



Contents lists available at [DergiPark](https://site.adu.edu.tr/jttr)

Journal of Travel and Tourism Research

ISSN: 1302-8545

journal homepage: <https://site.adu.edu.tr/jttr>



Bir İletişim Engeli Olarak Gürültünün Otel İşletmelerinde İncelenmesi: TripAdvisor Örneği

Investigation of Noise as a Communication Barrier in Hotel Businesses: TripAdvisor Case

Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN¹

Ecem KÜÇÜKGÜNEY MUCA²

Özlem ESEN³

Anıl YALÇINKAYA⁴

¹Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ORCID ID: 0000-0002-1283-3910, gulnur.tandogan@adu.edu.tr

²Doktorant, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, ORCID ID: 0000-0001-6587-5455, ecemmuca@outlook.com

³Doktorant, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, ORCID ID: 0000-0003-2539-7641, ozlem.esen@outlook.com

⁴Doktorant, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, ORCID ID: 0000-0001-6604-7643, yalcnkayanl@hotmail.com

Gönderilme Tarihi / Submitted: 07.08.2025

Düzeltilme / Resubmitted: 23.09.2025

Kabul / Accepted: 11.11.2025

Özet

İletişim sürecinin herhangi bir aşamasında ortaya çıkan her türlü olumsuzluk, iletişim biliminde gürültü olarak adlandırılmaktadır. İnsan ilişkilerinin ve dolayısıyla iletişimin yoğun olarak yaşandığı otel işletmelerinde de gürültü kaçınılmaz bir durumdur. Tüm bu olumsuzlukların kaynağının ne olduğunu bilmek ve gerekli önlemleri almak, gürültülerin müşteri memnuniyetini doğrudan etkilemesini engelleyecektir. Otel işletmeleri, turizm sektöründe iletişimin en yoğun yaşandığı hizmet alanlarından biridir. Çalışanlar, yöneticiler ve müşteriler arasında kurulan bu çok yönlü iletişim süreci, çeşitli fiziksel, psikolojik ve örgütsel etkenlerden dolayı sıklıkla bozulabilmektedir. Bu durum hizmet kalitesinin düşmesine, müşteri memnuniyetinin azalmasına ve işletme itibarının zedelenmesine yol açmaktadır. Ancak mevcut literatürde, bu iletişim bozukluklarının nedenleri ve boyutları ‘gürültü’ kavramı çerçevesinde yeterince incelenmemiştir. Bu araştırma, otel işletmelerinde iletişim sürecini engelleyen gürültü unsurlarının kavramsal açıdan incelenmesi gerekliliğinden doğmuştur.

Çalışmanın amacı, otel işletmelerinde gürültüye neden olan davranış, görüş ve düşüncelerin TripAdvisor aracılığı ile tespit edilmesidir. Bu kapsamda örneklem olarak Kuşadası’nda faaliyet gösteren beş yıldızlı 12 otel işletmesi seçilmiştir. Araştırma verilerinin elde edilmesinde nitel araştırma analiz yöntemlerinden biri olan içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi yöntemi kullanılarak 471 yorum

incelenmiş ve bu yorumlar Shrivastava (2012) tarafından önerilen yedi tür iletişim gürültüsüne göre sınıflandırılmıştır. Araştırma sonucunda, ele alınan otel işletmelerinde iletişim engeli oluşturabilecek unsurların en yoğun örgütsel, çevresel, psikolojik gürültülerden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde sırasıyla; çalışanların yavaş, yetersiz ve kötü hizmet sunması, çalışanların ilgisiz olması, otellerde konaklayan diğer misafirlerden kaynaklanan sorunlar ve bilgilendirmelerin hatalı yazılması en sık tekrar edilen gürültüleri oluşturmaktadır. Çalışma, müşteri bakış açısından hareketle otel işletmelerinde memnuniyet ve beklentilerini arttırmayı hedefleyen bir nitelik taşımaktadır. Öte yandan çalışmada sık tekrar edilen iletişim engelleri ile ilgili çalışanlara yönelik; iletişim ve davranışsal farkındalık eğitimlerinin düzenli aralıklarla verilmesi, ayrıca otel ortamında ses, koku ve kalabalık gibi çevresel faktörlerin kontrol altına alınması gibi öneriler geliştirilmiştir. Bu önlemler, müşteri memnuniyetinin ve hizmet kalitesinin sürdürülebilir biçimde artırılmasına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Gürültü, iletişim, otel işletmeleri, TripAdvisor

Abstract

Any kind of negativity that arises at any stage of the communication process is referred to as noise in communication science. Noise is also inevitable in hotel businesses, where human interactions and consequently communication are intense. Knowing the source of all these negative factors and taking the necessary precautions will prevent noise from directly affecting customer satisfaction. Hotel businesses are one of the service areas in the tourism sector where communication is most intense. This multifaceted communication process established between employees, managers, and customers can often be disrupted due to various physical, psychological, and organizational factors. This situation leads to a decline in service quality, reduced customer satisfaction, and damage to the business's reputation. However, in the existing literature, the causes and dimensions of these communication disruptions have not been sufficiently examined within the framework of the concept of 'noise'. This research stems from the need to conceptually examine the noise elements that hinder the communication process in hotel businesses.

The purpose of this study is to identify the behaviors, opinions, and ideas that contribute to noise in hotel establishments through TripAdvisor. Within this scope, 12 five-star hotel businesses operating in Kuşadası were selected as a sample. A qualitative content analysis method was employed to categorize 471 reviews into seven types of communication noise proposed by Shrivastava (2012). The research found that the factors that could create communication barriers in the hotel businesses examined stemmed primarily from organizational, environmental, and psychological noise. The most frequently occurring noises in hotel businesses are slow, inadequate and poor service from employees, indifference from employees, problems arising from other guests staying at the hotel and incorrect writing of information. The study aims to increase satisfaction and expectations in hotel operations from the customer's perspective. On the other

hand, the study developed recommendations for employees regarding frequently recurring communication barriers, such as providing communication and behavioral awareness training at regular intervals, as well as controlling environmental factors in the hotel environment, such as noise, smell, and crowds. These measures will contribute to the sustainable improvement of customer satisfaction and service quality.

Key Words: Noise, communication, hotel businesses, TripAdvisor

GİRİŞ

Seyahat olgusunun özünde, insanların belirli bir süre boyunca yoğun çalışma ortamından ve şehir kalabalıklığından uzaklaşma ve sakinlik arayışı istemi bulunmaktadır. Otel işletmelerinin karmaşık organizasyonel yapısı, bu tür arayışların tutarlılığını zaman zaman zorlaştırabilmektedir. Bir yandan insanların fizyolojik ve psikolojik gereksinimleri arasında yer alan **seyahat etme isteği**, diğer yandan işletmelerin müşteri memnuniyetini en hızlı şekilde sağlamaya çalışırken karşılaştıkları zorluklar, turizmde iletişim sürecinin ne denli yoğun bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte işgörenlerin ve müşterilerin aynı ortamda bulunması ve işgörenlerin bu çeşitliliği yönetme sorumluluğu, iletişim sürecini daha da karmaşık hale getirmektedir. Bu çok katmanlı yapı içerisinde turizm sektörü iletişimi beslerken, iletişim de turizmin biçimlenmesinde belirleyici bir unsur olmaktadır. Bu bağlamda süreci hassas bir dengeye sahip bir teraziye benzetmek mümkündür; zira taraflar arasındaki etkileşimin başarısı, doğru kullanılan sözlü ve sözsüz iletişim biçimlerine bağlıdır.

