkurt, Ö., Meriç, S., Kaymıç, B. (2020). Otel işletmelerinde bulunan ergonomik risklerin değerlendirilmesi: Van örneği *Journal of Tourism Theory and Research*, 6(1), 20-34.

¹ Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, Düzce, Türkiye, oznurbozkurt@duzce.edu.tr

² Sorumlu Yazar, Dr. Öğr. Üyesi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van, Türkiye smeric@yyu.edu.tr

³ İş Güvenliği Uzmanı, Van Uzman OSGB, Van, Türkiye bars.kayms@gmail.com

1. Giriş

Bireyler çocuk ya da yaşlı, erkek ya da kadın, üretici ya da tüketici, engelli ya da sağlam olma durumlarına göre değişik özelliklere sahiptirler. İnsanlar doğumdan başlayarak çevre koşulları ve dış dünyadaki birçok durum ve araçla etkileşim ve ilişki içerisine girer. Ortamın ısı, aydınlanması, gürültüsü, çalışma ortamının tasarımı, boyutları, mobilyaların yerleşimi, dinlenme etkinliklerinde kullanılan araç ve gereçler gibi günlük yaşamın birer parçası olan tüm araç gereç ve makineler, kişinin etkileşim içerisinde bulunduğu ve onu çeşitli şekillerde etkileyen çevre unsurlarıdır (Güler, 1997).

İş gereği genellikle oturmak durumunda olan, çoğunlukla vaktini fazla hareket etmeden geçiren kişiler, fazla oturarak hareketsizliğin getireceği riskler ile karşı karşıyadır. Böyle bir yaşam şeklini benimseyen ve yaşayan kişiler ilerleyen zamanlarda ciddi rahatsızlıklara yakalanabilmektedir (Seçkiner ve Kurt, 2004). Kas ve iskelet sisteminin uzun süre çalışmadan hareketsiz durmasının yayında çok fazla çalışması da belli rahatsızlıklara yol açabilmektedir.

Turizm sektörü denildiğinde insanların aklına tatil dinlenme konfor ve eğlence gibi kavramlar gelir. Turizm işletmelerinde müşterilerin hizmet sürecinde rahat etmeleri oldukça önemli görülmektedir (Altınöz, Özdemir ve Usta, 2017). Bu rahat ettirme çabaları müşteriye genellikle huzur ve mutluluk sağlasa da çalışan için bir işkenceye dönüşebilir (Demir, 2003). Turizm sektörü bu nedenle işin çalışanın fiziksel ve ruhsal sağlığına zarar verebildiği bir sektör olarak ifade edilebilir.

Doyum noktasını yakalamış müşterilerin odağında üründen ziyade beklentilerin karşılanması vardır. Bu beklentilerin karşılanması da büyük oranda çalışanların performansına bağlıdır. Turizm sektöründe müşteri eğilimleri yeni trendlere göre şekillenmektedir. Bu trendlere yetişmede ve işletmeye getirmede yöneticiler önemli rol oynasa da çalışanlar bu uygulamaları gerçekleştiren kişiler olacaktır (Işık ve Meriç, 2015).

Çalışanların motivasyonunun ve iş doyumunun düşmesine neden olan birçok faktör bulunmaktadır. Bunlardan biri de ergonomik koşulların yetersizliğidir. Ergonomik açıdan uygun olmayan çalışma koşulları işgörenlerin doyumunu azaltmaktadır. Çünkü

çalışanların kendilerini rahat hissettikleri ortamlarda performansları artar. Bunun için turizm işletmelerinin çalışma ortamı koşullarının (havalandırma, aydınlatma, gürültü, nem, ısı, vb.) incelenmesi ve ergonomik açıdan güvenli duruma getirilmesi gerekir. Bu çalışmada, Van ilinde faaliyet gösteren otel işletmeleri, ergonomi kapsamında değerlendirilmiştir. Araştırma ile otel işletmelerindeki ergonomik risklerin tespit edilmesi ve işletmelerdeki ergonomi uygulamalarının ne düzeyde önemsendiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. Ergonomi kavramı

Ergonomi kavramı iş anlamına gelen “ergos” ve yasa anlamına gelen “nomos” sözcüğünden türemiştir. Ergonomi bu yönüyle iş yasaı yani uyum ve uygunluk anlamına gelir. Eğer uygunluk sağlanırsa kişiler üzerindeki stres çok ciddi miktarda azalır. Bireyler daha rahat olur, işlerini daha hızlı ve kolay yapar ve yanlışları daha az olur. Burada ifade edilen sadece fiziksel uygunluk değildir. Aynı zamanda psikolojik ve diğer bakımlardan da uygunluk kastedilmektedir. (Bridger, 1995). Ergonomiyle ilişkili olabilecek ilk uygulamalar insanlar çalışırken zaman ve hareket ilişkisinin incelenmesi, iş talebine göre insan kapasiteleri ve kısıtlılıklarının belirlenmesi olmuştur.

Ergonomi kavramının literatüre diğer kavramlara göre yeni girmiş bir kavramdır. Ergonomi kavramının üzerinde bir tanım birliği yoktur. Ergonomi, kelime anlamı itibarıyla daha çok somut ya da fiziksel unsurlar arasındaki ilişkiyi ve kurguyu açıklayan bir terimdir (Balta ve Özpınar, 2018).

Ergonomi, çalışma ortamında bireylerin üretkenlik ve verimliliğini artıran. Buna ek olarak çalışan güvenliğini de ön planda tutan fiziksel ve duygusal uygulamalar olarak tanımlanabilir (Atalay, Yücel ve Korkmaz, 2014: 13). Ergonomi, birey ile kullanılan donanım ve çalışma ortamı arasındaki ilişkileri bilimsel olarak inceleyerek uygulamaya aktaran bir bilim dalıdır (Su, 2001).

Ergonomi kişilerin hayatının insanlığa uygun hale getirilmesini amaçlar. Yakın çevrenin sağlık koşullarına uygun hale getirilmesi, bir takım tehlike olasılıklarının ortadan kaldırılması temel amaçtır. İnsanların yaşama kalitesini yükseltir. Birçok kaynakta ergonomi teriminin iş ve işçi uyumu olarak dar anlamda alınmasına rağmen yaşamın insanlaştırılması

ya da insana uygun hale getirilmesi amacı esas amaçtır. Çalışma saatlerinin düzenlenmesi, fizyolojik özelliklere uygun çalışma düzeni, kullanılan araç ve gerecin işe ve kullanan kişiye uyumunun sağlanması temel amaçtır.

Ofis ergonomisi, ofis ekipmanlarının yerleşimini, tasarımını, ofisin fiziksel ve iklim şartları gibi bileşenlerini barındıran oldukça geniş bir alandır. Ofis mobilyalarının tasarımlarında kullanıcıların ölçüleri dikkate alınsa bile bu ekipmanların kullanıcıların tamamının vücut ölçülerine uyum sağlaması mümkün olmaz. Bu nedenle özellikle derinlik ve yüksekliklerin ayarlanabilir olması tercih edilmektedir. Ancak bu tür ofis mobilyalarının maliyetli olması her ofiste bulunmalarının önünde bir engeldir. Ayrıca boyutları ayarlanabilir mobilyalar bulunsa bile o ofiste çalışan kişinin mobilyanın bu özelliğinin farkında olmaması ya da ihtiyacına göre ayar yapmaması bilinen bir başka sorundur. Ofis ortamları çalışanların uzun saatler geçirdikleri ve birçok ofis eşyası ile etkileşim içinde oldukları çalışma alanlarıdır. Ofis ortamları çoğunlukla masa, bilgisayar, telefon, sandalye gibi bileşenlerden meydana gelen iş istasyonlarını içerir (Özkan ve Kahya, 2017: 142). İş konforunu sağlamak ve çalışanların verimliliklerini arttırmak için her tür iş istasyonunun ergonomik olarak tasarlanmış olması gerekir.

İnsanoğlu dünyaya geldiği ilk çağlardan beri bir parçası olduğu çevresini değiştirmeye çalışmaktadır. Hala o çevrenin içinde bütünü bir parçası konumundadır. Çevresini değiştirirken aslında kendisine zarar verebilecek kararlar da alabilmekte ve uygulayabilmektedir. İnsanların çalıştığı ortamda kendisi için yapılan makinelere uyum sağlamasını beklemek yetersiz kalmaktadır. Bu durum hem verim düşüklüğüne hem de bir takım güvenlik sorunlarına neden olmaktadır. Sadece insan değerlerinin standartlarının esas alınarak makinelerin yapılması yeterli değildir. İnsan ve makinenin bir bütün olarak ele alınması yoluna gidilmesi gerekmektedir. Yani insan ve makine bir bütünü oluşturmaktadır. Buna insan makine sistemi denir. İnsan ve makine bu sistem bütünü birer ögesi olarak ele alınır ve bütün çalışma koşullarında tek bir sistem olarak değerlendirilir. Sistemin amacının meydana getirilebilmesi için makineler gereklidir ama sistemin etkin olarak

çalışabilmesi için insan ve makinelerin uyumu şarttır (Güler, 1997).

2.1. Ergonominin amacı

Ergonominin amacı, yapılan işin nicelik ve niteliğini artırmaktır ve çalışanın sağlığını koruyarak güvenliğini sağlamaktır. Ergonominin çok disiplinli bir bilim dalı olması; maliyet ile ilgili olarak ekonomistleri, makine tasarımı ile ilgili olarak mühendisleri, insan sağlığı ile ilgili olarak hekimleri ilgilendirir (Çeven ve Özer 2013).

Ergonominin amacı, farklı sağlık sorunlarının ortadan kaldırılabilmesi ve verimin arttırılabilmesi için çalışma ortamının nasıl tasarlanacağı ve işçiye nasıl adapte edileceğidir (El-Gammal, Ibrahim, Badr, Asker ve El-Galad, 2011). Başka bir ifade ile temel amaç, işçinin işe uydurulması değil işin işçiye uydurulmasının sağlanmasıdır. Ergonomi ile insanlar tarafından kullanılan araç gereç ve düzeneklerin kullanım etkinliğinin artırılması, insan performansının artması, insan sağlığının korunması ve iyileştirilmesi, insan güvenliğinin sağlanması, günlük hayatta karşılaşılan insan kullanımına ve etkileşimine açık olan her şeyin insana uygun tasarımı, insan mutluluğunun ve doyumunun sağlanması gibi hedeflere ulaşmak amaçlanmaktadır (Atalay, Yücel ve Korkmaz, 2014).

Ergonominin öncelikli amacı, iş güvenliği, iş verimliliği ve iş etkinliğinin en üst düzeye çıkarılması; çalışanın iş tatmininin artırılması, biyolojik, fizyolojik ve psikolojik açıdan sağlıklı ortamlarda çalışmanın sağlanması olsa da ergonomi sadece çalışan açısından bir dizi iyileştirme önlemleri olarak ifade edilecek bir konu değildir. Ergonominin örgütsel açısından da çeşitli yararları mevcuttur. Bunlar, iş güvenliği ve iş sağlığındaki iyileşme ve verimlilikte artış olarak ifade edilebilir. Hata oranlarında düşme ve buna bağlı olarak üretim ve hizmet maliyetlerinde azalma, işe devam süresinde artış, ergonominin örgütler açısından önemini ortaya koyan önemli göstergelerdir (Tutar, 2000).

Bir çalışma ortamında işgörenlerin sağlığının ve güvenliğinin korunması ve işletmelerde çalışan verimliliğinin sağlanabilmesi açısından çalışma ortamı koşullarının ergonomik olarak dizayn edilmesi gerekir. Ofis ortamında çalışan işgörenlerin verimsiz olmalarının nedenlerinden biride çalışma ortamlarının

yerleşim düzenlerinin yanlış olmasıdır (Demirci ve Armağan, 2002). Ergonominin amaçlarından biri de iş ortamlardaki aksaklıkları ortadan kaldırarak çalışan ve yöneticinin daha memnun olacağı elverişli çalışma ortamları oluşturmaktır.

2.2. Ergonominin çeşitleri

Ergonomi; fiziksel, bilişsel, yönetsel ve örgütsel ergonomi olarak 4 başlıkta toplamaktadır.

2.2.1. Fiziksel ergonomi

Büroların fiziksel şartlarının ergonomik unsurlara göre düzenlenmesi çalışanların verimliliğini, iş tatminini ve sağlığını etkilemektedir (Çeven ve Özer, 2013). Fiziksel ergonomi çalışan insanın sağlığına ve güvenliğine yönelik bir ergonomi çeşididir. İnsanların makineleri uygun ve kolay bir şekilde kullanabilmesi için tasarım sağlamak fiziksel ergonomi kapsamına girer. Fiziksel ergonomi, insanın antropometrik, biyomekanik ve fizyolojik özellikleriyle ilgilenir (Saygı, 2016).

Fiziksel ergonomi, insanlara zarar vermeyecek ve onları mutlu edecek bir çalışma ortamı oluşturmaya çalışarak fiziki etmenlerin insanlar üzerindeki zararlı etkilerini en aza indirmeyi amaçlar. İnsanın kullandığı ekipmanlarla ilişkisi, çalışma sırasındaki duruşu, tekrarlanan hareketler, güvenlik ve sağlık, işle ilgili iskelet kas sistemleri gibi konular fiziksel ergonominin ele aldığı konulardır (Karsh, Waterson ve Holden, 2013).

Fiziksel ergonomi, ergonomik çalışmaların temelini oluşturmaktadır. Tasarlanacak bir makinenin veya çalışma ortamının hazırlanmasında fiziksel ergonomiden büyük oranda yararlanılmaktadır.

2.2.2. Bilişsel ergonomi

Bilişsel ergonomi, bilgisayar odaklı ergonomi ya da yazılım ergonomisi olarak anılmaktadır. Bir kavram olarak II. Dünya Savaşı sırasında pilotların hatalarının incelenmesinden sonra ortaya çıkmıştır. Bilişsel ergonominin öncelikli amacı, ileri teknoloji gerektiren tasarlama aşamasında, bilgiye daha rahat ulaşabilmek için yazılım geliştirmek ve bu süreçte insan faktörü rolünü optimize etmektir (Saygı, 2016).

Günümüzde insanların çalışma ortamı emek yoğun sahadan bilgi yoğun hizmet sahasına kaymıştır. Bu durum çalışanların psikolojik ve zihinsel özelliklerinin

dikkate alınmasını zorunlu kılmaktadır. Bilgi iş görenlerinin bilgi işleme yeteneklerine uygun tasarlanan yazılım ve donanım bileşkesi bilişim teknolojilerinden azami derecede fayda sağlamaya etki edecek şartları hazırlayacaktır. Bilgisayar önünde çalışan bilgi iş görenlerinin verimlilik problemleri gelecekte de yöneticileri meşgul edecek bir konu olarak gündeme gelecektir.

2.2.3. Yönetsel ergonomi

Yönetsel ergonomi, insan ve makine arasındaki ilişkinin verimliliğini ve iş güvenliğini sağlayarak çalışmanın yöntemli bir şekilde düzenlenmesini hedef alan ve insanın kullandığı araç-gereçlerin ve makinelerin insanın yetenekleri ile uygunluk içinde olmasını amaçlayan yönetim sürecidir (Saygı, 2016). Başka bir ifade ile yönetsel ergonomi; ergonominin temel esası olan insan ve makine ilişkisinin verimliliğini ve iş güvenliğini artırarak, makinelerin insanın özelliklerine uygun olmasını sağlayan yönetim sürecidir.

2.2.4. Örgütsel ergonomi

Örgüt kültürü, iş yerindeki işlerin nasıl yapılacağını belirler. Çalışma ortamında ergonomik çalışmalara önem verilip verilmemesi gerektiği ve iş yerindeki örgüt kültürünün niteliği örgütsel ergonomi ile ilgilidir. Örgütün misyonu, vizyonu, yönetim tarzı, üretim hedefleri, çalışanına bakışı, çalışanların nasıl sosyalleşeceği gibi pek çok konuyu örgüt kültürü belirlemektedir. Bu nedenle ergonomi çalışmaları da örgüt kültürü ile birbirine bağlıdır (Güler 1997).

Örgütsel ergonomi, örgütsel yapıların, sosyoteknik sistemlerin ve politika ile süreçleri en uygun duruma getirilmesiyle ilgilenir. Konuları arasında ekip kaynak yönetimi, iletişim, iş tasarımı, ekip çalışması, çalışma saatlerinin belirlenmesi, toplum ergonomisi, katılımcı tasarım, uyumlu çalışma, işbirliği içinde çalışma, örgütsel kültür, yeni iş paradigmaları, sanal örgütler ve kalite yönetimi sayılabilir. Örgütsel ergonomi insanları işi en iyi etkiyi sağlayacak biçimde örgütlemeye çalışır (Wickens, 1992).

2.3. Ergonomik risk faktörleri

Bütün işler doğası ne olursa olsun insan üzerinde fiziksel ve mental stres bırakır. Eğer stres aşırı ise, kaza, hata, travma ve/veya sağlıkta kötüleşme durumları ortaya çıkar. Ergonomi, çalışma

çevresindeki stresleri ve insanların bu streslerle uyumunu konu edindiğinden, bu duruma neden olabilecek bütün riskler ergonomik risk şeklinde ifade edilebilir.

Ergonomik risk faktörleri ergonomiye uygun olmayan koşullarda çalışanların karşılaşabileceği riskleri ifade etmektedir. Bu konuda farklı kaynaklarda farklı sınıflandırmalara rastlamak mümkündür. Ergonomik uygulamalar ergonomi çeşitleri şeklinde birden fazla şekilde karşımıza çıktığından ergonomik risklerde farklı sınıflandırmalarla karşımıza çıkmaktadır. Çalışan verimliliğini etkileyen bazı ergonomik koşullar şu şekilde sıralanmaktadır (Yapıcı ve Baş, 2015):

2.3.1. Hava koşulları

İnsanlar beden iç sıcaklığını koruma ve kontrol etmede pek dayanıklı değildirler. Bu yüzden sıcaklığın yüksek olduğu alanlarda ya da tam tersi soğuk tesislerde çalışmak insanların çalışma verimliliğini önemli ölçüde etkilemektedir (Erkan, 1997).

İnsan vücudu 36.5 °C sıcaklığa sahiptir. Vücut; soğuk havalarda besin maddeleri yakarak, sıcak havalarda ise terleme fonksiyonu ile sürekli olarak ideal ısı dengesini sürdürmeye çalışır. Hava koşullarının uygun olmaması, genel organik direnci azaltmakta, iş verimini düşürmekte, çalışanlarda bıkkınlık, sinirlilik, dikkatsizlik gibi durumlara neden olmaktadır (Yapıcı ve Baş, 2015:593).

Çalışma yerlerindeki hava koşulları değerlendirilirken yalnızca ısıya bakılmaz. Hava sıcaklığına ek olarak havadaki bağıl nem oranı ve havanın akım hızı ölçülür. Bu ölçümler sonucu "efektif sıcaklık değeri" hesaplanır. Efektif sıcaklık; havadaki nem oranı, hava hareketi ve ortam sıcaklığının etkisi altında çalışanın hissettiği sıcaklığı verir. Genelde iş yerlerinde nem oranı % 30-75 arasında, hava akımı ise 100 mm/saniye-510 mm/saniye arasında tutulmaya çalışılmaktadır. Çalışma alanlarına uygun efektif sıcaklıklar; oturarak yapılan işlerde 19 °C, ayakta yapılan işlerde 17 °C, ağır bedensel işlerde 12 °C ve bürolarda 20 °C düzeyinde olmalıdır (Hayta, 2007:24).

2.3.2. Aydınlatma

İşyerlerinde işlerin uygun bir şekilde yapılabilmesi ve çalışanların göz sağlığının korunması için iyi bir aydınlatma gerektirmektedir. İş ortamındaki

aydınlatma, yapılan işlerin özelliklerine, o alanda çalışan insanların göz fonksiyonlarının yapısına ve işin özelliklerine göre farklılık gösterebilir. Örneğin 60 yaşındaki yaşlı bir çalışan, yirmi yaşındaki genç bir çalışana kıyasla 2-5 misli daha kuvvetli bir aydınlığa ihtiyaç duyar (O'Neill, 1998).

Üzerinde işlem yapılan cisim ve yüzeylerin parlaması durumu da aydınlatma miktarı kadar önemli bir konudur. Yansıma, yapılan işin görülmesini güçleştirdiği gibi, göz uyumunu da zorlamaktadır. Işık kaynağının ya da çalışma yüzeyinin parlaması, çalışanın ve aydınlatma kaynağının konumuna ve yansımalara müsait malzemelerin bulunmasına bağlıdır (Yapıcı ve Baş, 2015: 593). Ayrıca, aydınlatma miktarları arasında ciddi farklar olan bölgeler arasındaki geçişlerde, uyum için yeterli zaman sağlanmadığında, kaymalar, düşmeler ve çarpmalar olabilmektedir.

2.3.3. Gürültü

Genel olarak maddenin titreşimi ve bu titreşimlerin hava ya da su gibi bir ortam içinde iletilerek kulağa gelmesi "ses" olarak tanımlanmaktadır. Rahatsız edici ve hoşta gitmeyen sesler ise "gürültü" olarak tanımlanmaktadır. Ses özünde bir titreşimdir. Ses dalgalarının şiddeti ve yoğunluğu gürültü düzeyini belirlemektedir. Gürültü dB (desibel) denen bir birimle ölçülmektedir (Hayta, 2007:30).

Gürültü çalışan sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu etki, sese maruz kalma süresine ve maruz kalınan sesin şiddetine göre değişmektedir. Gürültünün etkisi, psikolojik etki, işitme organına etkisi ve verimliliğe etkisi olmak üzere üç grupta değerlendirilmektedir (Yapıcı ve Baş, 2015: 593). Gürültünün en önemli ve kalıcı etkisi işitme organı üzerinde olan etkisidir. 80 desibelin üzerindeki gürültü zamanla duyma yeteneğinde azalmaya sebep olmaktadır (El-Gammal, Ibrahim, Badr, Asker ve El-Galad, 2011).

2.3.4. Titreşim

Titreşim, cismin sistematik hareketini bu cisme temas eden başka bir kaynağa iletmesidir. Titreşimin rahatsız edici etkisi titreşimin süresi, frekansı ve şiddetiyle ilişkilidir. Titreşimler çalışanlar üzerinde sırt, boyun, göğüs, kol ağrıları ile yorgunluk hissi, genel denge bozuklukları, parmak uçlarının uyuşması ve karıncalanması ve baş ağrısı gibi problemlere neden

olmaktadır. Titreşimin insan sağlığına yönelik olumsuz etkilerinden korunabilmek için özellikle elle kullanılan araçların tutma yerlerinin kauçuk ve plastik gibi izalasyon maddeleriyle kaplanması, ya da çalışanlara özel koruyucu eldivenler kullanılması gerekmektedir (Erkan, 1997).

2.3.5. Renkler

İnsanların kendilerini renklerle ifade edebildiği gibi mekânlar da kendini ifade etmek için rengin dilini kullanırlar. Bir mekânı canlı, sıkıcı, sakın veya temiz göstermek renklerle mümkündür. Bunun için kullanılan renklerin psikolojik etkisi dikkate alınarak renk tercihleri yapılmalıdır (Dizel, Kılıç, Efe ve Kasal, 2017).

Renkler iki kapsamda önem taşımaktadır. Bunlardan birincisi, çalışma alanının renk ahengini sağlamak ve aydınlatmayı artırmak, diğeri ise renklerin uyarı işareti olarak kullanılmasını kapsamaktadır. Bu uyarıcı renkler aşağıda belirtilen kapsamlarda kullanılmaktadır (Hayta, 2007:29).

Kırmızı; yangın söndürme araç ve gereçlerinde kullanılmaktadır.

Canlı turuncu; makine ve tezgâhların tehlikeli bölgelerinde ve hareketli kısımlarda kullanılmaktadır.

Sarı; fiziksel tehlikelerin olduğu yerlerde kullanılmaktadır.

Yeşil; güvenliği ifade etmektedir. İlk yardım malzemelerinin konulduğu yerler bu renge boyanmaktadır.

Mor; radyasyon tehlikesini göstermektedir.

Mavi; uyarı rengi niteliği taşımaktadır.

Beyaz; düzen işareti olarak kullanılmaktadır.

2.3.6. Tozlar ve toksit maddeler

Meslek hastalıklarının % 70'i tozlardan ve toksit maddelerden dolayı meydana gelmektedir. Tozlar, önemli ölçüde alerjik rahatsızlıklara ve solunum fonksiyonu kayıplarına; toksit maddeler ise kanserojen etki yaratarak doku dejenerasyonuna ve tedavisi olanaksız pek çok akciğer rahatsızlığına sebep olmaktadır (Akyöney, 2003:13).

Çalışanları zararlı toz ve toksit maddelerden korumak için bunların havadaki miktarlarını azaltacak toz emme sistemlerinin ve havalandırma sistemlerinin

kurulması gerekir. Ayrıca çalışanlara maske, eldiven, koruyucu gözlük gibi kişisel koruyucuların kullanılması gerekmektedir (Hayta, 2007:33).

2.3.7. Bakım ve temizlik

Bakım ve temizlik, işletmelerde çalışanların çeşitli rahatsızlıklara, enfeksiyona, kazalara ve iş hastalıklarına karşı korunmasını sağlayan önemli bir faaliyettir. Bir işletmede salgın hastalıklara neden olan mikroorganizmaların, kemiricilerin, böceklerin ve diğer zararlıların ortadan kaldırılması için temizlik ve bakıma büyük özen göstermek gerekmektedir (Erkan, 1997).

İşyerinde çalışma sırasında kullanılan aletlerin temiz olması çalışan moral ve motivasyonunu olumlu yönde etkiler. Buna ek olarak bakımlı ve temiz alanlarda çalışan kişilerin mikrop ve hastalıklar ile karşılaşması ve kokudan rahatsız olması önlenir. Üretim esnasında oluşan atıkların çalışma ortamından hemen uzaklaştırılmasını sağlayacak bir çalışma düzeninin kurulmuş olması, atıklardan kaynaklanan kaza riskini de ortadan kaldıracaktır (Camkurt, 2007).

2.3.8. Fiziksel tasarım

Fiziksel tasarım ile ifade edilmeye çalışılan işyerinin iç ve dış fiziksel durumu ve yapısıdır. Yerdeki döşemeler ve tavan malzemesinin uygunluğu, pencerelerin konumu ve boyutu, rampaların yeri ve eğimi, kullanılan raflar ve merdivenler gibi değişkenler çalışma ortamının fiziksel tasarımı kapsamına giren unsurlardır (Camkurt, 2007). Bu unsurlar küçük detaylar gibi görünmesine karşın kimi zaman can ve mal kaybı ile sonuçlanabilecek büyük iş kazalarına sebep olabilmektedir (O'Neill, 1998).

İşletmelerde değişik işlerin yürütüldüğü farklı çalışma alanları bulunmaktadır. Bu çalışma alanlarının tasarımında, insan faktörü ve yapılacak iş dikkate alınarak düzenlemeler yapmak gerekmektedir (Hayta, 2007). Dar alanda veya alçak tavanlı ortamda çalışmak iş kazalarına yol açabileceği gibi çalışanın zorlanmasına da neden olabilmektedir.

3. Araştırma

3.1. Araştırmanın amacı

Bu araştırmada, Van ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri incelenmiştir. Çalışma kapsamında işletmelerin ergonomik yeterlilikleri

değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırma ile otel işletmelerindeki ergonomik risklerin tespit edilmesi ve işletmelerdeki ergonomi uygulamalarının ne düzeyde önemsendiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında 2 tane beş yıldızlı 4 tane dört yıldızlı otel işletmesinden veri elde edilmiştir. 2 dört yıldızlı otelden yöneticilerin araştırmaya dahil olmak istememesi dolayısı ile veri elde edilememiştir.

Araştırmanın amacı, literatür taraması ve gözlem tekniği ile otel işletmelerindeki ergonomik sorunların tespit edilerek bu olumsuz durumun ortadan kaldırılması için ilgililere öneriler sunmaktır.

3.2. Araştırmanın yöntemi

Bir araştırmacı, herhangi bir ortamda oluşan bir davranışa ilişkin ayrıntılı, kapsamlı ve zamana yayılmış bir resim elde etmek istiyorsa, gözlem tekniği en uygun tekniktir. Araştırma kapsamında veri toplamak için yapılandırılmış gözlem tekniği kullanılmıştır. Yapılandırılmış gözlemlerde kullanılan veri toplama aracı, gözlemlerde nelere dikkat edilmesi gerektiğini, tam olarak neyin gözlemleneceğini ve gözlemin nasıl kaydedilmesi gerektiğini belirten gözlem çizelgesidir. Yapılandırılmış gözlemlerde araştırmacı incelediği grubu, kullandığı gözlem çizelgesinin gösterdiği şekilde nesnel olarak gözlemler (Sencer ve Sencer, 1978).

Gözlem tekniği, doğal belirtilerin gözlenmesiyle, daha yansız veri toplama olanağı sunar. Özellikle sosyal bilimlerde bireylerin davranışlarına ilişkin yansız veri elde etmek oldukça güçtür. Çoğu kez, bireyler, oldukları gibi değil görünmek istedikleri gibi rapor sunmaktadır (Karasar, 2000:165). Bu da verilerin geçerliliğini ve güvenilirliğini yani araştırmanın kabul edilebilirliğini önemli derecede etkileyen bir durumdur.

