

Duygusal Emek ve İş Tatmini İlişkisi: Turizm Sektörü Örneği

Lina Karabetyan¹

Received: 12/07/2019

Accepted: 11/10/2019

Online Published: 17/10/2019

Özet

Günümüzde, küreselleşme ile birlikte rekabetin artması ve değişen insan ihtiyaçlarının etkisi hizmet sektörünün önemini iyice arttırmıştır. Hizmet sektöründeki işletmeler, sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmek ve diğer rakiplerinden farklılaşabilmek için çalışanlarından daha fazla çaba beklemektedir. Hizmet sektörü, doğası gereği müşteriler ile yüksek düzeyde iletişim ve etkileşim gerektirmektedir. Çalışanlar, müşterileri ile etkileşim içerisinde bulunurken, müşterilerinin veya yöneticilerinin onlardan beklediği duyguyu en iyi şekilde dışarıya yansıtmaya ve duygusal emeği göstermeye çabalamaktadırlar. Çalışanların örgüt tarafından belirlenen gösterim kurallarına uygun hareket etmek durumunda kalması bir yandan müşteri memnuniyetini artırırken, bir yandan da yaşanabilecek duygusal uyumsuzluklar nedeniyle çalışanları olumsuz etkileyip, iş tatminini ve performansı azaltmaktadır. Bu çalışmanın amacı, yoğun çalışma ortamının bulunduğu ve müşterilerle birebir ilişki gerektiren turizm sektöründe duygusal emek ve iş tatmini ilişkisini regresyon analizi yardımıyla ortaya koymaktır. Analiz sonucunda, duygusal emek iş tatminini %49.9 pozitif yönde etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, İş Tatmini, Regresyon Analizi

JEL Sınıflandırması: C50, M21, M50

Relationship between Emotional Labor and Job Satisfaction: Case of Tourism Sector

Abstract

Today, with the increase of competition and the impact of changing human needs with globalization, the importance of the service sector has increased. Businesses in the service sector expect more efforts from their employees to achieve sustainable competitive advantage and differentiate from other competitors. Due to its nature, the service sector requires a high level of communication and interaction with customers. While interacting with their customers, employees strive to reflect the emotions that their customers or managers expect from them in the best way and to show emotional labor. The fact that employees have to act in accordance with the rules of demonstration determined by the organization increases customer satisfaction on the one hand, and negatively affects the employees due to the emotional mismatches that may occur and reduces job satisfaction and performance. The aim of this study is to reveal the relationship between emotional labor and job satisfaction in the tourism sector, where intensive work environment is required and one to one relationship with customers, with the help of regression analysis. As a result of the analysis, emotional labor affects 49.9% of job satisfaction positively.

Keywords: Emotional Labor, Job Satisfaction, Regression Analysis

JEL Classification: C50, M21, M50

¹ Dr., linakarabetyan@hotmail.com

1. Giriş

Duygusal emek kavramı, örgüt ile ilgili çalışmalarda son yıllarda dikkati çeken kavramlardan biridir. Günümüzde özellikle hizmet sektörü çalışanları, karşı tarafa hizmetlerini sunarken bizzat hissettiği, yaptığı işin gerektirdiği ve bir parçası oldukları örgütlerinin de gerekli gördüğü duyguları dikkate almak, bu duyguları yönetmek ve bunu gerçekleştirmek için de belirli bir çaba sarf etmek zorundadırlar (Chu vd., 2012:908).

Duygusal emek sürecinde bireyler tarafından belli durumlar karşısında sergilenmesi gereken duyguların nasıl gösterilmesi gerektiğine dair “*duygu kuralları*” ve “*gösterim kuralları*” şeklinde iki kavram ortaya çıkmıştır. Bu kuralların özünde, örgüt kültürü içinde yer alan temel inanç ve değerlerin de olduğu belirtilmektedir (Grandey & Gabriel, 2015:329). Örgütlerin müşteri odaklı davranışları arttıkça, çalışanlardan beklenen duygusal talepler de artmaktadır. Örgütler çalışanlarından, müşteri beklentileri doğrultusunda, önceden belirlenmiş rol kalıpları çerçevesinde davranmalarını beklemektedir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması, işletmeler açısından sürdürülebilir rekabetin önemli bir koşulu olarak görülmektedir. Müşteri memnuniyetinin sağlanmasında, sunulan hizmet kadar hizmetin sunulmuş şekli ve çalışanların tavırları da önem kazanmaktadır (Diefendorff vd., 2005:343). Duygusal emek, örgütsel davranış alanında yeni bir kavramdır. Literatürde, ilk kez Hochschild (1983) tarafından kullanılan duygusal emek kavramı, bireyin işini yaparken örgüt tarafından kendisinden beklenen duyguları sergilemesi olarak ifade edilmektedir.

Çalışma hayatında duygusal emek; çalışanların çalıştıkları süre içerisinde, kendilerinden beklenen duyguları sunmasıdır. Çalışanların bu şekilde duygularını kontrol altına alabilmeleri, bireysel performanslarını ve kariyer başarılarını da etkilemektedir. Günümüzde, modern örgütler başarıyı etkileyen faktörler arasında duygusal yetkinliklere de oldukça fazla yer vermeye başlamışlardır. Bireylerin içinde bulundukları durumun gerekliliklerine göre davranış sergilemesi olarak tanımlanan duygusal emek, özellikle hizmet sektöründe çok önemli olmaya başlamıştır (Beğenirbaş & Turgut, 2014:133). Yapılan birçok çalışmada, müşteri taleplerini karşılamak ve gittikçe artan rekabet ortamında güçlü olmak için çalışanların; sadece fiziksel ve bilişsel değil aynı zamanda sosyal ve duygusal tüm özelliklerinin de bir kar elde etme unsuru haline geldiği ortaya koymuştur.