Otel işletmelerinde işgören-yönetici, işgören-müşteri, müşteri-yönetici, işgören-işgören, müşteri-müşteri, yönetici-yönetici olmak üzere çok sayıda iletişim ağları ve etkileşim dinamikleri mevcuttur. Bu yapılarda zaman zaman meydana gelebilecek bir iletişim engeli olan gürültüler, hem işletme çalışanlarının hem de otel müşterilerinin huzurunun bozulmasına neden olmaktadır. Shrivastava'ya (2012) göre işletmelerde müşteri tatmininin azalmasına neden olabilecek bu gürültüler; çevresel, fizyolojik, örgütsel, kültürel, psikolojik, söz-dizimsel ve semantik olmak üzere çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır. Otel işletmelerinde gürültü oluşturabilecek görüş ve davranışların tespit edilmesi; sürdürülebilir ekonominin sağlanması, misafir memnuniyetinin geliştirilmesi, kriz durumlarında karar verme mekanizmasının geliştirilmesi ve doğru turizm ekosistemi inşa edilmesi amacıyla önem arz etmektedir. Otelcilik sektörü aynı zamanda, müşteri etkileşiminin yüksek olduğu bir sektördür ve anlık geri bildirimi kolaylaştıran bol miktarda doğrudan sözlü iletişim uygulamasıyla çalışır. Aynı zamanda otelde sunulan hizmetlerin sürekli mükemmelliğini sağlamak için ölçümler ve konuklardan alınan geri bildirimler çok önemlidir (Goby, 2001). Bu süreci kolaylaştıran ve netleştiren uygulamalardan biri ise, otelde konaklayan müşterilerin oteli değerlendirdikleri internet sitelerinden TripAdvisor'dır. Bu noktadan hareketle çalışmanın amacı, Kuşadası'nda bulunan beş yıldızlı otel işletmelerinde gürültü kapsamında değerlendirilebilecek durum,

davranış ve görüşlerin TripAdvisor aracılığı ile tespit edilmesi ve bu iletişim engellerine yönelik yenilikçi öneriler geliştirilmesidir.

LİTERATÜR

İletişimde Gürültü Kavramı

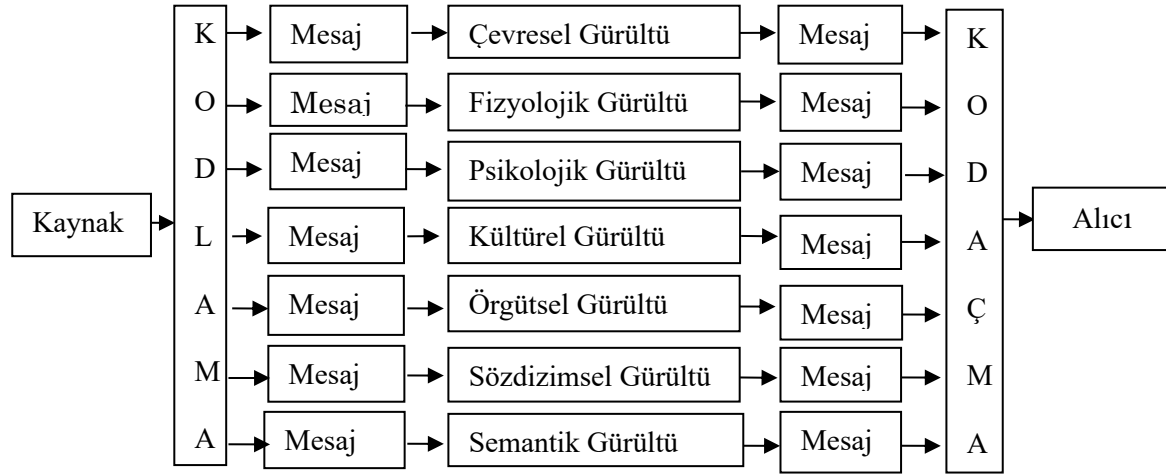
İletişim, kişilerarası ilişkilerin temelini oluşturur ve bilgi toplamak dışında bu ilişkinin tüm üyeleri potansiyel olarak etkilemesi için gerçekleştirilir (Ray, 2014). Bu süreç içerisinde iletişimi engelleyen pek çok durum yaşanabilmektedir. Bu engellerden biri de gürültüdür. İletişimde gürültü kavramının incelenmesi, kişilerarası iletişimden örgütsel iletişime kadar tüm iletişim boyutlarında yaşanabilecek engellerin anlaşılması ve çözülmesi adına önemli bir aşamadır. Bu bağlamda, gürültü kavramı ilk kez Shannon ve Weaver'ın 1949 yılında ortaya koydukları iletişim modelinde ele alınmıştır (Fiske, 2019). 20. yüzyılın ortalarında geliştirilen bu model, özellikle gönderici ve alıcı arasındaki etkili iletişimi geliştirmek amacıyla tasarlanmıştır. Shannon ve Weaver, iletişim sürecini etkileyen ve "gürültü" olarak adlandırdıkları faktörleri belirlemişlerdir. Model aynı zamanda bilgi kaynağı, verici, gürültü, kanal, mesaj, alıcı, bilgi hedefi, kodlama ve kod çözme gibi çeşitli kavramlarla da ilgilenmektedir (Petersons & Khalimzoda, 2016).

Her iletişim sürecinde yedi temel unsur bulunmaktadır: kaynak, mesaj, kod, kanal, alıcı, gürültü ve geribildirim (Devito, 2009). Bu unsurlar, iletişimin etkinliğini ve başarısını belirleyen kritik bileşenlerdir. Kaynak yani gönderici, iletişimi başlatan ve bir fikri ya da kavramı başkalarına iletme ihtiyacı veya arzusu duyan taraftır. Kaynağın bilgi düzeyi, inandırıcılığı ve sosyo-kültürel arka planı, mesajın alıcı üzerindeki etkisini önemli ölçüde etkiler (Berlo, 1960). Kodlama, örneğin konuşma yazma gibi eylemlerle mesajı üretmektir ve kaynak tarafından gerçekleştirilir. Kod çözme ise, örneğin dinleme ya da okuma aracılığıyla alıcının mesajı almasıdır (Devito, 2009). Mesaj (İleti), kaynağın alıcıya iletme istediği duygu, düşünce veya bilginin kodlanmış halidir. Mesaj, sözel ve sözsüz unsurlardan oluşabilir; bu nedenle, mesajın içeriği ve sunumu, alıcının anlamlandırma sürecini etkiler (Schramm, 1954). Kanal, kodlanmış mesajın kaynaktan alıcıya iletiildiği yoldur. İletişim kanalları, yüz yüze konuşma, telefon görüşmesi, e-posta veya yazılı rapor gibi çeşitli biçimlerde olabilir. Seçilen kanal, mesajın etkisini ve alıcı tarafından nasıl algılanacağını belirler (Shannon & Weaver, 1949). Alıcı, mesajın gönderildiği ve onu yorumlayarak anlamlandıran kişidir. Alıcı, mesajı kendi deneyim ve bilgi birikimi çerçevesinde değerlendirir, bu nedenle alıcının algıları, tutumları ve ön yargıları iletişim sürecini etkileyebilir (Lunenburg, 2010). Geribildirim ise, alıcının mesaja verdiği yanıtın kaynağa geri ulaşmasıdır. Geri bildirim, iletişimi tek yönlü bir aktarım olmaktan çıkararak çift yönlü bir etkileşim haline getirir ve kaynağa mesajının etkinliğini ölçme fırsatı tanır (Schramm, 1954).

İletişim sürecinde yer alan bileşenlerden sonuncusu gürültüdür ve en basit yaklaşımla bir mesajın netliğini azaltan, kodlama ve kod çözme süreçlerindeki parazit olarak tanımlanabilir (Pearson & Nelson, 2011). Kavramı ilk kez ortaya atan Shannon ve Weaver'ın (1949) tanımladığı gürültü, genellikle çevresel

ve fiziksel nedenlerden kaynaklanmaktadır. Ancak psikoloji, sosyoloji ve dilbilim gibi disiplinlerin gelişimiyle birlikte, gürültü kavramının kapsamı psikolojik, biyolojik ve fiziksel etkenler gibi daha geniş bir yelpazeye yayılmıştır (Güngör, 2011). Örneğin, Devito (2009) iletişim sürecinde yaşanan gürültü faktörlerini fiziksel, fizyolojik, psikolojik ve semantik olarak gruplandırırken, Shrivastava (2012) bu faktörlere kültürel, örgütsel ve sözdizimsel gürültüleri de eklemiştir.

Şekil-1: İletişim Sürecinde Gürültü Engelleri Modeli



Kaynak: Shrivastava, 2012: 15

Çevresel Gürültü: Çevresel gürültüler, kaynak ve alıcının dışında gelişir (DeVito, 2009) ve genellikle ortamın doğasından kaynaklanmaktadır. Adler & Elmhurst'a (2002) göre çevresel gürültü; hoş olmayan kokular, dikkat dağıtıcı sesler, kalabalık ortam ve konsantrasyon bozucu diğer tüm dış etkenlerden kaynaklanabilmektedir. Bunlar dışında örneğin, zayıf veya eski ekipmanlar, özellikle de yönetimin yeni teknoloji getirmedeki başarısızlığı da sorunlara neden olabilir. Arka plan gürültüsü, zayıf aydınlatma veya çok sıcak ya da soğuk bir ortam gibi dikkat dağıtıcı unsurların hepsi insanların moralini ve konsantrasyonunu etkileyebilir ve bu da etkili iletişimi engeller (Agarwal & Garg, 2012).