Araştırmada, otel işletmeleri ergonomik yeterlilik bakımından değerlendirileceği için gözlem tekniğinin kullanılması uygun bulunmuştur. Kişilerin yanlış beyanlarda bulunma durumu dikkate alınarak evrendeki otel işletmelerinin tamamı araştırmacılar tarafından ziyaret edilerek araştırmaya dâhil edilmeye çalışılmıştır. Bu sayede otellerin uygunluğu, belirlenen kriterler kapsamında ortaya konulabilir.

Literatürde yer alan ergonomik riskler dikkate alınarak bir veri toplama formu oluşturulmuş ve bulgular bu forma göre elde edilmiştir. Daha önce

ergonomi kapsamında yapılmış olan Yapıcı ve Baş (2015), Özbek Yazıcı ve Kalaycı (2015) ile Çakır'ın (2015) çalışmalarından faydalanılarak forma son hali verilmiştir. Bu kriterler aşağıdaki şekilde sınıflandırılarak değerlendirilmiştir.

Hava koşulları

- Çalışılan alan düzenli olarak havalandırılıyor mu?
- Personele ait alanlarda da (personel yemekhanesi vb.) havalandırma var mı?
- Kapasiteye uygun sayı ve uygun nitelikte davlumbaz var mı?
- Personel çalışma alanlarını uygun sıcaklıkta tutacak araçlar mevcut mu?

Aydınlatma

- Mutfak alanında aydınlatma yeterli mi?
- Personele ait alanlarda (personel yemekhanesi vb.) aydınlatma yeterli mi?
- Çalışma ortamının her yerinde aydınlatma düzeyi eşit mi?
- Aydınlatma göz kamaşmasına neden oluyor mu?
- Çalışılan yüzeye gölge düşüyor mu?

Gürültü

- Gürültülü çalışan araç-gereç, çalışma ortamından uzakta mı?
- Çalışma ortamındaki müzik azami değer altında mı?
- Çalışanın dikkatini dağıtacak ani gürültüler meydana geliyor mu?

Titreşim

- Kullanılan servis aracının tasarımı kullanışlı mı?
- Ağır yükleri taşımak için kullanılan taşıma aracı titreşim oluşturuyor mu?
- Titreşim oluşturan aletlerin ve makinelerinin tutma yeri kauçuk veya plastik ile kaplı mı?

Renkler

- Personelin yoğun olarak çalıştığı alanlardaki renkler göz yorucu mu?

- Renkler seçilirken renklerin ergonomik uyumluluğu dikkate alınmış mı?
- Karmaşık çalışma ortamlarında renkler işi kolaylaştıracak şekilde kullanılıyor mu?

Tozlar ve toksit maddeler

- Çalışma alanlarında personelin soluyabileceği tozlar mevcut mu?
- Çalışanlar, temizlik malzemelerini kullanırken eldiven maske vb. koruyucular kullanıyor mu?
- Kimyasal içeren temizlik malzemeleri ayrı bir depoda bulunuyor mu?
- Kullanılan kimyasalların güvenlik bilgi formları mevcut mu?

Bakım ve temizlik

- Çalışma alanları hijyen standartlarına uygun olarak temizleniyor mu?
- Temizlik görevlilerinin hijyen eğitimi belgesi var mı?
- Çalışma sırasında yere dökülen yağlar, sular vb. hemen temizleniyor mu?
- Çöpler uygun şekilde uzaklaştırılıyor mu?
- Mutfakta haşerat kontrol sistemi var mı?
- Kullanılan malzemelerin periyodik bakım cetveli mevcut mu?

Fiziksel tasarım

- Mutfaktaki çalışma alanı genişlik olarak yapılan işin kapasitesine uygun mu?
- Tavan yüksekliğinin 4 metreden az olduğu alanlar mevcut mu?
- Araç-gereç ve malzemeler kullanılacakları alana yakın yerleştirilmiş mi?
- Araç-gerecin boyutları çalışanlara ve çalışma ortamına uygun mu?
- Zemin dayanıklı, kaymayan ve kolay temizlenebilen malzemeden yapılmış mı?
- Çalışanları fiziksel olarak zorlayacak eğimli zemin mevcut mu?
- Çalışma ortamındaki raflar sabitlemiş mi?

- Kullanılan raflardan malzeme düşmesini engelleyecek sistemler mevcut mu?
- Dışarıdan geçen ve risk oluşturan elektrik kablosu mevcut mu?

Veri elde etmek için değerlendirme formu, şerit metre, dijital sıcaklık ve nemölçer ile ses ölçme cihazı kullanılmıştır. Gözlem yapıldığı esnada çalışanlardan ve yetkililerden sözlü olarak da bilgi elde edilmeye çalışılmıştır. Araştırma evrenindeki işletmeler, iş sağlığı ve güvenliği uzmanının da dâhil olduğu araştırmacılar tarafından tek tek ziyaret edilerek değerlendirme yapılmıştır. Araştırma, konaklama işletmelerindeki tüm birimleri (mutfak, restoran, ön büro, depo, ofisler vb.) kapsayacak şekilde gerçekleştirilmiştir.

3.3. Araştırmanın önemi

İşletmelerde işin, çalışanlar için güvenli ve sağlıklı hale getirilmesi yasal bir yükümlülüktür. İş sağlığı ve güvenliği sistemi, bu zorunluluğun yerine getirilmesi sürecinde işletmelere yardımcı olacak uluslararası standartları içerir. İş sağlığı ve güvenliği kapsamına giren ergonomi işin çalışanlara uygun hale getirilmesini ifade eder. İşin çalışanlara uygun olması çalışanların psikolojik ve fiziksel olarak yıpranmasına engel olarak çalışanların huzurlu ve mutlu olmasını sağlar. Çalışanların mutlu olması çalışan motivasyonunu arttırdığı gibi çalışanın verimliliğini de artırır.

Araştırma, emek yoğun olan bir sektör olan turizm sektöründeki ergonomik riskleri incelemeye yönelik bir araştırma olduğundan önem arz etmektedir. Araştırma kapsamında genel olarak otel işletmelerinde yapılan ergonomik hatalar ortaya konularak bu hataların tekrarlanmaması için öneriler sunulmuştur.

4. Bulgular

Araştırma kapsamında yapılan gözlem ve mülakatlar sonucunda elde edilen en önemli bulgu, yönetici ve çalışanların fiziksel ergonomiyi ergonomi olarak yorumladığı bulgusudur. Ergonominin temelinde insanın mutlu olması vardır. Ergonomik olmayan koşullarda çalışmak, çalışanlara fiziksel olarak zarar verebileceği gibi psikolojik olarak da zarar verebilir. Bu nedenle ergonomik bir ortam sağlamak için fiziksel olanaklara ek olarak psikolojik olarak iyi hissettirecek olanaklara da ihtiyaç vardır.

Otel çalışanlarının ayakta durma oranları çok fazla olması araştırma kapsamında elde edilen bir diğer bulgudur. Hizmet sektöründe bulunana otel işletmelerinde çalışmaların nerdeyse yüzde yetmişlik bölümü ayakta çalışmalarla sağlanmaktadır. Araştırmada fazla mesai uygulanması, ara dinlenmelerin az olması, çalışanların fazla mesaiden sonra yeterince dinlendirilmeden işe başlatılmasının fiziksel ve psikolojik olarak çalışanları olumsuz etkilediği gözlenmiştir. Özellikle garson, resepsiyon çalışanları, hostesler, mutfak çalışanları, çamaşırhane çalışanları ve kat görevlilerinin uzun süreli ayakta çalışmalar yaptıkları gözlenmiştir. Çalışanlarla yapılan görüşmelerde uzun süreli ayakta çalışmalardan dolayı ayak rahatsızlıklarının ortaya çıktığını belirtilmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen önemli bulgulardan biri ise çalışan kıyafetlerinin hareket kısıtlamalarına neden olmasıdır. Otel işletmelerindeki çalışanların direk müşteri ile birebir görüşmesinden dolayı kıyafetlerin şıklığı önem arz etmektedir. Ancak kıyafet seçimlerinde sadece renk ve görseleğe önem verdiği için çalışan kıyafetlerinin birçok otelde çalışanların hareketlerini kısıtladığı görülmüştür. Uygun kumaş seçiminde bulunmadığı için hava alışverişinin sağlanamamasından dolayı terlemelerin fazla olması kıyafetlerdeki önemli ergonomik problemler olarak ifade edilebilir.

Araştırma kapsamında oluşturulan forma göre elde edilen veriler değerlendirilerek aşağıda sunulan bulguları oluşturmaktadır.

Hava Koşulları: Araştırma kapsamında değerlendirilen tüm otellerde müşterilerin kullandığı alanlarda hava koşullarının uygun olduğu tespit edilmiştir. Bu alanlardaki havalandırma sistemleri çalışmakta ve ortamı uygun sıcaklıkta tutmaktadır. Müşteriye hizmet sunan çalışanların bu alanlarda oldukça ergonomik şartlarda çalıştığını söylemek mümkündür. Ancak otellerin mutfak ve personele ait alanlarında hava koşulları açısından eksikler tespit edilmiştir.

Dört yıldızlı bir otel işletmesinin mutfağında (otelin yeni kurulmasından kaynaklı olduğu ifade edilmiştir) havalandırma sisteminin mevcut olmadığı gözlenmiştir. Araştırma kapsamında kalan diğer otellerde davlumbaz ve diğer havalandırma sistemleri mevcuttur. Ancak gözlem yapılan iki dört yıldızlı otel

mutfağında da yoğun koku olması dolayısı ile havalandırma sisteminin yetersiz kaldığı ya da kullanılmadığı tespit edilmiştir.

Yapılan araştırma kapsamındaki hiçbir otel bina içerisinde personele kalıcı şekilde konaklama imkanı (personel lojmanı) sağlamamaktadır. Tüm otellerde personelin kıyafet değiştirmek, dinlenmek ve nöbetçi personellerin uyuması için alanlar bulunmaktadır. Bu alanlar değerlendirildiğinde, yalnızca beş yıldızlı bir otel işletmesinin bu alanda havalandırma sistemi kurduğu görülmüştür. Isıtma sistemi mevcut olan diğer tüm işletmelerde, bu alanda hava sirkülasyonu cam ve kapı açarak sağlanabilmektedir.

Aydınlatma: Araştırma kapsamına giren tüm otellerde aydınlatma sisteminin mevcut ve çalışır durumda olduğu gözlenmiştir. Personel alanlarında bulunan aydınlatma sistemlerinde genellikle sarı ve beyaz ışık kullanılmaktadır.

Otel mutfaklarında tezgah üzeri aydınlatma sistemi iki beş yıldızlı otelde ve bir dört yıldızlı otelde mevcut iken diğer otellerde bu sistem bulunmamaktadır. Bu nedenle özellikle tezgah başında çalışılan bazı alanlara gölge düşmektedir. Bu otellerde yeterli sayıda aydınlatma kaynağı bulunmadığı için bütün çalışma alanı eşit düzeyde aydınlatılamamaktadır.

Dört yıldızlı bir otel işletmesinde alçak olan personel ortak alanındaki aydınlatmanın aşağı sarkmasından dolayı aydınlatmanın çok yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Göz hizasında olan aydınlatma kaynağı göz kamaşmasına neden olmakta. Burada aydınlatma miktarından daha önemli olan ise aydınlatma sisteminin çalışanın rahat bir şekilde yürümesine bile engel olmasıdır.

Gürültü: Araştırma kapsamında gürültü oluşturan araç ve gereçlerin çalışma alanlarına yakın olduğu ve bu araçların genellikle mutfakta bulunduğu görülmüştür. Araştırma kapsamındaki dört yıldızlı otellerden birinde asansör makine sistemi ile personel ortak kullanım alanı arasında yalnızca bir ahşap kapı bulunduğu asansör gürültüsü personel alanına ulaşmaktadır. Araştırma kapsamındaki dört yıldızlı otel işletmelerinden birinin personel ortak alanının hemen içinde çamaşır makinesi ve kurutucusunun olduğu ve bunun çalışırken gürültü yaptığı tespit edilmiştir. Beş yıldızlı bir otelde etkinlik ve organizasyonlarda çok fazla gürültünün mutfağa

ulaştığı ve çalışanların birbirini duymasını bile zorlaştırdığı gözlenmiştir.

Otellerin restoran ve bar kısımlarında etkinlik ve organizasyonlarda çok fazla gürültü mevcuttur. Bu durum ergonomik bir sorun olarak değerlendirilebilir. Bölgenin kültürel durumunun da bir sonucu olarak özellikle düğün organizasyonlarında gürültülü ses sistemlerinin kullanıldığı gözlenmiştir. Hizmet sektöründe, çalışanlar bire bir müşterilerle diyalog içinde oldukları için kulak koruyucu ekipmanların kullanılması da uygun değildir. Gürültü konusunda maruz kalınması kabul edilebilir ses aralığı 80-85 desibeldir. Ölçüm yapılan iki işletmede ses sistemlerinin 130 ve 110 desibellik bir ses yaydığı tespit edilmiştir.

Dört yıldızlı bir otel işletmesinin bar kısmında çalışan personele gürültü ile ilgili durum sorulduğunda "Çalışma alanında gürültü yapan bardak yıkama makinesi var. Bu makine çalıştığında müşteriler rahatsız oluyor. Bu makine bizim çalışma alanımızda yani mutfakta olabilirdi" cevabını vermiştir. Bu cevap çalışan ergonomisinin çalışanlar tarafından dahi gözetilmediğini göstermektedir. Çalışma alanında ortaya çıkabilecek gürültüye çalışanın maruz kalması çalışan tarafından normal bir durum olarak algılanmaktadır. Çünkü genellikle çalışanlar ve yöneticiler misafirin konforuna odaklanmakta ve bu nedenle kendi konforlarını göz ardı edebilmektedir.

Titreşim: Otellerde çalışanların titreşime maruz kalacağı çok az durum mevcuttur. Genellikle titreşim oluşturan aletler ile teknik personel ve mutfak çalışanları çalışmaktadır. Teknik personelin kullandığı aletler genellikle yoğun bir şekilde titreşim oluşturmeyen aletlerdir. Mutfak personelinin kullandığı aletlerde de bu alet üreticilerinin titreşimi azaltıcı önlemler (aletlerin tutma yeri kauçuk veya plastik ile kaplı) aldığı tespit edilmiştir.

Otel çalışanlarında titreşime en çok neden olan aletlerin kullanılan servis araçları ve ağır yükleri taşımada kullanılan taşıma araçları olduğu tespit edilmiştir. İki dört yıldızlı otel işletmesinde bu araçların yeni olmadığı ve hareket ettiğinde tutma yerinde titreşim oluşturduğu tespit edilmiştir.

Renkler: Otellerde personel çalışma alanlarında çok fazla göz yorucu renk bulunmamaktadır. Çalışan ortak kullanım alanları genellikle beyaz ve gri renktedir.

Renklerin göz yormadığı ve karmaşık çalışma ortamında işleri kolaylaştıracak şekilde de pek kullanılmadığı gözlenmiştir. Çalışma alanlarında uyarı ve yönlendirme amaçlı renk kullanımı mevcut değildir. Yalnızca bazı otellerde tabelalar ve uyarı levhaları yer almaktadır.

Tozlar ve toksit maddeler: Araştırma kapsamındaki hiçbir otelde personelin soluyabileceği ve rahatsız olabileceği kadar toza rastlanmamıştır. Otellerde toz oluşumuna neden olacak çok fazla durum olmadığı için araştırma kapsamında toksit madde içeren temizlik malzemeleri ve bu malzemeleri kullanan personellerin donanımı üzerinde durulmuştur. Otel işletmelerin yalnızca birinde kullanılan kimyasalların güvenlik bilgi formu mevcuttur. Yalnızca iki otel işletmesinde bu kimyasallar kilitli bir alanda saklanmaktadır. Diğer dört otel işletmesinde kimyasallar kilitli bir alanda tutulmadığı gibi çalışan ortak kullanım alanının hemen yanındadır. Bu malzemeleri kullanan çalışanların hiçbiri bu kapsamda eğitim aldığına dair bir belgeyi araştırmacılar ile paylaşmamıştır. Tüm otellerdeki çalışanların kimyasalı kullanırken eldiven ve maske kullandığı görülmüştür.

Bakım ve Temizlik: Otel işletmelerinde personelin çalıştığı alanların hepsinin temizlik ve bakımı yapılmaktadır. Bu alanlarda yapılan temizlik genellikle bu alanı kullanan personel tarafından yapıldığından mutfak ve bar gibi alanlarda bakım ve temizliğin çalışan ergonomisine uygun tutulduğunu söylemek mümkündür.

Tüm otellerde büro çalışanlarının çalışma alanları temiz ve kullanışlıdır. Ancak bütün otellerde çalışanların ortak alanı yeterince temiz değildir. Çalışanların kullandığı bu alanların dağınık ve kirli olmasının nedeni çalışanların belirttiğine göre bu alanı temizlik görevlisinin düzenli bir şekilde temizlememesidir. Çalışanlar tarafından temizlenen bu alanların çalışanların kendileri temizleyecek çok fazla zaman bulamamasından dolayı temiz olmadığı ifade edilmiştir.

Fiziksel tasarım: Araştırma kapsamındaki otellerin hepsinde ergonomik açıdan fiziksel tasarım kaynaklı sorunlar tespit edilmiştir. Çalışan ortak alanları iki otelde çalışanın tavana kafasını çarpabileceği kadar açıktır. Genellikle dar olan çalışan ortak alanları 3

otelde şeker, kağıt havlu, kirli çarşaf vb. eşyaların depolanması ile daha da daraltılmıştır.

Otellerin çoğunda mutfak alanının yeterince geniş olmamasından dolayı malzemeler ergonomik açıdan uygun yerleştirilememektedir. Mutfak alanlarında geniş çaplı malzemelerin olması, otelin tüm yemek, bulaşık, pasta gibi ihtiyaçlarını karşılamak için tek bir alanın küçük bölmelere ayrılarak kullanılmak istenmesi gibi nedenlerle ergonomik olmayan bir çalışma ortamı ortaya çıkmaktadır. Çalışma ortamında iki otelin mutfağında raf bulunmamakta ve diğer raf bulunan otellerin hiçbirinde raftan ürün düşmesini engelleyecek bir sistem kullanılmamaktadır. Ayarlanabilir tezgâhlar çalışabilirlik açısından büyük bir rahatlık sağlamaktadır. Araştırma kapsamındaki hiçbir otelde çalışan boyu ve çalışma stiline göre ayarlanabilir bir tezgah bulunmamaktadır.

5. Sonuç ve tartışma

Otel işletmeleri açısından maliyet gibi görülebilen ergonomik tasarım ve iş görenlere uygun ölçütlerde çalışma ortamı sağlanması, aslında çalışanları yüksek performans ile çalışmaya güdüleyen bir girişimdir. Çakır (2015) otel işletmelerinin mutfaklarına yönelik yaptığı araştırmada ergonomik uygulamaların, olası iş kazalarını önlediği, işgücü devrini minimize ettiği ve kalifiye personelin kalıcılığına katkıda bulunduğunu ifade etmektedir. Ancak yaptığı araştırma sonucunda ergonomik koşulların sağlanmasında yetersizlikler olduğunu tespit etmiştir. Dizel, Kılıç, Efe ve Kasal (2017) eğlence mekânlarının ergonomik tasarım kriterlerini ele aldıkları araştırmada, ergonomik olmayan ortam koşullarının mevcut olduğunu tespit ederek mobilya ve donatı elemanlarının kullanımının kullanıcılar da bazı sağlık sorunlarına sebep olabileceğini ifade etmiştir. Kalinkara ve Öktem (2002) Otel işletmelerindeki mutfak donanımlarının çalışanlara uygunluğunu araştırdıkları çalışmada, mutfak çalışanlarının alan ve donanım tasarımında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını, otellerin işçi sağlığını etkileyebilecek ergonomik önlemleri yeterince almadıklarını ortaya koymuştur.

Bu araştırmada kapsamında;

- Çalışanların psikolojisinin ve ruh halinin yeterince dikkate alınmadığı

- Otellerde fiziksel ve zihinsel iş yükünün çok fazla olduğu
- Özellikle etkinlik ve organizasyonlarda çok fazla gürültünün ortaya çıktığı,
- Otel çalışanlarının ayakta durma oranlarının fazla olduğu,
- Büro odalarının tavanlarının alçak ve alan genişliğinin yetersiz olduğu,
- Mutfak alanının yeterince geniş olmamasından dolayı malzemelerin ergonomik olarak uygun yerleştirilemediği,
- Çalışan kıyafetlerinin hareket kısıtlamalarına neden olduğu...

gibi önemli bulgular elde edilmiştir. Bu bulgulara ek olarak hava koşulları, gürültü, aydınlatma, fiziksel koşullar gibi durumlarda da otellerde eksikler olduğu sonucuna varılmıştır. Bu bulgular sayesinde, daha önce yapılmış çalışmalar ile benzer olarak araştırma evreninde bulunan otel işletmelerindeki ergonomik koşulların aslında yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yapıcı ve Baş (2015) çalışma ortamında oluşmuş olan yüksek ses, gürültü, sıcaklık-soğukluk, uygun olmayan aydınlatma veya havalandırma, uyumsuz ekipmanlar ve bunların neden olduğu özellikle mekanik titreşimin çalışan performansı üzerinde olumsuz etkiler olduğunu araştırma sonucunda vurgulamıştır. Araştırmada özellikle yıldız sayısı düşük olan otellerde Yapıcı ve Baş tarafından ifade edilen eksiklikler gözlenerek tespit edilmiştir.

Araştırmada ortaya çıkan sonuçlardan biri de otel işletmelerinde çok fazla baskıcı bir yönetim sisteminin olduğu ve bunun da çalışanları olumsuz yönden etkilediğidir. Çalışan devir hızının yüksek olduğu otel işletmelerinde, çalışanların çok uzun süreler çalıştırılması, düşük maaşlar ödenmesi ve sebepsizce işten çıkarılması birçok kesim tarafından normal kabul edilmektedir. Bu durumların, çalışanın dahi kendi ergonomisini düşünmediği oteldeki misafirin ergonomisini düşündüğü durumlar yarattığı araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır. Araştırmada birçok araştırmada olduğu gibi çalışanların dinlenmesine yeterince izin verilmediği tespit edilmiştir. Oysa dinlenme, kasların yeniden güç kazanarak daha verimli

hale gelmesini sağlayabilir. Çalışan verimliliği açısından dinlendirilerek çalıştırmak işletmeler için daha avantajlı olacaktır. Bu nedenle ergonomi çalışana rahat işletmeye mutlu ve daha fazla güce sahip çalışan sağlayacaktır.

Ergonomi yalnızca fiziksel boyutu ile değil, psikolojik boyutu ile de dikkate alınması gereken bir konudur. Otelde ergonomik olmayan psikolojik durumlar da mevcuttur. Örneğin otel işletmelerindeki güler yüzlü personeller müşteri memnuniyetini arttıran ve yöneticilerin görmek istediği personellerdir. Yöneticilerin personelin istekli olarak gülmek istememesine karşın güler yüzlü olmasını beklemesi aslında ergonomik olmayan bir durumdur. Bu durumun aşılması için çalışanlara psikolojik motive edici uygulamaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bunlar; çalışma ortamındaki müzik, renkler, bitkilerle süsleme, çalışma zamanlarının düzenlenmesi, terfi, takdir, hoşnutluk, parasal özendiriciler gibi durumların düzenlenmesi olarak sıralanabilir.

Bazı insanlar zekâlarını bir işi zorlaştırmak için kullanır, bazıları kolaylaştırmak için... Çalışma alanlarının ve koşulların ergonominin standartlara uygun olmaması işleri zorlaştırabileceği için aslında akla ve mantığa aykırı bir durumdur. Otel yöneticilerinin bunun farkına vararak akla ve mantığa uygun bir şekilde zekâlarını kullanmaları, hem çalışanların rahat ve huzurlu olmasını sağlayacak hem de verimliliği arttıracaktır.

Kaynakça

Akyöney, B. (2003). *Temizlik Hizmetleri İşletmeciliği*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Altınöz, M., Özdemir, N. ve Usta, İ. (2017). Ergonomic Analysis of Seating Furniture Used In Food and Beverage Facilities: Thonet No: 233 Chair. *İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi*, 6 (3), 528-540.

Atalay, A., Yücel, A. S. ve Korkmaz, M. (2014). Ergonomi ve Sporda Ergonominin Kullanım ve Öneminin İncelenmesi, *Uluslararası Hakemli Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi*, 1(1), 12-27.

Balta, Ş. ve Özpinar, H. (2018). Turizm İşletmelerinin Spa Bölümlerinde İş Sağlığı ve Güvenliği Açısından Ergonominin İncelenmesi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 139-148.

Bridger, R. S. (1995). *Introduction to Ergonomics*, New York: McGraw-Hill Inc.

Camkurt, M. Z. (2007). İşyeri Çalışma Sistemi ve İşyeri Fiziksel Faktörlerinin İş Kazaları Üzerindeki Etkisi. *TÜHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 21(1), 80-106.

Çakır, H. A. (2015). OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Kapsamında Otel Mutfaklarının Ergonomik Açısından İncelenmesi: Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir.

Çeven, S. ve Özer, K.(2013). Büro Ergonomisinin Çalışma Psikolojisi ve İş Verimine Etkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Büro Yönetimi Özel Sayısı (25), 61-70.

Demir, M. (2003). Konaklama İşletmelerinde Ergonominin İşgören Verimliliği Üzerine Etkileri. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 5(2).

Demirci, K.ve Armağan, K. (2002). Bürolarda Fiziksel Ortamın Düzenlenmesi ve Olumsuz Çevresel Faktörlerin Çalışanlar Üzerindeki Etkisi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 1-13.

Dizel, T., Kılıç, H., Efe, H. ve Kasal, A. (2017). Eğlence Mekânlarının Ergonomik Tasarım Kriterleri Açısından İncelenmesi (İzmir-Antalya Örneği). *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 5, 175-187.

El-Gammal, M. I., Ibrahim, M. S., Badr, E. A., Asker S. A. ve El-Galad, N. M. (2011). Health Risk Assessment of Marble Dust at Marble Workshops, *Nature and Science*, 9 (11), 144-154.

Erkan, N. (1997). Ergonomi. Ankara: M.P.M. Yayınları.

Güler, Ç. (1997). *Ergonomiye Giriş*, Ankara: (T.C. Sağlık Bakanlığı) Aydoğdu Ofset.

Hayta, A. B. (2007). Çalışma Ortamı Koşullarının İşletme Verimliliği Üzerine Etkisi. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1(1), 21-41.

İşık, C. ve Meriç, S. (2015). Otel Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçi Kapsamında Değerlendirilmesi: Van İli Örneği. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 4(1), 1-16.

Kalinkara V. ve Öktem Ş. (2002). Otel İşletmelerinde Mutfak Donanımının Çalışanlara Uygunluğunun Ergonomik Olarak Değerlendirilmesi, Akdeniz Ülkeleri Turizm Kongresi, 17-21 Nisan, Antalya.

Karasar. N. (2000). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayınları.

Karsh, B. T., Waterson, P. ve Holden, R. J. (2013). Crossing Levels In Systems Ergonomics: A Framework To

- Support Mesoergonomic Inquiry, *Applied Ergonomics*, 1(10), 45-54.
- O'Neill, M. J. (1998). Ergonomic Design For Organizational Effectiveness. New York: CRC Press.
- Özbek Yazıcı, S. ve Kalaycı, (2015). Hemşirelerin Çalışma Ortam ve Koşullarının Değerlendirilmesi. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 3(3), 379-383.
- Özcan, E. (2011). İş Yerinde Ergonomik Risklerin Değerlendirilmesi ve Hızlı Maruziyet Değerlendirme (Hmd) Yöntemi. *Engineer & The Machinery Magazine*, 52(616), 86-89.
- Özkan, N. F. ve Kahya, E. (2017). Bir Üniversitenin İdari Ofislerindeki Ergonomik Risklerin Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 32(1), 141-150.
- Saygı, A. C. (2016). Seyahat Acentalarında Ergonomik Koşulların İşgörenlerin İş Doyumuna Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Seçkiner, S. U. ve Kurt, M. (2004). Ofis Güvenliğinin Değerlendirilmesi İçin Geliştirilmiş Ergonomi Teknolojisi: Kairos, Örnek Uygulama. *Gazi Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 19(1), 37-41.
- Sencer, M. ve Sencer, Y. (1978). *Toplumsal Araştırmalarda Yöntembilim*. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü.
- Su, B. A. (2001). *Ergonomi*, Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Tutar, H. (2000). *Kriz ve Stres Ortamında Yönetim*, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Wickens, C. D. (1992). *Engineering psychology and human performance*. New York: Harper Collins.
- Yapıcı F. ve Baş H. (2015). Verimlilikte Ergonomik Faktörler, *Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 3(3), 591-595.

Extended abstract in English

When the tourism sector is mentioned, people think of concepts such as holiday rest comfort and entertainment. It is seen that it is very important that the customers are comfortable in the service process in tourism enterprises. While these comforting efforts often provide the customer with peace and happiness, they can turn into torture for the employee. For this reason, tourism sector can be defined as a sector in which work can harm the physical and mental health of the employee.

The aim of ergonomics is how to design and adapt the working environment to eliminate different health problems and increase productivity. Ergonomic risk factors refer to the risks that employees may face under conditions that are not ergonomic. Some ergonomic conditions affecting employee productivity are listed as follows (Yapıcı & Baş, 2015):

Weather Conditions: Humans are not well-tolerated in maintaining and controlling internal body temperature. Therefore, working in areas where the temperature is high or vice versa in cold facilities significantly affects the working efficiency of people (Erkan, 1997).

