

Turizm Sektöründe Dijital Şiddet Türleri ve Kadınların Maruz Kalma Biçimleri 6

Özgür Yılmaz¹

Mehtap Türkan²

Özet

Turizm sektörünün dijitalleşmesi, rezervasyon sistemlerinden müşteri deneyimlerinin çevrim için platformlarda paylaşılmasına kadar geniş bir yelpazede köklü bir dönüşüm yaratmıştır. Bu dönüşüm, işletmelere küresel erişim ve etkin pazarlama gibi fırsatlar sunarken , aynı zamanda çalışanlar için yeni ve ciddi bir tehdit olan dijital şiddeti de beraberinde getirmiştir. Turizm sektörü, emek-yoğun yapısı nedeniyle kadınlar için önemli bir istihdam alanı oluşturmaktadır. Kadınların sektörde daha çok ön yüz (müşteriyle doğrudan temas gerektiren) pozisyonlarda yoğunlaşması, onları dijital şiddete karşı daha savunmasız hâle getirmektedir. Resepsiyon, garsonluk, kat hizmetleri, animasyon ve tur rehberliği gibi meslek gruplarında kadın çalışanların yoğun varlığı, aynı zamanda onları çevrimiçi saldırıların birincil hedefi haline getirmektedir. Dijital şiddetin farklı biçimleri – siber taciz, itibar saldırıları, cinsel içerikli mesajlar, kişisel bilgilerin ifşası, çevrimiçi değerlendirme platformları üzerinden ayrımcı yorumlar ve organize linç kampanyaları – yalnızca çalışanların psikolojisini olumsuz etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda kariyer gelişimlerini sekteye uğratmakta ve fiziksel güvenlikleri açısından da tehdit oluşturmaktadır.

Çalışmamızın birinci bölümünde, turizm sektörünün dijitalleşmesi ile bilgi ve teknolojiadaki gelişmelerin sektörü nasıl etkilediğini vurgulamaya çalışılmış. Türkiye’de hizmet sektörünün içinde turizm sektörünün yeri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmamızın ikinci bölümünde, Türkiye’de kadınların turizm sektöründeki istihdam oranı üzerinde durulmuş ve bu bağlamda kadınların

- 1 Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, İşletme Yönetimi, oyilmaz@balikesir.edu.tr, Orcid: 0000-0001-8884-2381
- 2 Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, mehtap.turkan@balikesir.edu.tr, Orcid: 0000-0003-2243-0063

görünürlüğü tartışılmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, turizm sektöründe kadın istihdamı toplam istihdamın yaklaşık %37,1'ini oluşturmaktadır. Bu oran, sektörde kadın emeğinin ne denli önemli olduğunu ve kadınların turizmin sürdürülebilirliği açısından vazgeçilmez bir rol üstlendiklerini gösterilmeye çalışılmıştır. Çalışmamızın üçüncü bölümünde dijital şiddet kavramı tanımlanmış ve bu şiddet türünün turizm sektöründe nasıl tezahür ettiği üzerinde durulmuştur. Özellikle sosyal medya, çevrimiçi değerlendirme platformları ve dijital iletişim kanallarında ortaya çıkan şiddet türleri ayrıntılı biçimde incelenmiştir. Kadınların bu şiddet biçimlerine maruz kalma deneyimleri; psikolojik, mesleki, ekonomik ve toplumsal sonuçlarıyla birlikte değerlendirilmiştir.

1. Turizm Sektörünün Dijitalleşmesi

Dijitalleşme, dijital teknolojilerin ve verinin kullanımına dayalı bir süreç olarak tanımlanırken; dijital dönüşüm, bu sürecin ekonomik ve toplumsal yapılar üzerinde ortaya çıkardığı etkileri ve dönüşümleri ifade etmektedir. (Kızanlıkl, 2022)

21. yüzyılda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler, turizm sektöründe de köklü bir dönüşüm yaratmıştır. Dijitalleşme, yalnızca işletmelerin faaliyetlerini modernize etmelerini değil, aynı zamanda turistlerin seyahat planlama, rezervasyon yapma ve deneyimlerini paylaşma biçimlerini de temelden değiştirmiştir. Bu bağlamda dijital kaynaklar, bireylerin destinasyon seçimlerinden tatil sürecindeki davranışlarına kadar karar alma süreçlerinin merkezine yerleşmiştir. (Buhalis & Law, 2008; Gretzel, Sigala, Xiang & Koo, 2015).

Turizm gibi dinamik ve değişken sektörler, faaliyetlerine devam edebilmeleri için ortaya çıkan zorluklara ve tehditlere hızlı ve etkili bir şekilde yanıt vermelidir. (Balyalı, İlhan, 2023) Özellikle sosyal medyanın küresel ölçekte yaygınlaşması, turizm sektörünün dijitalleşmesinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medya platformları, bireylerin seyahat trendlerini şekillendirmekte; turistik ürünlerin pazarlanmasında, destinasyonların tanıtımında ve turistlerin tüketim tercihlerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Bunun yanı sıra sosyal medya, turizm işletmelerine geniş kitlelere ulaşma, müşteri etkileşimini artırma ve marka bilinirliği oluşturma açısından da güçlü fırsatlar sunmaktadır. Ancak bu süreç, beraberinde yoğun rekabet, bilgi kirliliği ve itibar yönetimi gibi yeni zorlukları da ortaya çıkarmaktadır. (Dülgaroğlu, 2023)

Literatürdeki araştırmalar, çevrim içi rezervasyon sistemlerinin yaygınlaşması, akıllı oteller, robotlar ve otomasyon sistemleri, sosyal medyanın turizm pazarlamasındaki dönüşen işlevi, elektronik müşteri

ilişkileri, dijital platformların turist davranışları üzerindeki etkisi, daha kolay ödeme sistemleri ve artırılmış gerçeklik (AR) ile sanal gerçeklik (VR) gibi yenilikçi teknolojilerin turizm deneyimine entegrasyonu konularına yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte, dijitalleşmenin yalnızca kişiselleştirilmiş hizmet, küresel erişim ve etkin pazarlama gibi avantajlar sunduğu değil; aynı zamanda veri güvenliği, mahremiyet ihlalleri ve hızla değişen rekabet koşulları gibi çeşitli riskleri de beraberinde getirdiği vurgulanmaktadır.