Fizyolojik Gürültü: Fizyolojik bazı faktörler iletişim sürecinde etkili gürültü bariyerleridir. Bu kategoride, gerçek sağırılık veya körlük gibi etkili iletişimi engelleyen fiziksel hastalıklar ve biyolojik nedenler dikkate alınır. Bunun yanı sıra anlaşılır ifadedeki karmaşık sorunlar da iletişim sürecinde fizyolojik engellere neden olur. Bu kategoride, iletişimin açık ve pürüzsüz akışına engel olan tüm fiziksel eksiklikler veya bozukluklar söz konusudur (Shrivastava, 2012). Soğuk algınlığı, yorgunluk, açlık, baş ağrısı gibi rahatsızlıklar, yoğunluğuna göre kişinin çevresiyle kurduğu iletişimi olumsuz etkileyebilir (Hamilton vd., 2023).

Psikolojik Gürültü: Psikolojik gürültü, mesajların etkili bir şekilde gönderilmesini veya alınmasını engelleyen düşünce ve duygularla ilgili faktörleri ifade eder. Örneğin, arkadaş tarafından ihmal edildiğini hisseden biri, o anda iletmeye çalıştığı mesajın içeriğinden ziyade bu duygu üzerinde durabilir (Hamilton

vd., 2023). Bunun dışında, kaynak ya da alıcının peşin hükümleri, ön yargıları, açık fikirli olmayışları ve aşırı duygusallıkları psikolojik gürültülere dahil olmaktadır (DeVito, 2009). Psikolojik gürültü bencillik, düşmanlık, korku, endişe ve tasa gibi psikolojik bazı durumların temelinde yatan süreçlerden kaynaklanmaktadır (Seyitoğlu, 2013).

Kültürel Gürültü: Kültürel farklılıklar kültürel gürültülere neden olmaktadır. Kültür ve kültürel altyapı farklılığı bu kategorideki gürültülerin ana kaynağıdır. İletişime girilen kişinin kültürü ile ilgili bazı varsayımlar çoğu zaman yanlış anlamaya yol açabilmektedir. Stereotipleme de denilen basmakalıp varsayımlar kültürel gürültüye neden olan en önemli faktörlerdendir (Shrivastava, 2012). Bu stereotipler, bireylerin nasıl değerlendirildiğini ve onlara nasıl davranıldığını geniş ölçüde etkileyen ve yaygın olarak bilinen inançlardır (Lun vd., 2009). Ve farklı kültürden insanların doğru bir biçimde değil, yanlış ve önyargılı şekilde değerlendirilmesine neden olabilen bir potansiyele sahip oldukları da söylenebilir (Hinton, 2013).

Örgütsel Gürültü: Örgütsel iletişim, örgütün işleyişini sağlamak ve örgütün amaçlarını gerçekleştirmek üzere gerek örgütü meydana getiren çeşitli bölümler arasında gerekse örgüt ile çevresi arasında gerçekleştirilen sürekli bilgi ve düşünce alışverişini ifade etmektedir (Aziz ve Dicle, 2017). İletişim, örgütlerde çeşitli hiyerarşik düzeylerde sürekli olarak gerçekleşir. Örgütteki en yaygın iletişim akışı yukarı ve aşağı doğrudur. Ancak yatay akış da sürecin ayrılmaz bir parçasıdır. İletişimin işlevler arası hareketinde, kötü yapılandırılmış mesajlar pek çok sorun yaratır. Bir mesaj üst düzey yöneticiler tarafından kötü bir şekilde hazırlanmışsa, karışıklığa ve amaçlanan anlamın yanlış çözülmesine neden olabilir. Bu tür durumlar örgütsel gürültü olarak kabul edilir (Shrivastava, 2012). Çalışanlar ve yöneticiler arasında karşılıklı saygı ve sevginin olmadığını gösteren belirtiler, disiplin suçlarındaki artışlar, emir ve yönergelerin yanlış anlaşılmasından ve iletilmesinden doğan hatalar, üretilen ürünün kalitesi ile ilgili olumsuz söylemler, örgütlerde iletişimin zayıflığını belli eden göstergelerden sayılmaktadır (Gürgen, 1997).

Sözdizimsel Gürültü: Dilbilgisi ile ilgili problemlerden kaynaklanan gürültülerdir (Baykara, 2016). Herhangi bir dilin grameri, düşüncelerimize ve ifadelerimize bir yapı sağlayan temel çerçevedir. Ancak düşünceleri hızlı bir şekilde dönüştürmek ve buna uygun gramer yapısını uygulamak ve ister sözlü ister yazılı olsun, hızlı bir şekilde etkileşimde bulunurken ve cümle alışverişi yaparken doğruluğu sağlamak zaman zaman zor olabilir. Düşünceleri cümlelere dönüştürmek ve aynı anda uygun gramer kalıbını takip etmek çok karmaşık bir süreçtir ve bazen bir dilin kullanıcısı bunu etkili bir şekilde yapmak için gereken verimliliğe veya beceriye sahip değildir. Örneğin, iletişim esnasında kişi herhangi bir olayı anlatırken, zamanları hızlı bir şekilde değiştirerek hatalar yapabilir ve bu da sözdizimsel gürültüye neden olur (Shrivastava, 2012).

Semantik (Anlamsal) Gürültü: Semantik gürültü, iletişim sürecinde ortaya çıkan bilginin yanlış alınmasına veya yanlış anlaşılmasına neden olan gürültü çeşididir (Shi vd., 2021). Anlamsal gürültü olarak da bilinen semantik gürültü, birçok kelimenin birden fazla anlamı olduğunda ve bir gönderici ile bir alıcı kendilerinin de tam olarak anlamadıkları bir dilde iletişim kurmaya çalıştıklarında ortaya çıkar (Buarqoub, 2019). Seçilen kelimeler, onların nasıl kullanıldığı ve onlara yüklenen anlam birçok iletişim engeline neden olmaktadır. Ve eğer insanlar kelimeleri anlamazlarsa, mesajı da anlayamazlar (Lunenberg, 2010). Semantik gürültü, dil veya diyalektik farklılıklarını, jargon veya aşırı karmaşık terimlerin kullanımını, anlamları kolayca yanlış yorumlanabilen muğlak veya aşırı soyut terimleri içerebilmektedir (DeVito, 2009).

Otel İşletmelerinde İletişimi Engelleyen Gürültüler

Bir hizmet endüstrisi olarak otel işletmelerinde iletişim birçok açıdan en önemli konulardan biridir (Goby, 2001). Örneğin iletişim, turizm işletmelerinin ve destinasyonların tanıtımı açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Tüketicileri turizm ürünlerini satın almaya ikna etmek için büyük ölçüde pazarlama iletişiminden yararlanır. Bununla birlikte turizm işletmeleri karmaşık yapılardır ve bu nedenle iyi düzenlenmiş bir örgütsel iletişim sistemini gerektirir. Hizmet kalitesi, turizm çalışanları ile müşteriler arasındaki iletişimden de etkilenmektedir (Ulama, 2018:27)

Bir turistik hizmetin, somut mallardan farklı olmasına neden olan özellikler soyutluk, ayrılmazlık, bozulabilirlik ve üretim-tüketim performansındaki değişkenlik olarak bilinmektedir (Zeithaml vd., 1985). Turistik hizmetlerin bu denli karmaşık bir yapıya sahip olması (Hess Jr. vd., 2003) otel işletmelerinin de işgörenlerin iletişim becerilerine ve eğitimine daha fazla önem vermesi gerekliliğini doğurmaktadır (Sparks & Callan, 1992). Otel işletmelerinde servis, yatak düzeltme, telefon cevaplama, valiz taşıma vb. üretilen ve sunulan hizmetlerin büyük bir bölümünün insan gücüne dayalı olması (Ünüvar, 2009) ve turizm hareketliliğinin beraberinde getirdiği ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel etkileşimler sonucunda iletişimin giderek rekabetçi koşullara uyum sağlamayı kolaylaştıran bir kavram haline geldiği görülmektedir. Bu kapsamda otel işletmelerinin gelen müşteriler, otel çalışanları ve tedarikçilerle kurduğu ilişkilerden; halkla ilişkiler, reklamlar, web-sitesi yönetimi vb. araçlarla uyguladığı yazılı veya sözlü iletişimde rol oynayan tüm yapılara kadar yoğun bir iletişim alışverişinde bulunduğu görülmektedir. Otel işletmelerinde müşteri memnuniyetini sağlamanın yolu da bu yapıların kendi aralarında sunduğu işlevsel ve sembolik faydaların bütüncül şekilde uygulanması ile gerçekleşmektedir. Bu işletmelerde güçlü bir pazarlama aracı olarak kullanılan etkili iletişim, geri bildirimlerin anlık olarak alınmasına da olanak sağlar. Bu durum otel işletmelerinin varlığını devam ettirmesinde rol oynayan önemli bir rekabet unsurudur (Ünal, 2019).

