



**DUYGUSAL ZEKÂ VE YARATICILIK ARASINDAKİ İLİŞKİLER: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ
ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA***
**THE RELATIONSHIPS BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE AND CREATIVITY: A STUDY ON
UNIVERSITY STUDENTS**

Ahmet BÜYÜKŞALVARCI
Hilal GÜNDOĞAN*****

Öz

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi temel amaç olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra araştırmada öğrencilerin çeşitli demografik özellikleri ile duygusal zekâ düzeyleri ve yaratıcılık düzeyleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Altso Turizm Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim görmekte olan 393 öğrenci üzerinde yürütülmüş ve veriler anket tekniği aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tanımlayıcı araştırma teknikleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler olduğu ve öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin ve yaratıcılık düzeylerinin yüksek sayılabilecek seviyede olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca öğrencilerin duygusal zekâ ve yaratıcılık düzeylerinin çeşitli demografik özelliklerine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Yaratıcılık, Turizm Öğrencileri.

Abstract

In this study, the main objective is to determine the relationship between the level of emotional intelligence and creativity of university students. In addition, the relationship between the demographic characteristics and personal features of the students and the levels of emotional intelligence and creativity have been examined. The study was carried out on 393 students attending Alaaddin Keykubat University Altso Tourism Vocational School in Alanya and collected through the questionnaire survey. In the research, descriptive research techniques have been used as quantitative research methods. As a result of the research; it was found that there was a statistically significant relationship between emotional intelligence levels and creativity levels of students and emotional intelligence levels and creativity levels of students were at a high level. It was also found that the levels of emotional intelligence and creativity of the students differed statistically from each other according to various demographic characteristics.

Keywords: Emotional Intelligence, Creativity, Tourism Students.

1. GİRİŞ

Duygusal zekâ 20. yüzyılın doksanlı yıllarında ortaya çıkmış ve o dönemin psikolojisinde tartışmalara yol açarak büyük bir ilgi görmüştür. Bu artan ilgi duygusal zekânın bireysel davranış ve sonuçların çeşitliliğini açıklamak için benzersiz olabileceğini kanıtlar niteliktedir (Carmeli vd., 2013, 290). Bu bakımdan araştırmacılar, duygusal zekâ kavramının geliştirilmesinden önce uzun süre insan duygularını incelemekle ilgilenmişlerdir (Law vd., 2004, 483). Bu amaçla işletmelerde duygusal zekâ uygulamaları üzerine birçok araştırma yapılmıştır (Cavelzani ve Esposito, 2010, 26).

Özellikle turizm endüstrisinde faaliyetlerini sürdüren işletmelerde duygusal zekâ uygulamaları büyük önem arz etmektedir. Bu tür işletmelerde misafirlere kaliteli hizmet sunulabilmesi için nitelikli çalışanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışanların müşterinin deneyimini kolaylaştırmada oynadığı bütünleyici rol göz önüne alındığında, etkin iletişimin nasıl kolaylaştırılacağına ele alınması gerekir (King ve Lee, 2016, 2676). Dolayısıyla bu noktada devreye giren duygusal zekâ, çalışanların misafirle ilişkilerini ve iletişimlerini daha etkin hale getirilebilmesinin yanı sıra takım ruhunun oluşturulmasında etkili rol oynaması ile performansın artırılabilmesi saptanmıştır. İşletmede, daha huzurlu bir çalışma ortamının oluşturulması açısından da gereklidir (Doğan ve Demiral, 2007, 210). Bu nedenle duygusal zekâ seviyesi yüksek olan kişiler, kendi ve başkalarının duygularını anlama ve kontrol etme konusunda daha becerikli (Sutherland ve Canwell, 2004, 105) hem de mesleki alanda belirli avantajlara sahip oldukları bilinmektedir. Çünkü duygular çoğu zaman kişileri sağduyulu olmaya ve mantıklı düşünmeye

* Bu çalışma 11-13 Mayıs 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilen Uluslararası Sosyal Bilimler ve İnovasyon Kongresi'nde özet metin halinde bildiri olarak sunulmuştur.

**Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, abuyuksalvarci@konya.edu.tr.

***Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD Doktora Öğrencisi, hilalnisanogundogan@gmail.com.



zorlamakta aynı zamanda motivasyon, bilgi, yenilik ve etkinliğin temel kaynağını oluşturmaktadır (Cooper ve Sawaf, 2003, xiv).

Turizm alanında eğitim gören öğrenciler de duygusal zekâ sayesinde problemlerini etkin bir şekilde çözebilirler. Fakat duygusal zekânın eksikliği, öğrencilerin kişilerarası ilişkiler, psikolojik mutluluk, akademik performans, yıkıcı davranışlarında birtakım sorunların oluşmasına neden olabilir (Ogoemeka, 2011, 126). Bu nedenle, öğrencilerin duygusal zekâsının genel seviyesini yükseltmeleri oldukça önemlidir. Duman ve arkadaşlarına (2014, 61) göre başarıya ulaşılmasında yaratıcılık ve duygusal zekâ yetkinliklerinin birlikte ele alınması önemli bir etken olarak değerlendirilmektedir. Yaratıcılık belirlenen hedeflere ulaşabilmek ve başarıyı yakalayabilmek amacıyla özgün fikirlerin üretilmesi ve uygulanabilmesi için en iyi yolların belirlenmesidir (Shalley vd., 2000, 215). Dahası yaşam deneyimlerinden ve kaynaklarından en iyi şekilde faydalanılmasını sağlar (Olatoye vd., 2010, 769). Sonuç olarak yaratıcılık ve duygusal zekâ kavramlarının birbirini tamamladığı söylenebilir. Bu doğrultuda araştırmanın temel amacı, turizm öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile yaratıcılık arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Çalışmada öncelikle konuya yönelik kavramlara ve literatür taramasına, sonrasında bahsedilen bilgilerin Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Altso Turizm Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik uygulamaya yer verilecektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Psikolojik literatürde ve diğer birçok alanda oldukça ilgi gören duygusal zekâ, kavramsal açıdan özellikle işletmelerde ve eğitim alanında kullanımı yoğun talep oluşturmuştur (Petrides vd., 2007, 273). Bu doğrultuda duygusal zekâ kavramının daha iyi açıklanması ve anlaşılması için farklı tanımlar yapılmıştır. Salovey ve Mayer (2007, 5) duygusal zekâyı, kişinin kendi ve başkalarının duygularını izleme, aralarında ayırım yapabilme ve bu bilgiyi düşünce ve davranışlarını yönlendirmek için kullanabilme becerisi olarak tanımlamaktadır. Goleman (1998, 50) ise olumsuzluklara rağmen yola devam edebilme ve empati kurabilme şeklinde ifade etmektedir. Genel olarak değerlendirilecek olursak, duygusal zekâ kişinin duygularını yorumlama ve yönetme kabiliyetidir (Kerr, 2009, 320).

Duygusal zekâ kavramının ortaya çıkması, Thorndike'in (1920) zekânın boyutlarını tanımlayarak sosyal zekâ olarak adlandırılmasına dayandırılmaktadır. Sosyal zekâ, başkalarını anlayabilme ve yönetme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Singh, 2006, 104). Wechsler (1940) zekânın, entelektüel olmayan (kişisel ve sosyal faktör) bölümünü vurgulamış, buna bağlı olarak da kişinin hayatta başarılı olma kabiliyetini tahmin etmek için gerekli olduğunu ifade etmiştir (Mangal ve Mangal, 2015, 24). Gardner, çoklu zekâ teorisini 1983 yılında geliştirerek zekâyı, kişilerarası zekâ ve kişisel zekâ olmak üzere iki başlık altında sınıflandırmıştır. Kişilerarası zekâ başkalarının duygularını ve niyetlerini anlamak olarak belirtilmekte iken, kişisel zekâ kişinin duygularının farkında olma ve onları değerlendirebilme şeklinde ifade edilmektedir (Zeidner vd., 2009, 7-8). Duygusal zekâ akademik anlamda ilk olarak, 1985 yılında Wayne Leon Payne isimli öğrencinin doktora tezinde kullanılmasıyla başlamıştır (Allen, 2013, 3). Duygusal zekâ kavramı olarak 1990 yılında Mayer ve Salovey'in duygusal zekâyla ilgili makalelerinin yayımlanmasıyla birlikte yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Pellitteri vd., 2006, 256). Goleman'ın 1995 yılında yayımlandığı "Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir" adlı kitabında duygusal zekânın toplumla olan ilgisini kapsamlı bir şekilde ortaya koyması (Zeidner vd., 2009: 11) bu kavramın daha popüler hale gelmesini sağlamıştır.