The human body has a temperature of 36.5 ° C. Body; it tries to maintain the ideal heat balance by burning nutrients in cold weather and perspiration function in hot weather. Inadequate weather conditions reduce overall organic resistance, reduce work efficiency, and lead to boredom, irritability and carelessness in employees (Yapıcı & Baş, 2015: 593).

Illumination: It requires good illumination in order to be able to perform work in the workplace properly and to protect the eye health of the employees. Lighting in the work environment may vary according to the characteristics of the work performed, the structure of the eye functions of the people working in that field and the characteristics of the work. For example, a 60-year-old employee needs 2-5 times more luminosity than a twenty-year-old employee (O'Neill, 1998).

Noise: Noise affects employee health negatively. This effect varies according to the duration of exposure to the sound and the intensity of the sound exposed. The effect of noise is evaluated in three groups as psychological effect, effect on hearing organ and effect

on productivity (Yapıcı & Baş, 2015: 593). The most important and lasting effect of noise is its effect on the hearing organ. Noise over 80 decibels causes a decrease in hearing ability over time (El-Gammal, Ibrahim, Badr, Asker & El-Galad, 2011).

Vibration: Vibration refers to the systematic movement of an object to another source in contact with it. The disturbing effect of vibration is related to the duration, frequency and intensity of the vibration. Vibrations cause problems such as back, neck, chest, arm pain and fatigue, general balance disorders, numbness and tingling of the fingertips, and headache. In order to protect against the negative effects of vibration on human health, it is necessary to cover the handles of hand-held vehicles with insulating materials such as rubber and plastic, or to use special protective gloves for workers (Erkan, 1997).

Colors: As people can express themselves in colors, spaces use the language of color to express themselves. It is possible to show a place vivid, boring, calm or clean with colors. For this, color preferences should be made considering the psychological effect of the colors used (Dizel, Kılıç, Efe & Kasal, 2017).

Dusts and Toxic Substances: 70% of occupational diseases are caused by dusts and toxic substances. The powders may cause significant allergic disorders and loss of respiratory function; toxic substances create a carcinogenic effect and cause tissue degeneration and many lung diseases that are impossible to treat (Akyöney, 2003: 13).

Maintenance and Cleaning: Maintenance and cleaning is an important activity that protects employees against various diseases, infections, accidents and occupational diseases. In order to eliminate microorganisms, rodents, insects and other pests that cause epidemics in an enterprise, it is necessary to pay great attention to cleaning and maintenance (Erkan, 1997).

Physical Design: It is the internal and external physical condition and structure of the workplace that is tried to be expressed by physical design. The suitability of flooring and ceiling material on the ground, the position and size of the windows, the location and slope of the ramps, the shelves and the stairs used in the variables of the physical design of the working environment are the elements (Camkurt,

2007). Although these elements appear to be minor details, they can sometimes lead to major occupational accidents that can result in loss of life and property (O'Neill, 1998).

Purpose of the study: The aim of the study is to determine the ergonomic problems in hotel establishments by using literature review and observation technique and to make suggestions for the elimination of this negative situation.

Methodology: A data collection form was created considering the ergonomic risks in the literature and the findings were obtained according to this form. Yapıcı and Baş (2015), Özbek Yazıcı and Kalaycı (2015) and Çakır (2015), which were previously made within the scope of ergonomics, were finalized using the studies. To obtain data, evaluation form, tape measure, digital temperature and humidity meter and

sound measuring device were used. During the observation period, information was also obtained from the employees and authorities orally.

Result and conclusion: It was concluded that not only the physical dimension but also the psychological dimension of ergonomics should be taken into consideration. Non-ergonomic psychological situations are also available in the hotels.

Some people use their intelligence to make a job difficult, others to make it easier ... The fact that the ergonomics of workplaces and conditions do not comply with the standards can actually make things difficult, which is actually unreasonable. Hotel managers will realize this and use their intelligence according to reason and logic, will ensure that employees are comfortable and peaceful and increase productivity.

The perspectives of professional tourist guides towards foodie tourists: A qualitative research

Nilgün Demirel¹, Ezgi Kırıcı Tekeli²

Abstract

This research paper aims to specify the point of views of professional tourists guides on foodie tourists. The research is supposed to contribute to the body of literature both theoretically and practically on tourism sector and professional tourist guides in the sector. The qualitative research methods was used for this paper. Phenomenologic method was applied as a research model. The data was collected with the interview and document review techniques as a tool. Twelve of respondents were get through to do individual interview and the data collected was analyzed with content analysis method. Research questions were prepared with exen coding system and then the themes and subthemes were identified and afterwards the themes and subthemes were readdressed in the light of data from the field. In the end, four main themes and eleven subthemes were generated. The most repeated subthemes were determined to be organic consumption, luxury consumption and curiosity.

Keywords: Tourism, Professional Tourist Guide, Foodie

Profesyonel turist rehberlerinin foodie turist tipine bakış açıları: Nitel bir araştırma

Öz

Bu araştırma ile birlikte profesyonel turist rehberlerinin foodie turist tipine olan bakış açısının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın alanyazına, turizm sektörüne ve sektör içinde yer alan profesyonel turist rehberlerine teorikte ve pratikte katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Araştırma deseni olarak fenomenolojik desen belirlenmiştir. Veri toplama aracı olarak görüşme/mülakat ve doküman inceleme tekniği seçilmiştir. Araştırmada bireysel görüşme yapılmış olup 12 katılımcıya ulaşılmıştır. Veri analiz stratejisi olarak içerik analizinden yararlanılmıştır. Araştırma sorularının belirlenmesinde öncelikle kapalı kod sisteminden yararlanılmış olup, alanyazın doğrultusunda temalar ve alt temalar belirlenmiş, sonrasında sahadan gelen veriler ışığında açık kod sistemiyle temalar ve alt temalar yeniden ele alınmıştır. Bunun sonucunda dört ana tema ve on bir alt tema belirlenmiştir. En sık tekrarlanan alt temalar; organik tüketim, lüks tüketim ve merak olarak tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Profesyonel Turist Rehberi, Foodie

Received date / Gönderilme tarihi : 09.09.2019

Revised date / Düzeltme tarihi : 22.01.2020

Accepted date / Kabul edilme tarihi : 28.01.2020

Alıntı için: Demirel, N., Kırıcı Tekeli, E. (2020). Profesyonel turist rehberlerinin foodie turist tipine bakış açıları: Nitel bir araştırma. *Journal of Tourism Theory and Research*, 6(1), 35-46.

¹Öğr. Gör. Dr., Iğdır Üniversitesi / Iğdır Meslek Yüksekokulu, nilgun.demirel@igdir.edu.tr

²Öğr. Gör., Iğdır Üniversitesi / Iğdır Meslek Yüksekokulu, ezgi.kirici@igdir.edu.tr

1. Giriş

Ziyaretçi sayısını artırmak için yerel mutfak kültürünü, yemek ile ilgili etkinlikleri ve yerel restoranları ön plana çıkarmak birçok destinasyon için önem kazanan stratejiler arasında yerini almıştır. Bununla birlikte bu destinasyonları tercih eden yeme içmeye düşkün turistler hakkında bilgi sahibi olmak oldukça önemlidir (Yozukmaz, Bekar ve Kılıç, 2017). Benzer şekilde turistlerin gıda ürünlerini satın alma ve/veya tüketme konusundaki kararlarını nasıl aldıklarını anlayarak, karar alma süreçleri hakkında detaylı bilgi almak gerekmektedir (Mitchell ve Hall, 2003). Destinasyon yönetim örgütleri ve turizm planlamacıları, turizm ve yiyecek üretimi arasındaki etkileşimi keşfetmiş ve bölgesel ve ulusal mutfak kültürünün geliştirilmesi için yüksek kalitede destinasyonlar hedefleyerek turist deneyimlerinin artmasına katkı sağlamışlardır (Boyne, Williams ve Hall, 2002).

İnsanların seyahatleri sırasında ortaya çıkan yemek yeme deneyimlerinin karşılanması mutfak turizmi kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kavram yiyecek ile ilgili turizm aktivitelerini içine almakta olup, yiyecek turizmi, gurme turizmi veya gastronomi turizmi olarak da adlandırılmaktadır (Karim ve Chi, 2010). Mutfak/gastronomi turizmi, turistlerin yediklerinin farkına varmalarını sağlamakta ve aynı zamanda yiyeceklerin nasıl yetiştiği, nereden geldiği konusuna dikkat çekmektedir. Böylelikle turistler yerel ve sürdürülebilir şekilde üretilen yiyecekler için bir talep oluşturmakta ve pazarın içerisine dâhil olmaktadır (Long, 2013). Tatil süresince insanlar kendi damak tadına uygun yemekleri arayacakları gibi kendi zevklerinin dışında farklı tatları da denemeye gönüllü olabilmektedirler (Karim ve Chi, 2010).

Yemekler konusunda tutkulu olup, seyahat etmelerinin asıl nedeni yiyecek olan turist tipleri mevcuttur. Alanyazında bu turistler “foodie” olarak tanımlanmaktadır. Gelecekte yeme içmeye düşkün turistler için çok fazla seçenekler geliştirileceği, tüketici çılgınlığının artacağı ve yeme içme ile ilgili yüksek entropi toplumunun var olacağı düşünülmektedir. Lüks kavramının anlamı değişmekte, kültürel ve sosyal sermayenin önemi artmakta; turistlerin destinasyonlar ve deneyimler hakkında fikir alışverişinde bulunmalarının en temel sebepleri bunlara bağlı olarak değişmektedir. Yeme

içmeye düşkün bu turistler tüm bunların yanı sıra artan isteklerini ve üst düzey beklentilerini yansıtan ve yemekleri çeşitli şekillerde tecrübe etmek isteyen bir turist tipi olarak ortaya çıkmaktadırlar (Yeoman ve Beate, 2016).

Foodie kavramı son yıllarda özellikle yabancı alanyazında önem kazanmış olup, yerli alanyazında çok az sayıda çalışmaya konu olmuştur. Ancak foodie tipolojisinin profesyonel turist rehberlerinin bakışıyla belirlendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle yapılan araştırmada bu konuya yer verilmesi ile alanyazına ve turizm endüstrisine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı foodie turist tipini profesyonel turist rehberlerinin bakış açılarıyla değerlendirerek belirlemektir.

2. Foodie kavramı ve kapsamı

Foodie terimi ilk kez New York Times dergisinde bir makalede kullanılmış fakat popülaritesi 1982 yılında yayımlanan Harper’s & Queen dergisinde “Cuisine Poseur” adlı makale ile birlikte artmıştır. Barr ve Levy tarafından 1984’te yayımlanan “Foodie Resmi El Kitabı (The Official Foodie Handbook)” adlı eserde bu terimden bahsedilmiştir (Barr ve Levy, 1984’ten akt. Poole, 2012).

Son yıllarda yiyecek-kışılığı konusunda tartışılan birkaç terim bulunmaktadır. Bunlardan hiçbiri “foodie” nin yerini tutacak, kabul edilebilir ve kullanışlı alternatifler olarak görülmemiştir. Bu alternatifler, “gurme, gastronom, yemeden içmeden anlayan, şarap uzmanı” ve son yıllarda ortaya çıkan aktivist ve asi eğilimleri ile bilinen “yemeye meraklı ve yerel meyve sebze yiyen” kişilere atfedilen terimlerdir. “Foodie terimi” ile ilgili kavram karmaşası söz konusudur. Özellikle “gurme” kelimesi ile karıştırılan bu terim ABD’de 1960’larda ve 1970’lerde eşdeğer olarak görülmüştür. Bir gurme “iyi lezzetleri ve dokuları tanıma konusunda yetenekli bir yiyecek ve şarap uzmanı...” şeklinde tanımlanmıştır. Bu durumda “gurme” terimi “foodie” teriminden yiyecek içecek hakkında bilgiye sahip olma konusunda ayrılmaktadır (Collins, 2015). Gurme terimi ile benzeşen yeme içme konusundaki bir diğer kavram “şikemperver”dir. Şikemperver, Farsça bir kelime olan “boğazına düşkün” (www.tdk.gov.tr) anlamındaki şikem (mide) perver (besleyen, eğiten, seven) kişi olarak tanımlanmaktadır (Türkoğlu ve Akoğlan Kozak, 2015).

Foodie'nin sözlükteki anlamları sırasıyla "gurme", "ağzının tadını bilen", "yemeğe düşkün veya dünya mutfağına ilgi duyan kimse" şeklindedir (www.tureng.com). Bir başka sözlükteki anlamı ise "yiyecekleri çok seven, hakkında çok şey bilen kişi" olarak geçmektedir (www.dictionary.cambridge.org). Bu çalışmada ele alınan "foodie" teriminin Türkçe'ye uygun olması gerekliliği ile kavramın "yeme içmeye düşkün kişiler" olarak tanımlanması hususunda fikir birliği sağlanmıştır.

Barr ve Levy (1984), yeme içmeye düşkün kişileri her zaman her yerde yiyecek hakkında konuşan, neredeyse saplantılı derecede yiyeceklerle ilgilenen, restoranlar, tarifler ve hatta hiç bilinmeyen meyveler (kırmızı hindiba gibi) hakkında bahseden ve tüm bu davranışların gereksiz ve saçma olduğunu düşünmeyen kişiler olarak tanımlamaktadır. Ayrıca bu kişiler arkadaşlarıyla ya da akrabalarıyla yaptıkları toplantıları ve yiyecekleri resim ve drama gibi önemli bir sanat dalı olarak kabul etmektedirler (Barr ve Levy, 1984'ten akt. Collins, 2015).

Ambrozas (2003), Vancouver şehrinde yaptığı çalışmasının sonucunda yeme içmeye düşkün kişileri, orta derecede bilginin yanı sıra yiyecek konusunda tutkulu, tutkularını yiyecek yetiştirme, yiyecek hakkında okuma, öğrenme ve yiyeceklerle ilgili eylemlerde bulunma, geleneksel yollarla pişirip yeme, evde ve restoranlarda iyi yemek tatma ve yemek temalı sosyalleşme şeklinde belirten kişiler olarak tanımlamaktadır. Yeme içmeye düşkün kişiler aynı zamanda kendilerini yiyeceklerin, özellikle sebzelerin tohumdan tabağa kadar olan tüm süreçlerine aşık kişiler olarak tanımlamaktadırlar (Ambrozas, 2003).

Günümüzde, yemek yeme konusunda hevesli insanlar, yedikleri yemek hakkında bilgili veya serüvenci olmasalar bile kendilerini "yeme içmeye düşkün kişiler" olarak düşünmektedirler. Fakat yeme içmeye düşkün bir kişi yemek hakkında bilgi edinme konusunda yüksek derecede gerçek ilgiye sahip olmalıdır. Ayrıca yemeğin tarihsel kökeni, sosyal tarihi, lezzet profili ve hangi şarabın hangi yemekle iyi gittiği vb. konularda bilgili ve donanımlı olması gerekmektedir (Collins, 2015).

Tablo 1. Yeme içmeye düşkün kişilere ilişkin tipolojiler

Barr ve Levy, 1984	Sloan, 2013	Bourdain, 2013	Getz, Anderson, Vujicic ve Robinson, 2015
Sizden daha yeme içmeye düşkün kişiler	Organik/doğal yeme içmeye düşkün kişiler	Yemek şovlarında yarışan şefler	Dinamik yeme içmeye düşkün kişiler
Bilgin aşçılar	Restoranda yeme içmeye düşkün kişiler	Kahve bağımlıları	Aktif yeme içmeye düşkün kişiler
Paris'te yetişenler	Baharatlı ve yabancı yiyecekleri seven yeme içmeye düşkün kişiler	Sosyal medya kullanan gastronomlar	Pasif yeme içmeye düşkün kişiler
Paris dökümleri	Hevesli şefler	Yerel alkollü içecek tüketenler	
Muhteşem doğu taraftarları	Kendilerini gurme olarak tanımlayan yeme içmeye düşkün kişiler	Pizza snopları	
Buz üstündekiler (yemeği sanat eseri olarak görenler)	Sağlığma dikkat eden yeme içmeye düşkün kişiler		
Tamamen Amerikalı yeme içmeye düşkün kişiler			

Kaynak: Barr ve Levy, 1984; Bourdain, 2013'ten akt. Green, 2013; Sloan, 2013; Getz, Anderson, Vujicic ve Robinson, 2015

Alanyazında yeme içmeye düşkün kişilere ilişkin farklı tipolojiler ortaya atılmıştır. Tablo1'de bu tipolojilere yer verilmiştir. Yeme içmeye düşkün kişilere yönelik ilk tipoloji 1984 yılında Barr ve Levy tarafından ele alınmış olup, 7 başlık altında değerlendirilmiştir. Sloan'un 2013 yılında yaptığı

çalışmasında ise yeme içmeye düşkün kişilere ilişkin 6 tipoloji belirlenmiştir. Yine 2013 yılında Bourdain tarafından ele alınan yeme içmeye düşkün kişilerin tipolojisi 5 başlıkta değerlendirilmiştir. Son olarak 2015 yılında Getz, Anderson, Vujicic ve Robinson bu tipolojiyi 3 başlıkta toplamıştır.

3. Araştırmanın yöntemi

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Nitel araştırma sosyal gerçekliğin ve insan davranışlarının arkasında yatan nedenlerin anlaşılmasına çalışıldığı ve gözlem, görüşme, doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı araştırmalardır (Gürbüz ve Şahin, 2014).

Nitel araştırma dünyadaki gözlemcinin yerini tespit eden konumlandırılmış bir aktivitedir ve dünyayı görünür hale getiren bir dizi yorumlayıcı, materyal uygulamalarından oluşmaktadır. Bu uygulamalar dünyayı; alan notları, mülakatlar, konuşmalar, fotoğraflar, kayıtlar ve araştırmacı günlüklerini içeren bir temsiller serisine dönüştürmektedir. Nitel araştırma; varsayımlarla bireyler veya grupların sosyal sorunlarına ya da insan sorununa atfettikleri anlamlara değinen ve araştırma problemlerinin incelenmesini içeren yorumlayıcı/kuramsal çerçevelerin kullanımı ile başlamaktadır (Creswell, 2018).

Araştırma deseni olarak fenomenolojik (betimsel fenomenoloji) desen belirlenmiştir. Bir araştırma projesi için desen, çalışmanın nasıl yürütüleceğini kelime kelime planlamaktır. Fenomenolojik desen tek bir kavram veya düşüncenin ifade edildiği, araştırılacak bir fenomene vurgu yapmaktadır. Birkaç birey tarafından deneyimlenen bir fenomenin (olgu) derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır (Creswell, 2018). Bu çalışmada söz konusu olan olgu yeme içmeye düşkün (foodie) kişilerdir.

Veri toplama aracı olarak görüşme/mülakat ve doküman inceleme tekniği seçilmiştir. Araştırmanın amacına yönelik oluşturulan sorular doküman inceleme yoluyla elde edilmiş ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme sözlü iletişim yoluyla insanları ve onlarla ilişkili durumları anlamaya çalışan bir veri toplama tekniğidir (Gürbüz ve Şahin, 2014). Bu araştırmada bireysel görüşme yapılmış olup, 12 katılımcıya ulaşılmıştır. Görüşmeler yüz yüze ve e-posta yoluyla yapılmış ve veriler elde edilmiştir. Katılımcılarla görüşmeler 40-45 dakika arasında sürmüştür.

Katılımcıların belirlenmesi için amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemleri seçilmiştir. Amaçlı örnekleme/yargılayıcı örnekleme geliştirilirken araştırmacılar sosyal dünyaları temsil eden katılımcıları seçerken bazı gruplarla ilgili özel

bilgilerini ya da deneyimlerini kullanmaktadırlar. Kartopu/ zincirleme örnekleme ise ilgilenilen özelliğe sahip birkaç kişiyi belirleyip sonra onlarla görüşme yaparak bu katılımcıların özelliklerine sahip kişilerin isimleri (yönlendirme) sorulmakta ve katılımcı zinciri oluşturulmaktadır (Berg ve Lune, 2015). Bu araştırmada araştırmanın amacına yönelik (festival turları, gastronomi turları, tarım turizmi kapsamındaki turlar, şarap yapımı gibi yiyecek içecek ile alakalı turlara katılan profesyonel turist rehberleri) özelliklere sahip profesyonel turist rehberleri seçilmiş ve yönlendirme yoluyla onlar ile aynı özelliklere sahip profesyonel turist rehberleri ile görüşülerek araştırma verileri elde edilmiştir. Profesyonel turist rehberlerinin yeme içmeye düşkün turist tipi ile ilgili sahip oldukları izlenimlerinden ve deneyimlerinden faydalanılmıştır.

Veri analiz stratejisi olarak içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizi kalıpları, temaları, önyargıları ve anlamları tespit etmek amacıyla belirli bir materyalin dikkatlice, ayrıntılı ve sistematik olarak incelenmesi ve yorumlanmasına denilmektedir. Genel anlamda içerik analizi, çeşitli yazılı dokümanlar, fotoğraflar, videolar ve ses kayıtlarını da içeren ve insanlar arasında gerçekleşen çeşitli iletişim şekillerinde uygulanabilmektedir (Berg ve Lune, 2015).

Verilerin işlenmesi tündengelimsel ve tümevarımsal yöntemlerin bir arada kullanılması ile gerçekleşmiştir. Araştırma sorularının belirlenmesinde öncelikle kapalı kod sisteminden yararlanılmış olup, alanyazın doğrultusunda ana temalar ve alt temalar belirlenmiş ve sonrasında sahadan gelen veriler ışığında açık kod sistemiyle ana temalar ve alt temalar yeniden ele alınmıştır. Nitel araştırmalarda güvenilirlik genellikle veri setlerindeki birden fazla kodlayıcının cevaplarındaki kararlılık anlamına gelmektedir (Creswell, 2018). Araştırmanın güvenilirliği kapsamında kodlayıcılar arası uzlaşma sağlanmış ve klasik yöntemlerden biri olan alan uzmanlarına danışma stratejisinden yararlanılmıştır.

4. Araştırmanın bulguları

Araştırmaya katılanlar profesyonel turist rehberleri olup, görüşmeye dahil edilen 12 kişiden veriler elde edilmiştir. Tablo 2’de katılımcılara ilişkin demografik bilgilere yer verilmiştir. Katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmelerde katılımcılara Tablo 2’de görüldüğü gibi K1, K2, K3, ... K12 şeklinde kodlar

verilmiş ve alıntılar bu kodlara göre aktarılmıştır. Araştırmaya 4'ü kadın, 8'i erkek olmak üzere toplam 12 profesyonel turist rehberi katılmıştır.

Araştırmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin en az ön lisans mezunu oldukları görülmektedir ve genel olarak bir acenteye bağlı olmaktan ziyade serbest çalıştıkları tespit edilmiştir. Araştırmanın amacına paralel olarak profesyonel turist rehberlerinin mesleki deneyimleri en az 5 yıl olarak belirlenmiştir. Tablo 2'de profesyonel turist rehberlerinin mesleki deneyimlerinin en az 5-10 yıl arasında olduğu görülmektedir. Profesyonel turist rehberlerinin

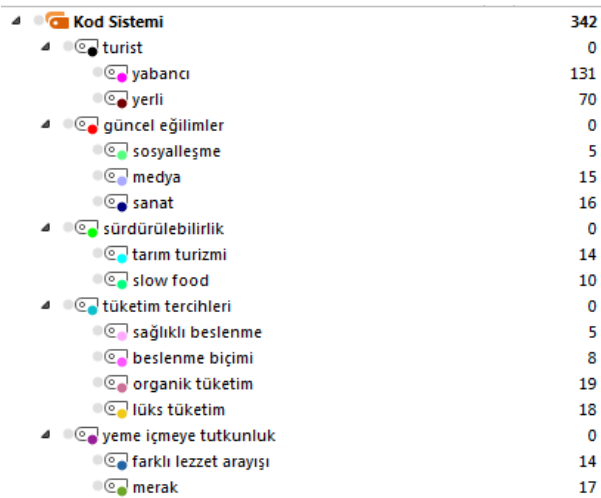
temelde İngilizce olmak üzere ortalama 3 dilde mesleği icra ettikleri saptanmıştır.

Araştırmanın bulgularını elde etmek amacıyla görüşme/mülakat yoluyla elde edilen veriler deşifre edilerek bir MAXQDA projesi olarak tanımlanmıştır. Veriler üzerinde sözcüksel tarama yapılarak görüşmelerin temel kavramları tespit edilmiştir. Böylece fenomenolojik bir çalışma olarak desenlenen “yeme içmeye düşkün kişi” kavramı ile ilgili derinlemesine ve bütünsel bir biçimde kavramsal çatı oluşturulmuştur. Kapalı ve açık kod sistemi yardımıyla veriler elde edilmiş olup, ana temalar ve alt temalar belirlenmiştir. Kodlamalar öncesinde yapılan sözcüksel tarama ile elde edilen kavramsal çatı önemli bir rehber olmuştur.

Tablo 2. Katılımcılara ilişkin demografik bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Eğitim durumu	Çalışma şekli	Mesleki deneyim	Dil
K1	Erkek	Lisans	Acenteye bağlı	5-10 yıl	İngilizce
K2	Erkek	Lisansüstü	Serbest	5-10 yıl	İngilizce, Çince, İspanyolca
K3	Erkek	Lisansüstü	Serbest	21 yıl ve üzeri	Rusça, Bulgarca, İngilizce
K4	Erkek	Lisans	Serbest	16-20 yıl	Fransızca
K5	Erkek	Lisans	Serbest	5-10 yıl	İngilizce
K6	Erkek	Lisans	Serbest	21 yıl ve üzeri	İtalyanca, İspanyolca, İngilizce, Portekizce
K7	Erkek	Ön Lisans	Serbest	5-10 yıl	İngilizce
K8	Kadın	Ön Lisans	Serbest	11-15 yıl	İngilizce
K9	Kadın	Lisans	Serbest	5-10 yıl	İngilizce, İspanyolca, Portekizce
K10	Kadın	Lisansüstü	Serbest	5-10 yıl	İngilizce
K11	Erkek	Lisans	Serbest	21 yıl ve üzeri	Fransızca, İngilizce
K12	Kadın	Lisansüstü	Serbest	5-10 yıl	İngilizce

Şekil 1. Ana temalar ve alt temalar



Araştırmada 4 ana tema belirlenmiş olup, bunlar “yeme içmeye tutkunluk, tüketim tercihleri, sürdürülebilirlik ve güncel eğilimler” dir. Yeme içmeye tutkunluk; merak ve farklı lezzet arayışı, tüketim tercihleri; lüks tüketim, organik tüketim, beslenme biçimi ve sağlıklı beslenme, sürdürülebilirlik; slow food ve tarım turizmi, son olarak güncel eğilimler; sanat, medya ve sosyalleşme alt temalarından oluşmaktadır. Sahadan gelen veriler ışığında toplamda 342 kod belirlenmiş olup, alt temalara ilişkin kod sayıları Şekil 1’de görselleştirilmiştir. Tema ve alt temalara ilişkin açıklamalar ise Tablo 3’te özetlenmektedir.

Şekil 3. Profesyonel turist rehberlerinin yeme içmeye düşkün kişilere ilişkin görüşlerinin dağılımını gösteren çapraz tablo

	yerli	yabancı
4 turist		
yabancı	22	109
yerli	28	42
4 güncel eğilimler		
sosyalleşme	2	3
medya	4	11
sanat	5	11
4 sürdürülebilirlik		
tarım turizmi	2	12
slow food	2	8
4 tüketim tercihleri		
sağlıklı beslenme	2	3
beslenme biçimi	1	7
organik tüketim	5	14
lüks tüketim	5	13
4 yeme içmeye tutkunluk		
farklı lezzet arayışı	4	10
merak	3	14
Σ TOPLAM	85	257

Profesyonel turist rehberlerinin yeme içmeye düşkün kişilere ilişkin görüşleri MAXQDA yazılımına aktarılarak alt temalar yerli ve yabancı yeme içmeye düşkün kişi ayrımı gözetilerek çapraz tablo ile karşılaştırılmıştır. Bu tabloya göre profesyonel turist rehberlerinin görüşleri doğrultusunda yerli turistler *yeme içmeye tutkunluğun* alt teması olan merak ile ilgili 3 kez bağdaştırılırken, yabancı turistler ise 14 kez; farklı lezzet arayışı ile ilgili yerli turistler 4 kez, yabancı turistler 10 kez; *tüketim tercihlerinin* alt teması olan lüks tüketim konusunda yerli turistler 5 kez, yabancı turistler ise 13 kez; organik tüketim alt teması ile yerli turistler 5 kez, yabancı turistler ise 14 kez; beslenme biçimi alt teması ile yerli turistler 1, yabancı turistler 7 kez; sağlıklı beslenme alt teması ile yerli turistler 2, yabancı turistler 3 kez; *sürdürülebilirliğin* alt teması olan slow food ile yerli turistler 2, yabancı turistler 8 kez; tarım turizmi alt teması ile yerli turistler 2, yabancı turistler 12 kez; *güncel eğilimlerin* alt teması olan sanat ile yerli turistler 5, yabancı turistler 11 kez; medya alt teması ile yerli turistler 4, yabancı turistler 11 kez ve son alt tema olan sosyalleşme ile yerli turistler 2, yabancı turistler ise 3 kez bağdaştırılmıştır. Bu çapraz tabloya göre yeme içmeye düşkün kişilere ait özellikleri ortaya çıkaran temalar doğrultusunda profesyonel turist rehberlerinin bakış açısı ile yabancı turistlerin yerli turistlere nazaran daha çok yeme içmeye düşkün oldukları söylenebilir.