Bu çalışmanın amacı, İstanbul’da hizmet veren sektörde tanınan iki büyük turizm şirketinde farklı pozisyonlarda görev yapan çalışanların duygusal emek algılarının iş tatminine olan etkilerini korelasyon ve regresyon analizi yardımıyla belirlemektir.

2. Duygusal Emek Kavramı

Duygusal emek kavramı, ilk olarak Hochschild (1983) tarafından yazılan “The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling” (Yönetilen Kalp: İnsan Duygularının Ticarileştirilmesi) kitabında tanımlanmıştır. Hochschild duygusal emeği, “hizmetin sahne, çalışanların aktör, müşterilerin de izleyici olarak görüldüğü bir oyun” olarak nitelendirerek; “herkesin görebildiği, örgütün istediği mimik ve jestleri gösterebilmek için duyguların yönetilmesi, ücretle satılan bu nedenle de değiştirilebilen bir değer” olarak tanımlamıştır. Hochschild duygusal emeğin oluşması için gereken koşulları; (1) işin gereği olarak çalışanın yüzyüze veya sesli iletişim kurması, (2) çalışanın müşteride duygusal bir durum oluşturması, (3) işverenin çalışanın duygusal aktivitelerini kontrol etme fırsatı vermesi olarak sıralamıştır.

Duygu kuralları, gerçekte belirli bir durum için hangi duyguyu hissetmenin uygun olduğunu belirleyen kurallardır. Gösterim kuralları ise, daha çok dışı vurulan davranış ile ilgilidir. Gösterim kuralları belirli bir duygusal durumu veya izlenimi oluşturmak için hangi davranışları göstermek gerektiğini belirleyen kurallardır. Bu süreçte hangi kuralların izleneceği, süreçte benimsenen teorik yaklaşıma göre değişir (Dahling& Perez,2010:575).

Örgütler, belirli bir amaçla çalışanlardan bazı duyguları sergilemelerini istemektedir. Bunun için de çalışanların duygusal emeklerini yönettikleri bir eylem çerçevesi ortaya koyarlar. İşverenler tarafından gerçekleştirilen bu yönetim, şekillendirme veya kontrol çabası, yazılı kurallar şeklinde olabileceği gibi, daha informal bir şekilde protokol veya beklentiler biçiminde veya kurumun kültürünün içerisinde de yer alarak ortaya konabilmektedir. Çalışanlar ise, kendilerinden beklenen şekilde davranabilmek için bilinçli veya bilinçsiz biçimde, çeşitli yöntemler kullanmaktadırlar” (İrigüler & Güler, 2016:115).

Örgütler, sergilenmesini bekledikleri duyguları oluşturmak ve çalışanların bu duyguları göstermelerini sağlamak için üç yöntem benimsemektedir. Öncelikle, seçme ve işe alma aşamasında, daha sonra sosyalleştirerek ve ödül/ceza mekanizmaları işletilerek çalışanların işe uygun duygular sergilemeleri sağlanmaya çalışılır. Örgütlerin gösterdikleri bu çaba, müşterilere verdikleri önem derecesi, çalışanlarla müşterilerin kurdukları ilişkinin sıklığı ve müşterilerin uygun duygusal gösterimler konusundaki inançların önemi ile doğru orantılıdır (Matin vd., 2012:49).

Tablo 1: Duygusal Emek Yaklaşımları

Yaklaşımlar	Model Türü	Tanım	Temel Boyutları	Genel Özelliği
Hochschild (1983)	Duyguların yönetilmesi tabanlı	Herkes tarafından gözlemlenebilen bedensel ve mimiksel gösterimler oluşturabilmek için hislerin yönetilmesidir.	1. Yüzeysel davranış 2. Derinlemesine düşünerek davranış	Duygusal emek, örgütler için olumlu sonuçlar, işgörenler için ise olumsuz sonuçlar ortaya çıkarır.
Ashforth ve Humphrey (1993)	Davranışların yönetilmesi tabanlı	İşgörenlerin duygularının yönetiminden çok gözlemlenebilir davranışlar meydana getirme sürecidir'	1. Yüzeysel davranış 2. Derinlemesine davranış 3. Samimi davranış	Duygusal emek, sadece davranışların yönetilmesidir ve işgörenler üzerinde olumlu veya olumsuz sonuç doğurabilir (duygusal çelişki).
Morris ve Feldman (1996)	Örgütsel ve bireysel faktörler tabanlı	İş süreçlerinde işgörenlerinin belirlenen bu duyguları (davranış kuralları) göstermek için gösterdiği çabadır	1. Duyguları gösterme sıklığı 2. Gösterim kuralları için sarf edilen çaba 3. Duyguların çeşitliliği 4. Duygusal uyumsuzluk	Her türlü duygu için belirli bir çaba düzeyi olmalıdır. Örgütsel ve bireysel faktörler duygusal emek için önemlidir.
Grandey (2000)	Karma	İşgörenlerin örgütün taleplerini yerine getirebilmek için duygularını düzenleme yönünde gösterdikleri çabadır.	1. Yüzeysel davranış 2. Derinlemesine davranış	Diğer yaklaşımların tüm özelliklerini birleştirmiştir. Duygusal emeği, duygu düzenleme süreci olarak görmüştür.