Literatür incelendiğinde duygusal zekâ modellerinin yetenek modeli ve karma model olmak üzere iki başlık altında kategorize edildiği görülmektedir (Pahl, 2008, 4; Fani, 2015, 10). Yetenek modeli, duygusal zekâyı zihinsel yeteneğin bir formu olarak görmekte iken; karma model, duygusal zekâyı kişilik özellikleriyle birlikte değerlendirmektedir (Caruso vd., 2008, 56-59). Farklı duygusal zekâ modelleri mevcut olmasına rağmen, bu çalışmada araştırma amacı doğrultusunda yetenek modeli altında sınıflandırılan Mayer ve Salovey'in (1990) dört boyutlu duygusal zekâ modeli ele alınmıştır. Modelin birinci boyutu olan "duyguları algılama"; kişinin kendi ve başkalarındaki duyguları tanımlama ve ayırt etme becerisidir. İkinci boyutu oluşturan "duyguları düşünmeyi kolaylaştırmada kullanma"; akıl yürütme, problem çözme ve kişilerarası iletişim gibi bilişsel faaliyetleri kolaylaştırmak için duyguların harekete geçirilmesi anlamına gelmektedir (Brackett vd., 2011, 91). Üçüncü boyutu olan "duyguları anlama"; duygusal bilgiyi kullanabilme ve analiz etme yeteneğidir. Son boyut olarak düzenlenen "duyguları yönetme"; duygusal tepkiyi değiştirme ve entelektüel gelişimi arttırmak için duyguları düzenleme anlamında açıklanmaktadır (Mayer ve Salovey, 1997, 13-14). Birinci, üçüncü ve dördüncü boyutlar duygular hakkında mantık yürütmeye odaklanırken, ikinci boyut akıl yürütmeyi arttırmak için duyguları kullanmaya odaklanmaktadır (Caruso vd., 2015, 547).



Duygusal zekâ örgütsel başarının anahtarı olarak değerlendirilmektedir (Kaufman, 2009, 152). Day ve Leggat'a (2015, 58) göre rekabet, sosyal sorumluluk, ekip çalışması ve örgüt kültürü gibi birçok faktör işletmelerde büyük değişikliklerin yaşanmasına neden olmakta, dolayısıyla son zamanlarda insanların becerileri daha çok önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda duygusal zekâ kavramı, iş yerinde iyi ilişkiler kurulmasında ve daha anlayışlı olma konusunda yardımcı olmaktadır (Sterrett, 2000, 4-5). Bu kavram kişilerin duygularını kontrol altında alabilmesini ve onları daha etkin bir biçimde kullanmasını sağlayarak çalışma hayatlarındaki başarılarını doğrudan etkileyebilmektedir (Blell, 2011, 20).

Duygusal zekâ eğitim ve öğretimde de temel bir rol oynamakta ve sosyal ve duygusal bağlamda da gerekli olmaktadır (Antonanzas vd., 2014, 493). Literatürde duygusal zekânın eğitim alanında da irdelendiğine dair birtakım çalışmalar (Parker vd., 2004, 163; Fallahzadeh, 2011, 1461; Mohzan vd., 2013, 303; Chen ve Lai, 2015, 39) bulunmaktadır. Konuyla ilgili çalışmalarda duygusal zekânın öğrencilerin akademik başarısını önemli ölçüde olumlu yönde etkilediğine dair sonuçlara ulaşılmıştır. Bu doğrultuda çeşitli araştırmalar, farklı yaşam koşullarında uzun süreli başarının yakalanmasında, kişilerin duygusal zekâ düzeyinin yüksek olmasının yüksek akademik yeteneklere sahip olunmasından daha önemli olduğunu kanıtlamaktadır (Preeti, 2013, 9). En önemlisi duygusal zekâ, duyguları problem çözme, yaratıcılık ve sosyal durumlarla başa çıkmada bir bilgi kaynağı olarak kullanabilmektir (Mishra, 2014, 198). Tatlah ve arkadaşları (2012, 3) duygusal zekâ ve yaratıcılık kavramlarının akademik başarıyı olumlu yönde etkileyebildiğini ifade etmektedir. Çünkü yaratıcılık, bireylerin yaşam deneyimlerinden ve kaynaklarından en iyi şekilde faydalanılmasını sağlamaktadır.

Alanyazında yaratıcılıkla ilgili birçok tanıma ulaşmak mümkündür. Higgins ve Morgan'a (2000, 118) göre yaratıcılık, bilgiyi yeniden bir araya getirme veya bazı pratik kullanımlar ve değer katmak için yeni bir yolla birleştirmek olarak tanımlanırken; Amabile ve arkadaşlarına (2005, 368) göre faydalı fikirlerin üretilmesi veya sorunlara çözüm bulabilme şeklindedir. Genel olarak ifade edilecek olursa yaratıcılık, esnek bir şekilde bağlantı kurmayı düşünme yeteneği ile mevcut fikirler ve kavramlar arasında yeni birlikler oluşturmayı içeren zihinsel bir süreçtir. Ayrıca bu kavram esneklik, farklı düşünce, özgünlük, algı ve duygu düzenleme yeteneğini kapsamaktadır (Arora, 2016, 85-86).

Maukar'a (2015, 68) göre yaratıcılık ürünler, süreçler ve insanlar olmak üzere üç şekilde değerlendirilmektedir. Ürün açısından, ayırt edici özellik (yenilik veya özgünlük) ve yararlı (değerli bir kullanışlılık) olmak üzere iki ölçüt getirdiğini yansıtmaktadır. Süreç açısından, yaratıcı düşünce sürecinin kendisinde de yansıtılmaktadır. İnsanlar açısından ise yaratıcı yönlerin özelliklerini (güven, esneklik, insiyatif, disiplin) göstermektedir.

Yaratıcılığa duyulan ihtiyacın biyolojik, fiziksel ve psikolojik olarak insan doğasının önemli bir parçası olduğu ve kültürel çabalar için gereklilik arz ettiği belirtilmektedir (Cannatella, 2004, 60). Dolayısıyla yaratıcılık, insan düşüncesinin baskın özelliklerinden birini oluşturmaktadır. Son zamanlarda yaratıcı çalışmalar ve bireylerin yaratıcı yeniliklerini, araştırma enstitüleri ve eğitim çevrelerinde göz önünde bulundurulmaktadır. Yaratıcılığın geliştirilmesi, eğitim ve öğretimde en önemli hedeflerinden biri olarak düşünülmektedir (Ramy vd., 2014, 301). Çünkü yaratıcılık uygulanabilir fikirler, yeni kavramlar, yeni tasarımlar ve yeni fırsatlar ortaya koymaktadır (Olatoye vd., 2010, 769).

