

# Turist Rehberlerine Yönelik Turist Nezaketsizliği ve Rehberlerin Nezaketsiz Davranışlara İlişkin Tepkileri\*

Nuray TETİK DİNÇ\*\* ID

Arzu BALIKOĞLU\*\*\* ID

Hasret ULUSOY MUTLU\*\*\*\* ID

## ÖZ

Bu çalışmada, turistlerin turist rehberlerine yönelik sergiledikleri nezaketsiz davranışların belirlenmesi ve rehberlerin bu davranışlar karşısında nasıl hissettiklerinin ve gösterdikleri tepkilerin neler olduğunun ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda verilerin elde edilmesi için nitel araştırma yaklaşımı tercih edilmiştir. Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Telefon ile görüşmeler yapılarak toplanan veriler, tematik analize tabi tutularak önce kodlanmış, ardından belirli temalar altında kategorize edilmiştir. Araştırma sonucunda, turist rehberlerinin en fazla karşılaştıkları nezaketsiz davranışların “rehberi satın almış gibi davranmak”, “uyarıları dikkate almamak” ve “anlatılanları dinlememek” olduğu ve rehberlerin bu nezaketsiz davranışlar karşısında çoğunlukla “sinir bozukluğu”, “moral bozukluğu”, “öfke” ve “üzüntü” hissettikleri belirlenmiştir. Turist rehberlerinin nezaketsiz davranışlara yönelik turistlere gösterdikleri tepkileri içerisinde en sık tekrarlananların “nazikçe uyarmak”, “sert bir dille uyarmak” ve “umursamamak” olduğu ve bu tepkiler doğrultusunda turistlerde görülen davranış değişikliğinin ise çoğunlukla “aynı davranışa devam etmek”, “kabahatini anlayıp özenli davranmak” ve “hatasının farkına varıp özür dilemek” yönünde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerinin çoğunlukla “rehberinin modunun düşmesi”, “grup üyelerinin moralinin bozulması” ve “grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi” şeklinde olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberleri, Turist Nezaketsizliği, Nezaketsiz Davranışlar

## Tourist Incivility for Tourist Guides and Reaction of Tourist Guides Towards Uncivil Behaviours

### ABSTRACT

In this study, it is aimed to determine the uncivil behaviours of tourists towards tourist guides and to reveal how the guides feel and what their reactions are in the face of these behaviours. Qualitative research approach was preferred in order to obtain the data in line with the purpose of the research. A semi-structured interview form was prepared as a data collection tool. The data collected through telephone interviews were subjected to thematic analysis and first coded and then categorized under certain themes. As a result of the research, it has been determined that the most uncivil behaviours encountered by tourist guides are “pretending to buy the guide”, “ignoring the warnings” and “not listening to what is told” and the guides mostly felt “nervous breakdown”, “depression”, “rage” and “sadness” in the face of these rude behaviours. It was determined that the most frequently repeated reactions of tourist guides to tourists against uncivil behaviours are “kindly warning”, “warning with a harsh language” and “ignore” and in line with these reactions, the behavioral change seen in tourists is mostly “continuing the same behaviours”, “understanding the fault and acting with care” and “realizing and apologizing for the mistake”. In addition, it was determined that the effects of tourist incivility on group harmony and tour flow were mostly “demoralization of the guide”, “the demoralization of the group members” and “the reaction of the group members to these people”.

**Keywords:** Tourist Guides, Tourist Incivility, Uncivil Behaviours

### 1.Giriş

Turist rehberleri, meslekleri gereği turistler ile bağ kurarak birebir iletişim kuran turizm çalışanlarıdır. Turist rehberlerinin grup üyelerine karşı gösterdiği olumlu tutum ve davranışlar, onların memnuniyetlerini etkilemekte ve turun başarılı bir şekilde sonuçlanmasına katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte tur süresince turist rehberlerinin olduğu kadar, grup üyelerinin de hem birbirlerine hem de turist rehberlerine karşı

\* Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonu'nun 16.03.2020 tarih ve 2020/2 Sayılı Kararı ile uygun bulunmuştur.

\*\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, ntetik80@yahoo.com

\*\*\* Dr. Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, arzukilic@balikesir.edu.tr

\*\*\*\* Dr. Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, hasretulusoy@balikesir.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.08.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 02.10.2022

göstermekle yükümlü olduğu davranışlar bulunmaktadır. Ancak turistler, gerek kişilik yapıları nedeniyle gerekse yaşadıkları ve sahip oldukları kültürün etkisiyle kimi zaman saygı kurallarını ihlal ederek kaba ve nezaketsiz davranışlar sergileyebilmektedir. Turist nezaketsizliği olarak ifade edilebilen bu davranışlar, grup içerisinde huzursuz bir ortam yaratarak tur akışını bozabilmekte, turist rehberlerinin duygu halini ve dolayısıyla performansını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu noktada turist rehberleri, nezaketsiz davranışları ortadan kaldırmak ve bir başka olumsuz davranışla karşılaşmamak için o anki duruma uygun tepkilerde bulunabilmektedir. Bu bağlamda turist rehberleri ve turist rehberi adaylarının karşılaşabilecekleri nezaketsiz davranışların neler olabileceğini bilmeleri ve bu doğrultuda uygun davranış geliştirmeleri, mesleğin icrası, turun gidişatı, grubun/ortamın huzuru ve turun başarı açısından önem arz etmektedir.

İlgili alanyazında turizm sektörü çalışanlarına yönelik sergilenen müşteri nezaketsizliğinin ele alındığı çalışmalar bulunmasına (Alola vd., 2019; Aydın & Tezgel Çoban, 2020; Cheng vd., 2020; Torres vd., 2017; Ugwu vd., 2021; Wang vd., 2022) rağmen turist rehberlerine yönelik ulusal ve uluslararası alanyazında konuyu ele alan uygulamalı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple bu çalışmanın teorik ve uygulama anlamında alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca turistlerin turist rehberlerine yönelik sergiledikleri nezaketsiz davranışların belirlenmesinin, grup yönetimi ve tur yönetimi konusunda turist rehberlerine yol gösterici olacağına inanılmaktadır. Bunun yanı sıra turist rehberlerinin nezaketsiz davranışlar sonrasındaki hisleri ve tepkilerinin neler olduğunun ortaya çıkarılmasının, turist rehberleri ve turist rehberi adaylarına mesleğin icrası sırasında karşılaşabilecekleri durumlar konusunda ipucu vereceği, bu hususta rehberlerin ve rehber adaylarının daha bilinçli ve konuya ilişkin hazırlıklı olmalarına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Türk Dil Kurumu'na göre "başkalarına karşı saygılı ve incelikle davranma, incelik, naziklik" şeklinde ifade edilen nezaket kavramı (sozluk.gov.tr, 2022), "başkalarına karşı, onların hislerini ve sosyal normlarını göz önüne alarak, saygılı ve onurlu davranmak" olarak tanımlanmaktadır (Andersson & Pearson, 1999 s. 454). Nezaket kavramının karşısı olan nezaketsizlik veya kabalık ise genel olarak bir toplumun normları içinde kabul edilen nazik, kibar ve düşünceli davranışlarla örtüşmeyen davranışlardır (McWilliams, 2017, s. 44). Random House Dictionary nezaketsizliği "kaba olma durumu veya niteliği, kaba davranış veya yaklaşım" olarak; nezaketsiz kişiyi "terbiyesiz, saygısız, kaba, incelikten yoksun, seviyesiz, incitici" olarak ifade etmektedir. Genel itibarıyla nezaketsizlik, "kişilerarası ilişkilerde saygı normlarını ihlal ederek başkalarına karşı gösterilen kabalık ve saygısızlık" olarak tanımlanmaktadır (Andersson & Pearson, 1999, s. 455). İşyerinde nezaketsizlik ise günlük olarak yaşanan ve bireysel refahı olumsuz etkileyen stres unsurlarıdır (Arnold & Walsh, 2015, s. 363). İşyeri nezaketsizliğinin en yaygın bilinen ve alıntılanan tanımı, 1999 yılında Andersson ve Pearson tarafından yapılmıştır. Buna göre işyeri nezaketsizliği, "karşılıklı saygı kurallarının ihlali ile ortaya çıkan, hedefe zarar verme niyetinin belirsiz olduğu, düşük yoğunluklu sapkın davranış" olarak tanımlanmaktadır (Andersson & Pearson, 1999, s. 457).

Çalışanlar, genellikle iş arkadaşlarının veya yöneticilerinin kendisi ile ilgili şikayetleri ve hayal kırıklıkları nedeniyle stresli işyeri ortamına maruz kalmaktadır. Ayrıca çalışanlar, bu gruplar sebebiyle işyeri nezaketsizliği ile sıklıkla karşı karşıya kalmaktadır. Özellikle hizmet odaklı organizasyonlarda müşteriler ile birebir iletişim halinde olan çalışanlar, müşteriler tarafından da nezaketsizlik örneği olarak hoş olmayan davranışlarla karşılaşmaktadır (Alola vd., 2019, s. 9). Üstelik bu organizasyonlarda müşteriler tarafından sergilenen nezaketsiz davranışlar, işletme içerisindeki iş arkadaşları ve yöneticiler tarafından sergilenen nezaketsiz davranışlardan çok daha sık görülmektedir (Amarnani, 2016, s. 5; Cho vd., 2016, s. 2893; Liu, 2017, s. 7; Sun, 2017, s. 11; Wen, 2018, s. 6).