Kaynak: Kinman vd., 2011:847

Duygusal emek kavramına ilişkin olarak yapılan araştırmaların ortak noktası ise bireylerin (işgörenlerin) kendilerinden istenen duyguları göstermeleri sırasında hangi aşamalardan geçtiğini anlamaya yönelik olmasıdır. Hochschild'in (1983) araştırmalarından bu yana, duygusal emekle ilgili yapılan çalışmalar artış göstermektedir. Konuyla ilgili çalışan araştırmacılar, duygusal emeğin sonuçları ile ilgili farklı fikirler ileri sürmektedir. Bazı araştırmacılar, duygusal emeğin olumsuz sonuçlar doğuracağını ileri sürerken, bazıları da olumlu sonuçlarının olacağı kanısındadır.

Çalışanın yansıttığı duyguların, müşteriler tarafından samimi duygular olarak algılanmaması halinde, müşteride olumsuz bir etki yaratabilmektedir. Doğal olmayan, yapay yaklaşımlar bazı durumlarda hiç olmadığı kadar olumsuz karşılanabilir (Kinman vd., 2011:845). Duygusal emek sürecinde, çalışanların yüksek düzeyde stres yaşamaları ve buna bağlı olarak devamsızlık gibi sorunların ortaya çıkması, yüksek işgücü devrimine sebep olacağı için örgütün hizmet kalitesinde olumsuz sonuçlar ortaya çıkaracaktır (Rathi vd., 2013:275). Öte yandan, müşterilerin aldıkları hizmetle ilgili beklentileri değişebilir ve bazı durumlarda çalışan bu beklentileri karşılayamayabilir. Ayrıca, bazı durumlarda, bir takım olumsuz önyargılarla yaklaşan müşteriler, aldıkları hizmeti yetersiz olarak görebilirler (Ashforth ve Humphrey, 1993: 96).

Duygusal emek, çeşitli araştırmacılar tarafından çok boyutlu olarak ölçülmektedir. Hochschild (1983), duygusal emeği yüzeysel ve derin davranış olarak iki boyutlu bir yapıda kavramsallaştırırken; Ashforth ve Humphrey (1993), bu boyutlara samimi davranışı da ekleyerek duygusal emeği; yüzeysel, derin ve samimi davranış olarak üç boyutta ele almaktadır. Diefendorff, Croyle ve Grosserand (2005), Ashforth ve Humphrey (1993) ile benzer şekilde samimi davranışında içinde bulunduğu duygusal emeğin üç boyutlu (yüzeysel, derin ve samimi davranış) bir kavram olduğunu ileri sürmüştür. Naring, Briet ve Brouwers (2006) ise; yüzeysel davranış, derin davranış, duyguların bastırılması ve duygusal uyum olarak adlandırdıkları samimi davranışa ek olarak duyguların bastırılması boyutunu da ekleyerek dört boyutlu bir şekilde duygusal emeği kavramsallaştırmıştır. Kruml ve Geddes (2000) ise duygusal emeği, duygusal uyumsuzluk ve duygusal çaba olarak iki boyutta değerlendirmiştir. Lee ve Ok (2012) ise Kruml ve Geddes (2000)'in duygusal çaba ve duygusal uyumsuzluk boyutlarının yüzeysel, derin ve samimi davranışı kapsadığını söyleyerek duygusal uyumsuzluğun yüzeysel davranıştan, duygusal çabanın ise derin ve samimi davranıştan oluştuğunu belirtmiştir. Morris ve Feldman (1996) ise, duygusal emeği; duyguların gösterilme sıklığı, süresi, çeşitliliği ve yoğunluğu olarak dört boyutta kavramsallaştırmıştır.

Hizmet işletmelerinde çalışanlar, hizmet karşılaşmaları boyunca duygusal ifadelerini kontrol eder veya değiştirirler. Bu duygusal ifadenin kontrolü veya değiştirilmesi, duygusal emeğin çalışan odaklı boyutları olan yüzeysel davranışın veya derin davranışın ortaya çıkışını belirler. Örneğin çalışanlar kötü bir ruh hali içerisindeyken ve zor bir müşteri ile uğraşırken, gülümsemesini belirginleştirir ya da sahte bir gülümseme ifadesi takınır. Çalışanların buna benzer bir davranış göstermesi yüzeysel davranış sergilediklerini gösterir. Brotheridge ve Grandey (2002) çalışmasında, derin davranış, örgüt tarafından belirlenen gösterim kurallarına uymak için içsel duyguların ve düşüncelerin kontrolü ile ilgili bir süreçtir biçiminde tanımlamıştır. Duygusal emeğin boyutları arasında yer alan yüzeysel ve derin davranışın yanında samimi davranışın da olması gerektiğini düşünen araştırmacılar bulunmaktadır. Ashforth ve Humphrey (1993) çalışmasında, duygusal emek stratejilerine samimi davranış da ekleyerek duygusal emek kavramsallaştırmasını bir adım öteye götürmüştür. Ashforth ve Humphrey samimi davranış; çalışanın hissettiği duygunun örgütün ifade edilmesini istediği duygu ile aynı olması olarak tanımlar. Diefendorff, Croyle ve Grosserand (2005), samimi davranışın derin davranışın bir alt stratejisi olarak değil de yüzeysel davranış ve derin davranıştan farklı olarak ele alınması gerektiğini vurgular.

3. Duygusal Emek ve İş Tatmini İlişkisi

Genel olarak, tutumsal bir kavram olan iş tatmini, çalışanların işlerinden ve çalışma ortamlarından ne düzeyde memnun olduklarının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. İş tatmin düzeyi, çalışanların işe dönük beklentileri ile yakından ilgilidir. Dolayısıyla, çalışma yaşamında yaptıkları işe ilişkin beklentileri karşılanan çalışanların tatminlerinin sağlanacağı, beklentilerinin ötesine geçildikçe de iş tatmin düzeylerinin artacağı söylenebilir. Böylece iş tatmini; kişinin işini veya iş deneyimlerini değerlendirmesi sonucunda, ulaşmış olduğu duygusal durum ya da çalışanların işlerine ilişkin geçmiş olaylara, ödüllere ve güncel izlenimlere dönük algılarını gösterir (Gohel, 2012: 36; Lee & Woo, 2017:69).