Yaratıcılık bireyin etrafındaki kişilerin zihinsel durumlarını başarılı bir şekilde anlamasını, belirli bir duruma yanıt verme yeteneğini artırmaktadır. Buna ek olarak, bireyin yaratıcı düşünme becerilerinin yüksek olması daha önceki deneyimlerinden faydalanarak içinde bulunduğu durumu değiştirebilmesini sağlamaktadır (Geher vd., 2017, 8-9). Bu doğrultuda yaratıcı bireylerin davranışları hakkında bilgi edinilmesi için çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalar bu bireylerin yeni fikirlere daha eğilimli olduklarını göstermiştir. Ayrıca bir problemle karşı karşıya kaldıklarında farklı yollar düşünerek benzersiz çözümler üretebildikleri tespit edilmiştir (Kanematsu ve Barry, 2016, 12).

Yaratıcılık bireyin kişiliği ve duygusal yaşamı ile yakından bağlantılıdır (Kanhai, 2014, 808). Tsai ve Lee'ye (2014, 863) göre, bireyin özellikle duygularını düzgün bir şekilde yönlendirmesi, yaratıcı düşünmeyi daha fazla kullanabilmesinde avantaj sağlamaktadır. Bu nedenle duygusal olarak zeki insanlar, toplumsal çevrelerini daha iyi anlayabilmekte ve bu anlayış onlara davranışlarını ne zaman ve nasıl uygulayacakları konusunda yardımcı olmaktadır. Özellikle yüksek düzeyde duygusal zekâ seviyesine sahip bireyler, değerlendirme kapasitelerini kullanabilir başkalarının duygularını algılayıp potansiyel duygusal tepkilerini tahmin edebilmektedir (Carmeli vd., 2013, 292).

Duygusal zekâ ve yaratıcılık kavramları aslında birbirleriyle ilişkilidir. Duygusal zekâ, kişinin yaratıcılığının arttırmasını ve sürdürülmesini sağlamaktadır. Duygu, yaratıcılığı hafıza ve düşünce yoluyla güçlendirerek olumlu düşüncelerin sayısını etkilemektedir (Costa vd., 2015, 171). Duygusal



zekâsı yüksek kişilerin daha yaratıcı oldukları belirtilmektedir (Polat ve Aktop, 2010, 9). Zhou ve George (2003, 549) çalışmalarında duygusal zekânın liderlerin yaratıcılık artırıcı davranışlarının kökeninde önemli bir rol oynadığını iddia etmektedir. Çünkü duygusal zekâ, liderlik performansını yönlendiren geniş bir beceri ve karakteristik yelpazesini kapsamaktadır. Ayrıca duygusal zekâsı yüksek kişilerin daha fazla iş performansına ve güçlü liderlik becerilerine sahip oldukları ifade edilmektedir (Robertson, 2016, 1-2).

Genel olarak duygusal zekâ turizm endüstrisinde de başarıyla uygulanabilmektedir. Özellikle turizm ve otelcilik hizmetleri gibi endüstri işletmelerinde çalışan personelin misafirlerle olan ilişkilerin yönetimini iyileştirmektedir (Kaufman, 2009, 152; Cavelzani ve Esposito, 2010, 26). Ayrıca çalışanlar işletmelerde yaşanan büyük ve hızlı değişimlerle başa çıkmak durumunda kalmaktadır. Bunun yanı sıra yeniliği sağlayabilmeleri için de daha yaratıcı olmaları gerekmektedir (Cherniss, 2001, 5). Birçok örgütsel girişimler, çalışanları belirli hedefleri karşılamak üzere önceden belirlenmiş yollarla çalışmaya yönlendirmeyi ya da denetlemeyi amaçlamaktadır (Zhou ve George, 2003, 546). Turizmin emek yoğun bir endüstri olması nedeniyle misafirler, çalışanlardan daha iyi bir hizmet sunmasını beklemektedir (Fleischer ve Felsenstein, 2004, 80). Bu nedenle duygusal zekâ yetileri misafirle etkin şekilde iletişim kurulmasında yardımcı olmaktadır (Wolfe, 2017, 51). Konuyla ilgili olarak farklı çalışmalarda öğrencilerin duygusal zekâ becerilerinin yüksek olmasının mezun olduktan sonra kariyerlerine daha iyi hazırlanmaları açısından etkili olduğu (Scott-Halsell vd., 2008, 149) ve duygusal zekânın yaratıcı düşünmeyi teşvik ettiği (Gül vd., 2014, 32) vurgulanmaktadır.

Duygusal zekâ ile yaratıcılık arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla çalışmalar yapılmış ve bu çalışmaların sonuçları farklı bulgular ortaya çıkarmıştır. Bazı çalışmalar da duygusal zekânın, hemşirelerin yaratıcılık düzeyini (Toyama ve Mauno, 2017, 14), seyahat acentası çalışanlarının yaratıcılık seviyesini (Tsai ve Lee, 2014, 862), öğretmen adaylarının yaratıcılık düzeyini (Duman vd., 2014: 45), satış elemanlarının yaratıcı performansını (Lassk ve Shepherd, 2013, 25) ve yazılım firmalarında çalışanların yaratıcılık davranışlarını (Carmeli vd., 2013, 209) olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Öğrencilerle gerçekleştirilen araştırmaların sonuçları da elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Bu çalışmalara göre duygusal zekâ, lisans öğrencilerin yaratıcılık performanslarını (Sanchez-Ruiz vd., 2011, 461; Pavlova ve Kornilova, 2013, 34; Ramy vd., 2014, 301), lise öğrencilerin yaratıcılık düzeylerini (Dadvar vd., 2012, 4174; Jenaabadi vd., 2015, 275), zeki öğrencilerin (Zahedi vd., 2015, 3239) ve üstün yetenekli öğrencilerin (Chan, 2005, 47) yaratıcılık ilişkilerini olumlu açıdan etkilemektedir. Alanyazında duygusal zekâ ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi olumlu olarak belirten çalışmalar bulunmasına rağmen, bazı çalışmaların sonuçları bu görüşü desteklememektedir. Zenasni ve Lubart (2008, 157) çalışmalarında üniversite öğrencilerinin duygusal durumlarının yaratıcı performans üzerindeki etkisinin tekdüze olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yine başka bir çalışmada (Mishra, 2014, 197) öğrencilerin duygusal zekâ düzeyi ile yaratıcı düşünme arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Daha önce de ifade edildiği gibi bu araştırmanın temel amacı üniversitede turizm ve turizm ile bağlantılı bölümlerde öğrenim gören öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasındaki istatistiksel açıdan olası anlamlı ilişkileri tespit etmektir. Araştırmada aynı zamanda, öğrencilerin çeşitli demografik özellikleri ile duygusal zekâ düzeyleri ve yaratıcılık düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemek alt amaç olarak belirlenmiştir. Araştırmada bu kavramlara odaklanılmasının ve turizm ile ilgili bölümlerin tercih edilmesinin nedeni; turizm sektöründeki çeşitli alanların bireylerin yaratıcılık düzeyleriyle yakın derecede ilgili olması ve bireylerin yaratıcılık düzeylerinin duygusal zekâ tarafından etkilenmesi yönündeki düşüncelerdir. Bu doğrultuda geliştirilen çeşitli hipotezler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Araştırma Hipotezleri

Hipotezler	
H1	Öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H2	Öğrencilerin iyimserlik düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H3	Öğrencilerin duygulardan faydalanma düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H4	Öğrencilerin duyguların ifadesi düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H5	Öğrencilerin demografik özellikleri duygusal zekâ düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı ölçüde farklılaşmaktadır.
H6	Öğrencilerin demografik özellikleri yaratıcılık düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı ölçüde farklılaşmaktadır.