Müşteri nezaketsizliğinin yaygınlığına katkıda bulunan faktörlerden biri, müşterilerin çalışanlarla bir defaya mahsus karşılaşma ve etkileşime girme durumunda olmasıdır (Amarnani, 2016, s. 5; Cho vd., 2016, s. 2893). Bu durum da müşterileri çalışanlara karşı nezaketsiz davranmaya yönlendirebilmektedir. Bir başka etken ise, müşterileri memnun etme, onları şımartma ve onlara istediklerini verme hizmet felsefesi (Yagil, 2008, s. 142) ile ortaya çıkan ve evrensel slogan haline gelen "müşteri her zaman haklıdır", "müşteri kraldır" ve "müşteri önce gelir" düşüncesidir (Yagil, 2008, s. 143; Van Jaarsveld vd., 2010, s. 1489; Han vd., 2016, s. 97; Wen, 2018, s. 6; Alola vd., 2019, s. 9; Park & Kim, 2020, s. 2). Bu nedenle, müşteri

nezaketsizliği özellikle hizmet ortamlarında oldukça yaygın hale gelen bir kavram olarak görülmektedir (Garcia vd., 2019, s. 203).

Müşteri nezaketsizliği, “karşılıklı saygı ve nezaket gibi sosyal normları ihlal ederek, bir çalışana psikolojik rahatsızlık veya zarar verme niyetiyle veya belirsiz bir niyetle, müşteri veya müşteri rolündeki biri tarafından gerçekleştirilen, şiddet içermeyen veya düşük yoğunluklu sapkın davranışlar” olarak tanımlanmaktadır (Bedi, 2011, s. 17; Sliter vd., 2010, s. 468; Liu, 2017, s. 31). Müşteri nezaketsizliğinin örnekleri arasında aşağıdakiler sayılabilmektedir (Dormann & Zapf, 2004; Van Jaarsveld vd., 2010, s. 1488; Bedi, 2011, s. 17; Zhan, 2011, s. 8; Koopmann vd., 2015, s. 34; Amarnani, 2016, s. 5; McWilliams, 2017, s. 50; Roter, 2018, s. 24; Shepard, 2018, s. 9; Wen, 2018, s. 5; Kim & Qu, 2019, s. 59):

- Çalışana küçümseyici şekilde, sırtarak veya gözlerini devirerek bakma,
- Çalışanla onu yetersiz hissettirecek şekilde konuşma,
- Zararsız görünen ancak incinmeye neden olan ince alay (örneğin bir kişinin görünüşü, davranışları veya işini yapma şekli hakkında) içerecek şekilde konuşma,
- Çalışanlarla kaba bir şekilde konuşma veya sert bir üslup kullanma,
- Çalışana sesini yükseltme veya öfkesini çalışandan çıkarma,
- Çalışanlara bağırma,
- Çalışanların sözünü kesme,
- Dinlememe,
- Küçümseyici veya aşağılayıcı sözler söyleme,
- Alaycı yorumlarda bulunma, zorlayıcı sorular sorma,
- Çalışanlardan aşırı veya mantıksız taleplerde bulunma,
- Kaba ve saygısız bir şekilde davranma,
- Çalışanın yeterliliğini sorgulama,
- Çalışanları görmezden gelme,
- Bir yetkiliyle veya müdürle konuşmak isteme,
- Başkalarının isteklerini görmezden gelme,
- Kapıları çarpma,
- Talimatları görmezden gelme,
- Profesyonellikten uzak terimler (abla, abi, bacı, vb.) kullanma.

Son yıllarda ilgili alanyazında müşterilerle ilişkili olumsuz davranışlara odaklanan çalışmalarda yer alan çok sayıda farklı terim; müşterilerden çalışanlara yönelik çeşitli olumsuz davranışları tanımlamak için kullanılmış ve birbirleriyle ilişkilendirilmiştir (McWilliams, 2017, s. 50). Kullanılan terimler arasında; “sapkın/anormal davranış” (Mills & Bonoma, 1979), “kötü muamele” (Skarlicki vd., 2008; Wang vd., 2011; Koopmann vd., 2015; Baranik vd., 2017; Hu vd., 2017; Garcia vd., 2019; Park & Kim, 2020), “işlevsiz davranış” (Harris & Reynolds, 2003; Fisk vd., 2010), “normatif olmayan davranış” (Grove vd., 1989) (aktaran; Fisk vd., 2010), “kötü niyetli davranış (jay-customer)” (Lovelock, 1994) (aktaran; Harris & Reynolds, 2004), “uygunsuz davranış” (Strutton vd., 1994), “etik olmayan davranış” (van Kenhove vd., 2003) sayılabilir. Terimlerin bu kadar çeşitli ve farklı olması, bu fenomeni araştıranların bakış açılarının ve pozisyonlarının çeşitliliğini de yansıtmaktadır (Harris & Reynolds, 2004, s. 340). Hangi kavramla açıklanırsa açıklansın, bu kavramların hemfikir olduğu nokta, çalışmada rahatsızlığa neden olan bir tür olumsuz müşteri davranışı olmasıdır (McWilliams, 2017, s. 50).

Taciz veya şiddet gibi saldırgan işyeri davranışlarıyla karşılaştırıldığında, müşteri nezaketsizliğinin daha düşük yoğunlukta olduğu, ancak kronik doğası nedeniyle çalışanların iş hayatında daha yaygın bir stres kaynağı olduğu ifade edilmektedir (McWilliams, 2017, s. 51). Örneğin, müşterinin teşekkür etmeyi ihmal etmesi veya cep telefonuyla konuşması küçük sorunlar gibi görünebilmekte, ancak zaman içinde kişinin refahı üzerinde ciddi bir etkiye sahip olabilmektedir (Sliter vd., 2010, s. 469). Müşteriler tarafından nezaketsiz davranışlara maruz kalan çalışanlar, büyük çoğunlukla hissettikleri olumsuz duyguları bastırmaya ve gizlemeye çalışmakta, mutlu bir surat ifadesi takınarak ve gülümseyerek hizmet etmeye çalışmaktadır

(Harris & Reynolds, 2003, s. 150; Hur vd., 2014, s. 398; Garcia vd., 2019, s. 204; Gaucher & Chebat, 2019, s. 2).

Nezaketsiz davranışlar, çalışanlarda bir takım duygusal ve psikolojik açıdan olumsuz çıktılara sebebiyet verebilmektedir. Bu çıktılardan en önemlisi ve en belirginini çalışanın yaşadığı strestir (Dormann & Zapf, 2004; Fisk vd., 2010; Kim vd., 2014; Sliter vd., 2012; Hu vd., 2017; Boukis vd., 2020), Müşteri nezaketsizliği ayrıca hem fiziksel (Hershcovis & Barling, 2010; Sliter vd., 2011), hem de psikolojik (Harris & Reynolds, 2003, s. 149; Arnold & Walsh, 2015) açıdan sağlık sorunlarına neden olabilmektedir. Bunlara ek olarak nezaketsizlik, çalışanda öfke duygusunun artışına neden olmakta, dahası üzüntü, korku, hayal kırıklığı, kırgınlık, incinme, suçluluk ve utanç gibi bir dizi başka olumsuz duyguları da beraberinde getirmektedir (Harris & Reynolds, 2003, s. 150; Koopmann vd., 2015, s. 38; Roter, 2018, s. 22; Başer Hüner, 2019, s. 9; Garcia vd., 2019, s. 204). Nezaketsiz davranışlar çalışanlarda çeşitli davranışsal tepkilere de neden olabilmektedir. Walker vd. (2014), bir çalışanın; müşterinin nezaketsizliğine karşılık olarak müşteriye kaba veya saygısız davranarak yanıt verme davranışı gösterebileceğini ifade etmektedir. Benzer şekilde Kim & Qu (2019), özellikle müşteri nezaketsizliği nedeniyle tükenmişlik yaşayan çalışanların; nezaketsiz davranışlar karşısında hem müşterilerine hem de iş arkadaşlarına karşı kaba davranma eğiliminde olduklarını tespit etmiştir. Nezaketsizliğin sarmal etkisi nedeniyle çalışanlar, karşılaştıkları olumsuz davranışlar karşısında “kısasa kısas” ilkesi dahilinde “misilleme” veya “ödeşme” yoluyla benzer tepkiyi gösterebilmektedir (Groth & Grandey, 2012; Wen, 2018, s. 10). Kimi zamansa çalışanlar daha da sert tepkilerde bulunabilmektedir. Örneğin, Bedi (2011) çalışanların, nezaketsiz müşterilere karşı intikam alma duygularının ağır bastığını ve hatta bu davranışta bilfiil bulduklarını belirlemiştir.

Çalışanların nezaketsiz davranışlar karşısında gösterdikleri tepkilerden bir diğeri ise sabotaj olarak ifade edilen davranış biçimidir. Çalışanlar, hizmeti sunmayı reddetmek, hizmeti geciktirmek, hizmeti bozmak veya ürüne zarar vermek, ilişkileri zedelemek, müşteriye yanlış yönlendirmek veya müşteri taleplerini gerçekleştirmek için gereğinden fazla zaman ayırmak gibi müşteriye, işletmeye veya iş arkadaşlarına yönelik çeşitli tepkisel davranışlarda bulunabilmektedir (Skarlicki vd., 2008, s. 1335; Wang vd., 2011; Shepard, 2018, s. 17). Skarlicki vd. (2008) belirttiğine göre bu davranışlar genellikle çalışanların haksızlığa uğradıklarını ve bu durumun adaletsizlik olduğunu düşündüklerinde veya hissettiklerinde ortaya çıkmaktadır. Nitekim müşteri nezaketsizliği çalışanlar tarafından haksızlık olarak algılanmaktadır (Koopmann vd., 2015, s. 35; Amarnani, 2016, s. 7).