İş tatmini kavramını, içsel ve dışsal olarak ikiye ayırmak gerekir. **İçsel iş tatmini**, bireylerin yaptıkları işin merkezi veya içsel yönleri ile ilişkilidir. Çalışanların yeteneklerini kullanması, sorumluluk, yaratıcılık, başkalarına yardım, serbestlik ve başarı gibi unsurlar içsel iş tatminini tanımlar. **Dışsal iş tatmini** ise, işle ilgili görevlere dair dışsal yönlerle ilgilidir. Dışsal iş tatminine örnek olarak terfi olanakları, ücret, kurum politikası ve uygulamalar, çalışma koşulları, yönetim anlayışı ve iş garantisi verilebilir (Wong vd., 2005: 238). Uzun süreli ve çok çeşitli duygu sergilenmenin beklenildiği durumlar daha çok çaba gerektirmekte ve böylece harcanan duygusal emeği arttırmaktadır. Duygu sergilemenin sıklığı, duygu çeşitliliğine olan gereklilik ve bu sürenin uzunluğunun, iş tatminini olumsuz etkileyebileceğini belirtmektedir (Côté & Morgan, 2002: 949).

Grandey (2000) çalışmasında, duyguların, örgüt tarafından belirlenen kurallar çerçevesinde kontrol altında tutulmasının ve bireyin hissetmediği bir takım duyguları sergilemeye zorlanmasının, iş tatminini olumsuz yönde etkileyeceğini belirtmektedir. Hochschild (1983) ile Morris ve Feldman (1996) çalışmasında, duygusal emek ve iş tatmini arasında olumsuz bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Pugliesi (1999) ise, duygusal emeğin, algılanan iş stresini ve yıpranmayı arttırdığını, iş tatmini ise azalttığını saptamıştır. Buna karşın duygusal emek ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi olumlu olarak değerlendiren bir takım çalışmalar da söz konusudur. Adelman (1995), Côté ve Morgan (2002), Chen vd., (2012) yaptıkları çalışmalarda duygusal emek ve iş tatmini arasında olumlu bir ilişki saptamıştır. Söz konusu çalışmalarda, çalışanın duygularını düzenleyerek, olumlu duygular sergilemesinin müşterilere de olumlu olarak yansıtacağı ve müşterilerden gelen bu olumlu geri bildirimin çalışanın iş tatminini arttıracığı ifade edilmektedir.

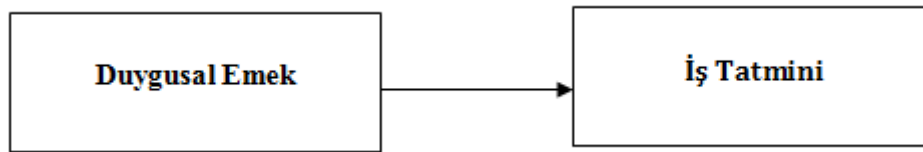
Literatürde bazı çalışmalar, duygusal emek boyutlarının ayrı olarak incelenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Duygusal emeğin etkileri ele alınırken, aynı anda hem pozitif hem de negatif sonuçlar ortaya çıkarmasını açıklayabilmek için yüzeysel davranış ve derinlemesine davranış ayırımını kullanmayı uygun görmektedirler. Johnson (2004) araştırmasında yüzeysel rol yapma ile iş tatmini arasında negatif yönlü, derinden rol yapma ile iş tatmini arasında pozitif yönlü ancak anlamlı olmayan ilişkiler belirlemiştir. Yang ve Chang (2008) yaptıkları çalışmada derinden davranış ve iş tatmini arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulmuştur. Zhang ve Zhu (2008) çalışmasında, yüzeysel rol yapma ile iş tatmini arasında anlamlı ve negatif yönlü, derinden rol yapma ile doğal duyguların sergilenmesi ile anlamlı ve pozitif yönlü ilişki belirlemiştir. Oral ve Köse (2011) çalışmalarında, yüzeysel rol yapma ile iş tatmini arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulgusuna ulaşırken, derinden rol yapma ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki belirlememiştir. Ghalandari ve Jogh (2012), yüzeysel rol yapma ile iş tatmini arasında anlamlı ve negatif yönlü, derinden rol yapma ile iş tatmini arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki elde etmiştir. Torland (2013), çalışmasında, derinden davranışın iş tatmininde artış sağladığını saptamıştır.