3. YÖNTEM



Araştırmanın evrenini Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Altso Turizm Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma evreninin belirlenebilmesi için kurum içerisinde yer alan öğrenci işleri birimi ile görüşülerek toplam aktif öğrenci sayısına ulaşılmıştır. Araştırma evreninde toplam 1229 aktif öğrencinin yer aldığı belirlenmiştir. Can'a (2013, 30) göre 1229 bireyden oluşan evrenin %5 örnekleme hatası ve %95 güvenilirlik seviyesiyle nicel açıdan temsil edecek bir örneklemin en az 224 bireyden oluşması gerekmektedir. Bu doğrultuda tam sayım yöntemi hedeflenerek herhangi bir örnekleme yöntemi kullanılmadan 2017 yılı güz dönemindeki tüm öğrencilere 500 adet anket ulaştırılmıştır. Ancak sahadan dönen 420 adet anketin 27 adedinin veri analizine uygun olmayacak şekilde doldurulması sebebiyle araştırmanın analizleri 393 adet anket formu üzerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Anket formları üzerinden elde edilen veriler SPSS 20.0 (Statistical Package for the Social Sciences) paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Araştırmada çalışmanın ana ve alt amaçlarına uygun olacak şekilde nicel araştırma yöntemlerinden "tanımlayıcı araştırma teknikleri" kullanılmıştır. Ural ve Kılıç'a (2011, 19) göre; "tanımlayıcı araştırmalar, genellikle güncel sorunların tespitine yönelik, pratikteki yararı gözetilerek yapılan uygulamalı araştırmalardır".

3.1. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama için anket tekniğinden istifade edilmiştir. Veri toplama aracı olarak, öğrencilerin demografik özellikleri hakkında bilgi toplamayı amaçlayan "demografik karakteristikler ve kişisel özellikler formu (6 madde)", 41 maddeden oluşan "Duygusal Zeka Ölçeği" ve 50 maddeden oluşan "Yaratıcılık Ölçeği" kullanılmıştır.

Duygusal Zeka Ölçeği: Araştırmada Göçet (2006) tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden alınan duygusal zekâ ölçeği kullanılmıştır. Schutte ve arkadaşları (1998) tarafından geliştirilen ve yoğun bir şekilde duygusal zekâ çalışmalarında kullanılan 33 maddelik ölçek; Austin ve arkadaşları (2004) tarafından bazı maddeler olumsuzdan olumsuza çevrilerek ve yeni maddeler eklenerek 20'si olumlu ve 21'i olumsuz olmak üzere toplamda 41 madde halinde yeniden düzenlenmiştir. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması ile birlikte gerekli tüm geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Göçet (2006, 59-60) tarafından gerçekleştirilmiş, ölçeğin Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısının 0.81 olarak bulunmuştur. Üç boyuttan (İyimserlik, Duygulardan Faydalanma ve Duyguların İfadesi) oluşan duygusal zekâ ölçeğin ölçümü 5'li Likert sistemi (1:kesinlikle katılmıyorum, 3: orta düzeyde katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) ile yapılmaktadır.

Yaratıcılık Ölçeği (Ne Kadar Yaratıcısınız?): Yaratıcılık ölçeği ise Türkmen (2014, 54-55) tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden alınmıştır. Orijinalinde Raudsepp (1977) tarafından geliştirilen ve Ne Kadar Yaratıcısınız? "How Creative Are You?" olarak bilinen ölçek Çoban (1999) tarafından Türkçe'ye uyarlanarak gerekli geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Yaratıcılık ölçeği, bireyin davranışlarını, değerlerini, kişisel özelliklerini ve daha birçok değişkeni kapsayacak şekilde hazırlanmıştır. 50 madde halinde tek boyuttan oluşan ölçeğin Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı 0.95 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin ölçümü 5'li Likert sistemi (1:kesinlikle katılmıyorum, 3: orta düzeyde katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) ile yapılmaktadır.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya dahil olan katılımcıların demografik özelliklerine ait istatistiksel bilgilere Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2: Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	f	%
Kadın	188	47,8
Erkek	205	52,2
Yaş		
19 yaş ve altı	212	53,9
20-25	173	44
26 yaş ve üzeri	8	2
Bölüm		
İkram Hizmetleri	121	30,8
Turizm ve Otel İşletmeciliği	210	53,4
Turizm Animasyonu	62	15,8
Sınıf		



Birinci sınıf	259	65,9
İkinci sınıf	134	34,1
Turizm sektöründe çalışma durumu		
Evet	295	75,1
Hayır	98	24,9
Turizm sektöründe çalışılan departman		
Seyahat Acentası	23	5,9
Önbüro	46	11,7
Satış Pazarlama	26	6,6
Kat Hizmetleri	11	2,8
Yiyecek İçecek Servisi	111	28,2
Mutfak	65	16,5
Muhasebe	4	1
İnsan Kaynakları	14	3,6
Diğer	93	23,7

Araştırmada ulaşılan katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde; %52'sinin erkek, %54'lük bir oran ile çoğunluğunun 19 yaş ve altındaki öğrencilerden oluştuğu görülmüştür. Katılımcıların %53'ünün turizm ve otel işletmeciliği, %31'inin ikram hizmetleri ve %16 ile en düşük orana sahip olan turizm animasyonu bölümüne kayıtlı oldukları belirlenmiştir. Katılımcıların %66'sının birinci sınıf, %75'inin turizm sektöründe çalışma deneyimine sahip oldukları ve bu sektörde %28'lik bir çoğunlukla yiyecek içecek servisi departmanında görev aldıkları görülmüştür.

4.2. Analizlere İlişkin Bulgular

Araştırma hipotezlerine ilişkin testlere geçilmeden önce kullanılan ölçekler öncelikli olarak güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda duygusal zekâ ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısının 0.76 düzeyinde olduğu, yaratıcılık ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısının 0.79 düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, toplanan verilerin istatistiksel açıdan güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Güvenirlik analizlerinin ardından, her iki ölçeğin de çalışma mekanizmaları sebebiyle faktör analizi uygulanmayıp, ölçeklerin özgün halinde olduğu gibi; duygusal zekâ ölçeğindeki maddeler üç boyut, yaratıcılık ölçeğindeki maddeler tek boyut şeklinde kabul edilmiştir. Özdemir (2010, 284) değişkenlerin hangi faktör altında toplandığı belli ise faktör analizi yapılmasının gerekli olmadığını ifade etmektedir. Bu ilkeye dayanarak her iki ölçekte yer alan maddeler uygun boyutlar altında birleştirilmiş ve ölçeklere ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3: Ölçekleri Oluşturan Boyutların Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Duygusal Zekâ Ölçeğinin Boyutları	N	\bar{X}	Ss
İyimserlik	393	3,50	3,75
Duygulardan Faydalanma	393	3,28	6,15
Duyguların İfadesi	393	3,51	5,04
Genel Duygusal Zekâ	393	3,50	3,75
Yaratıcılık Ölçeği	N	\bar{X}	Ss
Yaratıcı Düşünme Eğilimi	393	3,42	3,55

Tablo 3 incelendiğinde, duygusal zekâ ölçeğine ait genel aritmetik ortalamanın \bar{X} = 3.50 (ss= 3.75) düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Aritmetik ortalaması en yüksek olan boyutun \bar{X} = 3.51 (ss= 5.04) değeri ile duyguların ifadesi alt boyutunun olduğu, en düşük aritmetik ortalamasının ise \bar{X} = 3.28 (ss= 6.15) değeri ile duygulardan faydalanma boyutunun olduğu tespit edilmiştir. Yaratıcılık ölçeğinin genel aritmetik ortalamasının \bar{X} = 3.42 (ss= 3.55) düzeyinde olduğu görülmüştür.