Otel işletmelerinde yürütülen iletişim süreci, dinlenme amacıyla seyahate çıkan müşterilere hizmet sunumunda önemli bir etkidir. Örneğin, otel çalışanlarının iletişim becerisi ile müşteri memnuniyeti

arasında doğru orantılı bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Çalışanların iletişim becerisi ne kadar yüksek olursa, müşterilerin aldığı hizmetlerden memnuniyet duyması da o denli artacaktır (Disilva vd., 2017:180).

İnsanlar genellikle iletişimin görüldüğü kadar kolay ve basit olduğunu düşünür. Ancak iletişimi karmaşık ve zor hale getiren, genellikle tarafların karşılaştığı birtakım engellerdir (Agarwal & Garg, 2012). Öte yandan otel işletmelerinde kültürel-ulusal farklılıklar, yaş farklılıkları, bireylerin sahip olduğu karakter yapısı, rasyonel düşünme tarzı, bilgi-donanım farklılıkları, dil engelleri vb. pek çok neden iletişim engellerini beraberinde getirmektedir (Klimova & Semradova, 2012). Bu iletişim engelleri; mesaj ile ilgili engeller, kanal ve araçlarla ilgili engeller, gürültü ile ilgili engeller ve dil problemine bağlı engeller olarak çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır (Elgünler ve Fener, 2011).

Emeğin yoğun olduğu turizm, çalışan devir hızının yüksekliği, çalışanlarda tükenmişlik belirtilerinin sıklıkla ortaya çıkması, çalışanlar arasında iş tatmininin düşük olması, turizm eğitimi almış kişilerin zamanla sektörden ayrılması gibi pek çok yapısal sorunun yaşandığı bir endüstridir. Çalışanların büyük çoğunluğunun yüksek beklentilere sahip müşterilerle temas içinde olması ise süreci daha da karmaşıktır. Çok sayıda çalışanın bir arada bulunduğu ortamlarda iletişim açısından çatışmaların yaşanması kaçınılmazdır (Yolal, 2016). Gürültü ile ilgili engeller de bu doğrultuda çalışmanın ana konusu olarak seçilmiştir. Çeşitli çevresel uyaranlarla, tüketicinin dikkatini dağıtarak iletişim sürecinin olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır. Otel işletmelerinde gürültüler; çalışanların veya müşterilerin sahip olduğu öfke, korku, savunmacı yaklaşım ve belirsizlik gibi mesajlarının kodlanmasında ve kodun çözülmesini olumsuz etkileyecek süreçlerin sonucunda oluşmaktadır (Goby, 2016:99).

YÖNTEM

Gürültü, kişilerarası iletişimden örgütsel iletişime kadar her iletişim boyutunda ve sürecinde ortaya çıkan ve etkisi azaltılmadığında tüm iletişim sürecini olumsuz etkileyebilen bir faktördür. Otel işletmeleri de, ağırladıkları misafirlerle kurdukları iletişimlerinde gürültü ile çokça karşılaşabilmekte ve bunun sonucunda sunulan hizmet ile ilgili algılar istenmeyen yönde değişebilmektedir. Bu nedenle araştırma, gürültü oluşturabilecek durumların hangi konularda yoğunlaştığını ortaya koyarak bu gürültülerin yönetimini kolaylaştırabilecek öneriler geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda araştırma soruları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

1. Otel işletmelerine yönelik TripAdvisor üzerinde yapılan yorumlarda gürültü faktörü içeren yorumlar nelerdir?
2. Otel işletmelerine yönelik TripAdvisor üzerinde yapılan yorumlarda hangi gürültü boyutu daha fazla yaşanmaktadır?

3. Otel işletmelerine yönelik TripAdvisor üzerinde yapılan yorumlarda diğer gürültü boyutlarının tekrarlanma sıklığı nedir?

4. Otel işletmelerine yönelik TripAdvisor üzerinde yapılan yorumlarda gürültü boyutları içerisinde hangi alt temalar öne çıkmaktadır?

Otellerde hangi gürültü türlerinin ne boyutta yaşandığını tespit etmek amacı ile TripAdvisor sitesinde yer alan müşteri yorumları değerlendirmeye alınmıştır. Bu yorumlar nitel bir araştırma yöntemi olan içerik analizi ile araştırmanın amacına uygun biçimde kodlanmıştır. 8,6 milyon konaklama yeri, restoran, deneyim, hava yolu şirketi ve gemi seyahati hakkında 859 milyondan fazla yoruma yer veren TripAdvisor, (TripAdvisor, 2024) işletmeler ve müşteriler arasında çift yönlü iletişim sürecinin gelişmesinde önemli roller üstlenen web tabanlı platformdan biridir (Şahin vd., 2020). TripAdvisor, bünyesinde yer verdiği çeşitli olumlu ve olumsuz yorumların bulunduğu ortamda birey ya da grupları doğru tatil planlaması yapmaya, oteller hakkında bilgiler almaya, otele yönelik puanlamalar yapmaya, seyahat edilen lokasyon hakkında bilgiler almaya, uçuş planlaması yapmaya ve optimal koşullarda otel seçimi yapmaya yönlendirmektedir (Xiang vd., 2015; Çalımlı, 2019). İnternette dolaşımda olan her içerik gibi telif ve patent haklarıyla korunan içerikler de birer enformasyondur. Enformasyonun paylaşımı ise temelde etik bir sorun değildir (Öztürk, 2015). Bu nedenle TripAdvisor internet sitesinde yer alan yorumların değerlendirmeye alınması makalede kullanılması, etik bir ihlale yol açmamaktadır.

Tablo 1. Değerlendirmeye Alınan TripAdvisor Yorumları

Dil	İncelenen Yorum Sayısı	Gürültü ile ilgisi olmayan yorum sayısı	Değerlendirmeye Alınan Yorum Sayısı
Türkçe	204	30	174
İngilizce	324	27	297
Toplam	528	57	471

Araştırma yalnızca Kuşadası'nda hizmet veren 5 yıldızlı otel işletmelerini kapsamaktadır. Amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenen 12 adet otel için Ocak 2024- Mayıs 2025 aralığını kapsayan TripAdvisor yorumlarından ortalama, kötü, berbat olarak nitelendirilen yorumlar incelemeye alınarak, araştırmacıların dil hakimiyetleri düşünülerek İngilizce ve Türkçe olmak üzere, toplam 528 yorum değerlendirilmiştir. Bu yorumlar gürültü sınıflarına ayrılırken, dil veya herhangi bir değişken göz önünde tutulmamıştır. Söz konusu yorumlar içerisinde 57'sinin gürültü ile ilgisi olmadığı tespit edilerek kapsam dışı bırakılmıştır. Geriye kalan 471 yorum araştırmaya dahil edilerek içerik analizleri gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Araştırmada ilk olarak TripAdvisor sitesinde yer alan toplamda 471 yorum, alanyazında gruplandırılan gürültü türleri üzerinden temalandırılmıştır. Gürültü türlerini kapsayan bu ana temalar, o gürültüyü yansıtan örnekleri içeren alt temalarla birlikte kodlanarak çerçeve hazırlanmıştır. Sonrasında bu alt temaların tekrarlanma sıklıkları tespit edilmiş ve böylece hangi gürültü türünün hangi durumlar üzerinden sıklıkla gerçekleştiği ortaya çıkarılmıştır. İçerik analizi ile elde edilen verilerin analizi sürecinde içsel tutarlılığı sağlamak adına Miles ve Huberman'ın (1994) güvenilirlik formülü dikkate alınmıştır.

$$\text{Güvenirlik} = \text{Görüş Birliği} / (\text{Görüş Birliği} + \text{Görüş Ayrılığı}) \times 100$$

Hesaplamalar sonucunda araştırmacılar arasındaki uyum %83 olarak tespit edilmiştir. Buna göre, %70'in üzeri güvenilir kabul edildiği düşünüldüğünde (Miles ve Huberman, 1994) ulaşılan sonuçların güvenilir olduğu görülebilmektedir.