4. İstatistik Analiz

4.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezler

Bu çalışmanın amacı, İstanbul’da hizmet veren iki büyük turizm farklı pozisyonlarda görev yapan çalışanların duygusal emek algılarının iş tatminine olan etkilerini regresyon analizi yardımıyla belirlemektir. Çalışmada, günlük faaliyetleri esnasında sürekli olarak insanlarla ilişki içinde olan ve duygularını beklenenler doğrultusunda düzenlemek durumunda kalan turizm sektörü çalışanları örneklem olarak seçilmiştir. Aşağıda yer alan Şekil 1 yardımıyla bu çalışmanın önerilen kuramsal modeli gösterilmekte ve ilgili modelde önerilmiş olan araştırma hipotezi sunulmaktadır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Tablo 2: Araştırmanın Hipotezleri

	Hipotezler
H1	Duygusal emek (DE) iş tatmini (İT) ile olumlu yönde ilişkilidir
H2	Yüzeysel rol yapma (YR) iş tatmini (İT) ile olumlu yönde ilişkilidir
H3	Derinden rol yapma (DR) iş tatmini (İT) ile olumlu yönde ilişkilidir
H4	Doğal duygular sergileme (DD) iş tatmini (İT) ile olumlu yönde ilişkilidir

4.2. Araştırmanın Örneklemi, Varsayımlar ve Kısıtlar

Çalışmada, İstanbul’da hizmet veren ve iki turizm şirketinin farklı görevler yapan çalışanları örneklem olarak belirlenmiştir. Anketler internet ortamında ve yüz yüze 15.08.2019-15.09.2019 tarihleri arasında doldurulmuştur. Toplamda 297 adet geri dönüş olmuştur. Fakat veri girişi aşamasında 10 anketin soruların çoğunu boş bırakması nedeniyle analiz dışında bırakılarak toplam 287 anket uygulama için kullanılmıştır. Araştırmaya cevap veren bireylerin ölçme araçlarındaki soruları cevaplandırırken gerçek duygu ve düşüncelerini yansıttıkları kabul edilmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin ankete istekle cevap verdiği ve anketi doğru ve eksiksiz biçimde cevapladıkları kabul edilmiştir. Katılımcıların soruları cevaplarırken kelimelerin gerçek manasıyla anladıkları kabul edilmiştir. Oluşabilecek kavram yanılgıları göz ardı edilmiştir. Anketin örneklem sayısının artırılmasında zorluklar yaşanmış, çalışanlardan bazıları meşgul olduklarını belirterek katılım göstermemişlerdir.

4.3. Veri Toplama Aracı

Çalışma deneysel olmayan nicel araştırma tasarımına sahiptir ve yapılış yöntemine göre tarama modelidir. İlgili anket geniş bir literatür taraması sonucunda geçerlilikleri ve güvenilirlikleri daha önceki çalışmalarda onaylanmış ölçekler kullanılarak hazırlanmıştır.

Duygusal Emek Ölçeği: Katılımcıların duygusal emek düzeylerini ölçmek için Diefendorff vd., (2005) tarafından geliştirilen Duygusal Emek Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe’ye uyarlama çalışması Basım ve Beğenirbaş (2012) tarafından yapılmıştır. Ölçek; yüzeysel rol yapma, derin rol yapma ve doğal duyguların sergilenmesi şeklinde adlandırılan üç boyut ve 13 ifadeden oluşmaktadır. Yüzeysel rol yapma 6 madde, derinden rol yapma 4 madde ve doğal

duygular ise 3 madde ile ölçülmektedir. Katılımcılar ölçek maddelerini beşli Likert Ölçeği (1=Hiçbir Zaman, 5=Her Zaman) yardımıyla değerlendirmeye tabi tutmuşlardır.

İş Tatmini Ölçeği: Katılımcıların iş tatmin düzeylerini ölçmek için Weiss vd. (1967) tarafından geliştirilen ve orijinali 100 sorudan oluşan Minnesota İş Tatmini Ölçeği'nin kısa formu kullanılmıştır. Ölçeğin kısa formu içsel ve dışsal iş tatmini boyutlarını kapsayan, 20 maddeden oluşmaktadır. Minnesota İş Tatmin Ölçeğinin 20 ifadeden oluşan kısa versiyonu kullanılmıştır. Katılımcılar dan her bir ifadeye ilişkin düşüncelerini, 1=kesinlikle katılmıyorum ile 5=kesinlikle katılıyorum arasında değişen 5'li likert biçimindedir.

4.4. Anketin Güvenirliği

Bir ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesi için en yaygın uygulanan testler; "Cronbach Alpha, İkiye Bölme (split), Paralel ve Mutlak Kesin Paralel (strict)" şeklindedir. Cronbach Alpha testi sonucunda elde edilen değer %70'in üzerinde olması anketin başarılı olduğunu ifade etmektedir. Kimi araştırmacılar tarafından ise bu değer %75'in üzerinde olması beklenmektedir (Sezgin, 2016:1290; Sezgin ve Kınay, 2010:112; Altınok Gürel ve Sezgin, 2018:639). Ele alınan bütün güvenilirlik kriterleri %70 değerini geçtiği için, uygulanan anketin başarılı olduğu, anketin kendi içinde tutarlılık gösterdiği, ulaşılabilecek sonuçların gerçek değerleri yansıtacağı sonucu ortaya konulmuştur.

Tablo 3: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Kriterler	Anketin Güvenirlilik Sonuçları
Cronbach-Alpha	0.918
Split	0.917-0.918
Parelel	0.917
Strict	0.918

4.5. Ankete Yönelik Yüzde Dağılım Bilgileri

Araştırma örnekleminde elde edilen sosyo-demografik veriler tanımlayıcı analizler yoluyla değerlendirilmiştir. Bulgulara göre, örneklem grubunu oluşturan katılımcıların %55.6'sı kadın ve %44.4'ü erkektir. Katılımcıların % 35.6'sı 23-35 yaş arası, % 37.8'i 36-45 yaş arası ve %26.6'sı 46 ve üzeri yaş grubundadır. Çalışanların % 48.5'i evli, % 34.9'u bekar ve % 16.6'sı boşanmış ya da dul olarak belirlenmiştir. Katılımcıların %30.1'i 1-10 yıl, %29.5'i 11-15 yıl, %23.4'ü 16-20 yıl ve %17.0'si 20 yıl ve üzeri süreyle toplam mesleki tecrübeye sahiptir.