Araştırma hipotezlerinin test edilmesine geçilmeden önce hangi tür hipotez testlerinin kullanılacağına belirlenmesi için her iki ölçeği oluşturan verilerin normallik dağılımları incelenmiştir. Yapılan Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda; duygusal zekâ ölçeğinin ve iyimserlik alt boyutunun normal dağılım gösterdiği, duygulardan faydalanma ve duyguların ifadesi alt boyutlarının normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir. Yaratıcılık ölçeğinin ise normal dağılım göstermediği belirlenmiş ve sonraki analizler için normal dağılım gösteren ölçek için parametrik test yöntemleri, normal dağılım göstermeyen ölçek için ise parametrik olmayan test yöntemleri kullanılmıştır. Böylece Tablo 1'de sunulan ilk dört hipotezin test edilmesinde Spearman Korelasyon yöntemi tercih edilerek, öğrencilerin duygusal



zekâ düzeyleri ile yaratıcılık düzeylerinin yanı sıra duygusal zekânın alt boyutları ile yaratıcılık düzeyleri arasındaki etkileşimin anlamlılığı, düzeyi ve yönü incelenmek istenmiştir. Analizlerden elde edilen bulgular Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4: Duygusal Zekâ ve Duygusal Zekâ Boyutları ile Yaratıcılık Arasındaki İlişkiler

Duygusal Zekâ ve Boyutları		Yaratıcı Düşünme Eğilimi
Genel Duygusal Zekâ	r	,309**
	p	,000
	N	393
İyimserlik	r	,561**
	p	,000
	N	393
Duygulardan Faydalanma	r	-,028
	p	,575
	N	393
Duyguların İfadesi	r	,203**
	p	,000
	N	393

** Korelasyon 0.01 anlamlılık düzeyinde (çift yönlü) yer almaktadır.

Tablo 4’te de görüldüğü gibi yapılan Spearman korelasyon analizi sonucunda genel duygusal zekâ düzeyi ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında orta düzeyde pozitif çift yönlü bir ilişki ($r=.309$; $p<.01$) bulunmaktadır. İyimserlik alt boyutu ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında orta düzeyde pozitif çift yönlü bir ilişkinin ($r=.561$; $p<.01$) olduğu görülmektedir. Duyguların ifadesi alt boyutu ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında düşük düzeyde pozitif çift yönlü bir ilişki ($r=.203$; $p<.01$) olduğu tespit edilmiştir. Fakat duygulardan faydalanma alt boyutu ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında ise anlamlı bir ilişkinin olmadığı anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın H1,H2 ve H4 hipotezleri kabul edilmiş; H3 hipotezi ise reddedilmiştir.

Araştırmanın H5 hipotezini oluşturan öğrencilerin demografik özellikleri (bağımsız değişkenler) ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemek için parametrik test yöntemlerinden; iki grubun karşılaştırıldığı durumlar için Bağımsız Örneklem T Testi ve ikiden fazla grubun karşılaştırıldığı durumlar için Tek Yönlü Varyans Analizi (Anova) uygulanmıştır. Yapılan analizlerde yalnızca istatistiksel açıdan anlamlı olan sonuçlar sunulmuştur. Öğrencilerin cinsiyetleri ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla uygulanan Bağımsız Örneklem T Testi sonuçları Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5: Cinsiyet Değişkenine İlişkin T Testi sonuçları

Duygusal Zeka	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	Sd	t	p*
İyimserlik	Kadın	188	3,62	5,11	391	4,60	,000
	Erkek	205	3,40	4,74			
Duygulardan Faydalanma	Kadın	188	3,43	6,28	391	4,69	,000
	Erkek	205	3,15	5,73			
Duyguların İfadesi	Kadın	188	3,62	5,11	391	4,60	,000
	Erkek	205	3,40	4,74			

Fark * $p<.05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5’te görüldüğü üzere uygulanan Bağımsız Örneklem T-Testi sonucunda; öğrencilerin cinsiyetleri ile duygusal zekânın iyimserlik boyutu [$t(391)=4.60, p=.000<.05$], duygulardan faydalanma boyutu [$t(391)=4.69, p=.000<.05$] ve duyguların ifadesi boyutu [$t(391)=4.60, p=.000<.05$] arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, duygusal zekânın tüm alt boyutlarında oluşan bu farklılığın kız öğrenciler lehine olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 6: Turizm Sektöründe Çalışılan Departman Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Duygusal Zekâ	Varyansın Kaynağı	KT	Sd	KO	F	p*	(I) Turizm sektöründe çalışılan departman	(J) Turizm sektöründe çalışılan departman	Ortalama Fark (I-J)
İyimserlik	Gruplar arası	4,505	8	,563	2,294	,021	Kat hizmetleri	Seyahat Acentası	-,61125
	Grup içi	94,236	384	,245				Muhasebe	-,98529

Fark * $p<.05$ düzeyinde anlamlıdır.



Tablo 6'da öğrencilerin turizm sektöründe çalıştıkları departman ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla uygulanan Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Öğrencilerin turizm sektöründe çalıştıkları departmanlar ile duygusal zekâ düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu görülmüştür [$F(8-384)=2.294; p=.021<.05$]. Tespit edilen bu farkın daha detaylı bir şekilde incelenmesi amacıyla Post Hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Tukey testi sonucuna göre, iyimserlik alt boyutundaki grupların ortalamaları arasındaki fark incelendiğinde, kat hizmetleri departmanı ile seyahat acentası ve muhasebe departmanı arasındaki farkın anlamlı olduğu gözlenmiştir.

Araştırmanın H6 hipotezini oluşturan öğrencilerin demografik özellikleri (bağımsız değişkenler) ile yaratıcılık düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemek için parametrik olmayan test yöntemlerinden; iki grubun karşılaştırıldığı durumlarda Mann Whitney-U testi ve ikiden fazla grubun karşılaştırıldığı durumlarda ise Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Yapılan analizlerde yalnızca istatistiksel açıdan anlamlı olan sonuçlar tek bir tablo şeklinde Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7: Cinsiyet ve Turizm Sektöründe Çalışma Durumu Değişkenlerine İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p*	
Yaratıcılık	Kadın	188	232,55	43720	12586	,000
	Erkek	205	164,39	33701		
Turizm sektöründe çalışma durumu	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p*	
Yaratıcılık	Evet	295	204,14	60222,5	12347,5	,030
	Hayır	98	175,49	17198,5		

Fark * $p<.05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 7'de yer alan Mann-Whitney U testine ilişkin bulgulara göre, öğrencilerin cinsiyetleri ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde bir fark bulunmaktadır [$U=12586; p=.000<.05$]. Kız öğrencilerin sıra ortalaması ($\bar{X}=232.55$) erkek öğrencilere ($\bar{X}=164.39$) göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Aynı şekilde, öğrencilerin turizm sektöründe çalışma durumu ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır [$U=12347.5; p=.030<.05$]. Analizler daha detaylı bir şekilde incelendiğinde, turizm sektöründe çalışan öğrencilerin sıra ortalaması ($\bar{X}=204.14$) çalışmayanlara ($\bar{X}=175.49$) nazaran daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

5. SONUÇ

Bu araştırmada Alanya Alaaddin Keykubat Keykubat Üniversitesi Altso Turizm Meslek Yüksekokulu ikram hizmetleri, turizm ve otel işletmeciliği ile turizm animasyonu programlarında öğrenim görmekte olan 393 öğrenciye ulaşılmıştır. Araştırmada ulaşılan öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri incelendiğinde; genel aritmetik ortalama ($\bar{X}=3.50; ss=3.75$) ile orta düzeyde olduğu, bununla birlikte duyguların ifadesi boyutunun en yüksek ortalamaya ($\bar{X}=3.51; ss=5.04$) duygulardan faydalanma boyutunun ise en düşük ortalamaya ($\bar{X}=3.28; s=6.15$) sahip olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda, öğrencilerin hem kendi hem de başkalarının sözlü ve sözlü olmayan düzeyde gerçekleşen duygularını etkin bir şekilde algılama ve değerlendirip ifade edebilme yetilerini kullandıklarını fakat duygularını etkin bir şekilde kullanmada daha az başarılı olduklarını gösterdiği söylenebilir. Benzer şekilde Akkan (2010, 72) tarafından yapılan çalışmada, öğrencilerin duygulardan faydalanma alt boyutunda en düşük ortalamaya sahip oldukları belirlenmiştir. Öğrencilerin yaratıcılık düzeyleri genel olarak incelendiğinde, orta düzeyde bir ortalamanın ($\bar{X}=3.42; ss=3.55$) olduğu görülmüştür. Dolayısıyla tüm öğrencilerin yeni fikir, proje veya ürün hakkında yaratıcı düşünme yeteneklerini etkin bir şekilde kullanma konusunda başarılı oldukları söylenebilir.