Tablo 2. Örgütsel Gürültü Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	n	%
Örgütsel Gürültü	Ödeme aksaklıkları	4	1
	Fiyatlandırma hataları	28	3
	Çalışanların kalifiye olmaması	36	4
	Çalışanların ilgisiz olması	145	17
	Otel hizmetleri hakkında yetersiz/yanlış ön bilgilendirme	49	6
	Personel sayısı yetersizliği	33	4
	Yetersiz/yavaş/kötü hizmet	560	65
	Toplam	855	100

Tablo 2’de görüldüğü gibi analize tabi tutulan 471 adet yorumun içinde gürültü türlerinden en fazla yaşananı 855 tekrarlanma ile örgütsel gürültüdür. Bir yorum içinde birden fazla gürültü örneği görülebilmesi nedeniyle kodlanan gürültü temaları yorum sayısını aşmaktadır. Örgütsel gürültü içinde %65’lik bir oranla en fazla yaşanan, yetersiz/yavaş/kötü hizmet (560 kez) aynı zamanda tüm yorumlar içinde en fazla rastlanan gürültü olmuştur. Otel işletmelerinde hizmetin yavaş ve/veya yetersiz olması ile ilgili bu bulgu, Kitapçı (2008), Iglesias (2009), Özaslan ve Uygur (2014), Taştan ve Kızılcık (2017), Yaşar (2019) ve Gençer ve Keşkekci (2023) çalışmaları ile benzerlik göstermektedir. Bu kapsamda hizmet eksikliği veya yavaş sunumun gürültüyü oluşturduğu saptanmıştır. Ardından gelen çalışanların ilgisizliği ise %17’lik bir oranla en sık tekrarlanan ikinci örgütsel gürültü olmuştur (145 kez).

“Müşteri destek masası çok zayıf, otele sanki 10 yıldır geliyormuşuz gibi bilgileri tam vermeden geçiyor.”

“Personel iş odaklı değil, kendi aralarında şakalaşıp ciddi olmayan tavırlar sergiliyor.”

“Restoranlarda ve snack barlarda masalar yetersiz, dakikalarca masa bulmaya ve temizlenmesini beklemekten bıktık, personel ne içecek getiriyor ne de ilgileniyor!”

“Resepsiyon maalesef organize olamıyor, çok basit bir soruya bile cevap veremiyor”.

Tablo 3. Çevresel Gürültü Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	n	%
Çevresel Gürültü	Yüksek seste müzik	33	16
	Kalabalık ortam (diğer misafirlerin gürültüleri)	89	47
	Klimaların, asansörlerin gürültülü olması	9	5
	Dış çevreden kaynaklanan gürültüler (araba sesi, gece kulübü, hayvan sesleri vb.)	15	8
	Hoş olmayan kokular	45	24
	Toplam	191	100

Çevresel gürültüler, araştırmada ikinci en sık yaşanan gürültü türüdür (191 kez). Bu gürültü türünde %47’lik bir oranla en fazla otelin kalabalıklığından ve diğer müşterilerin gürültülerinden (89 kez) şikâyet edilmiştir. Bu çalışma; Alrawadieh & Demirkol (2015) tarafından yürütülen çalışma ile benzerlik göstermiş olup; müşterilerin olumsuz olarak nitelendirdiği yoğun ve çok yüksek sesli ortam kapsamında günümüzde de bir iletişim engeli (gürültü) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda Kılıç ve Ok’un (2012), Kodaş ve Üzülmüş’in (2019), Ünal vd.’nin (2020) ve Yalçinkaya ve Yazıcı’nın (2023) TripAdvisor üzerinden yürütülen diğer çalışmalarında da çok sesli ortamın ve aşırı kalabalık olan otel bölümlerinin müşteriler tarafından şikâyet sebebi olduğu saptanmıştır. Sonrasında çevresel gürültüler içerisinde %24’lük bir oranla da hoş olmayan kokular 45 kez dile getirilmiştir.

“Otel aşırı kalabalık, havuz ve restoran yeterli değil, kaldırmıyor bu yoğunluğu. Çoğu gece sabah 2-3 civarında insanların koridorda çığlıklar attığını gördük, bu sanki odanızın içindeymiş gibi geliyor. Otel koridorları halı, o yüzden kötü bir koku var.”

“Ebeveyn odasındaki klima birkaç saat çalıştıktan sonra traktör motoru gibi ses çıkarmaya başlıyor ve bu seste uyumak gerçekten çok zordu. Restoranın bacası yürürken yüzüne çarpıyor; balık kokusu, yağ kokusu, ızgara, kömürler direkt yüzünüze vuruyor.”

“Odamız en uzaktaki olmasına rağmen gece müzik gürültüsü çok yoğundu. Çocuklarla geldik fakat gece berbat bir müzik sesinden uyku uyumaya imkân yoktu! Geç saatlere kadar yüksek volüme ile müzik çalınıyor!”

“Hiçbir çocuğun bulunmadığını belirten tabelaların bulunduğu "rahatlama" havuzu, kaldığımız süre boyunca her gün çığlık atan çocuklarla ve çığlık atan ve bağırarak insan gruplarıyla doluydu.”

Tablo 4. Psikolojik Gürültü Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	n	%
Psikolojik Gürültü	Personelin ukala/küstah olması	25	15
	Personelin sinirli olması	16	9
	Personelin güler yüzlü olmaması	50	29
	Personelin kaba/saygısız davranışları	61	35
	Personelin birbirlerine kötü yaklaşımları	8	5
	Yöneticilerin kötü yaklaşımları	12	7
	Toplam	172	100

Psikolojik gürültü, araştırmadan elde edilen sonuçlara göre üçüncü en fazla yaşanan gürültü türüdür (172 kez). Bu gürültü türü içinde ise %38’lik bir oranla personelin kaba ve saygısız davranışları (61 kez), %31’lik bir oranla güler yüzlü olmamaları (50 kez) öne çıkan durumlardır. Bu çalışmada da olduğu gibi; Lee & Hu’nun (2004) otel müşterilerinin şikayetlerini incelediği çalışmasında elde ettiği bulguya göre, personelin kaba olması önemli bir hizmet sorunudur. Benzer şekilde İstanbul Beyoğlu’ndaki otel işletmelerinden bazılarının çevrim içi problemlerinin incelendiği bir çalışmada da personellerin davranışlarına yönelik sorunlar tespit edilmiştir (Ak & Kızılırmak, 2019). Yapılan diğer benzer çalışmalarda da (Ennew & Schoefer 2003, Wildes & Seo, 2001; Yang, 2005; Liu & Jang, 2009; Emir, 2011; Albayrak, 2013, Efendi (2021) ve Keskin vd. (2022) çalışanların ilgisiz ve kaba davranmalarının müşteri memnuniyeti üzerinde olumsuz etkilere sahip olduğu görülmektedir.

“Otelde çalışan personel bıkkın, tükenmiş, kimisi iyi niyetle çalışmaya devam ediyor kimisi artık canıma tak etti ne olursa olsun tavrında. İçlerinde otel müşterilerine artık lütfen şikayet edin diye dert yananlar var.”

“Pastane kısmında dondurma koymaya çalışan arkadaş, aynı anda hem tatlı almaya gelenlere hem de dondurma isteyenlere yetismeye çalıştığı için çok mutsuz ve yorgun görünüyordu.”

“Garsonlardan hiçbir zaman bir gülümseme veya göz teması alamadık ki bu Türkiye’de çok nadirdir.”

“Konuklarla ve yönetimle yaşanan birçok tartışmayı açıklarken bana "sadece adamla konuşmak istedikleri" söylendi- bu adam benim erkek arkadaşımdı. Hiç o an hissettiğim kadar saygısız hissetmemiştim.”