Mobil cihazların kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte elektronik bileşenlerin akıllı teknolojilere evrilmesi ve cihaz çeşitliliğinin sürekli artış göstermesi, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Mobil iletişim ağlarının hızla yaygınlaşması ve teknolojik araçların günlük yaşamdaki kullanımının artması, turizm sektöründe hem hizmet sunumunu hem de turistlerin talep ve tercih süreçlerini önemli ölçüde dönüştürmektedir. Bu gelişmeler, sektör aktörlerine rekabet üstünlüğü kazandırmakta, hizmet kalitesini yükseltmekte, maliyetlerin azaltılmasına imkân tanımakta ve yenilikçi iş modellerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Ayrıca bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklar, kriz dönemlerinde turizm sektörü için bir direnç ve uyum mekanizması işlevi görmektedir; internet erişiminin ucuz ve yaygın hale gelmesi ise gerek tatil planlaması gerekse turizm işletmelerinde yönetim, pazarlama ve stratejik karar alma süreçlerinde önemli avantajlar sunmaktadır. (Ertuğral vd, 2022; Gretzel vd, 2015; Xiang vd, 2017)

Turizmin tüm alt sektörlerini dönüştüren dijital dönüşüm, özellikle otel işletmeleri için artık bir gereklilik haline gelmiştir. Günümüzde tüketiciler, konaklayacakları otelleri fiyat, yıldız derecesi veya kendi belirledikleri kriterler doğrultusunda sıralayabilmektedir. Bu durum, otel işletmelerini dijital platformları daha etkin ve stratejik bir şekilde kullanmaya yönlendirmektedir. Ayrıca, dijitalleşmenin bir diğer önemli boyutu, tüketici şikâyetlerinin hızlı bir şekilde yanıtlanabilmesidir. Çevrim içi değerlendirmeler ve yorumlar, müşterilerin tercihlerini şekillendiren kritik bir unsur olarak işletmelerin stratejik planlamasında dikkate alınmaktadır. (Zengin, Kazdal, 2020)

2. Kadınların Turizm Sektöründeki Yeri ve Önemi

2024 yılı Aralık ayı (TÜİK) verilerine göre Türkiye’de Toplam İstihdam rakamının 33 Milyon 620 Bin kişi olduğu görülmektedir. Gene aynı dönemde Hizmet sektöründe istihdam edilen çalışan sayısı 18 Milyon 887 Bin olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu rakamlara göre hizmet işletmelerinde çalışanların toplam istihdama oranının %57.9 olduğu görülmektedir.

Hizmet sektörü, ekonomik faaliyetler içerisinde en geniş alanlardan birini oluşturur ve çok sayıda farklı iş kolunu bünyesinde barındırır. Bu sektör, tüm işletme alanlarının yarısından fazlasını (%57,9, 2024 TÜİK verileri) içine alan temel bir ekonomik yapı olarak öne çıkar. Dünya Bankası (2023) ve OECD (2022) raporlarına göre hizmet sektörü yalnızca üretim dışı alanları değil; ticaret, finans, eğitim, sağlık, turizm ve kültür gibi çok çeşitli alt sektörleri içermektedir. Bu bağlamda, hizmet sektörünün temel alt başlıkları şu şekilde gruplandırılabilir;

Tablo 1. Hizmet Sektörü Genel Dağılımı ve Kapsamı

<i>Alt Sektör</i>	<i>Kapsamı</i>
Ticaret ve Perakende	Toptan ve perakende ticaret, e-ticaret, alışveriş merkezleri, mağazalar
Ulaştırma, Lojistik ve Haberleşme	Kara, hava ve deniz taşımacılığı; kargo, lojistik; posta, telekomünikasyon, internet hizmetleri
Turizm ve Konaklama	Otelcilik, restoran ve yiyecek-içecek hizmetleri, seyahat acenteleri, tur operatörleri
Finans ve Sigortacılık	Bankacılık, sigortacılık, yatırım hizmetleri, finansal danışmanlık
Eğitim Hizmetleri	Okullar, üniversiteler, kurslar, özel eğitim kurumları
Sağlık Hizmetleri	Hastaneler, klinikler, eczaneler, özel bakım hizmetleri
Sosyal Hizmetler	Devlet kurumları, sosyal güvenlik hizmetleri, güvenlik ve savunma hizmetleri
Profesyonel ve Teknik Hizmetler	Hukuk, muhasebe, mühendislik, mimarlık, danışmanlık, Ar-Ge faaliyetleri
Eğlence, Kültür ve Sanat Hizmetleri	Sinema, tiyatro, müzeler, medya, spor, reklamcılık, yaratıcı endüstriler

Kaynak: (Dünya Bankası 2023, OECD 2022, Özsağın, Akın 2012, Bayat vd, 2015)