Müşteri nezaketsizliği çalışanlar açısından hem duygusal hem de davranışsal birtakım olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir. Bu konuda turizm sektörü alanında yapılmış pek çok çalışma, müşteriler tarafından maruz kalınan ve nezaketsizlik olarak ifade edilen kaba ve olumsuz davranışları çeşitli değişkenlerle ilişkilendirerek sonuçları üzerine odaklanmıştır. Müşteri nezaketsizliğinin tespit edilmiş en yaygın olumsuz sonucu duygusal tükenmişliktir (Dormann & Zapf, 2004; Cho vd., 2016; Hu vd., 2017; Alola vd., 2019; Gaucher & Chebat, 2019; Kim & Qu, 2019). Müşteri nezaketsizliği ayrıca çalışanın iş tatmininin düşmesine neden olmaktadır (Wilson & Holmval, 2013; Kim vd., 2014) Park (2014) olumsuz müşteri davranışlarının, çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışını olumsuz etkilediğini belirlemiştir. Organizasyonel açıdan ele alındığında müşteri nezaketsizliği çalışanlarda işten ayrılma niyetini beslemekte (Han vd., 2016, s. 97; Alola vd., 2019), çalışanların işe devamsızlıklarını ve işe geç kalma oranlarını arttırmakta (Boukis vd., 2020), iş performansı ve iş veriminde ise azalışa neden olmaktadır (Cho vd., 2016). Müşteri nezaketsizliği ayrıca çalışanlarda yaratıcılığı azaltabilmektedir (Boukis vd., 2020).

Sonuç olarak müşteri nezaketsizliği, çalışanlar ile müşterilerin yoğun iletişim içerisinde bulunduğu (Sliter vd., 2012) hizmet sektörü için önemli bir sorundur. Çünkü karşılaşılan nezaketsiz davranışlar çalışanların motivasyonlarını kaybetmelerine, düşük performans göstermelerine, işe ve örgüte olan bağlılıklarının azalmasına, sadakatlerini yitirmelerine, işten ayrılma niyeti göstermelerine (Aydın & Tezgel Çoban, 2020, s. 50) ve duygusal tükenmişlik yaşamalarına (Dormann & Zapf, 2004) sebep olabilmektedir. Bu nedenle müşteri nezaketsizliği olgusunun, iş ve hizmet kalitesini etkilediği göz önüne alındığında dikkate alınması gereken önemli hususlardan biri olduğu görülmektedir. Turizm sektörünün yapı taşlarından olan ve turistlerle birebir iletişim ve etkileşim içinde olan turist rehberleri de turları esnasında bu türden nezaketsiz davranışlara maruz kalabilmektedir. Turist rehberlerinin turistlerle etkileşimi bağlamında olgu, “turist nezaketsizliği” adı altında ele alınmıştır.

### 3. Yöntem

Bu çalışmada, turist rehberlerinin karşılaştığı nezaketsiz davranışların belirlenmesi ve rehberlerin bu davranışlar karşısında neler hissettiklerinin ve bu davranışlara nasıl tepki gösterdiklerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda aşağıda yer alan sorulara cevap aranmıştır:

1. Turist rehberlerinin karşılaştığı nezaketsiz davranışlar nelerdir?
2. Turist rehberleri nezaketsiz davranışlar karşısında ne hissetmektedir?
3. Turist rehberleri nezaketsiz davranışlara nasıl tepki vermektedir?
4. Turistlerin sergilediği nezaketsiz davranışlar turun akışını nasıl etkilemektedir?

Araştırmanın amacı doğrultusunda mevcut durumun ortaya çıkarılması için nitel araştırma yaklaşımı tercih edilmiş ve durum çalışması deseni kullanılmıştır. Durum çalışması; sınırlı bir sistemi derinlemesine betimleyen ve inceleyen (Merriam, 2015), nasıl ve neden sorularını temel alan bir araştırma yöntemidir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 289). Durum çalışmaları; gerçek ortamda neler olduğunu tespit etme, sistematik bir şekilde verileri toplama, analiz etme ve sonuçları ortaya koyma yoludur (Davey, 2009).

#### 3.1. Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ruhsatnamesine sahip olan ve mesleği icra eden eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yönteminin tercih edildiği çalışmada, 15 Eylül- 15 Aralık 2021 tarihleri arasında 44 turist rehberi ile görüşülmüştür. Görüşmeler gerçekleştirilmeden önce araştırmanın bilimsel etik kurallara uygunluğu için, Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonu'nun 16.03.2020 tarihli ve 2020/2 sayılı toplantısında etik kurul onayı alınmıştır. Lincoln & Guba (1985, s. 222) amaçlı örnekleme yönteminde, örneklem büyüklüğünün hesaplanması hususunda çalışmada elde edilen bilgilerin göz önünde bulundurulması ve örneklem seçiminde, örneklem grubundan yeni bir bilgi alınamadığında veri toplamaya son verilmesi gerektiğini belirtmektedir (Aktaran Merriam, 2015, s. 79). Bu bilgiler doğrultusunda veriler tekrara düşmeye başladığında sonlandırılmıştır.

#### 3.2. Veri Toplama Yöntemi

Yarı yapılandırılmış görüşme formu, araştırmanın amacına ve araştırma sorularına uygun olarak hazırlanmıştır. Soruların anlaşılabilir olmasına ve sorularda yönlendirici ifadeler olmamasına özen gösterilmiştir. Alanyazın taraması sonrasında, araştırma amacına uygun olarak hazırlanan görüşme soruları, turizm rehberliği alanında bilimsel çalışmaları bulunan beş alan uzmanının görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Veriler, telefon aracılığıyla gerçekleşen görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Katılımcıların izinleri doğrultusunda ses kaydı alınmıştır. Görüşme formunda cinsiyet, yaş ve medeni durum gibi demografik soruların yanı sıra aşağıda yer alan açık uçlu sorular da yer almaktadır.

1. Tura çıktığınız turist gruplarının milliyetleri nelerdir?
2. Mesleki tecrübeniz süresince hangi turist nezaketsizliği içeren davranışlarla karşılaştınız? Turist grubunun milliyetini de yazarak anlatır mısınız?
3. Nezaketsiz davranış karşısında neler hissettiniz?
4. Nezaketsiz davranış karşısında nasıl bir tepki gösterdiniz?
5. Gösterdiğiniz tepkinin sonucunda turistte nasıl bir davranış değişikliği meydana geldi?
6. Nezaketsiz davranış, grup uyumunu ve tur akışını etkiledi mi? Etkilediyse nasıl bir etkisi oldu?

#### 3.3. Verilerin Analizi

Öncelikle yapılan telefon görüşmeleri deşifre edilmiş ve veriler analize hazır hale getirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler tematik analiz ile analiz edilmiştir. Verilerin içinde tema ve örüntüler bulmak amacıyla analitik tekniklere odaklanılan tematik analizde, “olaydan olaya, ortamdaki ortama ya da durumdan duruma değişen kodlarla kategorilerin ya da tematik düşüncelerin nasıl temsil edildiği” ortaya çıkarılabilmektedir (Glesne, 2015, s. 259). Au (2007, s. 259) bu analiz yönteminde verilerden temaların oluşturulduğunu, verilerin eleştirel bir şekilde sentezlendiğini ve yorumlandığını ifade etmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada, oluşturulan temalar doğrultusunda açık kodlama yapılarak kategoriler belirlenmiş, uygun temalar altına yerleştirilmiştir. Güvenilirlik ve geçerlik, tüm araştırmalarda kavramsal

çerçeve oluşturulmasından, verilerin analiz edilip yorumlanmasına kadar her aşamayı ilgilendiren konulardır. Nitel araştırmalarda güvenilirlik, bulguların tekrar elde edilme konusu değil, toplanan veriler ile sonuçların tutarlı olması ile sağlanmaktadır. Nitel araştırmalarda iç geçerliliğin sağlanabilmesi için uzman incelemesi yapılmakta, dış geçerliliğin sağlanabilmesi için ise araştırma, okuyucu açısından düşünülüp ele alınmaktadır (Merriam, 2015, s. 200-218). Araştırmada toplanan verilerin tutarlılığı için veriler tüm araştırmacılar tarafından birlikte kodlanmış, sonuçlar tartışılmış ve uzlaşmaya varılmıştır. Araştırmanın iç geçerliliği uzman görüşüne başvurulmuş, dış geçerliliği ise okuyucuların anlayacağı bir biçimde verilerle tema ve kodların anlaşılmasıyla sağlanmıştır.