4.6. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçeklere yönelik açıklayıcı faktör analizi sürecinde öncelikle verilerin faktör analizine uygunluğu test edilmiştir. Buna göre veri setinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği iyi düzey olan 0.70 değerinin üzerinde 0.925 bulunmuştur. Analize tabi tutulan maddelerin/değişkenlerin tutarlılığını ölçen Bartlett küresellik testi istatistiksel olarak anlamlı ($\chi^2= 5972.45$ ve $p= 0.000$) bulunurken, anti-imaj korelasyon matrisi sonuçlarına göre ise ifadelerin çapraz ilişki katsayıları kritik seviye olan 0.5'in üzerinde 0.64-0.90 aralığında bulunmuştur. Testler sonucunda açıklayıcı faktör analizi için kullanılacak örneklemin yeterli olduğu ve ölçekte yer alan ifadelerin iç tutarlılığının sağlandığı görülmüştür. Veri setinin uygunluğunun yapılan testlerle onaylanmasının ardından faktör yapısının ortaya konulması amacıyla faktör tutma yöntemi olarak varimax döndürme metodu ile temel bileşenler analizi yöntemi uygulanmıştır. Faktör yapısında, duygusal emek için 3 faktör ve iş tatmini için 2 faktör öz değerlerinin 1'den yüksek olacak şekilde elde edilmiştir. Böylece, toplam varyansın %84.79'unu açıklayan 5 faktörlük bir yapı belirlenmiştir.

Tablo 4: Faktör Analizi Sonuçları ve Cevap Ortalamaları

Faktörler	Varyansı açıklama yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Yüzeysel Rol Yapma (YR)	%20.45	0.920	3.99
Derinden Rol Yapma (DR)	%19.23	0.918	3.45
Doğal Duyguların Sergilenmesi (DD)	%16.89	0.916	2.67
İçsel Tatmin (İT)	%14.44	0.919	3.23
Dışsal Tatmin (DT)	%12.78	0.913	3.30
KMO= 0.925; Bartlett $\chi^2= 5972.45$ ve $p= 0.000$			

4.7. Korelasyon Analizi Sonuçları

Faktör analizi sonucunda elde edilen 5 faktöre yönelik Pearson korelasyon analizi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir. Bu analizde hem duygusal emek hem de iş tatmini alt boyutlarının birbiriyle ilişkisi detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 5: Pearson Korelasyon Analizi Sonuçları

		İçsel Tatmin	Dışsal Tatmin	Yüzeysel Rol Yapma	Derinden Rol Yapma	Doğal Duygular
İçsel Tatmin	Korelasyon katsayısı	1.000	.613(*)	-.452(*)	-.402(*)	.524(*)
	p	.	.000	.000	.002	.000
	N		287	287	287	287
Dışsal Tatmin	Korelasyon katsayısı		1.000	-.396(*)	-.419(*)	.488(*)
	p		.	.000	.000	.000
	N			287	287	287
Yüzeysel Rol Yapma	Korelasyon katsayısı			1.000	.451(*)	-.436(*)
	p				0.000.	0.000.
	N				287	287
Derinden Rol Yapma	Korelasyon katsayısı				1.000	-.449(*)
	p					.000
	N					287
Doğal Duygular	Korelasyon katsayısı					1.000
	p					
	N					287

* 0.05 için anlamlı ilişki düzeyi

İlişki analizi sonuçlarına göre içsel tatmin dışsal tatmini %61.3 arttırmaktadır. Yüzeysel rol yapma içsel tatmini %45.2 azaltmakta, dışsal tatmini ise % 39.6 azaltmaktadır. Derinden rol yapma içsel tatmini %40.2 azaltmakta, dışsal tatmini %41.9 azaltmaktadır. Doğal duygular içsel tatmini %52.4 arttırmakta, dışsal tatmini ise %48.8 arttırmaktadır. Duygusal emek boyutlarından yüzeysel rol yapma ve derinden rol yapma iş tatminini azaltıcı rol oynamaktadır. Doğal duygular sergileme ise iş tatminini yüksek düzeyde etkileyen bir faktör olarak elde

edilmiştir. Ayrıca, yüzeysel rol yapma derinden rol yapmayı %54.1 arttırmakta ve doğal duyguları %43.6 azaltmaktadır. Derinden rol yapma ise doğal duyguları %44.9 azaltmaktadır.

4.8. Regresyon Analizleri Sonuçları

Çalışmada, duygusal emek ve iş tatmini ilişkisine yönelik olarak, regresyon analizleri uygulanmıştır. Duygusal emek boyutu bağımsız değişken (etkileyici değişken) olarak, iş tatmini bağımlı değişken olarak tanımlanmıştır.

Tablo 6: Regresyon Analizi Tahmin Sonuçları

Bağımlı Değişken: İş Tatmini	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p(anlamlılık)
Sabit	3.944711	0.292553	13.48376	0.0000*
Duygusal Emek	0.499716	0.079061	6.320608	0.0000*
$R^2 = 0.563$ $F_{hesap} = 45.90$ $F_{anlamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.152				
LM test (p)= 0.185 Jarque-Bera (p)=0.282				