Çapraz tablo sonucuna göre en çok kodlanan *tüketim tercihlerinin* alt teması olan *organik tüketimdir* (19). Katılımcıların verdikleri cevaplara göre yeme

içmeye düşkün kişilerin genel olarak organik tüketimden yana oldukları, bu nedenle tarım ve hayvancılıkla uğraşıp kendi yiyeceklerini yetiştirdikleri ve organik ürünleri doğrudan üreticiden satın almak istedikleri kanısına varılabilir. Bununla ilgili katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Yöresel ürünlere yerli turistler daha fazla ilgi göstermektedir. Üreticiden almaya dikkat ediyorlar. Gap turlarında özellikle isot, salça gibi ürünleri güvenilir olan yerlerden satın almak istiyorlar.” (K1)

“Gidilen bölgelerde pazar yeri var ise turistin dikkatini çekiyor, kendi ülkelerinde olmayan yiyecekleri küçük porsiyonlar halinde satın alıyorlar.” (K2)

“... özellikle yabancı gruplarda şarap yapımına olan ilgilerinden dolayı bağı olup üzüm yetiştirenler ile karşılaştım.” (K3)

“Yerli turistler organik ürünler tüketmeye özen gösteriyorlar. En çok yabancı turist bu konuda sorular soruyor. Özellikle Fransız turistler yüzde yüz organik ürünler tüketmek istiyor. Kimyasal içeren veya işlenmiş yiyeceklerden uzak duruyorlar. Hatta en nefret ettikleri kelime “chimique.” (K4)

“... Yabancı turistler ise Türkiye’de tükettikleri yemeklerin organik olduğunu düşünüyorlar.” (K5)

“Yerli turistler outgoing turlarda yöresel ürünler satın almak istiyorlar. Balkanlarda kuru et gibi. Yabancı turistler de ilgi gösteriyor. Şirince’de şarap almak istiyorlar.” (K6)

“Yabancı turistler arasında tarımla uğraşıp, meyve sebze yetiştirenle karşılaştım... Hem yerli hem yabancı turistler yöresel ürünleri satın almak istiyorlar. Amerikalı bir turist kabak çekirdeğini tattıktan sonra tohumunu satın almak istedi.” (K9)

“Yerli gruplar yöresel ürünleri üreticiden satın almak istiyorlar. İğneada turunda köy köy gezip yöresel ürün aradık.” (K10)

“Yabancı turist tarafından dikkat edilen bir konu. Özellikle yazın bahçedeki ürünlerden tutun da tavuğun yumurtasına kadar organik olup olmadığını soruyorlar. Buna en çok dikkat eden turistler Amerikalı, Avustralyalı ve Kanadalı turistler, Avrupalı turistler arasında en çok dikkat edenler ise Fransız ve Belçikalılardır... Özellikle organik olup olmamasına dikkat eden Avrupalı turistler.” (K11)

“Yabancı turistler arasında Avusturyalı ve İtalyan turistle karşılaşmışım. Çiftçilik yaptıklarını söylemişlerdi.” (K12)

En çok kodlanan ikinci alt tema *tüketim tercihlerinin* alt teması olan *lüks tüketimdir* (18). Profesyonel turist rehberlerinin bakış açısıyla yeme içmeye düşkün kişilerin seyahatleri sırasında lüks restoranlarda yemek yemekten hoşlanmadıkları aksine otantik mekânları daha çok tercih ettikleri ve bir yemek için yüksek ücretler ödeyebildikleri söylenebilir. Alanyazında yeme içmeye düşkün kişilerin lüks restoranlarda yemek yemekten hoşlandıkları görüşü hâkimken, bu araştırmada farklı bir bakış açısıyla karşılaşılmıştır. Bununla ilgili katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Yabancı turistler yerli turistlere göre daha yüksek ücretler ödüyorlar. Bu durum yemeğe göre değişebilir. Eğer yöresel bir yemek ise (Kars kazı gibi) yüksek ücret ödeyebilmektedirler.” (K1)

“... Tadı ve sunumu güzelse, kaliteli buluyorsa yüksek ücretler ödüyorlar.” (K2)

“Yerli turistler daha çok bir restoranın dizaynına, temizliğine, görüntüsüne bir de zincir restoran olup olmama durumuna bakıyorlar. Yabancı turist ise lüksten ziyade daha yerel yiyecekler sunan restoranları aramaktalar. Bina, dizayn, dış görünüş onlar için çok önemli olmuyor. Köyde bir kadının yaptığı yemek ve bu yemek yapım süreci ilgisini çekiyor.” (K4)

“Özel gruplarla tura çıktığım için kitle turizmine hitap eden lüks restoranlardan hoşlanmıyorlar. Daha çok otantik restoranları ya da bölgeye özgü kaya oyma restoranları tercih ediyorlar.” (K7)

“... hem yerliler hem yabancılar yüksek ücretler ödeyebiliyorlar. Yabancı turistler genel olarak ve yerli turistler özel turlarda rehberin ve kaptanın ücretini de ödemeyi teklif ediyorlar.” (K9)

“... Yerliler çok nadir yüksek ödemeler yapıyor. Yabancıların bir kısmı yüksek ödemeler yapıyorlar. %30'u yemeğin ücretinden çok lezzetine önem veriyor.” (K11)

“... çıktığım özel turlarda turistler lezzetli yemek arayışında oldukları için yüksek ücretler ödeyebiliyorlar.” (K12)

Yeme içmeye tutkunluğun alt teması olan *merak* ise en çok kodlanan üçüncü alt temadır (17). Yeme içmeye

düşkün kişilerin seyahatleri sırasında yemek yenilecek yeri sordukları, bu yerin tasarımını, yemeklerin tariflerini merak ettikleri ve araştırdıkları, yemeğin geçmişi hakkında bilgi sahibi olmaya çalıştıkları sonucu çıkarılabilir. Bununla ilgili katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Yerli turistlere nazaran yabancı turistler yemeklerin geleneksel tarifi ile ilgili daha çok söz ediyorlar. Özellikle yabancılarda VIP tura katılan turistler yemeklerin yapılışına, kullanılan malzemelere oldukça meraklılar. Hatta bu malzemeleri not alarak kendi ülkelerinde olmayan malzemeleri gidilen bölgeden satın almaktadırlar ve bu VIP turlarda turistler yemeklere daha yüksek fiyat ödedikleri için daha çok soru soruyorlar.” (K2)

“Yabancı turistler arasında Avrupalı turistler aşçılardan yemek tariflerini birebir alıyorlar ve malzemelerini, baharatlarını not ediyorlar.” (K4)

“... Yabancı turistler yiyeceklerin tariflerini internetten özellikle Youtube'dan bakıyorlar.” (K5)

“Yerli turistler outgoing turlarda yemekle ilgili daha fazla soru soruyorlar.” (K6)

“... Ancak yerli turist ödemeyi kendi yapacaksa gün içerisinde daha fazla sorduğu oluyor.” (K8)

“Yabancı turistler özellikle “home cooking” adı verilen turlarda yemeğin nasıl yapıldığını görüyorlar ve yiyorlar. Bu turları daha çok tercih ediyorlar.” (K11)

“Gelen turistler bölge hakkında araştırma yapmışlarsa kaya oyma bir restorana gidilip gidilmeyeceğini de soruyorlar. Mezelerin yapılışını ve içinde bulunan malzemeleri merak ediyorlar.” (K12)

Çapraz tablo sonucuna göre profesyonel turist rehberlerinin görüşleri doğrultusunda yukarıda belirtilen en sık tekrarlanan alt temalar dışında sanat, medya, farklı lezzet arayışı ve tarım turizmi alt temalarının da sık tekrarlandığı görülmektedir. Buna göre özellikle yabancı turistlerin yemeği bir sanat ürünü olarak gördükleri, yemeklerin fotoğraflarını çekip sosyal medyada paylaştıkları, etnik veya yöresel yemekleri tatmaktan keyif aldıkları ve seyahatleri sırasında gitmiş oldukları bölgelerdeki tarım ürünlerine ilgi duydukları, zaman zaman da ekimine ve hasadına katılmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir.

5. Sonuç ve tartışma

Kitlesellikten bireyselliğe doğru bir tercihin hâkim olduğu turizm eğilimi ile birlikte ülkemizde birçok seyahat gerçekleşmektedir. Bireysel seyahatlerin bir sonucu olarak turistik ürün çeşitliliğindeki değişim farklı tur çeşitlerinin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bu bağlamda yeme içmeye düşkün kişilerin de tercih edebilecekleri mutfak turları, gastronomi turları, festival turları, gurme turları, yemek pişirme kursu turları gibi tur çeşitliliğinde artışlar yaşanmaktadır. Söz konusu yeme içmeye düşkün turistler özellikle organik, doğal ürünlere ilgi duymakta, etnik veya yöresel yemekleri tatmaktan hoşlanmaktadır. Yeme içmeye düşkün turistler “yemeğin saat kaçta, kimlerle yenildiği, sofrada, yeme içme alışkanlıkları, yemeğin hangi yemekle ve içeceklerle uyumlu olduğu” gibi yemek kültürüne ait gelenek ve görenekler hakkında bilgi edinmek istemektedirler. Profesyonel turist rehberlerin bu konular hakkında detaylı bilgiye sahip olması kültürel mirasın bir parçası olan mutfak kültürünün devamlılığını sağlayacaktır. Bu nedenle profesyonel turist rehberlerinin yeme içmeye düşkün olmaları beklenmekte ve yeme içme ile ilgili sorulara yönelik hazırlıklı ve donanımlı olmaları arzu edilmektedir. Grup turlarına nazaran özel turlara çıkan profesyonel turist rehberleri yeme içmeye düşkün turistlerle daha çok karşılaşmakta ve yeme içme ile ilgili daha fazla bilgi vermektedirler.

Profesyonel turist rehberlerinin deneyimlerinden faydalanarak yerli ve yabancı yeme içmeye düşkün turistlerin özellikleri bu çalışma kapsamında belirlenmeye çalışılmıştır. Profesyonel turist rehberlerinin deneyimleri doğrultusunda yeme içmeye düşkün turistlerin özelliklerini belirlemek amacıyla temalar, alt temalar ve kodlar belirlenmiş ve yeme içmeye düşkün turistlere ait bir tipoloji ortaya çıkartılmaya çalışılmıştır. Araştırma süresince belirlenen temaların, alt temaların ve kodların değerlendirilmesiyle en sık tekrarlanan temalara ve kodlara göre *organik tüketime önem veren turistler, yemek için fazla para harcamaktan kaçınmayan turistler, yeme içmeye meraklı turistler, yemeği sanatsal bir ürün olarak gören turistler ve yemeklerin fotoğraflarını sosyal medyada paylaşan turistler* olmak üzere beş turist tipolojisi belirlenmiştir. Bu tipolojilere göre özellikle yabancı yeme içmeye düşkün turistlerin tükettikleri yiyecek ve içeceklerin

organik olmasına önem verme, organik beslenmek için tarım ve hayvancılıkla uğraşma, ürünlerini doğrudan üreticiden satın alma, seyahatleri sırasında lezzetli yemekler tüketmek için fazla para harcamaktan kaçınmama, yemeklerin tarihini, geleneksel tariflerini merak etme ve araştırma, seyahatleri sırasında gidecekleri restorana merak etme ve yemekler hakkında fazla söz etme, yemeklere sanatsallık atfetme ve yedikleri yemeklerin sık sık fotoğrafını çekip sosyal medyada paylaşma gibi davranışsal özelliklere sahip oldukları söylenebilir. Alanyazın incelendiğinde Barr ve Levy (1984) tarafından yeme içmeye düşkün kişilere ilişkin yedi, Sloan (2013) tarafından altı, Bourdain (2013) tarafından beş ve Getz, Anderson, Vujicic ve Robinson (2015) tarafından ise üç tipoloji sunulduğu görülmektedir (Barr ve Levy, 1984; Bourdain, 2013'ten akt. Green, 2013; Sloan, 2013; Getz, Anderson, Vujicic ve Robinson, 2015). Bu çalışmada alanyazındaki diğer çalışmalardan farklı olarak yeme-içmeye düşkün kişilerden ziyade yeme-içmeye düşkün turistlere ilişkin bir turist tipolojisi belirlenmiştir.

Araştırmanın hem kavramsal hem de metodolojik açıdan ilgili alanyazına çeşitli katkıların olduğu söylenebilir. Kavramsal açıdan bakıldığında çalışmanın en önemli katkısı yeme içmeye düşkün turistlere ilişkin farklı bir tipolojinin sunulmuş olmasıdır. Bu tipolojinin farklı olmasının sebebi Türkiye’de seyahat eden yerli ve yabancı turistlerin yeme içmeye ilişkin özelliklerinin profesyonel turist rehberlerinin görüşleri ile belirlenmiş olmasıdır. Araştırmanın metodolojik katkısı ise Türkiye’de yeme içmeye düşkün kişiler/turistler ile ilgili yapılan çalışmalar arasında yöntem açısından bir farklılık oluşturmasıdır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerine ilişkin bir yazılım programından yararlanılarak, betimsel ve karşılaştırmalı bir analiz yapılmış ve böylelikle farklılık sağlanmıştır.

Araştırma çerçevesinde yeme içmeye düşkün turistler ile ilgili araştırma yapacaklara yönelik çeşitli önerilerde bulunmak da mümkün olmaktadır. Yapılan araştırmalarda örneklemin değişmesi ile birlikte yeme içmeye düşkün turistlere ilişkin farklı bir tipoloji ortaya çıkarılabilir. Ayrıca ilişkisel bir araştırma yapılması da tavsiye edilebilir. Acente ve otel işletmelerini tercih eden turistlere yapılabilecek nitel bir çalışma ile bu işletmelerin turistik ürün oluşturma sürecine katkı sağlanabilir. Turist memnuniyeti

açısından profesyonel turist rehberlerinin alanyazında belirtilen yeme içmeye düşkün turistlere yönelik tipolojiler hakkında bilgi sahibi olması tavsiye edilmektedir.

Kaynakça

- Ab Karim, S. ve Chi, C.G.Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19 (6), 531-555.
- Ambrozas, D. (2003). *Serious Feast: Vancouver Foodies in Globalized Consumer Society* (Doctoral Dissertation, School of Communication-Simon, Fraser University).
- Berg, B.L. ve Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, çev. Hasan Aydın. (Eğitim Kitabevi, Konya).
- Boyne, S., Williams, F. ve Hall, D. (2002). On the trail of regional success: Tourism, food production and the Isle of Arran Taste Trail. *Tourism and Gastronomy*, 91-114.
- Collins, K. (2015). *Cooking Class: The Rise of The Foodie and The Role of Mass Media*.
- Creswell, J.W. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri*, çev. Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir. (Siyasal Kitabevi, Ankara).
- Getz, D., Anderson, T., Vujicic, S., Robinson, R. N. (2015). Food events in lifestyle and travel. *Event Management*, 19 (3), 407-419.
- Green, E. (2013). *A Study of Travelers' Foodie Activity Dimensions, Demographic Characteristics and Trip Behaviors*. (Doctoral Dissertation, The Faculty of Sustainable Tourism, East Carolina University).
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. (Felsefe-Yöntem-Analiz)*, (Seçkin Yayıncılık, Ankara).
- , <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/201206222.htm> 20 Nisan 2019 tarihinde adresinden alındı.
- , http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5cb574b6ac9070.98787850 20 Nisan 2019 tarihinde adresinden alındı.
- , <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce%C3%BCrk%C3%A7e/foodie> 20 Nisan 2019 tarihinde adresinden alındı.
- , https://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/foodie_20 Nisan 2019 tarihinde adresinden alındı.
- Long, L. M. (2013). Culinary tourism. *Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*, 1-8.
- Mitchell, R. ve Hall, C.M. (2003). Consuming tourists: Food tourism consumer behaviour. *Food Tourism Around The World: Development, Management and Markets*, 60-80.
- Poole, S. (2012). Let's start the foodie backlash. *The Guardian*, 10, 12.
- Sloan, A. E. (2013). The foodie phenomenon. *Food Technology*, 67 (2), 18.
- Türkoğlu, H. ve Akoğlan Kozak, M. (2015). Türk mutfağının gelişiminde gurmelerin rollerine yönelik algılamalar. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (2).
- Yeoman, I. ve Beate, U. (2016). The future of food tourism. *Journal of Tourism Futures*, 2 (1), 95-98.
- Yozukmaz, N., Bekar, A. ve Kılıç, B. (2017). A conceptual review of "foodies" in tourism. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 170-179.

Extended abstract in English

To bring cuisine culture, cuisine-related activities or local restaurants to the forefront have gained ever-increasing importance as a strategy to raise the number of visitors for the destinations and consequently, to be knowledgeable about foodie tourists who prefer gourmet destinations is being important (Yozukmaz, Bekar and Kılıç, 2017) due to the fact that individuals both tend to look for the self-mouth-pleasing dishes and be willing to try new tastes out of their delights during the holiday (Karim and Chi, 2010).

There are some kinds of tourists who are addicted to eating and food is the main purpose to travel for them. These types of tourists are called as 'foodie'. It is estimated that many choices in food and drinks will be developed for those tourists and consumerism will increase and a high societal entropy will exist based on food and beverages. The meaning of 'luxury' term is gradually changing, cultural and social capital grow in importance; and the major reasons of tourists to exchange ideas with one another on destinations and experiences differs as a result of these two factors. In addition to all, these types of tourists do also exist as a tourist type who has ever-increasing requests and expectation and desire to experience eating in different ways (Yeoman and Beatte, 2016).

'Foodie' as a term has recently become important especially in international literature, but has been discussed in a few researches in national literature. Yet, not any research has been found that discuss 'foodie typology' with the perspective of professional tourist guides. Thus, this research paper is thought to contribute to both the literature and tourism industry. Moreover, it is thought that the researches regarding to foodie tourists can both help to increase the number of tours peculiar to foodie tourists and also to enhance the alternative product ranges of travel agencies. This research, in this regard, aims to evaluate the foodie tourist from the perspective of professional tourist guides.

Qualitative research methods were used in this paper and phenomenological model (descriptive phenomenology) was applied as a research model. Interview and document review techniques were selected as data gathering technique. Individual interview was performed with twelve participants attained. The respondents were interviewed both face

to face and via email. The participants were determined through snowball and purposive sampling methods. The data collected was analyzed with content analysis method. The process the data was verified to use deductive and inductive methods together. The open coding system was first used in order to determine the research questions and the themes and subthemes were constituted in accordance with the literature and then, the themes and subthemes were handled in open coding system in the light of the data gathered from the field.

The research data obtained via interviews was defined as a MAXQDA project by decoding. The basic terms of the interviews were identified to do lexical scanning on the data. As a result, a thoroughly and wholistic conceptual framework was constituted related with the term 'the person addicted to eating and drinking' which was modelled as a phenomenological study. That conceptual framework which was obtained via lexical scanning before coding became an important guide of the research.

Four basic themes were determined which are 'passion for food and beverages, consumption choices, sustainability and current trends. Passion for food and beverages means curiosity and seeking for new tastes; consumption choices describes luxury and organic consumption, diet and healthy nutrition; sustainability represent slow food and agritourism; and finally, current trends are composed of sub-themes like art, media and socialization.

The participants of the research consist of 4 female and 8 male professional tourist guides in total. Because of fact that the research is for comparing the domestic and foreign tourists with the perspective of tourist guides, the words of 'domestic and foreign' were found to be the most repetitive words of the research. While the word of 'foreign' was repeated 160 times, 'domestic' was repeated 158 times. On the other hand, 'tourist, food, local' are the other most repetitive words mentioned in all documents. 'Tourist' was mentioned 33 times, while 'food' 32 times and 'local' 30 times.

Yet, according to the results of crosstab, organic consumption is the most coded (19) word which is one of the sub-themes of consumption choices. Based on the responses of participants, it can be concluded that the individuals who are addicted to food and beverages are generally interested in organic consumption and

thus, engaged in agriculture and livestock to grow their own food and demand to purchase the organic products directly from the producers. The other most coded subtheme (18) is luxury consumption which is the subtheme of consumption choices. According to the professional tourist guides, the tourists addicted to eating and drinks don't prefer luxury restaurants during their travel, they, in contrast, prefer more authentic places and could be said to pay high wages for a meal. While the point of view suggesting that the people who are addicted to food and beverages enjoy to eat in luxury restaurants is common in literature, a different perspective was obtained from this research. Curiosity which is a subtheme of the passion for food and beverage was determined to be the third most coded subtheme (17). This result can be interpreted as the foodies are curious about where to eat, the design of the place and recipes, and tend to have knowledge about the history of food during their journey.

After the evaluation of identified themes, subthemes and codes, five types of tourists have been determined based on the most repetitive themes and codes:

- Organic consumption-oriented tourists,
- Tourists who don't care about paying more for the food,
- The foodies (Tourists who wonder eating and drinking)

- The tourists who consider the food as an artistic product and,
- The tourist who post the food photos on social media.

When consider these typologies, the foreign foodies can especially be described to have some behavioral characteristics like caring more about organic food and beverages, doing agriculture and livestock breeding to consume organic food and directly purchase from the producers, not caring about paying more for the delicious meals during their journey, being interested in traditional recipes and their history and curious about the restaurants to go and talking often about meals, regarding meals as an artistic production and frequently posting meals photos they tried on social media.

Within the framework of the research, it is possible to give various suggestions to those who will do research about the foodies. New researches can put a different typology related to the foodies through changing the sample. A qualitative research towards the tourists to prefer hotels and travel agencies can make a substantial contribution to the process of creating touristic product. On the other hand, professional tourist guides could be advised to have knowledge about the foodie tourist typologies identified in literature to provide tourist satisfaction.

The effect of hotel employees' perception of compassion at work on organizational commitment

Zeynep Albayrak¹, Dilek Atçı²

Abstract

The aim of this study is to determine whether the level of compassion perceived by the employees in the hotel businesses affects their organizational commitment. For this purpose, data were collected from three, four- and five-star hotel employees operating in Çukurova Region. It was found that perceived compassion level varies according to education level, hotel ownership and working time in the sector. Accordingly, the level of perceived compassion increases as the level of education increases. The perceived compassion of the employees in the chain hotels is higher than that of the single-person hotels. Again, as the working time increases, the level of perceived compassion decreases. In terms of perceived compassion level, there was no significant difference according to gender, age and working time in the same hotel. In the study, it was found that perceived compassion level in the work environment was positively correlated with affective and normative commitment and also positively affects organizational commitment.

Keywords: Organizational compassion, organizational commitment, hotel employees

Otel işletmelerinde çalışanların iş yerindeki şefkate ilişkin algılarının örgütsel bağlılıklarına etkisi³

Öz

Bu çalışmanın amacı otel işletmelerinde çalışanların iş ortamında algıladıkları şefkat düzeyinin örgütsel bağlılıklarını etkileyip etkilemediğinin tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda Çukurova Bölgesi'nde faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı otel çalışanlarından veri toplanmıştır. Algılanan şefkat düzeyinin eğitim seviyesine, otelin sahiplik durumuna ve sektörde çalışma süresine göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Buna göre, algılanan şefkat düzeyi eğitim seviyesi arttıkça artmaktadır. Zincir otellerde çalışanların algıladıkları şefkat tek şahsa ait otel işletmelerinde çalışanlara oranla daha yüksektir. Yine, sektörde çalışma süresi arttıkça algılanan şefkat düzeyi azalmaktadır. Algılanan şefkat düzeyi açısından cinsiyet, yaş ve aynı otelde çalışma süresine göre ise anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Çalışmada, iş ortamında algılanan şefkat düzeyinin duygusal ve normatif bağlılık ile pozitif ilişkili olduğu ve örgütsel bağlılığı olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Örgütlerde şefkat, örgütsel bağlılık, otel çalışanları

Received date / Gönderilme tarihi : 19.10.2019

Revised date / Düzeltme tarihi : 21.01.2020

Accepted date / Kabul edilme tarihi : 29.01.2020

Alıntı için: Albayrak, Z., Atçı, D. (2020). Otel işletmelerinde çalışanların iş yerindeki şefkate ilişkin algılarının örgütsel bağlılıklarına etkisi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 6(1), 47-61.

¹Doktora öğrencisi, Mersin Üniversitesi, SBE, E posta: zeyneppalbayrak@mersin.edu.tr, ORCHID: 0000-0002-7752-5425

²Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, E posta: dilek-tetik@hotmail.com, ORCHID: 0000-0002-5541-9584

³Bu makale Zeynep Albayrak'ın Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yazılan "Çalışanların Örgütsel Şefkat Algılarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisinin Değerlendirilmesi: Çukurova Bölgesi 3, 4 ve 5 Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir

1. Giriş

Örgütsel davranış alanındaki gelişmeler, rekabet üstünlüğü sağlamada geleneksel sermaye anlayışının ötesinde psikolojik sermaye, sosyal sermaye, insan sermayesi gibi sermaye türlerinin ön plana çıkmasını sağlamıştır. Burada maddi varlıkların ötesinde insan odaklı bir yaklaşım dikkat çekmektedir. Psikolojideki pozitif psikoloji hareketinin bir uzantısı olarak pozitif örgütsel davranış anlayışı işletmelerdeki geleneksel sorun çözme yaklaşımının tersine çalışanlarının iyi yönlerine odaklanır (Wright, 2003'ten aktaran Dönmez ve Birdir, 2014: 981). İş ortamındaki sorunların aşılmasında şefkat, empati ve çalışanları anlama gibi kavramların üzerinde durur. Pozitif örgütsel davranış, işletmelerde çalışanların geliştirilebilen yönlerine odaklanan; pozitif odaklı ve çalışanların psikolojik sermayeleriyle ilgili çalışma ve uygulama alanı şeklinde tanımlanabilir (Luthans, 2002: 63). Pozitif odaklılık, çalışma ortamındaki sorunlara odaklanmaktan çok, ortamın iyileştirilmesine yönelik adımlara vurgu yapmaktadır. Böylelikle sorunların ortaya çıkmasının önüne geçileceği proaktif bir anlayış söz konusudur (Luthans ve Youssef, 2004: 152). Tüm bu gelişmeler çalışan psikolojisinin işletme performansı için öneminin altını çizmektedir.

Bu bağlamda özyeterlilik, psikolojik dayanıklılık, umut, iyimserlik, öznel iyi oluş, duygusal zekâ, bilgelik, merhamet, bağışlayıcılık, şefkat, cesaret, maneviyat gibi kavramlar inceleme konusu olmaktadır. Çünkü örgütler aynı zamanda “duygusal arenalar”dır (Dutton, Workman ve Hardin, 2014: 278) ve bu arenalarda birçok duygunun birlikteliği veya mücadelesi söz konusudur. İş ortamları git gide “inatçı, saldırgan, düşmanca, sömürücü, onur kırıcı, kötü niyetli ortamlar” haline gelmektedir (Lee, 2000, 593'ten aktaran Dutton vd., 2014: 279). Dolayısıyla kişinin gerek kendi özel hayatından gerekse de iş ortamından kaynaklı olarak acı çekmesi kaçınılmazdır. Bu bakımdan sözü edilen olumlu kavramların iş dünyasının sert ve rekabetçi ortamını dengeleme yönünde işlev göreceği söylenebilir. Bu da çalışanlara iyi bir çalışma ortamı sunarak işletmeye bağlılıklarını sağlamada önemli rol oynayabilecektir. Çalışan memnuniyetini sağlayan işletmeler müşteri memnuniyetine giden yolda önemli bir adım atmıştır.

Otel işletmeleri söz konusu olduğunda ise oteller 7 gün 24 saat hizmet veren işletmeler olarak çalışma temposunun çok yoğun olduğu yerlerdir. Sektörün çalışma şartlarının zorluğuna karşın, ücretlerin istenen düzeyde olmaması, sektörün her tür dışsal gelişmeye karşı duyarlı bir sektör olması ve sektördeki işlerin geçici ve düşük statüsü (Kaya ve Atçı, 2015: 24), nitelikli elemanı sektöre çekme ve elde tutma sorununu beraberinde getirmektedir. Sektörde iş bırakma oranları oldukça yüksek düzeylerde seyretmektedir. Dolayısıyla işyerinde şefkat ortamının sağlanması bu açıdan da önemlidir. Çünkü şefkatli bir çalışma ortamında çalışanların birbirleri ve yöneticileriyle aralarında bir duygu bağı oluşacak bu da yaşanan zorlukların üstesinden gelmeyi kolaylaştıracaktır. Bu bağlamda işyerindeki şefkat ortamı örgütsel bağlılığı sağlamada önemli rol üstlenebilir (Dutton vd, 2014: 280).

Bu çalışmanın temel amacı, otel işletmelerinde çalışanların iş ortamındaki şefkate ilişkin algılarının belirlenmesi ve algılanan şefkatin örgütsel bağlılığa etkisinin tespit edilmesidir. Ayrıca şefkat algısının demografik özelliklere göre değişip değişmediği de test edilecektir.