#### 4. Bulgular

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1’de sunulmuştur. Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan turist rehberlerinin %70,5’inin erkeklerden, %29,5’inin ise kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Medeni durumlarına göre ise katılımcıların %63,6’sının bekar %36,4’ünün ise evli olduğu belirlenmiştir. Yaş dağılımlarına bakıldığında, katılımcıların %75 oranı ile 26-35 yaş aralığında ve %11,4 oranı ile 46 yaş ve üstünde yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin mesleki tecrübe sürelerine göre dağılımlarına bakıldığında ise, katılımcıların büyük çoğunluğunun %40,9 oranı ile 1-5 yıl arası, %36,5 oranı ile 6-10 yıl arası deneyime sahip olduğu ve tecrübeli rehberlerden oluştuğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Turist Rehberlerinin Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişkenler	n	%	Değişkenler	n	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Mesleki Tecrübe Süresi</b>		
Kadın	13	29,5	1 yıldan az	3	6,8
Erkek	31	70,5	1-5 yıl arası	18	40,9
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	6-10 yıl arası	16	36,5
<b>Medeni Durum</b>			11-15 yıl arası	2	4,5
Bekar	28	63,6	16-20 yıl arası	2	4,5
Evli	16	36,4	21 yıl ve üzeri	3	6,8
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>					
25 yaş ve altı	3	6,8			
26-35 yaş arası	33	75			
36-45 yaş arası	3	6,8			
46 yaş ve üstü	5	11,4			
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>			

Tablo 2’de turist rehberlerinin tura çıktıkları grupların milliyetlerine ilişkin frekans değerleri sunulmuştur. Bu verilere göre turist rehberlerinin ağırlıklı olarak tur gerçekleştirdikleri grupların %22,9’unun Türk, %6,7’sinin Hintli, %6,7’sinin İngiliz, %5,7’sinin Çinli, %5,7’sinin Amerikalı ve %5,7’sinin Avustralyalı olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** Turist Rehberlerinin Tura Çıktıkları Grupların Milliyetlerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişkenler	n	%	Değişkenler	n	%
<b>*Tura Çıktılan Grubun Milliyeti</b>					
Türk	24	22,9	Romen	2	1,9
Hintli	7	6,7	Taylandlı	2	1,9
İngiliz	7	6,7	Tayvanlı	2	1,9
Avustralyalı	6	5,7	Japon	2	1,9
Çinli	6	5,7	Çek	1	1
Amerikalı	6	5,7	Filipinli	1	1
Alman	4	3,8	Hırvat	1	1
Malezyalı	4	3,8	Latin	1	1
Kanadalı	3	2,9	Hollandalı	1	1
Endonezyalı	3	2,9	Pakistanlı	1	1
Rus	3	2,9	Sırp	1	1

Turist Rehberlerine Yönelik Turist Nezaketsizliği ve Rehberlerin Nezaketsiz Davranışlara İlişkin Tepkileri

Koreli	3	2,9	Singapurlu	1	1
Arap	1	1	Slovak	1	1
Macar	2	1,9	Ukraynalı	1	1
Brezilyalı	2	1,9	Yeni Zelandalı	1	1
İspanyol	2	1,9	Lübnanlı	1	1
İtalyan	2	1,9	<b>Toplam</b>	<b>105</b>	<b>100</b>

*\*Bu soruda birden fazla cevap verilebildiğinden dolayı toplam "n değeri" 44'den fazladır.*

Tablo 3'te görüldüğü üzere turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının altında "bilgi ve anlatıma yönelik nezaketsiz davranışlar", "tur yönetimine yönelik nezaketsiz davranışlar", "üstünlük sağlamaya yönelik nezaketsiz davranışlar", "düşmanca nezaketsiz davranışlar", "gerçeği yansıtmayan nezaketsiz davranışlar" ve "mahremiyete yönelik nezaketsiz davranışlar" olmak üzere 6 alt tema belirlenmiştir. Alt temaların kategorileştirilmesi sonucunda turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlara ilişkin toplam 35 adet kod tespit edilmiştir. Tablo 3'te turist rehberine yönelik nezaketsiz davranışlara ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Elde edilen verilere göre turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlara ilişkin ortaya çıkan temaların tekrarlanma sıklığı 111'dir.

Bilgi ve anlatıma yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 8 kod belirlenmiştir. 29 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %26,1'ini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin "dinlememek (10), sözünü kesmek (7), bilgisini küçümsemek (3) ve bilgisini sınamak (3)" olduğu görülmüştür. Tur yönetimine yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 5 kod belirlenmiştir. 17 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %15,3'ünü oluşturmaktadır. Tur yönetimine yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması içerisindeki "uyarıları dikkate almamak (11) ve turu yönetmeye çalışmak (3)" ifadeleri en sık tekrarlanandır. Üstünlük sağlamaya yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 9 kod belirlenmiştir. 33 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %29,7'sini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin "satın almış gibi davranmak (12), egolu davranmak (5) ve küçümseyici söz ve davranışlarda bulunmak (5)" olduğu görülmüştür. Düşmanca nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 7 kod belirlenmiştir. 17 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %15,3'ünü oluşturmaktadır. Düşmanca nezaketsiz davranışlar alt teması içerisindeki "hakaret etmek (4) ve ulusal hassasiyet içeren konularda tahrik edici söylemlerde bulunmak (4)" ifadeleri en sık tekrarlanandır.

Gerçeği yansıtmayan nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 4 kod belirlenmiştir. 10 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %,9'unu oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin "haksız yere suçlamak (5), kendi kabahatini rehberin üzerine atmak (2) ve nedensiz olarak beğenmemek (2)" olduğu görülmüştür. Mahremiyete yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması ile ilgili 2 kod belirlenmiştir. 5 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar ana temasının %4,5'ini oluşturmaktadır. Mahremiyete yönelik nezaketsiz davranışlar alt teması içerisindeki "kişisel alanına saygı duymamak (4)" ifadesi en sık tekrarlanandır.

Turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlara ilişkin tekrarlanma sıklığı genel olarak incelendiğinde ise en çok tekrarlanan "rehberi satın almış gibi davranmak" kodu olduğu, 12 kez tekrarlandığı ve üstünlük sağlamaya yönelik nezaketsiz davranışlar alt temasının %10,8'ini oluşturduğu görülmektedir. Bu kodları sırasıyla tur yönetimine yönelik nezaketsiz davranışlar alt temasında %9,9 oranıyla "uyarıları dikkate almamak" ve bilgi ve anlatıma yönelik nezaketsiz davranışlar alt temasında %9 oranıyla "dinlememek" kodları izlemektedir.

**Tablo 3.** Turist Rehberlerine Yönelik Sergilenen Nezaketsiz Davranışlara İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	Kodlar	n	%	
<b>TURİST REHBERLERİNE YÖNELİK NEZAKETSİZ DAVRANIŞLAR</b>	<b>Bilgi ve Anlatıma Yönelik Nezaketsiz Davranışlar</b>	Anlatılanı dinlememek	10	9	
		Sözünü kesmek	7	6,3	
		Bilgisini küçümsemek	3	2,7	
		Bilgisini sınamak	3	2,7	
		Her şeyi biliyormuş gibi davranmak	2	1,8	
		Başka rehberlerle kıyaslamak	2	1,8	
		İyi anlatımları bile eleştirmek	1	0,9	
		Anlatım esnasında yok saymak	1	0,9	
		<b>Tur Yönetimine Yönelik Nezaketsiz Davranışlar</b>	Uyarıları dikkate almamak	11	9,9
			Turu yönetmeye çalışmak	3	2,7
	Dikkat dağıtmak		1	0,9	
	Ayrıcalıklı davranılmasını beklemek		1	0,9	
	Mikrofonu ele geçirmeye çalışmak		1	0,9	
	<b>Üstünlük Sağlamaya Yönelik Nezaketsiz Davranışlar</b>	Rehberi satın almış gibi davranmak	12	10,8	
		Egolu davranmak	5	4,5	
		Küçümseyici söz ve davranışlarda bulunmak	5	4,5	
		Ukala davranışlar sergilemek	4	3,6	
		Dalga geçmek	2	1,8	
		Yetersiz hissettirmesini sağlamaya çalışmak	2	1,8	
		Değersiz davranmak	1	0,9	
		Kendini üstün görmek	1	0,9	
		Mesleği küçümseyici bir tavır takınmak	1	0,9	
		<b>Düşmanca Nezaketsiz Davranışlar</b>	Hakaret etmek	4	3,6
	Ulusal hassasiyet içeren konularda tahrik edici söylemlerde bulunmak		4	3,6	
	Emir vererek konuşmak		3	2,7	
	Üzerine yürümek/itmek		2	1,8	
	Sesini yükseltmek		2	1,8	
	Kaba bir üslupla konuşmak		1	0,9	
	Tartışmak		1	0,9	
	Haksız yere suçlamak		5	4,5	
	<b>Gerçeği Yansıtmayan Nezaketsiz Davranışlar</b>	Kendi kabahatini rehberin üzerine atmak	2	1,8	
		Nedensiz olarak beğenmemek	2	1,8	
		Asılsız şikayetler uydurmak	1	0,9	
<b>Mahremiyete Yönelik Nezaketsiz Davranışlar</b>	Kişisel alanına saygı duymamak	4	3,6		
	Fiziki özellikleri ile alay etmek	1	0,9		
		<b>Toplam</b>	<b>111</b>	<b>100</b>	

Tablo 4'te turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar sergileyen grupların milliyetlerine ilişkin frekans değerleri sunulmuştur. Bu verilere göre turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlarda bulunan turistlerin %45'inin Türk, %21,7'sinin Hintli, %5'inin Pakistanlı ve %5'inin Çinli olduğu görülmektedir.