Araştırmada öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasındaki ilişkileri inceleyen korelasyon analizi sonucunda; duygusal zekâ ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında pozitif çift yönlü ($r=.309$), orta düzeyde ve anlamlı ($p<.01$) bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Ayrıca iyimserlik alt boyutu ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında pozitif çift yönlü ($r=.561$), orta düzeyde ve anlamlı ($p<.01$) olduğu ve duyguların ifadesi alt boyutu ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında pozitif çift yönlü ($r=.203$), zayıf ancak anlamlı ($p<.01$) bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, turizm ve ilgili programlarda öğrenim gören üniversite öğrencilerinin; duygularını anlayabilme ve analiz edebilme, hem kendilerinin hem de başkalarının sözlü veya sözlü olmayan duygularını etkin bir şekilde kavrayabilme ve çözümlenerek ifade etme yeteneklerinde meydana gelen gelişmelerin yaratıcı düşünme eğilimleri üzerinde olumlu etkilere sahip olduğunu düşündürmektedir. Ayrıca yaratıcı düşünme



eğilimlerinde meydana gelen olumlu gelişmelerin de karşılıklı olarak bu yeteneklere katkıda bulunduğu söylenebilir. Literatürde öğrencilerin duygusal zeka düzeyleri ile yaratıcılık düzeyleri arasında anlamlı ilişkiler olduğunu tespit eden çalışmalara (Noorafshan ve Jowkar 2013, 792; Pavlova ve Kornilova, 2013, 34; Ramy vd., 2014, 301; Jenaabadi, 2015, 280) ulaşmak mümkündür. Ayrıca farklı alanlarda yapılan çalışmalar da araştırmanın bulgularını destekler niteliktedir. Toyama ve Mauno (2017, 17) tarafından Japonya'daki yaşlı özel bakım evlerinde çalışan hemşireler üzerinde gerçekleştirilen çalışmada da benzer sonuçlar olduğu görülmüş, duygusal zekânın sosyal destek, iş etkileşimi ve yaratıcılık arasındaki pozitif ilişkiyi geliştirdiği tespit edilmiştir. Tsai ve Lee'nin (2014, 862) Tayvan'daki 170 seyahat acentası çalışanı üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, duygusal zekâ ile yaratıcılık arasında pozitif korelasyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bulgularından farklı bir sonuca ulaşan Mishra (2014, 197) çalışmasında öğrencilerin duygusal zekâ düzeyi ile yaratıcı düşünme eğilimi arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını belirlemiştir.

Öğrencilerin demografik özellikleri ile duygusal zekâ düzeyleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde; öğrencilerin cinsiyetleri ile duygusal zekâ düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşmanın olduğu ortaya konulmuştur. Duygusal zekânın tüm alt boyutlarında en yüksek farklılığın kız öğrencilerin lehine olduğu belirlenmiştir. Bu bulgular doğrultusunda, kız öğrencilerin erkek öğrencilere nazaran duygularını daha yüksek düzeyde algılayabildiği ve ifade edebildiği ayrıca duygularını da daha başarılı şekilde kullanabildiği düşünülmektedir. Ayrıca öğrencilerin turizm sektöründe çalıştıkları departman ile duygusal zekâ düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. İyimserlik alt boyutunda yer alan grupların ortalamalarındaki değerlere göre kat hizmetleri departmanı ile seyahat acentası ve muhasebe departmanı arasındaki farkın anlamlı olduğu gözlenmektedir. Akkan (2010, 72) çalışmasında, iyimserlik ve duygulardan faydalanma alt boyutlarında oluşan anlamlı farklılığın kız öğrencilerde olduğunu belirlenmiş fakat duyguların ifadesi alt boyutunda ise anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, literatürde yapılan bazı çalışmalarda (Göçet, 2006, 65; Erdoğan, 2008, 69; Duman vd., 2014, 70; Tekin ve Gündoğan, 2017, 61) bireylerin duygusal zekâ düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı ölçüde farklılaştığı ve en yüksek farklılığın kız öğrencilerde olduğu tespit edilmiştir. Fakat Zahedi ve arkadaşlarının (2015, 3242) Karaj kentindeki öğrenciler üzerinde yapmış oldukları çalışmada, öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin cinsiyetlerine göre anlamlı ölçüde farklılaştığı ve en yüksek farklılığın ise erkek öğrencilerde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma verilerin analizleri sonucunda; öğrencilerin yaş, bölüm, öğrenim görülen sınıf, turizm sektöründe çalışma durumu ile duygusal zekâ düzeyleri arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır ($p>.05$).

Öğrencilerin demografik özellikleri ile yaratıcılık düzeyleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde; cinsiyet değişkeni ile yaratıcı düşünme eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiş, kız öğrencilerin yaratıcı düşünme eğilimlerinin erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yaratıcılık değerlendirmelerinde genel olarak iletişim ve ifade becerileri önemli bir role sahiptir. Dolayısıyla duygusal zekâ bölümünde bahsedilen bu yetilerin daha çok kadınların lehine olması araştırmanın bu bulgusunu destekler niteliktedir. Ayrıca turizm sektöründe çalışma tecrübesine sahip olan öğrencilerin çalışmayanlara nazaran yaratıcı düşünme eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yaratıcılık düzeyi yüksek olanlar, yüksek motivasyona ve yüksek enerjiye sahip ayrıca problemleri farklı yollar düşünerek benzersiz çözümler üretebilen bireylerdir. Dolayısıyla ağırlama endüstrisinin yapısı gereği sunulan hizmetin karşılıklı ve etkili bir iletişim gerektirmesi turizm sektöründe deneyim sahibi olanların yaratıcılık düzeyinin yüksek olmasını olumlu yönde etkilediğini düşündürmektedir. Zahedi ve arkadaşlarının (2015, 3242) çalışmalarında, öğrencilerin yaratıcılık düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılaştığı ve en yüksek farklılığın kız öğrencilerde olduğunu sonucuna ulaşılması bu çalışmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Öte yandan bu çalışmanın bulguları Koçak ve İçmenöğlü (2012, 78) tarafından yapılan çalışma bulgularından farklılık göstermektedir. Çalışma sonucunda, öğrencilerin cinsiyetlerine göre yaratıcılık düzeylerinin birbirlerine yakın olduğu belirlenmiştir. Aynı şekilde Akkan (2010, 82) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da öğrencilerin cinsiyetlerine göre yaratıcılık düzeylerinin anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin yaş, bölüm, öğrenim görülen sınıf, turizm sektöründe çalışılan departman ile yaratıcılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir ($p>.05$).