2. Kavramsal çerçeve

2.1. Örgütlerde şefkat

İngilizce “compassion” olan şefkat sözcüğü Latince acı çekmek anlamına gelen “passio” ve birlikte anlamına gelen “com” sözcüğünün eklenmesiyle oluşmakta ve birlikte acı çekmek anlamına gelmektedir. Yaşanan olaylara empatiye benzer olarak duygusal tepki verme durumudur (Lilius, Kanov, Dutton, Worline ve Maitlis, 2011:5). Türkçeye çevrildiğinde şefkat kavramının; merhamet, sevecenlik, duyarlılık gibi anlamları bulunmaktadır. Türk Dil Kurumu (2016)' na göre şefkat “acıyarak ya da koruyarak sevme, sevecenlik” anlamına gelmektedir. Kökeninde sevgi, merhamet, acıma ve yardım duygularını barındıran şefkat olumlu duygu ve düşünceleri içinde barındırmaktadır.

Şefkat kavramı çoğunlukla duygudaşlık (empathy), acıma (pity), sempati (sympathy) veya merhamet (mercy, compassion) gibi kavramlarla karıştırılmakta veya birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Söz konusu kavramlar anlam olarak yakın olmakla beraber

aralarında ufak farklılıklar vardır. Acıma, genellikle daha kötü durumda olan (genellikle de daha aşağı statüden) bir kişinin acısı karşısında üzülmeyi (genellikle olumsuz anlamlar çağrıştırır), sempati o kişinin acısını anlamayı, empati ise o kişinin acısını hissetmeyi ifade ederken, şefkat empatinin üstüne o kişinin acısını hafifletmek için bir şeyler yapmayı içermektedir (Goetz, Keltner ve Simon-Thomas, 2010: 352). Dolayısıyla şefkat hepsini içeren daha geniş bir kavram olmaktadır. Sıklıkla compassion kelimesinin karşılığı olarak kullanılan merhamet ise acıma, esirgeme, koruma ve bağışlama anlamlarını içermektedir (Türk Dil Kurumu, 2016) ve eşitlerin ilişkisini çağrıştırmamaktadır. Kavramın özellikle eğitim ve psikoloji literatüründe “duyarlılık” şeklinde çevrildiği görülmektedir. Bu çalışmada çalışanlar arası ilişki söz konusu olduğundan duyarlılık veya şefkat sözcükleri arasından kullanım kolaylığı açısından şefkat kullanımı tercih edilmiştir.

Clark (1997), şefkati başkalarının acılarını, sorunlarını fark etmek (noticing), onlarla empati kurmak (feeling) ve sorunlarına çözüm üretmek (responding) şeklinde birbiriyle bağlantılı üç unsurun birlikte uygulanmasıyla oluşan süreç olarak tanımlamaktadır. Başkalarının sorunlarını fark etme boyutu; onların duygusal durumlarının farkına varmayı ve hayatlarında olup bitenlere ilişkin gösterdikleri duygusal ipuçlarına karşı dikkatli olmayı içermektedir (Frost, Dutton, Worline ve Wilson, 2000: 36). Hissetme boyutu ise diğer insanlarla empati kurmayı içermektedir. Acıyı birlikte yaşadığını düşünmek, sorunu yaşayan kişiyle duygusal bağ kurmayı sağlamaktadır. Bu duygusal bağ sayesinde sorunu olan kişiye daha ilgili yaklaşabilmektedir (Lilius vd., 2011: 6). Cevap vermek ise başkalarının acılarını hafifletmek ve üstesinden gelmelerini sağlamak amacıyla bir çözüm üretip harekete geçmeyi içermektedir (Lilius vd., 2011: 8).

Örgütlerde şefkat ise, bir örgütün üyeleri tarafından yine o örgütün üyelerine yönelik olarak yürütülen bir süreç olarak tanımlanmakta ve aslında bireyler arasındaki şefkatin toplamı, birikimini ifade etmektedir (Kanov, Maitlis, Worline, Dutton, Frost ve Lilius, 2004: 817). Başka bir ifadeyle örgütsel anlamda şefkat, bireyler arasında başlayarak zamanla örgütün tümüne yayılan bir nitelik kazanmaktadır. Ancak bunun sağlanması için gereken koşullar arasında güven, olumlu iş ilişkileri (Eisenberg, 2000: 677) ve

işletmede çalışanlar arasında şefkatli bir ortam yaratabilecek liderin mevcut olması gibi hususlar yer almaktadır (Ashforth, Kreiner ve Fugate, 2000: 477). Yardım kuruluşları veya toplum hizmeti sunan işletmeler gibi misyonları gereği şefkatli bir çalışma ortamına daha yatkın işletmeler olmasına rağmen aslında her tür işletmede şefkat mevcut olabilir ancak bunun değerler, uygulamalar ve rutinler gibi sistematik örgütsel süreçlerle desteklenmesi gereklidir (Kanov vd., 2004: 816).

Bu bağlamda şefkatin örgütsel bir nitelik kazanması, çalışanların başkalarının sorunlarına karşı farkındalıklarını arttırarak çalışanlar arasında yardımlaşma ve sorunlara ortak çözüm üretme davranışını geliştirecek, çalışma ortamının sorunlardan arındırılmasına katkı sağlayabilecektir (Dutton vd., 2014: 298). Şefkat sayesinde yaratılan bu olumlu çalışma ortamı çalışanların verimliliğini (Lilius vd., 2011), iş tatminlerini, örgüte olan bağlılıklarını (Frost, Dutton, Maitlis, Lilius, Kanov ve Worline, 2006: 7; Lilius, Worline, Maitlis, Kanov, Dutton ve Frost, 2008: 195) ve müşteriye verilen hizmetin kalitesini arttırmaktadır (Goetz vd., 2010:355). Şefkatin olmadığı ortamlarda ise çalışanlar arasında karşılıklı ilişkileri pekiştirmek konusunda sıkıntılar yaşanabilmekte ve dolayısıyla çalışanlar birbirlerine daha hırçın ve sinirli yaklaşabilmektedir. Bu da çalışanların verimli çalışmamasına, motivasyonlarının olumsuz etkilenmesine ve iş değiştirme konusunda daha aceleci davranmasına sebep olmaktadır (Simpson, 2012: 109).

İş yerinde şefkat konusunda yapılan çalışmalar az olmakla birlikte gelecek vaat eden bir çalışma alanı olarak değerlendirilmektedir. Hastane çalışanları üzerinde yapılan bir çalışmaya göre işyerinde deneyimlenen şefkat, pozitif duygulanım ve duygusal bağlılık üzerinde etkilidir ve bu etki anlık bir etki olmayıp uzun süre varlığını sürdüren ve çalışanlar üzerinde olumlu izler bırakan bir etki olmaktadır (Lilius vd., 2008:12).

Turizm alanında bu konudaki ilk çalışma turizm olgusu ile şefkat (duyarlılık) ilişkisinin makro perspektiften incelendiği bir çalışmadır. Bu çalışmada turizmde şefkatin göz ardı edildiği belirtilirken, şefkat sürdürülebilir turizm motivasyonu olarak ifade edilmiştir. Ayrıca, yoksul yanlısı turizm, gönüllü turizmi, inanç turizmi gibi alternatif turizm türleri

yanında geleneksel kitle turizmini iyileştirmek için de şefkatin (duyarlılığın) rolü tartışılmıştır. Yazarlara göre şefkat sürdürülebilir turizmin doğasında var olması gereken bir faktördür. Hatta daha iyi bir turizmin öncülü olarak benimsenmelidir (Weaver ve Jin, 2016, 668).

Zoghbi-Manrique-de-Lara ve Guerra-Baez (2016) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada ise otel işletmelerinde etik iklimin iş ortamındaki şefkati belirlemedeki etkisi tespit edilmiş, etik iklimin iş yerinde şefkati artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. İş yerinde etik iklimle birlikte gelişen kibarlık, anlayış, empati gibi şefkate yönelik olguların varlığı çalışanların psikolojisini genel olarak olumlu etkilemektedir. Psikolojisi daha olumlu olan çalışanlar iş arkadaşlarıyla daha iyi ilişkiler geliştirmekte ve bu durum müşteri memnuniyetine de olumlu yönde yansımaktadır (Zoghbi-Manrique-de-Lara ve Guerra-Baez, 2016: 612).

Eski bir Çeroki inanışına göre insanın içinde iki kurt arasında bir savaşın olduğuna inanılmaktadır. Bir kurt öfke, korku, kıskançlık, pişmanlık, keder, hırs, yalan, suçluluk ve egoyu temsil ederken; diğer kurt ise barış, aşk, umut, sakinlik, alçakgönüllülük, nezaket, dürüstlük, empati, cömertlik ve şefkat gibi duyguları temsil etmektedir. Kazananın hangi kurt olacağını kişinin beslediği duygular belirlemektedir. Örgüt yaşamında da bu iki kurt mevcuttur. Bir kurt egodur; kibir, öfke, yalan, açgözlülük, pişmanlık ve üzüntü gibi olumsuzlukları temsil etmektedir. Diğer kurt ise şefkattir; yardımseverlik, nezaket, merhamet, cömertlik ve alçakgönüllülük gibi erdemleri temsil etmektedir. Örgütlerde iki kurt pratikte savaşıyor olsa da yapılan çalışmalar egonun önde olduğunu ve işletmelerde olumlu özelliklerin tam olarak yerleşemediğini göstermektedir (Frost ve diğerleri, 2006:4).

2.2. Örgütsel bağlılık kavramı

İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmelerinde ve giderek güçlenerek sağlam adımlarla ilerlemelerinde örgütsel bağlılık kavramı büyük önem taşımaktadır (İnce ve Gül, 2005'ten aktaran Günel, 2009:115). Örgütsel bağlılık kavramı; örgütler ve çalışanlar arasındaki ilişki üzerinde yoğunlaşan bir kavramdır. Örgütün performansının yüksek olması, işgörenlerin örgütten ayrılmamalarını sağlamaya bağlıdır. Çalışanlar işletmeye ne kadar bağlı ise işletme de o

derece güçlenmektedir (Homayouni, 2014: 12). Örgüt yaşamında temel teşkil eden hususların başında, çalışanların örgütsel süreçlere dahil edilebilmesi ve böylece iş performanslarının artırılması yer almaktadır. Örgüt ile bireyler arasında kurulan bağlar, çalışanların örgütün amaç ve değerleri etrafında toplanmasını sağlamakla birlikte çalışanların bağlılık duygularının da gelişmesini sağlamaktadır (Çakır, 2011: 57; Diker, 2014: 7).

Örgütsel bağlılıkla ilgili yapılan ilk çalışmalarda bağlılık; "işletmenin hedef ve değerlerini benimsemek, işletmenin bir parçası olmak için çabalamak ve güçlü bir aile üyesi gibi hissetmek" olarak tanımlanmıştır (Steers, 1977: 46; Meyer ve Allen (1997: 3) ise örgütsel bağlılığa sahip çalışanı; " ne olursa olsun işletmede kalan, işine düzenli olarak devam eden, tam bir işgününü ya da daha fazlasını verimli kullanan, işletme amaç ve vizyonunu paylaşarak işletmenin yatırım ve değerlerini koruyan" şeklinde tanımlamaktadır. Başka bir tanımda örgütsel bağlılık, bireyin, işletmenin hedef ve değerlerine olan inancı, örgütün hedeflerine ulaşabilmesi için çaba sarf etme isteği ve örgütün bir üyesi olmaya karşı duyduğu arzu olarak tanımlanmaktadır (Kitapçı, 2006: 75).

Örgütsel bağlılık, duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere üç boyutta ele alınmaktadır (Allen ve Meyer, 1991: 71). Buna göre, duygusal bağlılığı güçlü olan çalışanlar örgütte kalmayı istedikleri için, devam bağlılığı güçlü olanlar ihtiyaç duydukları için ve normatif bağlılığı güçlü olanlar ise zorunlu oldukları için örgütte kalmayı tercih ederler (Akgündüz ve Güzel, 2014: 3).

Turizm sektörü; özellikle konaklama işletmeleri, uzun ve yorucu çalışma saatleri içeren, yüksek işgücü devir hızına sahip, iş-aile çatışmasına açık, düşük gelirli, stresli bir ortamda tüketici-çalışan ilişkisine dayalı çalışmayı gerektiren bir sektör olarak görülmektedir (Subramaniam, McManus ve Mia, 2002: 353). Turizm sektöründe mevcut olan mevsimlik istihdam çalışanların çalıştıkları süre boyunca işletmenin yapısını benimsemesine ve işletmeye bağlanmasına engel teşkil etmektedir. Çalışanların işletmeye bağlanamaması hem çalışanlar hem de örgüt açısından çeşitli sorunlara yol açmaktadır. Düşük örgütsel bağlılık seviyesi, çalışanlarda düşük performans (Mowday, Steers ve Porter, 1979: 226; Angle ve Perry, 1981:3; Singh ve Gupta, 2015:1194),

düşük motivasyon (Kong, Jiang, Chan ve Zhou, 2018:2180; AL- Jabari ve Ghazzawi, 2019:95) gibi sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu da otel işletmeleri açısından örgütsel bağlılığı daha önemli ama bir o kadar da sağlaması zor bir konu haline getirmektedir.

İş yerinde yaratılan şefkat ortamı ise iş stresini, işe geç gelme veya gelmeme davranışlarını azaltmaktadır (Boyatzis, Smith ve Blaize, 2006: 9). Dolayısıyla otel işletmelerinde şefkatli bir çalışma ortamının çalışanların örgütsel bağlılığını artıracığı düşünülmektedir.

2.3. Araştırmanın amacı

Araştırmanın temel amacını Çukurova Bölgesi'ndeki üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışanların iş ortamındaki şefkate ilişkin algılarının örgütsel bağlılıklarını etkileyip etkilemediğinin tespit edilmesi oluşturmaktadır. Öncelikle otel işletmelerinde çalışanların çalışma ortamında algıladıkları şefkatin belirlenerek, iş ortamındaki şefkat düzeyinin çalışanların demografik özelliklerine göre değişimini incelemek amaçlanmaktadır. Şefkat algısının boyutlarının örgütsel bağlılık ile ilişkilerini incelemek çalışmanın bir diğer amacıdır.

2.4. Hipotez ve araştırma soruları

Örgütsel bağlılığı etkileyen faktörler kişisel faktörler, örgütsel faktörler ve örgüt dışı faktörler olmak üzere üç grupta incelenmektedir (Özdevecioğlu, 2003: 116). Örgütlerde bağlılığın geliştirilmesi örgütsel ortamın niteliğiyle doğrudan ilişkili olarak değerlendirilmektedir. Örgütlerde güvene dayalı ilişkiler kurulması ve olumlu bir çalışma ortamı yaratılması çalışanların örgütlerine bağlanmalarını sağlayacak faktörler arasında yer almaktadır (Çekmecelioğlu, 2006: 300). Bu bağlamda iş ortamında algılanan şefkatin de örgütsel faktörlerden biri olarak çalışanların örgütsel bağlılığını etkileyebileceği düşünülmektedir. Alanyazında da şefkat ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye değinen çalışmalardan (Lilius vd., 2008; Kanov vd.,2004) hareketle aşağıdaki hipotezler test edilecektir.

H1: Çalışma ortamında algılanan şefkat ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H2: Çalışma ortamında algılanan şefkat düzeyi çalışanların örgütsel bağlılığını pozitif yönde etkilemektedir.

Ayrıca belirlenen temel amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranacaktır:

1. Algılanan şefkat düzeyi; çalışanların yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, iş hayatındaki toplam çalışma süresi ve aynı otelde çalışma süresine göre farklılık göstermekte midir?

2. Algılanan şefkat düzeyi otelin sahiplik durumuna göre farklılık göstermekte midir?

3. Yöntem

Çalışmanın evrenini Çukurova Bölgesi'nde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli üç, dört ve beş yıldızlı otellerde çalışanlar oluşturmaktadır. Oluşturulan listeye göre evrene dahil toplam 95 adet otel bulunmaktadır. Evrene dahil olan tüm otellerin çalışan sayısına ulaşamadığından, çalışan sayısının belirlenmesinde yatak başına düşen personel sayısı yönteminden yararlanılmıştır. Bu bağlamda evren toplamda 7106 kişi olarak tahmin edilmiştir. Çalışmada örneklem büyüklüğü belirlenirken sınırlı evrende örneklem formülü kullanılmıştır. Formüle göre yeterli örneklem sayısı 365 olarak belirlenmiştir (Ural ve Kılıç, 2011: 47). Bu çalışmada evrenin tamamına ulaşmak maliyet, zaman ve kontrol güçlüklerine sahip olduğundan (Ural ve Kılıç, 2006: 34) olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yönteminin kullanılması tercih edilmiştir.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket formunun birinci bölümünde demografik değişkenlere yer verilmektedir. Anket formunun ikinci bölümünde ise Sprecher ve Fehr (2005) tarafından geliştirilen 21 maddelik Duyarlı (Şefkatli) Sevgi Ölçeği (Compassionate Love Scale) çalışmaya uygun şekilde Türkçeye çevrilmiştir. Çevirinin konunun içeriğine uygunluğu konusunda çeşitli akademisyenlerin ve dil bilimcilerin görüşleri alınarak çalışmada "Çalışma Ortamında Şefkat Ölçeği" olarak kullanılmasına karar verilmiştir. Orijinalinde 7'li Likert tipi olan ölçek, çalışmada anlaşılabilirliğin daha kolay olacağı gerekçesiyle 5'li Likert ölçeğine göre ((1) "Kesinlikle Katılmıyorum", (5) "Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde) uyarlanarak kullanılmıştır.

Anket formunun üçüncü bölümünde Allen ve Meyer (1991) tarafından geliştirilen 17 maddelik Örgütsel Bağlılık Ölçeği bulunmaktadır. Ölçek 2014 yılında Akgündüz ve Güzel tarafından uyarlandığı şekliyle kullanılmıştır. 600 anketin dağıtıldığı otel işletmelerinden 399 anket dolu halde geri alınabilmiştir. Toplam anket geri dönüş oranı %67 olarak gerçekleşmiştir. Elde edilen 399 anketin 13 tanesi kullanılamaz durumda olduğundan geriye kalan 386 ankete çoklu sapan analizi yapılmıştır. Yapılan çok değişkenli sapan analizi sonucunda 3 anketin çok değişkenli normal dağılım göstermediğinden veri setinden çıkarılmasına karar verilmiştir. Daha sonra yapılan çok değişkenli normal dağılım analizinde anketlerin normal dağılım göstermesinden dolayı analizler 383 anket üzerinden yapılmıştır.

4. Araştırmanın bulguları

4.1. Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik çalışması

Ölçeklerin yapısal geçerliliğini belirlemek amacıyla açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi

yapılmıştır. Buna göre, Çalışma Ortamında Şefkat Ölçeği'ne uygulanan faktör analizi sonucu Tablo 1'de yer almaktadır. Faktör analizi sonucunda 13 madde ve 3 boyuttan oluşan İş Ortamında Şefkat Algısı Ölçeği'nin toplam varyansı açıklama oranı % 62, 525'tir. Ölçeğin tamamının güvenilirlik katsayısı 0,82'dir.

Tablo 1'de görüldüğü gibi, İş Ortamında Şefkat Algısı Ölçeği'nin genel ortalaması 3,46'tır. Bu sonuç algılanan şefkat düzeyinin ortalamasının biraz üzerinde olduğunu ifade etmektedir. 6 maddeden oluşan "Anlayış ve Empati" boyutunun ortalaması 3,74 ve toplam varyansı açıklama oranı % 36, 708'dir. İkinci faktör olan "Yardım ve Fedakarlık" boyutunun ortalaması 3,01 ve toplam varyansı açıklama oranı ise 15,524'tür. Üçüncü faktör "Duyarlılık ve Umursama" boyutunun ortalaması 3,51 ve toplam varyansı açıklama oranı ise 10,563'tür. Bu veriler doğrultusunda çalışanların anlayış ve empati boyutuna yönelik daha olumlu yönde fikir belirttikleri söylenebilir.

Tablo 1. İş ortamındaki şefkat algısı ölçeğinin faktör analizi tablosu

	Yükü	Özdeğeri	A.Varyans	Ortalama	Alfa
I. Anlayış ve empati		4,772	36,708	3,74	.854
AE1	,798			3,59	
AE2	,755			3,71	
AE3	,742			3,87	
AE4	,736			3,81	
AE5	,723			3,82	
AE6	,654			3,61	
II. Yardım ve fedakarlık		1,983	15,254	3,01	.793
YF1	,828			3,61	
YF2	,806			2,48	
YF3	,706			3,13	
YF4	,619			3,48	
III. Duyarlılık ve umursama		1,373	10,563	3,51	.744
DU1	,849			3,50	
DU2	,802			3,53	
DU3	,778			3,52	

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax, KMO Örneklem Yeterliliği: %86,4; Bartlett's Küresellik Testi için X^2 : 1886,542; sd:78; $p<0.0001$; Açıklanan toplam varyans: %62,525; Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: .823; Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum

Çalışmada kullanılan "Örgütsel Bağlılık" ölçeği daha önce geliştirildiğinden (Allen ve Meyer, 1991) ve kuramsal altyapıya dayandığından doğrulayıcı faktör analizi yapılarak ölçeğin yapı geçerliliği analiz edilmiştir. Analiz sonuçları doğrultusunda ölçeğin

devam bağlılığı boyutundan beşinci ve altıncı madde ile normatif bağlılık boyutundan on üçüncü ve on dördüncü madde, faktör yükünün düşük olması nedeniyle çıkarılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo.2.Örgütsel bağlılık doğrulayıcı faktör analizi

Uyum indeksi	Doğrulayıcı faktör analizi	İyi uyum ¹	Kabul edilebilir uyum ¹
Ki-kare (X ²)	170,86		
X ² /df	2,75	0 ≤ X ² /df ≤ 2	2 < X ² /df ≤ 3
RMSA	0,068	0 ≤ RMSA ≤ ,05	,05 < RMSA ≤ ,08
CFI	0,97	,97 ≤ CFI ≤ 1,00	,95 < CFI ≤ ,97
GFI	0,94	,95 ≤ GFI ≤ 1,00	,90 < GFI ≤ ,95
AGFI	0,91	,90 ≤ AGFI ≤ 1,00	,85 < AGFI ≤ ,90
NFI	0,96	,95 ≤ NFI ≤ 1,00	,90 < NFI ≤ ,95
NNFI	0,97	,97 ≤ NNFI ≤ 1,00	,95 < NNFI ≤ ,97
SRMR	0,078	0 ≤ SRMR ≤ ,05	,05 < SRMR ≤ ,10

Kaynak: Schermelleh-Engel, K., Moosborg, H. ve Müller, H. (2003).

Örgütsel bağlılık ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, referans olarak alınan değerler (X²/df RMSA, CFI, GFI, AGFI, NFI, NNFI, SRMR) olması gereken değerler arasındadır. Değerler incelendiğinde GFI (0,94), CFI (0,97) , AGFI (0,91), NFI (0,96), NNFI (0,97) değerleri iyi bir uyum olduğunun göstergesidir. Ayrıca X² değerinin (170,86) serbestlik derecesine (62) oranı 2,75'tir. Değer 2 ile 3 arasında olduğundan kabul edilebilir bir uyum söz konusudur. Aynı şekilde RMSA değeri (0,068) ve SRMR (0,078) kabul edilebilir bir uyum olduğunu göstermektedir. Yapılan analizler araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerli ve güvenilir olduğunu ortaya koymuştur.

4.2. Bulgular ve yorumlar

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 3'te verilmektedir. Araştırmanın amacı doğrultusunda algılanan şefkat düzeyinin cinsiyete göre değişimini belirlemek amacıyla t-testi yapılmıştır. Tablo 4'te görülen analiz sonucunda algılanan şefkatin kadın ve erkek çalışanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır. Ancak, kadın çalışanların ortalamalarının erkeklerin ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir.

Araştırmada çalışanların şefkat algılarının yaşa, otelede çalışılan süreye ve departmana göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için varyans analizi uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre algılanan şefkat yaşa, otelede çalışılan süre ve departmana göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir (p>0,05). Fakat en yüksek şefkat algısına sahip çalışanların 40 yaş ve üzeri çalışanlar olduğu görülmektedir. Müşteriyle yüz yüze iletişimi olmayan satın alma, halkla ilişkiler, muhasebe, insan kaynakları ve satış departmanlarında parametrik test sayısı (30) sağlanmadığından bu

departmanlar birleştirilerek "diğer departmanlar" kategorisinde değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular

Demografik özellikler	Frekans	Oran(%)
Cinsiyet (n: 383)		
Kadın	184	48
Erkek	199	52
Medeni durum (n:383)		
Bekar	152	39,7
Evli	231	60,3
Eğitim düzeyi (n:383)		
İlköğretim	43	11,2
Ortaöğretim	125	32,7
Ön lisans	113	29,5
Lisans ve üzeri	102	26,6
Yaş (n:383)		
18-28	123	32,3
29-39	174	45,8
40 ve üzeri	82	21,9
Sektördeki toplam çalışma süresi (n: 383)		
5 yıldan az	82	21,4
5-15 yıl arası	199	51,9
15 yıldan fazla	102	26,7
Şu an çalışılan otelede toplam çalışma süresi (n: 383)		
5 yıldan az	239	62,4
5-15 yıl arası	112	29,2
15 yıldan fazla	32	8,4
Katılımcıların departmanlara göre dağılımı (n:383)		
Ön büro	88	23
Satın alma	17	4,4
Yiyecek içecek	93	24,3
Kat hizmetleri	77	20,1
Halkla ilişkiler	13	3,4
Muhasebe	25	6,5
İnsan kaynakları	16	4,2
Satış pazarlama	26	6,8
Diğer	28	7,3

İstatistiksel olarak anlamlı fark bulunamamasına rağmen Tablo 5 incelendiğinde en düşük ortalamanın kat hizmetleri departmanında, en yüksek ortalamanın ise diğer departmanlar kategorisinde olduğu görülmektedir. Tablo 5'te analiz sonuçları toplu halde yer almaktadır.

Tablo 4. Cinsiyete göre şefkat algılarına uygulanan t testine yönelik bulgular

		n	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Şefkat	Kadın	189	3,51	0,56782	1,470	0,142
	Erkek	199	3,42	0,58755		

Tablo 5. Şefkat algısının yaşa, otelde çalışma süresine, çalışılan departmana göre karşılaştırılması

	n	Ortalama	Standart Sapma	f Değeri	Anlam Düzeyi
18-29	123	3,44	0.61066	0,251	0,841
29-39	174	3,45	0.55076		
40 yaş ve üzeri	83	3,49	0.60407		
5 yıldan az	239	3,49	0.61411	1,048	0,352
5-15 yıl arası	112	3,43	0.47976		
15 yıldan fazla	32	3,46	0.62397		
Ön Büro	88	3,47	0.55577	0,628	0,597
Yiyecek-İçecek	93	3,48	0.57787		
Kat Hizmetleri	77	3,38	0.58692		
Diğer departmanlar	125	3,50	0.50608		

Tablo 6. Şefkat algısının eğitim düzeyine göre karşılaştırılması

		n	Ortalama	Standart Sapma	f Değeri	Anlam Düzeyi	Farklılıklar
Şefkat	İlköğretim	A 43	3,38	0.73925	3,583	0,014	D>B
	Ortaöğretim	B 125	3,37	0.54417			
	Ön lisans	C 113	3,47	0.59447			
	Lisans ve üzeri	D 102	3,61	0.50044			

Tablo 7. Şefkat algısının toplam çalışma süresine göre karşılaştırılması

		n	Ortalama	Standart Sapma	f Değeri	Anlam Düzeyi	Farklılıklar
Şefkat	5 yıldan az	A-82	3,62	0.59545	2,604	0,004	A>C
	5-15 yıl arası	B-199	3,46	0.56995			
	15 yıldan fazla	C-102	3,46	0.57903			

Tablo 8. Şefkat algısının otelin sahiplik durumuna göre karşılaştırılması

		n	Ortalama	Standart Sapma	t Değeri	Anlam Düzeyi
Şefkat	Tek şahıs oteli	309	3,43	0.60125	3,258	0,001
	Ulusal ve uluslararası zincir otel	62	3,63	0.39215		

Katılımcıların şefkat algılarının, eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere yapılan varyans analizi sonucunda istatistiki olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Yapılan post-hoc testi sonucunda farklılığın lisans ve üzeri eğitim düzeyine sahip çalışanlar ile ortaöğretim mezunu çalışanlar arasında olduğu görülmektedir. Ortalamalara bakıldığında eğitim seviyesi arttıkça çalışanların şefkate ilişkin algılarının ortalamalarının da artış gösterdiği dikkat çekmektedir. Sonuçlar Tablo 6'da yer almaktadır.

Çalışanların şefkat algılarının, sektördeki toplam çalışma sürelerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere yapılan varyans analizi sonucunda anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Tablo 7'de görüleceği üzere Post-hoc testi farklılığın, çalışma süresi 5 yıldan az olan çalışanlar ile 15 yıldan fazla olan çalışanlar arasında olduğunu ortaya koymuştur ($p<0,05$). Ortalamalara bakıldığında en yüksek ortalama sektörde 5 yıldan az süre çalışanlara aittir. Bu sonuç sektörde çalışma süresinin artmasıyla birlikte çalışanların şefkat algısına ilişkin değerlendirmelerinin daha olumsuz olabildiği şeklinde yorumlanabilir.