Hizmet sektöründe kadın istihdamı yıllar itibarıyla düzenli bir artış göstermese de genel eğilimin yükseliş yönünde olduğu söylenebilir. 2018 yılında sektörde yaklaşık 5 milyon 220 bin kişi çalışırken, 2024 yılına gelindiğinde bu sayı 6 milyon 886 bine ulaşmıştır. Bu süreçte hizmet sektöründe kadın çalışan sayısı yaklaşık 1,5 milyon kişi artış göstermiştir. Genel istihdam dağılımı incelendiğinde en fazla istihdamın hizmet sektöründe gerçekleştiği, en düşük istihdamın ise inşaat sektöründe olduğu dikkat çekmektedir. Hizmet sektöründe esnek çalışma modellerinin yaygın olması, kısmi zamanlı işler, serbest meslek imkânları ve uzaktan çalışma gibi seçeneklerin bulunması, kadınların iş ile aile yaşamını daha dengeli

yürütebilmesine katkı sağlamakta; bu durum da kadınların hizmet sektöründe daha yoğun şekilde istihdam edilmesini açıklamaktadır. (Ağar, 1679)

Turizm sektöründe her kademedeki çalışanın olması, uzmanlık ve eğitim istemeyen emek yoğun işlerin çokluğu sebebiyle çok fazla insana istihdam sağlamaktadır. (Öksüz, 2023). Özellikle konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinde, hizmetin üretim ve sunum sürecinde belirleyici olan temel unsur insan gücüdür. “İnsanın olması karmaşık bir olguyu ve duyguları beraberinde getirmektedir. Bu nedenle insanların eğitilmesi, yönlendirilmesi, yönlendirilmesi, koordine edilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte insanın psikolojik, sosyal ve çevresel koşullarla etkileşimi iyi incelenmesi gerektiği düşünülmektedir. Kadın, erkeklerin fiziki ve ruhsal yapısıyla oldukça farklı göstergeler sahip olması nedeniyle kadın istihdamında izlenilecek yolların daha iyi araştırılması gerektiği varsayılmaktadır” (Çakır, Barakazi vd, 2017).

İnsan kaynağının hem hizmet kalitesini hem de müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyen stratejik bir rol üstlendiği turizm sektöründe, çalışanların sayısı dönemselsel olarak farklılıklar gösterse de, toplam istihdam içindeki oranı Aralık 2024 TÜİK verilerine göre yaklaşık %3.98, hizmet işletmelerinde çalışanlara göre turizm işletmelerinde istihdam edilenlerin oranı ise yaklaşık %7 civarındadır. Bu orana göre turizm sektöründe istihdam edilen çalışan sayısı 1.3 Milyon çalışan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu rakam turizm sektörünün Türkiye ekonomisinin içindeki önemi bir kez daha ortaya çıkarmaktadır.

Bir ülkenin gelişmişlik düzeyi ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşma kapasitesi, kadınların işgücüne katılım oranıyla yakından ilişkilidir (World Bank, 2022). Bu çerçevede, emek-yoğun yapıyla öne çıkan turizm sektörü, kadın istihdamının artırılması adına dikkate değer bir potansiyel sunar. Nitekim kadınların başta konaklama ve gastronomi olmak üzere hizmet odaklı turizm işletmelerindeki varlığı, ekonomik çeşitliliğe katkı sunmasının yanı sıra, hizmet standartlarını iyileştirerek müşteri memnuniyetinde gözle görülür bir artış sağlamaktadır. Türkiye’de turizm sektöründe kadın çalışan sayısında bir artış trendi olsa da, sektördeki genel istihdamda cinsiyet eşitliği henüz sağlanamamıştır. Bu dengesizlik, özellikle kadınların üst düzey yönetici ve iş sahibi pozisyonlarındaki düşük temsiliyet oranıyla daha da belirginleşmektedir. Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) 2024 ve TÜİK 2024 verilerine göre turizm sektöründe kadın istihdamı %37,1 civarındadır.

(Yetiş, Çalışkan, 2020) Kadın çalışanların daha çok resepsiyon, kat hizmetleri, yiyecek-içecek servisi gibi görevlerde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Buna karşılık erkek çalışanların ise genellikle mutfak, güvenlik ve teknik bakım gibi alanlarda görev aldığı görülmektedir. Öte yandan,

otellerde çalışanların büyük çoğunluğunu kadınlar oluşturmalarına rağmen, üst düzey yönetim kademelerinde yalnızca sınırlı sayıda kadının yer aldığı tespit edilmiştir. Bu durum, sektörde kadınların daha çok operasyonel işlerde istihdam edildiğini, yönetim basamaklarında ise yeterince temsil edilmediklerini göstermektedir.

Turizm sektöründe kadın çalışanların karşılaştığı önemli sorunlardan biri de ücret eşitsizliği olmakla beraber, sektörde 35 yaşın altındaki bireylerin istihdamına yönelik belirgin bir eğilimin bulunduğu görülmektedir. Özellikle işverenlerin, belirli bir yaşın üzerindeki (çoğunlukla 35 yaş) kadın adayların başvurularını sıklıkla reddettikleri ve iş başvurusunda bulunan kadınlardan fotoğraf talep ettikleri vurgulanmaktadır. Bunun yanı sıra, günümüzde turizm sektöründe kadınların konumu geçmişe kıyasla daha olumlu bir düzeye ulaşmış olsa da, basın ve yayın organlarında kadın bedeninin bir pazarlama ve medya unsuru olarak kullanılması, turizmin kadın kimliği ile cinsel temsiller üzerinden ilişkilendirilmesine zemin hazırlamaktadır. Bu durum, sektörde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yalnızca istihdam süreçleriyle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda toplumsal algı ve kültürel temsiller üzerinden de yeniden üretildiğini göstermektedir. (Yetiş, Çalışkan,2020)