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, üniversite ve düzeyindeki okullarda özellikle yaratıcılığın ve yenilikçiliğin ön planda olduğu programlarda, yaratıcı düşünme eğilimini etkileyen duygusal zekâ ile



ilgili birtakım eğitimler verilmesinin faydalı olabileceği düşünülmektedir. Öğrencilerin yaratıcı düşünme eğilimlerinin artırılması için aile içerisinde, eğitim kuruluşlarında ve çalışılan sektörde yararlı olabileceği düşünülen ödül sistemi de geliştirilebilir. Çalışma hayatı ile turizm sektörüyle iç içe olabilecek öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin artırılması ile hem kendi duygularını hem de başkalarının duygularını anlayan ve analiz edebilen bununla birlikte empati kurabilme yetilerine sahip olan bireyler olacakları söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Akkan, Eda (2010). *Orta Öğretimdeki Üstün Yetenekli Öğrencilerin Duygusal Zekâ ve Yaratıcılık Düzeylerinin Yaşam Doyumlarını Yordama Gücü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Allen, John. C. (2013). *Emotional Intelligence: The Emotional Intelligence Book: Emotional Intelligence at Work and Emotional Intelligence Leadership*. USA: Speedy Publishing LLC.
- Amabile, Teresa M., Barsade, Sigal G., Mueller, Jennifer S., and Staw, Barry M. (2005). Staw Affect and Creativity at Work. *Administrative Science Quarterly*, S. 50, s. 367-403.
- Antonanzas, Jose L., Salaveraa, Carlos, Teruela, Pilar, Sisamona Carmen, Ginto, Ana I. Anaya, Alfonso and Barcelona, Diego (2014). Emotional Intelligence and Personality in Student Teachers. *Social and Behavioral Sciences*, S. 132, s. 492-496.
- Arora, Reeta (2016). Emotional Intelligence of Adolescents In Relation to Creativity. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, S. 2, s. 85-90.
- Blell, Denys Santos (2011). *Emotional Intelligence: For the Authentic and Diverse Workplace*. New York: I Universe Bloomington.
- Brackett, Marc A., Rivers, Susan E., and Salovey, Peter (2011). Emotional Intelligence: Implications for Personal, Social, Academic, and Workplace Success. *Social and Personality Psychology Compass*, S. 5, s. 88-103.
- Can, Abdullah (2013). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Cannatella, Howard (2004). Embedding Creativity in Teaching and Learning. *Journal of Aesthetic Education*, S. 38, s. 59-70.
- Carmeli, Abraham Mckay, Alexander S., and Kaufman, James C. (2013). Emotional Intelligence and Creativity: The Mediating Role of Generosity and Vigor. *The Journal of Creative Behavior*, S. 48, s. 290-309.
- Caruso, D.R., Mayer, J.D., and Salovey, P. (2008). *Emotional Intelligence and Emotional Leadership*, (Ed. Ronald E. Riggio, Susan Elaine Murphy and Francis J. Pirozzolo). *Multiple Intelligences and Leadership* (s. 55-75). New York: Psychology Press.
- Caruso, David R., Salovey, Peter, Brackett, Marc A., and Mayer, John D. (2015). *The Ability Model of Emotional Intelligence*. (Ed. Stephen Joseph). *Positive Psychology in Practice: Promoting Human Flourishing in Work, Health, Education, and Everyday Life* (s. 545-558). Second Edition. New Jersey: John Wiley Inc.
- Cavelzani, Alessandro and Esposito, Mark (2010). *Emotional Intelligence & Hospitality*. United states of America: Tate Publishing.
- Chan, David W. (2005). Self-Perceived Creativity, Family Hardiness, and Emotional Intelligence of Chinese Gifted Students in Hong Kong. *The Journal of Secondary Gifted Education*, S. XVI, s. 47-56.
- Chen, Yoke Theing and Lai, Chooi Seong (2015). Personality Traits, Emotional Intelligence and Academic Achievements of University Students. *American Journal of Applied Psychology*, S. 4, s. 39-44.
- Cherniss, Cary (2001). *Emotional Intelligence and Organizational Effectiveness, in the Emotionally Intelligent Workplace: How to Select for Measure, and Improve Emotional Intelligence*. (Ed. Cary Cherniss and Daniel Goleman). *Individuals, Groups And Organizations* (s. 3-12). Sanfrancisco: The Jossey-Bass Press.
- Cooper, Robert K., and Sawaf, Ayman (2003). *Liderlikte Duygusal Zekâ*. (Çev. Zelal Bedriye Ayman-Banu Sancar). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Costa, Silvia, Páez, Dairo, Sánchez, Flor, Garaigordobil, Maite and Gondim, Sonia (2015). Personal Factors of Creativity: A Second Order Meta-Analysis. *Journal of Work and Organizational Psychology*, S. 31, s. 165-173.
- Dadvar, Rahmatollah, Mohamadrezai, Mahmood and Fathabadi, Maryam Habibi (2012). The Relationship Between Emotional Intelligence and Creativity of Female High School Students in Baft City. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, S. 2, s. 4174-4183.
- Day, Gary and Leggat, Sandra G. (2015). *Leading and Managing in Health Services: An Australasian Perspective*. Australia: Cambridge University Press.
- Doğan, Selen ve Demiral, Özge (2007). Kurumların Başarısında Duygusal Zekânın Rolü ve Önemi. *Yönetim ve Ekonomi*, S. 14, s. 209-230.
- Duman, Bilal, Göçen, Güler ve Yakar Ali (2014). Öğretmen Adaylarının Öğrenme-Öğretme Süreci ve Ortamlarında Duygusal Zekâ ve Yaratıcılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, S. 4, s. 45-74.
- Erdoğdu, Yüksel M. (2008). Duygusal Zekâ'nın Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 7, s. 62-76.
- Fallahzadeh H. (2011). The Relationship Between Emotional Intelligence and Academic Achievement in Medical Science Students in Iran. *Social and Behavioral Sciences*, S. 30, s. 1461-1466.
- Fani, Tayebeh (2015). *Emotional Intelligence and English Reading Comprehension Ability: A Case Study from Iran*. Hamburg: Anchor Academic Publishing.
- Fleischer Aliza and Felsenstein, Daniel (2004). *Short-Run Output and Employment Effects Arising from Assistance to Tourism SMEs: Evidence from Israel, Small Firms in Tourism*. UK: Rhodri Thomas, Elsevier.
- Geher, Glenn, Betancourt, Kian and Jewell Olivia (2017). The Link Between Emotional Intelligence and Creativity, Imagination. *Cognition and Personality*, S. 37, s. 5-22.
- Goleman, Daniel (1998). *Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Daha Önemlidir* (Çev. Banu Seçkin Yüksel). 2.Baskı. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Göçet, Emine (2006). *Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Düzeyleri ile Stresle Başa Çıkma Tutumları Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Gül, Hasan, İnce, Mehmet ve Korkmaz, Oya (2014). Çalışma Yaşamında Duygusal Zekâ ve Bireylerin Duygusal Zekâ Düzeylerini Kullanabilme Becerileri Üzerine Bir Araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 11, s. 30-49.
- Higgins, Marilyn and Morgan, James (2000). The Role of Creativity in Planning: The Creative Practitioner. *Planning Practice & Research*, S. 15, s. 117-127.
- Jenaabadi, Hossein, Shahidi, Razieh, Elhamifar, Abdolhamid and Khademi, Hamideh (2015). Examine the Relationship of Emotional Intelligence and Creativity with Academic Achievement of Second Period High School Students. *World Journal of Neuroscience*, S. 5, s. 275-281.
- Kanematsu, Hideyuki and Barry, Dana M. (2016). *Theory of Creativity, in Intelligent Environments*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Kanhai, Abhihek (2014). Emotional Intelligence: A Review of Researches. *European Academic Research*, S. II, s. 797-834.
- Kaufman, Tammie J., Lashey, Conrad and Schreier, Lisa Ann (2009). *Timeshare Management: The Key Issues for Hospitality Managers*. London: Elsevier.
- Kerr, Barbara (2009). *Encyclopedia of Giftedness, Creativity, and Talent, Volume 2*. California: SAGE Publication.