*0.05 için istatistik anlamlı değişken

Tablo 5’den görüleceği üzere, duygusal emeğin iş tatminine etkisi istatistik anlamlı ve önemli çıkmıştır ($p < 0.05$). Duygusal emek iş tatminini %49.9 pozitif yönde olumlu etkilemektedir. Modelin R^2 değeri %56.3 olarak elde edilmiştir, duygusal emek çalışan performansını %56.3 oranında açıklamaktadır. Doğal olarak iş tatmini üzerinde farklı değişkenlerin de önemli etkileri bulunmaktadır. Modelin anlamlılığını belirten F testi p değeri < 0.05 olduğundan model anlamlıdır. Modelin varsayımlarına yönelik heteroskedasite (eş varyanslılığın sağlanmaması) için Harvey test kullanılmıştır. Harvey test sonucunda $p > 0.05$ olduğundan homoskedasite (eş varyans durumu) olduğu belirlenmiştir. Otokorelasyon problemine yönelik LM test uygulanmıştır. Test sonucunda $p > 0,05$ olduğundan otokorelasyon olmadığı belirlenmiştir. Hata paylarının normalliğine yönelik Jarque-Bera testi sonucunda $p > 0.05$ olduğundan hataların normal dağıldığı belirlenmiştir. Model varsayımları sağlamıştır, elde edilen sonuçlar yoruma uygun ve güvenilir yapıdadır.

5. Sonuç

Turizm sektöründe kalite ve marka bilinirliği oluşturmaya çalışan işletmeler, müşterilere karşı sergilenen davranışları işletme vizyonu olarak benimsemekte ve bu hizmeti bir standart haline getirmeye çalışmaktadır. Çalışanların duygularının bu şekilde standartlaştırılmaya çalışılması, duygusal yıpranmaya neden olmakta ve hem performansın hem de iş tatminin düşmesine sebep olmaktadır. Günümüzde, özellikle eğitim, turizm, sağlık, lojistik, bankacılık gibi hizmet sektörlerinde, müşteri memnuniyetinin öncelikli hale gelmesi, bu sektörde faaliyet gösteren örgütleri müşterilerine daha iyi hizmet sunmanın arayışları içerisine sokmuştur. Bu doğrultuda, örgütlerin çalışanlarının duygularını kullanarak, müşterileri etkilemeye çalışması zorlu piyasa şartları ve yoğun rekabet ortamında bir bakıma gereklilik, hatta zorunluluk haline getirilmiş, adeta çalışanların soyut ve kişiye öznel algısı olan duyguları ekonomik bir meta haline getirilmiştir.

Bu çalışmada, İstanbul’da hizmet veren iki turizm şirketinde farklı görevler yapan 287 çalışan için duygusal emek algılarının iş tatminine olan etkileri araştırılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda, içsel tatmin dışsal tatmini %61.3 arttırmaktadır. Yüzeysel rol yapma içsel tatmini %45.2 azaltmakta, dışsal tatmini ise % 39.6 azaltmaktadır. Derinden rol yapma içsel tatmini %40.2 azaltmakta, dışsal tatmini %41.9 azaltmaktadır. Doğal duygular içsel tatmini %52.4 arttırmakta, dışsal tatmini ise %48.8 arttırmaktadır. Regresyon analizi sonucunda, duygusal

emek iş tatminini %49.9 pozitif yönde olumlu etkilemektedir. Modelin R² değeri %56.3 olarak elde edilmiştir. Model varsayımları sağlamıştır.

İş tatmini sahip olduğu potansiyel nedeniyle örgütsel yaşamda özellikli bir öneme sahiptir. Bu nedenle, çalışanlar için kaçınılmaz bir durum olan duygusal emek gösteriminin negatif sonuçlarını ortadan kaldırmak için katalizör görevi görebilecek kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve geliştirilmesi örgütsel başarı için bir gerekliliktir. Bu süreçte, işin gerektirdiği gösterim kurallarını sergileyebilecek çalışanların seçimine yönelik insan kaynakları politikalarının geliştirilmesi de önemlidir. Çalışanlar için iş tatminini artıracak doğal davranış sergileme potansiyellerini yükseltecek politikalar izlenmelidir. Bu doğrultuda örgüt ortamının iyileştirilmesi, harcanılan duygusal emeğin olumlu yönde etkilerinin (çıktılarının) oluşması sağlanmalıdır.

Kaynakça

- Adelmann, P. K. (1995). Emotional Labor As A Potential Source Of Job Stres, In S. L. Santer ve L. R. Murphy (Eds.), *Organizational Risk Factors For Job Stress* (pp. 371-381), American Psychological Association, Washington, D.C.
- Altınok Gürel, P. & Sezgin, F. H. (2018). Psikolojik Sermayenin İş Performansına Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli Yardımıyla Belirlenmesi, *International Congress of Management, Economy and Policy (ICOMEPE'18-Spring) Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 629-644.
- Ashforth, B. E. & Humphrey, R. H. (1993). *Academy of Management, The Academy of Management Review*, 18(1), 88-115.
- Basım, H. N. & Beğenirbaş, M. (2012). Çalışma Yaşamında Duygusal Emek : Bir Ölçek Uyarlama Çalışması, *Yönetim ve Ekonomi*, 19(1), 77-90.
- Beğenirbaş, M. & Turgut, E. (2014)“İş Performansının Sağlanmasında Çalışanın Duygusal Emeğinin ve Örgütte Güven Algısının Etkileri”“*İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16(3):131-149.
- Brotheridge, C. M. & Grandey, A. A. (2002). Emotional Labor And Burnout: Comparing Two Perspectives Of People Work, *Journal of Vocational Behavior*, 60(2), 17-39.
- Chen, Z., Sun, H., Lam, W., Hu, Q.-H.Y. & Zhong, J. A. (2012). Chinese Hotel Employees in The Smiling Masks: Roles Of Job Satisfaction, Burnout, And Supervisory Support in Relationships Between Emotional Labor And Performance, *The International Journal of Human Resource Management*, 23(4), 826-845.
- Chu, K. H., Baker, M. A. & Murrmann, S. K. (2012). When We Are Onstage, We Smile: The Effects Of Emotional Labor On Employee Work Outcomes, *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 906-915.
- Côté, S. & Morgan, L. M. (2002). A Longitudinal Analysis Of The Association Between Emotion Regulations, Job Satisfaction and Intention To Quit, *Journal of Organizational Behavior*, 23(1) , 947-962.
- Dahling, J. J. & Perez, L. (2010). Older Worker, Different Actor? Linking Age And Emotional Labor Strategies, *Personality and Individual Differences*, 48(5), 574-578.
- Diefendorff, J. M., Croyle, M. H. & Gosserand, R. H. (2005). The Dimensionality And Antecedents Of Emotional Labour Strategies, *Journal of Vocational Behaviour*, 66(2), 339-357.
- Ghalandari, K. & Jogh, M. G. (2012). The Effect of Emotional Labor Strategies (Surface Acting and Deep Acting) on Job Satisfaction and Job Burnout in Iranian Organizations: The Role of Emotional Intelligence, *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1(12), 24-31.