3. Dijital Şiddet Kavramı

Günümüzde yaşamın ve iş dünyasının büyük ölçüde çevrim içi platformlara kayması, interneti gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası hâline getirmiştir. Çevrim içi etkileşimler, bireylerin sosyal ve profesyonel yaşamlarının vazgeçilmez bir unsuru haline gelirken, bu dijital dönüşüm beraberinde yeni toplumsal olguları da doğurmaktadır. Fiziksel dünyaya ait nesne ve kavramların dijital biçimlere evrilmesi, doğal davranış kalıplarının çevrim içi ortama taşınmasına yol açmıştır. Bu süreç, özellikle dijital şiddet olarak tanımlanan yeni ve farklı bir etkileşim biçiminin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. (Karakuş, 2024)

Yüz yüze iletişimin temel bileşenleri olan jest, mimik ve tonlama gibi bedensel ve sözsüz ipuçlarının Bilgisayar Aracılı İletişim ortamında yerini metin-merkezli sembollere bıraktığından bahsetmiştir. Bu süreçte insan ifadeleri, emoji, “beğeni” (like), yeniden paylaşım (retweet/share) gibi standartlaştırılmış dijital göstergelere indirgendiğini ve iletişimin bu şekilde “yoksullaştırılması” sosyal etkileşimlerin doğasını temelden dönüştürdüğünü ifade etmektedir. (Suler, 2004)

Bu noktada insanların internet ortamında daha açık sözlü, daha cüretkar ve hatta daha saldırgan oldukları ifade edilebilmektedir. İnsan davranışlarının doğal durumlarına göre farklı dijital biçimlere dönüşmesi ve çeşitli riskleri

beraberinde getirmesi; yani davranış kalıplarının çevrimiçi ortamlarda yeniden üretilmesi “dijital şiddet” olgusunu (problemini) karşımıza çıkarmaktadır.

Dijital şiddet, internetin ve sosyal medya platformlarının kendine özgü yapısından kaynaklanan yeni bir şiddet türüdür. Bu, fiziksel dünyadaki şiddetin internete taşınmasından daha farklı bir durumdur çünkü teknolojinin kendisi bu şiddeti hem kolaylaştırır hem de etkisini artırır. Bunun temelinde iki ana neden yatar. Birincisi, internetteki anonimlik, yani kimliğin gizlenebilmesi, insanların gerçek hayatta söylemeye veya yapmaya çekineceği şeyleri daha rahat bir şekilde yapmasına yol açar. Uzmanlar bu duruma “çevrim içi dizginlenememe etkisi” adını vermektedir. İkincisi, dijital ortamda paylaşılan bir içeriğin (bir fotoğraf, bir yorum veya bir yalan haber) anında milyonlarca kişiye ulaşabilmesi, kalıcı olması ve kolayca kopyalanabilmesidir. Bununla birlikte şiddet eyleminin çok fazla çaba gerektirmeden gerçekleştiriliyor olması da dijital ortamlarda kişilerin maruz kaldığı şiddeti arttırmaktadır. Bu durum, coğrafi sınırları ortadan kaldırarak şiddetin çok daha geniş bir alana yayılmasına ve daha yıkıcı olmasına neden olur. Siber zorbalık, internet üzerinden taciz, yalan haber yayma ve başkasının hesabını çalma gibi birçok farklı biçimde ortaya çıkan bu şiddet türü, mağdurların sadece psikolojisini bozmakla kalmaz, aynı zamanda toplum içindeki itibarlarına ve mahremiyetlerine de ciddi zararlar verir. (Boyd; 2014, Citron; 2014, Suler; 2004 vd)

(Demirkaya, 2023) Çalışma hayatında karşılaşılan şiddet ve özellikle dijital şiddet, cinsiyet ayrımı yapmaksızın tüm çalışanlar için ciddi bir risk ve tehdit unsuru olduğundan bahsetmiş ve her ne kadar şiddet genellikle kadınlarla ilişkilendirilse de, erkeklerin de dijital şiddet ve tacize maruz kaldığı bir gerçek olduğunu belirtmiştir.

Çalışma ortamında tecrübe edilen şiddet ve taciz olguları, çok boyutlu bir yapı sergilemekte olup temel olarak psikolojik, mesleki, ekonomik ve cinsel olmak üzere çeşitli tipolojiler altında incelenebilir: (Demirkaya 2023, Çıtak ve Yücel, 2022, Leylicem 2023, Sarıçam ve Sinsoysal 2024, vd)

- **Psikolojik ve Sosyal Şiddet:** Bu kategori, sistematik bezdiri (mobbing), zorbalık (bullying), yıldırma ve tehdit gibi davranışları kapsar. Bireyin onurunu zedelemeye yönelik hakaret, küçük düşürme, alaycı veya iğneleyici yorumlar, kasıtlı sosyal izolasyon (dışlama) ve rahatsız edici sözlü, yazılı veya görsel materyallerin yayılması gibi eylemler bu tipolojinin temelini oluşturur.

- **Mesleki ve Hiyerarşik İstismar:** Bu şiddet türü, güç ve yetki konumunun kötüye kullanılmasıyla karakterize edilir. Çalışanın kariyer gelişiminin (terfi vb.) kasıtlı olarak engellenmesi, aşırı ve mantıksız taleplerde bulunulması veya keyfi yasaklar getirilmesi gibi davranışları içerir.
- **Ekonomik Zorbalık:** Bireyin finansal özerkliğine doğrudan müdahaleyi ifade eder. Çalışanın maaş veya banka hesaplarına erişiminin kısıtlanması veya engellenmesi bu kategorideki en somut örneklerdir.
- **Cinsel Taciz:** Cinsel içerikli ve istenmeyen her türlü davranışı kapsar. Uygunsuz ve rahatsız edici şakalar, imalı veya davetkâr davranışlar, rıza dışı fiziksel temas ve istenmeyen cinsel girişimler bu kategoride yer alan eylemlerdir.