Katılımcıların şefkat algılarının, otelin sahiplik durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere yapılan t-testi sonucunda zincir otellerde çalışanların şefkat ortamına yönelik algıları ile tek şahıs işletmelerinde çalışanların şefkat algıları

arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tablo 8'de görüleceği üzere zincir otel çalışanlarının iş ortamındaki şefkate ilişkin algıları tek şahıs işletmelerinde çalışanlardan daha yüksektir. Bu sonuç zincir otellerde daha şefkatli bir çalışma ortamının olduğu şeklinde ifade edilebilir.

Algılanan şefkat ve örgütsel bağlılık boyutları arasındaki ilişkiler Tablo 9'da yer almaktadır. Tablodaki korelasyon değerleri ele alındığında algılanan şefkatin genel olarak örgütsel bağlılık (0,409) ve örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık (0,491) ve normatif bağlılık (0,303) boyutları ile anlamlı ($p<0,01$) ve pozitif bir ilişki içinde olduğu söylenebilmektedir. Bu sonuç şefkatli bir çalışma ortamı yaratılmasının çalışanların örgütsel bağlılığının sağlanması açısından önemli olduğunu göstermektedir. Algılanan şefkatin anlayış ve empati boyutu ile genel örgütsel bağlılık (0,489) ve örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık (0,571) ve normatif bağlılık (0,447) boyutları ile anlamlı, güçlü ($p<0,01$) ve pozitif yönde ilişkisi olduğu bulgulanmıştır. Yardım ve fedakarlık boyutunun ise toplam örgütsel bağlılık (0,302) ve duygusal bağlılık (0,353) ile anlamlı ($p<0,01$) ve pozitif bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Şefkatin duyarlılık ve umursama boyutu ile örgütsel bağlılık arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Çalışanların örgütlerde şefkat algıları ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasında ilişki tespit edildiğinden H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9. Örgütlerde şefkat ve örgütsel bağlılığa ilişkin korelasyon analizi sonuçları

	Anlayış ve empati	Yardım ve fedakarlık	Duyarlılık ve umursama	Algılanan şefkat	Duygusal bağlılık	Devam bağlılığı	Normatif bağlılık	Örgütsel bağlılık
Anlayış ve empati	1,00							
Yardım ve fedakarlık	0,535**	1,00						
Duyarlılık ve umursama	0,144**	0,061	1,00					
Algılanan şefkat	0,855**	0,762	0,486**	1,00				
Duygusal bağlılık	0,571**	0,353**	0,036	0,491**	1,00			
Devam bağlılığı	-0,98	0,066	-0,59	-0,049	-0,109*	1,00		
Normatif bağlılık	0,447**	0,100	0,015	0,303**	0,595**	-0,067	1,00	
Örgütsel bağlılık	0,489**	0,302**	0,000	0,409**	0,820**	0,402**	0,719**	1,00

** $p<0,01$ önem düzeyinde anlamlıdır, * $P<0,05$ önem düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 10. Algılanan şefkatin örgütsel bağlılığa etkisi

Model	Standartlaştırılmamış katsayılar			Standartlaştırılmış katsayılar		
	Değişken	β	Standart Hata	β	t	Sig.
1	(Sabit)	2,002	,170		11,761	,000
	Şefkat	,409	,048	,409	8,737	,000
R=,409	R ² =,167	Düzeltilmiş R ² =,165		f=76,332		Sig.=,000
Bağımlı değişken: örgütsel bağlılık						

Tablo 11. Şefkatin boyutlarının örgütsel bağlılığa etkisi

Model	Standartlaştırılmamış katsayılar			Standartlaştırılmış katsayılar		
	Değişken	β	Standart Hata	β	t	Sig.
1	(Sabit)	1,930	,143		13,967	,000
	Anlayış ve Empati	,411	,038	,489	10,932	,000
R=,496	R ² =,239	Düzeltilmiş R ² =,237		f=119,502		Sig.=,000
Bağımlı değişken: Örgütsel bağlılık						

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda çalışanların şefkate ilişkin algılarının örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisini tespit etmek için regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 10'da görüldüğü gibi ortaya çıkan model anlamlıdır. R² determinasyon katsayısı, bağımsız değişken tarafından bağımlı değişkende yaratılan değişkenliğin ölçüsünü açıklar, dolayısıyla çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerindeki değişimin yaklaşık %17'si algılanan şefkat tarafından açıklanmaktadır. Çalışma ortamındaki şefkat düzeyinde meydana gelen bir birimlik artış çalışanların örgütsel bağlılıklarında 0,409 oranında artış meydana getirmektedir. Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerinde algılanan şefkatin etkisini ayrıntılı incelemek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 11'de yer almaktadır. Tabloya göre algılanan şefkatin anlayış ve empati boyutunun çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerinde 0,05 düzeyinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca anlayış ve empati boyutunda meydana gelen bir birimlik artış çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerinde 0,411 birim artışa neden olmaktadır. Diğer iki boyutun (yardım ve fedakarlık, duyarlılık ve umursama) ise çalışanların örgütsel bağlılıklarında anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

5. Sonuç ve öneriler

Bu çalışmada, otel çalışanlarının iş ortamında algıladıkları şefkat düzeyinin örgütsel bağlılıklarına etkisi araştırılmıştır. Bunun için Çukurova Bölgesi üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışanlardan kolayda örnekleme yoluyla veri toplanmıştır. Araştırmada, algılanan şefkat düzeyi genel ortalamasının 3,46 olduğu görülmüştür. Bu da otel işletmelerinde çalışanların genel olarak iş ortamındaki şefkate ilişkin ifadelerle ortalamanın biraz üzerinde katılım gösterdiğine işaret etmektedir. Bu sonuç, otel işletmelerinde bir dereceye kadar şefkatli bir çalışma ortamının olduğunu ifade etmektedir. Ölçeğin boyutlarına göre bakıldığında ise anlayış ve empati boyutunun genel ortalamasının 3,71; yardım ve fedakarlık boyutunun ortalamasının 3,01; duyarlılık ve umursama boyutunun ortalamasının ise 3,51 olduğu görülmektedir. Çalışanların iş ortamındaki şefkate ilişkin algılarında anlayış ve empati boyutu en yüksek ortalama, fedakarlık boyutu ise en düşük ortalama sahiptir. Bu durum iş ortamında çalışanların birbirine anlayışla yaklaştığı, gerektiğinde empati yapabildiği ama söz konusu yardım ve fedakarlık olduğunda daha çekimser kaldıkları şeklinde yorumlanabilir.

Sektördeki toplam çalışma süresi açısından bakıldığında çalışma süresi 5 yıldan az olan çalışanların diğer kategorilerdeki tüm çalışanlardan daha yüksek şefkat algısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ortalamalar değerlendirildiğinde çalışma süresi arttıkça iş ortamında algılanan şefkat düzeyinin

azaldığı görülmektedir. Bu sonuç sektörde uzun yıllar çalışmanın ortamdaki şefkate ilişkin algıları daha olumsuz hale getirdiği şeklinde yorumlanabilir. Yine departman bazında şefkat algılarının karşılaştırılması yapıldığında, istatistiki açıdan anlamlı farklılık bulunmamakla beraber, en düşük ortalamanın kat hizmetleri departmanına, en yüksek ortalamanın ise diğer departmanlar adı altında birleştirilen müşteriyle yüz yüze olmayan departmanlara ait olduğu görülmektedir. Söz konusu departmanlarda çalışanların algıladıkları şefkat düzeyi diğerlerine oranla daha düşüktür. Bu durum müşteriyle yüz yüze olan, iş temposunun ve yükünün fazla olduğu departmanlarda algılanan şefkat düzeyini olumsuz yönde etkilediği şeklinde ifade edilebilir.

Bir diğer dikkat çeken sonuç, şefkat algısının tek kişiye ait otel işletmeleri ile zincir oteller arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusudur. Elde edilen sonuçlar tahmin edilenin tersine zincir otellerde daha şefkatli bir çalışma ortamı olduğunu ortaya koymuştur. Zincir oteller kurumsal olmaları nedeniyle daha katı ve tavizsiz olabilecekleri yönündeki algıya rağmen daha şefkatli bir çalışma ortamı yaratabilmişlerdir. Dolayısıyla bu sonuç kurumsallaşmış olmanın iş yerinde şefkatin hakim olduğu bir ortamın yaratılması konusunda etkili olabileceğini göstermektedir.

Ölçek puanlarına göre değerlendirildiğinde çalışanların örgütsel bağlılık düzeyi 3,46' dır. Bu durum, çalışanların örgütsel bağlılığının ortalamasının üzerinde olduğunu göstermektedir. Özellikle duygusal bağlılık ortalamasının 3,80 olması çalışanların işletmeye öncelikle duygusal olarak bağlandığına işaret etmektedir. Devam bağlılığının ortalamasının 2,84 ve normatif bağlılığın ortalamasının ise 3,63 olduğu bulgulanmıştır. Korelasyon analizinin de gösterdiği gibi çalışma ortamında algılanan şefkat, çalışanların duygusal ve normatif bağlılıklarını artırmaktadır. Bu durum çalışma ortamında şefkatin varlığı söz konusu olduğunda çalışanların örgüte gönüllü olarak bağlanabilecekleri şeklinde yorumlanabilir. Duygusal bağlılık ve normatif bağlılığın algılanan şefkat düzeyi ile anlamlı ve pozitif bir ilişkisi bulunurken; devam bağlılığı ile anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Örgütsel destek, örgütsel güven gibi şefkatle ilişkilendirilebilecek konuların örgütsel bağlılıkla ilişkisinin incelendiği çalışmalarda da duygusal bağlılık ve normatif bağlılık ile anlamlı ve pozitif bir ilişki tespit edilmişken, devam bağlılığı ile

negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Kaplan ve Ögüt, 2012: 394). Ayrıca literatürde örgütsel bağlılık ile devam bağlılığı arasında herhangi bir ilişki bulunmayan çalışmalar da mevcuttur (Shore ve Wayne, 1993: 777; Aube, Rousseau ve Morin, 2007: 486).

Çalışma sonucunda şefkatli bir çalışma ortamının çalışanların örgütsel bağlılıklarını etkileyen faktörlerden biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Oluşan modelde, algılanan şefkatin anlayış ve empati boyutu çalışanların örgütsel bağlılıklarını pozitif yönde etkilemekteyken yardım ve fedakarlık boyutu ile duyarlılık ve umursama boyutunun örgütsel bağlılık üzerinde etkisi tespit edilememiştir. Bu sonuçlara göre çalışanların örgütsel bağlılıklarında en çok etkili olan faktör çalışanlar arası anlayış ve empatidir. Başka bir ifadeyle iş arkadaşları tarafından anlayış ve empatiyle yaklaşılacak çalışanın örgüte bağlılığı artmaktadır. Turizm sektörünün emek- yoğun bir sektör olması ve çalışma şartlarının ağır olması nedeniyle çalışma ortamında şefkatin daha fazla önemi olmaktadır. Anlayışlı bir çalışma ortamının oluşturulmasında yöneticilere önemli görevler düşmektedir. Özellikle zor durumdaki veya sorun yaşayan kişilere duyarlı davranılması bu sorunlara çözüm üretme konusunda istekli davranılması ve yardım elinin uzatılması, bu hususta gerekli yönetsel mekanizmaların oluşturulması yöneticilere verilebilecek tavsiyeler arasındadır. Çalışmanın daha kurumsal zincir otellere ilişkin sonucu bu anlamda bir göstergedir.

Bu araştırma Çukurova Bölgesi üç, dört ve beş yıldızlı otel çalışanları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma daha geniş bir örneklem ile Türkiye genelinde çalışılabilir. Araştırma kapsamındaki otellerin geneli şehir oteli olarak nitelendirilebilecek otellerden oluşmaktadır. Kıyı otelleri bağlamında yapılacak bir karşılaştırma farklı değerlendirmelere imkan verebilir. Çalışmada şefkat kavramı sadece çalışanlar arası algılanan şefkat olarak ele alınmıştır ve turizm alanında Türkiye'deki ilk çalışmadır. Dolayısıyla çalışma sonuçları bu alandaki birçok çalışmaya yol gösterebilir. Örgütlerde şefkate ilişkin daha kapsamlı bir anlayışın geliştirilebilmesi için yöneticilerin de dahil edileceği araştırmaların yapılması önerilir. Ayrıca, çalışmada şefkati etkileyebilecek diğer faktörler kapsam dışı bırakılmıştır. Hangi örgütsel süreçlerin şefkati yarattığı veya engellediğine ilişkin araştırmaların yapılması da

önemli katkılar sunabilir. Şefkatin müşterilerle olan ilişkiler bağlamında incelenmesi de gelecekteki araştırmacılara önerilebilecek konular arasındadır.

Kaynakça

- Akgündüz, Y. ve Güzel, T. (2014). Örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide örgütsel güvenin aracılık etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 17(14). 1-18.
- Allen, J., N and Meyer, P., J. (1997). Commitment in the workplace: theory, research and application. *Sage Publication*, Thousand Oaks, California. 1-55.
- AL-Jabari, B. and Ghazzawi, I. (2019). Organizational commitment: A review of the conceptual and empirical literature and a research agenda. *International Leadership Journal*. 11. 78-119.
- Angle, H. and Perry, J. (1981) An empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*. 26. 1-14.
- Ashforth, B. E., Kreiner, G. E., and Fugate, M. (2000). All in a day's work: boundaries and micro role transitions. *Academy of Management Review*. 25(3) .472-491.
- Aube, C., Rousseau, V. and Morin, E., M. (2007). Perceived organizational support and organizational commitment: the moderating effect of locus of control and work autonomy. *Journal of Managerial Psychology*. 22(5). 479-495.
- Boyatzis, R., Smith, M. and Blaize, N. (2006). Developing sustainable leaders through coaching and compassion. *Academy of Management Learning and Education*. 5. 8-24.
- Çakır, Ö. (2011). *İşe Bağlılık Olgusu ve Etkileyen Faktörler*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.1.Baskı.
- Çekmecelioğlu, H., G. (2006). Örgüt iklimi, duygusal bağlılık ve yaratıcılık arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi: Bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*. 20(2). 295-310.
- Diker, O. (2014). Algılanan Liderlik Tarzları, Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinin Turizm Endüstrisinde İncelenmesi. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Dönmez, B. ve Birdir, K. (2014). Turizm araştırmaları için yeni bir kavram: Pozitif psikolojik sermaye. *15. Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri Kitabı*. 980-999.
- Dutton, J. E., Workman, K. M., and Hardin, A. E. (2014). Compassion at work. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*. 1(1). 277-304.
- Eisenberg, N. (2000). Emotion, regulation and moral development. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*. 51. 665- 697.
- Frost, P. J., Dutton, J. E., Worline, M. C., and Wilson, A. (2000). Narratives of compassion in organizations. Ste, and S. Fineman içinde, *Emotions in Organizations* (25-45). Sage Publications.
- Frost, P. J., Dutton, J. E., Maitlis, S., Lilius, J. M., Kanov, J. M., and Worline, M. C. (2006). Seeing organizations differently: three lenses on compassion. S. R. Clegg, C. Hardy, T. B. Lawrence, and W. R. Nord içinde, *Handbook of organization studies* 1- 56. London: Sage Publications.
- Goetz, J., Keltner, D. And Simon-Thomas, E. (2010). Compassion: an evolutionary analysis and empirical review. *Psychological Bulletin*. 136(3). 351-374.
- Günel, D. Ö. (2009). Turizm Sektöründe Mevsimsellik Sorunu ve Mevsimlik İstihdamın Sektör Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi: Konaklama İşletmeleri Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Homayouni, V. (2014). Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve İşten Ayrılma İlişkisi: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Kanov, J. M., Maitlis, S., Worline, M. C., Dutton, J. E., Frost, P. J., and Lilius, J. M. (2004). compassion in organizational life. *American Behavioral Scientist*. 47. 808- 827.
- Kaplan, M., ve Ögüt, A. (2012). Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin analizi: otel işletmelerinde bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 12(1). 387-401.
- Kaya, İ. ve Atçı, D. (2015). Türk turizm sektöründe çalışma saatlerinin analizi ve değerlendirilmesi, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 12 (2). 24-47.
- Kitapçı, H. (2006). Toplam kalite yönetiminde karar almaya katılım ve örgütsel bağlılığın küresel performansa etkisi. *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi Bilig*. 39. 73-86.
- Kong, H., Jiang, X., Chan, W., and Zhou, X. (2018). Job satisfaction research in the field of hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 30(5). 2178-2194.
- Lilius, J. M., Worline, M. C., Maitlis, S., Kanov, J. M., Dutton, J. E., and Frost, P. J. (2008). The contours and

- consequences of compassion at work. *Journal of Organizational Behavior*. 29. 193- 218.
- Lilius, J. M., Kanov, J. M., Dutton, J. E., Worline, M. C., and Maitlis, S. (2011). Compassion revealed: what we know about compassion at work (and where we need to know more). K. Cameron, and G. Spreitzer içinde, *The Handbook of Positive Organizational Scholarship*. 1- 43. Oxford University Press.
- Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior: developing and managing psychological strenghts. *The Academy of Management Executive*, 16, 57-75.
- Luthans, f. and Youssef, M., C. (2004). Human, social and now positive psychological capital management: investing in people for competitive advantage. *Journal of Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
- Meyer, P., J. and Allen, J., N. (1991). A three component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*. 1(1). 61-89.
- Mowday, R., T., Steers, R., M. and Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*. 14(2). 224-247.
- Özdevecioğlu, M. (2016). Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 18 (2). 113-130.
- Schermelleh-Engel, K., Moosborg, H. and Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures, *Methods of Psychological Research Online* 8(2). 23-74.
- Shore, L., M. and Wayne, S: (1993). Commitment and employee behavior: comparison of affective commitment and continuance commitment with perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*. 78(5). 774-780.
- Simpson, A. W. (2012). Organizational Compassion as a Complex Social Relational Process. *Doktora Tezi*. Sydney: Sydney University of Technology, Faculty Of Business.
- Sing, A. and Gupta, B. (2015). Job involvement, organizational commitment, professional commitment, and team commitment- a study of generational diversity. *Benchmarking: An international Journal*. 22(7). 1192-1211.
- Sprecher, S. and Fehr, B. (2005). Compassionate love scale for close others and humanity. *Journal of Social and Personal Relationships*. 22(5). 629-651.
- Steers, M., R.(1997). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*. 22(1). 46-56.
- Subramaniam, N.,McManus, L. and Mia, L. (2002). Enhancing hotel managers' organizational commitment: an investigation of the impact of strucure, need for achievement and participate budgeting. *International Journal of Hospitality Management*. 21(4). 303-320.
- Türk Dil Kurumu (2016). Merhamet. www.tdk.gov.tr (E.T. 15.03.2016).
- Türk Dil Kurumu (2016). Şefkat www.tdk.gov.tr (E.T. 15.03.2016).
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Weaver, D., B. and Jin, X. (2016). Compassion as a neglected motivator for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 24 (5). 657-672.
- Zoghbi- Manrique-de-Lara, P and Guerra-Baez, R. (2016). Exploring the influence of ethical climate on employee compassion in the hospitality industry. *Journal of Business Ethics*. 133(3), 605-617.

Extended abstract in English

Introduction

Nowadays, increasing competition and hard working conditions have negative effects on employees. Hotels as the businesses that provide service 24/7 are also places where the working tempo is very busy. Besides the difficulty of working conditions, wages are not at the desired level, the sector is a sector sensitive to all kinds of external development and the temporary and low status of the jobs in the sector brings with it the problem of attracting and holding qualified personnel. In this respect, it has become quite important to gain the loyalty of its employees.

There are many practical ways to attract qualified employees and increase their loyalty by creating a good environment for these employees' personal development. In recent years, especially in the field of positive organizational psychology, self-efficacy, psychological resilience, hope, optimism, subjective well-being, emotional intelligence, wisdom, compassion, forgiveness, compassion, courage, spirituality are seen as prominent concepts. The reason why these concepts come to the forefront is the idea that businesses should focus on the positive developmental aspects, not the problems or negativities. These positive and soft concepts will function to offset the harshness and ruthlessness of the business world. This can play an important role in providing a good working environment for employees and ensuring their commitment to the business.

The main purpose of this study is to determine the perception of compassion in the work environment of the employees in the hotel business, to determine the change of this perception in the context of demographic characteristics and the effect of perceived compassion on organizational commitment.

Methodology

Population of the study is composed of 7106 employees from 95 three, four, and five star hotels' which operates in the Çukurova region. Sample size was determined by using finite population formula and convenience sampling method was preferred. Adequate sample size was determined to be 365 according to the formula. In this study, a questionnaire was used as a data collection method. In the first part

of the questionnaire, demographic variables are included. For the second part of the questionnaire, 21-item Compassionate Love Scale, which was developed by Sprecher and Fehr (2005), was translated into Turkish. For the third part of the questionnaire, 17-item Organizational Commitment Scale developed by Allen and Meyer (1991) and adopted by Akgunduz and Guzel (2014) was included. Only 399 questionnaires taken back full even though 600 of the questionnaire distributed to hotel workers. Total survey return rate was 67%. Because 13 of the 399 questionnaires became dysfunctional, remaining 386 are subjected to multivariate normal distribution analysis, as a result 3 questionnaires were taken out of data set. 383 questionnaires are used for the analysis.

Results

In this study, the effects of organizational compassion perceptions of three, four and five-star hotel staff in Çukurova Region on organizational commitment were investigated. In the study, results showed that employees' average score of compassion is 3,4670. As a result of the analysis conducted in order to determine the change of compassion perception according to gender, there is no statistically significant difference between the male and female employees. In addition, the perception of compassion does not differ significantly according to age.

It was determined that there was a statistically significant difference in the compassion perceptions of participants according to their education level. The perceptions of compassion of employees with undergraduate or above education levels were higher than those with secondary education. When the total working time in the sector is examined, it is concluded that the employees who have less than 5 years working time have a higher perception of compassion than all the employees in other categories. It was also found that there was a statistically significant difference in the perception of compassion between sole proprietorship hotels and chain hotels.

It was concluded that a compassionate work environment is one of the factors affecting the organizational commitment of employees. Understanding and empathy factor affects employees' organizational commitment positively and moderately ($r = 0,489$), help and sacrifice factor affects positively and weakly ($r = 0,302$).

Conclusion

Employees generally rated above average in the statements regarding compassion in the business environment. This result can be interpreted as the existence of a compassionate working environment in hotel businesses. The perception and empathy dimension of the compassion in the business environment has the highest average and the sacrifice dimension has the lowest average. This result can be interpreted that the employees in the work environment approach each other with understanding and empathy when necessary, but they are more abstained when it comes to help and sacrifice.

Although the analyzes show that there is no statistically significant difference in the perceptions of male and female employees regarding compassion, the average of female employees regarding compassion is higher than the average of males, in other words, women perceive more compassion in the environment. Although this situation brings to mind that women are more compassionate to the employees, comments should be made considering the fact that measurement is based on perceptions.

In the study, it was found that the perception of compassion in the business environment varies according to the total working time in the sector, and employees with less than 5 years in the sector have a higher perception of compassion. This states that employees who work in the sector for a long time perceive compassion in the work environment at a more negative level. In addition to being interpreted as being more affectionate to the new ones in the sector, this can be interpreted that the relatively new ones in the sector view the business environment more positively and therefore indicate a more positive perception.

When the compassion perceptions were compared on the basis of the department worked, although no statistically significant difference was found, it is seen that the lowest average belongs to housekeeping department and the highest average belongs to the back office departments working not face to face to the customers. It can be inferred that working in departments that face the customer, which has a high work load and burden, reduces the behavior of

compassion or adversely affects perceptions of compassion in the environment.

Another noteworthy result is that the perception of compassion differs significantly between single-person hotel businesses and chain hotels. The results revealed that, unlike the predicted, chain hotels had a more compassionate working environment. In spite of their perception that they can be stricter and more uncompromising due to being corporate, chain hotels have created a more compassionate working environment. Therefore, this result suggests that being institutionalized can be effective in creating a compassionate environment at work.

The study concluded that employee commitment, which is an important issue for hotel businesses, is affected by the perception of compassion in the work environment. The most effective factor in the organizational commitment of employees is the inter-employee understanding and empathy. The business environment where employees understand and help each other is increasing their loyalty.

Considering the high level of emotional commitment of the employees, the effect of compassion in the work environment becomes more meaningful. However, when interpreting this result, it should be taken into consideration the fact that data are collected mainly from city hotel employees in Çukurova region.

This study focused only on the concept of compassion among employees and compassion is the first study in this field in Turkey. Therefore, the results of the study can lead to many studies in the tourism literature. Compassion in the business environment will also have reflections on customers in the service industry and in the tourism sector particularly. In the future research, important findings can be obtained regarding service quality and customer satisfaction. In order to develop a more comprehensive understanding of organizational compassion, it is recommended to conduct research to include managers. In addition, other factors that might affect compassion were excluded from the study. Research on which organizational processes create or hinder compassion can also contribute significantly.

A literature review on the applicability of augmented and virtual reality technologies in cultural heritage areas of Isparta province

Fatma Doğanay Ergen¹

Abstract

It is seen that augmented reality (AR) and virtual reality (VR) technology is being used more and more in various fields such as military, health and education. In the field of tourism, monitoring and implementation of the change experienced with the use of this technology is important in terms of competitive advantage. It is seen that competition is not experienced only among enterprises. We are witnessing the competition of the cities on the way to becoming a brand city and the competition of the countries in order to get more share from the world tourism market. In this context, Turkey is seen that several provinces began to be implemented in AR and VR applications. However, the lack of AR and VR applications in a cultural heritage in Isparta is one of the reasons for this study. In this context, the aim of the study is to reveal the AR and VR applications in cultural heritage areas and to identify the contributions these technologies provide to tourism. At the same time, it was aimed to identify cultural heritage sites where AR and VR technology can be applied in Isparta, and ancient cities (ruins), museums, churches, mosques and castles were discussed as cultural heritage sites. In the study, national and international secondary data related to AR and VR technology in cultural heritage sites were utilized using the literature review technique. While it is determined that AR and VR technology is carried out in order to protect cultural values in cultural heritage areas, and to enrich the tourist experience, it is also seen that it provides positive values such as increasing the number of visitors in the area and contributing to promotion activities.

Keywords: augmented reality, virtual reality, culture heritage, Isparta

Artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojilerinin Isparta ilinin kültürel miras alanlarında uygulanabilirliği üzerine bir literatür taraması

Öz

Dünya'da artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojisinin askeri, sağlık, eğitim gibi birçok alandaki uygulamaların her geçen gün çeşitlenerek daha fazla kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Turizm alanında da bu teknolojinin kullanılması ile yaşanan değişimin takip edilmesi ve uygulanması rekabet avantajı açısından önemli olmaktadır. Rekabetin ise sadece işletmeler arasında yaşanmadığı marka şehir olma yolunda illerin rekabetine ve dünya turizm pazarından daha fazla pay alabilmek için ise ülkelerin rekabetine tanık olunmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye'nin birçok ilinde AR ve VR uygulamalarının hayata geçirilmeye başlandığı görülmektedir. Isparta'da ise henüz bir kültürel miras alanında AR ve VR uygulamalarına rastlanılmamış olması bu çalışmanın gerçekleştirilme nedenlerinden biri olmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, kültürel miras alanlarında gerçekleştirilen AR ve VR uygulamalarını ortaya koymak ve turizme sağladığı katkıları tespit etmektir. Aynı zamanda Isparta'da AR ve VR teknolojisinin uygulanabileceği kültürel miras alanlarını tespit etmek amaçlanmış olup kültürel miras alanları olarak antik kentler (özen yerleri), müzeler, kiliseler, camiler ve kaleler ele alınmıştır. Çalışmada, literatür taraması tekniği kullanılarak kültürel miras alanlarındaki AR ve VR teknolojisi ile ilgili ulusal ve uluslararası ikincil verilerden faydalanılmıştır. AR ve VR teknolojisinin kültürel miras alanlarında kültürel değerleri korumak, yaymak ve turist deneyimini zenginleştirmek amacıyla gerçekleştirildiği belirlenirken, alanda ziyaretçi sayılarını arttırması, tanıtım çalışmalarına katkısı olması gibi olumlu değerler sağladığı da görülmektedir.

Anahtar kelimeler: artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, kültürel miras, Isparta.

Received date / Gönderilme tarihi : 10.12.2019

Revised date / Düzeltme tarihi : 25.01.2020

Accepted date / Kabul edilme tarihi : 29.01.2020

Alıntı için: Ergen, F.D. (2020). Artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojilerinin Isparta ilinin kültürel miras alanlarında uygulanabilirliği üzerine bir literatür taraması. *Journal of Tourism Theory and Research*, 6(1), 62-74.