Tablo 5. Sözdizimsel Gürültü Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	n	%
Sözdizimsel Gürültü	Bilgilendirmelerin hatalı yazılması ya da hiç yazılmaması	88	100
	Toplam	88	100

Sözdizimsel gürültü, daha çok yazılı iletişimde gerçekleştiği için otel hizmetlerinin önemli bir sürecinde geri planda kalmasına rağmen yorumlarda 88 kez tekrarlanmıştır. Bu gürültünün otel hizmetleri ile ilgili bilgilerin hatalı yazılması ya da hiç yazılmaması olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bu kapsamda çalışma; Şahin vd, (2017) çalışmasında verilen bulgular ile (hizmetler ile ilgili yanlış bilgilendirmeler, ücretlerin yanlış belirtilmesi) benzerlik göstermiştir ve bu sorunların hala var olduğuna dikkat çekmektedir.

“Otel tarafından verilen program listesinde snack bar’ da fast-food yiyecek saatleri belirlenmiş olmasına rağmen tam 45 dk bir gecikme ile servis yapılacağı iletildi ki o da meçhul; ya o yazıyı listeye koymayacaksın ya da yazdıysan gereğini yapacaksın.”

“Odalardaki tv listeleri ile tv kanalları birbirini tutmuyor, ya tv ler güncellenmemiş ya da tv listeleri..”

“Telefon uygulamasından yaptığım online check-in işlemleri gayet başarılı ve sistematikti. Bu konudaki tek olumsuz düşüncem uygulamanın Türkçe olmamasıdır.”

Tablo 6. Semantik Gürültü Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	n	%
Semantik Gürültü	Personelin yabancı dil eksikliği	53	79
	Personelin söylenenleri anlamaması	14	21
	Toplam	67	100

Semantik gürültünün (67 kez), yorumlar incelendiğinde daha çok personelin yabancı dil eksikliği (53 kez) ile ilgili gerçekleştiği dikkati çekmiştir. Bu çalışma kapsamında personelin yabancı dil konuşmadaki eksikliklerinin Güzel (2014) ve Tuzcu (2023) tarafından yürütülen diğer çalışmalar ile benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir.

“Resepsiyon personelinin sadece bir kısmı İngilizce konuşuyor ve bir sorunla karşılaşırsanız bu zor bir iş olabilir.”

“Tesis genelinde asgari düzeyde İngilizce konuşulmaktadır, bu nedenle tost için "tereyağı" gibi temel malzemeleri bulmak çok zordur.”

Tablo 7. Kültürel Gürültü Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	n	%
Kültürel Gürültü	Diğer kültürden turistlerin davranışları	27	41
	Belirli bir kültüre/insana yönelik ayrımcılığın olması	39	59
	Toplam	66	100

Kültürel gürültü, incelenen ifadelerde 66 kez tekrarlanmıştır. Ayrımcılık (39 kez), bu gürültü türleri içinde en fazla öne çıkan gürültü olmuştur. Bu çalışma Kodaş ve Üzülmüş’in (2019) TripAdvisor örneği üzerinden yaptıkları çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir.

“Oteldeki turistlere ayrı davranma stratejisini doğru bulmuyorum. Türk turistlere bu otele gitmelerini tavsiye etmiyorum giderseniz de İngilizce konuşun ki daha fazla değer verilsin.”

“Bizim rahatsız olduğumuz konu, garsonların kesinlikle Türklerle ilgilenmeyip hep yabancılarla ilgilenmesi nedense bu otelde Türk-yabancı ayrımını çokça hissettik ve rahatsız olduk.”

Tablo 8. Fizyolojik Gürültü Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	n	%
Fizyolojik Gürültü	Personelin yorgun olması	15	94
	Personelin hasta olması	1	6
	Toplam	16	100

Araştırmada en az karşılaşılan gürültü türü 16 kez tekrarlanma ile fizyolojik gürültü olmuştur. Burada da oldukça yüksek bir oranla (%94) personelin yorgun olduklarının gözlemlenmesi (15 kez) dikkati çekmiştir. Bu çalışmada yürütülen hastalık ve yorgunluğa bağlı iletişim engeli bulgularının da literatürde yapılan diğer çalışmalarla (Yirik, Ören ve Ekici, 2014; Altınel ve Türksoy, 2017; Tuzcu, 2023) benzerlik gösterdiği ve bu durumun memnuniyetsizlik yarattığı saptanmıştır.

“Pastane kısmında dondurma koymaya çalışan personel aynı anda hem tatlı almaya gelenlere hem de dondurma isteyenlere yetişmeye çalıştığı için çok mutsuz ve yorgun görünüyordu”.

“Otel eylül ayında hala dolu olduğu için personeller artık yorulmuş sadece toplamaya yetişebiliyorlardı. Bizlerden gelen istekler çok geç geldi bazen de gelmedi”.

“Otelde çalışan personel bıkkın, tükenmiş, kimisi iyi niyetle çalışmaya devam ediyor kimisi artık canıma tak etti ne olursa olsun tavrında. Otel müşterilerine, artık lütfen şikayet edin diye dert yananlar var”.

“Personel sayısı çok yetersiz. Çalışanlar tükenmenin getirdiği memnuniyetsizliğin son noktasındalar”.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, Kuşadası’nda yer alan beş yıldızlı 12 otel işletmesinde gerek müşteri ve çalışanların kendi aralarındaki ilişkisinden; gerekse çalışan müşteri çapraz ilişkisinden kolaylık ve sıklıkla ortaya çıkabilecek ve iletişim engeli (gürültü) oluşturabilecek durumların tespiti ve değerlendirilmesi üzerinde durulmuştur. Otel işletmeleri gibi çok fonksiyonlu yapılarda; gürültü yaratabilecek durumların mümkün olduğunca kısa sürede tespit edilmesi ve bu durumlar karşısında birtakım önlemlerin önceden alınmasının iletişimde sürdürülebilirliği ve buna bağlı olarak memnun ve tatmin olan çalışan/müşteri potansiyeli yaratmayı sağlamak adına konunun irdelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Otel işletmelerinde sıklıkla karşılaşılan ve pek çok çalışmanın ortak konusu olan; personelin yabancı dil eksikliği (Tuzcu, (2023), Güzel (2024); kültürlerarası ayrımcılık (Kodaş ve Üzülmaz (2019); bilgilendirmelerin hatalı veya eksik yazılması (Şahin vd, 2017); personelin kaba ve saygısız davranışına yönelik sorunlar (Wildes & Seo, (2001); Ennew & Schoefer (2003), Lee & Huu, (2004), Yang, (2005); Liu & Jang, (2009); Emir, (2011); Albayrak, (2013), Efendi (2021) ve Keskin vd. (2022); yüksek sesle konuşma

ve müziğe bağlı iletişim engelleri (Alrawadieh & Demirkol (2015); yavaş ve yetersiz ürün hizmet (Kitapçı (2008), Iglesias (2009), Özaslan ve Uygur (2014), Taştan ve Kızılcık (2017), Yaşar (2019) ve Gençer ve Keşkekci (2023) şeklindeki bulgular, bir iletişim engeli olarak gürültüye neden olabilecek fizyolojik, örgütsel, semantik veya çevresel durumların sonucundan kaynaklanmaktadır.

Bu araştırmada, diğer araştırmalardaki ortak bulguların yanı sıra; çalışanların birbirlerine karşı yaklaşımı, çalışanların ilgisiz olması, güler yüzlü olmaması, kalifiye olmaması, yöneticilerin kötü yaklaşım tarzları, hoş olmayan kokular, müşterilerin rahatsızlık duyduğu kalabalık ortamlar, ödeme aksaklıkları, fiyatlandırma hataları, çalışanların söylenenleri anlamaması veya personel sayısı yetersizliği gibi pek çok bulguya rastlanmıştır. Bu bulgular gürültü başlığı altında değerlendirildiğinde diğer araştırmalarda sınırlı olarak ele alınan veya gürültü şeklinde kavramsallaştırılmamış fiziksel, psikolojik, semantik, kültürel ve fizyolojik gürültülere yol açan faktörlerdir.