3.1. Turizm Sektörüne Özgü Dijital Şiddet Türleri ve Kadınların Turizm Sektöründeki Farklı Rollerde Dijital Şiddete Maruz Kalma Biçimleri ve Yansımaları

Dijitalleşmenin ivme kazanmasıyla birlikte turizm sektörü, operasyonel verimlilikten pazarlama stratejilerine kadar birçok alanda köklü bir dönüşüm yaşamıştır. Çevrimiçi Seyahat Acenteleri, yorum portalları ve sosyal medya platformları, tüketicilerin seyahat kararlarını şekillendiren temel bilgi kaynakları haline gelmiştir (Xiang & Gretzel, 2010). Dijital dönüşüm, turizm sektörüne önemli fırsatlar sunmakla birlikte, aynı zamanda sektöre özgü yıkıcı tehditleri de gündeme getirmiştir. Bu tehditlerin en dikkat çekici olanı ise dijital şiddettir. Müşteri değerlendirmeleri, sosyal medya etkileşimleri ve çevrim içi iletişim araçları, yapıcı kullanıldığında sektör için değer üretirken; kötüye kullanıldığında işletmelerin kurumsal itibarını zedeleyen ve çalışanların hem kişisel hem de profesyonel yaşamlarını olumsuz etkileyen bir baskı aracına dönüşmektedir.

Kısaca turizm sektörüne özgü dijital şiddet türlerini şu şekilde değerlendirebilmektedir, (Dellarocas, 2003, Luca & Zervas, 2016, Lee & Song, 2010, Akyazı & Artan, 2021, vd)

- **Sabte ve Haksız Yorumlar:** Gerçek müşteri deneyimine dayanmayan, yalnızca bir işletmeyi haksız biçimde yüceltmek ya da itibarsızlaştırmak amacıyla oluşturulan yorumlardır. Bu tür içerikler; rakip işletmelerin olumsuz değerlendirmeleri ya da işletmenin kendi imajını güçlendirmek için hazırladığı yapay olumlu yorumlar şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Aynı zamanda sosyal medyada yayılan bir olumsuz olay sonrası, bir işletmeye çok sayıda negatif yorum yapılarak işletmenin

genel puanının hızla düşmesine sebep olarak, arama sonuçlarında görünürlüğüne zarar verilebilmektedir. Ayrıca işletmede yaşanan bir aksaklığın abartılı bir dille aktarılması da turizm işletmelerine özgü dijital şiddet türlerinden bazılarıdır.

- ***Şantaj ve Tehdit:*** Bazı müşteriler, işletmelerden ücretsiz hizmet, para iadesi ya da indirim gibi hak etmedikleri avantajlar talep etmekte ve talepler karşılanmadığı takdirde olumsuz yorum bırakacaklarını öne sürmektedir. Çalışanlar ile müşteri arasında yaşanan sorunlarda, personelin kişisel verilerinin veya fotoğraflarının sosyal medya aracılığıyla ifşa edileceği yönündeki tehditler de görülebilmektedir. Nadir karşılaşılan bu tür girişimler, KVKK hükümlerine göre açık bir suç niteliğindedir.
- ***Sektör Çalışanlarına Yönelik Siber Zorbalık ve Taciz:*** Dijital şiddetin turizm sektöründeki en yıkıcı boyutu, çalışanların doğrudan hedef alınmasıdır. Sürekli halkla etkileşim hâlinde bulunan resepsiyonist, garson ve kat görevlileri, siber zorbalığa karşı özellikle savunmasızdır. Bazı müşteriler, memnun kalmadıkları çalışanların isimlerini veya gizlice çekilmiş fotoğraflarını sosyal medya ve yorum sitelerinde paylaşarak linç kampanyaları başlatabilmektedir. Bu tür eylemler, basit bir şikayeti aşarak çalışanların hem işlerini hem de kişisel güvenliklerini tehdit eden ciddi bir saldırıya dönüşmektedir (Akyazı & Artan, 2021). Ayrıca, hedef alınan çalışanların sosyal medya hesaplarına hakaret, tehdit ve taciz amaçlı mesajlar gönderilmesi, özellikle genç çalışanlarda kaygı, depresyon ve tükenmişlik gibi ciddi psikolojik etkiler yaratabilmektedir. Çalışanların mesleki beceri ve yeterliliklerinin dijital ortamda küçültücü ve onur kırıcı ifadelerle eleştirilmesi ise, motivasyon kaybına ve kariyer gelişiminde olumsuz sonuçlara yol açan başka bir siber zorbalık türü olarak görülmektedir.
- ***Dezenformasyon ve Karalama Kampanyaları:*** Özellikle kriz dönemlerinde dezenformasyon, turizm işletmeleri için hayati bir tehdit oluşturabilir. COVID-19 pandemisi, bu tür dijital saldırıların ne kadar yıkıcı olabileceğini göstermiştir. Rakip işletmeler veya kötü niyetli kişiler tarafından bir otel veya restoran hakkında “COVID-19 vakası gizleniyor”, “hijyen standartlarına uyulmuyor” gibi asılsız iddiaların sosyal medyada yayılması, anlık rezervasyon iptallerine ve uzun vadeli güven kaybına neden olabilir (Sigala, 2020). İşletmenin veya sahibinin etnik kökeni, siyasi görüşü veya yaşam tarzı üzerinden yürütülen organize karalama kampanyaları, belirli müşteri segmentlerini işletmeden uzaklaştırmayı ve kutuplaşma yaratarak

ticari faaliyeti baltalama girişimleri de karalama kampanyalarına örnek gösterilebilmektedir.