**Tablo 4.** Turist Rehberlerine Yönelik Nezaketsiz Davranışlar Sergileyen Grupların Milliyetlerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişkenler	n	%	Değişkenler	n	%
Türk	27	45	Slovak	1	1,7
Hintli	13	21,7	İspanyol	1	1,7
Pakistan	3	5	İsraili	1	1,7
Çinli	3	5	Arap	1	1,7
İngiliz	2	3,3	Bangladeşli	1	1,7
Fransız	1	1,7	Amerikalı	1	1,7
Çek	1	1,7	İtalyan	1	1,7
Hollandalı	1	1,7	Lübnanlı	1	1,7
Nepalli	1	1,7	<b>Toplam</b>	<b>60</b>	<b>100</b>



Tablo 5'te turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin hissettiklerine ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin hissiyatları ana teması ile ilgili 15 kod belirlenmiştir. 57 kere tekrarlanmış olan bu ana tema içerisinde en sık tekrarlanan ifadelerin “sinir bozukluğu (10), moral bozukluğu (7) üzüntü (6), öfke (6), hayal kırıklığı (4) ve meslekten soğuma (4)” olduğu görülmüştür.

**Tablo 5.** Turist Nezaketsizliği Karşısında Turist Rehberlerinin Hislerine İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	n	%
<b>TURİST NEZAKETSİZLİĞİ KARŞISINDA TURİST REHBERLERİNİN HİSSİYATLARI</b>	Sinir bozukluğu	10	17,5
	Moral bozukluğu	7	12,3
	Öfke	6	10,5
	Üzüntü	6	10,5
	Hayal kırıklığı	4	7
	Meslekten soğuma	4	7
	Stresli	3	5,3
	Yetersiz ve tecrübesiz	3	5,3
	Yok sayılma	3	5,3
	Şaşkınlık	2	3,5
	Umutsuzluk	2	3,5
	Bıkkınlık	2	3,5
	Çaresizlik	2	3,5
	Huzursuzluk	2	3,5
	Kırgınlık	1	1,8
<b>Toplam</b>		<b>57</b>	<b>100</b>

Turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkiler ana temasının altında “turiste yansıtılan tepkiler ve turiste yansıtılmayan tepkiler” olmak üzere 2 alt tema belirlenmiştir. Alt temaların kategorileştirilmesi sonucunda turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilere ilişkin toplam 25 adet kod tespit edilmiştir. Tablo 6’da turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilere ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Elde edilen verilere göre turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilere ilişkin ortaya çıkan temaların tekrarlanma sıklığı 83’tür.

Turiste yansıtılan tepkiler alt teması ile ilgili 18 kod belirlenmiştir. 58 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkiler ana temasının %69,7’sini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin “nazikçe uyarmak (11), sert bir dille uyarmak (8), yanlış bildikleri şeyin doğrusunu anlatmak (6) ve nazikçe sözlü olarak cevap vermek (6)” olduğu görülmüştür. Turiste yansıtılmayan tepkiler alt teması ile ilgili 7 kod belirlenmiştir. 25 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkiler ana temasının %30,3’ünü oluşturmaktadır. Turiste yansıtılmayan tepkiler alt teması içerisindeki “umursamamak (8), soğukkanlı davranmak (7) ve tepkisiz kalmak (6)” ifadeleri en sık tekrarlanandır.

Turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilere ilişkin tekrarlanma sıklığı genel olarak incelendiğinde ise en çok tekrarlananın “nazikçe uyarmak” kodu olduğu, 11 kez tekrarlandığı ve turiste yansıtılan tepkiler alt temasının %13,3’ünü oluşturduğu görülmektedir. Bu kodları sırasıyla turiste yansıtılan tepkiler alt temasında %9,6 oranıyla “sert bir dille uyarmak”, turiste yansıtılmayan tepkiler alt temasında %9,6 oranıyla “umursamamak” ve %8,4 oranıyla “soğukkanlı davranmak” kodları izlemektedir.

**Tablo 6.** Turist Nezaketsizliği Karşısında Turist Rehberlerinin Gösterdikleri Tepkilere İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	Kodlar	n	%	
<b>TURİST NEZAKETSİZLİĞİ KARŞISINDA TURİST REHBERLERİNİN GÖSTERDİKLERİ TEPKİLER</b>	<b>Turiste Yansıtılan Tepkiler</b>	Nazikçe uyarmak	11	13,3	
		Sert bir dille uyarmak	8	9,6	
		Yanlış bildikleri şeyin doğrusunu anlatmak	6	7,2	
		Nazikçe sözlü olarak cevap vermek	6	7,2	
		Aynı davranış şekliyle karşılık vermek	4	4,8	
		Sorunun kaynağını öğrenmeye çalışmak	3	3,6	
		Turistle iletişimi kesmek	2	2,4	
		Turun liderinin kim olduğunu hatırlatmak	2	2,4	
		Yanlışını anlaması için diğer misafirleri yanına çekmek	2	2,4	
		Nazikçe yaptığını yüzüne vurmak	2	2,4	
		Aynı davranışları sergilemesi halinde gruptan atmak ile tehdit etmek	2	2,4	
		Beden dili ile karşılık vermek	2	2,4	
		Gruptan özür dilemesini sağlamak	2	2,4	
		Misafiri sakinleştirmeye çalışmak	2	2,4	
	Nazikçe istekleri geri çevirmek	1	1,2		
	Seyahat acentası ile görüşüp turu bırakmak	1	1,2		
	Sürelelere uymayan grup üyelerini depar yerinde bırakmak	1	1,2		
	Tartışma sonucu ağlamak	1	1,2		
	Umursamamak	8	9,6		
	Soğukkanlı davranmak	7	8,4		
	Tepkisiz kalmak	6	7,2		
	Anlayışlı davranmak	1	1,2		
	Ortamdan uzaklaşmak	1	1,2		
	Sabır göstermek	1	1,2		
	Sinirlenip belli etmemek	1	1,2		
	<b>Toplam</b>			<b>83</b>	<b>100</b>
		<b>Turiste Yansıtılmayan Tepkiler</b>			

Tablo 7’de görüldüğü üzere turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliği ana temasının altında “olumlu değişiklikler, olumsuz değişiklikler ve yön belirtmeyen değişiklikler” olmak üzere 3 alt tema belirlenmiştir. Alt temaların kategorileştirilmesi sonucunda Turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliklerine ilişkin toplam 14 adet kod tespit edilmiştir. Tablo 7’de turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliklerine ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Elde edilen verilere göre turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliklerine ilişkin ortaya çıkan temaların tekrarlanma sıklığı 61’dir.

Olumlu değişiklikler alt teması ile ilgili 4 kod belirlenmiştir. 25 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliği ana temasının %41’ini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin “kabahatini anlayıp özenli davranmak (12) ve hatasının farkına varıp özür dilemek (6)” olduğu görülmüştür. Olumsuz değişiklikler alt teması ile ilgili 7 kod belirlenmiştir. 29 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, Turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliği ana temasının %47,4’ünü oluşturmaktadır. Olumsuz değişiklikler alt teması içerisindeki “aynı davranışa devam etmek (18), rehberine tavır almak (3) ve rehberi acentaya şikayet etmek (3)” ifadeleri en sık tekrarlanandır. Yön belirtmeyen değişiklikler alt teması ile ilgili 3 kod belirlenmiştir. 7 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliği ana temasının %11,5’ini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin “susmak (4) ve modu düşmek (2)” olduğu görülmüştür.

Turist rehberlerinin tepkileri sonrası turistlerdeki davranış değişikliklerine ilişkin tekrarlanma sıklığı genel olarak incelendiğinde ise en çok tekrarlananın “aynı davranışa devam etmek” kodu olduğu, 18 kez tekrarlandığı ve olumsuz değişiklikler alt temasının %29,5’ini oluşturduğu görülmektedir. Bu kodları sırasıyla olumlu değişiklikler alt temasında %19,7 oranıyla “kabahatini anlayıp özenli davranmak” ve %9,8 oranıyla “hatasının farkına varıp özür dilemek” kodları izlemektedir.

**Tablo 7.** Turist Rehberlerinin Tepkileri Sonrasında Turistlerde Görülen Davranış Değişikliğine İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	Kodlar	n	%
<b>TURİST REHBERLERİNİN TEPKİLERİ SONRASI TURİSTLERDEKİ DAVRANIŞ DEĞİŞİKLİĞİ</b>	<b>Olumlu Değişiklikler</b>	Kabahatini anlayıp özenli davranmak	12	19,7
		Hatasının farkına varıp özür dilemek	6	9,8
		Sakinleşmek	5	8,2
		Daha dikkatli dinlemek	2	3,3
	<b>Olumsuz Değişiklikler</b>	Aynı davranışa devam etmek	18	29,5
		Rehberle tavır almak	3	4,9
		Rehberi acentaya şikayet etmek	3	4,9
		Suratı asık bir şekilde gezmek	2	3,3
		Üste çıkmaya çalışmak	1	1,6
		Gönülsüz dinlemek	1	1,6
		Yapılan toplu etkinliklere katılmamak	1	1,6
	<b>Yön Belirtmeyen Değişiklikler</b>	Susmak	4	6,6
		Modu düşmek	2	3,3
		Suçluluk psikolojisi hissetmek	1	1,6
			<b>Toplam</b>	<b>61</b>

Tablo 8’de turist nezaketsizliğinin grup uyumunu ve tur akışını etkileme durumuna ilişkin frekans değerleri sunulmuştur. Bu verilere göre turist rehberlerinin %68,2’si turist nezaketsizliklerinin grup uyumunu ve tur akışını etkilediğini %31,8’i ise nezaketsiz davranışların tur programını etkilemediğini ifade etmiştir.