Otel işletmelerinde yaşanan herhangi bir iletişim engeli müşterilerin bir sonraki seyahati planlamaları üzerinde etkili olduğu gibi, çalışan ve yönetici arasındaki huzurun bozulması da otel içinde fonksiyonların ve buna bağlı pazardaki rekabetin olumsuz olarak etkilenmesine neden olmaktadır. Bu kapsamda iletişim süreçleri, otel işletmelerinde en temel yapıyı oluşturan ve anlık yaşanan engellerde bile, turizmin geleceğini etkileyen önemli bir unsurdur. Araştırmada özellikle personeller ve yöneticiler arasında tespit edilen engellerin aşılması için, birtakım önlemlerin alınması aşıkardır. Sürdürülebilir turizm anlayışı kapsamında; çalışanların çalışma saatlerinde belirli düzenlemelerin yapılması, yine çalışanları işine ve işletmeye bağlayan çeşitli organizasyon ve yarışmaların düzenlenmesi, turizm haftası, yılbaşı gibi özel günlere yönelik çeşitli eğlence ortamlarının yaratılması ve bu kutlamaların her yaş grubunu birleştirici şekilde, farklı konseptte uygulanmasının psikolojik ve fizyolojik iletişim engellerini iyileştirebileceği öngörülmektedir. Personelin sağlık durumları dikkate alınarak iş saatleri düzenlenmeli ve dinlenme süreleri artırılmalıdır. Bu, yorgunluk ve sağlık sorunlarından kaynaklanan iletişim gürültülerini azaltabilir. Personelin moral ve motivasyonunu yüksek tutmak için, iş yükü dengeli bir şekilde dağıtılmalı ve çalışanlara yönelik motivasyon artırıcı özel etkinlikler düzenlenebilir. Personelin müşterilere karşı daha nazik ve güler yüzlü bir hizmet sunmalarını sağlamak için, pozitif iletişim teknikleri öğretilebilir. Müşteri yoğunluğunun yüksek olduğu dönemlerde, otel personelinin yeterliliği ve hizmetin kalitesinin arttırılması önerilir. Yoğunluğun yüksek olduğu dönemlerde, gerektiğinde ekstra personel çağırılabilir ve dış kaynaklardan (outsourcing) faydalanılabilir. Personelin hizmet kalitesi ve verimliliğini teşvik edici yemek kartları, giyim kartları, dijital kuponlar, çekler vb. uygulamalara belirli aralıklarla yer verilebilir.

Öte yandan, yabancı dil gelişimini teşvik etmek amacıyla dijital ortamlardan yararlanılması, belirli aralıklarla farklı rotalara çeşitli geziler düzenlenmesi ve otelin belirli alanlarında yabancı dil konuşma etkinliklerinin düzenlenmesi semantik ve kültürel iletişim engellerini ortadan kaldırabilecek bir süreç

olarak öngörülmektedir. Personelin dil becerilerini geliştirmek ve çok dilli iletişimi teşvik etmek adına otellerde belirli aralıklarla ve düzenli olarak dil eğitimleri verilebilir.

Çevresel gürültülerde ise durum biraz daha farklıdır; bu gürültüler özellikle dış ortama da bağımlı olabileceği için, diğerlerine kıyasla önlem almanın daha zor olabileceği öngörülmektedir. Bu kapsamda; özellikle zaman zaman oluşabilecek dış ortamdan kaynaklanan bir iletişim engelinin başka bir hizmet hatası telafi etme yöntemi ile desteklenmesi önerilmektedir. Hizmet hatası telafisi; oda değiştirme, indirim uygulama veya zaman zaman müşteriye kendini özel hissettirebilecek bir hediye şeklinde olabilir (Davidow, 2003). İç çevre unsurlarından kaynaklanan iletişim engelleri ise, otel işletmelerinde ast-üst ilişkisi, departmanlar arasındaki ilişki veya gerektiğinde dış kaynak kullanımından (outsourcing) yararlanılarak daha rahat çözümlenebilir. Otel içerisindeki yüksek sesli müzik, kalabalık ve hoş olmayan kokular gibi çevresel gürültü unsurları minimize edilmelidir. Bu amaçla, ses izolasyonu sağlayan yapıların kullanımı artırılabilir ve koku kontrol sistemleri iyileştirilebilir.

Sözdizimsel gürültü ise, dilbilgisi ve kültür kurallarının yanlış anlamlandırılması sonucu oluşabileceğinden; dili herkesin anlamlandırabileceği en temel nitelikte kullanmanın bu doğrultuda önemli olduğu düşünülmektedir. Birden fazla müşteri profili veya çalışan tipolojisinin bulunduğu çok kültürlü işletmelerde birden fazla anlama gelebilecek kelimelere yer verilmemeli, çoğunluğun hâkim olabileceği dil örneğin Türkçe ve İngilizce tercih edilmelidir.

Otellerde yaşanabilecek gürültülerin türü ve boyutu ne olursa olsun önüne geçebilmek için müşterilerden gelen geri bildirimlerin hızlı bir şekilde değerlendirilerek gerekli iyileştirmelerin yapılması önerilir. Bu süreç, çalışanların eksikliklerini daha hızlı fark etmelerine yardımcı olabilir. Yönetim ve personel arasındaki iletişimin güçlendirilmesi de bu süreçte oldukça önemlidir. Bunun için açık iletişim kanalları oluşturulması önerilir. Böylece yanlış anlamaların ve özellikle örgütsel gürültünün önüne geçilebilir.

Araştırma sonuçları, otel işletmelerinde iletişim engellerinin, müşteri memnuniyetini ve işletmeye yapılan yorumların seyrini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, otel yönetimleri için iletişim becerilerini geliştirme, çalışanların eğitim seviyesini artırma ve kültürel duyarlılıkları gözetken stratejiler geliştirme önem arz etmektedir. Ayrıca hizmet süreçlerinin iyileştirilmesi ve müşteri geribildirimlerinin etkin bir şekilde değerlendirilmesi, uzun vadeli başarı ve sürdürülebilirlik için önemli unsurlar olarak belirlenmiştir. Bu çalışma, otel işletmeleri için iletişim engellerinin minimize edilmesi ve müşteri memnuniyetinin artırılması adına önemli stratejik öneriler sunmaktadır. Bu öneriler, sadece Kuşadası'ndaki otel işletmeleri için değil, genel olarak turizm sektöründeki tüm otel işletmeleri için yol gösterici nitelikte olup, iletişim engellerinin etkin yönetimi konusunda farkındalık yaratmayı amaçlamaktadır.

Çalışmada yalnızca Kuşadası'nda faaliyet gösteren oteller ele alınmıştır. Destinasyon farklılaştırılarak ya da restoran, seyahat acentaları gibi diğer turizm işletmeleri ele alınarak gürültünün farklı mecralarda ne koşullarda ve boyutlarda yaşanabildiği incelenebilir. Anket ve görüşme teknikleri de daha detaylı verilere ulaşmak ve bu gürültülerin nedenleri ya da hangi değişkenlerle ilişkili olduklarını tespit etmek adına tercih edilebilir.

KAYNAKÇA

- Adler, R. B. & Elmhorst J. M. (2002). *Communication At Work: Principles and Practices for Business and the Professions*, McGraw-Hill, NewYork.
- Agarwal, S. & Garg, A. (2012). The importance of communication within organizations: A research on twohotels in Uttarakhand. *IOSR Journal of Business and Management*, 3(2), 40-49.
- Albayrak, A. (2013). "Restoran işletmelerinde müşteri şikâyetleri ve şikâyete ilişkin davranışlar". *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 9(2), 27-51.
- Alrawadieh, Z. ve Demirkol, Ş. (2015). Konaklama işletmelerinde e-şikâyet yönetimi: İstanbul'daki beş yıldızlı oteller üzerinde bir çalışma. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 132-152.
- Altinel, Ö., ve Türksoy, N. (2017). Konaklama işletmelerinde iş sağlığı ve güvenliği. *Cataloging-In-Publication Data*, 349.
- Aziz, A., & Dicle, Ü. (2017). *Örgütsel iletişim. Hiperyayın: İstanbul*
- Baykara, T. (2016). İkinci dil öğreniminde ana dil sözdiziminden kaynaklanan sözdizimsel hataların analizi. *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 52-68.
- Buarqoub, I.A.S. (2019). Language barriers to effective communication. *Utopía y Praxi Latinoamericana*, 24(6), 64-77.
- Çalimli Y. (2019). *Turizm İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri ve Dijital Dönüşüm: Konya Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Anabilim Dalı, Konya.*
- DeVito, J. A. (2009). *Human Communication: The Basic Course*. 11. Basım. Boston: Pearson International
- Disilva, X., & Arun, A. (2017). Communication barrier encountered by employees working in hotel industry. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 4(14), 180-184.
- Efendi, M. (2021). Çeşme'de bulunan küçük ölçekli konaklama tesisleri; Covid-19 süreci ve e-şikayetlerin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 103-118.
- Elgünler, T. Ç., ve Fener, T. Ç. (2011). İletişimin kalitesini etkileyen engeller ve bu engellerin giderilmesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 1(1), 35-39.
- Emir, O. (2011). Customer complaints and complaint behaviours in Turkish hotel restaurants: An application in Lara and Kundu areas of Antalya. *African Journal of Business Management*, 5(11), 4239-4253.
- Ennew, C., & Schoefer, K. (2003). Service failure and service recovery in tourism: A review (pp. 1-15). Nottingham: Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, Nottingham University Business School.
- Fiske, J. (2019). *İletişim Çalışmalarına Giriş. (Çev. S. İrvan), Ankara: Pharmakon Yayınevi.*
- Gençer, K., & Keşkekci, D. (2023). Beş yıldızlı otellerin hizmet hataları ve telafi yöntemlerinin incelenmesi: Antalya otelleri örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 20(2), 142-158.
- Goby P. V. (2001) Communication barriers among staff in the hotel industry in Singapore, *Media Asia*,28(2), 98-102.
- Güngör, N. (2011). *İletişime Giriş. Ankara: Siyasal Kitabevi.*