- King, Ceridwyn and Lee, Hyemi (2016). Enhancing Internal Communication to Build Social Capital Amongst Hospitality Employees-The Role of Social Media. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, S. 28, s. 2675-2695.
- Koçak, Recep ve İçmenoğlu, Eda (2012). Üstün Yetenekli Öğrencilerin Duygusal Zekâ ve Yaratıcılık Düzeylerinin Yaşam Doyumlarını Yordayıcı Rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, S. 4, s. 73-85.
- Lassk, Felicia G., and Shepherd, C. David (2013). Exploring the Relationship Between Emotional Intelligence and Salesperson Creativity. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, S. XXXIII, s. 25-37.
- Law, Kenneth S., Wong, Chi-Sum and Song, Lynda J. (2004). The Construct and Criterion Validity of Emotional Intelligence and Its Potential Utility for Management Studies. *Journal of Applied Psychology*, S. 89, s. 483-496.
- Mangal S.K., and Mangal, Shubra (2015). *Emotional Intelligence: Managing Emotions to Win in Life*. New Delhi: Phi Learning Private Limited.
- Maukar, Sylvana M.D. (2015). The Influence of Emotional Intelligence, Creativity, Work Ethic, to Service Quality of High School Library in the Minahasa Regency. *American Journal of Educational Research*, S. 3, s. 67-79.
- Mayer, John D., and Salovey, Peter (1997). *What is Emotional Intelligence*. (Ed. Peter Salovey and David J. Sluyter). *Emotional Development and Emotional Intelligence: Educational Implications* (s. 3-34). New York: Harper Collins Publishers.
- Mishra, Shikha (2014). Creative Thinking of High School Students in Relation to Their Emotional Intelligence. *Journal of Psychology and Behavioral Science*, S. 2, s. 197-204.
- Mohzan, Maizatul Akmal Mohd, Hassan, Norhaslinda and Halil, Norhafizah Abd (2013). The Influence of Emotional Intelligence on Academic Achievement. *Social and Behavioral Sciences*, S. 90, s. 303-312.
- Noorafshan Leaila and Jowkar Bahram (2013). The Effect of Emotional Intelligence and Its Components on Creativity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, S. 84, s. 791-795.
- Ogoemeka, Obioma Helen (2011). Emotional Intelligence and Creativity in Teacher Education. *International Journal of Psychology and Counselling*, S. 3, s. 124-129.
- Olatoye, R. Ademola, Akintunde, S.O., and Yakasai, M.I. (2010). Emotional Intelligence, Creativity and Academic Achievement of Business Administration Students. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, S. 8, s. 763-786.
- Özdemir, Ali (2010). *Yönetim Biliminde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamalar*. 2.Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
- Pahl, Nadine (2008). *The Role of Emotional Intelligence in Leadership*, Norderstedt. Germany: Grin Verlag.
- Parker, James D.A., Summerfeldt, Laura J., Hogan, Marjorie J., and Majeski, Sarah A. (2004). Emotional Intelligence and Academic Success: Examining the Transition From High School to University. *Personality and Individual Differences*, S. 36, s. 163-172.
- Pavlova, Elizaveta M., and Kornilova, Tatyana V. (2013). Creativity and Tolerance for Uncertainty Predict the Engagement of Emotional Intelligence in Personal Decision Making. *Psychology in Russia: State of the Art*, S. 64, s. 34-46.
- Pellitteri, John, Stern, Robin and Shelton, Claudia (2006). *Emotionally Intelligent School Counseling*, Lawrence. New Jersey: Erlbaum Associates Publishers.
- Petrides, K.V., Pita Rita and Kokkinaki, Flora (2007). The Location of Trait Emotional Intelligence in Personality Factor Space. *British Journal of Psychology*, S. 98, s. 273-289.
- Polat, Soner ve Aktop, Ergin (2010). Öğretmenlerin Duygusal Zekâ ve Örgütsel Destek Algılarının Girişimcilik Davranışlarına Etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, S. 22, s. 1-20.
- Preeti, Bhaduria (2013). Role of Emotional Intelligence for Academic Achievement for Students. *Research Journal of Educational Sciences*, S. 1, s. 8-12.
- Ramy, Aref Mehry, Beydokhty, Ali Akbar Amin and Jamshidy, Lale (2014). Correlation between Emotional Intelligence and Creativity Factors. *International Research Journal of Management Sciences*, S. 2, s. 301-304.
- Robertson, Marc (2016). *Working with Millennials: Using Emotional Intelligence and Strategic Motivate the Next Generation of Leaders*. California: Praeger Publishing.
- Salovey Peter and Mayer, John D. (2007). *Emotional Intelligence, Imagination, Cognition and Personality*. (Ed. Peter Salovey, Marc A. Brackett, John D. Mayer). *Emotional Intelligence: Key Readings on the Mayer and Salovey Model* (s. 1-28). Second Edition. New York: Publisher's Cataloging-in-Publication.
- Sanchez-Ruiz, M.J., Hernandez-Torrano, D., Perez-Gonzalez, J.C., Batey, M., and Petrides, K.V. (2011). The Relationship Between Trait Emotional Intelligence and Creativity Across Subject Domains. *Motiv Emot*, S. 35, s. 461-473.
- Shalley, Christina E., Gilson, Lucy L., and Blum, Teery C. (2000). Matching Creativity Requirements and the Work Environment: Effects on Satisfaction and Intentions to Leave. *Academy of Management Journal*, S. 43, s.215-223.
- Scott-Halsell, Sheila A., Shane, C. Blum and Huffman, Lynn (2008). A Study of Emotional Intelligence Levels in Hospitality Industry Professionals. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, S. 7, s. 135-152.
- Singh, Dalip (2006). *Emotional Intelligence at Work: A Professional Guide*. Third Edition. New Delhi: Sage Publications.
- Sterrett, Emily A. (2000). *The Manager's Pocket Guide to Emotional Intelligence: From Management to Leadership*. Massachusetts: HRD Press.
- Sutherland, Jonathan and Canwell, Diane (2004). *Key Concepts in Management*. Great Britain: Creative Print&Design.
- Tatlah, İljaz Ahmad, Aslam, Tahseen Mehmood, Ali, Zulfiar and Iqbal, Muhammad (2012). Role of Intelligence and Creativity in the Academic Achievement of Students. *International Journal of Physical and Social Sciences*, S. 2, s. 1-10.
- Tekin, Ömer Akgün ve Gündoğan, Hilal (2017), The Relationships Between Emotional Intelligence and Job Performance: A Study on Five-Star Hotel Employees. *Marmara Business Review*, S. 2, s. 51-69.
- Toyama, Hiroyuki and Mauno, Saija (2017). Associations of Trait Emotional Intelligence with Social Support, Work Engagement, and Creativity in Japanese Eldercare Nurses. *Japanese Psychological Research*, S. 59, s. 14-25.
- Tsai, Chen-Tsang and Lee, Yi-Ju (2014). Emotional Intelligence and Employee Creativity in Travel Agencies. *Current Issues in Tourism*, S. 17, s. 862-871.
- Türkmen, Nazif (2014). *Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Eğilimleri ve Yaratıcılık Düzeylerinin Karşılaştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kayseri.
- Ural, Ayhan ve Kılıç, İbrahim (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Wolfe, Kara L. (2017). A Longitudinal Study of Hospitality Students' Emotional Intelligence: Comparing High and Low Scores. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, S. 29, s. 51-60.
- Zahedi, Razieh, Hakami, Mohammad and Seyrafi, Mohammad Reza (2015). The Emotional Intelligence and the Creativity of Smart Students of Karaj Province, Iran. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, S. 5, s. 3239-3247.
- Zeidner, Moshe, Matthews, Gerald and Roberts, Richard D. (2009). *What We Know About Emotional Intelligence: How It Affects Learning, Work, Relationships, and Our Mental Health*. London: The Mit Press.
- Zenasni, Franck and Lubart, Todd I. (2008). Emotion-Related Traits Moderate the Impact of Emotional State on Creative Performances. *Journal of Individual Differences*, S. 29, s. 157-167.
- Zhou, Jing and George, Jennifer M. (2003). Awakening Employee Creativity: The Role of Leader Emotional Intelligence. *The Leadership Quarterly*, S. 14, s. 545-568.