**Tablo 8:** Turist Nezaketsizliğinin Grup Uyumunu ve Tur Akışını Etkileme Durumuna İlişkin Frekans Değerleri

Değişkenler	n	%
Evet	30	68,2
Hayır	14	31,8
<b>Toplam</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Tablo 9’da görüldüğü üzere turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkileri ana temasının altında “grubun uyumuna yönelik etkisi ve turun akışına yönelik etkisi” olmak üzere 2 alt tema belirlenmiştir. Alt temaların kategorileştirilmesi sonucunda turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerine ilişkin toplam 13 adet kod tespit edilmiştir. Tablo 9’da turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerine ilişkin belirlenen temalar, tekrarlanma sıklıkları ve yüzde oranlarıyla sunulmuştur. Elde edilen verilere göre turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerine ilişkin ortaya çıkan temaların tekrarlanma sıklığı 43’tür.

Grubun uyumuna yönelik etkisi alt teması ile ilgili 6 kod belirlenmiştir. 21 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkileri ana temasının %48,8’ini oluşturmaktadır. Bu alt temada tekrarlanma sıklığı en fazla olan ifadelerin “grup üyelerinin moralinin bozulması (7) ve grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi (6)” olduğu görülmüştür. Turun akışına yönelik etkisi alt teması ile ilgili 7 kod belirlenmiştir. 22 kere tekrarlanmış olan bu alt tema, turist nezaketsizliği karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkiler ana temasının %51,2’sini oluşturmaktadır. Turun akışına yönelik etkisi alt teması içerisindeki “rehberin modunun düşmesi (7), grup üyelerinin turist rehberine destek olması (6) ve tur ahenginin bozulması (6)” ifadeleri en sık tekrarlanandır.

Turist nezaketsizliğinin grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerine ilişkin tekrarlanma sıklığı genel olarak incelendiğinde ise en çok tekrarlananın “grup üyelerinin moralinin bozulması” ve “rehberin modunun düşmesi” kodları olduğu, 7 kez tekrarlandığı ve grubun uyumuna yönelik etkisi ve turun akışına yönelik etkisi alt temalarının %16,3’ünü oluşturduğu görülmektedir. Bu kodları sırasıyla grubun uyumuna yönelik etkisi alt temasında %14 oranıyla “grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi” ve %11,6 oranıyla “grup üyelerinin huzurunun bozulması” kodları izlemektedir.

**Tablo 9.** Turist Nezaketsizliğinin Grup Uyumuna ve Tur Akışına Yönelik Etkilerine İlişkin Ortaya Çıkan Temalar

Ana Tema	Alt Temalar	Kodlar	n	%
<b>TURİST NEZAKETSİZLİĞİN İN GRUP UYUMUNA VE TUR AKIŞINA YÖNELİK ETKİLERİ</b>	<b>Grubun Uyumuna Yönelik Etkisi</b>	Grup üyelerinin moralinin bozulması	7	16,3
		Grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi	6	14
		Grup üyelerinin huzurunun bozulması	5	11,6
		Grup üyelerinin o kişiyi ikna etmeye çalışması	1	2,3
		Grup üyelerinin saygı çerçevesinde kalmak için daha özenli davranması	1	2,3
	<b>Turun Akışına Yönelik Etkisi</b>	Grup üyelerinin de nezaketsiz davranışlar sergilemeye başlaması	1	2,3
		Rehberin modunun düşmesi	7	16,3
		Tur ahenginin bozulması	4	9,3
		Grup üyelerinin turist rehberine destek olması	4	9,3
		Tur programının aksaması	3	7
		Rehberin anlatımı yüzeysel yapması	2	4,7
		Rehber değişikliği yapılması	1	2,3
		Grup üyelerinin turu sabote etmesi	1	2,3
		<b>Toplam</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

### 5. Sonuç ve Öneriler

Müşteriler ile birebir iletişimin yoğun yaşandığı turizm sektöründe, turizm çalışanları; müşteri nezaketsizliği ile sık sık karşı karşıya kalmaktadır. Sektörün önemli çalışanlarından biri olan turist rehberleri de turları esnasında nezaketsiz davranışlara maruz kalabilmektedir. Çalışma hayatını olumsuz yönde etkileyen nezaketsiz davranışlar, diğer turizm çalışanlarını olduğu gibi turist rehberlerini de olumsuz yönde etkileyebilmekte, rehberlerde performans düşüklüğüne ve motivasyon kaybına sebep olabilmektedir. Bu nedenle turist nezaketsizliğinin, tur kalitesini olumsuz yönde etkilediği göz önüne alındığında, dikkate alınması gereken önemli hususlardan biri olduğu görülebilmektedir. Turist nezaketsizliği sorunu, turist rehberliği mesleği için önem arz eden bir konu olmasına karşın alanyazında turizm sektörü çalışanları bağlamında ele alınmış ancak turist rehberleri nezdinde konuyu ele alan uygulamalı bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple araştırmada elde edilen sonuçlar, alanyazında turizm çalışanları üzerine yapılan uygulamalı çalışmaların sonuçları ile desteklenmeye çalışılmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular ışığında araştırmaya katılan turist rehberlerinin en fazla karşılaştıkları nezaketsiz davranışların; rehberi satın almış gibi davranmak, rehberin uyarılarını dikkate almamak, rehberi dinlememek ve rehberin sözünü kesmek olduğu tespit edilmiştir. Torres vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada, nezaketsiz davranışlar kapsamında müşterilerin aşağılayıcı yorumlarda bulunduğu, öfkelenildiği, sözlü saldırılarda bulunduğu, küçümseyici davranışlar sergilediği dile getirilmektedir. Bu bağlamda araştırma sonuçlarının benzerlik gösterdiği görülmektedir. Araştırmaya katılan turist rehberlerine yönelik nezaketsiz davranışlar sergileyen grupların milliyetlerinin çoğunlukla Türk, Hintli, Pakistanlı ve Çinli olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların ağırlıklı olarak tur gerçekleştirdikleri grupların milliyetlerinin de Türk, Hintli, İngiliz, Çinli, Amerikalı ve Avustralyalı olduğu görülmektedir. Bu noktada araştırmaya katılan turist rehberlerinin yoğunlukla tur gerçekleştirdiği milliyetler ile nezaketsiz davranış sergileyen milliyetlerin benzerlik gösterdiği görülmektedir. Ancak nezaketsiz davranışlar sergileyen grupların tekrarlanma sıklıkları ve tur gerçekleştirilen grupların milliyetleri karşılaştırıldığında, turist rehberlerinin; daha çok yerli turistler (iç pazar) ile gerçekleştirilen turlarda nezaketsiz davranışlara maruz kaldıkları dikkat çekmektedir.

Nezaketsiz davranışlara maruz kalan turist rehberlerinin bu davranışlar karşısında sinir bozukluğu, moral bozukluğu, üzüntü, öfke ve hayal kırıklığı yaşadığı; ayrıca meslekten soğuma duygusuna kapıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda turist rehberlerinin müşteri nezaketsizliği nedeniyle duygusal olarak yıprandığı ve bu durumun rehberlerin performansını ve hizmet kalitesini olumsuz yönde etkilediği söylenebilir. Torres vd. (2017) müşteri nezaketsizliğine maruz kalan çalışanların daha stresli oldukları, hayal kırıklığına uğramış ve duygusal olarak tükenmiş hissettikleri sonucuna ulaşmıştır. Nitekim Dallimore vd. (2007) ve Skarlicki vd. (2008) tarafından yapılan araştırmanın sonuçları da müşteri nezaketsizliği sonucu çalışanların olumsuz duygular hissettiğini doğrulamaktadır. Alola vd. (2019) ise çalışmalarında müşteri nezaketsizliğinin duygusal tükenme ve işten ayrılma niyetini artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Sonuçlar, bu

araştırmanın sonucu ile benzerlik göstermektedir. Diğer yandan Aydın ve Tezgel Çoban (2020) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre müşteri nezaketsizliğinin işe bağlılık üzerinde bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Bu durum, bu araştırmanın sonuçlarından olan meslekte soğuma ibaresi ile zıtlık göstermektedir.

Turistlerin nezaketsiz davranışları karşısında turist rehberlerinin gösterdikleri tepkilerin yoğunlukla turistleri nazıkçe uyarmak, turistleri sert bir dille uyarmak, turistleri umursamamak, durum karşısında soğukkanlı davranmak, turistlere yanlış bildikleri şeyin doğrusunu anlatmak, turistlere nazıkçe sözlü olarak cevap vermek ve durum karşısında tepkisiz kalmak yönünde olduğu görülmektedir. Grandey vd. (2004) ve Goussinsky (2011) tarafından yapılan çalışmada müşteri nezaketsizliği ile çalışan saldırganlığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, araştırmanın sonuçlarından biri olan turist rehberlerinin turistleri sert bir dille uyarması bağlamında ilişkilendirilebilir. Torres vd. (2017) çalışmalarında, çalışanların medeni olmayan davranışlara duyarlılığı ile müşteri nezaketsizliği arasında bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Araştırmacılar, çalışanların çalışanlara olan nezaketsizliğini (işyeri nezaketsizliği) hoşgörü ile karşılamadıklarını, ancak müşterilerin çalışanlara yönelik nezaketsiz davranışlarını hoşgörü ile karşılayabildiklerini dile getirmiştir. Nitekim turist rehberleri tarafından sergilenen turistleri nazıkçe uyarma, durum karşısında soğukkanlı davranma ve turist karşısında tepkisiz kalma davranışlarının nedeni turistleri hoşgörü ile karşılamaktan kaynaklı olduğu ifade edilebilir.