1. Giriş

Turizm işletmelerinin operasyonel verimliliği arttırmak, müşterilerin beklentilerini karşılamak ve müşterilerle etkileşim kurmak için çeşitli teknolojileri kullanmaya başladığı dikkati çekmektedir. Turizm sektöründe yararlanılan en popüler teknolojik yenilikler arasında AR ve VR (augmented reality-AR ve Virtual Reality-VR) teknolojisinin olduğu ve özellikle AR kapsamında giyilebilir cihazların kullanıldığı görülmektedir. Turizm işletmelerinin AR ve VR teknolojisini özellikle müşterilerin deneyimlerini geliştirmek için kullandıkları dikkati çekerken bu teknolojilerin kullanılmasıyla süreçler hızlandırılmakta, kalite ve performans arttırılmakta ve maliyetler düşürülmektedir. Aynı zamanda giyilebilir cihaz teknolojisiyle de müşteriler daha kişiselleştirilmiş ve birleşik bir hizmet alabilmektedirler. AR ve VR uygulamalarının popüler olduğu görülmekle birlikte bu popülerliğin artarak devam edeceği de öngörülmektedir (Globaldata Technology, 2018; Yalçınkaya, Atay ve Karakaş, 2018: 90). Diğer yandan kültürel miras alanlarında da AR ve VR teknolojisinin etkin şekilde kullanıldığı, bu alanda yeni yöntemlerin geliştirilmeye çalışıldığı dikkati çekerken kültürel miras alanına katkılar sağladığı da görülmektedir. Bu kapsamda çalışmada, literatür taraması tekniği ile ikincil verilerden faydalanılarak kültürel miras alanlarında gerçekleştirilen AR ve VR uygulamalarının belirlenmesine çalışılmıştır. Aynı zamanda Isparta'nın kültürel miras alanlarında henüz AR ve VR teknolojisinin kullanılmadığı görülmekte olup Isparta'da bu teknolojilerin uygulanabileceği kültürel miras alanlarının belirlenmesi ve bu alanlarda uygulanması halinde bölgeye sağlayacağı olası avantajların değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

2. Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri

AR teknolojisi, kişinin mevcut gerçeklik algısını geliştirerek işlev gören bir teknolojidir. AR, öğeleri sanal bilgisayar tarafından oluşturulan görüntülerle zenginleştirilen fiziksel bir gerçek canlı dünya ortamının doğrudan veya dolaylı görünümü olarak tanımlanmaktadır (Osterlund ve Lawrence, 2012: 149). Aynı zamanda AR, üç özelliği yerine getiren bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Birincisi, gerçek ve

sanal dünyayı birleştirmesidir. İkincisi, gerçek zamanlı etkileşime izin vermesidir. Üçüncü olarak, gerçek nesnelere veya yerlere ve dijital bilgileri üç boyutlu olarak birleştirmesidir (Azuma, 1997: 2). AR teknolojilerinin özellikle askeri alanda 50 yıldan uzun bir süredir kullanıldığı bilinmektedir. Bununla birlikte mobil teknolojilerin (örneğin; akıllı telefonlar, tabletler vb.) yaygınlaşması ile geniş kitleler için uygun fiyatlı AR sistemleri sağlanmaya başlanmıştır. Günümüzün mobil AR uygulamaları, dinamik, bağlam tabanlı ve etkileşimli dijital içerikle gerçek dünyadaki ortamları birleştirmek için yerleşik kameralardan, GPS sensörlerinden ve mobil cihazların internet erişiminden yararlanmaktadır (Sommerauer ve Müller, 2014: 59). Akıllı telefonlar AR için iyi bir örnek sağlarken sistemler önemli ölçüde çeşitlilik göstermektedir. Bazı sistemlerde bilgilerin görüntülenmesi için özel gözlükler, bazı sistemlerde ise harekete dayalı farklı tipte giyilebilir cihazlar kullanılmaktadır. Aynı zamanda kullanıcıya verileri görüntülemek için geliştirilme aşamasında olan özel kontakt lens sistemlerin de kullanıldığı görülmektedir. Açık ve kapalı alanlarda çalışan sistemler olduğu gibi tanımlanmış alanlarda çalışmak üzere tasarlanmış sistemler de bulunmaktadır. Bununla birlikte bu alanda geliştirilecek başka sistemlerin olacağı da öngörülmektedir (Berryman, 2012: 215).

VR teknolojisi, katılımcılarına gerçekmiş hissi veren, bilgisayarlar tarafından yaratılan ve kişiye dinamik bir ortamla iletişim kurma imkanı sağlayan, üç boyutlu benzetim modelidir. VR ile tasarlanan sistemler, kavrama ve algılama gücümüzü önemli ölçüde arttırmaktadır (Bayraktar ve Kaleli, 2007: 1). VR deneyimine katılabilecek kullanıcı sayısına göre, ekranlar bireysel ve toplu ekranlar olmak üzere iki ana kategoride sınıflandırılırken, ikinci bir sınıflandırma kriterinin görsel daldırma derecesi olduğu görülmektedir. Görsel daldırma derecesine göre VR ekranları, kullanıcının görüş alanını gerçek dünyadan (HMD'ler) tamamen izole eden sürükleyici sistemlerden, küçük bir görüntüleme alanı sağlayan ve gerçek dünya görevlerinde yardımcı araçlar olarak kullanılan el tipi ekranlara kadar uzanmaktadır. *Başa takılan ekranlar (Head mounted displays-HMD)*; hem video hem de ses çıkışı sağlayabilmesi için hoparlör veya kulaklık gerektirmektedir. HMD'ler neredeyse her zaman bir izleme cihazı içermekte olduğundan

kullanıcı kafasını hareket ettirdikçe ekranda görüntülenen bakış açısını da değiştirmektedir (Gutierrez, Vexo, ve Thalman 2008: 130). *Balık tankı sanal gerçekliği (Fish tank VR)*; belirleyici özellikleri olarak gözlemcinin baş konumuna bağlı bir perspektif projeksiyonu kullanarak bir monitörde görüntülenen üç boyutlu sahnenin stereo görüntüsüdür (Ware, 1993: 37). *Elde taşınabilir ekranlar ise (Handheld displays)*; elde taşınır cihazlarda mobil uygulamalar, başa takılan cihazlara gerçek bir alternatiftir. Özellikle cep telefonları, artırılmış gerçekliği kitle pazarına taşıma potansiyeline sahiptir. *Büyük projeksiyon perdeleri (Large projection screens)*; bu yarı-sürükleyici yaklaşım, sanal dünyayı gösteren büyük bir ekrandan projeksiyon ekranının önüne bir veya daha fazla kullanıcının yerleştirilmesinden oluşmakta olup stereo gözlükler ve üç boyutlu ses deneyimi ile arttırılmaktadır (Gutierrez ve diğ., 2008: 134-135). Son olarak *CAVE sistemleri*; sanal gerçeklik arayüzü olup duvarlara, hücrelere, zemine, görüntülerin yansıtıldığı ve izleyiciyi çevreleyen bir odadan oluşmaktadır. Tasarımı, diğer sanal gerçeklik sistemlerinin karşılaştığı sorunların çoğunun üstesinden gelmekte olup şu anda mevcut olan teknolojiden yapılabilmektedir (Cruz-Neira, Sandin, DeFanti, Kenyon, ve Hart, 1992: 65).

3. AR ve VR teknolojilerinin kültürel miras alanlarında kullanımı ve avantajları

Kültürel miras unsurları tarihsel ve kültürel bilgiler taşımaktadır. Ülkenin ulusal miras varlıklarını desteklemek ve bunlardan yararlanmak, ister somut isterse somut olmayan kültürel miras için olsun her şeyden önce farkındalığın artmasını sağlamaktadır (Mairescu ve Sabou, 2013: 87). Bilgi eksikliğinden dolayı, birçok kültürel alanının önemi ziyaretçiler tarafından yanlış anlaşılabilir. Özellikle arkeolojik alanların işlevi ve uygunluğu hakkında bilgi edinmek tipik olarak turist rehberleri tarafından yerinde açıklamaların görüşülmesini içermektedir. Bu kültürel yerleri keşfetmenin ve daha iyi anlamının etkili yolu, zaman ve mekanda seyahat mümkün olsaydı görkemli zamanlarında bu yerleri ziyaret etmek olurdu. Bununla birlikte VR bunu kültürel miras uygulamaları aracılığıyla gerçekleştirebilmektedir. Bugün kültürel miras uygulamalarında VR teknikleri arkeolojik alanlarda kaybolan tarihi unsurları görsel olarak yeniden yaratmak için kullanılmaktadır

(Gutierrez ve diğ., 2008: 173). Kültürel miras alanında kullanılan bir diğer teknoloji olarak AR, kullanıcıya geçmişin canlı deneyimini vererek ve kullanıcının kendisini çevreleyen alanın farkında olmasını sağlayarak mirasın gerçek önemini kavramasına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla belirli bir yerde fiziksel olarak bulunmaya ihtiyaç olduğundan, AR teknolojisi turizm ve kültürel miras için benzersiz bir araç olmaktadır (Mesaros, Mandicak, Mesarosova, Hernandez, Krsak, Sidor, Strba, Molokac, Hvizdak, Blistan ve Delina, 2016: 379). Aynı zamanda AR, modern mobil cihazların bilgi işlem gücü ile birleştiğinde, istenen bilginin cepte olması anlamına gelmektedir. Video görme efekti yardımıyla, eski zamanlardan iki boyutlu görüntüler veya eski bir tapınağın üç boyutlu rekonstrüksiyonu gibi bilgisayar görüntüsüne dayalı izleme teknikleri kullanılarak sırasıyla bilgisayar görüntüsüne veya gerçek dünyaya nesnelere bindirebilmektedirler (Jung, Behr, ve Graf, 2011: 481).

AR ve VR uygulamalarının kültürel miras alanlarında kullanımına ilişkin bazı sınıflandırmalar olduğu görülmektedir. Literatür taraması kapsamında ele alınan çalışmalar, kültürel miras alanında en fazla kullanılan sistemler olması sebebiyle; sanal rekonstrüksiyon (SR), yerinde deneyimleme ve rehberlik sağlama (YDRS) ve ciddi oyunlar (CO) başlıkları altında sınıflandırılarak değerlendirilmiştir. *Sanal rekonstrüksiyon*, uygulamaları ile insanların deneyimlemeleri için zamanla yıkılmış veya zarar görmüş kültür varlıklarının sanal gerçeklik ortamında yeniden inşa edilmesidir. Rekonstrüksiyonu yapılan kültür varlıkları, küçük bir çanakdan büyük bir antik kente varıncaya kadar çeşitlilik göstermektedir. Kültürel miras alanındaki ilk VR örneklerinin de sanal rekonstrüksiyon uygulamaları olduğu bilinmektedir. *Yerinde deneyimleme ve rehberlik sağlama* ise, kültürel miras alanlarını yerinde incelemek isteyen ziyaretçilerin rehber ihtiyacı duymadan doğru bilgiler edinmelerini, miras unsurlarını kültürel alan içindeyken ilk yapıldıkları haliyle ve somut olmayan kültürel öğelerle birlikte görmelerini sağlamak gibi amaçlarla geliştirilen VR uygulamalarıdır. Bu uygulamalar genellikle taşınabilir ve giyilebilir cihazlardan oluşmakta ve AR altyapısı içermektedirler (Sürücü, 2017: 37-39). Ciddi oyunların (serious games), özellikle somut olmayan kültürel mirası etkin bir şekilde sürdürmede ciddi oyunların etkili olduğu

düşünülmektedir. Kültürel mirası korumak zor olmakla birlikte özellikle somut olmayan kültürel mirası korumanın daha zor olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda, kültürel miras alanlarında ve müze içinde ciddi oyunlarla zaman ve alan sınırlamalarının üstesinden gelinebildiği görülmektedir. Bir oyun karakteri sayesinde bir yandan tarihi olayları, farklı kültürleri, diğer insanların duygularını, sorunlarını ve davranışlarını anlamada empati yapılabilmesi açısından diğer yandan arazide bulunarak doğanın, mimarinin, sanatın, mirasın güzelliğini ve değerini anlamak için çok yararlı olabilmektedir (Mortara, Catalano, Bellotti, Fiucci, Houry-Panchetti ve Petridis, 2014: 7).

Bu bilgilerin ışığında Tablo 1 ve Tablo 5'te Dünya'daki ve Türkiye'deki kültürel miras alanlarında yapılan çalışmalar içerik, teknik ve sonuç açısından değerlendirilerek sunulmuştur. Tablo 1'de öncelikle

antik alanlardaki AR ve VR uygulamaları incelenmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde, antik alanlarda kişiye özgü rehberlik sunan Archeoguide AR tabanlı uygulamalardan, bulmacaların olduğu ciddi oyunlara, sanal animasyon ve sanal hikaye anlatımlarına kadar çeşitli AR ve VR uygulamaları olduğu görülmektedir. Antik alanlardaki AR ve VR teknolojisi ile ziyaretçilerin, geçmiş ile etkileşimli bir gezintiye çıkarak unutulmaz deneyimler yaşamasına çalışıldığı görülmektedir. Bununla birlikte bu teknoloji ile antik alanların ziyaretçi sayılarını da artırabildikleri dikkati çekmektedir. Ziyaretçiler, bölge hakkında daha fazla bilgi alabildiklerini ve bu uygulamaları yararlı bir öğrenme aracı olarak gördüklerini belirtmektedirler. Diğer yandan kullanıcıların giyilebilir cihazları ağır ve rahatsız edici bulmasından dolayı geliştirilmesi gereken ekipmanların başında giyilebilir cihazların geldiği görülmektedir.

Tablo 1. Dünya'daki ve Türkiye'deki antik alanlarda AR ve VR uygulamaları

Yazarlar	Kullanılan sistem-kültürel miras alanı	Sonuç
Vlahakis, Ioannidis, Karigiannis, Tsotros, Gleue, Gounaris, Dahne, Stricker, ve Almeida, (2001)	-SR, YDRS (Archeoguide-AR Dayalı Yerde Kültürel Miras REHBERİ) -Yunanistan Antik Olympia Arkeolojik Alan	Kullanıcıların ziyaretlerini geliştiren yararlı bir öğrenme aracı olarak gördükleri belirlenirken en hevesli olan grup genç yaştaki ziyaretçiler olurken, üçüncü yaş ziyaretçiler ise daha tedirgin davranmışlardır.
Vlahakis, Ioannidis, Karigiannis, Tsotros, Gleue, Gounaris, Dahne, Stricker, ve Almeida, (2002)	- SR, YDRS (Archeoguide, AR rekonstrüksiyon, navigasyon, sesli anlatım) -Yunanistan Antik Olympia Arkeolojik Alan	Kullanıcılar AR, navigasyon, sesli anlatım gibi sistemin sunduğu ek bilgileri, AR gözlüklerini gerçekçiliğini beğendiklerini ancak kullanıcılardan bazıları yürürken ekipmanları rahatsız edici bulduklarını belirtmişlerdir.
Dahne ve Karigiannis, (2002)	- SR, YDRS (Archeoguide, mobil AR, giyilebilir cihazlar) -Yunanistan Antik Olympia Arkeolojik Alan	Gelen ziyaretçilerdeki artışların tarihi bir sitenin ziyaretçisine katma değer sağladığı, ancak sistemin kullanılmasının ağır ve rahatsız edici olduğu belirlenmiştir.
Thalmann, Papagiannakis, Foni, Arevalo, ve Yazlı, (2004)	- Vaka Analizi, SR, YDRS (Pompeii ve Aspendos'da insanlar ve hayvanların 3D simule edilmesi) -İtalya-Pompeii Antik Alan LIFEPLUS Projesi -Antalya Aspendos Antik Kenti ERATO Projesi	Kültürel miras ortamların sanal karakter simülasyonlarını (beden, yüz ve kıyafetler) işaretli AR izleme sistemi ile yönetebildiği ancak, gerçek ve sanal sahne arasındaki "aydınlama" gibi iyileştirilmesi gereken yerler olduğu belirlenmiştir.
Gaitatzes, Christopoulos ve Papaioannou, (2004)	-CO, SR, YDRS ("Olimpik Seramik Bulmacası" Zeus ve Hera tapınaklarına ait çömlek bulmaca tamamlandığında vazodaki resim canlanır ve eski Olimpiyat yarışmalarından birinin animasyonunu sunar. "Feidias'ın Atölyesi", Zeus'un 15 metrelik altın fildişi heykelinin inşaat alanında ziyaretçiler altın fildişi heykellerin yaratılmasına katıldıkları etkileşimli bir sanal deneyim sunan VR	Ziyaretçileri Olympia'ya bir adım daha yaklaştıracak bir deneyim yaratmak ve Olimpiyat yarışmaları hakkında tarihi gerçekleri öğrenmelerine yardımcı olmak için gerçekleştirilmiş olup konuk kitabından birkaç önemli alıntı ise: "Ne harika bir sergi, hem gerçek hem de sanal. İyi işlere devam edin"- T. Berners-Lee (World Wide Web'in mucidi). "Bugün üçüncü ziyaretimde Olympia'nın yeni 3D programına çok hayran kaldım"- Uluslararası Olimpiyat Komitesi Başkanı J. Rogge. "Zeus Tapınağı'na yaptığım ziyaret beni

	sergisidir. “Ancient Olympia’da Bir Yürüyüş” tarihi alanı ziyaret etmenin yanı sıra, antik pentatlon oyununda sporcularla etkileşime girerek antik oyunları kendileri öğrenmektedirler.) -Yunanistan Antik Olympia Arkeolojik Alan ve Olimpiyat Oyunları	hayrete düşürdü. Hayranlığımı ve içten tebriklerimi ifade etmek istiyorum”- I. Skoularikis, Olympia Belediye Başkanı.
-Papagiannakis, Schertenleib, O’Kennedy, Arevalo-Poizat, Magnenat-Thalmann, Stoddart, ve Thalmann, (2005)	- SR, YDRS (3D, mobil AR, sanal animasyon karakterler, sanal hikaye anlatımı) -İtalya Pompeii Antik Alan	Antik sitenin ziyaretçisini geçmişe sürükleyici ve yenilikçi birçok duyuşsal etkileşimli gezi sunma amacıyla AR ve VR hikaye anlatımı teknolojisinin sınırları zorlanmıştır.
Özgan, (2012)	-CO, SR (mobil oyun uygulama arayüzü, Yenikapı Explorer uygulaması) -İstanbul – Yenikapı tarihi kentsel alanı	Yenikapı’da artırılmış bir müze ortamı yaratmak ve kazılar sırasında bulunan değerleri AR ile canlı tutmak amaçlanmıştır. Ziyaretçiler eski dökümler ve mimari parçaları yerinde sanal yansımalar olarak görme fırsatına sahip olup etkileşime girerken bölge hakkında daha fazla bilgi edinebilirler.

Tablo 2. Dünya’daki ve Türkiye’deki müzelerde AR ve VR uygulamaları

Yazarlar	Kullanılan Sistem-Kültürel Miras Alanı	Sonuç
Kolstee ve Eck, (2011)	- YDRS (Üç boyutlu işaretçiler ve AR kart uygulaması, röntgen, kızılötesi ve ultraviyole görüntüler ile resmin arkasını bile görüp bilgi alabilme.) -Hollanda Van Gogh Müzesi	Çalışmada, AR’in nispeten yeni ve dolayısıyla bilinmeyen bir teknik olmasına rağmen kültürel mirasla ilgili etkileşimi ve deneyimi geliştirmek için uygun ve etkili bir yöntem olduğu kanıtlanmıştır.
Cianciarulo, (2015)	-SR, YDRS (AR-Aurasma for Android or IOS, QR Code) -İtalya MUVIG Viggiano Yerel Gelenekleri Müzesi	Müzenin yeniden açılmasından bir yıl sonra, bu yeni teknolojinin ziyaretçi sayısını arttırdığı ve eğitsel anlamda başarılı olduğu da görülmüştür.
Sertalp, (2017)	-Müze Kitabı Üzerine AG Uygulama Örneği (Autodesk tarafından üretilmiş 3DMax üç boyutlu modelleme. Qrcode, çeşitli figürler, grafik tasarımlar, resimler, fotoğraflar müze kitapçığında yer alan fotoğraflar işaretçi olarak kullanılıp mobil cihaz ve bilgisayar ile görüntülenir.) -Ankara Anadolu Medeniyetleri Müze	AR uygulaması, tarihi ve turistik alanlarda kullanılırken ziyaretçiyi tarihsel sürecin içine sokmakta ve tarihi eserlerin, yapıların nasıl olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda tarihi mekânlar ve müzelerde tanıtım amaçlı kullanılan projeler ders materyali olarak da kullanılabilir.
Dieck ve Jung, (2017)	- SR, YDRS (AR) -İngiltere’de 10.000 okul çocuğu dahil yılda 15.000 ziyaretçisi olan küçük bir müze	Küçük kültürel miras alanlarındaki AR’nin değerlerini; ekonomik, deneyimsel, sosyal, epistemik, tarihi ve kültürel, eğitim değerleri olarak ortaya koymuşlardır.
Sucaklı, (2019)	- SR, YDRS -Sakıp Sabancı Müzesi	Türkiye’deki AR teknolojisine sahip 6 müze incelendiğinde henüz dünya standartlarına gelmediği ancak Sakıp Sabancı Müzesinde diğer müzelere göre daha etkin şekilde AR teknolojisinden faydalandığı belirlenmiştir. AR uygulamalarının müze turizmine olan talebi nitelikli şekilde arttırmaya devam edeceği belirtilmiştir.

Kültürel miras konusunda bir diğer önemli alan müzeler olmaktadır. Tablo 2’de müzelerde gerçekleştirilen AR ve VR uygulamaları sunulmuştur.

Tablo 2 incelendiğinde, AR teknolojisinin müzelerde kullanılmasının faydalarının incelendiği Dieck ve Jung, (2017: 5)’un yapmış oldukları çalışma, AR teknolojisinin, ziyaretçilerin anılarını

zenginleştirdiği, duygusal bağlılıklarını arttırdığı, tarihe olan ilgilerini tetiklediği belirlenmiştir. Aynı zamanda bu teknolojinin ziyaretçilere, gelişmiş etkileşimli ve eğlenceli bir deneyim yaşatarak ve ziyaretlerinden çok daha fazlasını elde etmelerini sağlayarak katma değer sunduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte AR teknolojisinin farklı bir pazar çekeceğini, ziyaretçi sayılarını arttıracığını ve özel müzeler için yükselen satışlar yakalayacağını da ortaya koymuşlardır. Tablo 2’de yer alan diğer çalışmalar da AR ve VR teknolojisinin turist deneyimini geliştirmede etkili bir yöntem olduğu ve ziyaretçi sayılarını arttırdığı görülmektedir. Türkiye’de bu teknolojinin müzelerde kullanılmaya başlandığı ancak geliştirilmeye ihtiyacı olduğu görülmektedir. Aynı zamanda Türkiye’de müzelerle birlikte bu teknolojinin camilerde kullanılması ile ilgili projelerin geliştirildiği

de dikkati çekmektedir. Bu kapsamda, Tablo 3’de camiler ve kiliselerde gerçekleştirilen AR ve VR uygulamaları sunulmuştur.

Tablo 3 incelendiğinde, camilerde ve kiliselerde gerçekleştirilen AR ve VR uygulamalarında diğer kültürel miras alanlarında olduğu gibi tarihi, kültürel, dini alanda daha iyi bilgi alınmasını sağlayabilmek ve kültürel mirası koruyabilmek amaçlanmıştır. Cami içinde olan dokunulamayan dini ya da sanatsal mirasımıza, geliştirilen uygulamalar sayesinde ziyaretçilerin dokunabilmesi mümkün olabilecek ve ziyaretçilerin unutulmaz bir deneyim yaşaması sağlanabilecektir. AR ve VR teknolojisinin uygulandığı bir diğer kültürel miras alanı kaleler olmaktadır. Tablo 4’de kalelerde gerçekleştirilen AR ve VR uygulamaları sunulmuştur.

Tablo 3. Dünya’daki ve Türkiye’deki camiler ve kiliselerde AR ve VR uygulamaları

Yazarlar	Kullanılan sistem-kültürel miras alanı	Sonuç
Thalman, Papagiannakis, Foni, Arevalo, ve Yazli, (2004)	- Vaka Analizi, SR, YDRS (Hem Osmanlı camisi hem de Bizans kilisesi olarak üç boyutlu görüntü ve sesler ile simüle edilmesi) -Türkiye, İstanbul Ayasofya Cami CAHRISMA Projesi	Kültürel miras ortamlarının sanal karakter simülasyonlarını (beden, yüz ve kıyafetler) işaretli AR izleme sistemi ile yönetebildiği ancak, gerçek ve sanal sahne arasındaki “aydınlatma” gibi iyileştirilmesi gereken yerler olduğu belirlenmiştir.
Brkic, Karkin, Sadzak, Selimovic, ve Rizvic, (2009).	- SR (1992 yılında tamamen yıkılan kilisenin bilgilerin web sitesi üzerinden üç boyutlu modellemesi ve sanal hikaye anlatımı) -Bosna Hersek, Mostar Kutsal Üçlü Kilise	Tanıtım açısından proje basında büyük ilgi görmüştür. Sosyolojik açıdan ise, araştırmacıların çoğunluğu İslam dinine ve proje Ortodoks dinine ait olduğundan kültürel mirasın yeniden canlandırılmasında birlikte çalışılması gerektiğini ve birlikte nasıl çalışabileceğini göstermiştir.
Girbacia, Butnariu, Orman ve Postelnicu, (2013)	- SR, YDRS (Üç boyutlu Modelleme-Tablet PC’den oluşan taşınabilir bir AR sistemi) -Romanya, Braşov Kara Kilisesi	Kullanıcıların hasar görmüş heykelleri sanal olarak yeniden yapılandırılmış bir ortamda etkileşerek daha iyi algılamasına ve kültür hakkında bilgi edinmesine yardımcı olduğu görülmektedir.
D’Agnano, Baletti, Guerra, ve Vernier, (2015)	- YDRS (Tooteko, müzede sanat eserinin daha küçük ölçekli bir modeline ya da cam içinde olup dokunulamayan mirasa dokunma sağlamaktadır. Yüksek teknolojide yüzük, NFC sensörleri ile etiketlenmiş dokunsal yüzey ve tablet/akıllı telefon) -İtalya Venedik San Michele Kilisesi	Müzede kültürel miras nesnelere, görme veya işitme engelli gibi duysal eksikliklerden muzdarip insanların yararlanması için geliştirilen Tooteko teknolojisinin kilisede sanatla temas deneyimini kolaylaştırmak için kullanıcıların dokunmasına destek sağlayan bir teknoloji olduğu da görülmüştür.
Kersten, Büyüksalih, Tschirschwitz, Kan, Deggim, Kaya ve Baskaraca, (2017)	-SR (VR-üç boyutlu modelleme-HTC Vive) -Türkiye, Edirne Selimiye Cami	VR Sistemi HTC Vive kullanılarak kullanıcıların binayı gerçek hayatta görmeden cami gibi sanal bir bina ortamına girmelerine izin veren sürükleyici bir sanal gerçeklik ziyareti geliştirilmiştir.

Tablo 4. Dünya'daki ve Türkiye'deki kalelerde AR ve VR uygulamaları

Yazarlar	Kullanılan sistem-kültürel miras alanı	Sonuç
El-Hakim, Gonzo, Voltolini, Girardi, Rizzi, Remondino ve Whiting, (2007)	- SR (Üç boyutlu Modelleme) -Kuzey İtalya'da bulunan Buonconsiglio, Avio, Stenico ve Valer Kaleleri	Kalelerin ince geometrik detaylarını yakalamak ve modellemek için her biri en uygun olan çoklu teknikleri birleştiren sıralı bir yaklaşım sunulmuş ve model montaj teknikleri geliştirilmiştir.
Maiorescu ve Sabou (2013)	-CO SR, YDRS (kalenin haritası, akıllı telefon, AR cihazları, özel yazılım) -Romanya Alba Iulia Kalesi	Turistlerin eğlenceli, zorlu, ödüllendirici şekilde hazine aradıkları bir oyun olarak sunulan ve kale hakkında bilgi edinilmesinin amaçlandığı bir uygulama sunulmuştur. Birçok ilgi çekici noktaya sahip interaktif tur, AR ile birlikte unutulmaz bir deneyim sunmaktadır.
Mesaros, ve diğ., (2016)	- CO SR, YDRS (NosfeRAtu uygulaması) -Slovakya Orava Kalesi	Kullanıcının kendisini çevreleyen alanın farkında olmasını sağlayan bu uygulama AR teknolojisini, turizm ve kültürel miras için eşsiz bir araç haline getirdiği görülmektedir.

Tablo 5. Dünya'daki ve Türkiye'deki somut olmayan kültürel mirasa yönelik AR ve VR uygulamaları

Yazarlar	Kullanılan sistem-kültürel miras alanı	Sonuç
Froschauer, Seidel, Gartner, Berger, Merkl, (2010)	-CO (ICURA) -Japon kültürü ve görgü kuralları	ICURA, Japon kültürünü ve görgü kurallarını güvenli bir ortamda öğreten üç boyutlu macera oyunudur. ICURA'nın olumlu öğrenme etkisini vurgulamakta olup değerlendirme önemli bir öğrenme potansiyeli göstermiştir.
Huang ve Huang, (2013)	-CO (İki boyutlu görüntüler ve üç boyutlu nesne tasarım öğeleri) -Tayvan'daki Atayal azınlığı	Somut olmayan miraslar olan dini seramonilere, geleneklere, danslara ve törenlere odaklanılan Papakwaqa oyunu sunulmuştur.
Xu, (2018)	-SR (Üç boyutlu modelleme, dijital animasyon, video, resim ve ses) -Çin kültürü	Somut olmayan kültürel mirası korumak ve yaymak için yazılım sistemin geliştirilmesi ile model önerisinde bulunulmuştur.

Kaleler, savunma amacı ile yapıldığından hem ihtişamlı yapılar olması hem de tarihi açıdan inemi gibi sebeplerle bölgedeki önemli turizm noktalarından olmaktadır. Tablo 4 incelendiğinde, bu yerlerin turizm anlamında çekiciliğini arttırmak için özellikle oyun uygulamalarının geliştirildiği görülmektedir.