Turizm sektöründe, özellikle kadın çalışanların dijital platformlar aracılığıyla yaşadığı şiddetin boyutlarını anlayabilmek ve bu sorunun psikolojik ve mesleki zararlarını doğru tespit edebilmek önemlidir. Bu noktada, resepsiyonist, garson, rehber gibi ön yüz hizmetlerinden, temizlik ve bakım personeline ve yönetici pozisyonlarındaki kadınlara kadar farklı rollerdeki deneyim farklılıklarını anlayabilmek ve önleyici stratejiler geliştirmek için bir zemin oluşturabilmek önemlidir. Turizm sektörünün doğası gereği barındırdığı yoğun müşteri-çalışan etkileşimi, yüksek görünürlük ve personelin genellikle genç, yarı zamanlı veya ön yüz pozisyonlarda yoğunlaşması gibi yapısal özellikler, kadın çalışanlar için geleneksel taciz risklerini artırmaktadır. Günümüzde bu riskler, sosyal medya, online değerlendirme platformları ve anlık mesajlaşma uygulamaları gibi dijital kanallar aracılığıyla yeni ve çeşitli şiddet biçimlerine dönüşerek kapsamını genişletmiştir.

Tablo 2. Turizm Sektöründe Kadın Çalışanları Hedef Alan Dijital Şiddet Türleri ve Yansımaları

Şiddet Türü	Açıklama ve Kapsamı	Turizm Sektöründen Somut Örnekler
1. Siber Taciz ve İtibar Saldırıları	Çalışanın kişiliğine, mesleki yeterliliğine veya dış görünüşüne yönelik sosyal medya ve diğer platformlar üzerinden yürütülen aşağılayıcı, küçük düşürücü ve hakaret içerikli yorum ve mesajlar.	Bir otel resepsiyonistinin, misafir şikayetini ele alış biçimi nedeniyle sosyal medyada hedef alınarak profesyonelliği hakkında aşağılayıcı yorumlara maruz kalması.
2. Çevrimiçi Cinsel Taciz ve İstenmeyen Yaklaşımlar	Çalışanlara, müşteriler veya anonim hesaplar tarafından cinsel imalar içeren, müstehcen veya talepkar mesajların, görsellerin (sexting) gönderilmesi. Bu taciz, genellikle hizmet ilişkisi bittikten sonra da devam edebilir.	Bir tur rehberinin, tur bitiminde katılımcılardan birinden sosyal medya üzerinden ısrarlı ve cinsel içerikli mesajlar alması.
3. Görüntü Temelli Taciz ve Mahremiyet İhlali	Çalışanın iş yerinde çekilmiş fotoğraflarının veya videolarının, rızası dışında dijital ortamlarda paylaşılması, manipüle edilmesi veya cinsel bir bağlamda sunulması itibarının zedelenmesi.	Bir kat hizmetleri görevlisinin, izni olmadan çekilen bir fotoğrafının "yorgun" veya "mutsuz" gibi başlıklarla sosyal medyada paylaşılarak alay konusu yapılması.

4. Kişisel Bilgilerin İfşası (Doxxing)	Çalışanın telefon numarası, adresi, aile üyelerinin bilgileri gibi özel verilerinin kötü niyetli kişilerce internette yayılarak hedef gösterilmesi. Bu durum, dijital tehditlerin fiziksel bir tehlikeye dönüşme riskini artırır.	Bir misafirin, tartıştığı bir restoran çalışanın kişisel sosyal medya hesabını bularak özel fotoğraflarını ve yaşadığı şehri ifşa etmesi ve insanları "bu çalışana haddini bildirmeye" çağırması.
5. Çevrimiçi Değerlendirme Platformları Üzerinden Ekonomik Şiddet	Müşterilerin, hizmet alınan işletmenin yorum ve puanlama sayfalarını (TripAdvisor, Google Maps vb.) kullanarak çalışanın cinsiyetçi veya aşağılayıcı ifadelerle kişisel olarak hedef alması. Bu durum, çalışanın prim/bahşiş kaybına, işveren baskısına veya işini kaybetme riskine yol açar.	Bir garsonu hedef alan müşterinin, "kadın olduğu için yavaş servis yaptı" gibi cinsiyetçi bir yorum yazarak işletmenin puanını düşürmesi ve çalışanın bahşiş gelirini olumsuz etkilemesi.
6. Organize Siber Zorbalık ve Linç Kampanyaları	Tek bir çalışana karşı, birden fazla kişinin koordineli olarak hareket ettiği toplu saldırı kampanyaları. Bu, organize hakaret yorumları, olumsuz etiket (#) kampanyaları veya sistematik olarak düşük puan verme şeklinde gerçekleşebilir.	Bir animatörün sergilediği performansı beğenmeyen bir grubun, sosyal medyada örgütlenerek çalıştığı otelin sayfalarına ve animatörün kişisel hesabına binlerce taciz içerikli yorum yapması.

Turizm sektöründe kadın çalışanların maruz kaldığı dijital şiddet türleri, sadece bireysel düzeyde değil, aynı zamanda işletme, sektör ve toplumsal düzeyde de önemli sonuçlar doğurmaktadır. Tabloya bakıldığında görüldüğü üzere, dijital şiddet; siber taciz, çevrimiçi cinsel taciz, görüntü temelli mahremiyet ihlalleri, kişisel bilgilerin ifşası, çevrimiçi değerlendirme platformları üzerinden ekonomik şiddet ve organize linç kampanyaları gibi farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Bu türler, hem çalışanın mesleki itibarını hem de kişisel güvenliğini doğrudan tehdit etmektedir.