Turist rehberlerinin, turistlere gösterdikleri tepkiler sonrasında turistlerin davranışlarında olumlu, olumsuz ve yön belirtmeyen şekilde birtakım değişikliklerin olduğu tespit edilmiştir. Bu davranışların çoğunlukla aynı davranışı sergilemeye devam etmek, kabahatini anlayıp özenli davranmak, hatasının farkına varıp özür dilemek, susmak, rehberine tavır almak ve rehberi acentaya şikayet etmek şeklinde olduğu belirlenmiştir. Turistlerin nezaketsiz davranışlarını sürdürmeleri, turist rehberlerinin gösterdiği tepki sonrasında aynı davranışları sergilemeleri, kişilerarası sorunlardan çıkarak grup içerisinde huzursuzluğa sebep olabilmektedir. Nitekim araştırma sonucunda da turistlerin nezaketsiz davranışlarının grup uyumunu ve tur akışını etkilediği görülmüştür. Grup uyumuna ve tur akışına yönelik etkilerin ise yoğunlukla grup üyelerinin moralinin bozulması, rehberin modunun düşmesi, grup üyelerinin bu kişilere tepki göstermesi, grup üyelerinin turist rehberine destek olması ve tur ahenginin bozulması olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, turist nezaketsizliğinin grup uyumunu ve tur akışını olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçları doğrultusunda turist nezaketsizliğine maruz kalan turist rehberlerine, turist rehberi istihdam eden seyahat acentalarına, turist rehberliği eğitimi veren eğitim öğretim kurumlarına, mesleki kurum ve kuruluşlara ilişkin bazı öneriler geliştirilmiştir.

Turist rehberleri turun başarısını ve akışını olumsuz yönde etkilememek adına nezaketsiz davranışlar karşısında sakin ve serinkanlı kalabilmeli ve ülkesini temsil ettiğini unutmamalıdır. Nitekim turist rehberleri, tur yönetimi kapsamında krizi ve stresi yönetebilmeli ve öfke kontrolünü sağlayabilmelidir. Bu noktada turist rehberleri, bu konularda eğitimler almalı ve psikolojik olarak kendilerini rahatlatmak için uzman destekleri almalıdır. Bununla birlikte grup yönetimi bağlamında turist rehberlerinin üstlendikleri birtakım sorumluluklar bulunmaktadır. Tur süresince turist rehberleri, grup uyumunu pekiştirmek için grup üyelerinin birbirini tanımalarına ve kaynaşmasına katkıda bulunmalı ve bu bağlamda ortaya çıkabilecek nezaketsiz davranışların kısmi de olsa önüne geçmeye çalışmalıdır. Ayrıca turist rehberleri, tur gerçekleştireceği grubun milliyetine özgü kültürel özellikler hakkında tur öncesinde bilgi edinmeli ve grubun hassasiyet gösterebileceği durum ve konuların neler olabileceği hakkında fikir sahibi olmalıdır. Böylelikle turist rehberleri, grup içerisinde yaşanabilecek sorunların önüne geçerek nezaketsiz davranışların sergilenmesi ihtimalini de azaltabilir.

Turist rehberlerini istihdam eden seyahat acentaları, turları esnasında turist rehberleri ile sürekli iletişime geçmeli; turda yaşanan sorunlara anlık çözümler üreterek, tur akışının olumsuz yönde etkilenmesinin önüne geçebilmelidir. Bu noktada seyahat acentaları, çalıştıkları turist rehberlerini olumsuz durumlarda desteklemeli ve psikolojik olarak motive etmelidir. Ayrıca seyahat acentaları, turu gerçekleştiren grubun milliyetine özgü kültürel özellikleri göz önünde bulundurarak, bu kültürel özelliklere uyum sağlayabilecek turist rehberlerini tercih etmelidir. Turist rehberi yetiştiren eğitim öğretim kurumlarında, turist rehberlerinin turları esnasında turist kaynaklı yaşayabilecekleri olumsuz durumları (gerginlik, psikolojik yıpranma vb.) kontrol edebilme ve yönetebilmeleri için kriz yönetimi, stres yönetimi,

sorun çözme becerisi gibi konuları kapsayan “Turist Psikolojisi” ve “Turist Rehberi Psikolojisi” isimli dersler müfredatlara dahil edilebilir. TUREB (Turist Rehberleri Birliği) ve meslek odaları, turist rehberlerine hizmetiçi eğitim kapsamında psikoloji, kriz yönetimi, stres yönetimi, öfke kontrolü gibi konularda seminerler düzenleyebilir. Ayrıca kurum bünyesinde turist rehberlerine danışmanlık yapmak üzere psikolog bulundurabilirler.

Gelecekte konuya ilişkin çalışma yapmak isteyen araştırmacılar, bu araştırma kapsamında ortaya çıkan tema ve kodlardan yola çıkarak, müşteri/turist nezaketsizliği konusunda ölçek geliştirme çalışmaları yapabilir. Bunun yanı sıra araştırma konusu olan müşteri nezaketsizliği değişkeni ile işten ayrılma niyeti, duygusal tükenmişlik, işe doyumu, işe bağlılık gibi değişkenler arasındaki ilişki ve etkileşimler incelenebilir. Araştırma, farklı bir meslek grubu üzerinde (seyahat acentası çalışanları, müze ve örenyeri çalışanları vb.) nitel bir çalışma şeklinde gerçekleştirilebilir.

## 6. Extended Abstract

Tourist guides are tourism workers who communicate with tourists one-to-one due to their profession. The positive attitudes and behaviours of the tour guides towards the group members affect their satisfaction and contribute to the successful conclusion of the tour. In addition to this, during the tour, there are behaviours that the members of the group, as well as the tour guides, are obliged to show towards both each other and the tourist guides. However, due to their personality structure and the influence of the culture they live and have, tourists can sometimes show rude and impolite behavior by violating the rules of respect. These behaviours, which can be expressed as tourist incivility, can create an uneasy environment within the group, disrupt the tour flow, and adversely affect the mood and thus the performance of the tourist guides. At this point, tourist guides can react appropriately to the current situation in order to eliminate rude behaviour and not encounter another negative behaviour. In this context, it is important for tourist guides and tourist guide candidates to know what rude behaviours they may encounter and to develop appropriate behaviours in this direction, for the execution of the profession, the course of the tour, the peace of the group/environment and the success of the tour.

Although there are studies in the literature dealing with customer incivility towards tourism sector employees (Alola et al., 2019; Aydın & Tezgel Çoban, 2020; Cheng et al., 2020; Torres et al., 2017; Ugwu et al., 2021; Wang et al., 2022), no applied research has been found in the national and international literature on tourist guides. For this reason, it is thought that this study will contribute to the literature in terms of theory and practice. Also, it is believed that determining the rude behaviour of tourists towards tourist guides will guide tour guides in group management and tour management. In addition, it is thought that revealing the feelings and reactions of tourist guides after rude behaviour will provide clues to tourist guides and tourist guide candidates about the situations they may encounter during the practice of the profession, and in this regard, it is thought that it will help guides and guide candidates to be more conscious and prepared for the subject.

In this study, it is aimed to determine the uncivil behaviours of tourists towards tourist guides and to reveal how the guides feel and what their reactions are in the face of these behaviours. The universe of the research consists of active tourist guides who have the license of the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey and who practice the profession. In the study, in which the purposeful sampling method was preferred, 44 tourist guides were interviewed between 15 September and 15 December 2021. The semi-structured interview form was prepared in accordance with the purpose of the research and the research questions. Data were collected through telephone interviews. Audio recordings were made with the permission of the participants. The phone calls made were deciphered and the data were made ready for analysis. The data obtained in the research were analyzed with thematic analysis. In the research, open coding was done in line with the themes created, and categories were determined and placed under the appropriate themes.

As a result of the research, it has been determined that the most uncivil behaviours encountered by tourist guides are “pretending to buy the guide”, “ignoring the warnings” and “not listening to what is told” and the guides mostly felt “nervous breakdown”, “depression”, “rage” and “sadness” in the face of these rude behaviours. It was determined that the most frequently repeated reactions of tourist guides to

tourists against uncivil behaviours are “kindly warning”, “warning with a harsh language” and “ignore” and in line with these reactions, the behavioral change seen in tourists is mostly “continuing the same behaviours”, “understanding the fault and acting with care” and “realizing and apologizing for the mistake”. In addition, it was determined that the effects of tourist incivility on group harmony and tour flow were mostly “demoralization of the guide”, “the demoralization of the group members” and “the reaction of the group members to these people”.