- Gürgen, H. (1997). Örgütlerde İletişim Kalitesi. İstanbul: Der Yayınları
- Güzel, F. Ö. (2014). Marka itibarını korumada şikâyet takibi: Çevrimiçi seyahat 2.0 bilgi kanallarında bir uygulama. *Journal of Internet Applications and Management*, 5(1), 5-19.
- Hamilton, C., Kroll, T. & Creel, B. (2023). *Communicating for Success*. London: Roulledge.
- Hess Jr., R. L., Ganesan, S., & Klein, N. M. (2003). Service failure and recovery: The impact of relationship factors on customer satisfaction. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2), 127-145.
- Hinton, P. R. (2013). *Stereotypes, cognition and culture*. Psychology Press. Newyork: Taylor&FrancisGroup.
- Iglesias, V. (2009). The attribution of service failures: Effects on consumer satisfaction. *The Service Industries Journal*, 29(2), 127-141.
- Keskin, G., Bilgiç Y. M. ve Yazıcı A. A. (2022). Covid-19 sürecinde otel işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin incelenmesi. *Pazarlama İçgörüsü Üzerine Araştırmalar*, 6(1), 1-12
- Kitapçı, O. (2008). Restoran hizmetlerinde müşteri şikâyet davranışları: Sivas İl'inde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31, 111-120
- Klimova, B. F., & Semradova, I. (2012). Barriers to communication. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 31, 207-211.
- Kılıç, B. ve Ok, B. (2012). Otel işletmelerinde müşteri şikâyetleri ve şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 25(7), 4189-4202.
- Kodaş, B., ve Üzülmmez, M. (2021). Mardin ve Diyarbakır'da yer alan restoranlara yönelik müşteri şikâyetlerinin incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(2), 485-505.
- Lee, C.C. & Hu, C. (2004). Analyzing hotel customers e-complaints from an internet complaint forum, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17(2-3), 167- 181.
- Liu, Y. & Jang, S. S. (2009). Perceptions of chinese restaurants in the US: What affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338-348.
- Lunenburg, F. C. (2010). Communication: The process, barriers, and improving effectiveness. *Schooling*, 1(1), 1-11.
- Miles, M. B, & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: A sourcebook*. Beverly Hills: Sage.
- Özaslan, Y. ve Uygur, M. S. (2014). Negatif ağızdan ağıza iletişim (Wom) ve elektronik ağızdan ağıza iletişim (E-Wom): Yiyecek-içecek işletmelerine yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(3), 69-88.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(1), 287-311.
- Pearson C. J., Nelson E. P., Titswort S. & Harter L. (2011). *Human Communication: Make it Smart Keep it Real*, TheMcGraw-Hill Companies, New York.
- Petersons, A.,& Khalimzoda, I. (2016). Communication models and common basis for multicultural communication in Latvia. In *Society. Integration. Education. Proceedings of the International Scientific Conference* (Vol. 4), 423-433.
- Ray, P. R. (2014). *Communication in Social Work*. Permagon Press, Oxford.
- Seyitoğlu F. (2013). *Konaklama İşletmelerinde Yöneticiler ve Çalışanlar Arasında Stratejik İletişim: Antalya Bölgesinde Bir Uygulama*". Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.
- Shi G., Xiao Y., Li Y. & Xie X. (2021). From semantic communication to semantic-aware networking: Model, architecture, and open problems, *IEEE Communications Magazine*, 59(8), 44-50.

- Shrivastava, S. (2012). Comprehensive modeling of communication barriers: A conceptual framework. *IUP Journal of Soft Skills*, 6(3), 7-19.
- Sparks, B., & Callan, V. J. (1992). Communication and the service encounter: The value of convergence. *International Journal of Hospitality Management*, 11(3), 213-224.
- Şahin H., Çolakoğlu E., O, Kılıçdere, S. ve Atay H. (2020). Kuşadasında bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik yapılan sosyal medya yorumlarının incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 2(1), 103-110.
- Şahin, B., Kazaoğlu, İ. H., ve Sönmez, B. (2017). Konaklama işletmelerine yönelik seyahat sitelerinde yer alan şikayetler üzerine bir inceleme: Bişkek örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 163-177.
- Taştan, H. ve Kızılcık, O. (2017). Kahramanmaraş'ta bulunan yiyecek içecek işletmelerine yönelik Tripadvisor.com'da paylaşılan şikâyetlerin sınıflandırılması, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26(1), 270-284.
- TripAdvisor (2025). Hakkımızda. <https://tripadvisor.mediaroom.com/tr-about-us> Erişim Tarihi: 09/10/2025
- Tuzcu, N. (2023). Turizm işletmelerinde misafir memnuniyeti yönetim aracı olarak misafir şikâyetlerinin değerlendirilmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 174-195.
- Ulama, Ş. (2018). Turizm ve İletişim. S. Şentürk, Ş. Ulama ve O. Türkay içinde (Ed.) *Turizm İletişimi* (1-31). Detay Yayıncılık. Ankara
- Ünal, A. (2019). Otel İşletmelerinde Konuk İletişimi ve Müşteri İlişkileri Yönetimi. M. Bozkurt içinde (Ed.) *Temel Kavramları ve Örnekler İle Modern Otel İşletmeciliği*. Paradigma Akademi.
- Ünal, A., Çakır, G., Bayar, S. B., ve Çelen, O. (2020). Turistlerin konaklama işletmelerine yönelik şikâyetlerinin incelenmesi: Marmara bölgesi otellerine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 744-755.
- Ünüvar, Ş. (2009). Kişilerarası iletişimin konaklama işletmelerindeki önemi ve beş yıldızlı otellerde bir uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(18), 375-394.
- Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of Retailing and Consumer Services* (22), 244-249.
- Wildes, V. J. & Seo, W. (2001). "Customer vote with their forks: Consumer complaining behaviour in the restaurant industry". *International Journal Hospitality Tourism Administration*, 2(2), 21-34.
- Yalçınkaya, A. ve Yazıcı A. A. (2023), Turistlerin Kuşadası'ndaki 5- yıldızlı otellerle ilgili şikâyetlerinin tespiti ve analizi, 23. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, Ed: S. Bertan, ISBN: 978-605-254-834-9. Detay Yayıncılık, Ankara .
- Yang, T. C. (2005). The development of an effective recovery programme after service failures: A case study of restaurants in Glasgow. *Tourism Hospitality Planning & Development*, 2(1), 39-54.
- Yaşar, Z. (2019). Kastamonu'da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Tripadvisor Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241-250.
- Yirik, Ş., Ören, D., ve Ekici, R. (2014). Dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan personelin örgütsel stres ve örgütsel tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkilerin demografik değişkenler bazında incelenmesi. *Journal of Yasar University*, 9(35), 6099-6260.
- Yolal, M. (2016). Çatışma ve Turizm. H. Yılmaz (Ed.), *Turizm ve İletişim içinde* (ss. 125-144). Ankara: Detay Yayıncılık
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problems and strategies in services marketing. *Journal of Marketing*, 49(2), 33-46.