Örneğin, bir otel resepsiyonistinin sosyal medyada hedef gösterilerek mesleki yeterliliğinin sorgulanması, yalnızca bireyin psikolojik olarak yıpranmasına yol açmamakta; aynı zamanda işletmenin marka değerini de olumsuz etkileyebilmektedir. Benzer şekilde, tur rehberlerine yönelik cinsel içerikli mesajların hizmet ilişkisi bittikten sonra da sürmesi, dijital şiddetin süreklilik kazanarak çalışanların özel hayatını tehdit etmesine neden olmaktadır. Bu durum, iş ve özel yaşam arasındaki sınırların belirsizleşmesine yol açmakta, çalışan üzerinde sürekli bir baskı ve stres kaynağı yaratmaktadır.

Görüntü temelli tacizler ve mahremiyet ihlalleri ise özellikle kadın çalışanların kırılganlığını artırmaktadır. Kat hizmetleri görevlisinin izinsiz fotoğrafının paylaşılması, “yorgun” ya da “mutsuz” gibi olumsuz etiketlerle alay konusu yapılması, yalnızca bireysel itibarı zedelemekle kalmaz; aynı zamanda toplumsal düzeyde kadın emeğinin değersizleştirilmesine de katkı sağlar. Bununla birlikte, kişisel bilgilerin ifşası daha tehlikeli bir boyut taşımakta; dijital tacizlerin fiziksel şiddet riskine dönüşmesine zemin hazırlamaktadır.

Çevrimiçi değerlendirme platformları üzerinden gerçekleşen ekonomik şiddet türü de dikkat çekicidir. Turizm sektöründe müşteri yorumları işletmelerin prestiji ve çalışanların gelirleri açısından belirleyici bir rol oynamaktadır. Ancak bu durum, cinsiyetçi ya da önyargılı yorumların, çalışanların doğrudan ekonomik kayıp yaşamasına ve iş güvencesini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Örneğin, “kadın olduğu için yavaş servis yaptı” gibi yorumlar, hem bireysel düzeyde ayrımcılığı pekiştirmekte hem de işverenlerin kadın çalışanlar üzerinde baskı kurmasına yol açmaktadır.

Son olarak, organize siber zorbalık ve linç kampanyaları, bireyin dayanma gücünü aşan sistematik saldırılar şeklinde gerçekleşmektedir. Bir animatörün performansını beğenmeyen bir grubun sosyal medya üzerinden örgütlenerek hem işletmeyi hem de çalışanı hedef alması, dijital şiddetin kitlesel boyutlara ulaşabileceğini göstermektedir. Bu tür saldırılar, kısa sürede büyük çaplı bir itibar kaybına ve çalışanın psikolojik sağlığında telafisi zor hasarlara yol açabilmektedir.

Çalışanların sürekli olarak sosyal medyada görünür olması, müşteriyle birebir temas hâlinde bulunmaları ve hizmet sektörünün doğası gereği yüksek beklentilere maruz kalmaları, dijital şiddet riskini diğer sektörlerle kıyasla daha belirgin hâle getirmektedir. Bu noktada, turizm işletmelerinin yalnızca müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik stratejiler geliştirmesi yeterli değildir. Aynı zamanda çalışanların dijital güvenliğini sağlayacak, şiddet karşısında başvuru mekanizmalarını işler hâle getirecek ve psikososyal destek sunacak kurumsal politikaların da geliştirilmesi gerekmektedir.

Turizm sektöründe dijital şiddetin önlenmesi, yalnızca bireysel hakların korunması açısından değil, aynı zamanda sektörde kadın istihdamının sürdürülebilirliği ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin güçlendirilmesi açısından da kritik bir önem taşımaktadır. Çalışanlara yönelik dijital şiddetin görünür kılınması, raporlanabilir ve yaptırımlarla desteklenebilir bir sistem içine alınması, sektörün sağlıklı gelişimi için kaçınılmaz bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir.

5. Sonuç

Turizm sektörü, emek-yoğun yapısı ve esnek çalışma modelleriyle Türkiye’de kadın istihdamı için önemli bir alan teşkil etmektedir. 2024 verilerine göre sektördeki kadın çalışan oranı %37,1’dir. Ancak bu katılım, çoğunlukla resepsiyon, kat hizmetleri ve servis gibi müşteriyle doğrudan temasın yoğun olduğu operasyonel rollerde yoğunlaşırken, üst düzey yönetim kademelerinde kadınların temsili sınırlı kalmaktadır. Bu durum, sektörde var olan cinsiyet eşitsizliğini, ücret farklarını ve yaş ayrımcılığını derinleştirmekte ve kadınları yapısal olarak daha savunmasız bir konuma getirmektedir.

Sektörün dijitalleşmesi, bir yandan pazarlama ve operasyonel verimlilik gibi birçok fırsat sunarken, diğer yandan bu yapısal kırılganlığı dijital ortama taşıyarak yeni bir tehdit alanı yaratmıştır: dijital şiddet. İnternetin sağladığı anonimlik, içeriklerin hızla yayılması ve kalıcı olması gibi özellikler, şiddetin etkisini artırmaktadır. Bu bağlamda müşteri yorum platformları ve sosyal medya, kötüye kullanıldığında çalışanların hem mesleki itibarlarını hem de kişisel güvenliklerini tehdit eden bir baskı aracına dönüşmektedir.

Kadın çalışanların sektördeki yoğun görünürlüğü, onları dijital şiddetin birincil hedefi haline getirmektedir. Bu şiddet; siber taciz, çevrimiçi cinsel taciz, rızasız görüntü paylaşımı, kişisel bilgilerin ifşası (doxxing), cinsiyetçi yorumlar aracılığıyla ekonomik kayba uğratma ve organize linç kampanyaları gibi çeşitli biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Hizmet ilişkisi bittikten sonra dahi devam edebilen cinsel içerikli mesajlar, iş ve özel yaşam arasındaki sınırları ortadan kaldırırken, “kadın olduğu için yavaş servis yaptı” gibi cinsiyetçi yorumlar doğrudan ekonomik şiddete yol açmaktadır. En tehlikeli boyutuyla kişisel bilgilerin ifşası ise dijital tehditleri fiziksel bir güvenlik riskine dönüştürme potansiyeli taşımaktadır.