AR ve VR teknolojisinin, somut olmayan kültürel mirası korumak ve yaymak için de kullanılmaya başlandığı dikkati çekmektedir. Tablo 5'de yer alan AR ve VR uygulamalarının öğretici amaçlı yapıldığı dolayısıyla öncelikli amacının kültürü öğretmek olduğu görülürken, diğer yandan bu uygulamaların, somut olmayan kültürel miras kapsamına da girdiği görülmektedir. Somut olmayan kültürel mirası öğretmek, korumak, gelecek nesillere aktarmak amacıyla da kullanılabilceği belirtilen AR ve VR uygulamaları Tablo 5'de sunulmuştur.

Kültürünü, değerlerini, inançlarını korumak ve nesilden nesile öğretmek amacıyla gerçekleştirilen bu uygulamaların somut olmayan

kültürel mirası korumak ve yaymak için de önemli bir araç olduğu görülmektedir.

4. AR ve VR teknolojilerinin Isparta ilinde uygulanabilirliği

Kültürel miras anıtları, mimarideki uygulamalar, bina bilgi modellemesi ve restorasyonu için sürükleyici sanal gerçeklik görselleştirmesi için ideal nesnelere sahiptir (Kersten ve diğ., 2017: 408). Dünya'daki ve Türkiye'deki AR ve VR uygulamalarının kültürel miras alanları açısından başta antik alanlarda olmak üzere müzeler, camiler, kiliseler, kaleler ve somut olmayan kültürel miras alanlarında kullanıldığı görülmektedir. Bu kapsamda Isparta'nın tarihi geçmişi nedeniyle, turizme yönelik son derece zengin ve görülmeye değer kültürel eserleri ve yerleri olarak ören yerleri, müzeleri, camileri, kiliseleri, kaleleri bulunurken aynı zamanda Isparta'nın da dahil olduğu Unesco İnsanların Somut Olmayan Kültürel Mirası'nın temsili listesine alınan somut olmayan kültürel miras unsurları bulunmaktadır.

Isparta iline bağlı toplam 27 ören yeri olduğu görülmektedir (isparta.ktb.gov.tr, 22.12.2019). Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı ören yeri ise 1 tane olup Yalvaç ilçesinde bulunan Pisidia Antiokheia Antik Kenti'dir. Kentte Hellenistik dönemde yapılmış bir tiyatro, Augustus ve Tiberius olmak üzere iki meydan, Su Kemerleri, Hamam, Nimfeium, St. Paul Kilisesi ve Augustus Tapınağı bulunmaktadır (dosim.kulturturizm.gov.tr, 22.12.2019). Bununla birlikte her antik kentte olduğu gibi Pisidia kentinde de bazı yıkılmış kalıntıların mevcut olduğu bilinmektedir. Yıkılmış kalıntıların yeniden inşası büyük çabalar gerektirmektedir. Aynı zamanda yeniden inşa edilmesi, gelecek nesiller için mevcut durumu korumayı tercih eden arkeologların güçlü muhalefetiyle karşı karşıya kalmaktadır. AR ve VR teknolojileri ile gerçek kalıntıları yeniden inşa etmek yerine ziyaretçilere sanal rekonstrüksiyonlar sunulmakta ve tarihi alanlar el değmemiş olarak kalabilmektedir (Dahne ve Karigiannis, 2002: 1). Dolayısıyla Isparta'da AR ve VR uygulamaları için Pisidia Antik Kenti'nin önemli bir fırsat sunduğu düşünülmektedir.

Müzeler açısından ise Isparta'da ikisi özel olmak üzere toplam beş müze bulunduğu görülmektedir. Prof. Dr. Turan Yazgan Halı ve Kilim Müzesi ile Süleyman Demirel Demokrasi ve Kalkınma Müzesi, Isparta Müzesi, Uluborlu Müzesi, Yalvaç Müzesidir. AR teknolojisi ile ziyaretçinin yaşadığı deneyimin müzeyi tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde olumlu bir etkiye neden olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte AR ve VR teknolojilerinin müzelerde yayılmasıyla birlikte farkındalığın arttığı ve daha bilinçli tüketiciler yarattığı görülmektedir. Bu durumlarda rekabetin şiddetinin artmasına neden olmaktadır (Gaberli, 2019: 67). Dolayısıyla bu teknolojileri hayata geçirmenin kısa süre içinde bir zorunluluğa bile dönüşebileceği söylenebilir.

Isparta'da dini açıdan önemli olmakla birlikte mimari ve turizm açısından da öneme sahip olan 17 cami ve 5 kilise bulunmaktadır (isparta.ktb.gov.tr, 22.12.2019). AR ve VR teknolojilerinin etkin şekilde kullanıldığı bir diğer kültürel miras anıtlarımız arasında camiler ve kiliseler olduğu özellikle yabancı literatürde kiliseler üzerine yapılan birçok çalışmanın olduğu dikkati çekmektedir. Kullanıcıların ilgilerini çekmesi ve tarihi bilgileri kullanıcılar için daha çekici hale getirmesi sebepleri ile hem dini hem de mimari

açıdan önemli olan bu kültürel miras anıtlarında AR ve VR teknolojilerinin kullanıldığı görülmektedir. Mimari açıdan bir diğer önemli kültürel miras ise kale yapıları olup Isparta'da 7 kale bulunmaktadır (isparta.ktb.gov.tr, 22.12.2019). Kaleler, savunma amaçları için üretildiklerinden, yüksek duvarlar, güçlü kapılar, hendekler ve kuleler ile yüzyıllar boyunca gelişen çeşitli mimari tarzlara sahip eşsiz ve büyüleyici yapılarıdır. Bu nedenle kaleler gibi miras binalarının dijital üç boyutlu dokümantasyonu, korunma, eğitim ve sanal ziyaretler açısından önemli olmaktadır. (El-Hakim ve diğ., 2007: 201).

Somut olmayan kültürel miras alanlarında ise Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Genel Müdürlüğünün çalışmaları neticesinde Isparta'nın da Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurları içerisine dahil olan "Aşıklık Geleneği, Nevruz, Semah, Tören Keşkeği Geleneği (Aşure Günü)" unsurları, Unesco İnsanların Somut Olmayan Kültürel Mirasının temsili listesine alınmıştır. Aşıklık Geleneği, Nevruz Törenleri, Semah, Aşure Günü, Hıdırellez, Boğaz Havaları, Halıcılık, Keçecilik, Kilimcilik, Uluborlu Oyaları, Yağmur Duası Gelenekleri, Bakırcılık, Deve Oyunu, Dış Hediği, Uluborlu Güreşleri, Kına Gecesi, Arap Oyunu, Mani Söylemek unsurları, ulusal envantere ve il envanterine; Eğirdir İşlemeleri, Minyatür At Arabacılığı, Çarpana Dokumalar, Kütük Atma, Okşamalar, Keloğlan'ın Evlenme Oyunu unsurları ise il envanterine kaydedilmiştir (Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). AR ve VR teknolojisi, tarihi korumanın, olumlu bir öğrenme deneyimine katkıda bulunmanın, ziyaretçi memnuniyetini artırmanın ve yeni hedef pazarları çekmenin bir yolu olarak kabul edilmektedir (Dieck ve Jung, 2017: 1). Gelişmiş ülkelerin kültürlerini benimseterek yaydıkları hatta bu yolla kültürlerini metalaştırarak turizm sektöründe kültürlerinden faydalandıkları söylenebilir. Kültürel değerlerimizi korumak hem asimile olmamak ve kültürümüzü gelecek nesillere aktarmak hem de turizm sektöründe gelişim için önemli olduğu düşünülmektedir.

5. Sonuç

Kültürel mirasın korunması, sunumu ve gelecek nesillere aktarılması, farklı eylemler ve yöntemler içeren uzun ve karmaşık bir süreçtir. AR ve VR teknolojileri ile belgeleme, rekonstrüksiyon ve sunum gibi temel işlemler gerçekleştirilebilmektedir (Sürücü

ve Başar, 2016: 15). Literatür incelemesi sonucunda AR ve VR teknolojilerinin kültürel miras alanlarında etkin şekilde kullanıldığı ve bu teknolojilerin yeni sistemler ve uygulamalar ile her geçen gün geliştirilmeye çalışıldığı görülmektedir. AR ve VR teknolojilerinin yayılmasıyla bu deneyimi yaşayan turistlerin farkındalığının artacağı, diğer destinasyonlardan da aynı teknolojiyi bekleyecekleri ve dolayısıyla artan bir rekabet ortamı oluşacağı öngörülmektedir. Bu teknolojilerin uygulanması noktasında Isparta ilinin sahip olduğu kültürel miras unsurları açısından bir fırsat sunduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda konuyla ilgili literatüre ve araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülen öneriler sunulmuştur:

- Pisidia Antiocheia ören yerinin ziyaretçi sayıları incelendiğinde, ziyaretçi sayılarının yıllar içerisinde düzensiz bir çizgi izlediği dikkati çekmektedir. Ören yerini 2016 yılında 12.180 kişi ziyaret ederken 2017 yılında bu sayının 9.828'e gerilediği, 2018 yılında ise artarak 15.336 ziyaretçiye ulaştığı görülmektedir (dosim.kulturturizm.gov.tr, 22.12.2019). Diğer yandan ziyaretçilerine AR gözlükleri ile sahneye yerleştirilen eski anıtların sanal rekonstrüksiyonlarını görebildikleri bir AR sistemi sunan (epoch-net.org, 22.12.2019), Isparta'nın 50 kilometre mesafesinde Burdur iline bağlı Sagalassos ören yerinin ziyaretçi sayısına bakıldığında ise 2018 yılında 48.471 ziyaretçi sayısına ulaştığı görülmektedir (dosim.kulturturizm.gov.tr, 22.12.2019). Literatür taraması sonucunda, AR ve VR teknolojilerinin kültürel miras alanlarında uygulanması ile ziyaretçilerin unutulmaz deneyim yaşamaları sağlanarak ziyaretçi sayılarının artmasına da katkıda bulunduğu görülmektedir. Aynı zamanda bu teknolojilerin her geçen gün daha fazla alanda kullanılmasıyla birlikte hızla yayıldığı da dikkati çekmektedir. Isparta'nın Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı Pisidia Antiocheia ören yerinde ziyaretçi sayılarını arttırması ve rekabet avantajı elde edebilmesi için bu teknolojileri hayata geçirmesi önemli görülmektedir.

- Akkuş ve Akkuş (2018)'un yaptıkları çalışmada, Türkiye'de sekiz adet müzede çeşitli AR uygulamalarının gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Bu açıdan Isparta ilinde bulunan müzelerde gerçekleştirilecek AR ve VR teknolojilerinin bölgenin fark yaratmasına etki edeceği öngörülmektedir.

Bununla birlikte Yalvaç müzesine, 2018 yılında 8.689 yerli, 279 yabancı olmak üzere toplam 8.968, Uluborlu müzesine ise 1.125 yerli ziyaretçi geldiği görülmektedir (isparta.ktb.gov.tr, 22.12.2019). İncelenen çalışmalarda olduğu gibi bu teknolojilerin uygulanması halinde müzelerin ziyaretçi sayılarının artmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

- Somut olmayan kültürel miras unsurlarını kayıt altına alıp korumak ve yaymak açısından AR ve VR teknolojilerinin iyi bir yöntem olduğu görülmektedir. Dünya'da örnekleri olmasına rağmen, Türkiye'de somut olmayan kültürel mirasa yönelik AR ve VR uygulamalarına rastlanılmamıştır. Unesco İnsanların Somut Olmayan Kültürel Mirasının temsili listesine alınan, Isparta'nın da içerisine dahil olduğu "Aşıklık Geleneği, Nevruz, Semah, Tören Keşkeği Geleneği (Aşure Günü)" unsurları için AR ve VR teknolojilerinin kullanılması hem bölgesel hem de ulusal açıdan önemli olduğu düşünülmektedir. Isparta'da dünya örneklerinin dikkate alınarak AR ve VR uygulamalarının gerçekleştirilmesi ile bölgeye dikkatlerin çekilmesine katkı sağlanacak ve Isparta'nın tanıtımı açısından etkili olacaktır. Aynı zamanda kültürel mirasımızı korumak, öğretmek, bu alanlarda nitelikli hizmet sunmak ve ziyaretçi sayılarını arttırmak açısından da bu teknolojilerin katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

- AR ve VR teknolojileri birçok çalışmada iyi birer öğrenme aracı olarak da benimsenmiştir. Isparta'nın kültürel miras alanlarında gerçekleştireceği özellikle ciddi oyun uygulamaları, eğitim alanında da kullanılabilir ve böylece birden fazla alana katkı sağlanmış olacaktır.

- Yıkılmış, hasar görmüş yapıların sanal ortam ile yeniden canlandırılması mümkün olduğundan bu durumun hem ziyaretçilerin hem de basın kuruluşlarının ilgisini çektiği görülmektedir. Dolayısıyla Isparta ilinde özellikle antik alanda hasar görmüş ya da yıkılmış alanlar üzerine çalışılması ve dönemin insanların simule edilip canlandırılması ile Isparta'nın tanıtımına katkı sağlanacaktır.

Kaynakça

Akkuş, G. & Akkuş, Ç. (2018). Tarihi Turistik Alanlarda Kullanılan Mobil Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 83-104.

- Azuma, R. (1997). A Survey of Augmented Reality. Presence: Teleoperators and Virtual Environments, 6(4), 355-385.
- Bayraktar, E. & Kaleli, F. (2007). Sanal Gerçeklik ve Uygulama Alanları. Akademik Bilişim'07 - IX. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 31 Ocak - 2 Şubat 2007 Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Berryman, R., D. (2012). Augmented Reality: A Review. *Medical Reference Services Quarterly*, 31(2), 212-218.
- Brkic, R., B., Karkin, Z., Sadzak, A., Selimovic, D. & Rizvic, S. (2009). Augmented Real-Time Virtual Environment of the Church of the Holy Trinity in Mostar. The 10th International Symposium on Virtual Reality, Archaeology and Cultural Heritage VAST (2009) K. Debattista, C. Perlingieri, D. Pitzalis, and S. Spina (Editors). 141-148.
- Cianciarulo, D. (2015). From Local Traditions to "Augmented Reality". The MUVIG Museum of Viggiano (Italy). *Social and Behavioral Sciences*, 188, 138-143.
- Cruz-Neira, C., Sandin, D., J., DeFanti, T., A., Kenyon, R., V. & Hart, J., C. (1992). The CAVE: Audio Visual Experience Automatic Virtual Environment, *Commun. ACM* 35(6), 64-72.
- D'Agnano, D., Baletti, C. Guerra, F. & Vernier, P. (2015). Tooteko: A Case Study of Augmented Reality for an Accessible Cultural Heritage. Digitization, 3D Printing and Sensors for an Audio-Tactile Experience. The International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences, Volume XL-5/W4, 2015 3D Virtual Reconstruction and Visualization of Complex Architectures, 25-27 February 2015, Avila, Spain.
- Dahne, P. & Karigiannis, N., J. (2002). Archeoguide: System Architecture of a Mobile Outdoor Augmented Reality System. Proceedings of the International Symposium on Mixed and Augmented Reality (ISMAR'02).
- Dieck M., T. & Jung, T., M. (2017). Value of Augmented Reality at Cultural Heritage Sites: A Stakeholder Approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 110-117.
- El-Hakim, S., Gonzo, L., Voltolini, F., Girardi, S., Rizzi, A., Remondino, F. & Whiting, E. (2007). Detailed 3D Modelling of Castles. *International Journal of Architectural Computing*, 2(5), 199-220.
- Froschauer, J., Seidel, I., Gartner, M., Berger, H. & Merkl, D. (2010). Design and Evaluation of a Serious Game For Immersive Cultural Training, in: Proc. 16th International Conference on Virtual Systems and Multimedia (VSMM), 253-260.
- Gaberli, Ü. (2019). Tourism in Dital Age: An Explanation for the Impacts of Virtual, Augmented and Mixed Reality Technologies on Tourist Experiences. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 2 (2), 61-69.
- Gaitatzes, A., Christopoulos, D. & Papaioannou, G. (2004). The Ancient Olympic Games: Being Part of the Experience, Proceedings of the 5th International Conference on Virtual Reality, Archaeology and Intelligent Cultural Heritage, 19-28.
- Girbacia, F., Butnariu, S., Orman, P., A. & Postelnicu, C., C. (2013). Virtual Restoration of Deteriorated Religious Heritage Objects Using Augmented Reality Technologies. *European Journal of Science and Theology*, 9(2), 223-231.
- GlobalData Technology. (2018). Top 6 Technology Trends to Watch out for in the Travel and Tourism Industry in 2018. <https://www.globaldata.com/top-6-technology-trends-watch-travel-tourism-industry-2018/>, 04.01.2020.
- Gutierrez, A., M., Vexo, F. & Thalman, D. (2008). Stepping into Virtual Reality. Springer Science and Business Media, London.
- Huang, H., C. & Huang, T., Y. (2013). An Annales School-Based Serious Game Creation Framework for Taiwanese Indigenous Cultural Heritage. *ACM Journal on Computing and Cultural Heritage*, 9(2), 1-31.
- Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2020). Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü Isparta'nın Somut Olmayan Kültürel Mirası'nı Araştırmaya Devam Ediyor. <https://isparta.ktb.gov.tr/TR-144366/kultur-ve-turizm-il-mudurlugu-ispantanin-somut-olmayan-.html>, 03.01.2020.
- Jung, Y., Behr, J. & Graf, H. (2011). X3DOM As a Carrier of the Virtual Heritage. International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences. March 02-04, Trento, Italy. 475-482.
- Kersten, P., T., Büyüksalih, G., Tschirschwitz, F., Kan, T., Deggim, S., Kaya, Y. & Baskaraca, P., A. (2017). The Selimiye Mosque Of Edirne, Turkey – An Immersive And Interactive Virtual Reality Experience Using Htc Vive. The International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences, Volume XLII-5/W1, 2017 Geomatics & Restoration – Conservation of Cultural Heritage in the Digital Era, 22-24 May 2017, Florence, Italy, 403-409.

- Kolstee, Y. & Van Eck, V., W. (2011). The Augmented Van Gogh's: Augmented Reality Experiences for Museum Visitors. IEEE International Symposium on Mixed and Augmented Reality. Conference Paper, Ekim, 49-52.
- Maiorescu, I. & Sabou, G., C. (2013). Learning about Heritage Through Augmented Reality Games. The International Scientific Conference eLearning and Software for Education (87-92), "Carol I" National Defence University.
- Mesaros, P., Mandicak, T., Mesarosova, A., Hernandez, F., M., Krsak, B., Sidor, C., Strba, L., Molokac, M., Hvizdak, L., Blistan, P. & Delina, R. (2016). Use of Augmented Reality and Gamification techniques in tourism. *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, 13,1/2, 367-381.
- Mortara, M., Catalano, C. E., Bellotti, F., Fiucci, G., Houry-Panchetti, M. & Petridis, P. (2014). Learning Cultural Heritage By Serious Games, *Journal of Cultural Heritage*, 15 (3), 318-325.
- Osterlund, J. & Lawrence, B. (2012). Virtual reality: Avatars in Human Spaceflight Training. *Acta Astronautica*, 71, 139-150.
- Özgan, S., Y. (2012). Use of Augmented Reality Technologies in Cultural Heritage Sites; Virtu(re)al Yenikapı, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), School of Science Engineering and Technology. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Papagiannakis, G., Schertenleib, S., O'Kennedy, B., Arevalo-Poizat, M., Magnenat-Thalmann, N., Stoddart, A., & Thalmann, D. (2005). Mixing Virtual and Real Scenes in the Site of Ancient Pompeii. *Computer Animation and Virtual Worlds*, 16(1), 11-24.
- Sertalp, (2017). Müzelerin Tanıtım Kitaplarında Artırılmış Gerçeklik (Ag) Teknolojisi Kullanımı: Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi Kitabı Örneği. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları, 36(30), 107-120.
- Sommerauer, P. & Müller, O. (2014). Augmented Reality in Informal Learning Environments: A Field Experiment in a Mathematics Exhibition. *Computer & Education*, 79, 59-68.
- Sucaklı, G. (2019). Turizmde Modern Müzecilik Anlayışı ve Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Müzelerde Kullanımı. (Yayınlanmamış YL Tezi) Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale.
- Sürücü, O. & Başar, M., E. (2016). Kültürel Mirası Korumada Bir Farkındalık Aracı Olarak Sanal Gerçeklik. *Mimarlık Planlama Sanat ve Tasarım Dergisi*, 4(1), 13-26.
- Sürücü, O. (2017). Sanal Gerçekliğin Kültürel Mirası Korumada Kullanımı Salih Bozok Villası Örneği. (Yayınlanmamış YL Tezi). Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Döner Sermaye İşletmesi Merkezi Müdürlüğü, (2019). Müze ve Örenyeri İstatistikleri. <http://dosim.kulturturizm.gov.tr/assets/documents/2018.pdf>, (Erişim Tarihi: 22.12.2019).
- Thalmann, M., N. Papagiannakis, G., Foni A., Arevalo, M. & Yazli, C., N. (2004). Simulating life in ancient sites using mixed reality technology. Simulating Life in Ancient Sites using Mixed Reality Technology Conference.
- Vlahakis, V., Karigiannis, J., Tsotros, M., Gounaris, M., Almeida, L., Stricker, D., Gleue, T., Christou, T., I., Carlucci, R., & Ioannidis, N. (2001). ARCHEOGUIDE: First results of an Augmented Reality, Mobile Computing System in Cultural Heritage Sites. *Virtual Reality, Archeology, and Cultural Heritage, Greece, November 28-30*, 9.
- Vlahakis, V., Ioannidis, N., Karigiannis, J., Tsotros, M., Gleue, T., Gounaris, M., Dahne, P., Stricker, D. & Almeida, L. (2002). Archeoguide: An Augmented Reality Guide for Archaeological Sites, *IEEE Computer Graphics in Art History and Archaeology*, 22(5), 52-60.
- Ware, C., Arthur, K. & Booth K., S. (1993). Fish Tank Virtual Reality, in CHI '93: Proceedings of the INTERACT '93 and CHI '93 Conference on Human Factors in Computing Systems. ACM Press, New York, 37-42
- Yalçınkaya, P., Atay, L. & Karakaş, E. (2018). Akıllı Turizm Uygulamaları. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(2), 34-52.

Extended abstract in English

AR technology is a technology that works by improving one's perception of reality. AR is defined as a direct or indirect view of a physical real-world environment whose elements are enriched with images generated by a virtual computer (Osterlund and Lawrence, 2012: 149). VR technology is a three-dimensional simulation model that gives its participants a real feeling and allows them to communicate with a dynamic environment created by computers. Systems designed with VR significantly increase our grip and detection power (Bayraktar and Kaleli, 2007: 1). The elements of cultural heritage carry historical and cultural information. Supporting and benefiting from the national heritage assets of the country, whether concrete or intangible cultural heritage, first and foremost increases awareness (Maioreescu and Sabou, 2013: 87). AR / VR technologies contribute to the protection, presentation and transfer of cultural heritage to future generations (Sürücü and Başar, 2016: 15). As a result of literature review, it is seen that AR / VR technology is used effectively in cultural heritage areas and this technology is developed with new systems and applications. It is seen that the province of Isparta offers an opportunity in terms of cultural heritage elements in the implementation of these technologies. In this respect, suggestions which are thought to contribute to the literature and the researchers are presented:

- With the application of AR / VR technology in cultural heritage areas, it is seen that it contributes to provide an unforgettable experience to the visitors and increase the number of visitors. At the same time, it is noteworthy that these technologies are spreading rapidly in more areas. It is important that Isparta is applying these technologies in order to increase the number of visitors and gain competitive advantage in the Psidia Antiocheia ancient city and Isparta, Uluborlu, Yalvaç museums, which are affiliated to the Ministry of Culture and Tourism.
- AR / VR technologies have been adopted as good learning tools in many studies. Isparta's cultural heritage areas, especially serious game applications, can be used in the field of education and thus will contribute to more than one field.
- In the province of Isparta will be contributed to the promotion of Isparta by studying on especially in the ancient area damaged or demolished areas and simulating the people of the period.
- AR and VR technologies seem to be a good method for recording and preserving and spreading intangible cultural heritage elements.
- The use of AR and VR technologies in the "Minstrelsy Tradition, Nevruz, Semah, Ceremonial Keşkek Tradition (Day of Ashure)", which is included in the representative list of Unesco People's Intangible Cultural Heritage and which is included in Isparta, will make a significant contribution both nationally and regionally.

AR and VR applications ancient sites in Turkey and in the World		
Authors	Cultural heritage site	Result
Vlahakis, Ioannidis, Karigiannis, Tsotros, Gleue, Gounaris, Dahne, Stricker, and Almeida, (2001)	Greece Ancient Olympia Archaeological Site	It was found that the users were happy to use it and saw it as a useful learning tool that improves their visit.
Vlahakis, Ioannidis, Karigiannis, Tsotros, Gleue, Gounaris, Dahne, Stricker, and Almeida, (2002)	Greece Ancient Olympia Archaeological Site	The additional information provided by the system such as reconstructions, navigation, voice narration and the realism of the AR glasses were appreciated.
Dahne and Karigiannis, (2002)	Greece Ancient Olympia Archaeological Site	It was determined that the increase in visitors and added value to the visitors, but the use of the system was disturbing.
Thalman, Papagiannakis, Foni, Arevalo, and Yazli, (2004)	-Italy-Pompeii Archaeological Site LIFEPLUS Project -Antalya Aspendos Archaeological Site ERATO Project	It has been determined that it can manage AR and virtual character simulations (body, face and clothing) in cultural heritage environments with an unmarked AR monitoring system.

Gaitatzes, Christopoulos and Papaioannou, (2004)	Greece Ancient Olympia Archaeological Site and Olympic Games	It creates an experience that brings you one step closer to Olympia and helps them learn important historical facts about Olympic competitions.
Papagiannakis, Schertenleib, O'Kennedy, Arevalo-Poizat, Magnenat-Thalmann, Stoddart, and Thalmann, (2005)	Italy Pompeii Archaeological Site	The boundaries of AR and VR storytelling technology have been pushed to offer many sensory interactive trips that drive the visitor into the past and are innovative.
Özgan, (2012)	Istanbul – Yenikapı Historic Urban Area	It was aimed to create an increased museum environment in Yenikapı and to keep the values found during excavations alive.
AR and VR applications in museums in the World and Turkey		
Kolstee and Eck, (2011)	Netherland Van Gogh museum	AR has proven to be an effective way to enhance the experience of cultural heritage.
Cianciarulo, (2015)	Italy MUVIG Viggiano Museum of Local Traditions	With this technology, the number of visitors of the museum has increased and it has been seen that it is educationally successful.
Sertalp, (2017)	Ankara Museum of Anatolian Civilizations	The use of AG in historical and touristic places is important in terms of showing how historical monuments and structures are.
Dieck and Jung, (2017)	A small museum in England	The values of AR in cultural heritage areas; economic, experiential, social, epistemic, historical and cultural, educational values.
Sucaklı, (2019)	Sakıp Sabancı Museum	According to the six museums in Turkey, it was determined that a more effective utilization of AR technology in the Sakıp Sabancı Museum.
AR and VR applications mosques and churches in Turkey and in the World		
Thalmann, Papagiannakis, Foni, Arevalo, and Yazli, (2004)	Istanbul Ayasofya Mosque CAHRISMA Project	It is determined that AR and virtual character simulations in cultural heritage environments can be managed with unmarked AR monitoring system.
Brkic, Karkin, Sadzak, Selimovic, and Rizvic, (2009)	Holy Trinity Church of Mostar in Bosnia Herzegovina	In terms of advertising, the project attracted great attention in the press.
Girbacia, Butnariu, Orman and Postelnicu, (2013)	Black Church of Brasov in Romania	It helps to better understand the damaged sculptures and learn about culture.
D'Agnano, Baletti, Guerra, and Vernier, (2015)	Church of San Michele in Venice, Italy	Tooteko technology has been found to facilitate the experience of contact with art.
Kersten, Büyüksalih, Tschirschwitz, Kan, Deggim, Kaya and Baskaraca, (2017)	Turkey, Edirne Selimiye Mosque	The VR System offers an experience that allows them to enter a virtual building like a mosque using HTC Vive without seeing the building in real life.
AR and VR applications in the castle in the World and Turkey		
El-Hakim, Gonzo, Voltolini, Girardi, Rizzi, Remondino and Whiting, (2007)	Northern Italy-Buonconsiglio, Avio, Stenico, Valer Castles	A sequential approach is presented combining multiple techniques to capture and model fine geometric details of castles and model assembly techniques have been developed.
Maiorescu and Sabou (2013)	Alba Iulia Castle in Romania	The interactive tour, with its many attractions, offers an unforgettable experience with AR.
Mesaros et al., (2016)	Orava Castle in Slovakia	The application makes AR a unique tool for tourism and cultural heritage.
AR and VR applications intangible cultural heritage in the World and Turkey		
Froschauer, Seidel, Gartner, Berger and Merkl, (2010)	Japanese culture and etiquette	ICURA is an immersive 3D adventure game that teaches Japanese culture and etiquette.
Huang and Huang, (2013)	Atayal minority in Taiwan	The Papakwaqa game, which focuses on intangible heritage, religious ceremonies, traditions, dances and celebrations is presented.
Xu, (2018)	Chinese Culture	In order to protect and spread the intangible cultural heritage, a software system was developed and a model was proposed.