- Gohel, K. (2012). Psychological Capital as a Determinant of Employee Satisfaction, *International Referred Research Journal*, 3(36), 34-37.
- Grandey, A. A. (2000). Emotion Regulation in The Workplace: A New Way To Conceptualize Emotional Labor, *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95-110.
- Grandey, A. A. & Gabriel A. S. (2015). Emotional Labor at a Crossroads: Where Do We Go from Here?, *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 2(1), 323-349.
- Hochschild, A. R. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, 20th Ed., Los Angeles: University of California Press.
- İrigüler, F. & Güler, M. (2016). Emotional Labor Of Tourist Guides: How Does it Affect Their Job Satisfaction And Burnout Levels?, *Journal of Yaşar University*, 11(42), 113-123.
- Johnson, H. A. (2004). *The Story Behind Service with a Smile: The Effects of Emotional Labor on Job Satisfaction, Emotional Exhaustion, and Affective Well-Being*, Unpublished PhD Thesis, Johnson University.
- Kinman, G., Wray, S. & Strange, C. (2011). Emotional Labour, Burnout And Job Satisfaction in UK Teachers: The Role Of Workplace Social Support, *Educational Psychology*, 31(7), 843-856.
- Kruml, S. M. & Geddes, D. (2000). Exploring The Dimensions of Emotional Labor: The Heart of Hochschild's Work, *Management Communication Quarterly*, 14(8), 8-49.
- Lee, J. J. & Ok, C. (2012). Reducing Burnout and Enhancing Job Satisfaction: Critical Role of Hotel Employees' Emotional Intelligence and Emotional Labor, *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 1101-1112.
- Lee, Y. H. & Woo, B. (2017). Emotional Intelligence, Emotional Labor And Emotional Exhaustion Among Korean Fitness Employees, *Journal of Global Sport Management*, 2(1), 65-78.
- Matin, H. Z., Kalali, N. & Anvari, M. (2012). Do Demographic Variables Moderate the Relationship Between Job Burnout and Its Consequences?, *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, 5(1), 47-62.
- Morris, J. A. & Feldman, D. C. (1996). The Dimensions, Antecedents, And Consequences Of Emotional Labor, *Academy of Management Review*, 21(1), 986-1010.
- Näring, G., Briët, M. & Brouwers, A. (2006). Beyond demands-control: Emotional Labor and Symptoms of Burnout in Teachers. *Work & Stress*, 20(4), 303-315.
- Weiss, D. J., Dawis, R. V., England, G. W. & Lofquist, L. H. (1967). *Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire*, Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation XXII, University of Minnesota.
- Oral, L. & Köse, S. (2011). Hekimlerin Duygusal Emek Kullanımı ile İş Doyumu ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 463-492.
- Pugliesi, K. (1999). The Consequences of Emotional Labour: Effects of Work Stress, Job Satisfaction, and Well-being, *Motivation and Emotion*, 23(2), 125-154.
- Rathi, N., Bhatnagar, D. & Mishra, S. K. (2013). Effect Of Emotional Labor On Emotional Exhaustion And Work Attitudes Among Hospitality Employees in India, *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism* 12(3), 273-290.
- Sezgin, F. H. & Kınay, B. (2010). A Dynamic Factor Model for Evaluation of Financial Crises in Turkey, *Bulletin De la Societe des Sciences Medicales*, No: 1/10, 109-117.

- Sezgin, F. H. (2016). Bayesci Faktör Analizi ve Maslach Tükenmişlik Envanteri Uygulaması, International Conference on Scientific Cooperation for the Future in the Social Sciences (USAK) Bildiriler Kitabı, 1283-1296.
- Torland, M. (2013). Emotional Labour And The Job Satisfaction Of Adventure Tour Leaders in Australia, Unpublished PhD Thesis, Southern Cross University, Lismore, NSW, USA.
- Tong, C. S., Wong, P. M. & Law, K. S. (2005). The Interaction Effect Of Emotional Intelligence And Emotional Labor On Job Satisfaction: A Test Of Holland's Classification Of Occupations In: Emotions In Organizational Behavior, Hartel, C., Zerbe, W. ve Ashkanasy, N. (Ed.). Lawrence Erlbaum, London, 235-251.
- Yang, F.-H. & Chang, C.-C. (2008). Emotional Labour, Job Satisfaction and Organizational Commitment Among Clinical Nurses: A Questionnaire Survey, International Journal of Nursing Studies, 45(1), 879-887.
- Zhang, Q. & Zhu, W. (2008). Exploring Emotion in Teaching: Emotional Labor, Burnout, and Satisfaction in Chinese Higher Education, Communication Education, 57(1), 105-122.