**Keywords:** Tourist Guides, Tourist Incivility, Uncivil Behaviours

### Kaynakça

- Alola, U. V., Olugbade, O. A., Avci, T. & Öztüren, A. (2019). Customer incivility and employees' outcomes in the hotel: Testing the mediating role of emotional exhaustion. *Tourism Management Perspectives*, 29, 9-17.
- Amarnani, R. K. (2016). *A self-esteem threat perspective on the downstream customer consequences of customer mistreatment*. Unpublished PhD. thesis, Australian National University.
- Andersson, L. M. & Pearson, C. M. (1999). Tit for tat? The spiraling effect of incivility in the workplace. *Academy of Management Review*, 24(3), 452-471.
- Arnold, K. A. & Walsh, M. W. (2015). Customer incivility and employee well-being: testing the moderating effects of meaning, perspective taking and transformational leadership. *Work & Stress*, 29(4), 362-378.
- Aydın, Ş. & Tezgel Çoban, E. (2020). Konaklama işletmelerinde müşteri nezaketsizliğinin işe bağlılık üzerindeki etkisi: Kapadokya örneği. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(1), 49-58.
- Baranik, L. E., Wang, M., Gong, Y. & Shi, J. (2017). Customer mistreatment, employee health, and job performance: cognitive rumination and social sharing as mediating mechanisms. *Journal of Management*, 43(4), 1261-1282.
- Başer Hüner, B. (2019). *Customer incivility and turnover intention of bank employees: The moderating role of perceived organizational support and big five personality traits*. Unpublished master's thesis, Middle East Technical University Business Administration, Ankara.
- Bedi, A. (2011). *We appreciate your business, not your abuse: Incivility by customers predicts revenge toward customers*. Unpublished PhD thesis, McMaster University.
- Boukis, A., Christos, K., Daunt, K. L. & Papastathopoulos, A. (2020). Effects of customer incivility on frontline employees and the moderating role of supervisor leadership style. *Tourism Management*, 77, 1-14.
- Cheng, B., Guo, G., Tian, J., & Shaalan, A. (2020). Customer incivility and service sabotage in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1737-1754.
- Cho, M., Bonn, M. A., Han, S. J. & Lee, K. H. (2016). Workplace incivility and its effect upon restaurant frontline service employee emotions and service performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2888-2912.
- Dallimore, K., Sparks, B. & Butcher, K. (2007). The influence of angry customer outbursts on service providers' facial displays and affective states. *Journal of Service Research*, 10(1), 78-92.
- Davey, L. (2022). The application of case study evaluations. *Elementary Education Online*, 8(2), 1-3.
- Dormann, C. & Zapf, D. (2004). Customer-related social stressors and burnout. *Journal of Occupational Health Psychology*, 9(1), 61-82.
- Fisk, R., Grove, S., Harris, L. C., Keefe, D., Reynolds, K., Russell-Bennett, R. & Wirtz, J. (2010). Customers behaving badly: A state of the art review, research agenda and implications for practitioners. *Journal of Services Marketing*, 24(6), 417-429.
- Garcia, P. R. J. M., Restubog, S. L. D., Lu, V. N., Amarnani, R. K., Wang, L. & Capezio, A. (2019). Attributions of blame for customer mistreatment: Implications for employees' service performance and customers' negative word of mouth. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 203-213.
- Gaucher, B. & Chebat, J-C. (2019). How uncivil customers corrode the relationship between frontline employees and retailers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 1-10.
- Goussinsky, R. (2011). Does customer aggression more strongly affect happy employees? The moderating role of positive affectivity and extraversion. *Motivation and Emotion*, 35(2), 220-234.

- Grandey, A., Dicketer, D. & Sin, H. (2004). The customer is not always right: Customer aggression and emotion regulation of service employees. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 397-418.
- Groth, M. & Grandey, A. (2012). From bad to worse: Negative exchange spirals in employee-customer service interactions. *Organizational Psychology Review*, 2(3), 208-233.
- Han, S. J., Bonn, M. A. & Cho, M. (2016). The relationship between customer incivility, restaurant frontline service employee burnout and turnover intention. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 97-106.
- Harris, L. C. & Reynolds, K. L. (2003). The consequences of dysfunctional customer behavior. *Journal of Service Research*, 6(2), 144-161.
- Harris, L. C. & Reynolds, K. L. (2004). Jaycustomer behavior: An exploration of types and motives in the hospitality industry. *Journal of Services Marketing*, 18(5), 339-357.
- Hershcovis, M. S. & Barling, J. (2010). Towards a multi-foci approach to workplace aggression: A meta-analytic review of outcomes from different perpetrators. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 24-44.
- Hu, H-H. S., Hu, H-Y. & King, B. (2017). Impacts of misbehaving air passengers on frontline employees: Role stress and emotional labor. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1793-1813.
- Hur, W-M., Moon, T. W. & Han, S-J. (2014). The effect of customer incivility on service employees' customer orientation through double-mediation of surface acting and emotional exhaustion. *Journal of Service Theory and Practice*, 25(4), 394-413.
- Kim, G., Ro, H., Hutchinson, J. & Kwun, D. J. (2014). The Effect of jay-customer behaviors on employee job stress and job satisfaction. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 15(4), 394-416.
- Kim, H. & Qu, H. (2019). The Effects of experienced customer incivility on employees' behavior toward customers and coworkers. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(1), 58-77.
- Koopmann, J., Wang, M., Liu, Y. & Song, Y. (2015). Customer Mistreatment: A Review of Conceptualizations and a Multilevel Theoretical Model. In J. R. B. Halbesleben, P. L. Perrewé, and C. C. Rosen (Ed.) *Mistreatment in Organizations* (pp. 33-79), Volume 13.
- Liu, J. (2017). *A multi-level dyadic restaurant employee-customer model of orientation, incivility, and satisfaction: An identity-based extension of belongingness theory*. Unpublished PhD thesis, Oklahoma State University.
- McWilliams, C. T. (2017). *Take It or Leave: Customer Incivility and Intention to Quit in New-Hire Frontline Hospitality Employees*. Unpublished PhD. thesis, Grand Canyon University.
- Merriam, S. B. (2015). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama için Bir Rehber*. Turan, S. (Çev.), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Mills, M. K. & Bonoma, T. V. (1979). Deviant consumer behavior: A different view. *Advances in Consumer Research*, 6, 347-352.
- Park, J. (2014). *Customer mistreatment and employee organizational citizenship behavior: An attributional approach*. Unpublished PhD. thesis, Washington State University.
- Park, J. & Kim, H. J. (2020). Customer mistreatment and service performance: A self-consistency perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 86, 1-7.
- Roter, A. B. (2018). *The Dark Side of the Workplace: Managing Incivility*. USA: Taylor & Francis Group.
- Shepard, A. (2018). *Overt and covert retaliation of service employees against customers who mistreat them*. Unpublished PhD. thesis, Wayne State University.
- Skarlicki, D. P., van Jaarsveld, D. D. & Walker, D. D. (2008). Getting even for customer mistreatment: The role of moral identity in the relationship between customer interpersonal injustice and employee sabotage. *Journal of Applied Psychology*, 93(6), 1335-1347.
- Sliter, M. Sliter, K. & Jex, S. (2012). The employee as a punching bag: The effect of multiple sources of incivility on employee withdrawal behavior and sales performance. *Journal of Organizational Behavior*, 33, 121-139.
- Sliter, M. T., Pui, S. Y., Sliter, K. A. & Jex, S. M. (2011). The differential effects of interpersonal conflict from customers and coworkers: Trait anger as a moderator. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(4), 424-440.



- Sliter, M., Jex, S., Wolford, K. & McInnerney, J. (2010). How rude! Emotional labor as a mediator between customer incivility and employee outcomes. *Journal of Occupational Health Psychology, 15*(4), 468-481. sozluk.gov.tr (Erişim Tarihi: 28 Mart 2022).
- Strutton, D., Vitell, S. J. & Pelton, L. E. (1994). How consumers may justify inappropriate behavior in market settings: An application on the techniques of neutralization. *Journal of Business Research, 30*, 253-260.
- Sun, C. (2017). *A multilevel affective process model of service employees' reactions to customer mistreatment*. Unpublished PhD. thesis, Chinese University of Hong Kong.
- Torres, E. N., van Niekerk, M., & Orlowski, M. (2017). Customer and employee incivility and its causal effects in the hospitality industry. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 26*(1), 48-66.
- Ugwu, F. O., Onyishi, E. I., Anozie, O. O., & Ugwu, L. E. (2021). Customer incivility and employee work engagement in the hospitality industry: Roles of supervisor positive gossip and workplace friendship prevalence. *Journal of Hospitality and Tourism Insights, 5*(3), 515-534.
- Van Jaarsveld, D. D., Walker, D. D. & Skarlicki, D. P. (2010). The role of job demands and emotional exhaustion in the relationship between customer and employee incivility. *Journal of Management, 36*(6), 1486-1504.
- Van Kenhove, P., De Wulf, K. & Steenhaut, S. (2003). The relationship between consumers' unethical behavior and customer loyalty in a retail environment. *Journal of Business Ethics, 44*(4), 261-278.
- Walker, D. D., Van Jaarsveld, D. D. & Skarlicki, D. P. (2014). Exploring the effects of individual customer incivility encounters on employee incivility: The moderating roles of entity (in) civility and negative affectivity. *Journal of Applied Psychology, 99*(1), 151-161.
- Wang, M., Liao, H., Zhan, Y. & Shi, J. (2011). Daily customer mistreatment and employee sabotage against customers: Examining emotion and resource perspectives. *Academy of Management Journal, 54*(2), 312-334.
- Wang, Y., Wang, T., & Gui, C. (2022). A meta-analysis of customer uncivil behaviors in hospitality research. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 31*(3), 265-289.
- Wen, Y. (2018). *Investigating the effect of customer incivility on employee incivility via employee burnout in the hospitality industry*. Unpublished master's thesis, The University of Guelph.
- Wilson, N. L. & Holmvall, C. M. (2013). The development and validation of the incivility from customers scale. *Journal of Occupational Health Psychology, 18*(3), 310-326.
- Yagil, D. (2008). When the customer is wrong: A review of research on aggression and sexual harassment in service encounters. *Aggression and Violent Behavior, 13*, 141-152.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10. genişletilmiş baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zhan, Y. (2011). *Influences of customer mistreatment on employees' emotional well-being: the moderating roles of on-line and off-line emotion regulation strategies*. Unpublished PhD. thesis, University of Maryland.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %30/%35/%35 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %30/%35/%35 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.