Sonuç olarak, turizm sektöründeki dijital şiddet, var olan toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin dijital alandaki bir yansımasıdır ve münferit olaylardan ziyade ciddi bir iş sağlığı ve güvenliği sorunu olarak ele alınmalıdır. Bu nedenle, turizm işletmelerinin çalışanlarını korumak amacıyla net kurumsal politikalar geliştirmesi, şikâyet ve psikososyal destek mekanizmaları oluşturması elzemdir. Sektörde kadın istihdamının sürdürülebilirliği ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması, ancak bu “görünmez” şiddetin tanındığı ve önlendiği güvenli bir çalışma ortamının yaratılmasıyla mümkündür.

Kaynakça

- Kızanlıklık M.M., (2022), Turizmde Dijital Dönüşüm ve Girişimcilik, Turizm Girişimciliğinin Doğası: Güncel Konular, (ed: Konakoğlu Ece, Koç Burcu, Yılmaz A. Ayşe), Nobel Yayıncılık, 1(1), s:65-80
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Dülgaroğlu, Oğuzhan. (2023). Dijitalleşen Turizm, Teorik Yaklaşımlarla Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları, (ed: Karadağ Levent, Özgürel Gizem), Detay Yayıncılık, s:78-94)
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51–65.
- Ertuğral S, Kuran İ, Tekeli H.N., (2022). Dijitalleşmenin Turizm Sektörüne Yansımaları ve Bölgesel Kalkınmaya Etkileri, Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), s:14-25
- Balyalı T.Ö., İlhan Ö.A., (2023). Turizm ve Dijitalleşme Konulu Araştırmaların Bilimsel Haritalama Tekniği İle Bibliyometrik Analizi, Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED) 9(1) , s:117-133
- Zengin Burhanettin, Kazdal Esra. (2020). Konaklama Sektöründe Dijitalleşme Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, Turizme Akademik Yaklaşımlar, Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları 420, s:1-11
- Öksüz Merve (2023). Cumhuriyetin İlanından Günümüze Kadının Turizm Sektöründeki Yeri: Karşılaşılan Kariyer Engelleri, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi 34(3), s: 255-272
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), İşgücü İstatistikleri 2024
- Özsağır Arif, Akın Aliye. (2012), Hizmetler Sektörü İçinde Hizmet Ticaretinin Yeri ve Karşılaştırmalı Bir Analizi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 11(41) s: 311-331
- Bayat Murat, Baydaş Abdulvahap, Atlı Cahit (2015), Hizmet Sektörünün Kavramsal Tanımı ve Ulusal Ekonomilerdeki Önemi, Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(9), s: 59-88
- Çakır Pembe Gül, Barazaki Mahmut, Barazaki Ebru (2017), Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Karşılaştığı Sorunları Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma, The Journal of Social Sciences Studies, Sayı:61, s: 461-474
- OECD. (2022). Women's participation in the labor market: Challenges and opportunities. OECD Publishing.

- Ağar Ali (2024), Türkiye’de Kadın Çalışan Olmak: OECD ve TÜİK Verileri Üzerine Bir Değerlendirme, Sosyal Güvence Dergisi, 28, s:1666-1687
- Yetiş Şule A., Çalışkan Nurgül (2020), Turizm Sektöründe Kadın İstihdamı: Mevcut Duruma İlişkin Bir Değerlendirme, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18(3) s: 105-119
- Karakuş Melis (2024), Dijital Şiddet ve Sosyal Medya Üzerine Bibliyometrik Bir Araştırma, TRT Akademi Dergisi, 9(20), s:205-228)
- Suler J (2004), The Online DisinhibitionEffect, Cyber Psychology & Behavior, 7(3), s: 321- 326
- Citron D. K. (2014), Hate Crimes In Cyberspace, Harvard University Press
- Boyd D. (2014), It’s Complicated:The Social Lives of Networked Teens, Yale University Press
- Demirkaya Seher (2023), Çalışma Hayatında Şiddetin Yeni Görünümü: Dijital Şiddet, Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, 10(100), s: 2629-2649
- Çıtak Gizem, Yücel Yasemin (2022), Kadına El Kalkmaz: Peki ya Dijital Şiddet?, Meyad Akademi, 3(2), s: 162-169
- Seçgin Leylicem, Selçuk T. Kevser (2023), Sanal Ağların Distopyası: Kadına Yönelik Dijital Şiddet, Dünya İnsan Bilimleri Dergisi, (1), s: 203-217
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of Social Media in Online Travel Information Search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.
- Dellarocas, C. (2003). The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms. *Management Science*, 49(10), 1407-1424
- Luca, M., & Zervas, G. (2016). Fake It Till You Make It: Reputation, Competition, and Yelp Review Fraud. *Management Science*, 62(12), 3412-3427
- Lee, H. A., & Song, H. J. (2010). The Role of Online Reviews in the Lodging Industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(5), 455-470
- Akyazı, Ö. ve Artan, L. (2021). Otel İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi Kapsamında Sosyal Medya Şikayet Yönetimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 2099-2115
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321
- Sarıçan Erdal, Sinsoysal Bahaddin (2024), Dijital Şiddetin Kadınların Kariyer Gelişimleri Üzerine Etkisi: Yapısal Eşitlik Modellemesi, Akra Kültür Sanat ve Edebiyat Dergisi, 32(12), s: 7-32

